

Universidad Católica de Santa María

Escuela de Postgrado

**Maestría en Educación con Mención en Gestión de
los Entornos Virtuales para el Aprendizaje**



**RELACIÓN ENTRE EL MODELO VIRTUAL CANVAS Y EL
DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN LOS
ESTUDIANTES DEL VII CICLO DE EBR DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA 40052 EL PERUANO DEL MILENIO ALMIRANTE
MIGUEL GRAU. AREQUIPA, 2021**

Tesis presentada por los Bachilleres:
**Chuquipalla Flores, Esteban Ronal
Llaiqui Aquepucho, Walter
Portilla Huarsa, Wilbert Javier**
Para optar el Grado Académico de:
**Maestro en Educación con mención
en Gestión de los Entornos
Virtuales para el aprendizaje.**

Asesora

Dra. Martínez Puma, Elena Guillermina

Arequipa- Perú

2023

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
ESCUELA DE POSTGRADO
DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR DE TESIS

Arequipa, 26 de Febrero del 2022

Dictamen: 000505-C-EPG-2022

Visto el borrador del expediente 000505, presentado por:

2018003071 - PORTILLA HUARSA WILBERT JAVIER

2018000981 - CHUQUIPALLA FLORES ESTEBAN RONAL

2018002121 - LLAIQUI AQUEPUCHO WALTER

Titulado:

**INFLUENCIA DEL MODELO VIRTUAL CANVAS EN EL DESARROLLO DE LA CAPACIDAD
EMPREDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DEL VII CICLO DE EBR DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA 40052 EL PERUANO DEL MILENIO ALMIRANTE MIGUEL GRAU. AREQUIPA, 2021**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

**1435 - TOMAYLLA QUISPE YGNACIO SALVADOR
DICTAMINADOR**



**2554 - PONCE ARANIBAR MARIA DEL PILAR
DICTAMINADOR**



**2824 - BARRIGA ZEGARRA CARLOS MARTIN
DICTAMINADOR**



Activar
a Confir

*A mis hijos Nohely, Juan y Ariana por ser fuente de
inspiración en el logro de mis metas*


Wilbert

*A mi esposa Norma, pues ella es quien motiva a la familia
a superarnos permanentemente, a mis hijos Daniel y
Samuel por enseñarme la perseverancia hacia el éxito
profesional, los amo.*

Walter

*A mis hijas Kelly, Katherine, Tatiana y a mis nietos José
y Ángel que son el motivo de superación personal y
profesional*

Ronal



“No hay fórmulas secretas para el éxito. Es el resultado de tu preparación, trabajo duro y aprender de los errores”.

Colin Powell

Agradecemos al Gobierno Regional de Arequipa por la gestión del Convenio, la empresa Cerro Verde por aceptarlo y a la Universidad Católica de Santa María por brindarnos la gran oportunidad y apoyo en la realización de esta maestría y así mejorar nuestra calidad profesional.

A la institución educativa 40052 “El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau” por permitirnos realizar la experiencia profesional que hoy presentamos en la presente investigación.

A los docentes que nos enseñaron por compartir sus valiosos conocimientos y experiencias, permitiendo una formación de calidad.

ÍNDICE

RESUMEN	10
ABSTRACT.....	1
INTRODUCCIÓN	1
HIPÓTESIS	3
OBJETIVOS	3
CAPITULO I	5
MARCO TEÓRICO	5
1. Modelo de negocio Canvas	5
1.1 Definiciones.....	6
1.2 Estructura del Lienzo de negocios Canvas.....	6
1.3 Ventajas del modelo Canvas	7
2. Módulos del lienzo de negocio Canvas	7
2.1 Segmentación de clientes	8
2.2 Relación con los clientes	9
2.3 Canales de distribución	9
2.4 Propuesta de valor.....	10
2.5 Actividades clave.....	11
2.6 Recursos Clave	11
2.7 Socios clave	12
2.8 Estructura de costos	12
2.9 Fuentes de ingreso.....	13
3. La capacidad emprendedora	15
3.1 Definiciones básicas.....	15
3.2 El desarrollo de la capacidad empresarial en estudiantes de secundaria	16
3.3 La intención emprendedora y características de la capacidad empresarial	21
3.4 Dimensiones de la capacidad emprendedora.....	22
4. Educación para el trabajo.....	24
4.1 Finalidad e importancia del Área de Educación para el Trabajo.....	25
4.2 Competencias del Área de Educación para el Trabajo	27
4.3 Conocimientos del Área de Educación para el Trabajo	27
4.4 Conocimientos y actitudes del Área Educación para el Trabajo	28
5. Antecedentes investigativos.....	30

