



**UNIVERSIDAD NACIONAL
“PEDRO RUIZ GALLO”**



FACULTAD DE CIENCIAS HISTORICO SOCIALES Y EDUCACION

UNIDAD DE MAESTRIA

MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION

**FORTALECER Y MEJORAR LAS ACTITUDES EMPRENDEDORAS DE LOS
ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA
I.E.E. SAN AGUSTIN, DISTRITO DE LA MATANZA, MORROPÓN, PIURA.
2015.**

TESIS

**PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE MAESTRO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CON MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y MANEJO DE
TICS.**

PRESENTADO POR:

BACH. Rubén Darío CALLE CORDOVA

PIURA- PERU

2016

FORTALECER Y MEJORAR LAS ACTITUDES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA I.E.E. SAN AGUSTIN, DISTRITO DE LA MATANZA, MORROPÓN, PIURA. 2015.

Rubén Darío CALLE CORDOVA
AUTOR

Mg. Juan Francisco JUÁREZ CRUZ.
ASESOR

Presentada a la Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo para optar el Grado de: MAESTRO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y MANEJO DE TICS

APROBADO POR:

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedico con todo el cariño del mundo a mis tres hijos que son el motivo fundamental de mi existencia, a mis padres que en todo momento están a mi lado, a mis hermanos por el apoyo moral, y a la persona que es especial en mi vida.

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que hicieron posible que esto sea una realidad y en especial a Dios todo poderoso por darme la fuerza y voluntad para concluir con éxito otro de mis grandes sueños.

INDICE

RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCION	08
CAPITULO I: ANALISIS DE LA PROBLEMÁTICA RELACIONADA CON LAS 11 ACTITUDES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA I.E SAN AGUSTIN –LA MATANZA –MORROPÓN –PIURA.	10
1.1. Ubicación contextual de la I.E. San Agustín.	10
1.2. Como surge el problema. Evolución histórica tendencial del objeto de estudio.	12
1.3. Como se manifiesta el problema y qué características tiene.	18
1.4. Metodología utilizada.	20
CAPITULO II: MARCO TEORICO.	23
2.1. Antecedentes de la investigación.	23
2.2. Base Teórica.	27
2.2.1. Teorías sobre emprendedurismo.	27
a. Teoría de Andy Freire.	27
b. Según Shumpeter.	28
c. Según la Escuela Austriaca	28
d. Diferencias entre Escuela Austriaca y Shumpeter	29
e. Teoría según Howard Stevenson	29
f. Teoría de Allan Gibb	30
2.2.1.1. Teoría del rol.	31
2.2.1.2. Teoría de redes.	32
2.2.1.3. Teoría de la marginación.	34
2.2.2.4. Actitud emprendedora.	35
2.2.2.5. Espíritu emprendedor.	36
2.2.2.6. Educación emprendedora.	38
2.2.2.7. Empresa	39
2.2.2.8. Habilidades empresariales.	40
2.3. Marco conceptual.	40
2.4. Modelo Teórico	44
CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.	45
3.1. Análisis y discusión de los resultados o de los instrumentos utilizados.	45
3.2. Discusión de resultados	59
3.3. Propuesta Teórica	60
CONCLUSIONES	66
RECOMEDACIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	68
ANEXOS	70

RESUMEN

La educación busca la formación cognitiva, procedimental y actitudinal del estudiante en los diferentes niveles de la educación; sin embargo, la experiencia nos indica que mayormente es cognitiva. Formar por competencias es el desafío que hoy en día tiene la educación y que debe implementarse hasta en el nivel superior, con la finalidad de que los futuros profesionales resuelvan los problemas que la sociedad y el mercado laboral requieren. La diversificación del mercado, el crecimiento demográfico, las necesidades de la población, la libertad de empresa, los recursos naturales, la escases de trabajo, entre otros factores deben ser la causa de crear e incursionar en los negocios. El emprendedurismo, debe ser un objetivo y una meta del estudiante para crear su empresa individual o en sociedad y de esta manera solucionar el grave problema del empleo, el sub empleo y la pobreza en nuestro país.

Palabras clave: Empresa, emprendimiento, empresario.

ABSTRACT

Education seeks cognitive, procedural and attitudinal training of students at different levels of education; however, experience shows us that it is mostly cognitive. Form competency is today's education challenge, and to implement it until the highest level is imperative, this is to accomplish a specific goal: that future professionals solve problems that society and the labor market require. Market diversification, population growth, the needs of the population, freedom of enterprise, natural resources, labor shortages, among other factors must be the cause of creating and venture into business. Entrepreneurship, should be a goal and a goal student to create their individual or partnership company and thus solve the serious problem of employment, underemployment and poverty in our country.

Keywords: Enterprise, entrepreneurship, entrepreneur.

INTRODUCCION

La presente investigación denominada: FORTALECER Y MEJORAR LAS ACTITUDES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA I.E SAN AGUSTIN –LA MATANZA –MORROPÓN –PIURA 2015; nace de observar que los estudiantes materia de estudio carecen de actitudes emprendedora y empresariales en su formación; en consecuencia nuestro objeto de estudio lo constituye la gestión del proceso enseñanza aprendizaje.

Los objetivos que se persigue son: Proponer un Programa para fortalecer y mejorar las actitudes emprendedoras de los estudiantes del quinto grado de educación secundaria de la I.E San Agustín –La Matanza –Morropón –Piura y los objetivos específico: Determinar las actitudes emprendedoras de los estudiantes del quinto grado de educación secundaria de la I.E San Agustín –La Matanza –Morropón –Piura, teorizar respecto de las variables de estudio y, proponer un Programa para fortalecer las actitudes emprendedoras de los estudiantes objeto de estudio.

La hipótesis central quedó determinada de la siguiente manera: Si se propone un Programa; entonces se fortalecerían las actitudes emprendedoras de los estudiantes del quinto grado de educación secundaria de la I.E San Agustín, de La Matanza, provincia de Morropón, región Piura.

El campo de acción lo constituye: El Programa de Fortalecimiento de actitudes emprendedoras.

En el aspecto teórico, se abordarán las teorías sobre emprendedismo, tales como las teorías de Teoría de Andy Freire, Shumpeter, Según la Escuela Austriaca; Teoría según Howard Stevenson y de Allan Gibb. Las teorías del rol, de redes y de la marginación; así mismo sobre empresa y habilidades empresariales.

Metodológicamente, la presente investigación es de tipo descriptiva-propositiva y se trabajará con la sección del quinto grado de la I.E. San Agustín. Se aplicó un cuestionario para conocer sus habilidades emprendedoras y empresariales. El procesamiento estadístico se realizó utilizando el sistema informático SPSS, versión 20.

El MED viene implementando en los centros educativos una materia relacionada a capacitar y orientar a los estudiantes para que emprendan actividades empresariales, también instituciones privadas estimulan a estudiantes universitarios para que presenten sus proyectos empresariales, a quienes premian o apoyan en la formalización de sus empresas.

Existen a su vez programas televisivos que impulsan la creatividad y orientan respecto a diferentes tipos de empresas que requiere el mercado, en el cual pueden desarrollar sus habilidades y potencialidades innatas o adquiridas.

La principal conclusión a la que hemos arribado con el presente estudio es que los estudiantes del quinto grado de educación secundaria de la I.E. San Agustín de La Matanza, provincia de Morropón, región Piura es que carecen de actitudes emprendedoras para crear sus propias fuentes de trabajo.

Nuestro aporte científico lo constituye el Programa de fortalecimiento de actitudes emprendedoras en los estudiantes del quinto grado de educación secundaria de la I.E. San Agustín de La Matanza, provincia de Morropón, región Piura.

El autor.

CAPITULO I:

ANALISIS DE LA PROBLEMÁTICA RELACIONADA CON LAS ACTITUDES EMPREDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA I.E SAN AGUSTIN –LA MATANZA – MORROPÓN –PIURA.

En el presente capítulo se abordará los aspectos contextuales relacionados a la institución educativa San Agustín, así como del distrito de La Matanza, de la provincia de Morropón-Piura. Por otro lado se analiza el proceso evolutivo histórico relacionado a las actitudes emprendedoras de los estudiantes materia de estudio y, la metodología utilizada para la comprobación de la hipótesis y su diseño analítico.

1.1. Ubicación contextual de la I.E. San Agustín.

La Institución Educativa “San Agustín” se encuentra ubicada en.....del distrito La Matanza, provincia de Morropon, región Piura.

1.1.1. Reseña histórica de la I.E. San Agustín.

La Institución Educativa SAN AGUSTIN, se encuentra ubicada en la Región Piura provincia De Morropón, Distrito de La Matanza. Fue creado con R Z 02603 de fecha 21 de setiembre de 1976, su primer directora la profesora María Angélica Jiménez Castillo , luego fue dirigida por el profesor Raúl García Coloma, continuo dirigiendo el profesor Manuel Simbala Castillo, Polinestor Moreno Tineo y actualmente es dirigida por el profesor Rubén Darío Calle Córdova .

Actualmente cuenta con una población estudiantil de 673 estudiantes de ambos sexos en el nivel secundario, los estudiantes provienen de familias dedicadas a la agricultura y ganadería, la I.E brinda el servicio de jornada escolar completa sin dejar de lado la aplicación del DCN Y RUTAS DE APRENDIZAJE. Cuenta con 35 docentes especializados en cada una de las áreas, contamos también

con una infraestructura moderna con laboratorios, aula de innovación pedagógica biblioteca, y taller de cocina y carpintería.

En coordinación con los padres de familia, personal docente, administrativo, se han trazado metas teniendo en cuenta que nuestro sistema educativo toma como centro de atención la formación integral de los púberes y adolescentes, quienes logran aprendizajes orientados a una relación armoniosa entre sus dimensiones intelectuales emocionales, físicas. Dentro de un marco de una educación para la paz, convivencia y ciudadanía.

El lema de la institución es RESPETO, SABIDURIA Y TRABAJO.

CUADRO N° 1: DOCENTES

DOCENTES	NUMERO
NOMBRADOS	24
CONTRATADOS	11

CUADRO N° 2: ESTUDIANTES

GRADO	CANTIDAD
1ER	141
2DO	157
3RO	139
4TO	121
5TO	115
TOTAL	673

INFRAESTRUCTURA:

Número de aulas	: 20
Número de laboratorios	: 02
Número de servicios higiénicos	: 06
Número de losas deportivas	: 02

1.1.2. Distrito La Matanza.

El distrito de La Matanza es uno de los diez distritos que conforman la provincia de Morropón, ubicada en el Departamento de Piura, bajo la administración del Gobierno regional de Piura, en el norte del Perú.

El distrito fue creado mediante Ley del 5 de noviembre de 1964, en el segundo gobierno del Presidente Fernando Belaúnde.

Tiene una superficie de 1 039,46 km². Su capital es la localidad de La Matanza.

La Matanza ubicado dentro de la provincia de Morropón, es uno de las ciudades más importantes de la región Grau, por su producción agropecuaria y la calidad de sus suelos, es conocida como la “capital del limón” y famosa por su cerámica que tiene renombre internacional.

Es una ciudad que posee las mejores tierras agrícolas del valle del Alto Piura y muy considerada por su dulce mango criollo que se produce en estas tierras, donde se dedican a la agricultura (limón todo el año, maíz, coco, algarroba, algodón, uva, palta) y la ganadería (vacuno, porcino, caballo, caprino y otros) cuyo animal típico de la zona es el burro.

Dicho distrito por su ubicación geográfica debería tener un clima cálido, húmedo y de alta precipitación fluvial; pero con la presencia del cambio climático ha experimentado una sequía en el último año generando pérdidas económicas en los pobladores que viven de estos recursos.

1.2. Cómo surge el problema. Evolución histórica tendencial del objeto de estudio: Emprendedurismo.

Guillermo Bonfil Batalla define a la cultura como “el conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, formas de comunicación y organización sociales, y bienes materiales que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permiten transformarse y reproducirse como tal, de una generación a la siguiente”.[1]

A pesar de su amplitud, esta definición es interesante porque muestra los tres elementos de una función: el objeto determinado que es la vida en sociedad, incluyendo su transformación y los elementos que conllevan a ello; las variables independientes que son las formas de comunicación y de organización social y económica, conjuntadas por la estructura institucional, el estado de las artes y la ciencia; y la función, es decir, la regla que interrelaciona lo determinado y lo determinante: la cultura, porque ella amalgama símbolos, valores, actitudes y habilidades técnicas y científicas que mueven la acción humana hacia un fin. Es así, una definición integradora.

De acuerdo con nuestra definición, forma cultura todo acto social, pero como tal es expresable sólo aquel que se convierte en código de conducta y que conforma un sistema de comunicación simbólico, crea identidad y da cohesión a un grupo o una sociedad determinada. Los códigos son resultado de un lenguaje común, una forma de concebir y compartir la idea del mundo y una manera de enfrentarlo. Todo ello determina patrones de conducta donde las manifestaciones individuales y sociales adquieren significado. Como manifestación holista, la cultura envuelve comportamientos y crea sistemas de comunicación donde el idioma, las manifestaciones artísticas, las actitudes del poder y ante el poder, los gustos y los prejuicios se adquieren de manera inconsciente.

