



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
“PEDRO RUIZ GALLO”**

**ESCUELA DE POSTGRADO**



**MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**“ESTRATEGIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL PARA  
FOMENTAR EL EMPRENDEDURISMO EN LAS  
ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE EDUCACIÓN  
SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA  
“JOSÉ MATÍAS MANZANILLA”, DISTRITO DE  
SULLANA REGIÓN PIURA, AÑO 2014”.**

**TESIS**

**PRESENTADA PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAESTRA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN  
GERENCIA EDUCATIVA ESTRATÉGICA.**

**AUTOR:**

**CLENDENES ALVARADO, CAROLA JUDITH.**

**ASESOR:**

**CARDOSO MONTOYA, CÉSAR A.**

**LAMBAYEQUE – PERÚ**

**2015**

**“ESTRATEGIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL PARA FOMENTAR EL  
EMPRENDEDURISMO EN LAS ESTUDIANTES DEL 5° GRADO DE  
EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA “JOSÉ  
MATÍAS MANZANILLA”, DISTRITO DE SULLANA - REGIÓN PIURA,  
AÑO 2014”.**

**PRESENTADA POR:**

---

**CLENDENES ALVARADO, Carola J.  
AUTORA**

---

**M.Sc. CARDOSO MONTOYA, César A.  
ASESOR**

**APROBADA POR:**

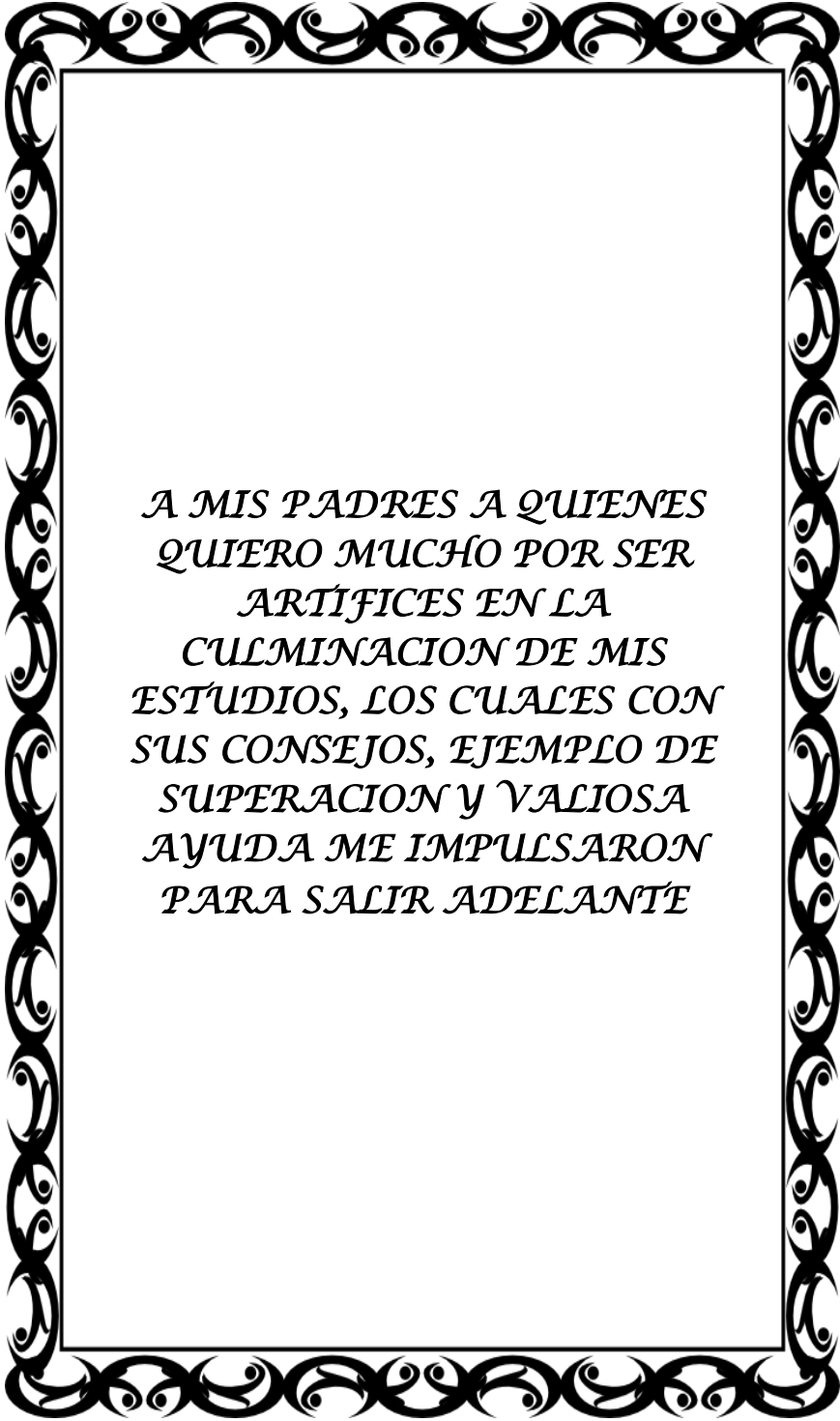
.....  
**Dr. MARIO SABOGAL AQUINO  
PRESIDENTE**

.....  
**M.Sc. MARÍA DEL PILAR FERNÁNDEZ CELIS  
SECRETARIO**

.....  
**M.Sc. ISIDORO BENITES MORALES  
VOCAL**

**LAMBAYEQUE – PERÚ**

## DEDICATORIA

A decorative border with a repeating scroll pattern surrounds the central text.

*A MIS PADRES A QUIENES  
QUIERO MUCHO POR SER  
ARTÍFICES EN LA  
CULMINACION DE MIS  
ESTUDIOS, LOS CUALES CON  
SUS CONSEJOS, EJEMPLO DE  
SUPERACION Y VALIOSA  
AYUDA ME IMPULSARON  
PARA SALIR ADELANTE*

## AGRADECIMIENTO

*A DIOS, POR TÚ BENDICION  
EN ESTE CAMINO, POR SER  
MI GUIA, FORTALEZA Y  
DARME SALUD.*

*A MI DULCE MADRE POR  
SER MI MEJOR AMIGA, MI  
ALIADA, MI EJEMPLO,  
GRACIAS POR TODO EL  
APOYO HOY Y SIEMPRE.*

## ÍNDICE

DEDICATORIA  
AGRADECIMIENTO  
ÍNDICE  
RESUMEN  
ABSTRACT  
INTRODUCCIÓN

### CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA..... 1

1.1.UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL OBJETO DE ESTUDIO. .... 1

1.2.SURGIMIENTO DEL PROBLEMA. .... 4

1.3.DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO. .... 10

1.4.CARACTERÍSTICAS DEL PROBLEMA. .... 12

1.5.METODOLOGÍA EMPLEADA..... 17

1.5.1.Paradigma y modalidad de la investigación. .... 17

1.5.2.Contexto y sujetos de Investigación. .... 17

1.5.3.Metodología aplicada en la investigación..... 18

1.5.4.Estrategias de recolección de información..... 19

1.5.5.Población y muestra..... 21

1.5.6.Materiales, técnicas e instrumentos de recolección de datos. .... 21

1.5.7.Procedimientos para la recolección de datos. .... 22

1.5.8.Análisis Estadístico de los Datos. .... 22

### CAPÍTULO II

SUSTENTACIÓN TEÓRICA ..... 23

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA. .... 23

2.2. BASE TEÓRICA. .... 26

2.2.1.TEORÍA DEL PENSAMIENTO LATERAL DE EDWARD DE BONO.  
..... 26

2.2.2.TEORÍA DE LA CONTINGENCIA DE FRED FIEDLER. ....	33
2.2.3.TEORÍA DEL ESPIRAL CREATIVO DE JOY GUILFORD .....	38
CAPÍTULO III	
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA .....	44
3.1.ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS. ....	44
3.2.PROPOSTA TEÓRICA .....	51
3.2.1.Realidad Problemática. ....	53
3.2.2Objetivos de la Propuesta. ....	53
3.2.3.Fundamentación. ....	54
3.2.4.Estructura de la Propuesta. ....	56
3.2.5.Cronograma de la Propuesta. ....	86
3.2.6.Presupuesto .....	86
3.2.7.Financiamiento de los Talleres .....	87
CONCLUSIONES .....	88
RECOMENDACIONES .....	89
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	90
ANEXOS .....	96

## RESUMEN

“La educación tiene una responsabilidad central en identificar y fomentar a los que pueden ser emprendedores”<sup>1</sup>. La presente investigación tiene como propósito diseñar una “Estrategia de Gestión Empresarial para mejorar el emprendedurismo en las estudiantes de 5° grado del nivel secundario de la I.E. José Matías Manzanilla”

En la presente investigación se utilizaron métodos teóricos, empíricos y estadísticos; la orientación fundamentalmente es de tipo cualitativo. La población con la que se trabajó está representada por la totalidad de estudiantes de 5° grado del nivel secundario.

Entre algunos de los resultados, tenemos que en la I.E. José Matías Manzanilla, no se promueve el emprendedurismo en las estudiantes debido a que aún se sigue con el modelo tradicionalista de enseñanza - aprendizaje, donde el estudiante todavía es receptor de información, no investiga, no innova, no crea conocimiento y mucho menos se promueven prácticas de formación empresarial, motivacional, etc. La currícula tiene contenidos que no priorizan la investigación y la solución de problemas, tiene carácter flexible y no se adecua a las necesidades del área en el que vive.

Así también se confirmó la hipótesis y se elaboró la propuesta.

**PALABRAS CLAVES:** Estrategia, Gestión Empresarial, Emprendedurismo, Proceso de Formación Académico.

---

<sup>1</sup> HATTEN, 1993.

## **ABSTRACT**

"Education is a central responsibility to identify and encourage those who may be entrepreneurs." This research aims to design a "Strategy Management to enhance entrepreneurship in the 5th grade students of secondary level El Jose Matias Manzanilla"

In this research theoretical, empirical and statistical methods were used; the orientation is mainly qualitative. The population with which we worked is represented by the entire 5th grade students at the secondary level.

Some of the results we have in IE Jose Matias Manzanilla not entrepreneurship is promoted in the students because that is still the traditionalist model of teaching - learning where the student is still receiving information, not investigate, does not innovate, does not create knowledge, much less promoted practical business training, motivational, etc. The curriculum is content that does not prioritize research and problem solving, has flexible character and are not suited to the needs of the area in which you live.

So the hypothesis was also confirmed and the proposal was developed.

**KEYWORDS:** Strategy, Management, Entrepreneurship, Academic Training Process.



## INTRODUCCIÓN

Actualmente nadie discute que el papel de la educación no se restringe sólo a las actividades de enseñanza e investigación. Es más, la sociedad demanda una mayor implicación de éstas en el desarrollo económico y social del territorio. Este proceso ha originado la aparición y consolidación de un nuevo tipo de Institución educativa: la educación emprendedora.

Esta nueva consideración de la educación como emprendedora requiere de un rediseño de su estrategia global, de modo que ésta le permita cumplir con los retos impuestos por su nuevo papel en la sociedad. El fomento y difusión de la cultura emprendedora en el seno de la educación y a todos los niveles de la misma (enseñanza, investigación e incluso la propia gestión), se muestra como una pieza clave de dicha estrategia.

La educación debe potenciar las habilidades innatas de los estudiantes y brindarles un contexto propicio para desarrollar ideas de negocio y gestionarlas a través de la creatividad e intelectualidad. En la I.E. José Matías Manzanilla, la formación en emprendimiento es de bajo nivel ya que existe aún el modelo tradicionalista de enseñanza - aprendizaje, el estudiante aún es receptor de información, se desarrolla una formación basada en la repetición de información, la reproducción, la poca creatividad, la copia de modelos, el uso de metodologías tradicionales; el no promover la investigación e innovación como base de desarrollo; no se apuesta por una formación que desarrolle competencias personales y competencias de conocimiento; lo que no garantiza poder realizar cambios para adecuarse a las exigencias de la educación en la sociedad del conocimiento.

En definitiva **la pregunta de la posible solución al problema:** ¿La Estrategia de Gestión Empresarial mejorará el emprendedurismo en las

estudiantes de 5° grado de nivel secundario de la I.E. José Matías Manzanilla, Región Piura?

**El objetivo general:** Diseñar una Estrategia de Gestión Empresarial para mejorar el emprendedurismo en las estudiantes de 5° grado de nivel secundario de la I.E. José Matías Manzanilla, Región Piura; y como **objetivos específicos:** Determinar el nivel de formación académico en las estudiantes de 5° grado de nivel secundario de la I.E. José Matías Manzanilla; Diagnosticar las características de desarrollo del proceso de formación académico del ámbito de estudio; y la Elaboración de la Propuesta en relación a los propósitos de la investigación.

Para tal efecto se formuló la siguiente **hipótesis:** “Si se diseña una Estrategia de Gestión Empresarial sustentado en las teorías de Edward De Bono, Fred Fiedler y Joy Guilford, **entonces** se mejorará el emprendedurismo en las estudiantes de 5° grado de nivel secundario de la I.E. José Matías Manzanilla, Región Piura”

**Objeto:** Proceso de Formación Académico. **Campo de Acción:** Estrategia de Gestión Empresarial para mejorar el emprendedurismo en las estudiantes de 5° grado de nivel secundario de la I.E. José Matías Manzanilla, Región Piura.

Metodológicamente se aplicó una guía de observación a veintiocho estudiantes, a ese mismo número muestral se aplicó una encuesta. Por otro lado, las entrevistas y recojo de testimonios estuvieron orientados a comprender sus perspectivas. Los indicadores que se manejaron para la aplicación de estos instrumentos están en relación directa con los temas propuestos en la estrategia programada.

El esquema capitular de la tesis está definido por tres capítulos:

En el **capítulo I** se realizó el análisis del problema de estudio. Comprende la ubicación geográfica, breve descripción de la I.E. El surgimiento del problema. Características del problema y la Metodología empleada.

En el **capítulo II** se concretizó el marco teórico, el cual está comprendido por el conjunto de trabajos de investigación que anteceden al estudio y por la síntesis de las principales teorías que sustentan la propuesta, figurando la Teoría del Pensamiento Lateral de Edward de Bono, Teoría de la Contingencia de Fred Fiedler y la Teoría del Espiral Creativo de Joy Guilford. Tanto las teorías como los antecedentes permiten ver el por qué y el cómo de la investigación.

En el **capítulo III** se analizó e interpretó los datos recogidos de la guía de observación y encuestas. Luego elaboré la propuesta en base a las teorías mencionadas. Los elementos constitutivos de la propuesta son: Realidad problemática, objetivos, fundamentación, estructura, cronograma, presupuesto y financiamiento.

Finalmente, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

## **CAPÍTULO I**

### **CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL OBJETO DE ESTUDIO.**

**PIURA**<sup>2</sup>, fundada como San Miguel de Piura es una ciudad de la zona occidental norte del Perú, capital de la Región Piura. Está ubicada en el centro oeste de la región, en el valle del río Piura, al norte del desierto de Sechura, a 981 km al norte de Lima y próxima a la frontera con el Ecuador. Es la quinta más poblada del país, alcanzando oficialmente, y según proyecciones del INEI del año 2014, los 430.319 habitantes<sup>3</sup>.

Fue fundada por Francisco Pizarro el 15 de agosto de 1532, recibiendo su escudo de armas en 1537<sup>4</sup>; en la actualidad la ciudad cumple el rol de principal centro comercial, administrativo y de servicios del departamento de Piura.

El clima del Departamento de Piura es desértico y semi-desértico en la costa y vertientes andinas occidentales, Sub- tropical en las vertientes orientales. Las precipitaciones son escasas, salvo cuando se produce el fenómeno del "El Niño", años en que las lluvias son abundantes y corre el agua por todo el curso de las quebradas secas originando inundaciones y acciones morfológicas de gran dinamismo<sup>5</sup>.

Esta circunscripción colinda al oeste con el Océano Pacífico y limita con el departamento de Lambayeque al sur, con Cajamarca al este y Tumbes por el norte, así como con territorio ecuatoriano por el

---

<sup>2</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Piura>

<sup>3</sup> INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA. PERÚ: Perfil sociodemográfico (página 30)

<sup>4</sup> GARAYAR, CARLOS (2004). «Conquista y colonia» (en español). Atlas Regional del Perú. 2. Lima: Peisa.

<sup>5</sup> IDEM

noreste. Comprende una dilatada planicie en su mayor extensión —Costa— y una región montañosa menos extensa en la zona oriental del departamento —Sierra—. Con 35.892,49 km<sup>2</sup>, la cual equivale al 3% del territorio total del Perú, este departamento está dividido en 8 provincias y tiene un total de 64 distritos.

Las provincias de este departamento son las siguientes<sup>6</sup>:

- Ayabaca – Capital: Ayabaca.
- Huancabamba – Capital: Huancabamba.
- Morropón – Capital: Chulucanas.
- Paíta – Capital: Paíta.
- Piura – Capital: San Miguel de Piura.
- Sechura – Capital: Sechura.
- Sullana – Capital: Sullana.
- Talara – Capital: Talara.



FUENTE. Imagen de Google.

Desde el censo de 1981, Piura ha pasado a ser el segundo departamento del Perú en lo que a número de habitantes se refiere; ello, a pesar de que en los últimos cuarenta años su población se multiplicó ligeramente menos (por 2,36) que el conjunto del Perú (por 2,57). Su densidad poblacional es, por ello, la cuarta del país, con 45,58 habitantes por km<sup>2</sup>, sólo por debajo de Lima, Lambayeque y La Libertad.

---

<sup>6</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Departamento\\_de\\_Piura](http://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_de_Piura)

## **INSTITUCIÓN EDUCATIVA JOSÉ MATÍAS MANZANILLA.**

Hace 57 años la actual Institución Educativa Secundaria de menores “José Matías Manzanilla” inicio su funcionamiento con el nombre de INSTITUTO NACIONAL FEMENINO DE COMERCIO N° 36, creado con R.M.N° 1898 del 26 de febrero de 1958, durante el gobierno de don Manuel Prado Ugarteche, siendo ministro de educación el historiador Jorge Basadre.

Funciono en un inicio en la I.E. “Flora Córdova de Talledo”, Al año siguiente tuvo local alquilado ubicado en la calle San Martín N° 83. Hasta que el 1º de octubre de 1967 se traslada a su local propio donde hoy funciona. En 1979 adopta el nombre del ilustre abogado iqueño “José Matías Manzanilla Barrientos”, pionero de la legislación laboral en Perú y América.

La Institución Educativa Secundaria de Menores “José Matías Manzanilla”, es una institución Femenina al servicio de la sociedad sullanense, la misma que promueve una educación integral, basada en los principios de solidaridad, respeto y responsabilidad.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> [www.iejosematiasmanzanilla.blogspot.com](http://www.iejosematiasmanzanilla.blogspot.com)

## 1.2. SURGIMIENTO DEL PROBLEMA.

Esta sección hace referencia a la evolución histórica tendencial del objeto de estudio, desde el punto de vista pedagógico, epistemológico, surge a través de la investigación documental<sup>7</sup>, son también llamadas causas del problema que pueden ser identificados a partir de la lluvia de ideas, análisis de documentos y otros<sup>8</sup>.