5.1 Antecedentes nacionales.	30
5.2 Antecedentes internacionales.	31
5.3 Antecedentes Locales.....	32
CAPITULO II.....	34
METODOLOGÍA.....	34
1. Técnicas, instrumentos y materiales de verificación.....	35
2. Campo de verificación.....	36
2.1 Ubicación espacial.....	36
2.3 Unidades de estudio.....	36
2.3.1. Población.....	36
2.3.2. Muestra:.....	37
2.3.3. Procedimiento de Muestreo: La estrategia de muestreo no se aplica en esta investigación, debido a que se trabajó con la población censal.....	37
3. Estrategias de recolección de datos.....	37
3.1 Organización.....	37
3.2 Recursos.....	38
3.3 Confiabilidad y Validación del instrumento.....	38
3.4 Criterios para el Manejo Estadístico de los Resultados.....	39
CAPITULO III.....	40
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	40
1. Primera variable: Modelo Virtual Canvas.....	41
2. Segunda variable: Capacidad emprendedora.....	61
2.1 Capacidad de realización.....	61
2.2 Capacidad de planificación.....	72
2.3 Capacidad de relacionarse socialmente.....	80
3. Comprobación de hipótesis.....	87
4. Discusión de resultados.....	88
CONCLUSIONES.....	90
RECOMENDACIONES.....	92
REFERENCIAS.....	93
ANEXOS.....	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características empresariales.....	22
Tabla 2 Conocimientos del área de Educación para el trabajo	29
Tabla 3 Técnicas, Instrumentos y Materiales de Verificación.....	35
Tabla 4 Distribución de los estudiantes por grado escolar	37
Tabla 5 Desarrollo del Módulo de propuesta en valor en el Modelo Virtual Canvas	41
Tabla 6 Segmentación de clientes en el Modelo Virtual Canvas.....	43
Tabla 7 Desarrollo del módulo relación con el cliente.....	45
Tabla 8 Aplicación de canales de comunicación, de distribución y de ventas en el Modelo Virtual Canvas.....	47
Tabla 9 Realización de actividades clave en el Modelo Virtual Canvas.....	49
Tabla 10 Aplicación de recursos clave en el Modelo Virtual Canvas	51
Tabla 11 Aplicación del Módulo de socios clave	53
Tabla 12 Aplicación de estructura de costos en el Modelo Virtual Canvas	55
Tabla 13 Fuentes de ingreso.....	57
Tabla 14 Resultados aplicación y simulación de los módulos del Modelo Virtual Canvas ..	59
Tabla 15 Iniciativa y búsqueda de oportunidades	61
Tabla 16 Capacidad de persistencia	63
Tabla 17 Exigencia de la calidad y eficacia en actividades que realizan	65
Tabla 18 Desarrollo de la capacidad de compromiso.....	67
Tabla 19 Capacidad de resolución de problemas	69
Tabla 20 Autonomía en los estudiantes	71
Tabla 21 Búsqueda de información.....	72
Tabla 22 Establecimiento de objetivos y metas	73
Tabla 23 Planificación de actividades	75
Tabla 24 Capacidad de monitoreo	77
Tabla 25 Utilización de recursos financieros.....	79
Tabla 26 Capacidad de persuasión	80
Tabla 27 Optimización de la red de contactos	82
Tabla 28 Autoconfianza en los estudiantes.....	84
Tabla 29 Resultado general del potencial de emprendimiento en los estudiantes	85
Tabla 30 Diagrama rectangular del Modelo Virtual Canvas con el desarrollo de la capacidad emprendedora.....	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Lienzo del modelo de negocio	8
Figura 2 Interrogantes consideradas en cada Modulo	14
Figura 3 Desarrollo del Módulo de propuesta en valor en el Modelo Virtual Canvas.....	41
Figura 4 Segmentación de clientes en el Modelo Virtual Canvas.....	43
Figura 5 Desarrollo del módulo relación con el cliente.....	45
Figura 6 Aplicación de canales de comunicación, de distribución y de ventas en el Modelo Virtual Canvas.....	47
Figura 7 Realización de actividades clave en el Modelo Virtual Canvas.....	49
Figura 8 Aplicación de recursos clave en el Modelo Virtual Canvas	51
Figura 9 Aplicación del Módulo de socios clave	53
Figura 10 Aplicación de estructura de costos en el Modelo Virtual Canvas	55
Figura 11 Fuentes de ingreso	57
Figura 12 Resultados aplicación y simulación de los módulos del Modelo Virtual Canvas..	59
Figura 13 Iniciativa y búsqueda de oportunidades	61
Figura 14 Capacidad de persistencia	63
Figura 15 Exigencia de la calidad y eficacia en actividades que realizan	65
Figura 16 Desarrollo de la capacidad de compromiso	67
Figura 17 Capacidad de resolución de problemas.....	69
Figura 18 Autonomía en los estudiantes.....	71
Figura 19 Búsqueda de información.....	72
Figura 20 Establecimiento de objetivos y metas.....	73
Figura 21 Planificación de actividades	75
Figura 22 Capacidad de monitoreo	77
Figura 23 Utilización de recursos financieros.....	79
Figura 24 Capacidad de persuasión	80
Figura 25 Optimización de la red de contactos.....	82
Figura 26 Autoconfianza en los estudiantes	84
Figura 27 Resultado general del potencial de emprendimiento en los estudiantes.....	85