En correspondencia con nuestra definición, el humano como especie es un hacedor de cultura; todos sus testimonios es cultura. Ésta es la expresión de la cosmovisión que genera una determinada sociedad en un tiempo y lugar específicos, y se ha fundamentado en ciertas ocasiones en el mito, en otras, en la fe o la creencia, en otras más, en la razón o la ciencia. Ninguna de ellas es excluyente, porque en la colectividad coexisten las manifestaciones de carácter racional con las del sentido mágico de la existencia. Así, encontramos desde la antigüedad remota que lo mismo crearon cultura quienes contemplaban los astros para establecer sistemas complejos de predicción de los fenómenos naturales, o para configurar calendarios y formas precisas para medir el tiempo, que

quienes lo hacían para predecir el destino de los humanos, de hecho, no existía una diferenciación entre astronomía y astrología; o bien, en la Grecia Clásica, donde tanto las sibilas como los filósofos produjeron cultura, porque la importancia de Delfos era tanta, o más, que la de la Academia de Platón o el Liceo de Aristóteles.

Historia y Emprendedores.

Emprender significa iniciar, explorar, promover, organizar, tomar riesgo. Los humanos en general son una especie emprendedora, porque en el transcurso de su existencia han generado patrones de conducta relacionados con la innovación. Observamos este hecho desde el mismo tránsito de la prehistoria a la historia de la humanidad, la cual implicó seguramente la existencia de seres capaces de explorar y organizar, hombres incógnitos, **emprendedores primitivos capaces de tomar riesgos y sostener iniciativas que contribuyeron a mejorar la vida de la humanidad: son ellos los que crearon instrumentos de caza: el hacha de mano, la lanza, vestimenta, descubrieron el fuego, la agricultura, la cocción del barro, construyeron viviendas, inventaron la escritura y con ello, la historia; en fin, inventaron la especialización social y la ciudad.**

Aunque existan manifestaciones culturales en el medio rural, su cultura realza la costumbre, y, por consiguiente, este entorno no es propio para el cambio. Las ciudades son donde las formas de organización social hacen prevalecer el intercambio de ideas y la creatividad, las ciudades son el sitio donde la innovación se hace característica [2].

Los espacios urbanos fueron dominantes por primera vez en las sociedades del neolítico establecidas en Mesopotamia, es decir, la parte occidental de la masa euroasiática ubicada entre los ríos Éufrates y Tigris. Esta zona llena de urbanidad fue el laboratorio de la producción urbana de la humanidad occidental. En ella se inventaron todo tipo de utensilios, se cristalizó una fase dinámica de avances y conflictos que configuraron

su esencia [3]. Ahí se dio un proceso de creación que fue producto de la actividad emprendedora del individuo, aunque tenemos pocos conocimientos de ello, ahí se inventó la escritura, las matemáticas, la astronomía, se consolidó la agricultura; de ahí proviene la cerámica, el ladrillo y el arte de la construcción; todo ello resultado de un pueblo o conjunto de pueblos emprendedores.

Babilonia.

Reconstrucción ideal del Palacio de Nimrud en Babilonia, con el zigurat al fondo, en una pintura del siglo XIX, obra del artista británico James Fergusson.

Después fue en ciudades como Atenas donde la libertad se constituyó en un ejercicio de cultura y destacaron los emprendedores de la ciencia y la filosofía, pensadores que nos heredaron su saber desde los tiempos de Sócrates hasta los de Hypatia, emprendedores que nos legaron el conocimiento como objetivo humano y una hermosa biblioteca como centro de la vida intelectual, la biblioteca de Alejandría.

En la Edad Media los emprendedores fueron de tipo religioso en su primera fase y de tipo militar y mágico hacia su final. Durante ella la creencia y la fe fueron la base de las prácticas sociales, la organización social a partir de la ciudad fue relegada. En lo general, en ese período la iniciativa individual era escasa, los emprendedores de tipo civil no eran bien recibidos y eran pocos; hacia el final de la misma, fueron los italianos quienes que se arriesgaron a atravesar Eurasia y penetraron en el Imperio Chino en busca de comercio [4]. Sin embargo, la acumulación de riqueza tenía un grupo especializado en ello, los judíos, quienes hicieron del ahorro y la inversión un oficio para obtener dividendos, en su éxito se encontró otro motivo para justificar su marginación. Asimismo, otro tipo de emprendedores fueron los alquimistas, quienes conjuntaron la magia y la ciencia con el objetivo de encontrar la piedra filosofal, la substancia que

contuviera en sí misma los cuatro elementos y poseyera las propiedades necesarias para transmutar cualquier metal en oro, que fuera elixir de la vida, que curara enfermedades y lograra la inmortalidad, y por increíble que parezca, esta búsqueda dio como resultado el descubrimiento de los fundamentos de la química.

Esta situación cambió en el siglo XV, cuando Bizancio cedió ante el avance musulmán en el oriente europeo, y en el occidente fueron derrotados en la Península Ibérica, una serie de emprendedores indagaron rutas comerciales alternas que rompieran el bloqueo otomano de la ruta de la seda. Esta búsqueda transformó al mundo. Emprendedores como Enrique el Navegante traspasaron el Estrecho de Gibraltar e iniciaron la exploración de las vías marítimas hacia el Oriente [5]. Este fue el comienzo de los grandes descubrimientos geográficos que permitieron a marinos italianos, portugueses y españoles darle la vuelta al planeta. Estas iniciativas transformaron al mundo entre 1450 y 1800, es decir, entre el Renacimiento y la Ilustración, por eso este fue un periodo caracterizado por grandes emprendedores.

Emprendedores y cultura moderna.

En este periodo los océanos fueron conquistados, el comercio alcanzó un volumen y una dimensión geográfica nunca antes logrados. El aumento del intercambio comercial motivó fuertes oleadas de emigración de Europa al resto del mundo, y hubo un conjunto de emprendedores: exploradores, conquistadores, nuevos religiosos, gente que se arriesgó a establecer formas de vida guiadas por la utopía o por la ganancia. Estos emprendedores modificaron la vida entera del planeta: globalizaron su economía.

Las ciudades fueron nuevamente los sitios en donde los emprendedores civiles encontraron un nicho para sus actividades, los libertos urbanos, alejados de los dominios territoriales, generaron sistemas que se basaban en la producción para el intercambio a pesar de las excesivas

reglamentaciones y de su carácter corporativo, pero también se apoyaron en sistemas de conocimiento donde la razón, no la creencia, ganó la batalla. Así, desde el origen de la Época Moderna, cuando la organización social se fincó de nuevo en la razón y el entendimiento, se creó una nueva cultura que aceptó como valor el progreso material de la humanidad.

La razón se difundió a partir del siglo XVIII como principio explicativo de todo: de la naturaleza, de la religión y del propio hombre. La creencia fue sustituida por la ciencia, la ganancia dejó de ser pecado, los préstamos a futuro y a distancia se desarrollaron sentando las bases de un mercado financiero internacional, los sistemas comerciales florecieron, primero bajo la acción emprendedora protegida por los reinos, luego, como expresión privada. La vida toda, determinada por el esfuerzo personal, era una vida con futuro porque el bienestar se convirtió en el objetivo del mundo.

Lo que siguió a la Ilustración fue una serie de revoluciones sociales, civiles, y políticas realizadas por espíritus emprendedores. En efecto, a raíz de la revolución comercial que encabezaron los ibéricos, el incremento de la riqueza dio pauta al desarrollo de la Revolución Industrial realizada por los ingleses y holandeses. A partir de ese entonces, empezó a generalizarse la idea de que las sociedades pueden mejorar su nivel de vida. El hombre civil de las nuevas urbes industriales comenzó a definirse por su carácter emprendedor asociado al cambio social y al papel que en él juega el sentido material para encontrar nuevas modalidades que satisfagan sus necesidades tanto sociales como económicas [6].

Todo este conjunto de cambios transformó la visión de la vida, particularmente de la idea del poder, porque si este recaía en el pueblo, entonces el poder que residía en él debería servirle para lograr sus objetivos, de manera que un nuevo conjunto de emprendedores sociales se sumaron a los emprendedores particulares, la sociedad era principio y fin de la economía y de la política.

En economía, los hechos eran contundentes: a partir de la industrialización, la competencia, la reorganización política, la especialización y la división del trabajo social elevaron la productividad y aumentaron el intercambio y el bienestar material, el cual ha venido en ascenso desde la recuperación renacentista; asimismo se desarrolló el conocimiento para el beneficio material de la sociedad que ha caracterizado el desarrollo mundial contemporáneo.

Por: Dra. María Elvira Buelna Serrano

Mtro. Santiago Ávila Sandoval

1.3. Cómo se manifiesta el problema y qué características tiene.

Potenciar el espíritu emprendedor en etapas formativas tempranas resulta imprescindible de cara a motivar en un futuro el desarrollo de nuevas empresas orientadas hacia una cultura que potencie la innovación y la creatividad. La educación y la formación son uno de los principales factores que diferencian a los emprendedores de los no emprendedores (Lee et al, 2005). En este sentido, la Comisión Europea (2008) señala en su informe sobre “Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies” que en Europa es necesario promover un mayor espíritu emprendedor entre sus jóvenes, apoyar la creación de nuevas empresas innovadoras, y fortalecer una cultura que sea más cercana al emprendimiento y al crecimiento de la PYME.

En la actualidad, en la mayoría de los países desarrollados y en vía de desarrollo, la educación y la formación emprendedora está empezando a ser una de las piezas fundamentales en los planes de estudios (Li y Matlay, 2005). Esta formación es útil y facilita la incorporación de la creciente población estudiantil al mundo del trabajo a través de la creación de nuevas empresas, y al desarrollo personal del individuo fomentando que la juventud sea más creativa y más segura de sí misma en cualquier tema que quiera desarrollar. Sin embargo, el proceso emprendedor aglutina disciplinas con distinto grado de dificultad a la hora de transmitirlas o enseñarlas. Por una parte, se encuentran las habilidades empresariales y las funciones de dirección, que son relativamente fáciles de transmitir, y por otro lado se encuentran elementos tales como los

aspectos creativos del emprendimiento que son mucho más difíciles de enseñar (Rae y Carswell, 2001).

En nuestro país el emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun si se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

El Distrito de La Matanza está ubicado a 35 Km del distrito de Chulucanas rodeada de recursos naturales aprovechados por la población que se dedica a la agricultura y ganadería, actividades que han sido afectadas por este fenómeno climático; otra actividad es la preparación de la Chicha de Jora, elaboración de ladrillo.

La mayoría de los jóvenes al terminar su educación secundaria no utiliza las potencialidades que tienen en la zona por lo que pasan a subsistir de la agricultura esto porque no cuentan con un asesoramiento y desconocen de las bondades que les ofrece su distrito como la producción de algarroba, y otros árboles madereros que pueden ser usados en la carpintería, etc.

Con la presente investigación se pretende identificar las potencialidades que tienen los jóvenes en ser emprendedores de su propia generación de fuentes de trabajo en el aprovechamiento de su medio rural en relación a los proyectos productivos, vinculados con los sectores agrícolas, por lo tanto somos convencidos que la mentalidad emprendedora se debe de fomentar en escuela preparatoria y en las universidades. Es necesario fomentar entre los jóvenes ese espíritu

emprendedor, haciéndoles ver que están en la edad y momento ideal para intentarlo.

Teniendo en consideración dichos antecedentes, nos preguntamos:
¿COMO MEJORAR LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS
ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA
DE LA I.E. SAN AGUSTIN LA MATANZA – MORROPÓN – PIURA, 2015?

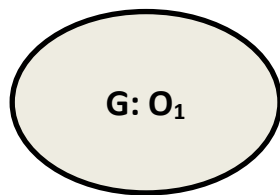
1.4. Metodología utilizada.

1.4.1. Tipo de estudio.

El presente estudio a investigar por su finalidad es propositiva, por su temporalidad es transversal y por su profundidad es descriptiva.

1.4.2. Diseño:

No experimental-transversal.



Dónde:

G: grupo

O: observación

1.4.3. Población y muestra:

Los participantes de esta investigación son 98 estudiantes del Quinto Grado de Educación Secundaria (hombres y mujeres) de la I.E Miguel Grau La Encantada – Chulucanas.

La muestra lo constituyen 37. estudiantes del quinto año, sección "A"

1.4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Se aplicaron

TECNICAS	INSTRUMENTOS	SUJETOS
Encuesta	Cuestionario	Estudiantes
Evaluación	Escala de actitudes tipo Likert	Estudiantes

1.4.5. Métodos de análisis de datos:

Se utilizarán las siguientes técnicas:

- LIMPIEZA DE DATOS: es un proceso permanente se inicia cuando llegan los primeros datos recolectados para evaluar su validez y confiabilidad.
- SERIACIÓN: Consiste en categorizar mis instrumentos en función al tipo y al sujeto que se le aplicó.

- **CODIFICACIÓN:** es una operación que se realiza previa tabulación, es decir se trata de cada respuesta del cuestionario o cada dimensión de los cuadros de observación, sean traducidas y representadas por indicaciones numéricas (códigos) que facilitan la tabulación.
- **TABULACION:** consiste en resumir todas las operaciones anteriores, recogiendo los valores parciales, totales o acumulados mediante la labor estadística.
- **ANALISIS E INTERPRETACION:** el propósito del análisis es resumir y comparar los resultados obtenidos en la labor estadística con el fin de proporcionar respuesta a las interrogantes de la investigación y los problemas formulados.

El objetivo de la interpretación es buscar un significado más amplio a las respuestas obtenidas con otros conocimientos disponibles; que permitan profundizar, explicar y entender.

1.4.6. Diseño analítico.

Una vez determinado el problema en estudio, se procedió a diagnosticar la actitud emprendedora de los estudiantes materia de estudio. Se revisó la bibliografía y estudios al respecto.

En una segunda etapa se procedió a profundizar teóricamente, respecto a las dos variables de estudio.