La sociedad demanda cada vez más una mayor implicación de la educación en el proceso de desarrollo económico y social de las regiones. Ello ha dado lugar a la denominada educación emprendedora, la cual combina e integra las tradicionales actividades de educación e investigación con la contribución al desarrollo económico y social<sup>9</sup>. Esta nueva consideración de la el emprendedurismo requiere de un rediseño de su estrategia global, de modo que ésta le permita cumplir con los retos impuestos por su nuevo papel en la sociedad. El fomento y difusión de la cultura emprendedora en el seno de la educación y a todos los niveles de la misma (enseñanza, investigación e incluso la propia gestión), se muestra como una pieza clave de dicha estrategia y para favorecer la contribución económica y social de la educación de forma realmente efectiva<sup>10</sup>.

Hisrich y Peters (1995) recogen las principales acepciones atribuidas al término entrepreneur a lo largo del tiempo. Se trata de un término de origen francés que ha sido interpretado de formas diversas en las distintas épocas y, aún hoy, no se ha llegado a un consenso sobre su

---

7 OYAGUE & SEVILLA, 2006

8 GRANDE, 2009

9 ETZKOWITZ, 1998; GODDARD, 1998

10 JIMENEZ SÁEZ, 2010

definición. También se considera que el emprendedor es aquel que reúne los factores de producción de modo que genera nueva riqueza<sup>11</sup>.

De obligada mención son las aportaciones de Schumpeter, que enfatiza el rol innovador como rasgo distintivo de los emprendedores. McClelland, por su parte, se centra en los rasgos psicológicos del emprendedor (ímpetu, propensión moderada al riesgo). Asimismo, cabe citar la definición de Shapero (1975), que considera que un emprendedor posee iniciativa, organiza ciertos mecanismos sociales y económicos y acepta el riesgo de fracasar. Más recientemente podemos citar la definición del propio Hisrich (1985) que relaciona al entrepreneur con el proceso de creación de algo diferente con valor, dedicando el tiempo y esfuerzo necesarios, asumiendo los riesgos financieros, físicos y sociales derivados y recibiendo las recompensas resultantes tanto monetarias como de satisfacción personal e independencia. Esta definición posee cierta similitud con la de Carsrud, Olm y Eddy (1986), que consideran al emprendedor como aquel individuo que está dispuesto y es capaz de comprometerse en la asunción de riesgos y responsabilidad a la vez que combina los medios financieros y de producción con la expectativa de obtener beneficios y/o otros objetivos específicos como poder y prestigio. Nueno (1994) señala que el término emprendedor hoy en día se aplica a las personas que tienen una sensibilidad especial para detectar oportunidades y la capacidad de movilizar recursos externos, recursos que son generalmente propiedad de otros, para explotar dichas oportunidades.

---

11 KENT, 1984



Fue en la década de los 90 en la que se inició una modificación en la historia de la educación planteando el tema de Emprendimiento Empresarial en todas las Instituciones Educativas (Universidades, Colegios). Los directivos tomaron conciencia de lo importante de este tema en la formación de los alumnos y apoyaron la creación de una Cultura Emprendedora iniciada por el gobierno. En ésta se desarrollaron diversas políticas de emprendimiento y se promovieron trabajos de investigativos y de creación de empresas para que así los alumnos desarrollaran sus capacidades, estando en contacto con la realidad, logrando una conciencia para que se dieran cuenta de la importancia que es tener su propia empresa generando recursos y oportunidades de trabajos a una sociedad con alto porcentaje de desempleo. “Este fenómeno ha crecido en forma significativa en todo el mundo durante los últimos 25 años desde que Estados Unidos inició dicha experiencia”<sup>12</sup>.

En los países latinoamericanos, los problemas actuales en el mercado laboral son producto de los cambios y situaciones que han ido arrojando resultados, que se han ido a su vez acumulando, provocando la crisis actual. En las últimas tres décadas se han suscitados cambios demográficos, vaivenes políticos, transformaciones tecnológicas, crisis financieras que a su vez han provocado quiebras a nivel personal y empresarial, cambios en la inserción a la economía mundial, entre otros. Todo esto ha traído como consecuencia graves problemas en el campo de trabajo. Es hora que surjan nuevas alternativas y entre ellas se habla del emprendedurismo con el emprendedor capaz de generar fuentes de empleo.

---

<sup>12</sup> DINERO, 2003

Esto se ha convertido en una realidad socio-económica de una magnitud relevante en la cultura occidental, sin marginar el notable impacto que posee sobre las cifras de generación de empleo en sociedades maduras como las europeas.

El estudio de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) “Tendencias del Empleo Mundial para los Jóvenes 2004” reveló que los jóvenes representan 25 por ciento de la población en edad laboral (de 15 a 64 años), pero representan 47 por ciento del total de los 186 millones de desempleados en todo el mundo en 2003. En el mismo sentido, un estudio de la OCDE, concluyó que los jóvenes constituyen uno de los grupos con tasas de desempleo más alta en relación al promedio de la población económicamente activa en muchas economías desarrolladas y en desarrollo (OCDE, 2001). Así, formarlos para la creación de nuevas empresas implica apoyar la creación de oportunidades laborales. Así mismo, la ponencia del proyecto de Ley 143 de Cámara de Representantes señala que: “En los países de América Latina, distintas evidencias señalan que las tasas de creación de empresas y de crecimiento de las empresas que nacen son más bajas que las de los países más industrializados”<sup>13</sup>.

Se trata entonces de situar el emprendedurismo en nuestra discusión actual y promover debates que propendan a construir, sustentar y defender una vía propia de acceso a la supervivencia de nuestra sociedad, fundamentada en nuestros jóvenes en primer lugar para luego hacernos competitivos en segundo lugar.

El Perú es un proyecto en todo orden de cosas, no sólo por los graves problemas que lo aquejan como Nación, sino por los

---

13 CORREDOR, 2009

sustantivos cambios sociales, económicos, culturales y políticos que ha sufrido, a cuyo potencial positivo todavía no se ha dado cauce suficiente. Es, pues, imperativo modernizarlo. Este proceso de modernización nacional demanda la actualización de la universidad, cuyos actuales presupuestos constitutivos provienen de mediados del siglo pasado, cuando el Perú y el mundo eran distintos.

Ahora se abre para los peruanos la posibilidad de consolidar al país como Nación civilizada, es decir como un pueblo que vive en democracia y se muestra social y económicamente equilibrado. Para este propósito, el Perú necesita indefectiblemente construir infraestructura, operar racionalmente sus recursos, transformar sus materias primas, industrializarse, formar ciudadanos íntegros en un tejido social solidario y democrático, preservar y elevar su cultura, crear y conservar el arte que enriquezca su identidad plural. Para ello requiere de sus universidades. De este imperativo nacional, sucintamente expresado, surge la necesidad de crear las condiciones para que las universidades peruanas, libres y autónomas, emprendan un proceso de transformación integral<sup>14</sup>.

La educación debe de fomentar la innovación y la investigación, los estudiantes deben aprender que emprender.

El núcleo de los procesos actuales y que deben ser transformados en la vida educativa, y que deben inspirar los modelos educativos y académicos podrían incorporar<sup>15</sup>:

---

14 MINEDU, 2011

15 JIMÉNEZ SÁEZ, 2008

- La adopción del paradigma del aprender a aprender, aprender a emprender.
- La preocupación no debe seguir en la relación enseñanza aprendizaje, sino que debe trasladarse a los procesos de aprendizaje, en los que el estudiante se constituye en el centro.
- El profesor debe asumir nuevas funciones que se integren al protagonismo de los discentes en la construcción del conocimiento significativo, comprometidos con el desarrollo de su región.
- La flexibilidad curricular y toda la moderna teoría curricular, que se está aplicando en el rediseño de los planes de estudio, flexibilidad debe centrarse en modelos y métodos y no en tiempos o contenidos.
- La promoción de una mayor flexibilidad en las estructuras académicas que incorpore las transformaciones científicas y de tecnologías limpias.
- La estrecha interrelación entre las funciones básicas de la educación (docencia, investigación, extensión y servicios).
- La redefinición de las competencias educativas.
- La reingeniería institucional y la gestión estratégica como componente normal de la administración institucional.
- La autonomía educativa responsable.

La educación en todos sus niveles debe potenciar las habilidades innatas de los estudiantes y brindarles un contexto propicio para desarrollar ideas de negocio y gestionarlas.

### 1.3. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.

En esta parte se trata de representar la realidad por medio de las palabras<sup>16</sup>, vale decir, explicar de forma detallada y ordenada, cómo es el objeto de estudio (Proceso de Formación Académico). La descripción sirve sobre todo para ambientar la acción y crear una atmósfera que haga más creíbles los hechos que se narran<sup>17</sup>. Concretamente se trata de responder al ¿Qué es el Proceso de Formación Académico y cómo se está trabajando dentro de la I.E.?, de mostrar los rasgos aparentes de esta realidad, dar una imagen de esta situación<sup>18</sup>.

<sup>19</sup>El Proceso de Formación Académico es un asunto complejo en el cual inciden diversos tipos de elementos que provienen de la familia, el centro académico o escolar y la comunidad en general.

Los profesores influyen de diversa manera en el proceso de formación escolar, tanto por lo que aportan directamente como por lo que pueden agregar de forma indirecta o tangencial. No obstante, queda claro que entran en juego su papel como docente y como persona, en general. La situación cambia dependiendo del nivel educativo del que se trate aunque hay algunas cuestiones que se mantienen relativamente constantes.

En un primer momento, como docente, el profesor es el responsable de la coordinación del grupo de alumnos, de la implementación de cierto tipo de actividades que permitan el logro de aprendizajes definidos por parte de los alumnos. De igual forma, es el docente el

---

<sup>16</sup> CONALEP, 2010

<sup>17</sup> ROBLE, 2010

<sup>18</sup> GIRY, 2006

<sup>19</sup> [www.mineduacion.gov.co/1621/articles-90103\\_archivo\\_pdf.pdf](http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-90103_archivo_pdf.pdf)

responsable del cumplimiento de los objetivos plasmados en los planes y programas de estudios. Por lo tanto, el maestro influye en el proceso de formación escolar al tener parte de la responsabilidad en el cumplimiento de objetivos educativos (recordemos que los alumnos son quienes aprenden y quienes tienen el otro tanto de responsabilidad al respecto), al ser el responsable de generar un ambiente de aprendizaje y trabajo agradable al interior del aula de clases y al ser la figura de autoridad en el salón, autoridad que debe ser correctamente utilizada y que sirve para mantener el orden dentro del mismo.

También, el tipo de estrategias que implementen los docentes harán que los alumnos logren trabajar de forma adecuada en clase y puedan aprender los contenidos de formas diversas. Así, el estilo de trabajo del profesor hace que la clase trabaje de forma individual o colectiva, en competencia o en colaboración, persiguiendo un fin común o individual. De igual forma, la concepción sobre el aprendizaje y las formas idóneas de enseñanza que posea el docente hace que el proceso formativo sea de una u otra forma. Hay maestros que promueven una metodología conductista, otros prefieren el constructivismo, otros tantos hablan de la formación en competencias y algunos de la formación crítica. La consideración de cada una de estas metodologías o estrategias depende de las convicciones del docente y de los lineamientos elaborados por los centros escolares y los ministerios de educación.

De igual forma, el docente se convierte en un ejemplo para el alumno, por lo que su actuar incide directamente en el tipo de comportamiento que pueden imitar sus alumnos. Al igual que la imitación del comportamiento de los padres, la imitación del comportamiento de los docentes es uno de los factores que van delinendo la personalidad

de los sujetos. La estrecha convivencia entre ellos, además de la figura de respeto y autoridad que ostenta el docente en un primer momento, hace que los alumnos consideren correctas las actitudes que muestran sus profesores. De esta forma, si el docente es una persona responsable y congruente en su actuar, los alumnos tendrán como modelo ese tipo de conductas. Este tipo de influencia es tangencial, pero no de menor importancia.

También influyen en el grupo al promover cierto tipo de conductas en detrimento de otras. Hay profesores que fomentan la convivencia y la paz entre sus alumnos; en cambio, hay otros que promueven la competencia e, inclusive, la violencia, permitiendo que se presenten problemas como el bullying. El tipo de acercamiento con los alumnos y la importancia que le den al trabajo escolar también influyen en el proceso de formación escolar.

Finalmente, las palabras, los actos de los docentes, su comportamiento e, incluso, omisiones, son elementos que inciden en la formación de los estudiantes y que les permiten reflexionar sobre algunos aspectos del trabajo académico. No por nada, cuando se crece, es posible recordar tanto a los buenos como a los malos maestros y ellos se convierten, en muchos casos, en figuras importantes para la toma de decisiones vocacionales.

#### **1.4. CARACTERÍSTICAS DEL PROBLEMA.**

Esta parte se encarga del estado del problema en la Institución que se ubica el objeto de estudio, es la explicación de cómo se manifiesta el

problema en el contexto de estudio, qué características tiene el problema de la Institución<sup>20</sup>.

Las características y manifestaciones que hemos podido identificar son las siguientes:

### **Poca iniciativa para integrar el emprendedurismo en el plan de estudio:**

“En sí existe un abandono de los contenidos esenciales para desarrollar el espíritu emprendedor, pues no se están abordando los temas de creatividad y liderazgo, cultura y pensamiento empresarial, entorno e innovación, trabajo y empleo, influencia de desarrollo empresarial, estos temas deben ser tratados a lo largo de la formación con la finalidad que las alumnas tengan un bagaje amplio para valorar la importancia del desarrollo de las capacidades humanas en la generación de ideas empresariales, como resultado del análisis de las oportunidades de negocio”<sup>21</sup>

### **Limitaciones en el desarrollo de las sesiones de aprendizajes:**

“Los métodos y técnicas con las que se está enseñando están desfasados, sólo se basan en desarrollar lo teórico que es fundamental, pero lo empírico no hay que dejarlo de lado, también es importante y más aún si queremos fomentar el emprendedurismo en nuestras alumnas”<sup>22</sup>

“Los docentes debemos entender que nuestra labor es ayudar a las alumnas a comprender nuevas posibilidades y contextos de

---

<sup>20</sup> OYAGUE, 2006

<sup>21</sup> Entrevista Docente de la I.E. Junio del 2014.

<sup>22</sup> Entrevista en Profundidad Docente de la I.E. Junio del 2014.



aprendizaje emprendedor e innovador, así como facilitarles estrategias adecuadas para afrontar este proceso de cambio. Debemos de facilitar la información, así como desarrollar estrategias para su entendimiento y aplicación, los temas desarrollados deben estar acompañados de casos que una lo teórico y se aplique a la realidad”<sup>23</sup>.

### **Contenido tradicional de la enseñanza:**

“El contenido desarrollado en clase no promueve la búsqueda de un proyecto de vida personal, a través del desarrollo de la cultura del emprendimiento, orientado hacia la innovación y el desarrollo de proyectos empresariales viables, desarrollando habilidades, actitudes, valores y disposiciones que permitan comprender la lógica y los referentes de la vida empresarial al servicio del entorno social del estudiante”<sup>24</sup>

“La enseñanza que se brinda a las alumnas es mecanicista, memorística y sin participación. La falta de una explicación clara de las clases, la impuntualidad y otros factores como el contenido que se enseña empaña la formación emprendedora de las estudiantes”<sup>25</sup>

### **Limitadas herramientas con las que cuenta el Docente para emprender:**

El educador debe tener, o saber encontrar, y saber usar las herramientas necesarias que lo capacitan para desarrollarse, afrontar y solucionar problemas creando empresas educativas. “Si el cambio

---

23 Testimonio Docente de la I.E. Junio del 2014.

24 Testimonio Docente de la I.E. Junio del 2014.

25 Entrevista Docente de la I.E. Junio del 2014.

no se da desde el que enseña, imaginemos que tipo de estudiantes se está formando”<sup>26</sup>

### **Pensamiento conformista:**

“Hoy en día deberíamos contar con estudiantes que están dispuestos a enfrentar los cambios, que cuentan con medios de comunicación a su alcance, con metas y proyecciones; nuestra realidad es diferente, aún tenemos el tipo de estudiante que si el profesor le dice has esto o aquello lo hace si no, no lo hace; son conformistas y se enredan en un círculo vicioso”<sup>27</sup>

### **El rol que cumplen las alumnas no es adecuado:**

“Si no existe iniciativa propia de querer aprender más en las alumnas de nada sirve proporcionarle metodologicamente los mejores temas, el éxito depende de cada uno, claro esta también darle el apoyo como entidad educativa”<sup>28</sup>

“Las alumnas asumen una actitud pasiva, de acumulación de conocimientos, las actividades encaminadas a la innovación son tomados como aburridos”<sup>29</sup>

“Las alumnas no poseen habilidades del saber hacer. El saber hacer es el núcleo de los emprendedores. Sobre el saber hacer, Serrano introduce la doble condición: El saber qué y el saber cómo: Qué investigar y cómo investigar, qué empresa crear y cómo crear. Saber

---

<sup>26</sup> Testimonio de Director de la I.E. Junio del 2014.

<sup>27</sup> Entrevista Docente de la I.E. Junio del 2014.

<sup>28</sup> Entrevista Docente de la I.E. Junio del 2014.

<sup>29</sup> Entrevista Docente de la I.E. Junio del 2014.

aprender es desarrollar una competencia que requiere un saber qué aprender y un saber cómo hacerlo; el maestro que orienta el aprendizaje, requiere además un saber cómo se da ese proceso en el individuo y en la sociedad y un cómo se debe o se puede orientar”<sup>30</sup>

### **Las estudiantes no tienen espíritu emprendedor:**

“Se debe enseñar a las alumnas a ser emprendedoras en el sentido que se les debe animar a tomar las riendas de su propia vida y a crear su propio lugar de trabajo, el espíritu emprendedor supone desarrollar la iniciativa personal, la confianza en uno mismo, la creatividad, el dinamismo, el sentido crítico, la asunción de riesgos, y otros muchos valores que hacen a las personas activas ante las circunstancias que los rodean y es lo que presisamente les hace falta desarrollar a nuestras alumnas”<sup>31</sup>

### **Limitada motivación:**

“Somos concientes que hace falta motivar a las alumnas para que desarrollen el perfil de emprendedoras, también debemos de tener en cuenta que cada alumna tiene sus propias características y por lo tanto debemos de adecuarnos a dichas características ya sean psicologicas, actitudinales, personales, sociales, etc.”<sup>32</sup>

### **Poco uso de la Tecnología:**

“Nuestra institución no ha invertido en tecnologías, tendencia que cabe plantearse como aspecto a reflexionar por parte de los diferentes institucionales, como promotores de nuevas iniciativas empresariales. De las pocas tecnologías existentes en el área de innovación, no

---

<sup>30</sup> Entrevista Docente de la I.E. Junio del 2014.

<sup>31</sup> Entrevista Docente de la I.E. Junio del 2014.