LISTA DE ABREVIATURAS

et al.: y otros

IE.: Institución Educativa. MINEDU:

Ministerio de Educación n: Número

r: Relación

TAC: Tecnologías del Aprendizaje y Conocimiento

TIC: Tecnologías de Información y Comunicación

UCSM: Universidad Católica de Santa María

VC.: Valor crítico



RESUMEN

La investigación se formuló como objetivo: Determinar la relación entre el Modelo Virtual Canvas y el desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la I.E. 40052 El peruano del milenio Almirante Miguel Grau. Arequipa, 2021. Es una investigación de campo ya que se obtuvo la información de fuentes primarias, de enfoque cuantitativo; de nivel relacional y de diseño no experimental. La población de estudio estuvo conformada por 122 estudiantes del quinto de secundaria de la institución educativa mencionada; a quienes se les aplicó los instrumentos lista de cotejo y cuestionarios, a partir de las técnicas de observación y encuesta, respectivamente.

Los resultados demuestran que existe una relación significativa entre el nivel de aplicación del Modelo Virtual Canvas y el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes, ya que al cruzar estas variables en el diagrama rectangular, la intersección más alta se produce entre los estudiantes que hicieron un alto uso del modelo virtual y que, a su vez, tienen potencial de la capacidad emprendedora. Quedó comprobada la hipótesis de trabajo con la prueba de Chi cuadrado, cuyo valor fue $X^2 = 34.61$, el cual es mayor al $VC.= 9.4877$, rechazándose la hipótesis nula (H_0).

El uso didáctico del Modelo Virtual Canvas en el curso de Educación para el Trabajo, es alto en el 93% de estudiantes; desarrollan actividades, simulaciones y prácticas de los Módulos que comprende este modelo. La capacidad emprendedora, en general, es media alta; así el 63% presenta potencial emprendedor; específicamente en la capacidad de realización su desarrollo es medio-alto; en la capacidad de planificación es media y es alto el desarrollo de la capacidad para relacionarse socialmente.

Palabras Claves: Modelo Virtual Canvas, capacidad emprendedora, educación para el trabajo.

ABSTRACT

The research was formulated as objective: To determine the relationship between the Virtual Canvas Model and the development of entrepreneurial capacity in the students of the VII cycle of EBR of the I.E. 40052 The Peruvian of the millennium Admiral Miguel Grau. Arequipa, 2021. It is a field investigation since the information was obtained from primary sources, with a quantitative approach; explanatory level and non-experimental design. The study population consisted of 122 fifth-year high school students from the aforementioned educational institution; to whom the checklist and questionnaire instruments were applied, based on the observation and survey techniques, respectively.