En la tercera etapa se analizó los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de recojo de datos, con los cuales se construyó las conclusiones: así mismo, se diseñó y elaboró la propuesta teórica.

CAPITULO II:

MARCO TEORICO.

Este capítulo busca conocer los antecedentes del estudio sobre emprendedurismo; y se analizan las teorías sobre emprendedurismo de Andy Freire, Emprendimiento según Schumpeter; la Escuela Austriaca; Howard Stevenson. El emprendedurismo en la escuela y empresa, entre otros.

2.1. Antecedentes de la investigación.

La tesis doctoral “La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos” de **Mag. Ing. Alejandro Pablo Cardozo Crowe** de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Organización de Empresas; concluye:

La investigación realizada permitiría la continuación de estudios relacionados con el desarrollo empresarial ligados a la decisión de emprender en el contexto argentino. Entre ellos se mencionan los siguientes:

El impacto del rol de la Universidad en la educación en desarrollo empresarial. Como fue expuesto la mayoría de las Universidad argentina tanto de gestión pública como privada han venido desarrollando con intensidad creciente diversas acciones en el campo de la creación de nuevas empresas. Sin embargo la medición del impacto de estas acciones es limitada. Es posible que alguna de estas acciones esté condicionadas por una demanda parcial del mercado educativo pero sin contextualización de dichas acciones mediante un análisis reflexivo y sin medición del impacto se corre el riesgo de “hacer más de lo mismo” y no avanzar en conocimiento.

El análisis y evaluación del impacto de la Universidad como forjadora de modelos de rol para emprender. Si se asume que el desarrollo empresarial agrega valor a la sociedad, y que la Universidad es una de las fuentes de generación de posibles nuevos empresarios que por su formación pueden

brindar proyectos de mayor contenido tecnológico y dinamismo, se torna crítico la evaluación y medición de acciones que permitan implementar mejoras.

Profundizar la motivación para emprender como etapa temprana de una gestación empresarial desde una perspectiva emocional y no sólo racional.

El avance sostenido en el estudio del cerebro humano (neurociencia) y su aplicación a otros campos del conocimiento como por ejemplo la toma de decisiones en el campo de la administración, está permitiendo, y al mismo tiempo quizás desvirtuando, la concepción clásica de un ser humano totalmente racional al momento de la toma de decisiones. El emprender con alto modelo de rol tiene un componente emocional que no necesariamente está ligado a la racionalidad estrictamente económica.

Analizar la motivación al momento de emprender desde una perspectiva individual o con uno o más socios. La complementariedad de conocimientos y sinergia de equipo, la posible reducción de incertidumbre, la división de roles, etc., puede afectar la decisión de emprender. Uno o varios socios pueden actuar de hecho como modelos de rol.

Profundizar sobre las causas de finalización de un emprendimiento y su relación con la motivación inicial al momento de emprender.

Realizar estudios comparativos sobre el modelo de rol como obstáculo al momento de emprender tomando en cuenta diferentes contextos.

Continuando la línea investigada por Kirkwood avanzar en el análisis del contexto local la influencia de los hijos al momento de emprender.

La investigación de **Francisco Miguel Martínez Rodríguez** en España, cuyo título de tesis es “Análisis de competencias emprendedoras del alumnado de las escuelas taller y casas de oficios en Andalucía. Primera fase del diseño de programas educativos para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes.”, Tipo de investigación descriptiva en una población de 2,873 estudiantes, cuyas conclusiones indican que la oferta formativa debería ser más variada y abrir nuevas vías de desarrollo profesional; se deben buscar más salidas profesionales y nuevas especialidades formativas en base a las necesidades y demandas

actuales, que les permita desarrollar iniciativas emprendedoras para generar mayor cohesión social y crecimiento económico, en la línea de la innovación o una iniciativa emprendedora, sin embargo afirmaron no sentirse preparados, porque no tienen un elevado nivel de desarrollo de competencias emprendedoras para llevar a cabo dicho proyecto, por lo que alumnos se consideran con poca iniciativa, incapaces de gestionar el riesgo propio de un proyecto empresarial, se sienten con poca capacidad para sobreponerse al fracaso, además se declaran poco competentes para generar ideas e identificar las oportunidades que no han sido vistas por otros empresarios; su creatividad es limitada, pues le cuesta generar ideas novedosas con las que se podría crear un negocio innovador; carecen de conocimientos necesarios para iniciar un proyecto emprendedor por sí mismos.

El informe técnico a cargo de la Universidad de Tarapacá en Chile, cuyo título es “Análisis y diagnóstico de indicadores de innovación y emprendimiento en la Región de Arica y Parinacota 2009”, en una población conformada por los investigadores, profesionales, empresarios, emprendedores y científicos de la Región Arica y Parinacota que invierten en innovación y desarrollan procesos nuevos; cuyas conclusiones indican: La incorporación de nuevas prácticas e implementación de estrategias dentro de una institución incentivando la transferencia de conocimiento e información así como la difusión de nuevas tecnologías, identificar y monitorear activos intelectuales que posee cada institución y evaluar los sistemas de generación de ideas para la realización de proyectos, crear mecanismos de promoción de la creatividad e inventiva en la institución, además de promover incentivos a su desempeño.

A nivel nacional se ha encontrado la tesis **de Pablo Martin Vargas Gálvez**, cuyo título es “La motivación en el logro de emprendedores de negocios culturales de la ciudad de Huamanga - Ayacucho”, la investigación es un diagnóstico cuantitativo en una población de 42 emprendedores, cuyas conclusiones son que existe un conjunto de

características que definen al perfil del emprendedor de negocios culturales, las cuales pueden ser empleadas como puntos de referencia importantes para la elaboración de un programa educativo de emprendimiento que permita a partir de la motivación del logro, cubrir los vacíos de aprendizaje y satisfacer las necesidades de acceso a la educación de aquellos que aún no han sido beneficiados con un programa educativo de esta naturaleza, siendo éstas: La convicción de asumir tareas complejas que demanden mayor capacidad de innovación, iniciativa y dedicación; apertura constante para recibir retroalimentación y sugerencias de mejora; capacidad de asumir retos y resolver problemas con mayor prioridad en el aprendizaje; disposición a poner a prueba sus habilidades con criterios de excelencia tanto en actividades grupales como individuales; alto nivel de organización y capacidad de trazarse metas elevadas con visión de éxito; idea de negocio cultural claramente definida (imagen emprendedora futura).

Otra tesis es de **Pinilla Cisneros Susana Isabel**, cuyo título es “Condiciones de éxitos de los emprendedores emergentes de Lima en el contexto de globalización”, es un estudio de 9 casos; cuyas conclusiones es la iniciativa y creatividad que tiene la población de estudio para establecer emprendimientos económicos, estrategias de crecimiento, desarrollo y competencia, y mantenerse en el mercado, asumiendo riesgos; las condiciones de éxito están asociadas con cultura de trabajo proveniente de sus familias de origen y reforzada en el ejercicio de su propia experiencia basada en el esfuerzo familiar, austeridad en comportamiento empresarial y familiar, perseverancia, laboriosidad afición al riesgo controlado; y desarrollan actividades en base a sus recursos económicos.

Sabiendo que la educación peruana está obligada a lograr que sus estudiantes adquieran 8 aprendizajes fundamentales a lo largo de su escolaridad, a través del desarrollo de competencias y capacidades. Uno de ellos, es el desarrollo de la innovación, creatividad y emprendimiento

en los estudiantes, que favorezca la construcción de su propio proyecto de vida como ciudadano competitivo en un mundo globalizado.

De allí que la presente investigación se justifica en la medida que pretende dar a conocer la problemática de la I.E., donde los estudiantes del quinto grado, a puertas de egresar les falta el desarrollo de la actitud creativa emprendedora al evidenciarse su desinterés en proyectos que intentan motivar la creatividad e innovación de sus productos, cerrándose en antiguas costumbres.

Por lo tanto este trabajo sirve como fuente de consulta para posteriores investigaciones orientadas en esta materia, que en el campo educativo es muy escaso; además de contribuir en el diseño de instrumentos didácticos para elaborar en el futuro propuestas referentes al tema.

2.2. Base teórica.

2.2.1. Teorías sobre la figura del emprendedor.

a. Teoría de Andy Freire:

Según la teoría del triángulo invertido propuesta por Andy Freire, todo proceso emprendedor combina tres componentes:

-IDEA

-CAPITAL

-ENMPRENDEDOR.

El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas.

De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto.

Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos.

b. Emprendimiento según Schumpeter:

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones.

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo”.

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

c. Emprendimiento según la Escuela Austríaca:

Varios autores rechazaron las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner. Si bien compartían la percepción de la importancia de la contribución del emprendimiento en el proceso de desarrollo capitalista, diferían en su concepción de la naturaleza de la persona y actividad en el impacto de estos en el proceso y en la visión futura del capitalismo. Para Mises, el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas.

El conocimiento generado por esta situación aumenta con el tiempo, por lo que la incertidumbre se reduce progresivamente. Para Kirzner, la emprendedora gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio. Esta alerta permite al emprendedor percibir las oportunidades antes que los demás. Más aún, el

emprendimiento no está encapsulado en la mera posición de un mayor conocimiento de las oportunidades del mercado.

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

d. Diferencias entre la escuela Austríaca y la de Schumpeter:

Los austríacos enfatizan la existencia continua de la competencia y la oportunidad de emprendedora, mientras que Schumpeter se concentra en la naturaleza temporal de la actividad y los disturbios generados por las nuevas combinaciones ofrecidas al mercado.

Para Schumpeter, el emprendedor se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades. En contraste, los austríacos sugieren que los cambios generados por la actividad emprendedora tienden a equilibrar los mercados.

Schumpeter se basa en los emprendedores que generan el cambio de una situación existente a otra. La escuela austríaca se basa en la creación del equilibrio, por lo tanto, estos emprendedores generan el cambio dentro de una situación existente.

e) El emprendedor según Howard Stevenson:

En la década de los 80's Stevenson interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos.

La enseñanza del emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de líderes comerciales y por eso es considerada imprescindible en los principales currículos de MBAs. El método tradicional contempla la formación de personas cuyo desarrollo personal esté ligado a la escalera empresarial, subiendo con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores.

Cuando se plantea un método alternativo de creación de generadores de riqueza, los cuales, partiendo de una base pequeña van conformando un

equipo cada vez más grande. En este caso, el desarrollo personal y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano.

La enseñanza del emprendimiento no está ligado al número de empresas creadas, o a las pequeñas y medianas empresas, sino que están ligadas a:

- La facultad de crecer y crear empresa, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (Schumpeter) o de equilibrio (Escuela Austriaca)
- La orientación al crecimiento (Teoría de Drucker y Stevenson).
- El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos. (Modelo TIMMONS).

Las nuevas condiciones de competitividad deben permitirles a los jóvenes tomar decisiones sobre su destino profesional con un mayor abanico de oportunidades.

f) Teoría de Allan Gibb:

Muestra un ejemplo de cómo las entidades de educación deberían enfocar sus esfuerzos para la educación empresarial.

De ahí parte el análisis de la educación empresarial. En esta se tienen en cuenta las siguientes características:

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

El emprendedurismo tiene sus raíces en las necesidades económicas que sufren las personas, entre muchos factores por falta de un empleo,

pobreza, sub empleo etc. Lo que origina el estudio por ciertas teorías, que a continuación se detallan:

2.2.1.1. Teoría del rol.

La teoría del rol intenta explicar por qué en determinadas zonas geográficas abunda el tejido empresarial frente a otras que escasea, destacando que el factor externo que influye y posibilita la creación de empresas es la existencia de hechos que lo corroboran. El entorno en el que predomina la abundancia de un sector industrial o bien la existencia de modelos emprendedores a seguir, produce un efecto de arrastre que estimula la aparición de más empresarios (Nueno, 1996).

Cuando el futuro empresario advierte que otros individuos en circunstancias similares a las de él han logrado crear su propia empresa, decide emprender este cometido (Veciana, 1996). Aunque las características del emprendedor son vitales, los factores externos como la presencia de empresarios experimentados en la zona y de modelos de roles empresariales de éxito en la comunidad, tienen un efecto igualmente notorio en la decisión de crear una empresa (Begley y Boyd, 1987; Baron, 2000). Los valores de la sociedad y las experiencias empresariales en el pasado, con sus éxitos y sus fracasos, legitiman la actividad en el presente, en cuanto que actúa como incentivo en el proceso de creación de empresas. Un aumento de legitimación social implica cambios en las preferencias individuales.

Si además existe un entorno donde el empresario esté bien valorado, es decir, que exista la posibilidad de obtención de un prestigio social, propiciará un contexto más favorable a la creación de empresas. La obtención de respeto, admiración y gratitud de los demás son fuente de satisfacción personal. La función de utilidad del empresario depende de hasta qué punto la sociedad considera respetable y prestigiosa su actividad e implica efectos de larga duración.

Aunque no sea por factores externos sino internos, como un entorno familiar donde han existido roles de empresario, también estos condicionan la inclinación de los hijos hacia este tipo de actividades

empresariales más que hacia otras profesiones, proporcionándoles estímulos y apoyo social. Si un individuo desde su infancia ha estado inmerso en un ambiente profesional familiar, estará más motivado y tendrá mayor propensión a crear una empresa en su madurez. La actividad empresarial tiene que ver con los valores de la familia, valores que se mantienen al inculcar en la niñez la iniciativa, la autorrealización y el éxito (Roberts, 1970; Scout y Twomey, 1988; Scherer et al., 1989; Matthews y Moser, 1995; Johannisson, 1995).