<sup>32</sup> Entrevista en Profundidad Docente de la I.E. Junio del 2014.

sabemos el manejo correcto o adecuado, a pesar de que en la actualidad el uso de la tecnología se hace absolutamente necesario para todos los aspectos”.<sup>33</sup>

“Nos comentan que podemos utilizar la tecnología de diversas formas. Las podemos utilizar para servir mejor, más rápido, más barato y más fácilmente. Podemos emplearlo para comunicarnos rápidamente, aprender mejor los contenidos, realizar trabajo de manera inmediata; pero el gran problema de todo esto es que nunca nos demuestran cómo hacer esas actividades”<sup>34</sup>

## **1.5. METODOLOGÍA EMPLEADA.**

### **1.5.1. Paradigma y modalidad de la investigación.**

El paradigma que se asumió en la presenta investigación es el denominado Paradigma Cualitativo porque es una investigación propositiva.

### **1.5.2. Contexto y sujetos de Investigación.**

La investigación se realizó en la Institución Educativa José Matías Manzanilla, Región Piura.

Los sujetos de la investigación fueron las estudiantes de 5° grado del nivel secundario.

---

<sup>33</sup> Entrevista a Docente de la I.E. Junio del 2014.

<sup>34</sup> Testimonio de Estudiante de la I.E. Junio del 2014.

### 1.5.3. Metodología aplicada en la investigación.

Para el desarrollo de la presente investigación, se aplicaron métodos teóricos y empíricos, los mismos que han permitido abordar con profundidad la Estrategia de Gestión Empresarial para fomentar el emprendedurismo en las estudiantes de 5° grado del nivel secundario.

➤ **Métodos Teóricos:**

Los métodos teóricos utilizados han servido para hacer el análisis de las teorías necesarias que nos sirven para fomentar el emprendedurismo.

➤ **Método Histórico – Lógico:**

Que sirvió en la compilación de las teorías y la determinación de los niveles de desarrollo del emprendedurismo.

➤ **Método Inductivo:**

Este método se utilizó para identificar la problemática del ámbito de estudio, se manifiesta al momento de observar algunas tareas que realizaban los grupos de alumnas en el aula.

➤ **Método Analítico:**

Por medio del análisis se estudian los hechos y fenómenos separando sus elementos constitutivos para determinar su importancia, la relación entre ellos, cómo están organizados y cómo funcionan estos elementos, este procedimiento simplifica las dificultades al tratar el hecho o fenómeno por partes, pues cada parte puede ser examinada en forma separada en un proceso de observación, atención y descripción.

➤ **Método de Síntesis:**

Reúne las partes que se separaron en el análisis para llegar al todo. El análisis y la síntesis son procedimientos que se complementan, ya que una sigue a la otra en su ejecución. La síntesis le exige al alumno la capacidad de trabajar con elementos para combinarlos de tal manera que constituyan un esquema o estructura que antes no estaba presente con claridad.

➤ **Método Empírico:**

Se utilizó en el diagnóstico del problema y el seguimiento del objeto de estudio, para lo cual se aplicaron instrumentos de recolección de información, tales como: Entrevistas, testimonios, observación y encuesta, para tal efecto se procedió a realizar las siguientes coordinaciones y procedimientos:

- Coordinación con el Director.
- Coordinación con los docentes.
- Preparación de los instrumentos de acopio de información.
- Aplicación de los instrumentos de acopio de información.
- Formación de la base de datos.
- Análisis de los datos.
- Interpretación de los datos.
- Exposición de los datos.

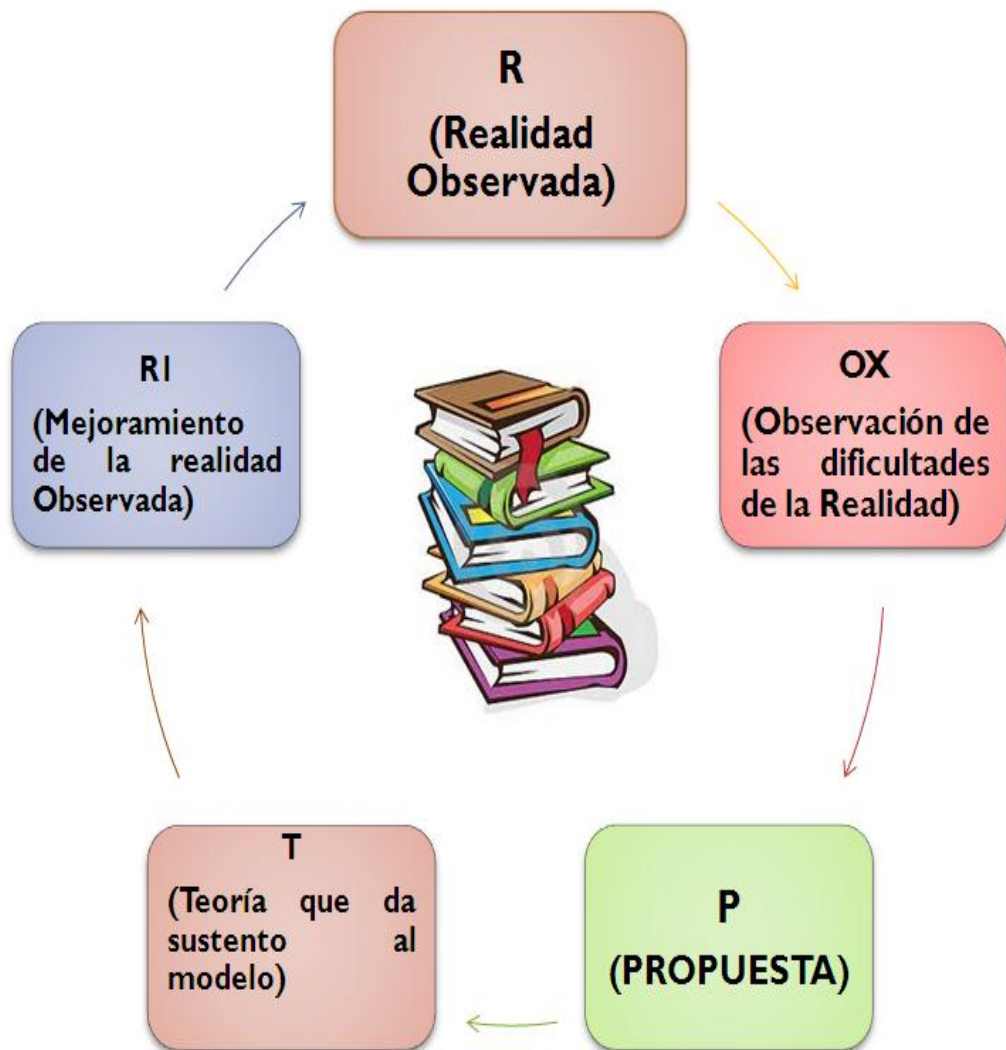
#### **1.5.4. Estrategias de recolección de información.**

El trabajo está diseñado en dos fases:

En la primera hemos considerado el diagnóstico situacional y poblacional que nos permitió seleccionar las técnicas de investigación.

En la segunda fase desagregamos las variables, haciendo hincapié en la variable independiente que guarda relación con la elaboración de la propuesta.

La investigación adoptó el siguiente diseño:



FUENTE: Elaborado por Investigadora.

#### 1.5.5. Población y muestra.

##### **Población:**

La delimitación del universo está definida por la totalidad de alumnas de quinto grado de nivel secundario de la I.E. José Matías Manzanilla.

**U= 28 Estudiantes.**

##### **Muestra:**

La selección del tamaño de la muestra guardó relación con el tamaño del universo y como es homogéneo y pequeño estamos frente a un caso de universo muestral.

**U = n = 28 Estudiantes.**

#### 1.5.6. Materiales, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

➤ **Materiales:** Papel, Cd, computadoras, diapositivas, plumones, proyector multimedia y otros instrumentos.

➤ **Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Las técnicas de recolección de datos que se utilizaron fueron:

- **Fuentes Primarias:** Utilizamos la guía de observación y encuesta, instrumentos que me orientarán a conocer los niveles de fomento de emprendedurismo. Asimismo la entrevista estructurada aplicada a los docentes para recoger sus percepciones sobre este problema. También se recurrió a los métodos cualitativos, o sea a la entrevista en profundidad y al testimonio.



#### **1.5.7. Procedimientos para la recolección de datos.**

Para el caso de los datos primarios se conquistaron, se analizaron e interpretaron. La investigación para ser original estuvo teñida por un 80% de datos primarios.

Para el caso de los datos secundarios se les tomó en calidad de préstamo y tienen carácter complementario respecto a los datos primarios. Constituyeron 20% de la investigación.

#### **1.5.8. Análisis Estadístico de los Datos.**

- **Seriación** : Codificación de los instrumentos.
- **Codificación** : Asignación de un código a las categorías de cada ítems.
- **Tabulación** : Elaboración de cuadros categóricos.

## **CAPÍTULO II**

### **SUSTENTACIÓN TEÓRICA**

#### **2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.**

➤ **La UNESCO<sup>35</sup> y La Unión Europea:**

Desarrollaron a fines del siglo pasado esfuerzos tendientes a encarar de la mejor manera los retos que la sociedad del conocimiento plantea. Un documento trascendental lo constituye, el Informe de la Comisión Dellors, así como la Declaración Mundial sobre la Educación en el Siglo XXI: Visión y Acción. En estos documentos se plantean líneas maestras para el desarrollo de los escenarios de la educación.

En el Informe Dellors se lee "La Comisión se ha hecho eco de otra utopía: La sociedad educativa basada en la adquisición, la actualización y el uso de los conocimientos. Estas son las tres funciones que conviene poner de relieve en el proceso educativo. Mientras la sociedad de la información se desarrolla y multiplica las posibilidades de acceso a los datos y a los hechos, la educación debe permitir que todos puedan aprovechar esta información, recabarla, seleccionarla, ordenarla, manejarla y utilizarla". Indican las Misiones y Funciones de la Educación: "Promover, generar y difundir conocimientos por medio de la investigación y, como parte de los servicios que ha de prestar a la comunidad, proporcionar las competencias técnicas adecuadas para contribuir al desarrollo cultural, social y económico de las sociedades, fomentando y desarrollando la investigación científica

---

<sup>35</sup>[http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user\\_upload/archive/publications/free\\_publications/educ\\_qualite\\_esp.pdf](http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/archive/publications/free_publications/educ_qualite_esp.pdf)

y tecnológica a la par que la investigación en el campo de las ciencias sociales, las humanidades y las artes creativas.”

- **Departamento de Ciencias de la Administración. Programa de Desarrollo Emprendedor. Uruguay. Catherine Krauss,** en Experiencias del Concurso de Ideas y Planes de Negocios - Lecciones Aprendidas: ¿Cómo fomentar las Actitudes Emprendedoras de los Estudiantes?

La educación tiene un rol muy importante en el fomento de las actitudes emprendedoras de los estudiantes. Se han estudiado diferentes formas y modalidades de cómo hacerlo. En este caso, se analiza la experiencia realizada sobre el Concurso de Ideas y Planes de Negocios y las lecciones que se han aprendido.

«La educación tiene una responsabilidad central en identificar y fomentar a los que pueden ser emprendedores» como lo indica Hatten (1993). Por esta razón, lo que se busca es desarrollar actitudes emprendedoras en los estudiantes de forma que un número significativo de graduados cree su propia empresa, se desarrolle como emprendedor y de esta forma contribuya al desarrollo del país y a la generación de empleos.

Como resultado de dicho estudio, se concluyó que, las actitudes emprendedoras globales disminuyeron después de uno y de dos años de experiencia académica. Cada vez es mayor el consenso que existe sobre el rol de la Universidad como formadora de emprendedores. Laukkanen (2000) considera que para las universidades el hecho de formarlos se podría considerar la «tercera obligación», entendiéndola como motor de desarrollo. Al momento en que asuman esta obligación, harán posible que la

enseñanza del emprendedurismo produzca mayor creación y mejor crecimiento de empresas, traducéndose en un importante progreso regional.

➤ **Tesis Doctoral de D. Guillermo Antonio Gutiérrez Montoya.**

**Título:** “El Comportamiento Emprendedor en el Salvador (2011)”. Según algunos estudios, la educación influye de manera positiva en los emprendedores<sup>36</sup>. Aunque existe la idea de que los emprendedores tienen un nivel educativo inferior al de la población en general, las conclusiones de las investigaciones indican que no es así<sup>37</sup>. Existe evidencia reciente donde se sugiere que la enseñanza no convencional ayuda a los empresarios a tener éxito<sup>38</sup>; de hecho, los empresarios de hoy tienen grados de estudios avanzados y probablemente sean graduados de la universidad, y una experiencia educativa creativa y no tradicional eleva el nivel de emprendedurismo<sup>39</sup>

La motivación para crear una empresa también puede provenir de los profesores<sup>40</sup>. Silva Duarte (2009) establece que el ambiente educativo es fundamental, dado que el niño y el joven afianzan dos papeles esenciales para el ejercicio de la vida adulta: a) la sumisión y b) la autonomía.

---

36 MORRIS, 1998; COWLING, 2000

37 HISRICH, 2005

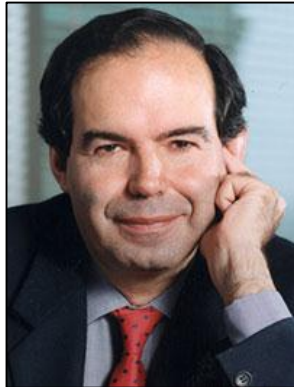
38 TORTELLA ET AL., 2010

39 MORRIS, 1998

40 MAURI LAUKKANEN, 2000

## **2.2. BASE TEÓRICA.**

### **2.2.1. TEORÍA DEL PENSAMIENTO LATERAL DE EDWARD DE BONO.**



FUENTE: Imagen de Google.

Se dedican muchos esfuerzos a los avances de la informática, de la inteligencia artificial, pero muy pocos a desarrollar la capacidad de pensar, el pensamiento. El que usamos fue diseñado originalmente por tres grandes filósofos griegos Sócrates, Platón y Aristóteles.

Edward de Bono expone en su libro *El Pensamiento Paralelo*, de Sócrates a De Bono (Paidós) un discurso crítico constructivo para la lógica de la verdad, del juicio y del razonamiento de los tres grandes griegos que han dominado la educación y los modos de pensar durante milenios. En él expone su teoría del pensamiento paralelo y la creatividad como alternativa a la lógica clásica. Esta última está estancada, encadena la mente a la realidad analizada y enzarza al personal en la controversia en lugar de abrirse a nuevas ideas y la realidad exige actualizarla<sup>41</sup>.

#### **Pensar en el Futuro.**

Según Edward de Bono en el futuro habrá tres “commodities” (mercancías)<sup>42</sup>:

---

<sup>41</sup> DE BONO EDWARD. 2006. *El Pensamiento Lateral*. Editorial Paidós Ibérica S.A. ISBN 968-853-233-9

<sup>42</sup> IDEM

1. La competencia. Una empresa para poder sobrevivir en el futuro ha de ser competente.
2. La información. Nadie podrá destacarse por tener más información que otros porque todos tendremos acceso a ella.
3. La tecnología. Por si misma no sirve para crear valor. Pasa lo mismo que con la información.

La clave del éxito estará en el valor que podamos extraer de esta información, tecnología y en el diseño y la distribución de productos.

El pensamiento tradicional no está preparado para esta transformación que deben llevar a cabo las empresas para afrontar el futuro.

Para responder a esto hace falta un pensamiento creativo, constructivo y con capacidad de diseñar algo nuevo.

Tener un coeficiente intelectual elevado no implica saber pensar bien. Por ejemplo, de nada sirve tener un automóvil de grandes prestaciones si quien lo conduce no le sabe sacar todo el rendimiento al mismo.

### **Técnicas de los Seis Sombreros para Pensar<sup>43</sup>**

El Pensamiento Lateral de Edward de Bono se basa en romper la linealidad de la lógica normal (unidireccional) y explorar las zonas laterales de la misma (cuenta con infinitas maneras de llegar a una solución porque llega a ella por caminos distintos a los del

---

43 DE BONO EDWARD. 2006. El Pensamiento Lateral. Editorial Paidós Ibérica S.A. ISBN 968-853-233-9

pensamiento lógico). Parte del supuesto que la línea recta es la más corta entre dos puntos, pero a veces no es la más original.

El Pensamiento Lateral es un pensamiento creativo, es una forma de escapar de las ideas fijas, de la creación de modelos fijos de conceptos, lo que limita las posibilidades de uso de la nueva información disponible, todo ello para crear ideas nuevas, pero toda idea creativa valiosa debe ser lógica a posteriori sino sería una idea “alocada”. Por tanto, reconoce que ambos pensamientos son igualmente necesarios: el lateral, creativo para crear ideas y el pensamiento lógico para desarrollarlas, seleccionadas y usarlas. Ambos son complementarios.

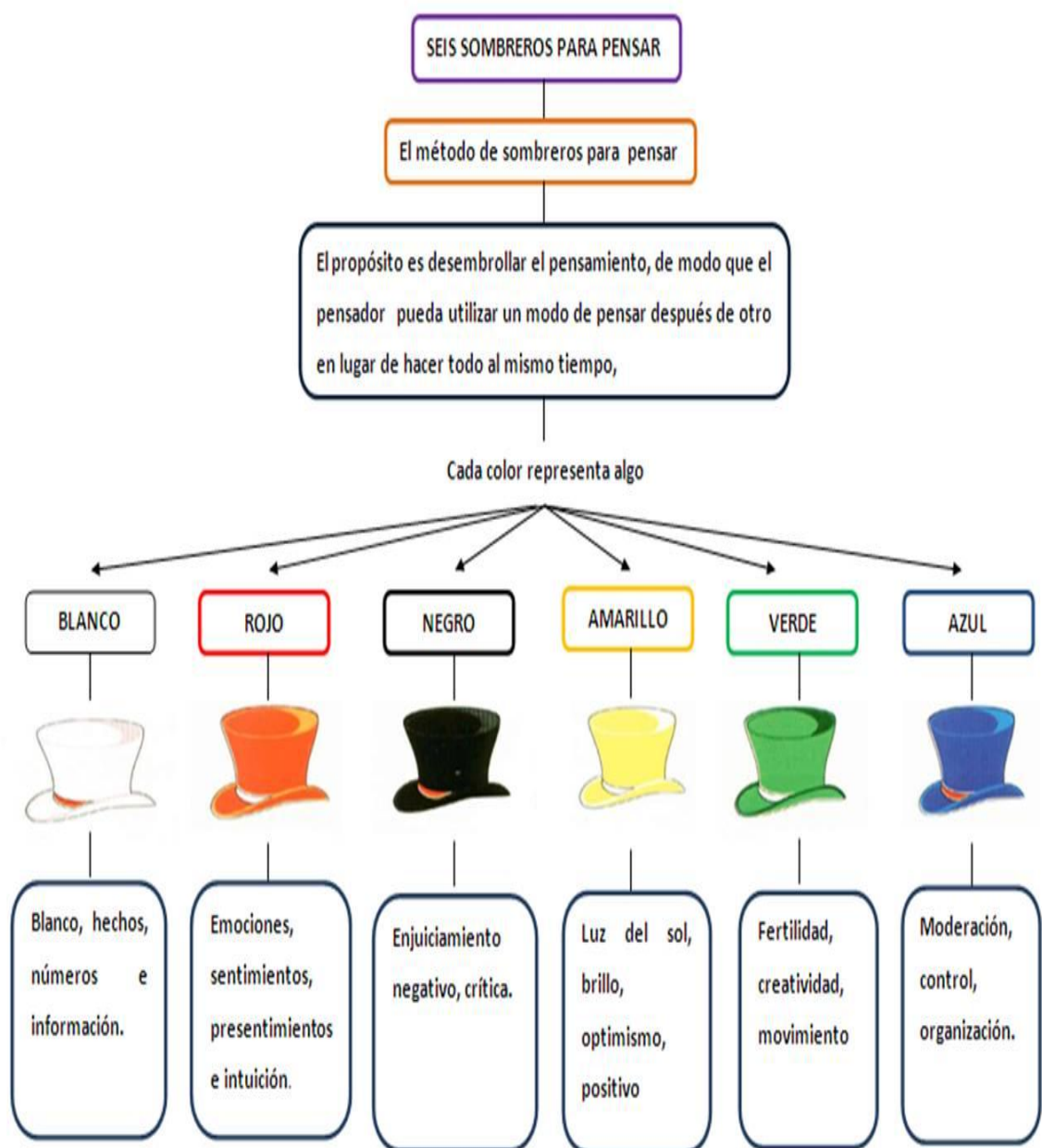
El corazón de esta teoría está en la posibilidad de cambiar en cualquier momento, la posición propia por la de otros, para observar como se ve desde un ángulo diferente. En el Pensamiento Lateral en algún momento las partes miran en la misma dirección. Para identificarla expone la técnica de creatividad de los Seis Sombreros para Pensar.