The results show that there is a significant relationship between the level of application of the Virtual Canvas Model and the development of the entrepreneurial capacity of the students, since when crossing these variables in the rectangular diagram, the highest intersection occurs among the students who did a high use of the virtual model and that, in turn, have potential for entrepreneurial capacity. The working hypothesis was verified with the Chi-square test, whose value was $X^2 = 34.61$, which is greater than $VC. = 9.4877$, rejecting the null hypothesis (H_0).

The didactic use of the Virtual Canvas Model in the Education for Work course is high in 93% of students; they develop activities, simulations and practices of the Modules that comprise this model. Entrepreneurial capacity, in general, is medium high; Thus, 63% present entrepreneurial potential; specifically in the ability to carry out its development is medium-high; in the planning capacity it is average and the development of the capacity to relate socially is high.

Keywords: Virtual Canvas model, entrepreneurial capacity, education for work.

INTRODUCCIÓN

Actualmente en nuestro país se observa en los estudiantes tanto de nivel secundario como superior el escaso desarrollo de la capacidad emprendedora; pese a constituirse en una importante alternativa laboral frente al alto índice de desempleo existente.

En el ámbito escolar se desarrolla un curso denominado Área de Educación para el Trabajo, en el cual se reconoce la importancia del desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes, constituyéndose en uno de sus objetivos principales. Las herramientas virtuales se constituyen en medios didácticos que usadas dentro de las estrategia pedagógica encaminan el perfeccionamiento de aprendizajes de los educandos; al permitir que estos exploren, descubran y desarrollen la capacidad emprendedora.

En la experiencia docente como parte del trabajo pedagógico en el desarrollo de la programación curricular se busca generar en los estudiantes ideas de negocio y la presentación de proyectos para el concurso anual “crea y emprende” promovida por el Ministerio de Educación; así, en la institución educativa 40052 “El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau”, el desarrollo de la capacidad de emprendimiento es baja en la gran mayoría de estudiantes.

Por las razones expuestas nace la motivación e iniciativa de profundizar en esta temática identificando y analizando las aptitudes vocacionales empresariales en los estudiantes, a fin de que los resultados obtenidos se constituyan en la base para la superación de la problemática encontrada, ofreciendo la posibilidad de una eficiente educación laboral y la oportunidad de que emprendan negocios empresariales.

Es así como, bajo la iniciativa docente, con el fin de desarrollar la capacidad emprendedora en los estudiantes a través del área de Educación para el Trabajo y haciendo uso de los recursos y herramientas pedagógicas que ofrecen las Tecnologías de Información y Comunicación se está aplicando Modelo Virtual Canvas a los estudiantes del 5to. De

secundaria, en la que el estudiante es el protagonista del proceso enseñanza aprendizaje, basado en proyectos productivos de Negocios.

En este contexto se considera de importancia evaluar la relación que existe entre la aplicación del modelo virtual Canvas y el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes de la institución educativa mencionada; permite demostrar como el uso del Modelo Canvas que se está desarrollando en el área de Educación para el Trabajo tiene relación con el desarrollo de la capacidad de emprendimiento en los estudiantes, y con ello evaluar el logro de los objetivos previstos en esta Área, enfocados a emprendimiento, el cual busca desarrollar capacidades y actitudes para el emprendimiento, la creatividad y la polivalencia, que le genere oportunidades.

Esta investigación es relevante socialmente por cuanto es una temática que afecta a los agentes educativos y cuyos resultados de la investigación se propondrán estrategias de intervención que beneficiara a los estudiantes y a los docentes, al ofrecer herramientas de aprendizaje que favorecerán la calidad educativa en nuestro medio social.

Tiene relevancia práctica ya que el estudio de la problemática permitirá el conocimiento de la realidad concreta y en sus resultados se sustentará la proposición de acciones estratégicas que contribuyan a desarrollar la capacidad emprendedora en ellos estudiantes. Esta investigación es trascendente en la medida de que responde a la necesidad de estudiar la relación entre el uso pedagógico curricular del modelo virtual Canvas y el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes, permitiendo el conocimiento sistemático de una problemática que afecta a los estudiantes.