2.2.2.2. Teoría de redes.

Esta teoría cobró importancia en la década de los ochenta a partir de los trabajos de Birley (1985), Aldrich et al. (1986,1987) y Johannisson (1988) que han dado lugar a una corriente de investigaciones alrededor del impacto de la red (network) en el proceso de creación de empresas. A pesar de la extensa literatura que relaciona las redes sociales con la creación de empresas, relativamente pocas investigaciones han explorado la existencia y estructura de redes formales de empresas y sus implicaciones para el desarrollo emprendedor y eficiencia (Elfring y Hulsink, 2003; Minniti, 2005).

Una red es un sistema coordinado de relaciones de intercambio establecido por diferentes empresas especializadas en las distintas actividades de la cadena de valor del producto (Fernández y Junquera, 2001). El creador de una empresa necesita competir, pero también cooperar con otros construyendo alrededor una red de relaciones para la obtención de los recursos necesarios para su constitución. “Desde este punto de vista la network del creador de empresa podría considerarse como un intangible estratégico para lograr el éxito de la nueva empresa” (Ollé y Planellas, 2003:204). No es una actividad que surge espontáneamente y que depende del carácter extrovertido del empresario, sino que es una actividad directiva necesitada de una esmerada planificación y evaluación, que no puede ser delegada.

La teoría de redes plantea que el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos o actores proporciona múltiples interconexiones y reacciones en cadena, cuyo resultado es hacer circular la información y

las ideas, y facilitar al emprendedor la creación de la empresa. Para que surjan empresarios dentro del entorno de una red, es indispensable concebir una estructura de organización apropiada, en la cual se especifique el medio más favorable para que ocurran diferentes tipos de interacción (Baba e Imai, 1993). La interacción entre las empresas genera nueva información económicamente valiosa dando lugar a lo que se conoce como aprendizaje mediante la interacción (Ollé y Planellas, 2003). En este sentido, los avances en la tecnología supondrán un gran apoyo. En cuanto a los tipos de redes, nos encontramos con una gran variedad y nombres según distintos autores. Birley (1985), distingue entre redes formales (bancos, profesionales, cámaras de comercio) e informales (familias, amigos, compañeros de trabajo), manifestando que los nuevos empresarios se sirven más de estas últimas que de las redes formales. Szarka (1990) diferencia entre: redes de intercambio (constituidas por empresas y organizaciones con las que el empresario tiene relaciones comerciales); redes de comunicación (constituidas por los individuos y las organizaciones con las que el empresario no mantiene vínculos comerciales, pero le informan de aspectos del negocio); y redes sociales (constituidas por familia y amigos). Curran et al. (1993), distingue entre redes obligatorias (aquellas a las que debe pertenecer el empresario para poder sobrevivir) y voluntarias (aún no siendo necesarias para su supervivencia, refuerzan su posición en el mercado). Asimismo, Bryson et al. (1993), las clasifica en: redes de demanda (clientes, nuevos negocios y contactos); redes relacionadas con la oferta y la cooperación con otras empresas suministradoras; y redes concernientes con el apoyo que suministran amigos y familia.

Por otro lado, Butler y Hansen (1991), clasifican a las redes en función del estado de desarrollo en el que se encuentra la empresa: primeramente se establecen las denominadas redes sociales, que se desarrollan en la fase anterior al comienzo del negocio donde el emprendedor percibe posibles oportunidades empresariales; posteriormente se forman las redes centradas en el negocio llevadas a cabo en la fase de inicio de la empresa, reflejando lazos y uniones con otros individuos para el desarrollo

de la misma; y por último se configuran las redes estratégicas, que están influenciadas por las anteriores y hace que el riesgo del negocio se reduzca al establecer vínculos con otros competidores.

2.2.2.3. Teoría de la marginación.

Diferentes autores consideran la importancia que los factores externos, sobre todo los negativos, pueden tener en el futuro empresario. Esta teoría considera que la creación de una empresa comienza con un suceso crítico, generalmente negativo, que la precipita, también denominado deterioro del rol (Collins et al., 1964) o suceso disparador (Shapero, 1982). Los sujetos que son más propensos a crear su propia empresa, a partir de esos factores negativos y críticos, son individuos marginados o inadaptados como pueden ser ciertos grupos minoritarios étnicos, religiosos, inmigrantes o desempleados.

Autores como Brozen (1954), Young (1971), Stanworth y Curran (1973), avanzan en estos planteamientos que fueron confirmados posteriormente por Min (1984), Yeung y Tung (1996) y Ostgaard y Birley (1996).

Según esta teoría para convertirse en empresario son necesarias dos condiciones (Brunet y Alarcón, 2004):

1. Un periodo de incubación, de maduración de la idea desde hace algún tiempo.
2. Un suceso disparador que desencadene el proceso de constitución de una empresa, sin responder a la necesidad de obtener un beneficio sino más bien a un factor crítico considerado negativo. Este tipo de sucesos podrían ser el desempleo de larga duración, el despido, falta de seguridad en el empleo, situaciones de rechazo de ideas, etc (Tervo, 2006).

Cuando una organización incumple una serie de creencias y promesas que mantenía individualmente con un empleado, éste se ve despojado de sus deseos de seguir en la organización al no ver cumplidas o por temor de no alcanzar sus expectativas (Rousseau y Mclean, 1993; Robinson, 1996). En estos casos, los individuos suelen optar por crear su propia empresa aprovechando sus conocimientos y experiencias acumuladas, en vez de buscar otro trabajo remunerado en otra empresa.

Por otro lado, Hagen (1980) relaciona la conducta empresarial con la emigración, constituyendo un grupo minoritario dentro de una sociedad cerrada y estamental. En relación con los inmigrantes, compuestos muchas veces por razas y etnias no predominantes, cuando llegan a nuevos países de acogida no tienen más remedio que establecerse como empresarios porque no les es fácil conseguir un empleo o ejercer una profesión. La explicación puede deberse a que los miembros de estos grupos se sienten discriminados, marginados socialmente, frente a los miembros de la mayoría de la sociedad. Esa marginación social es superada con su actividad empresarial junto con el apoyo del grupo como garantía de su actividad. Cuando debido a la emigración existe una situación de marginalidad fuera de su ámbito geográfico, el porcentaje de emprendedores es muy alto (Shapero y Sokol, 1982; Makkai, 1992; Nueno, 1994; Lerner y Hendeles, 1996; Fairlie y Meyer, 2003).

Las religiones también inciden en la actitud emprendedora debido a la postura que el resto de la población adopta hacia ellas y las conduce a la marginalidad (Casson, 1991). Sin embargo contrastes empíricos no son concluyentes o no encuentran relación entre religión y comportamiento emprendedor (Dodd y Reaman, 1999).

2.2.2.4. Actitud Emprendedora.

a. Actitudes Emprendedoras Son formas de comportamiento o una manera de actuar de las personas, que se caracteriza por la posesión y manejo de ciertas condiciones que motivan a los demás a apoyar su causa, a correr riesgos y perseverar, hasta lograr el objetivo deseado. Para llegar a ser emprendedor(a) se debe transformar los hábitos y costumbres de fatalismo, autoestima negativa y actitudes anti - emprendedoras, por el optimismo, elevada autoestima y actitudes emprendedoras como: “tengo muchas ganas de crecer y alcanzar el éxito” o “los problemas son oportunidades para mí”.

b. La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un

esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente

Importancia de emprendimiento

c. Nueve valores indispensables del espíritu emprendedor

PERSONALES □ Creatividad Imaginar ideas y proyectos nuevos con facilidad. Proponer soluciones originales. Saber analizar e investigar. □ Autonomía Funcionar sin necesidad de una supervisión inmediata. Elegir. Tomar iniciativas y decisiones. □ Confianza en uno mismo Percibirse de forma positiva. Apostar por las propias aptitudes y capacidades. Confiar en los propios recursos y posibilidades. □ Tenacidad Dar prueba de constancia y tesón en aquello que se emprende. Inscribir las propias acciones en la idea de perseverancia y de llegada a término, lo que le permite soportar bien los golpes y tensiones. □ Sentido de la responsabilidad Cumplir a tiempo las propuestas propias y las del grupo.

d. Capacidad para asumir riesgo Predisposición a actuar con decisión ante situaciones que requieren cierto arrojo por la dificultad que entrañan.

SOCIALES: □ Liderazgo Implicar a los demás en la realización de proyectos. Tener influencia en los otros y contar con sus cualidades personales, conocimientos y habilidades. □ Espíritu de equipo Saber trabajar con otros, respetando las responsabilidades de cada uno. Distribuir tareas en aras de la eficacia y la eficiencia. □ Solidaridad Saber compartir tareas, éxitos y fracasos. Ofrecer ayuda desinteresada a los compañeros que lo necesitan. Reconocer los valores de otros. "La creatividad es un 1% de invención y un 99% de esfuerzo".

2.2.2.5. Espíritu emprendedor en etapas formativas tempranas.

Si se toma como referencia el trabajo realizado por el grupo europeo de expertos del proyecto Best, de noviembre de 2002, sobre "Educación y

formación en el espíritu empresarial”, es necesario considerar dos alternativas sobre el espíritu emprendedor o conceptos del mismo:

- Un concepto amplio de educación en actitudes y capacidades empresariales y comprensión de los conceptos económicos básicos, que incluye el desarrollo de ciertas cualidades personales y no se centra directamente en la creación de nuevas empresas.
- Un concepto específico de formación dirigida a la creación de una empresa.

En el trabajo “Fomentar el espíritu empresarial en las escuelas y universidades” (2006), la Comisión Europea define por Espíritu empresarial: “aptitud de un individuo para materializar ideas, innovar, tomar iniciativas y riesgos, organizarse y gestionar proyectos con vistas a alcanzar objetivos.” Hablar de espíritu emprendedor significa hacer referencia a dos tipos de capacidades, unas genéricas y válidas para todo el conjunto de la sociedad o del colectivo estudiantil, en nuestro caso, y otras más específicas, vinculadas al desarrollo profesional como empresario o empresaria y que se apoyan en las primeras.

Esto quedó plasmado en la Ley Orgánica 10/2002, de 23 de diciembre de 2002, de Calidad de la Educación. Según la Exposición de Motivos de dicha Ley, el espíritu emprendedor es necesario para hacer frente a la evolución de las demandas de empleo en el futuro. El espíritu emprendedor también se recoge como uno de los principios de calidad del sistema educativo: “La capacidad de los alumnos para confiar en sus propias aptitudes y conocimientos, desarrollando los valores y principios básicos de creatividad, iniciativa personal y espíritu emprendedor (artículo 1.i de la Ley)”.

En la Educación Secundaria se introdujo el concepto de espíritu emprendedor como un objetivo a alcanzar. En esta etapa se afianzan las capacidades adquiridas en la Educación Primaria y se enriquecen dichas aptitudes con nuevos elementos como la iniciativa, el sentido crítico y el espíritu innovador. “Consolidar el espíritu emprendedor, desarrollando actitudes de confianza en uno mismo, el sentido crítico, la iniciativa

personal y la capacidad para planificar, tomar Decisiones y asumir responsabilidades (artículo 22.2.i) de la Ley)".

En el Bachillerato se plasma también el espíritu emprendedor en el mismo sentido que en los cursos anteriores con el fin de culminar todo un proceso de aprendizaje que capacite a los jóvenes para enfrentarse a los desafíos de la nueva realidad socioeconómica. "Afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, confianza en uno mismo, sentido crítico, trabajo en equipo y espíritu innovador (artículo 34.2.i) de la Ley)". El desarrollo del espíritu emprendedor se ha ido afianzando con el paso del tiempo y así lo manifiesta la actual LOE. Esta ley recoge como uno de sus fines: "El desarrollo de la capacidad de los alumnos para regular su propio aprendizaje, confiar en sus aptitudes y conocimientos, así como para desarrollar la creatividad, la iniciativa personal y el espíritu emprendedor.

2.2.2.6. Educación emprendedora.

El Perú es un país de emprendedores, cada año se crean 130 mil nuevas empresas aproximadamente, y por ello desde la Educación Básica Regular (EBR) se debe enseñar a los estudiantes a iniciar una empresa, por más pequeña esta sea, para que no fracasen en el intento y por el contrario puedan contribuir con el desarrollo de su nación.

Esa es una de las conclusiones a las que arriba el estudio "Educación Emprendedora en la Educación Básica Regular", elaborado por el ex ministro de Trabajo, Fernando Villarán de la Puente, por encargo del órgano operador del SINEACE, el Instituto Peruano de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad de la Educación Básica (IPEBA).

Por ello, plantea la necesidad de implementar una educación emprendedora que permita desarrollar la autoestima de los estudiantes y profesores, recogiendo y valorando sus propias experiencias empresariales y económicas, a través de una saludable discusión sobre

la gama de opciones laborales y empresariales que tienen, inclusive más allá de las que ofrecen universidades e institutos pedagógicos.

Pero además, dice, se debe crear condiciones para que tengan experiencias empresariales y económicas previas al emprendimiento como un modo de fomentar el trabajo en equipo, y enseñarles los planes de negocio apropiados a su realidad, con lo cual será más sencillo que creen redes comerciales, productivas y estratégicas.

Villarán de la Puente argumenta que es necesaria –ahora- una educación emprendedora para evitar que otros peruanos arriesguen los ahorros de su vida en un negocio de muy baja productividad, sin capacidad de crédito y poca planificación.

Es más, agrega que “si el sistema educativo se limitase a dar conocimientos, manejo de tecnologías, vida comunitaria, e incluso autoestima, estaría incumpliendo su compromiso con los jóvenes, ya que no estarían preparados para enfrentar los retos del mercado laboral del siglo XXI”.