### **Seis Sombreros para Pensar**

1. Nos describe un camino sencillo pero efectivo para convertirse en un mejor pensador.
2. Evita la tendencia normal de hacer todo al mismo tiempo, ya que las sustancias químicas que regulan la actividad cerebral son distintas cuando uno es cauteloso, positivo o creativo. Tratar de ser todo a la vez provoca que el pensamiento sea menos preciso y la argumentación resultará menos centrada y positiva.
3. Nos permite apartarnos de la discusión que se entabla cuando ante el análisis de un tema los protagonistas se encierran en sus

respectivas posiciones donde se interesa más por ganar la discusión que por analizar el tema, con el propósito de obtener un análisis conjunto, de cooperación.

Los diferentes **sombreros para pensar** son los siguientes:



FUENTE: Elaborado por Investigadora de acuerdo a información.



## Cómo Conseguir ser Creativo<sup>44</sup>

1. Según el autor nuestro cerebro no puede funcionar de manera creativa y por ello considera tres técnicas para conseguirlo:

- **El desafío:** Ron Barber, presidente de la Prudential Insurance de Canadá desafió el concepto tradicional del seguro de vida como un beneficio exclusivamente asociado a la muerte y amplió su alcance a la cobertura de otras necesidades durante la vida. El éxito de la propuesta le llevó a la presidencia de Prudential en los EEUU.
- **La provocación:** Implica plantear una posibilidad que está fuera de nuestra experiencia, por lo que a primera vista puede parecer imposible
- **El movimiento:** Muy diferente del juicio. Cuando emitimos un juicio evaluamos una idea, la rechazamos o la aprobamos. En el movimiento no nos interesa si la idea está bien o mal sino simplemente saber a dónde nos conduce. Un elemento aparentemente aleatorio en una mente bien dispuesta ha desencadenado grandes ideas. No se pueden planificar estos momentos. Para ser creativos no podemos elegir lo que hacemos sino que debemos dejarlo librado al azar.

2. No considerar la creatividad como un proceso superfluo reemplazable por ráfagas periódicas de inspiración:

Para percibir la diferencia es interesante comparar dos actitudes, culturales opuestas. En Italia la gente suele ser brillante y creativa, pero las ideas no lo son tanto porque los italianos son

---

<sup>44</sup> IDEM

muy sociales y disfrutaban del tiempo con sus amigos y si tienen una idea y la comparten y es rechazada simplemente la descartan.

Por el contrario en el Reino Unido si algún inglés hace partícipe de una idea a sus amigos no veremos desecharla porque ellos no la aprueban, al contrario la considerará algo limitados para entenderla y seguirá adelante.

Por tanto, es importante la gestión del conocimiento a través de alguien capaz de manejar con fluidez la generación e implementación de nuevas ideas.

- 3- Considerar la creatividad como un enfoque sistemático y estructurado que se puede aprender como cualquier otra habilidad. La creatividad no es un don.
- 4- Eliminar las inhibiciones de la persona, si tiene miedo a equivocarse o a no tener razón esto le impide arriesgarse a ejercer la creatividad.

- 5- No considerar la creatividad sólo como un brainstorming.

El brainstorming “tormenta de ideas” es el mecanismo psicológico de la asociación de ideas en un grupo donde los participantes expresan ideas.

Múltiples de forma espontánea y sin posibilidad de críticas mientras son presentadas y recogidas por el grupo hasta una fase posterior donde se discuten y son elegidas las más adecuadas. Expone el autor que no es necesario que la creatividad sea un proceso de grupo. Aplicando las técnicas adecuadas un individuo aislado puede llegar a ser más creativo

siguiendo un proceso deliberado y controlado en el que tomamos de rumbo cuando lo deseamos en vez de ser zarandeados por la “tormenta”

### **Gestión del Conocimiento. La Figura del Campeón.**

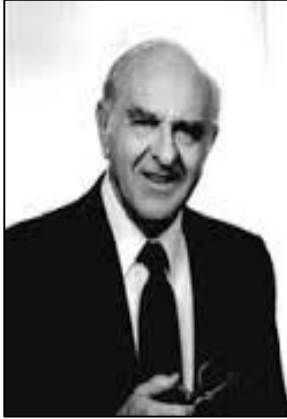
La creatividad puede ser un riesgo o una expectativa. Si desde la alta gerencia se la ve como una expectativa, la gente tratará de jugar con nuevas ideas.

Si esa cultura no se difunde ser creativo será considerado como un riesgo, desencadenante de problemas políticos o territoriales.

Por todo ello aparece la figura del “campeón”.

- Figura que lidere la creatividad.
- Punto de enlace entre la persona que tiene la idea y el encargado de operarla.
- Tiene que tener objetivos claros y capacidad para manejar con fluidez la generación y para poner en marcha ideas y asociarlas con otras.
- No debe dedicarse al manejo de datos e información (datamining) porque arrastraría hacia la actual inercia cultural en lugar de promover ideas, sólo buscar una garantía de aceptación. Las ideas nuevas son creaciones mentales que sólo después de nacidas se relacionan con los datos disponibles, sino serian una combinación de ideas ya existentes.

### 2.2.2. TEORÍA DE LA CONTINGENCIA DE FRED FIEDLER<sup>45</sup>.



FUENTE: Imagen de Google.

Fred Eduardo Fiedler nació en 1992. Es uno de los investigadores principales en la psicología Industrial y de organización del siglo XX. El Modelo de la Contingencia de Fred Fiedler, propone que el desempeño eficaz de grupo depende del ajuste adecuado entre el estilo de interacción del líder con sus subordinados, y de la medida en la cual la situación le da control e influencia al líder.

El éxito del liderazgo depende por un lado del estilo del líder y de las demandas del grupo o empresa. No existe por tanto un estilo único, sino que el éxito se encuentra en aplicar el estilo adecuado para el grupo en el momento adecuado. Se hace necesario por tanto conocer al grupo y en base a ello aplicar el estilo adecuado.

Además asiló tres criterios situacionales, las relaciones líder miembro, la estructura de la tarea y la posición de poder, que pueden ser manipuladas para crear el ajuste adecuado con la orientación al comportamiento del líder. Fiedler va significativamente más allá de las características y de los enfoques del comportamiento al tratar de aislar situaciones.

Para comprender mejor este modelo debo analizar lo siguiente:

#### **Identificación del estilo del liderazgo**

---

<sup>45</sup> <http://www.elergonomista.com/lidfiedler.html>

Fred Fiedler asume que el estilo individual de liderazgo es fijo, es innato en la persona, no puede cambiar su estilo para ajustarse a las situaciones cambiantes<sup>46</sup>.

### **Definición de la situación**

Es necesario comparar al líder con la situación. Fred Fiedler ha identificado tres dimensiones de contingencia, que son:

- Relaciones líder- miembro: El grado de credibilidad, confianza y respeto que los subordinados tienen con su líder.
- Estructura de la tarea: El grado en el cual la tarea del puesto implica procedimientos.

Posición de poder: El grado de influencia que un líder tiene sobre las variables de poder como las contrataciones, los despidos, la disciplina, los ascensos y los incrementos de salario<sup>47</sup>.

El liderazgo ha existido siempre, de hecho ha estado inherente a la propia existencia del hombre y lo ha acompañado a lo largo de su historia. Se puede definir liderazgo como la capacidad de promover el seguimiento voluntario de otras personas, casi siempre la iniciación de un cambio.

El papel del líder evoluciona paralelamente al desarrollo económico. Antiguamente el líder se basaba en la dirección patrimonial, en la cual, tanto la propiedad como los altos cargos directivos de la

---

<sup>46</sup> FRED E. FIEDLER, A Theory of Leadership Effectiveness, Nueva York, McGraw-Hill, 1967

<sup>47</sup> <http://www.eumed.net/libros/2007a/231/77.htm>

empresa eran controlados por los miembros de las familias, garantizando así un mínimo de fidelidad y de cooperación.

A este tipo de dirección responde el líder tradicional, puesto que hereda el poder ya sea por la costumbre que ocupe un cargo destacado o porque pertenece a un grupo de familia. La división del trabajo originó la dirección profesional en la que los puestos claves de una empresa son ocupados por personas que posean aptitudes y conocimientos técnicos.

Este sistema viene determinado por la innovación y los grandes avances en las tecnologías, por lo que se requiere una alta cualificación por parte de los directivos para llevar a cabo las diversas actividades especializadas. A este factor se le une el desarrollo creativo del propio líder, que cada vez, cobra más importancia su participación en la empresa, ya que en los tiempos que corren las empresas requieren de verdaderos conductores, es decir, personas capaces de convocar a los demás frente a los grandes desafíos de éstas, además deben tener gran eficiencia en su desempeño y capacidad de relación rápida y acertada ante las demandas del medio. Un líder potencial es alguien que puede comprometerse con la gente con la que trabaja, a partir de una visión acertada de la situación actual y de las perspectivas futuras.

Los objetivos del líder deben ser claros, concisos y fruto de un largo período de modificación. Están basados en un nivel profesional, en ser eficaces con la máxima eficiencia posible y a nivel personal obtener el máximo grado de autorrealización, promovido por lograr la satisfacción y motivación de todos y cada uno de los miembros de la organización. El liderazgo supone ante todo poder, poder que

puede ser ejercido por los empresarios, los accionistas, los técnicos que dirigen la empresa.

### **El papel del líder en la empresa <sup>48</sup>**

Al líder se le asigna una serie de funciones:

- Líder como ejecutivo: Coordina las tareas del grupo y supervisa las actividades.
- Líder como organizador: Planifica, programa y orienta.
- Líder como estratega: Ordena, distribuye, dispone y arbitra recursos.
- Líder como experto: Ayuda, aconseja y complementa.
- Líder como fuente de recompensa y castigos: Premia, censura y reprime.
- Líder como árbitro y mediador: Ayuda, coopera, motiva y regula.
- Líder como portero del grupo: Representa, identifica y avala.

### **Estrategias**

Existen varias áreas de competencia, ciertos tipos de habilidades para dirigir a los seres humanos, de las que derivan tres estrategias de liderazgo básico:

- Atención mediante la visión. Para elegir un rumbo, el líder debe primero haber desarrollado una imagen mental de un futuro posible y deseable para la organización.
- Significado mediante la comunicación. Un factor esencial del liderato es la capacidad de influenciar y organizar significados

---

48 FRED E. FIEDLER, A Theory of Leadership Effectiveness, Nueva York, McGraw-Hill, 1967

para los miembros de una organización, esto crea una comunidad de aprendizaje y constituye una organización eficaz.

- Confianza derivada de la consistencia. Los líderes deben inspirar confianza, deben construir una buena imagen en base a la persistencia y a la constancia.

Fred Fiedler plantea que es muy difícil cambiar los estilos directivos que han conducido al éxito, por tanto cambiar el estilo para adaptarlo a la situación es menos eficiente que a la inversa, es decir adaptarse a la situación o cambiarla para que se ajuste a él resultaría más eficiente.

Fred Fiedler descubrió tres situaciones de liderazgo que ayudan a determinar qué estilo de liderazgo será eficaz:

- La cualidad de las relaciones entre líder y miembros.
- La estructura de la actividad.
- El poder de puesto del líder.

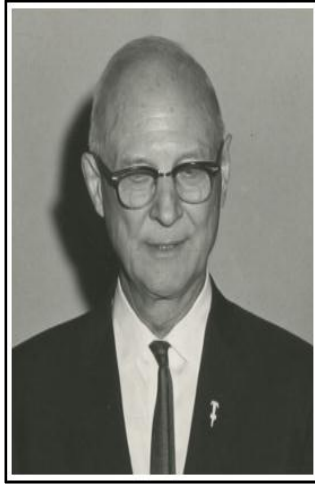
El modelo de Fred Fiedler establece una relación de adecuación entre el estilo del líder medido por la puntuación del compañero menos preferido y la situación, determinada por los factores antes mencionados para obtener un desempeño mejor.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> <http://www.eumed.net/ce/2010b/zacf.htm>



### 2.2.3. TEORÍA DEL ESPIRAL CREATIVO DE JOY GUILFORD <sup>50</sup>



FUENTE: Imagen de Google.

Joy Guilford elaboró como apoyo explicativo de su teoría un modelo de estructura del intelecto que constituye el pilar esencial para entender su propuesta: El cubo de la inteligencia. Su Teoría, llamada de la transmisión o la transferencia, es una propuesta esencialmente intelectual que sostiene que el individuo creativo está motivado por el impulso intelectual de estudiar los problemas y encontrar soluciones a los mismos.

<sup>51</sup>La Teoría del Espiral Creativo está basado en cuatro componentes del Pensamiento Creativo que postula J. Guilford: Fluidez, flexibilidad, originalidad y viabilidad.

- **Fluidez:** Capacidad de generar o producir la mayor cantidad de ideas, sobre un mismo tema. Conflicto y problemas, esta capacidad es fundamental para poder contemplar todas y casi todas las posibilidades que una situación posee y manifiesta a fin de elegir con libertad el gran abanico de probabilidades surgidas. Aquí no cabe el mandato social: "mas vale pájaro en mano que cien volando", aquí es conveniente tener cientos de pájaros aleteándonos la mente para conocerlos y luego, sí, elegir uno o varios para tener en la mano.

---

<sup>50</sup> [http://www.iacat.com/revista/recrearte/recrearte06/Seccion1/espiral\\_creativo.pdf](http://www.iacat.com/revista/recrearte/recrearte06/Seccion1/espiral_creativo.pdf)

<sup>51</sup> <http://psyberia.ru/data/0703>

- **Flexibilidad:** Capacidad de posicionarse desde diferentes puntos de vista, aún cuando en este proceso, los objetivos personales puedan modificarse o truncarse. Por lo tanto, este proceso implica dejar de lado egoísmos e intereses personales, para no bloquear la posibilidad de ubicarse en otros roles. A la hora de hablar de respuestas flexibles se habla de respuestas de distinta naturaleza u origen, sin vinculación aparente para un mismo cuestionamiento.
  
- **Originalidad:** Sobre esta polémica característica surgen dos definiciones o conceptos.
  - **“Capacidad de poder aplicar nuevos modos o nuevas concepciones, en las cosas antes creadas.** Imagino un gran rompecabezas armado y la posibilidad de desarmarlo y armarlo de otra manera, con las mismas piezas y hacer surgir otro paisaje totalmente distinto del primero.” Una inteligencia creativa como la habilidad de percibir categorías y órdenes nuevos “entre” los viejos”<sup>52</sup>.
  
  - **Capacidad de crear cosas totalmente nuevas, sin antecedentes en la historia.** Aquí ubico los descubrimientos, los grandes inventos, las grandes creaciones que marcaron puntos de inflexión dentro de la historia por no tener precedentes. El típico “antes y después de”.
  
- **Viabilidad:** Capacidad de poder concretar una idea o proyecto imaginado. Muchas veces, en el saber popular, no se tiene en cuenta este componente, por creerse al creativo una persona

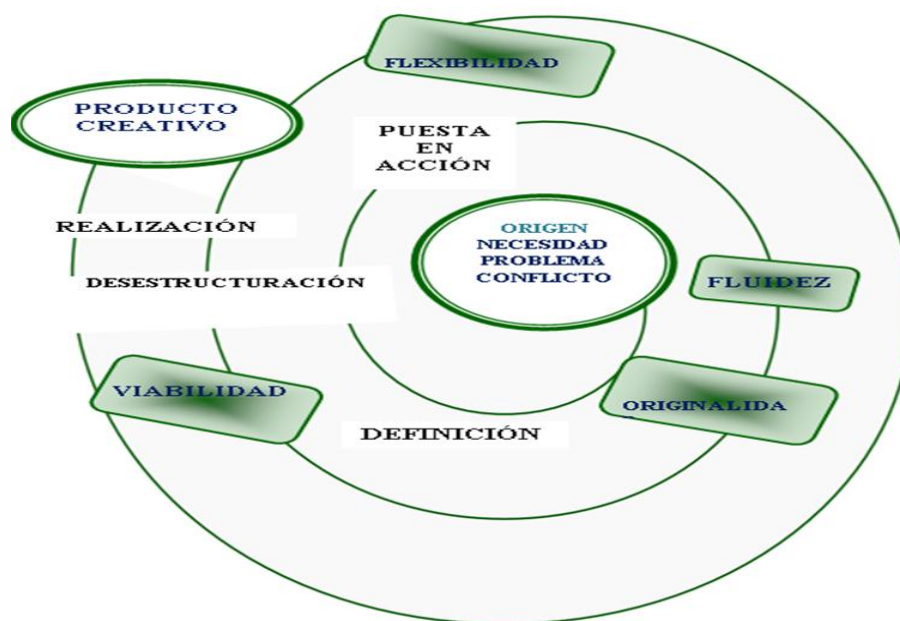
---

<sup>52</sup> BOHM Y PEAT, 1988

eminentemente “creadora” y hasta casi diríamos etérea. Pero es fundamental que tengamos en cuenta que este componente es el que marca la diferencia entre una persona creativa y una persona fantasiosa: la capacidad de concreción de las ideas.

Una vez expuesta la columna vertebral del proceso creativo, paso a definir la creatividad misma, ya que la puesta en funcionamiento del **espiral** sólo se motiva en pos de alcanzar la tan preciada joya.

La creatividad es el resultado de un modo especial de funcionamiento de los procesos mentales del individuo, y que lo conduce hacia el logro de acciones y/o productos novedosos, originales y altamente valiables. ¿Cuál es ese “modo especial del funcionamiento” del que hablo? ¿Cómo se da el recorrido creativo en el interior de la persona? ¿Qué es lo que motiva a cada etapa del mismo? ¿Qué consecuencia temporal tiene cada uno de estas etapas?, Todas estas interrogantes son las que contesto en el espiral creativo.



**Fuente:** Elaborado por investigadora en base a la información.

Se puede ver en el gráfico que todo el espiral esta recorrido y formado con la palabra interno-externo.