Es factible, ya que la institución educativa cuenta con computadoras que están conectadas a internet, distribuidas en dos aulas de quinto grado de secundaria; además de contar con recursos humanos, materiales y financieros necesarios.

HIPÓTESIS

Dado que el Modelo Virtual Canvas es una herramienta que ofrece las Tecnologías de Información y Comunicación que integra un conjunto de actividades pedagógicas relacionadas a ideas, estrategias y acciones en Modelos de Negocios.

Es probable que:

H₁: Exista una relación significativa entre el uso interactivo didáctico del Modelo Virtual Canvas, a través de sus Módulos propuesta en valor, segmentación de clientes, relación con el cliente, canales, actividades clave, recursos clave socios clave, estructura de costos y fuentes de ingreso con el desarrollo de las capacidad emprendedora en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 “El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau”.

Es probable que:

H₀: No exista relación entre el uso interactivo didáctico del Modelo Virtual Canvas a través de sus Módulos propuesta en valor, segmentación de clientes, relación con el cliente, canales, actividades clave, recursos clave socios clave, estructura de costos y fuentes de ingreso con el desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 “El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau”.

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar si existe relación entre el Modelo Virtual Canvas y el desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau. Arequipa, 2021.

Objetivos específicos

- a. Describir el nivel de aplicación del Modelo Virtual Canvas a través de sus Módulos propuesta en valor, segmentación de clientes, relación con el cliente, canales, actividades clave, recursos clave, socios clave, estructura de costos y fuentes de ingreso en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau.
- b. Identificar el desarrollo de la capacidad emprendedora de realización en los estudiantes del del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau..
- c. Precisar el desarrollo de la capacidad emprendedora de planificación presentan los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau.
- d. Determinar el desarrollo de la capacidad emprendedora para relacionarse socialmente presentan los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1. Modelo de negocio Canvas

En los años 60, debido a la integración europea y la globalización las empresas se focalizan en la formación del capital humano, surgiendo creativamente la implementación de este modelo de formación para el trabajo con fines de capacitación a partir de su práctica en la propia empresa, en forma conjunta con la formación teórica en las escuelas. (Alfaro et al., 2013)

Este modelo se comenzó a desarrollar teóricamente en la Universidad de Stanford en California de Estados Unidos, aproximadamente a inicios de la década del 70, configurándose como una estrategia digital viable de negocios; convirtiéndose en una gran oportunidad para el mercado.

Según Berufsakademie (2009):

la base de este modelo se remonta al método de aprendizaje de oficios de la época medieval que posteriormente fue adaptado a las necesidades de la industria moderna y ha ido evolucionando como consecuencia de la cooperación entre la educación, la industria y el comercio. (p. 12)

El Business Model Canvas fue desarrollado por Alexander Osterwalder (teórico austriaco) y plasmado en el libro Business Model Generation (2010), que escribió junto al informático belga Yves Pigneur.

1.1 Definiciones

Canvas es un término en inglés cuya traducción literal al idioma español es lienzo; mundialmente es conocido como “Business Model Canvas”. Este término es usado para describir y establecer una herramienta para crear y diseñar modelos de negocio de forma sencilla, organizada y dinámica. Consiste en colocar sobre un lienzo o cuadro nueve elementos fundamentales de las empresas.

Es definido como:

Un modelo de negocio de una empresa que tiene en cuenta todos los aspectos de la compañía donde se agrupa en un gráfico; organiza la operativa donde las empresas crean valor. Una de las ventajas es que las fortalezas y debilidades son plasmadas en un” lienzo” de manera visual. Proporciona una metodología válida para diferentes empresas sin importar la fase de madurez que se encuentren o el sector al que se dirige. (Campos, 2016, p.14)

Se trata, por lo tanto, de un método deductivo que mediante un sistema visual legible y sencillo, crear un esquema de pensamiento organizado para la generación de ideas innovadoras y la construcción de modelos de negocio que aporten soluciones reales a las necesidades de los/las usuarios/as.