“No enseñar a emprender sería un acto de irresponsabilidad por parte del sistema educativo, de las escuelas, de los institutos y de las universidades, pues estarían condenando a sus egresados a enfrentar una realidad laboral para la que no los están preparando. No les estarían dando a los jóvenes lo que exige el mercado laboral del siglo XXI”, señala Villarán.

2.2.2.7. La Empresa.

El interés académico en torno a la creación de empresas se basa en la evidencia acerca de su contribución al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del tejido socio productivo, al relanzamiento de los espacios regionales, a la dinamización del proceso innovador y a la generación de nuevos puestos de trabajo. Así, las investigaciones más

habituales se centran tanto en la personalidad, en los orígenes y en las experiencias laborales, como en los recursos, tangibles e intangibles, que se acumulan a lo largo de la carrera empresarial.

2.2.2.8. Habilidades empresariales.

Capacidad de gestión del empresario para combinar los distintos factores de producción en su negocio asumiendo el riesgo del mismo. Parte de la doctrina ha añadido esta habilidad empresarial a la lista de los factores de producción tradicionales (tierra, trabajo y capital). Esta habilidad organizativa se incluiría dentro de los llamados factores derivados (en contraposición a los originarios) en el sentido de que no se considera como un rasgo innato, sino como producto de una actividad previa. Es importante este matiz, pues los autores ven la capacidad organizativa como el fruto de una serie de acciones anteriores (el empresario realiza estudios, analiza, decide, etc.) y no en el sentido de cualidad innata de una persona. Se trata de una "actividad organizativa" y no de un "rasgo" de la persona.

Al tratarse de un recurso escaso, el empleo de este factor exige una retribución que en este caso concreto se denomina beneficio.

2.3. Marco conceptual.

2.3.1. Emprendedurismo.

El concepto de emprendedor no tiene una definición establecida, lo cual genera dudas. ¿Cómo saber si se es un emprendedor? Si bien existen muchas definiciones o concepciones acerca del término emprendedor, se puede identificar muchas características comunes en todas ellas. Se puede dar una definición básica estableciendo que un emprendedor es aquella persona que ha convertido una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que está generando algún tipo de innovación y empleos.

Sin embargo, es importante señalar algunas otras definiciones específicas que se han generado en torno a la cultura emprendedora, las siguientes fueron citadas por Sérvulo Anzola:

- Definición económica de emprendedor: realiza cambios de recursos de una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.
- Definición pragmática de emprendedor: es una persona que inicia su propio negocio nuevo y pequeño.
- Definición operativa de emprendedor: aplica su talento creador e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente.
- Definición general de emprendedor: el que hace que las cosas sucedan.
- Definición popular de emprendedor: del dicho al hecho hay un gran emprendedor.
- Definición política de emprendedor: es aquel que se esfuerza por convertir sus sueños en realidad.

2.3.2. Clases de emprendedores.

Emprendedor productor Cuenta con un alto nivel de inventiva y recursos técnicos para generar nuevos productos, Es una persona innovadora, que sabe utilizar la tecnología y todos los medios a su alcance para generar negocios profesionales y de alto impacto. □ Inter emprendedor Es una persona que labora dentro de una empresa durante un tiempo, conoce y aprende el “qué y cómo hacer” del negocio y después lo aplica en su nuevo emprendimiento. La mayoría de los emprendedores provienen de esta clase. □ Emprendedor empresario Es aquel emprendedor que desarrolla habilidades administrativas (que pueden ser innatas o adquiridas) para generar negocios. Saben hacer redes de contactos aprovechar los trueques empresariales y mantienen un buen control sobre los inventarios y los proveedores.

2.3.3. Motivaciones sociales.

Una posible clasificación de los motivos los engloba en dos grandes categorías: motivos primarios y motivos secundarios. Los motivos

primarios son innatos o no aprendidos, mientras que los secundarios son motivos adquiridos o aprendidos y se les conoce también como motivos sociales. Están determinados por el medio ambiente y por la cultura que impera en este medio, y también la interacción que los sujetos establecen con los miembros del grupo al cual pertenecen. A diferencia de los motivos primarios, los motivos sociales no tienen como objetivo satisfacer una necesidad fisiológica. Son motivos sociales el logro, la afiliación y el poder. El primero se define como el deseo de una persona de alcanzar altos estándares de ejecución en aquellas actividades o empresas en que se implique, bien sea en relación a otras personas o en relación a sí mismo.

2.3.4. Estrategias de gestión.

Steiner y Miner (1977) aseveran que la estrategia es la declaración de las misiones de la empresa, el establecimiento de objetivos a la luz de las fuerzas internas y externas, la formulación de políticas y estrategias específicas para alcanzar los objetivos y asegurar su correcta implementación, de tal forma que los propósitos básicos de la organización sean alcanzados. Una organización deberá tener bien claro que hay objetivos globales y otros específicos y que, además, para poder llegar a ellos es necesario analizar y evaluar aquellos aspectos que, a nivel interno y externo, pueden influir en la implementación de las políticas y, por ende, en la obtención de dichas metas. Además, la declaración de la misión le va a imprimir fuerza a lo que se quiere obtener por parte de la organización.

2.3.5. Autogestión de recursos.

La autogestión escolar supone nuevas formas de entender y dirigir la organización de instituciones educativas. La tarea diaria relacionada a los procesos de enseñanza-aprendizaje y la administración pueden llegar a ser procesos prácticos generadores de acertadas decisiones tendientes al mejoramiento de las prácticas educativas además de permitir mejoras institucionales. La gestión de calidad originada en el mundo empresario,

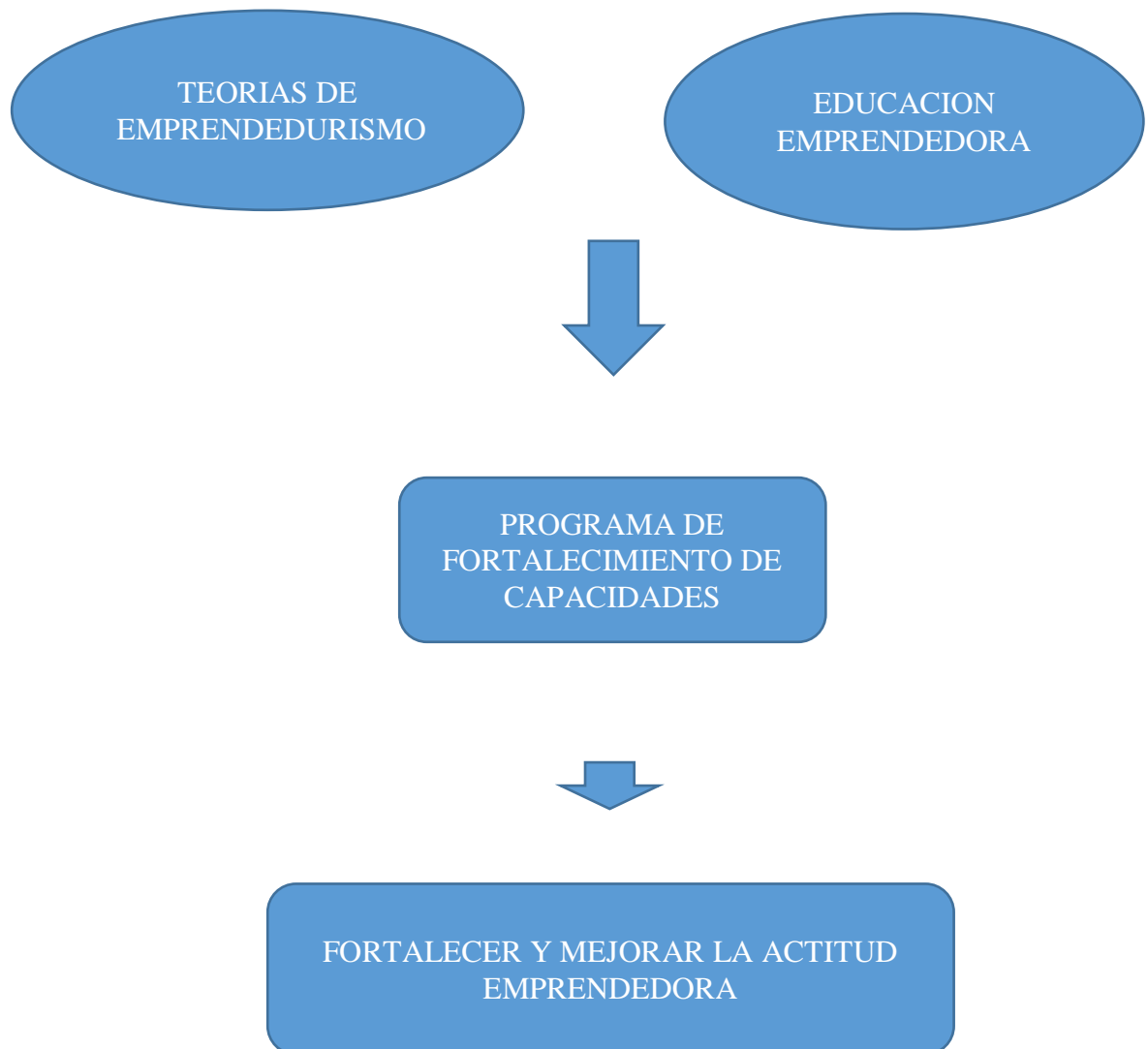
se ha extendido a todos los ámbitos incluso el educativo. Está basada en un conjunto de principios rectores que representan el cimiento de una organización con ansias de constante mejoramiento.

2.3.7. Capacidades creativas.

La creatividad es la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales. La creatividad es sinónimo del "pensamiento original", la "imaginación constructiva", el "pensamiento divergente" o el "pensamiento creativo". La creatividad es una habilidad típica de la cognición humana, presente también hasta cierto punto en algunos primates superiores, y ausente en la computación algorítmica, por ejemplo.

La creatividad, como ocurre con otras capacidades del cerebro como son la inteligencia, y la memoria, engloba varios procesos mentales entrelazados que no han sido completamente descifrados por la fisiología. Se mencionan en singular, por dar una mayor sencillez a la explicación. Así, por ejemplo, la memoria es un proceso complejo que engloba a la memoria a corto plazo, la memoria a largo plazo y la memoria sensorial.

2.4. Presentación del modelo teórico.



CAPITULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

En este acápite se analizan e interpretan los resultados de la aplicación y procesamiento de los datos obtenidos; los que se presentan en Tablas y Gráficos estadísticos.

Asimismo, se presenta la propuesta teórica consistente en un Programa de fortalecimiento de capacidades emprendedoras en los estudiantes de la Institución Educativa San Agustín de La Matanza, Piura.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

3.1. Análisis e interpretación de los datos.

Sexo.

Estadísticos

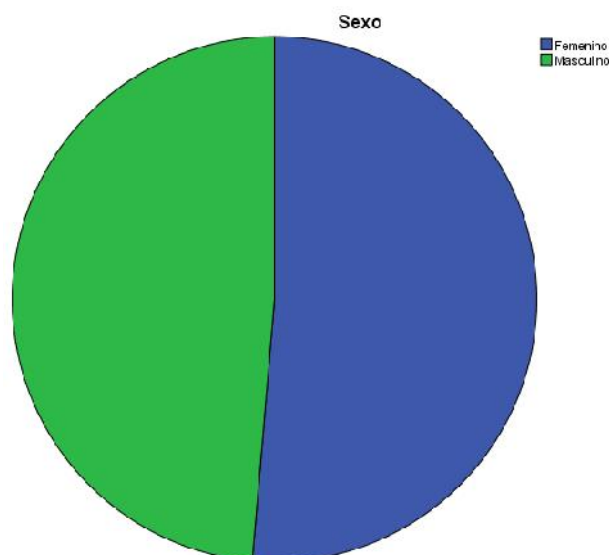
Sexo

N	Válidos	37
	Perdidos	0
Media		1,49
Mediana		1,00
Moda		1

TABLA N° 1:Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	19	51,4	51,4	51,4
	Masculino	18	48,6	48,6	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

De los 37 estudiantes encuestados, el 51,4% son de sexo femenino y 48,6% de sexo masculino.



Existe alguna asignatura que les forme con capacidades empresariales emprendedoras?

Estadísticos

Existe alguna asignatura que les
forme con capacidades
empresariales emprendedoras?

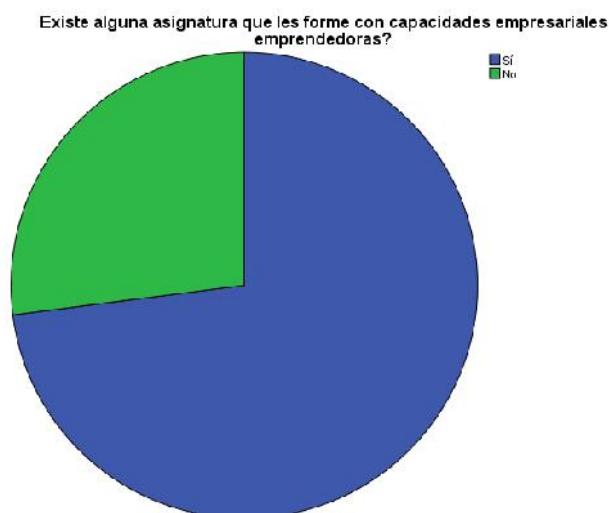
N	Válidos	37
	Perdidos	0
Media		1,27
Mediana		1,00
Moda		1

TABLA N° 2: ASIGNATURA Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

Existe alguna asignatura que les forme con capacidades empresariales emprendedoras?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	27	73,0	73,0	73,0
	No	10	27,0	27,0	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Consultados los estudiantes encuestados sobre: Existe alguna asignatura que les forme con capacidades empresariales emprendedoras? El 73% señalaron que SI y el 27% NO. Por lo tanto los estudiantes en su mayoría consideran que si existe alguna asignatura que los forma en capacidades empresariales emprendedoras.