Esto se debe que las motivaciones que activan al desarrollo de la creatividad pueden provenir de agentes externos y de impulsos genuinamente internos. En el interior del creativo siempre hay motivos para estimular su pensamiento. Pero además en el proceso creativo el individuo interactúa permanentemente con esas energías que se ponen en juego y, a veces, hasta lo tironean y se conflictúa: Las fuerzas interiores del espíritu y las demandas exteriores sociales.

La entrada del espiral creativo se puede dar por la entrada de cualquiera de sus estadios. Pero convencemos por el centro (estadio Nº 1), porque así se inicia todo proceso de activación y puesta en movimiento de la persona: la detección de un problema, un conflicto o una necesidad que “cosquillea” en la mente del creativo.



**Fuente:** Elaborado por investigadora.

Haremos mención a tres conceptos, ya que no se refieren a lo mismo y es fundamental para la persona creativa conocerla:

**Necesidad,** es lo que no puede evitarse porque se hace imprescindible para un fin, las necesidades están más ligadas al

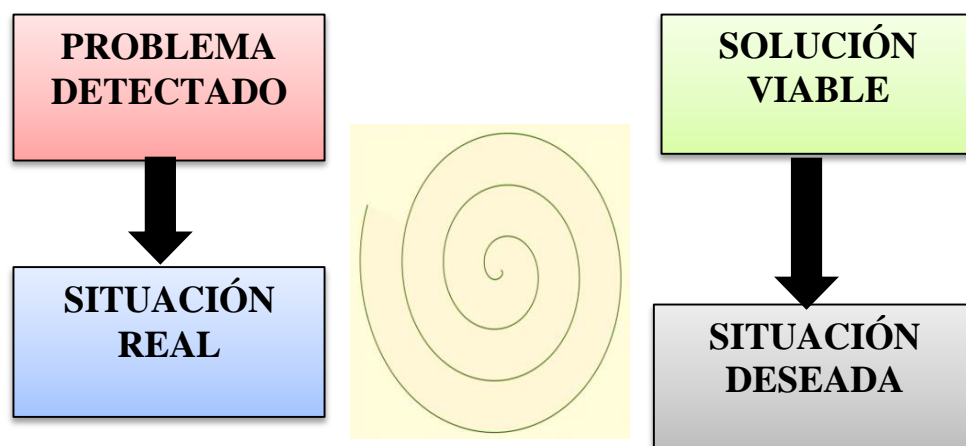
mundo interno del sujeto pues a mayor parte De ellas, tanto corporales como espirituales surgen desde ese interior. Cubiertas las necesidades primarias de subsistencia: alimentación, seguridad y abrigo el hombre comienza a sentir otras necesidades que son de orden espiritual: Necesidad de autorrealización, de aceptación en la sociedad, etc. (Maslow). Cualquiera que sea el origen de la necesidad el pensamiento creativo inicia el espiral con deseo de satisfacerla. El resultado de satisfacer una necesidad puede ser la creación de un producto tangible o intangible.

**Problema:** Surge como una perturbación del equilibrio mental de la persona. Cuando aparece un problema es porque se advierte que la situación pensada como ideal, no coincide con la situación real actual, lo que desequilibra el orden interno. Aquí (como en el surgimiento de una necesidad) también puede iniciarse en el espiral creativo: el individuo se pone en movimiento para acercar ambos puntos distantes y hacer que la situación real se acerque a lo ideal a fin de darle resolución a la problemática, y por consiguiente recuperar su equilibrio interior. Si esta resolución no es de fácil acceso, pueden aplicarse diversas técnicas de creatividad, a lo largo del recorrido espiralado y facilitar la elaboración de posibles soluciones. También la resolución de un problema puede llevar a la creación de un producto.

“Problema es algo que se interpone en el camino entre la realidad actual de una persona y entre lo que desea”<sup>53</sup>.

---

53 RODRÍGUEZ, 2002 PÁG.20



Fuente: Elaborado por investigadora.

**Conflicto:** Un conflicto es la lucha entre dos o más partes que se contraponen, en las cuales cada una pretende conseguir un fin determinado opuesto al otro o a los otros. El conflicto que puede iniciar el espiral creativo es posible que no involucre a la propia persona sino que este creativo ayude a resolver conflictos a otras personas y organizaciones, o que la resolución del conflicto esté ligada a la creación de un producto tangible. “Divergencia percibida de intereses o creencias que hacen que las aspiraciones corrientes de las partes no puedan ser alcanzadas simultáneamente”<sup>54</sup>.



Fuente: Elaborado por investigadora.

<sup>54</sup> PRUITT Y RUBIN, 2009, PÁG. 29

### CAPÍTULO III

#### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA

#### 3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

##### RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN

DIMENSIÓN	SIEMPRE	AVECES	NUNCA	TOTAL
Tiene confianza en sí misma y cree en sus potencialidades y habilidades.	3	6	19	28
Resuelve Problemas.	3	4	21	28
Es perseverante, insiste en el logro de lo que quiere.	2	3	23	28
Es capaz de improvisar ideas y acciones para solucionar problemas.	1	2	25	28
Propone alternativas innovadoras.	3	3	22	28
Comunica claramente emociones e ideas.	0	4	24	28
Tiene capacidad de autocontrol.	1	2	25	28
Define bien sus prioridades.	2	5	21	28
Utiliza con eficacia las nuevas tecnologías.	4	4	20	28

**Fuente:** Guía de observación aplicada a 28 estudiantes del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.

**ANÁLISIS:** Como se puede apreciar en el cuadro no se desarrollan entre las estudiantes características emprendedoras ya que no son capaces de improvisar ideas y acciones para solucionar problemas y tampoco tienen capacidad de autocontrol (25); no comunica claramente emociones e ideas (24); nunca es perseverante (23); nunca propone alternativas innovadoras (22); no resuelve problemas y no define prioridades (21); y no se tiene confianza en sí mismo y cree en sus potencialidades y habilidades (19).

El emprendedurismo es una disciplina que como tal debe ser enseñada en el proceso académico formativo promoviendo el desarrollo de habilidades técnicas (saber comunicarse en forma escrita y oral, conocimientos y habilidades en gestión y organización), habilidades de administración de empresas tales como planificar, tomar decisiones, saber comercializar y llevar la contabilidad, habilidades personales tales como control percibido interno, innovación, asunción de riesgo, perseverancia y liderazgo.

## **RESULTADO DE LA ENCUESTA**

### **CUADRO Nº 01: FORMACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ALUMNAS.**

<b>INDICADORES</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	8	29%
<b>NO</b>	20	71%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a 28 estudiantes del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.



**Análisis:** 71.4% de encuestadas responden que no se les brindan una formación académico empresarial de calidad, a diferencia del 29% que opinan lo contrario.

La plana docente no cumple con el rol de la Institución como formadora de emprendedores, es una obligación de la I.E. de hacer que la enseñanza del emprendedurismo produzca mayor creación. Considerando además de que la Institución Educativa de hoy necesita docentes con nivel profesional con sus convicciones de aprender y enseñar, y voluntad de querer brindar una formación de calidad a las alumnas.

#### **CUADRO Nº 02: FUNCIONALIDAD O UTILIDAD DE LOS CONOCIMIENTOS.**

<b>INDICADORES</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	5	18%
<b>NO</b>	23	82%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a 28 alumnas del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.

**Análisis:** 82% de las estudiantes afirman que los conocimientos que reciben no les son útiles y 18% responde que si les son de suma importancia.

Las estudiantes opinan que durante su proceso formativo no les han enseñado hacer planes de negocio que guíen la actividad del emprendedor. Para que las alumnas desarrollen actitudes emprendedoras, es fundamental que: aprendan haciendo, experimentando y con sus errores aprendan a descubrir las oportunidades de negocio; vivencien desde la práctica la puesta en

marcha de una idea, con los éxitos y fracasos que ello conlleva, guiados por un docente o especialista que los apoye.

**CUADRO Nº 03: LA FORMACIÓN QUE RECIBES TE PERFILA COMO UNA ALUMNA EMPRENDEDORA.**

INDICADORES	F	%
SIEMPRE	3	10%
A VECES	3	10%
NUNCA	22	80%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a 28 estudiantes del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.

**Análisis:** 80% de las alumnas reconocen que la formación que reciben no les perfila como un estudiante emprendedor, 10% confirma que siempre están siendo preparados y un 10% opina que a veces.

**CUADRO Nº 04: TU FORMACIÓN RESPONDE A LA DEMANDA DEL MERCADO LABORAL.**

INDICADORES	F	%
SI	5	18%
NO	23	82%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a 28 estudiantes del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.

**Análisis:** Según los resultados del cuadro 82% de las alumnas reconocen que la formación académico que reciben no responde al mercado laboral que exige la sociedad hoy en día.

#### CUADRO Nº 05: PERFIL INNOVADOR.

INDICADORES	F	%
SI	4	14%
NO	24	86%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a 28 estudiantes del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.

**Análisis:** 86% de las estudiantes reconocen que no tienen un perfil innovador, 14% responden que si cuentan con ese perfil.

#### CUADRO Nº 06: DESARROLLO DE CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES.

INDICADORES	F	%
SI	2	7%
NO	26	93%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a 28 estudiantes del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.

**Análisis:** 93% de las estudiantes reconocen que no desarrollan conocimientos y habilidades en torno al emprendedurismo. No cabe duda que el desarrollo del conocimiento es de suma importancia para crear estudiantes competitivos, con aptitudes y actitudes para enfrentar los cambios constantes.

#### CUADRO Nº 07: MOTIVACIÓN POR PARTE DE LOS DOCENTES.

INDICADORES	F	%
SI	5	18%
NO	23	82%
TOTAL	28	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a 28 estudiantes del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.

**Análisis:** 82% de las estudiantes manifiestan que no sienten motivación por parte de sus docentes. Debemos de tener en cuenta que la motivación es la razón que nos impulsa a actuar. La motivación nos conduce a nuestros objetivos, nos hace continuar el camino a pesar de los obstáculos. La motivación es el motor de nuestras acciones. Es un elemento clave para llevar a cabo los proyectos que emprendemos; si el docente no motiva al estudiante no estará cumpliendo con el rol de encaminar al estudiante hacia el éxito.

#### CUADRO Nº 08: QUE PIENSA SER EN EL FUTURO.

INDICADORES	F	%
EMPRESARIA	2	7%
EMPLEADA	26	93%
TOTAL	28	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a 28 estudiantes del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.

**Análisis:** 93% de las estudiantes manifiestan que ellas al terminar sus estudios secundarios buscaran un trabajo para ser empleadas de una empresa y si llega hacer profesionales igual. Solo un 7% manifiesta querer ser dueño o ser empresario de su propio negocio.

#### CUADRO Nº 09: PERFIL DEL EMPRENDEDOR.

INDICADORES	F	%
MOTIVACIÓN DE LOGRO.	5	18%
AUTOCONFIANZA.	12	43%
LIDERAZGO.	8	29%
INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD.	3	10%
TOTAL	28	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a 28 estudiantes del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.

**Análisis:** Solo 10% de las estudiantes son innovadoras y creativas; 18% tiene característica de motivación; 29% es líder y 43% tiene autoconfianza.

#### CUADRO Nº 10: MISIÓN Y VISIÓN DE LAS ALUMNAS

INDICADORES	F	%
SI	6	21%
NO	22	79%
TOTAL	28	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a 28 estudiantes del 5° grado de educación secundaria. I.E. José Matías Manzanilla, Junio del 2014.

**Análisis:** 79% de las encuestadas manifiestan que no tienen una visión y misión de sus vidas a diferencia de un 21% que si lo tiene.

Lo que se deduce es que la mayor parte de alumnas no se responsabiliza de su formación académica, tampoco piensa en su futuro.

### **3.2. PROPUESTA TEÓRICA.**

El valor de esta sección radica en que la teoría es concebida en función de la praxis, y ésta se guía por un presente cuyo horizonte es su carácter preparatorio del futuro<sup>55</sup>.

**“ESTRATEGIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL PARA MEJORAR EL EMPRENDEDURISMO EN LAS ESTUDIANTES DE 5° GRADO DEL NIVEL SECUNDARIO”**

---

55 SEVILLA, 2000



FUENTE: Elaborado por la Investigadora.

### **3.2.1. Realidad Problemática.**

La Educación, es el pilar fundamental para combatir la pobreza, la desigualdad y la criminalidad que se encuentran presentes en cada uno de nuestros países. Es por esto que se requiere invertir cada día más en el tema educativo y en la formación profesional.

Desde este punto conceptual, los gobiernos deben orientar todos sus esfuerzos para presentar proyectos y propuestas en beneficio de la actualización del recurso humano desde sus primeros niveles educativos.

Pero también se debe promover una cultura emprendedora en nuestros jóvenes y estimular ese espíritu que cada uno lleva dentro, y pensar que ya no se debe cultivar el interés del estudio para luego salir a buscar un trabajo, sino que se debe capacitar y formar para desarrollar una empresa y convertirse en un empresario.

### **3.2.2. Objetivos de la Propuesta.**

#### **General:**

Diseñar una estrategia para orientar a las estudiantes hacia el emprendedurismo y la creación de empresas.

#### **Específicos:**

- Desarrollar actitudes emprendedoras en las alumnas.
- Mejorar el proceso de formación académico– empresarial.
- Incentivar la creación de empresas.



### **3.2.3. Fundamentación.**

#### **Fundamentación Teórica:**

La Teoría del Pensamiento Lateral de Edward de Bono, permite identificar un conjunto de estrategias para pensar que permiten cambiar conceptos, percepción y aumentar la creatividad. Considerar la creatividad como un enfoque sistemático y estructurado que se puede aprender como cualquier otra habilidad.

Hemos vinculado los estilos que propone Fiedler en la Teoría de la Contingencia; tenemos en cuenta la relación entre estudiantes (para un mejor trabajo en equipo), estudiantes y docentes (para un mejor aprendizaje de conocimientos y teorías), estudiantes y sociedad (para un mayor acercamiento a la realidad a fin de conocer sus necesidades y propósitos), estudiantes y empresas (para potenciar el conocimiento sobre las diversas empresas de la zona, sus actividades, sus ventajas y desventajas), estudiantes y Estado (para acercarnos a las normas que favorecen y que dificultan la creación de empresas).

La Teoría del Espiral Creativo de Joy Guilford, sostiene que la creatividad es un elemento del aprendizaje y aprender, es captar nuevas informaciones. La creatividad, en consecuencia, pertenece a los aspectos generales del aprendizaje y como tal puede ser adquirido y transferido, por lo mismo, a otros campos o cometidos.

#### **Fundamentación Psicológica.**

La Psicología Cognitiva se refiere al estudio de los procesos cognitivos: Conocimientos, percepciones, memoria, pensamiento,

etc. La cognición (del latín: cognoscere, "conocer") hace referencia a la facultad de los seres de procesar información a partir de la percepción, el conocimiento adquirido y características subjetivas que permiten valorar y considerar ciertos aspectos en detrimento de otros, como todos los procesos por los cuales las entradas sensoriales son transformadas, reducidas, elaboradas, recuperadas y utilizadas.

El enfoque psicológico propone que las características personales que definen a los emprendedores son, la necesidad de logro o éxito y la autorrealización<sup>56</sup>; el control interno y autoconfianza en sus habilidades personales<sup>57</sup>; la propensión a asumir riesgos, como una función del nivel de riqueza - riqueza inversamente correlacionada con menor propensión a asumir riesgos<sup>58</sup> -

Algunos emprendedores reconocen que poseen conocimientos para crear nuevas ideas, identificar oportunidades y generar ventaja competitiva de una forma diferente que las personas que no son emprendedoras<sup>59</sup>.

### **Fundamentación Sociológica.**

El enfoque sociológico enfatiza los factores externos al emprendedor como impulsores de la actividad emprendedora y la creación de empresas. Las personas con una amplia red de relaciones informales (familiares, amigos y vecinos) y formales (relaciones contractuales) son más propensas a crear empresas, aunque no necesariamente a innovar. Otro factor externo determinante para

---

56 VECIANA, 1999

57 KOELLINGER ET AL., 2007

58 VERESHCHAGINA Y HOPENHAYN 2009

59 DAVENPORT E PRUSAK 1998

que las personas realicen emprendimientos productivos, es el arreglo institucional, es decir, las instituciones forman la estructura de incentivos, que si resultan los adecuados, favorecen la función emprendedora<sup>60</sup>. Es posible definir a los emprendedores como “la persona (u organización) que puede planificar y ejecutar estrategias para generar valor, alineando sus expectativas personales y organizacionales, con una necesidad y oportunidad identificada en su entorno y con la capacidad de llevar eficaz y eficientemente su idea a la acción”<sup>61</sup>. Además, se sustenta que los empresarios se caracterizan por tener una combinación equilibrada de habilidades y experiencias en diferentes roles, antes que ser especialistas en alguna área<sup>62</sup>. También, varios estudios coinciden en que los emprendedores independientes tienen niveles de satisfacción personal más altos y son más felices<sup>63</sup>.

#### **3.2.4. Estructura de la Propuesta.**

El taller es una formulación racional de actividades específicas, graduadas y sistemáticas para cumplir los objetivos del programa.

#### **TALLER N°01: ¿QUIÉN ES UN EMPRENDEDOR?**

**Resumen:** Para ser un emprendedor se requiere tener cierto perfil, ciertas aptitudes y ciertas características de personalidad. En este sentido, el identificar el perfil de los emprendedores es un paso clave para diseñar estrategias de intervención institucional orientados a potenciarlos y a darles las oportunidades y herramientas que ellos necesitan.

---

<sup>60</sup> SOBEL, 2008; NORTH, 1990

<sup>61</sup> ORTI, 2003

<sup>62</sup> LAZAER, 2002

<sup>63</sup> BLANCHFLOWER Y ANDREW, 1998

**Fundamentación:** Teoría del Pensamiento Lateral de Edward de Bono, El pensamiento tradicional no está preparado para esta transformación que deben llevar a cabo las empresas para afrontar el futuro.

Teoría del Espiral Creativo de Joy Guilford; está basado en cuatro componentes del pensamiento creativo que postula JGuilford: Fluidez, flexibilidad, originalidad y viabilidad.

**Objetivo:** El estudiante es capaz de conocer el concepto de emprendedor.

**Análisis Temático:**

**Tema N°01:** Definición de Emprendedor.

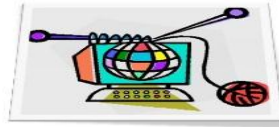




Se denomina **emprendedor** o **emprendedora** a aquella persona que **identifica una oportunidad** y **organiza los recursos necesarios** para **ponerla en marcha**.



Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propio entusiasmo

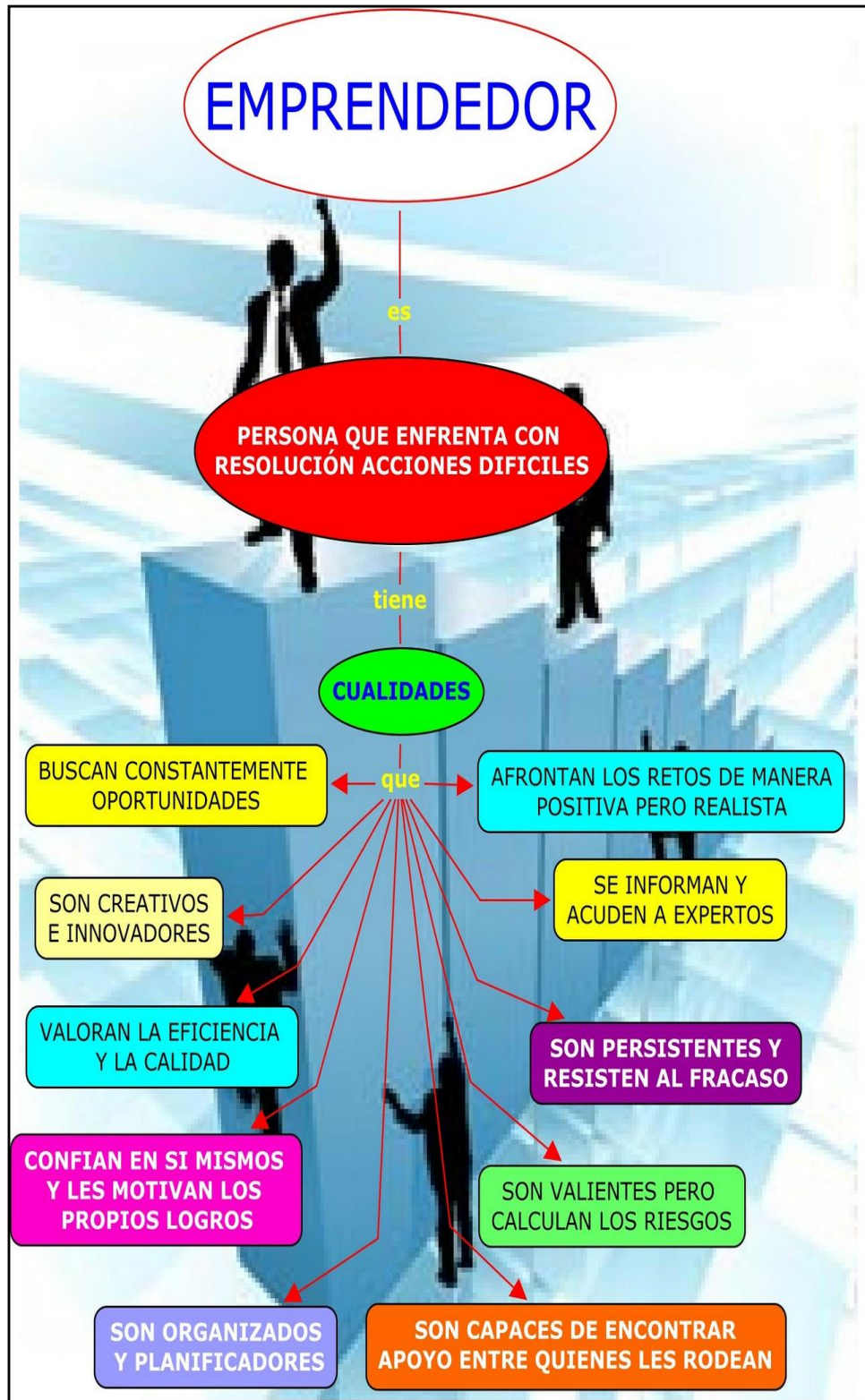


De todas formas ninguna definición del emprendimiento es lo suficientemente precisa o descriptiva para señalar a la persona o grupo que en general (en sentido empresarial, social, investigativo o cualquier otro) que desea ser innovador, flexible y creativo.



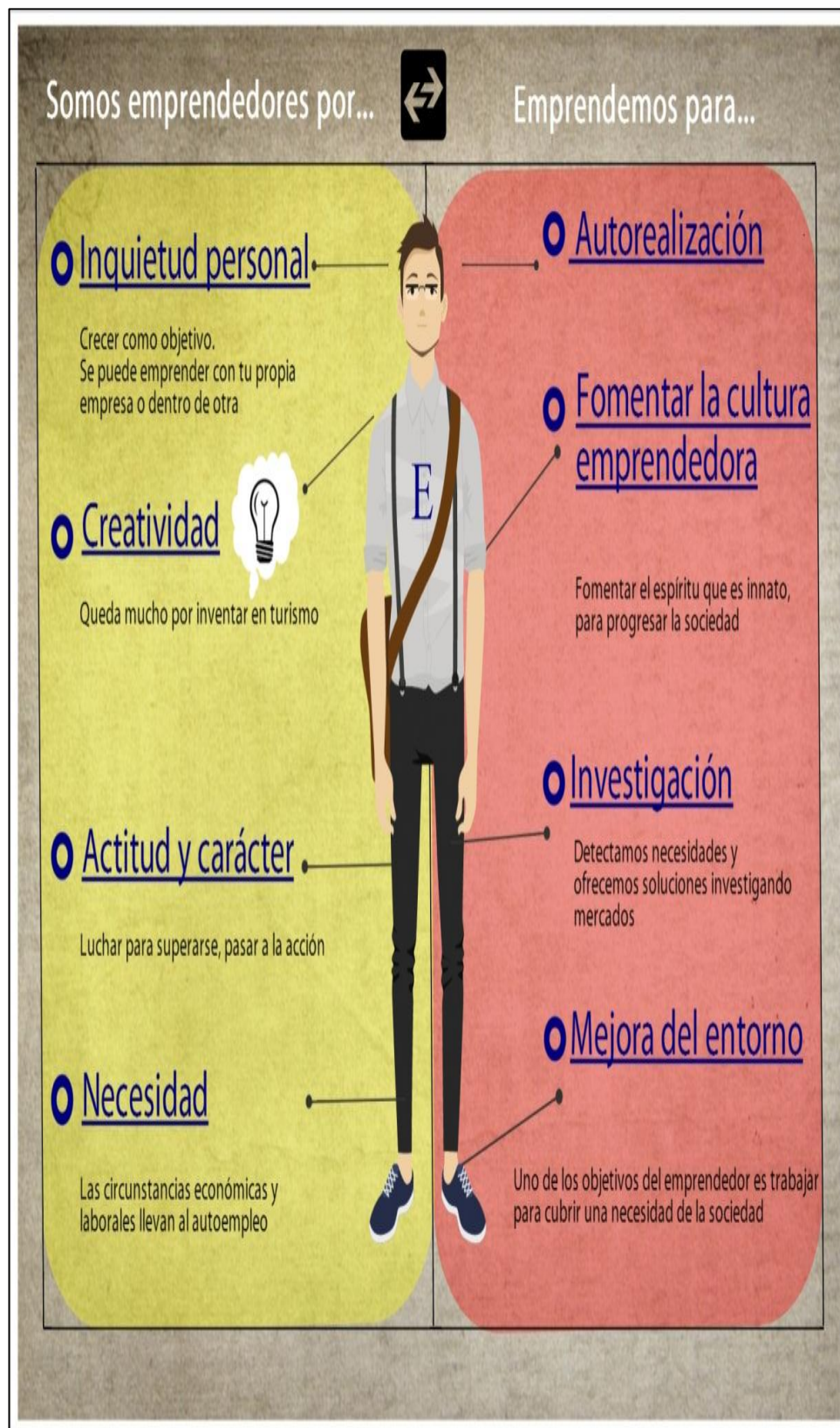
FUENTE: Elaborado por Investigadora.

## Tema N°02: Cualidades del Emprendedor.



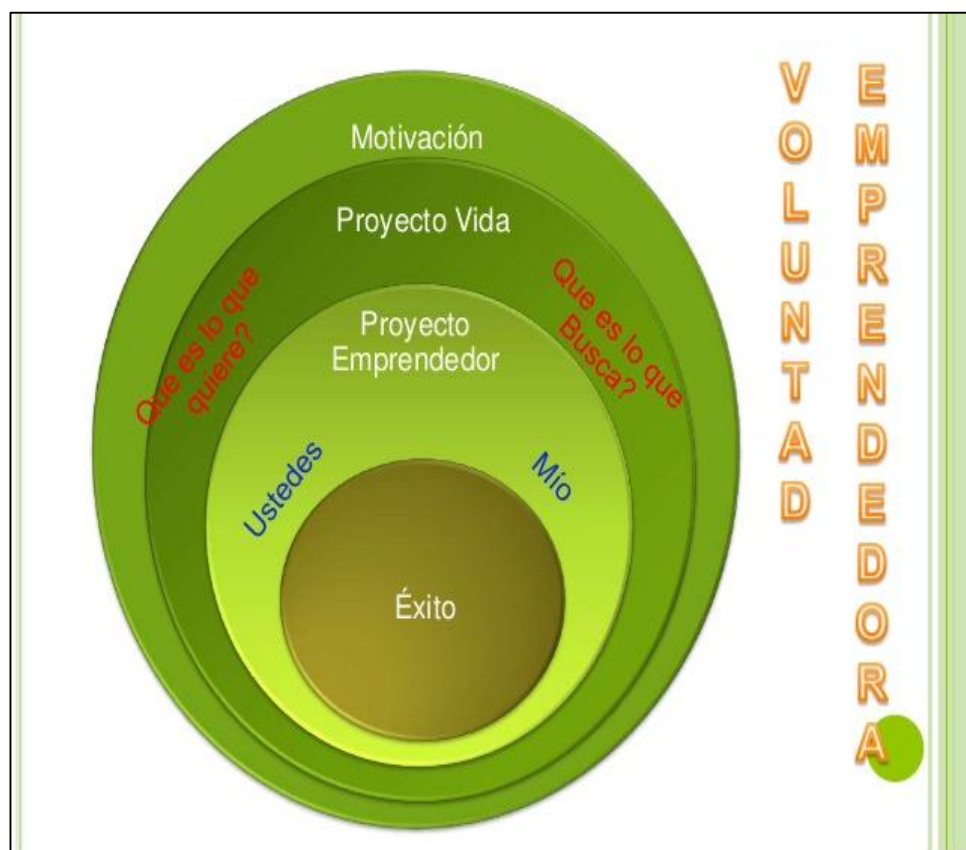
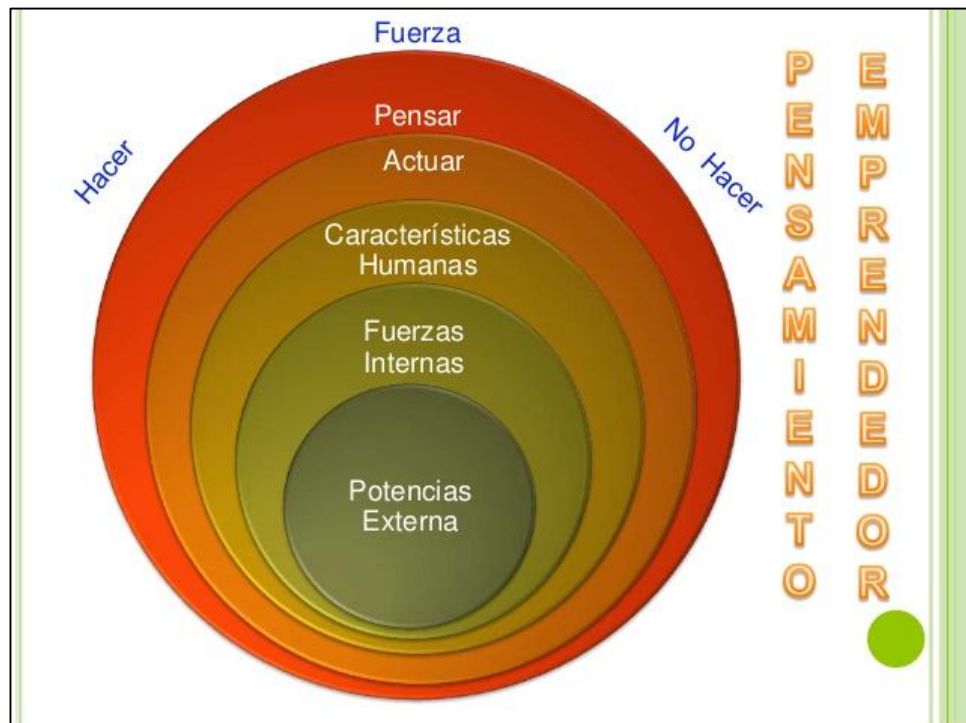
FUENTE: <https://www.google.com.pe/search?q=emprendedores>



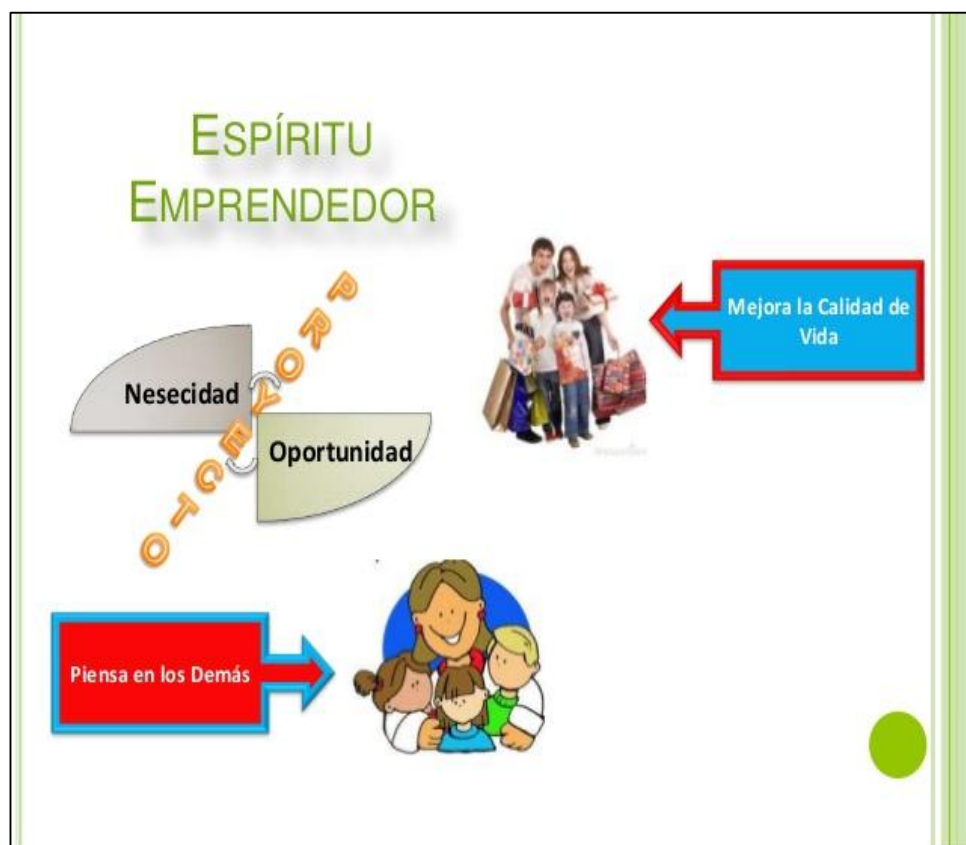
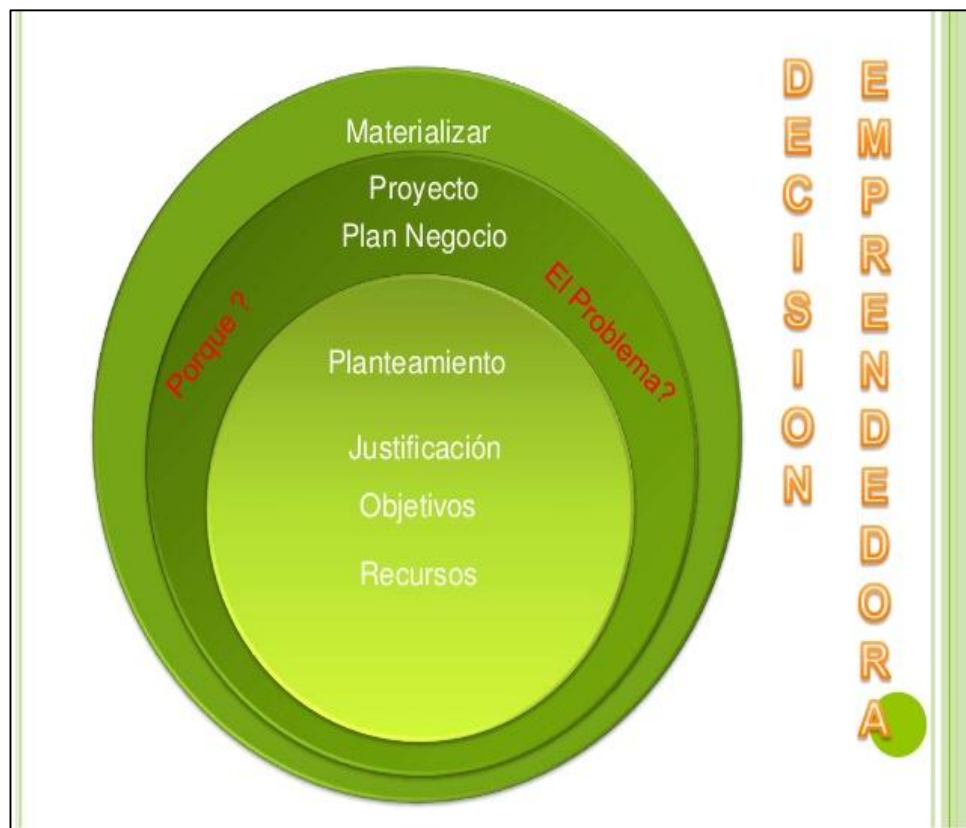


FUENTE: Elaborado por Investigadora.

### Tema N°03: Perfil del Emprendedor.







## FUERZAS INTERNAS

Vive

Piensa

Actúa

- Necesidad de Realización Personal.
- Vocación Innovadora.
- Integridad y Responsabilidad.
- Orientación al Reconocimiento y Recompensa.
- Visión Optimista.
- Armonía Organizacional.
- Autonomía.

## FUERZAS EXTERNAS

- Político Económico.
- Contexto Sociocultural.
- Contexto Tecnológico.
- Cultura Laboral.
- Contexto Organizacional.
- Contexto Familiar.
- Contexto Educativo.

FUENTE: Elaborado por Investigadora.

### **Desarrollo Metodológico:**

Para la realización del taller y alcanzar los objetivos propuestos planteamos seguir un proceso metodológico de tres momentos para cada tema propuesto.

<b>Partes Componentes del Taller</b>	<b>Acciones</b>
<b>Introducción</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Motivación.</li><li>➤ Comunicación de los objetivos de la reunión.</li><li>➤ Repaso y/o control de los requisitos.</li></ul>
<b>Desarrollo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Presentación de la materia por el facilitador, utilizando el tipo de razonamiento previsto.</li><li>➤ Realización por los participantes de ejercicios prácticos de aplicación (individuales o en grupo).</li><li>➤ Evaluación formativa del progreso de los participantes.</li><li>➤ Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.</li></ul>
<b>Conclusión</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Evaluación del aprendizaje logrado en relación con los objetivos de la reunión.</li><li>➤ Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación y refuerzo con el fin de corregir y fijar el aprendizaje logrado.</li><li>➤ Síntesis del tema tratado en la reunión.</li><li>➤ Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido.</li><li>➤ Anuncio del tema que será tratado y/o actividad que será realizada en la reunión siguiente.</li></ul>

## Agenda Preliminar de Ejecución del Taller

**Mes:** Julio, 2014.

**Periodicidad:** Una semana por cada tema.

### Desarrollo del Taller:

Taller N° 1			
Cronograma por Temas	Tema N° 1	Tema N° 2	Tema N° 3
08:00			
09:30			
10:00			
11:30	Conclusión y cierre de trabajo		

## Evaluación del Taller

Por ser nuestra temática de tipo propositivo, adjuntamos a ella una propuesta de evaluación, el diseño de esta evaluación demanda tener en cuenta los objetivos y el contenido de la temática y el desempeño del facilitador.