Ofrece una herramienta sencilla, inmediata y gratuita, que tiene como objetivo fomentar una reflexión profunda del usuario acerca del valor real que el producto/servicio ofrecerá a la clientela. “El lienzo permite, según los creadores del método, que una organización cree, presente y capture valor” (Osterwalder 2011, p. 14).

1.2 Estructura del Lienzo de negocios Canvas

El Modelo Canvas contiene módulos que se encuentran interrelacionados entre sí; estructuralmente Campos (2016) considera tres grandes aspectos: De forma interna: En el lienzo aparecen las actividades y los recursos clave, en la parte izquierda del lienzo; de esta manera te obliga a lo que el usuario tiene que hacer y los aspectos críticos que se generan dentro del modelo de negocio. De forma externa, para llevar esa propuesta de valor a los clientes, se debe hacer a través de unos canales comerciales, Internet, tiendas online, etc. Y,

Complementarios: Considera siete elementos, la estructura de costes y las líneas de ingresos del negocio. (p. 39)

1.3 Ventajas del modelo Canvas

El uso del modelo Canvas ofrece diferentes ventajas en el proceso educativo, ya que permite la simulación de la implementación de un negocio.

Las principales ventajas del uso de esta importante a herramienta virtual se precisan en la tabla siguiente:

a. Simplicidad de interpretación. El modelo compuesto por 9 módulos que integran la estructura del negocio, estos posibilitan una fácil interpretación de la forma en que la empresa crea valor para los clientes y logra competitividad.

b. Enfoque integral y sistémico. Al integrar los diferentes módulos tanto de carácter interno como de carácter externo, en un solo tablero, lienzo u hoja; permitiendo la visualización integral del negocio.

c. Flexibilidad y repercusiones. Con el Canvas se pueden realizar cambios de manera sencilla; o sea se puede ir acomodando los diversos bloques de diferente manera.

d. Aplicable a cualquier tamaño o cualquier actividad. Se puede aplicar a cualquier tamaño de empresas, microempresas o grandes negocios, dentro de cualquier actividad, un lanzamiento de un nuevo producto o una nueva área comercial.

e. Lenguaje visual. Este modelo es utilizado básicamente como lenguaje visual para crear y desarrollar modelos de negocio innovadores, haciéndolo más fácil y permitiendo tener a simple vista una idea general de lo que se quiere llevar a cabo y cómo se haría.

f. Sinergia y trabajo en equipo. El modelo facilita la generación de nuevas ideas y distintas aportaciones de un grupo de personas.

g. Análisis estratégico. Es una buena herramienta para el análisis estratégico: FODA, análisis del mercado, competidores, clientes, proveedores, estructuras y procesos.

2. Módulos del lienzo de negocio Canvas

EL modelo Canvas en su esquema contiene nueve módulos, los cuales son plasmados en un lienzo de manera estructurada y visual en medios virtuales, tal como se aprecia en la figura.

Figura 1

Lienzo del modelo de negocio.



Fuente: Osterwalder (2011)

A continuación se desarrollaran cada uno de los módulos:

2.1 Segmentación de clientes

Es habitual que algunas personas emprendedoras pretendan lanzar una idea de negocio que, según ellos/as, cubre una necesidad, pero que, sin embargo, no sabrían definir quién, cómo ni dónde se puede encontrar a ese tipo de público que presenta dicha necesidad. Por ello, es importante especificar qué tipo de personas van a comprar el producto/servicio.

Según Exposito (2013, p.35)

el modelo Canvas permite dividir el mercado en segmentos con pautas homogéneas de consumo, y escoger aquél que nos convenga, distinguiendo el

mercado de masas (oferta indiferenciada para un consumo masivo), nicho de mercado (segmento con características únicas), mercado segmentado (nuestro mercado tiene varios tipos de clientes que los clasificamos según precios, relaciones...) mercado diversificado y plataformas multilaterales (operamos en más de un segmento, dando importancia a uno o unos sobre otro u otros).
Clave: identificar bien a nuestros clientes.