Cuál es la asignatura que los forma con capacidades empresariales emprendedoras?

Estadísticos

Cuál es la asignatura que los forma con capacidades empresariales emprendedoras?

N	Válidos	37
	Perdidos	0

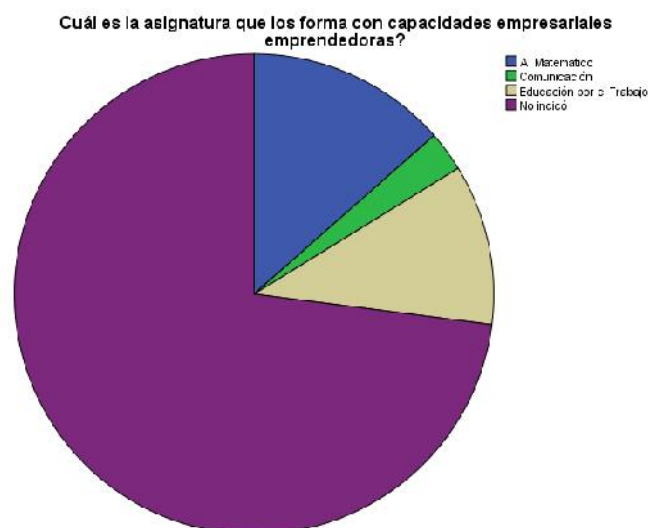
TABLA N° 3: ASIGNATURA FORMA CAPACIDADES EMPRESARIALES EMPRENDEDORAS

Cuál es la asignatura que los forma con capacidades empresariales emprendedoras?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A. Matemático	5	13,5	13,5	13,5
	Comunicación	1	2,7	2,7	16,2
	Educación por el Trabajo	4	10,8	10,8	27,0
	No indicó	27	73,0	73,0	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Preguntados Cuál es la asignatura que los forma con capacidades empresariales emprendedoras? El 73% NO INDICO, el 13,5% dijeron A. MATEMATICO, el 10,8% EDUCACION PARA EL TRABAJO.

Como se puede apreciar, los estudiantes contradicen a la anterior pregunta, pues NO SABEN SEÑALAR cual es el área que los forma en capacidades empresariales emprendedoras.



Tus profesores te capacitan, orientan para que tengas una actitud empresarial emprendedora?

Estadísticos

Tus profesores te capacitan, orientan para que tengas una actitud empresarial emprendedora?

N	Válidos	37
	Perdidos	0
Media		2,00
Mediana		2,00
Moda		1

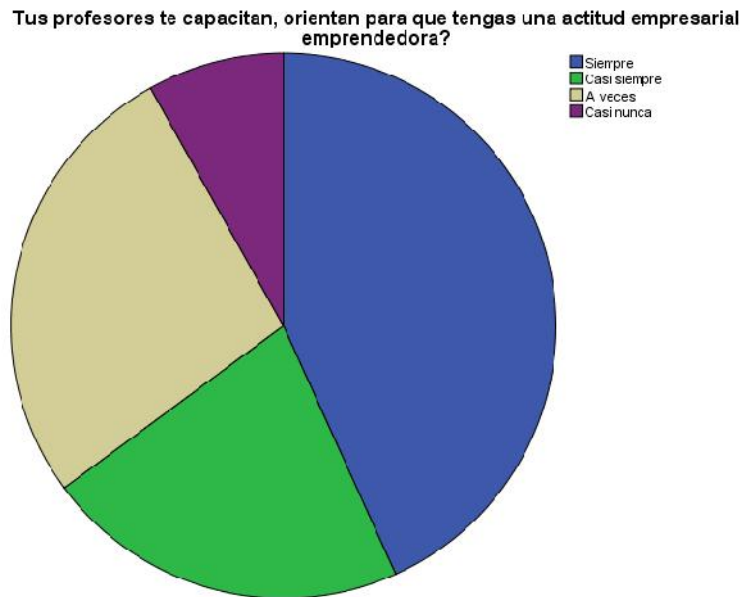
TABLA N° 4: DOCENTES Y CAPACITACION ACTITUD EMPRESARIAL EMPRENDEDORA.

Tus profesores te capacitan, orientan para que tengas una actitud empresarial emprendedora?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	16	43,2	43,2	43,2
	Casi siempre	8	21,6	21,6	64,9
	A veces	10	27,0	27,0	91,9
	Casi nunca	3	8,1	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Consultados los encuestados: Tus profesores te capacitan, orientan para que tengas una actitud empresarial emprendedora? El 43,2% dijeron SIEMPRE, el 27% A VECES, el 21,6% CASI SIEMPRE y un 8,1% CASI NUNCA.

Existe un alto porcentaje que señala que A VECES Y CASI NUNCA (35,1%) reciben capacitación u orientación para que tengan actitudes empresariales emprendedoras.



Consideras que tus profesores están capacitados para formar a los estudiantes con habilidades empresariales emprendedoras?

Estadísticos

Consideras que tus profesores están capacitados para formar a los estudiantes con habilidades empresariales emprendedoras?

N	Válidos	37
	Perdidos	0
Media		1,51
Mediana		2,00
Moda		2

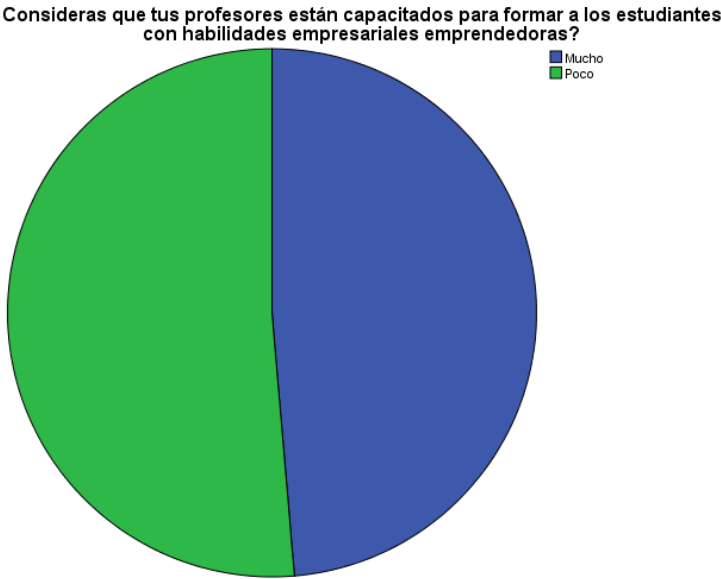
TABLA N° 5: DOCENTES CAPACITADOS

Consideras que tus profesores están capacitados para formar a los estudiantes con habilidades empresariales emprendedoras?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mucho	18	48,6	48,6	48,6
	Poco	19	51,4	51,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Consultados si, Consideras que tus profesores están capacitados para formar a los estudiantes con habilidades empresariales emprendedoras? El 48,6% señalaron MUCHO, el 51,4% dijeron POCO.

De las respuestas se pueden intuir que los docentes tienen poca o escasa capacidad para formar empresarial y emprendedoramente a sus estudiantes.



Qué sugieres para que en tu Centro Educativo incentiven y fortalezcan el espíritu empresarial emprendedor?

Estadísticos

Qué sugieres para que en tu Centro Educativo incentiven y fortalezcan el espíritu empresarial emprendedor?

N	Válidos	37
	Perdidos	0

TABLA N° 6: INCENTIVO Y ESPIRITU EMPRENDEDOR

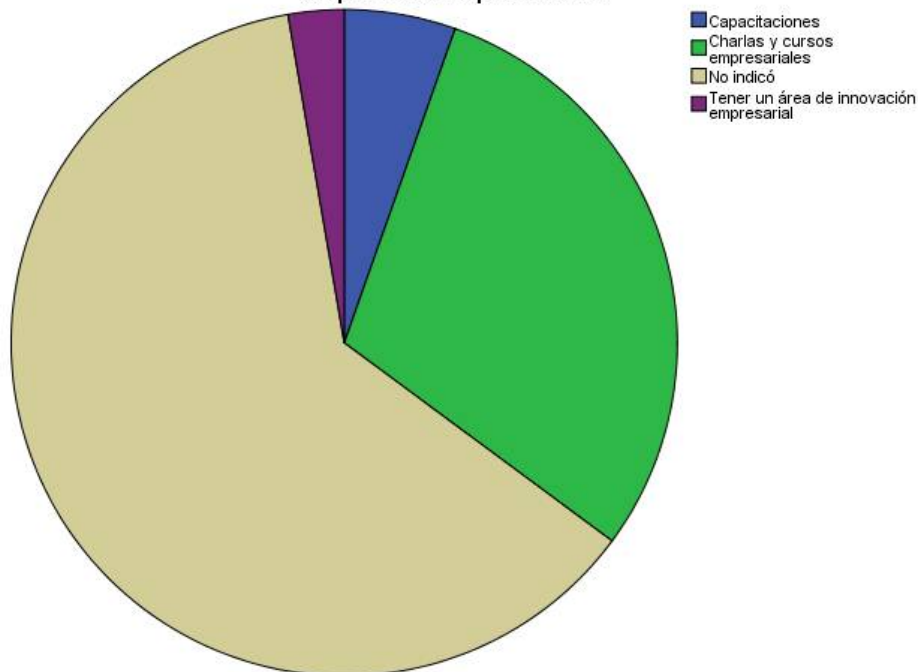
Qué sugieres para que en tu Centro Educativo incentiven y fortalezcan el espíritu empresarial emprendedor?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Capacitaciones	2	5,4	5,4	5,4
	Charlas y cursos empresariales	11	29,7	29,7	35,1
	No indicó	23	62,2	62,2	97,3
	Tener un área de innovación empresarial	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Preguntados si, Qué sugieres para que en tu Centro Educativo incentiven y fortalezcan el espíritu empresarial emprendedor? El 62,2% NO INDICO,(no contesto), el 29,7% dijeron CHARLAS Y CURSOS EMPRESARIALES, 2,7% señalaron TENER UN AREA DE INNOVACION.

Como podemos apreciar, los estudiantes en su mayoría están desorientados respecto al fortalecimiento del espíritu empresarial emprendedor por parte de la I.E.

Qué sugieres para que en tu Centro Educativo incentiven y fortalezcan el espíritu empresarial emprendedor?



Conoces sobre las PYMES (Pequeñas y medianas empresas en tu provincia)?

Estadísticos

Conoces sobre las PYMES

(Pequeñas y medianas empresas en tu provincia)?

N	Válidos	37
	Perdidos	0
Media		1,70
Mediana		2,00
Moda		2

CUADRO N° 7: PYMES

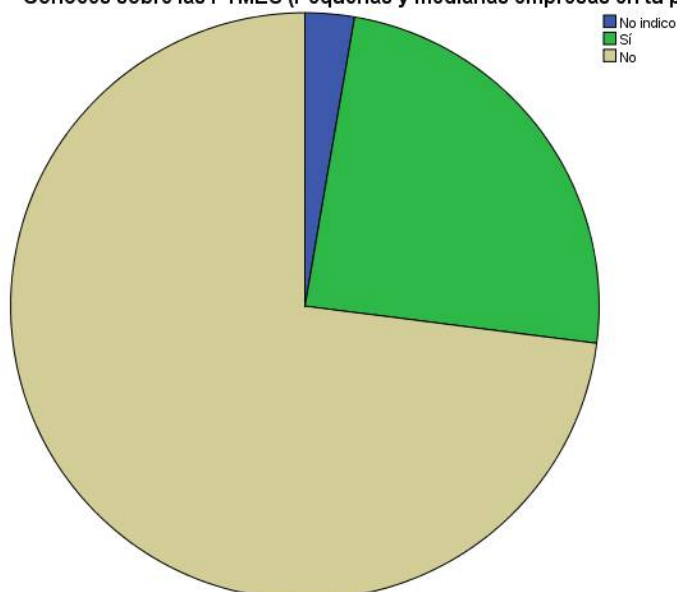
Conoces sobre las PYMES (Pequeñas y medianas empresas en tu provincia)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No indico	1	2,7	2,7	2,7
	Sí	9	24,3	24,3	27,0
	No	27	73,0	73,0	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Consultados: Conoces sobre las PYMES (Pequeñas y medianas empresas en tu provincia)? El 73% NO CONOCE, el 24,3% SI CONOCEN y 2,7% NO INDICO.

Las respuestas obtenidas nos llevan a intuir que la mayoría de estudiantes encuestados desconocen que son las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES)

Conoces sobre las PYMES (Pequeñas y medianas empresas en tu provincia)?



Pueden señalar una?

Estadísticos

Pueden señalar una?