Esta evaluación está diseñada para ser aplicada al finalizar éste.

Por favor marca con una X y responder en los espacios en blanco.

<b>I. Objetivos de la temática (Marca con una X )</b>		
1. Se cumplieron	SI	NO
2. Respondieron a las expectativas	SI	NO
3. Le permitió abrir nuevas inquietudes de actualización	SI	NO
<b>II. Contenidos de la temática (Marca con una X )</b>		
1.-Le permitió familiarizarse con el tema	SI	NO
2. Le ofreció actualizarse en la temática	SI	NO
3. Tuvieron relación con el objetivo de la temática	SI	NO
4. Respondieron a sus expectativas	SI	NO
<b>Contenidos y Temas (Responder )</b>		
El tema que <b>más</b> me gustó fue:		
El tema que <b>menos</b> me gustó fue:		
El tema que <b>mejor</b> fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:		

El tema que <b>peor</b> fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:			
El tema que me hubiera gustado que <b>profundizaran</b> más fue.			
El tema <b>más</b> útil fue:	.....		
<b>III. Desempeño del Facilitador (Marca con una X )</b>			
1. La temática fue expuesta en forma lógica y organizada	SI	NO	
2. La utilización de recursos didácticos ha sido:	BUENO	REGULAR	MALO
3. El manejo de grupo por parte del expositor fue:	BUENO	REGULAR	MALO
4. El dominio del tema por parte del facilitador ha sido:	BUENO	REGULAR	MALO
5. El dominio práctico del facilitador fue:	BUENO	REGULAR	MALO

**Conclusiones:**

1. Las estudiantes tendrán mayor conocimiento de lo que es el emprendedurismo y quien es un emprendedor.
2. Las experiencias de las estudiantes permitirán que adquieran mayores conocimientos sobre las oportunidades y amenazas para emprender una empresa.

**Recomendaciones:**

1. Identificar oportunidades e iniciar una empresa.
2. Trabajar en equipo para mejorar las relaciones y la productividad.
3. Desarrollar las cualidades sociales de los estudiantes a fin de elevar su formación.

**Bibliografía:**

- ARIEL, Moncalvo. 2007. Pensar y emprender. Amertwon International S.A. España.
- HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista. 2010. Metodología de la investigación. McGraw-Hill Méjico
- MONROY, Anameli. 1999. Dinámica de grupos. Editorial Pax. México.
- FRITZEN, Silvino. 1984. 70 ejercicios prácticos de dinámica de grupo. Editorial Sal Terrae. España.

## **TALLER Nº 2: QUIERO SER UN EMPRENDEDOR.**

**Resumen:** Tomar las riendas de tu futuro nunca es fácil y como todo comienzo requiere esfuerzo y creatividad. Parece que últimamente la creatividad lo es todo, pero en un mundo en el que todo está inventado, ¿qué hacemos sin esa dosis de creatividad tan necesaria? No podemos dar al público lo que ya tienen, así que nos toca pensar un poco y ofrecer algo diferente, novedoso, que consiga adentrarse en la mente del consumidor y se posicione de manera positiva. Sí... pero ¿Cómo empiezo?

**Fundamentación:** Se fundamenta en la Teoría del Pensamiento Lateral de Edward de Bono, la cual permitirá diseñar estrategias y técnicas que ayudan a desarrollar actitudes emprendedoras de las jóvenes, y que éste se logra a través de la interacción activa entre el docente y las alumnas.

**Objetivos:** Motivar a las alumnas hacer emprendedoras.

**Análisis Temático:**

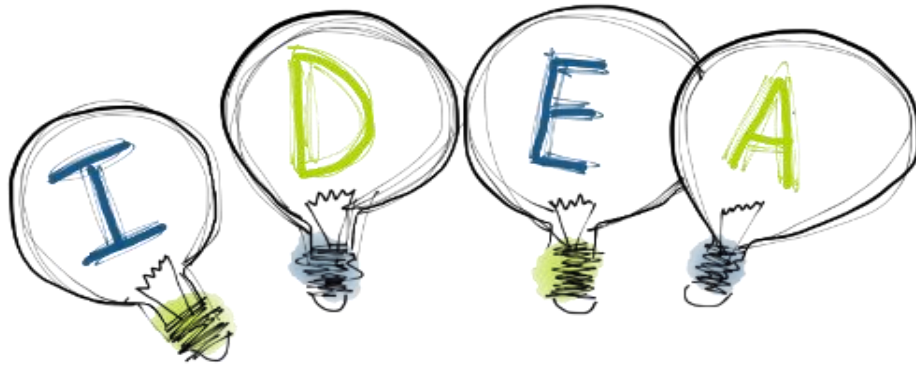
**Tema Nº01: La Creatividad.**

**Objetivo:** Debatir las cualidades creativas de las alumnas.

**Descripción:** A través de los grupos formados en el taller trataremos de identificar la facilidad para imaginar proyectos nuevos e ideas, proponer soluciones originales, saber analizar e investigar. Los grupos harán un listado de cualidades creativas que poseen, luego se someterá a debate, finalmente a través del consenso



determinaremos tres cualidades creativas que conciernen a una joven emprendedora.

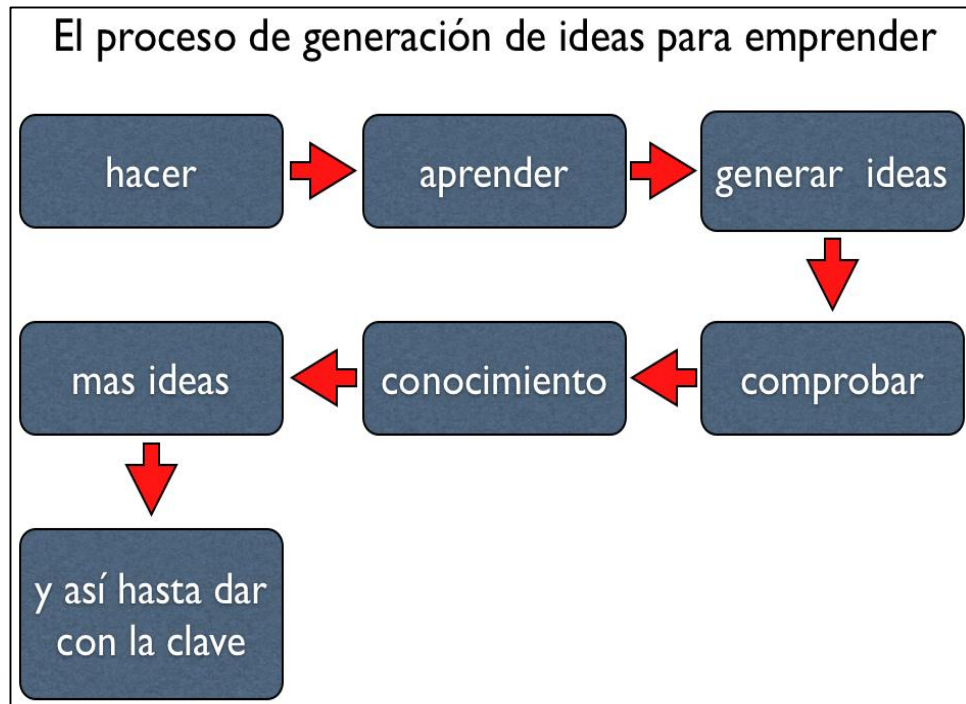


**OPSTIMISTA**

**PERSEVERANTE**



**ENFRENTAR LOS RETOS**



FUENTE: Elaborado por Investigadora.

## **Tema N°02: Liderazgo.**

**Objetivo:** Determinar la tenacidad y sentido de responsabilidad en las estudiantes.

**Descripción:** Las estudiantes expondrán algunos rasgos de liderazgo y de mando que poseen a través de la creación ficticia de empresas, lo cual nos permitirá descubrir las cualidades personales de tenacidad por ejemplo. Dará prueba de constancia y tesón en aquello que se emprende, inscribir las propias acciones en la idea de perseverancia y de llegada a términos, y las cualidades de responsabilidad: tendencias a cumplir con las obligaciones contraídas consigo mismo y con el grupo, capacidad para asumir

riesgo, predisposición a actuar con decisión ante situaciones que requieren cierto arrojo por la dificultad que entrañan.



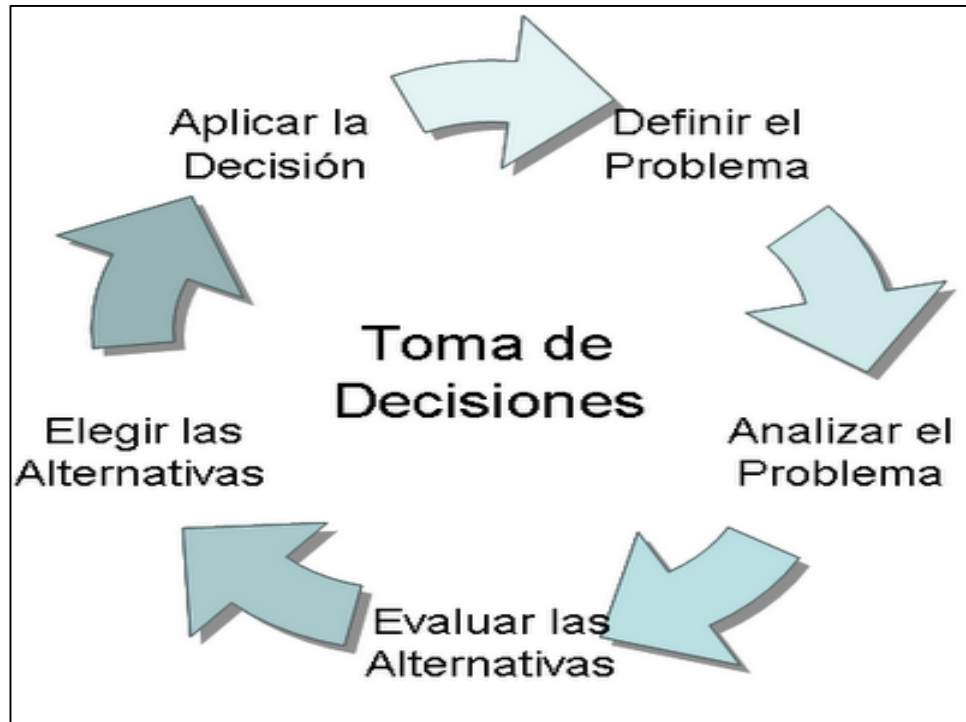
FUENTE: Imagen de Google.

### **Tema N°03: Toma de Decisiones.**

La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones de la vida en diferentes contextos: a nivel laboral, familiar, sentimental o empresarial. La toma de decisiones consiste, básicamente, en elegir una opción entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial (aun cuando no se evidencie un conflicto latente).

Estamos frente a jóvenes que recién saldrán a enfrentar la sociedad cambiante y aprender a tomar decisiones para fomentar el emprendimiento es importante.

De lo que se trata es que aprendan los pasos para tomar buenas decisiones, dentro de su emprendimiento.



FUENTE: Elaborado por Investigadora.

### Desarrollo Metodológico:

Para la realización del taller y alcanzar los objetivos propuestos planteamos seguir un proceso metodológico de tres momentos para cada tema propuesto.

Partes Componentes del Taller	Acciones
Introducción	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Motivación.</li> <li>➤ Comunicación de los objetivos de la reunión.</li> <li>➤ Repaso y/o control de los requisitos.</li> </ul>

<b>Desarrollo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Presentación de la materia por el facilitador, utilizando el tipo de razonamiento previsto.</li> <li>➤ Realización por los participantes de ejercicios prácticos de aplicación (individuales o en grupo).</li> <li>➤ Evaluación formativa del progreso de los participantes.</li> <li>➤ Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.</li> </ul>
<b>Conclusión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Evaluación del aprendizaje logrado en relación con los objetivos de la reunión.</li> <li>➤ Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación y refuerzo con el fin de corregir y fijar el aprendizaje logrado.</li> <li>➤ Síntesis del tema tratado en la reunión.</li> <li>➤ Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido.</li> <li>➤ Anuncio del tema que será tratado y/o actividad que será realizada en la reunión siguiente.</li> </ul>

## Agenda Preliminar de Ejecución del Taller

**Mes:** Agosto, 2014.

**Periodicidad:** Una semana por cada tema.

**Desarrollo del Taller:**

Taller N° 2			
Cronograma por Temas	Tema N° 1	Tema N° 2	Tema N° 3
08:00			
09:30			
10:00			
11:30	Conclusión y cierre de trabajo		

## Evaluación del Taller

Por ser nuestra temática de tipo propositivo, adjuntamos a ella una propuesta de evaluación, el diseño de esta evaluación demanda tener en cuenta los objetivos y el contenido de la temática y el desempeño del facilitador.

Esta evaluación está diseñada para ser aplicada al finalizar éste.

Por favor marca con una X y responder en los espacios en blanco.

<b>I. Objetivos de la temática (Marca con una X )</b>		
1. Se cumplieron	SI	NO
2. Respondieron a las expectativas	SI	NO
3. Le permitió abrir nuevas inquietudes de actualización	SI	NO
<b>II. Contenidos de la temática (Marca con una X )</b>		
1.-Le permitió familiarizarse con el tema	SI	NO
2. Le ofreció actualizarse en la temática	SI	NO
3. Tuvieron relación con el objetivo de la temática	SI	NO
4. Respondieron a sus expectativas	SI	NO
<b>Contenidos y Temas (Responder )</b>		
El tema que <b>más</b> me gustó fue:		
El tema que <b>menos</b> me gustó fue:		
El tema que <b>mejor</b> fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:		
El tema que <b>peor</b> fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:		

El tema que me hubiera gustado que <b>profundizaran</b> más fue.			
El tema <b>más</b> útil fue:	.....		
<b>III. Desempeño del Facilitador (Marca con una X )</b>			
1. La temática fue expuesta en forma lógica y organizada	SI	NO	
2. La utilización de recursos didácticos ha sido:	BUENO	REGULAR	MALO
3. El manejo de grupo por parte del expositor fue:	BUENO	REGULAR	MALO
4. El dominio del tema por parte del facilitador ha sido:	BUENO	REGULAR	MALO
5. El dominio práctico del facilitador fue:	BUENO	REGULAR	MALO



**Conclusiones:**

1. Identificación de la cualidad de las alumnas para proponer soluciones novedosas a los problemas educativos.
2. La autonomía y confianza en sí mismo, permitirán a las alumnas relacionarse con mayor seguridad, pensar en una empresa propia, confiar en sus potenciales.
3. La identidad de las cualidades personales de las alumnas permitirán construir el nuevo perfil que deben tener los emprendedores.

**Recomendaciones:**

1. Aplicar este taller a fin de poder establecer nuevos perfiles de las emprendedoras.
2. Agenciarse de información a fin de recoger nuevos datos teóricos sobre los perfiles del emprendedor a fin de contrastar con la realidad.

**Bibliografía:**

- HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista. 2010. Metodología de la investigación. McGraw-Hill Méjico
- MAIRELE, Mario.2005. Técnicas para el trabajo en grupo. Editoriales Paulinas. México.
- MONROY, Anameli.1999. Dinámica de grupos. Editorial Pax. México.
- SACO, Raquel. 2004. Crear una microempresa. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona. España.

### **TALLER Nº 03: DIAGNOSTICANDO LA SITUACIÓN PARA EMPRENDER**

**Resumen:** El taller busca la creación de ideas de empresas innovadoras, creadas por los propios estudiantes. La circunstancia o situación será determinada en el taller donde los estudiantes, previa investigación, expondrán su conocimiento sobre empresas existentes en el lugar (ventajas, desventajas). A partir de allí de manera individual y colectiva contarán su experiencia y las oportunidades que hay para iniciar una empresa. Además este taller permitirá a los estudiantes mostrar sus cualidades sociales: Implicar a los demás en la realización de proyectos, influir en los otros y contar con sus cualidades personales, conocimientos y habilidades (liderazgo contingencial); capacidad para trabajar en estrecha colaboración con otros, compartiendo objetivos y métodos de actuación (espíritu de equipo); aceptar y sentirse responsable de las elecciones del grupo u organización (solidaridad) entre otros.

**Fundamentación:** Este taller, se fundamenta en la Teoría de la Contingencia de Fred Fiedler esencialmente por la interacción que podemos establecer entre los estudiantes y su entorno a fin de crear nuevas empresas.

**Objetivos:** Determinar la situación para emprender o crear una empresa.

## **Análisis Temático:**

### **Tema N°01: Acercándonos a la Realidad.**

**Objetivo:** Acercar a las estudiantes a la realidad empresarial.

**Descripción:** Las estudiantes a través de los grupos formados en el taller expondrán sus experiencias sobre las empresas que conocen en el lugar. Luego expondrán los objetivos de dichas empresas para determinar los espacios que están libres (lugar preciso para emprender una empresa), o empresas que no estén cumpliendo con sus objetivos (permitirá reinventar el mercado, romper los esquemas).

### **Tema N°02: Desafíos del Mercado.**

**Objetivo:** Determinar los desafíos de la nueva empresa.

**Descripción:** Estos desafíos serán expuestos por todas las estudiantes, teniendo en cuenta sus experiencias al visitar las empresas, conversar con sus familiares, amigos, profesores, autoridades locales. Luego se formarán grupos para analizar las ventajas y desventajas de las empresas existentes y los nuevos retos para una empresa nueva.

### **Tema N°03: Propuestas Emprendedoras.**

**Objetivo:** Proponer ideas para la creación de una empresa.

**Descripción:** Tomando como base el liderazgo, el espíritu de equipo y la solidaridad de las estudiantes, en grupos pequeños formularán propuestas para iniciar empresas educativas. Además esta parte del taller permitirá desarrollar competencias actitudinales como responsabilidad, innovación, investigación constante.

### Desarrollo Metodológico:

Para la realización del taller y alcanzar los objetivos propuestos planteamos seguir un proceso metodológico de tres momentos para cada tema propuesto.