Las prácticas sobre este tema se encuentran en relación a la simulación de la segmentación del mercado, en el se considera la cantidad aproximada de clientes a los que se puede captar; así también permite la obtención de pistas para determinar el precio según los resultados de la segmentación del mercado.

2.2 Relación con los clientes

Esta se refiere al esfuerzo de la empresa con el fin de fidelizar a los clientes, con lo que se fomentara que los clientes repitan la compra, garantizando de esta manera la continuidad del negocio. En el modelo Canvas, según Langa (2014) “se realizan acciones que permitan al estudiante o usuario analizar el tipo de relaciones que se establecerán con el cliente al momento que adquieran el producto, ofreciendo formas creativas para establecer dichas relaciones a largo plazo con los clientes” (p. 48).

Se desprende por lo tanto que las empresas tengan que optimizar la relación entre el cliente y la empresa, estableciéndose el protocolo, el proceso y el estilo de comunicación que sea mas conveniente para cada tipo de cliente; de allí que esta relación puede ser más o menos personalizada.

2.3 Canales de distribución

Los canales de distribución y comunicación son los flujos que utilizan las empresas para hacer llegar sus propuestas de valor a los distintos segmentos de mercado (clientes), de allí la importancia de definir estratégicamente los canales que sean más eficaces para entregar el valor al cliente; o sea es la determinación en la forma en que se lograra que el producto/servicio llegue hasta el cliente, para ello se tendrá presente tanto los medios físicos, como de internet móvil, web, e-commerce, red de ventas, etc.

Para Prendes (2009) “el modelo Canvas ofrece diferentes prácticas de simulación que permiten identificar, evaluar y seleccionar los canales de comunicación, de distribución y de ventas; con el fin de llegar a nuestro cliente final de forma eficiente

mejorando la accesibilidad” (p.41).

Actualmente, la web y las redes sociales se han convertido en soportes muy importantes entre las empresas y sus clientes; entre ellos están los canales de distribución offline, por ejemplo Amazon, está trabajando un nuevo canal para el envío de sus productos: los drones; Zara ofrece formato presencial (tienda) y formato web (e-commerce); aunque es conveniente aclarar que no se debe desestimar ningún canal (no todo es digital).

2.4 Propuesta de valor

Según Tabola (2016) “la propuesta de valor de un modelo de negocio es la expresión concreta del conjunto de beneficios que recibirán los clientes a los que se dirige como consecuencia de hacer negocio con quien la propone” (p. 29); de esta manera la propuesta de valor viene a ser el servicio/producto que la empresa ofrece al mercado o la puesta a la venta, haciéndolo único en lo que respecta al diseño, precio, tamaño, forma, tiempos de envío, etc.

Según Valdez (2018):

En el Modelo Canvas la propuesta de valor está colocada en el centro del lienzo, ya que determina la razón de ser de cada emprendimiento, así como sus principales líneas de negocio, productos y servicios. Considera no solo el producto o servicio que ofertemos, sino las relaciones con los clientes, el precio, ventajas competitivas, etc. (p. 61)

La propuesta de valor presenta en el módulo, ubicado en el lienzo once clasificaciones:

- a. Novedad (oferta inexistente con anterioridad)
- b. Mejora del rendimiento
- c. Ajuste a las necesidades de los clientes
- d. Externalización de servicios
- e. Diseño
- f. Marca/estatus (indicador de calidad)
- g. Precio
- h. Reducción de costes (producir eficientemente)
- i. Reducción de riesgos
- j. Accesibilidad (que el producto llega a más personas)
- k. Comodidad

2.5 Actividades clave

Las actividades clave se refieren a las diferentes acciones que los empresarios tienen que ejecutar para vender su propuesta de valor. Algunos ejemplos son:

- *La fabricación
- *La distribución
- *El transporte
- *La publicidad
- *Consultoría, etc.

Para Marbaise (2017):

El bloque de actividades clave integrado en el Lienzo del Modelo Canvas, encabeza el conjunto de bloques contenidos en la parte izquierda de dicho lienzo, que responde a cuestiones relacionadas con la propia empresa/negocio (la parte derecha del lienzo, como hemos visto, responde a cuestiones relacionadas con el mercado y su contexto). (p. 8)

Según Osterwalder (2011, p.50) las actividades clave de un negocio se pueden clasificar en 3 categorías:

- a. Actividades relacionadas con la fabricación de un producto.
- b. Actividades para la implementación de soluciones (servicios) que respondan a necesidades del cliente.
- c. Actividades en Internet (e-commerce, gestión bancaria, etc.).