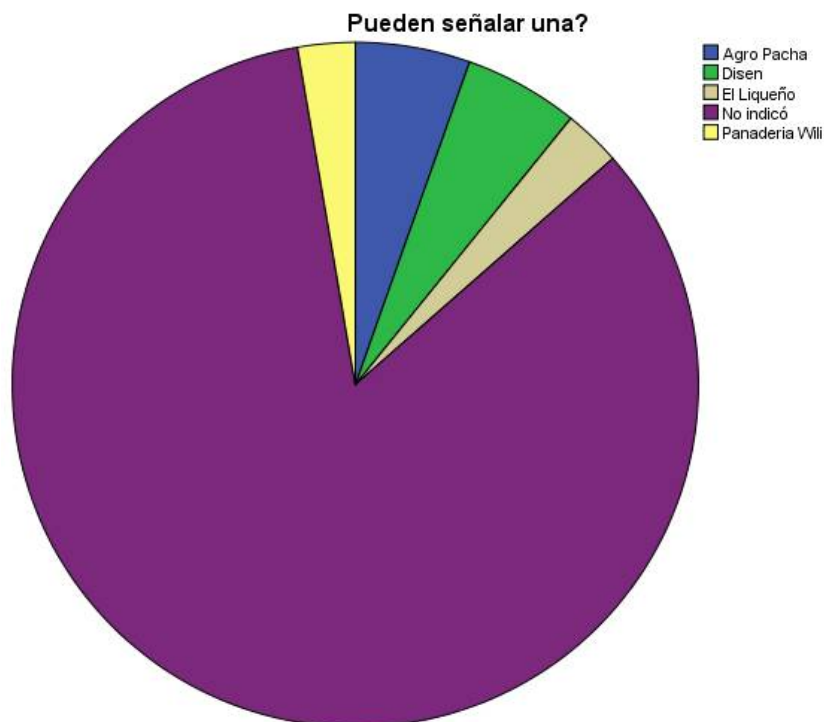
N	Válidos	37
	Perdidos	0

TABLA N° 8: CUALES

Pueden señalar una?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Agro Pacha	2	5,4	5,4	5,4
	Disen	2	5,4	5,4	10,8
	El Liqueño	1	2,7	2,7	13,5
	No indicó	31	83,8	83,8	97,3
	Panaderia Wili	1	2,7	2,7	100,0
Total		37	100,0	100,0	

Los estudiantes NO CONTESTARON un 83,8%, y el resto si señalaron algunas.

Los estudiantes efectivamente NO CONOCEN en su mayoría que son PYMES y que tipos hay en su localidad.



Te gustaría emprender una empresa personal o en sociedad?

Estadísticos

Te gustaría emprender una empresa personal o en sociedad?

N	Válidos	37
	Perdidos	0
Media		1,68
Mediana		1,00
Moda		1

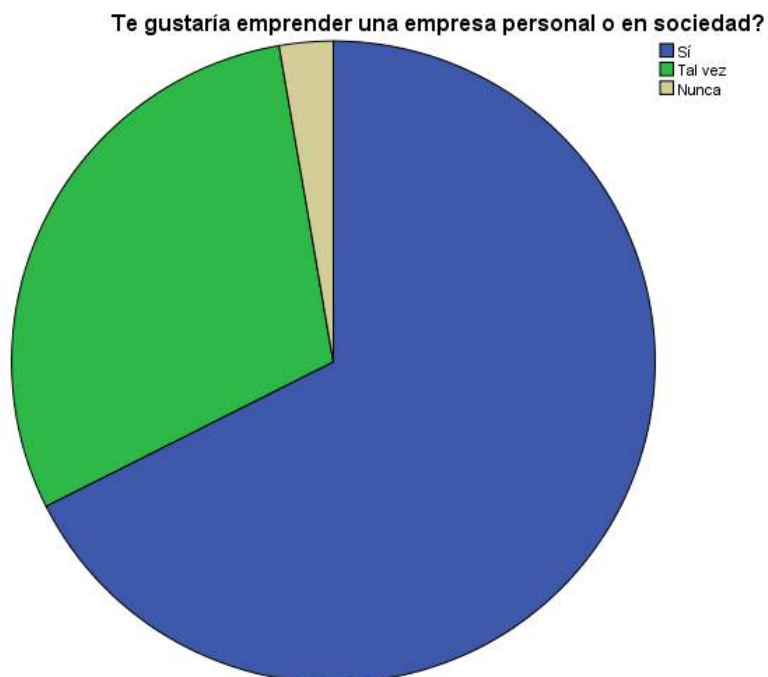
TABLA N° 9: TENER EMPRESAS

Te gustaría emprender una empresa personal o en sociedad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	25	67,6	67,6	67,6
	Tal vez	11	29,7	29,7	97,3
	Nunca	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Consultados, Te gustaría emprender una empresa personal o en sociedad? El 67,6% dijeron SI, el 29,7% TAL VEZ y 2,7% NUNCA.

La gran mayoría de estudiantes si les gustaría emprender una empresa personal o asociativa.



Qué tipo de empresa te gustaría construir?

Estadísticos

Qué tipo de empresa te gustaría construir?

N	Válidos	37
	Perdidos	0
Media		1,46
Mediana		1,00
Moda		1

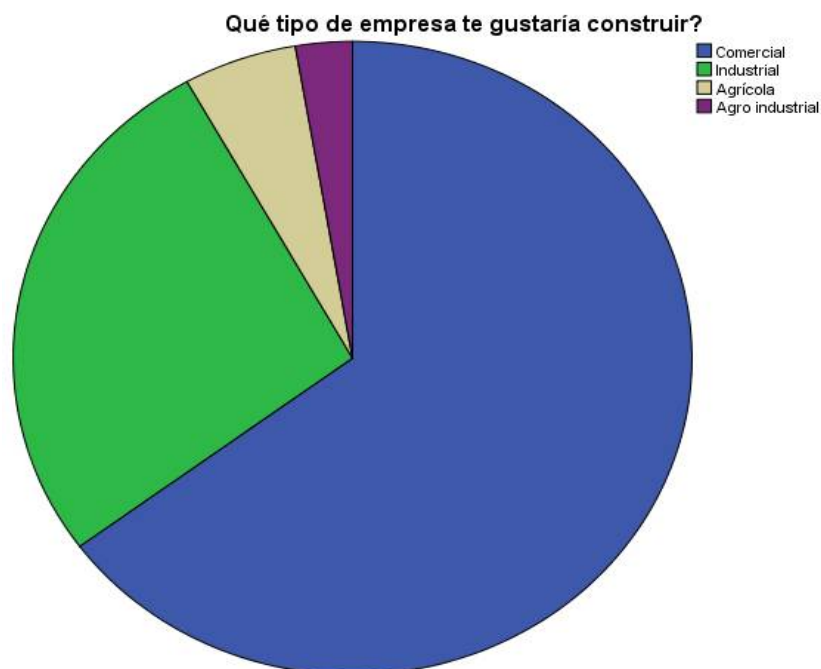
TABLA N° 10:

Qué tipo de empresa te gustaría construir?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Comercial	24	64,9	64,9	64,9
Industrial	10	27,0	27,0	91,9
Agrícola	2	5,4	5,4	97,3
Agro industrial	1	2,7	2,7	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Consultados sobre: Qué tipo de empresa te gustaría construir? El 64,9% señalaron COMERCIAL, el 27% INDUSTRIAL y 2,7% AGRO INDUSTRIAL.

Los estudiantes realmente si les gustaría construir su propia empresa, básicamente comercial, industrial o agro industrial, en ese orden de prioridades



Consideras que tienes habilidades empresariales?

Estadísticos

Consideras que tienes habilidades empresariales?

N	Válidos	37
	Perdidos	0
Media		1,70
Mediana		2,00
Moda		2

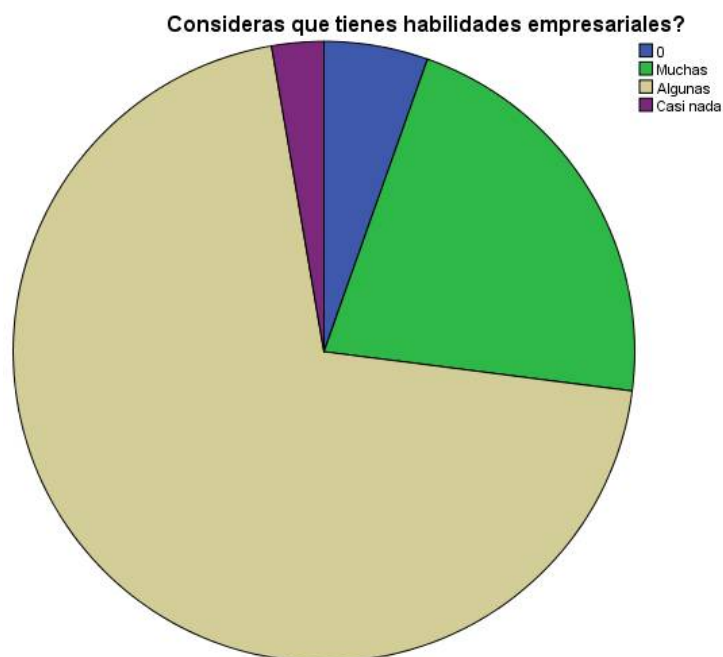
TABLA N° 11: HABILIDADES EMPRESARIALES

Consideras que tienes habilidades empresariales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	2	5,4	5,4	5,4
	Muchas	8	21,6	21,6	27,0
	Algunas	26	70,3	70,3	97,3
	Casi nada	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Consultados los estudiantes: Consideras que tienes habilidades empresariales? El 70,3% señalaron ALGUNAS, el 21,6% MUCHAS y 2,7% CASI NADA.

La mayoría de los estudiantes consideran tener habilidades empresariales, las que necesitan ser asesorados y motivados.



Si desearas construir tu propia empresa, de quién requerirías apoyo?

Estadísticos

Si desearas construir tu propia empresa, de quién requerirías apoyo?

N	Válidos	37
	Perdidos	0
Media		1,89
Mediana		1,00
Moda		1

TABLA N| 12: requieren apoyo

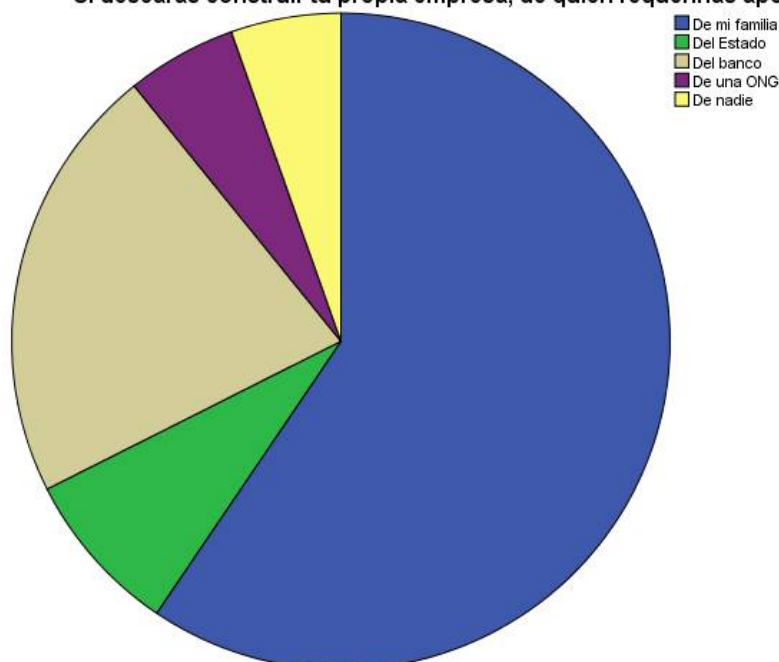
Si desearas construir tu propia empresa, de quién requerirías apoyo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De mi familia	22	59,5	59,5	59,5
	Del Estado	3	8,1	8,1	67,6
	Del banco	8	21,6	21,6	89,2
	De una ONG	2	5,4	5,4	94,6
	De nadie	2	5,4	5,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Preguntados: Si desearas construir tu propia empresa, de quién requerirías apoyo? El 59,5% dijeron DE MI FAMILIA, el 21,6% DEL BANCO, el 8,1% DEL ESTADO, el 5,4% ONG y DE NADIE.

Los estudiantes si tienen claro de quienes podrían recibir el apoyo económico, inclinándose más por el apoyo familiar.

Si desearas construir tu propia empresa, de quién requerirías apoyo?



Qué recursos naturales tiene tu provincia que les permita emprender una empresa?

Estadísticos

Qué recursos naturales tiene tu provincia que les permita emprender una empresa?

N	Válidos	37
	Perdidos	0

TABLA N° 13: RECURSOS NATURALES

Qué recursos naturales tiene tu provincia que les permita emprender una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Agrícolas y ganaderos	30	81,1	81,1	81,1
	Comercio	3	8,1	8,1	89,2
	No indicó	3	8,1	8,1	97,3
	Turismo	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Consultados: Qué recursos naturales tiene tu provincia que les permita emprender una empresa? El 81,1% señalaron AGRICOLAS GANADEROS, el 8,1% NO INDICO y el 2,7% TURISMO.

Se aprecia que las actividades importantes de la zona son la agricultura y ganadería.

Existen otros recursos naturales importantes.

3.3. Discusión de resultados.

Del análisis e interpretación de las tablas y gráficos estadísticos, tenemos:

- Los estudiantes en su mayoría consideran que si existe alguna asignatura que los forma en capacidades empresariales emprendedoras, pero en la respuesta siguiente, se contradicen ante la anterior pregunta, pues NO SABEN SEÑALAR cual es el área que los forma en capacidades empresariales emprendedoras
- Existe un mediano porcentaje (35,1%), que señala que A VECES Y CASI NUNCA reciben capacitación u orientación para que tengan actitudes empresariales emprendedoras; y, se confirma que los docentes tienen poca o escasa capacidad para formar empresarial y emprendedoramente a sus estudiantes.
- Los estudiantes en su mayoría están desorientados respecto al fortalecimiento del espíritu empresarial emprendedor por parte de la I.E.; lo que se confirma porque la mayoría de estudiantes encuestados desconocen que son las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES)
- A La gran mayoría de estudiantes si les gustaría emprender una empresa personal o asociativa; y les agradaría construir su propia empresa, básicamente comercial, industrial o agro industrial, en ese orden de prioridades
- Los estudiantes consideran tener habilidades empresariales, las que necesitan ser asesorados y motivados y recibir el apoyo económico, inclinándose más por el apoyo familiar, del Estado o financiero.
- Los estudiantes distinguen que las actividades importantes de la zona son la agricultura y ganadería; existen otros recursos naturales importantes, como turismo.