<b>Partes Componentes del Taller</b>	<b>Acciones</b>
<b>Introducción</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Motivación.</li><li>➤ Comunicación de los objetivos de la reunión.</li><li>➤ Repaso y/o control de los requisitos.</li></ul>
<b>Desarrollo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Presentación de la materia por el facilitador, utilizando el tipo de razonamiento previsto.</li><li>➤ Realización por los participantes de ejercicios prácticos de aplicación (individuales o en grupo).</li><li>➤ Evaluación formativa del progreso de los participantes.</li><li>➤ Refuerzo por parte del facilitador, con el fin de asegurar el aprendizaje logrado.</li></ul>
<b>Conclusión</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Evaluación del aprendizaje logrado en relación con los objetivos de la reunión.</li><li>➤ Comunicación a los participantes de los resultados de la evaluación y refuerzo con el fin de corregir y fijar el aprendizaje logrado.</li><li>➤ Síntesis del tema tratado en la reunión.</li><li>➤ Motivación del grupo mostrando la importancia y aplicabilidad de lo aprendido.</li><li>➤ Anuncio del tema que será tratado y/o actividad que será realizada en la reunión siguiente.</li></ul>

### Agenda Preliminar de Ejecución del Taller

**Mes:** Setiembre, 2014.

**Periodicidad:** Una semana por cada tema.

#### Desarrollo del Taller:

Taller N° 3			
Cronograma por Temas	Tema N° 1	Tema N° 2	Tema N° 3
08:00			
09:30			
10:00			
11:30	Conclusión y cierre de trabajo		

## Evaluación del Taller

Por ser nuestra temática de tipo propositivo, adjuntamos a ella una propuesta de evaluación, el diseño de esta evaluación demanda tener en cuenta los objetivos y el contenido de la temática y el desempeño del facilitador.

Esta evaluación está diseñada para ser aplicada al finalizar éste.

Por favor marca con una X y responder en los espacios en blanco.

<b>I. Objetivos de la temática (Marca con una X )</b>		
1. Se cumplieron	SI	NO
2. Respondieron a las expectativas	SI	NO
3. Le permitió abrir nuevas inquietudes de actualización	SI	NO
<b>II. Contenidos de la temática (Marca con una X )</b>		
1.-Le permitió familiarizarse con el tema	SI	NO
2. Le ofreció actualizarse en la temática	SI	NO
3. Tuvieron relación con el objetivo de la temática	SI	NO
4. Respondieron a sus expectativas	SI	NO
<b>Contenidos y Temas (Responder )</b>		
El tema que <b>más</b> me gustó fue:		
El tema que <b>menos</b> me gustó fue:		
El tema que <b>mejor</b> fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:		

El tema que <b>peor</b> fue expuesto y aplicado por el facilitador fue:			
El tema que me hubiera gustado que <b>profundizaran</b> más fue.			
El tema <b>más</b> útil fue:	.....		
<b>III. Desempeño del Facilitador (Marca con una X )</b>			
1. La temática fue expuesta en forma lógica y organizada	SI	NO	
2. La utilización de recursos didácticos ha sido:	BUENO	REGULAR	MALO
3. El manejo de grupo por parte del expositor fue:	BUENO	REGULAR	MALO
4. El dominio del tema por parte del facilitador ha sido:	BUENO	REGULAR	MALO
5. El dominio práctico del facilitador fue:	BUENO	REGULAR	MALO

### **Conclusiones:**

1. Crear nuevas empresas, según nuestras necesidades, posibilidades y las del entorno natural y social en que debe insertarse.
2. El desarrollo de las capacidades internas permiten comprenderse mejor a sí mismos y al mundo que los rodea para poder así asumir la actitud apropiada para cumplir con éxito su función en la vida y en cada emprendimiento que decidan realizar.
3. Desarrollo de la comprensión intelectual y la capacidad creadora para trabajar con los nuevos arquetipos en la satisfacción de necesidades, en función de las motivaciones y posibilidades individuales y grupales.

### **Recomendaciones:**

1. Sincerar los propósitos para pensar en nuevos proyectos, nuevas empresas.
2. Realizar presentaciones que permitan desarrollar las capacidades internas de las alumnas a fin de descubrir el espíritu emprendedor.
3. Los docentes y facilitadores deben orientar a los estudiantes a pensar constantemente en nuevos paradigmas, nuevos esquemas.

### **Bibliografía:**

- CLAUSS, Carlos. 2006. La economía integral: El nuevo paradigma integral. Editorial Dunken. Buenos Aires. Argentina.
- EROSA, Victoria. 2006. Formación de emprendedores. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México.
- HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista. 2010. Metodología de la investigación. McGraw-Hill Méjico.
- MASTACHE, Anahí. 2009. Formar personas competentes. Centro de Publicación Educativa y Material Didáctico.



### 3.2.5. Cronograma de la Propuesta.

I.E. José Matías Manzanilla												
Fecha por Taller, Año 2014	Taller N° 1				Taller N° 2				Taller N° 3			
Meses	JULIO				AGOSTO				SETIEMBRE			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades												
Coordinaciones previas												
Convocatoria de participantes												
Aplicación de estrategias												
Validación de conclusiones												

### 3.2.6. Presupuesto.

#### Recursos Humanos

CANT.	REQUERIMEINTO	COSTO INDIVIDUAL	TOTAL
1	Capacitador	S/ 100.00	S/ 300.00
1	Facilitador	S/ 300.00	s/ 900.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/1200.00</b>

#### Recursos Materiales

CANT.	REQUERIMIENTO	COSTO INDIVIDUAL	TOTAL
28	Folders con fasters	S/ 0.60	S/ 16.80
28	Lapiceros	s/ 0.50	s/ 14.00

900	Hojas bond	S/ 0.03	s/ 27.00
84	Refrigerios	S/ 5.00	S/ 420.00
600	Copias	S/ 0.10	S/ 60.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 537.80</b>

<b>RESUMEN DEL MONTO SOLICITADO</b>	
Recursos humanos	S/ 1200.00
Recursos materiales	S/ 537.80
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 1737.80</b>

### 3.2.7. Financiamiento de los Talleres.

**Responsable:** CLENDENES ALVARADO, Carola Judith.

## **CONCLUSIONES**

1. Las estudiantes al tratar de desarrollar actitudes emprendedoras presentan dificultades debido a que la plana docente no cumplen con el rol formador de emprendedores.
2. El proceso de formación académico empresarial presenta grandes problemas, como la falta de una cultura empresarial, contenidos teóricos desfasados.
3. La elaboración de una estrategia de gestión empresarial vincula los tres primeros objetivos específicos de la investigación. Los talleres se elaboraron fundamentados en la Teoría del Pensamiento Lateral de Edward de Bono, Teoría de la Contingencia de Fred Fiedler y la Teoría del Espiral Creativo de Joy Guilford.
4. La hipótesis quedó confirmada, o sea se justificó el problema.

## **RECOMENDACIONES**

1. Debe incluirse el Programa de Estrategias de Gestión Empresarial con un alto sentido de particularidad según sea la realidad de cada Institución Educativa.
2. Tomar como prototipo la Estrategia para elevar el nivel de formación empresarial, creando jóvenes emprendedores y creadores de empresas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ÁLVAREZ, V. y García, E. (2002). Orientación del aprendizaje en la enseñanza universitaria. En V. Álvarez Rojo, y A. Lázaro Martínez (Coords.), *Calidad de las universidades y orientación educativa* (pp. 215–247). Málaga: Aljibe.
2. BANCO MUNDIAL, UNESCO. (2000) *La Educación Superior en los Países en Desarrollo: Peligros y Promesas*. Chile.
3. BECKHARD, Richard. (2006). *La organización del futuro*. Ediciones Deusto. Barcelona. España.
4. BENTLEY, T. (2002). *Distributed intelligence: leadership, learning and creativity*. Paper prepared for Leading Edge seminar organized by the National College for School Leadership, 22 Nov.
5. BOCARDO, Renzo. (2006). *Creatividad en la Ingeniería del diseño*. Editorial Equinoccio. Universidad Simón Bolívar, Venezuela. Pág. 31.
6. BOTTINO, C.; Díaz, C; Korman Dib, S. (2006). *Emprendedurismo: Materia electiva*. Rio de Janeiro: Publit.
7. CABALLERO, Miguel. (2005). *Liderazgo y mediación*. Junta de Andalucía. España.
8. CALDAS, Eugenia. (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora*. EDITEX. España.
9. CLAUSS, Carlos. (2006). *La economía integral: El nuevo paradigma integral*. Editorial DUNKEN. Buenos Aires. Argentina.
10. CORREDOR, C. (2009). *Hacia un modelo de Emprendimiento Universitario*.
11. CUERVO, Álvaro. (2005). *La Creación empresarial, en la empresa y el espíritu emprendedor de los jóvenes*. Instituto Superior de Formación del Profesorado. España.

12. DE BONO EDWARD. (2006). El Pensamiento Lateral. Editorial Paidós Ibérica S.A.
13. DECLARACIÓN MUNDIAL SOBRE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL SIGLO XXI: (1998). Visión y Acción. Pág. 4.
14. DELORS, Jaques. (1998). La Educación Encierra un Tesoro. Informe a la Unesco de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI. Ediciones UNESCO.
15. DINERO., R. (2003.). Emprendimiento, desafío para América Latina. . Revista DINERO. , Artículo 40749.
16. DOLABELA, F. (2003). Pedagogía emprendedora. São Paulo: Cultura.
17. DOLAN, Shimon. (2004). Diez mandamientos para la dirección de personas. Ediciones Gestión. España.
18. EROSA, Victoria. (2006). Formación de emprendedores. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México.
19. FERNÁNDEZ, Manuel. (1999). Diccionario de Recursos Humanos. Ediciones Díaz de Santos. S.A. Madrid. España.
20. FIEDLER, F.E. (1964). A contingency model of leadership effectiveness. In L. Berkowitz (Ed), Advances in experimental social psychology, NY: Academic press, cit. pos., David Straker Ibid.
21. FIGUEROA, Francisco. (2003). Renacimiento y grandeza. Universidad de Colima. México.
22. FLORES, F; Gray, J. (2003). El ocaso de las carreras profesionales, Revista Universitaria Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, jun./ago.
23. FREIRE, Andy. (2005). Pasión por Emprender. De la Idea a la Cruda Realidad. Empresa Activa. España
24. FRITZEN, Silvino. (1984). 70 ejercicios prácticos de dinámica de grupo. Editorial Sal Terrae. España.
25. GARCÍA DE FANELLI, Ana María. (1999). Gestión de las Universidades Públicas. La Experiencia Internacional, Argentina.

26. GARDUÑO ESTRADA, León R. (1999). Hacia un Modelo de Evaluación de la Calidad de Instituciones de Educación Superior. España.
27. GIBSON, S. y DEMBO, M. (1984). Teacher efficacy: A construct validation. *Journal of Educational Psychology*, 76, 569-582.
28. GONZÁLEZ, J. y Wagenaar, R. (2003). Tuning educational structures in Europe. Informe Final - Proyecto Piloto, Fase Uno. Bilbao: Universidad de Deusto.
29. GOÑI, Alexandra. (1999). Desarrollo de la creatividad. San José. Costa Rica: EUNED. Pág. 105, 106.
30. GUILFORD, J.P. (1979). "The Nature of Human Intelligence" en español "La Naturaleza de la Inteligencia Humana". Edit. Paidós. Buenos Aires. p. 88—89.
31. GUILFORD, J.P. (1980). "Cognitive styles: What are they?" *Educational and Psychological Measurement* 40, 715-735.
32. HERNÁNDEZ, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México, D.F. : Mc Graw-Hill
33. HOY, W.K. y WOOLFOLK, A. (1990). Socialization of student teachers. *American Educational Research Journal*, 27, 279-300.
34. JIMENEZ SÁEZ, F. (2010). El Fomento del Emprendedurismo Universitario a Través de un Modelo Integrador.
35. KLASSEN, R.M., BONG, M., USHER, E.L., CHONG, W.H., HUAN, V.S., WONG, I.Y.F. y GEORGIU, and T. (2009). Exploring the validity of a teachers' self-efficacy scale in five countries. *Contemporary Educational Psychology*.
36. MAIRELE, Mario. (2005). Técnicas para el trabajo en grupo. Editoriales Paulinas. México.
37. MARRINER TOMEY. A. (2009). Guía de gestión y dirección de enfermería. Editorial EDIDE. España.
38. MARTÍNEZ NOGUEIRA, Roberto. (2000). Evaluación de la Gestión Universitaria. Lima.

39. MIRANDA, Byron. (2001). Relaciones de género con equidad. El Salvador.
40. MONROY, Anameli. (1999). Dinámica de grupos. Editorial Pax. México.
41. MUÑOZ ARCO, Manuel. (2007). La Pequeña Empresa. Libros en Red. España.
42. OYAGUE, Manuel y Sevilla, Julio. (2006). Cómo escribir la tesis en ciencias de la educación.. Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación. Escuela de Postgrado. Universidad Nacional "Pedro Ruiz Gallo". Lambayeque
43. PALOMO, M. (2008). Liderazgo y motivación de equipos de trabajo. Editorial ESCIC. España.
44. PÉREZ, C. (1991.). Creatividad, ordenador y escuela: propuestas para el desarrollo de la creatividad. España: Universidad de Murcia.
45. RODRÍGUEZ, G. (2002). El reto de enseñar hoy en la Universidad. En V. Álvarez y A. Lázaro (Coods.), Calidad de las universidades y orientación universitaria (pp. 49-58). Málaga: Aljibe.
46. RUIZ DURAND, Clemente. (2000). Citado en la Educación Superior. En el siglo XXI. Líneas Estrategias de Desarrollo. Una Propuesta de Desarrollo. Una Propuesta de la ANUIES. P.174. México.
47. SACO, Raquel. (2004). Crear una microempresa. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona. España.
48. SÁNCHEZ, G. A. (2011). Administración de empresas. Madrid: Ed. Pirámide.
49. SOLAR, M. (2004). Hacia el currículum de competencias en la educación superior. Santiago de Chile: Universidad de Concepción.
50. TIMMONS, J. (1989). La mentalidad empresarial: Buenos Aires: Sudamericana.
51. TOMEY., M. (2009). Guía de gestión y dirección de enfermería. España: Editorial EDIDE.



52. TORRANCE, P. (1978.). La educación y el potencial creativo. . Madrid: Ediciones Marova.
53. TSCHANNEN-MORAN M. y WOOLFOLK, A. (2001). Teacher efficacy: capturing an elusive construct. Teaching and Teacher Education. 17, 783-805.
54. UNESCO. (2003). Antecedentes, Situación Actual y Perspectivas de la Evaluación y Acreditación de la Educación Superior en México. México.
55. UNESCO. (2005). El Imperativo de la Calidad. Educación para todos. París.
56. VALCÁRCEL, Joaquín. (2006). Aprender a emprender. Ediciones Nowtilus. España.
57. VERA, P.; Rebolledo, M.; (2004). Viveros, A. Región del Bío-Bío ¿Hacia un clúster emprendedor? En: Conferencia Internacional de Investigación en emprendedurismo en América Latina - CIPEAL, 3., 2004, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro.

#### **LINKOGRAFÍA:**

- [www.mineduacion.gov.co/1621/articles-90103\\_archivo\\_pdf.pdf](http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-90103_archivo_pdf.pdf)
- [http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user\\_upload/archive/publications/free\\_publications/educ\\_qualite\\_esp.pdf](http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/archive/publications/free_publications/educ_qualite_esp.pdf)
- <http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/Ponencias/ponenciaCandidaCabello.pdf>
- [http://biblioteca.icap.ac.cr/rcap/56\\_57/oscar\\_gamboa.pdf](http://biblioteca.icap.ac.cr/rcap/56_57/oscar_gamboa.pdf)
- <http://www2.minedu.gob.pe/dcu/files/libro7.pdf>
- [http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user\\_upload/archive/publications/free\\_publications/educ\\_qualite\\_esp.pdf](http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/archive/publications/free_publications/educ_qualite_esp.pdf)
- <http://es.scribd.com/doc/7041556/Edward-de-Bono-to-Lateral-Resumen>

- <http://www.elergonomista.com/lidfiedler.html>
- [http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate06/Seccion1/espisal\\_creativeativo.pdf](http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate06/Seccion1/espisal_creativeativo.pdf)
- [http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate06/Seccion1/espisal\\_creativeativo.pdf](http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate06/Seccion1/espisal_creativeativo.pdf)

# ANEXOS



## ANEXO Nº 01

### UNIVERSIDAD NACIONAL "PEDRO RUIZ GALLO" DE LAMBAYEQUE



### GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA LAS ESTUDIANTES

Nº.....

FECHA.....

DIMENSIÓN	SIEMPRE	AVECES	NUNCA	TOTAL
Tienen confianza en sí mismo y cree en sus potencialidades y habilidades.				
Resuelve Problemas.				
Es perseverante, insiste en el logro de lo que quiere.				
Es capaz de improvisar ideas y acciones para solucionar problemas.				
Propone alternativas innovadoras.				
Comunica claramente emociones e ideas.				
Tiene capacidad de autocontrol.				
Define bien sus prioridades.				
Utiliza con eficacia las nuevas tecnologías.				



**ANEXO Nº 02**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL**  
**“PEDRO RUIZ GALLO”**  
**DE LAMBAYEQUE**



**GUÍA DE ENCUESTA PARA LAS ESTUDIANTES**

**DATOS GENERALES.**

EDAD : \_\_\_\_\_ SEXO: Masculino ☐ Femenino ☐

---

**CÓDIGO A: FOMENTO DEL EMPRENDEDURISMO**

1. ¿Existe formación empresarial en las estudiantes?

Sí ☐

No ☐

2. ¿La formación desarrollada responde a conocimientos de emprendedurismo?

Sí ☐

No ☐

3. ¿Te perfilas como alumna emprendedora?

Sí ☐

No ☐

4. ¿Tu perfil desarrollado responde a la demanda del mercado laboral?

Sí ☐

No ☐

5. ¿Cuentas con un perfil innovador?

Sí ☐

No ☐

6. ¿Desarrollas conocimientos y habilidades?

Sí ☐

No ☐

7. ¿Recibes motivación por parte del Docente?

Sí ☐

No ☐

8. ¿Cuál es el ámbito de trabajo que prefieres?

Empresaria ☐

Empleada ☐

9. ¿Actitudes emprendedoras en las alumnas?

Motivación de logro. ☐

Autoconfianza. ☐

Liderazgo. ☐

Innovación y creatividad. ☐

10. ¿cuentas con una Misión y visión?

Si ☐

No ☐



**ANEXO Nº 03**

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
“PEDRO RUIZ GALLO”  
DE LAMBAYEQUE**



**GUIA DE ENTREVISTA PARA DOCENTES**

**Apellidos y Nombres** \_\_\_\_\_

**Edad** \_\_\_\_\_ **Sexo** \_\_\_\_\_

**Lugar y fecha** \_\_\_\_\_

**Apellidos y Nombres del Entrevistador** \_\_\_\_\_

---

**CÓDIGO A: FOMENTO DEL EMPRENDEDURISMO**

1. ¿Cuál es la visión que tienen las estudiantes?

.....  
.....  
.....  
.....

2. ¿Enseña estrategias de desarrollo empresarial?

.....  
.....  
.....  
.....

3. ¿Qué opinas sobre las estrategias de gestión empresarial?

.....  
.....  
.....  
.....

## **CÓDIGO B: ESTRATEGIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

4. ¿Cuál es tu rol como docente en la formación que brindas?

.....  
.....  
.....

5. ¿Se rumorea que los docentes no siempre enseñan científicamente las ciencias empresariales?

.....  
.....  
.....  
.....

6. ¿Crees que es pertinente hacer uso de la tecnología para informarte y formarte como profesional de empresa?

.....  
.....  
.....  
.....

7. ¿Es una decisión acertada asistir a talleres, foros, debates sobre formación empresarial?

.....  
.....  
.....  
.....

8. ¿Es pertinente aplicar una Estrategia de Gestión Empresarial en las estudiantes?

.....  
.....  
.....  
.....