3.4. Propuesta teórica.

Título:

FORTALECER Y MEJORAR LAS ACTITUDES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA I.E SAN AGUSTIN –LA MATANZA –MORROPÓN –PIURA 2015.

1. Introducción:

El interés académico en torno a la creación de empresas se basa en la evidencia acerca de su contribución al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del tejido socio-productivo, al relanzamiento de los espacios regionales, a la dinamización del proceso innovador y a la generación de nuevos puestos de trabajo. Así, las investigaciones más habituales se centran tanto en la personalidad, en los orígenes y en las experiencias laborales, como en los recursos, tangibles e intangibles, que se acumulan a lo largo de la carrera empresarial, por ejemplo, capital humano, social, financiero y organizacional.

Nuestro país, desde hace algún tiempo-apertura del mercado del capital privado ha dado origen al emprendedurismo comercial e industrial, muestra de ello en Emporio Comercial de Gamarra en Lima; en Lambayeque, la aparición de PYMES en diferentes ramos ubicados en el distrito de José L. Ortiz y La Victoria; en Trujillo, el distrito de La Esperanza, donde se ubican los mayores empresarios del calzado.

También podemos observar en las inmediaciones de los mercados populosos de personas naturales que pugnan por incorporarse a la fuerza productiva.

El Programa de Fortalecimiento de Capacidades Empresariales y Actitudes Emprendedoras para los estudiantes, se sustenta en las capacidades emprendedoras que el estudiante debe conocer y comprende seis capacidades emprendedoras:

Autoconfianza, creatividad, iniciativa, perseverancia, trabajo en equipo, y sentido de responsabilidad.

2. Objetivos:

O. General:

Fortalecer las capacidades y actitudes empresariales emprendedoras de los estudiantes de la I.E. San Agustín del distrito La Matanza, Morropón-Piura.

O. Específicos.

- Desarrollar las capacidades empresariales emprendedoras en los estudiantes del quinto año de la I.E. San Agustín.
- Orientar a los estudiantes en actividades productivas empresariales utilizando los recursos materiales de su zona.

3. Fundamentos teóricos:

Se fundamenta en las teorías:

A. Teorías del emprendedurismo.

Según la teoría del triángulo invertido propuesta por Andy Freire, todo proceso emprendedor combina tres componentes:

-IDEA

-CAPITAL

-ENMPRENDEDOR.

El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas.

De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto.

Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos.

Empresa.

La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. La actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios (materias primas y productos semielaborados) en bienes finales, mediante el empleo de factores productivos (básicamente trabajo y capital).

Para poder desarrollar su actividad la empresa necesita disponer de una tecnología que especifique que tipo de factores productivos precisa y como se combinan. Asimismo, debe adoptar una organización y forma jurídica que le permita realizar contratos, captar recursos financieros, si no dispone de ellos, y ejerce sus derechos sobre los bienes que produce.

4. Sistema de contenidos.

SESIONES	CONTENIDOS	TIEMPO/RESPONSABLE
<p>Nº1: AUTOCONFIANZA: Confianza en uno mismo y tener una buena autoestima. Es la base de las otras capacidades emprendedora.</p> <p>“CREO EN MÍ MISMO Y EN EL QUE SOY CAPAZ DE LOGRAR”</p>	<ul style="list-style-type: none"> Actúa con seguridad: Se plantea metas y las persigue hasta conseguirla. Toma decisiones con facilidad: confianza en su criterio para analizar, evaluar las alternativas y decidir. Será una decisión informada y optará por la que considere la mejor opción. Asume riesgos evaluando la situación: afronta los desafíos y no se deja intimidar por los problemas ni por las personas. No es imprudente, mide sus riesgos teniendo la seguridad de vencer cualquier problema que se presente. <p>“LA AUTOCONFIANZA PERMITE ACTUAR CON SEGURIDAD TANTO PARA IDENTIFICAR, PROPONER Y EJECUTAR LOS PROYECTOS”</p>	<p>Dos sesiones.</p> <p>10 horas</p> <p>Especialista en RR.HH.</p>
Nº2: CREATIVIDAD.	Curiosa, ingeniosa, innovadora y generadora de cambios.	Dos sesiones.

<p>Es el proceso que transforma constructivamente la realidad en algo nuevo y original.</p> <p>“CREO, TRANSFORMO Y DOY SOLUCIONES NOVEDOSAS”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Curiosa: inquieta, con apertura a la experiencia, a la búsqueda y a explorar, a preguntarse y cuestionar. • Ingeniosa e innovadora: piensa e imagina algo nuevo no presentado antes, se propone alternativas novedosas. • Generadora de cambios: Tiene una postura flexible para aceptar y proponer cambios no aceptando todo lo que te proponen. • Permite resolver problemas y tareas cotidianas con respuestas novedosas y tener una aproximación variada y con alternativas. 	<p>10 horas</p> <p>Especialista en RR.HH.</p>
<p>Nº 3: INICIATIVA:</p> <p>Es el empuje y la independencia para actuar sin necesidad de que te presionen o estén detrás.</p> <p>“ACTUO CON DETERMINACION Y ME ADELANTO A LOS DEMAS”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Propone y participa: no espera a que otros vengan a resolvernos los problemas. Piensa e alternativas, opina, resuelve y se muestra dispuesto para la acción. • Actúa antes que los demás: se adelanta a otros, es pionero. Aprovecha las oportunidades que se le presentan. Es dinámica y activa. • Motivada: actúa siguiendo su propia motivación más que por presión de otros. Dispuesta a aprovechar las oportunidades que se presentan, resuelta y decidida. Se caracteriza por animar a los demás. 	<p>Dos sesiones.</p> <p>10 horas</p> <p>Especialista en RR.HH.</p>
<p>Nº 4: PERSEVERANCIA.</p> <p>Es el esfuerzo constante para conseguir un objetivo a pesar de las dificultades.</p> <p>“NO ME RINDO, ME SFUERZO PARA ALCANZAR Y MANTWENER MIS METAS”</p>	<p>Disciplina, paciencia y tolerancia frente a los problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disciplina: proporciona una forma de actuar y proceder que garantiza mantenerse direccionando hacia los objetivos. Ayuda a alcanzar los resultados y sostenerlos en el tiempo. • Paciencia: Pues se debe trabajar mucho en algunas cosas antes de poder ver los resultados. Ayuda a no desesperarse y continuar trabajando sobre todo en nuestras dificultades. • Tolerancia frente a los errores: Calma frente a las frustraciones, 	<p>Dos sesiones.</p> <p>10 horas</p> <p>Especialista en RR.HH.</p>

5. Evaluación.

Las sesiones de trabajo sea han programado para ser llevadas a cabo en 12 semanas con un máximo de 10 horas por sesión.

Todas las sesiones serán evaluadas por el responsable de llevar a cabo la capacitación y orientación a los estudiantes, con la asistencia del docente tesista.

CONCLUSIONES.

- Los estudiantes del quinto año de educación secundaria de la I.E. San Agustín de La Matanza, provincia de Morropón-Piura, tienen deficiencias en su formación empresarial emprendedora: pues no cuentan con asignaturas que los formen en este campo, docentes que no están preparados y capacitados que los formen y orienten empresarialmente en sus proyectos.
- Los estudiantes materia de estudio consideran tener habilidades empresariales y deseos de emprender alguna empresa; pero requieren apoyo económico para iniciarse personal o asociativa; sin embargo, se encuentran desorientados y desconocen que son las PYMES.
- Los recursos naturales de la zona para explotar empresarialmente se relacionan con la agricultura, la ganadería, el comercio y el turismo.

RECOMENDACIONES

- A la Dirección se recomienda la implementación de la propuesta teórica, que permitirá fortalecer el espíritu emprendedor de los estudiantes del quinto año de la I.E. San Agustín de La Matanza, provincia de Morropón-Piura.
- A la UGEL Morropón, implementar la propuesta sobre fortalecimiento del espíritu emprendedor y empresarial de estudiantes que aspiren crear su propia empresa individual o asociativa.
- A los investigadores tener en consideración el aporte cognitivo, metodológico del presente trabajo, para futuras investigaciones, en el campo de administración de instituciones educativas y tecnologías de la información y comunicaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- G. Bonfil Batalla, "Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados" en Enrique Florescano (coord.) El patrimonio nacional de México, México, CONACULTA-FCE, 1997. (Serie historia y antropología). t. I, p. 29. |Arriba
- Cfr. R. Turner. Las grandes culturas de la humanidad. México, FCE, 1996 (c. 1948). 2 ts. |Arriba
- F. Braudel. A history of civilizations. New York, Penguin Books, 1995. |Arriba
- R. Ruggiero. Los fundamentos del mundo moderno: Edad Media tardía, Renacimiento, Reforma. Madrid, Siglo XXI, 1971. (Serie: Historia Universal Siglo XXI, 12) |Arriba
- N. Spilberg. Siete ideas que modificaron el mundo. Madrid, Pirámide, 1990. (Col. Ciencia hoy). |Arriba
- E. Hobsbawm. En torno a los orígenes de la Revolución Industrial. Madrid, Siglo XXI, 1978. |Arriba
- COMISION MUNDIAL DE CULTURA Y DESARROLLO. 1995 Nuestra Diversidad Creativa. París, UNESCO.
- DE PABLO, I. BAQUERIN, C. y FERNANDEZ AGUADO, J. 1999 Crear Empresa, Madrid, Ed. CIADE.
- ELSENHANS, H. 1991 Development and Underdevelopment: The History, Economics and Politics of North-South Relations. Nueva Delhi, Sage Publications.
- GALEANA, PATRICIA (COORD). 1991 Los siglos de México. México, Nueva Imagen, 1991.
- GRIFFIN, K. 1996 Culture, Human Development and Economic Growth. Riverside, California University Press.
- HOBBSAWM, ERIC. 1978 En torno a los orígenes de la Revolución Industrial. Madrid, Siglo XXI.

- HUNTINGTON, S. P. 1993 The Clash of Civilizations. Foreign Affairs (Nueva York), vol. 72, no. 3, págs. 22-49.
- INGLEHART, R.; GRANATO, J; LEBLANG, D. 1995 The Effect of Culture on Economic Development: Theory, Hypotheses and Some Empirical Test. Ann Arbor, Universidad de Michigan.
- PIETERSE, J. N. 1996 Globalization and Culture: Three Paradigms. Economic and Political Weekly, vol. 31, no. 23, págs. 1.389-1.393.
- PUTNAM, R. 1993 Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. Princeton, Princeton University Press.
- ROMANO, RUGGIERO. 1971 Los fundamentos del mundo moderno: Edad Media tardía, Renacimiento, Reforma. Madrid, Siglo XXI. (Serie: Historia Universal Siglo XXI, 12)
- SAHLINS, M. 1976 Culture and Practical Reason. Chicago, Chicago University Press.
- SCHWARTZ, H. M. 1994 States Versus Markets: History, Geography and the Development of the International Political Economy. Nueva York, St. Martin's Press.
- SPILBERG, NATHAN. 1990 Siete ideas que modificaron el mundo. Madrid, Pirámide. (Col. Ciencia hoy).
- TURNER, RALPH. 1971 1996 (c. 1948) Las grandes culturas de la humanidad. México, FCE. 2 ts.

ANEXOS.

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
UNIDAD DE MAESTRIA
FACULTAD DE CIENCIAS HISTORICO SOCIALES Y EDUCACION

Cuestionario a estudiantes

Instrucciones: Estimado estudiante a continuación te presento las siguientes preguntas, contéstalas con claridad y veracidad. Escribe una (x) donde corresponde.

I. Datos generales:

Sexo: F () M ()

II. Datos específicos:

2.1. Educación:

2.1.1. Existe alguna asignatura que les forme con capacidades empresariales emprendedoras?

Si ()

No ()

Cual:.....

2.1.2. Tus profesores te capacitan, orientan para que tengas una actitud empresarial emprendedora?

Siempre ()

Casi siempre ()

A veces ()

Casi nunca ()

Nunca ()

2.1.3. Consideras que tus profesores están capacitados para formar a los estudiantes con habilidades empresariales emprendedoras?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

2.1.3. Qué sugieres para que en tu Centro educativo incentiven y fortalezcan el espíritu empresarial emprendedor?

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

2.2. Emprendedurismo.

2.2.1. Conoces sobre las PYMES (Pequeñas y medianas empresas en tu provincia?

Si ()

No ()

Puedes señalar una?:

2.2.2. Te gustaría emprender una empresa personal o en sociedad?

Si ()

No ()

Tal vez ()

Nunca ()

2.2.3. Qué tipo de empresa te gustaría construir?

Comercial ()

Industrial ()

Agrícola ()

Agro industrial ()

Otra:

2.2.4. Consideras que tienes habilidades empresariales?

Muchas ()

Algunas ()

Casi nada ()

Nada ()

2.2.5. Si desearas construir tu propia empresa, de quién requerirías apoyo?

De mi familia ()

Del Estado ()

Del banco ()

De una ONG

De nadie ()

2.2.6. Que recursos naturales tiene tu provincia que les permita emprender una empresa?

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

Gracias por tu colaboración.