La importancia que tiene el definir las actividades de la empresa son la clave para el emprendimiento de un negocio ya que en ella se decide la dedicación que tendrá la empresa con exactitud y las acciones que se llevara a cabo para abrir y mantener el negocio.

2.6 Recursos Clave

Los recursos de una empresa pueden ser: económico-financieros, humanos, intelectuales (patentes, etc.) o materiales. Estos recursos son aquellos en lo que se apoya la empresa para garantizar su actividad económica y, por lo tanto, su propuesta de valor.

Para Osterwalder y Pigneur (2013, p.20):

Por norma general, una empresa que ofrece servicios de consultoría deberá poner especial enfoque en el cuidado de sus recursos humanos, y en un negocio dedicado a la oferta de hardware informático, el enfoque estará puesto en los recursos materiales que requiere para la ejecución de su actividad (procesadores, refrigeradores, etc.), aunque siempre sin olvidar seguir invirtiendo en otro tipo de recursos como los humanos.

2.7 Socios clave

Respecto a los socios claves, existen diferentes perfiles, lo que es clave para que las ideas de negocio se conviertan en un negocio exitoso; estos pueden ser profesionales que tienen capacidades y habilidades específicas que el emprendedor no tiene; así el socio (a) puede ser también un inversor o un banco (que aportan recursos económicos y financieros), puede ser un proveedor (que ofrezca recursos de carácter material o de servicios necesarios para la creación, distribución, comunicación o alguna mejora del negocio); es más un socio clave, en algunos casos puede ser un competidor ya que podría ser un buen aliado para enfrentar a los grandes competidores.

Al respecto señala Rueda (2020):

Lo que es seguro es que un/a socio/a debe aportar recursos valiosos para el desarrollo del negocio, además de ser competitivos y fiables, por lo que será necesaria una cuidadosa selección de los mismos. La selección de un buen aliado puede llegar a salvar un negocio y dicha selección dependerá, entre otras cosas, de los recursos de los que la empresa disponga y los objetivos que persiga (por ejemplo: contratación externa para la mejora de la propuesta de valor, fusión para la reducción de riesgo frente al entorno competitivo, etc.).

2.8 Estructura de costos

Después de analizar las actividades, recursos y socios clave del negocio, se debe reflexionar sobre los costos que ha de suponer, de allí la necesidad de conocer, al menos, estos datos anteriores, ya que sin ellos será imposible realizar la estructura de costes o presupuesto.

El trabajo en este bloque del Modelo Canvas, según la Junta de Extremadura (2017, p. 68) consiste en:

Identificar, al menos, los costes más altos (aquellos que provengan de la puesta

en marcha de las actividades principales), así como los costes fijos y otros variables, los impuestos... todo debe quedar reflejado en esta casilla del lienzo para así obtener finalmente una idea de negocio lo más definida posible, a partir de la cual poder pivotar en busca del modelo de negocio más rentable posible.

2.9 Fuentes de ingreso

Es a través de la generación de ingresos que permite que la empresa sobreviva; de allí que existe una multitud de modelos y fórmulas que permiten la obtención de ingresos como son el pago por uso, la venta de bienes, el alquiler, etc.; pero también existe variedad en los modelos publicitarios.

En la selección de la fórmula de monetización, implica que se estudie lo que los clientes estarían dispuestos a pagar por la propuesta de valor; así como la forma en que realizaran los pagos; o sea las formas de pago más usadas por el público objetivo; si estarían dispuestos a aceptar otro tipo de forma de pago (tarjeta, efectivo, contra reembolso, etc.)

Todas estas decisiones, una vez puestas en marcha, producen un flujo de ingresos y este bloque del Modelo Canvas requiere que identifiquemos, de forma breve y clara, cómo se desarrollará dicho flujo de ingresos.

El análisis se puede realizar a través de las preguntas:

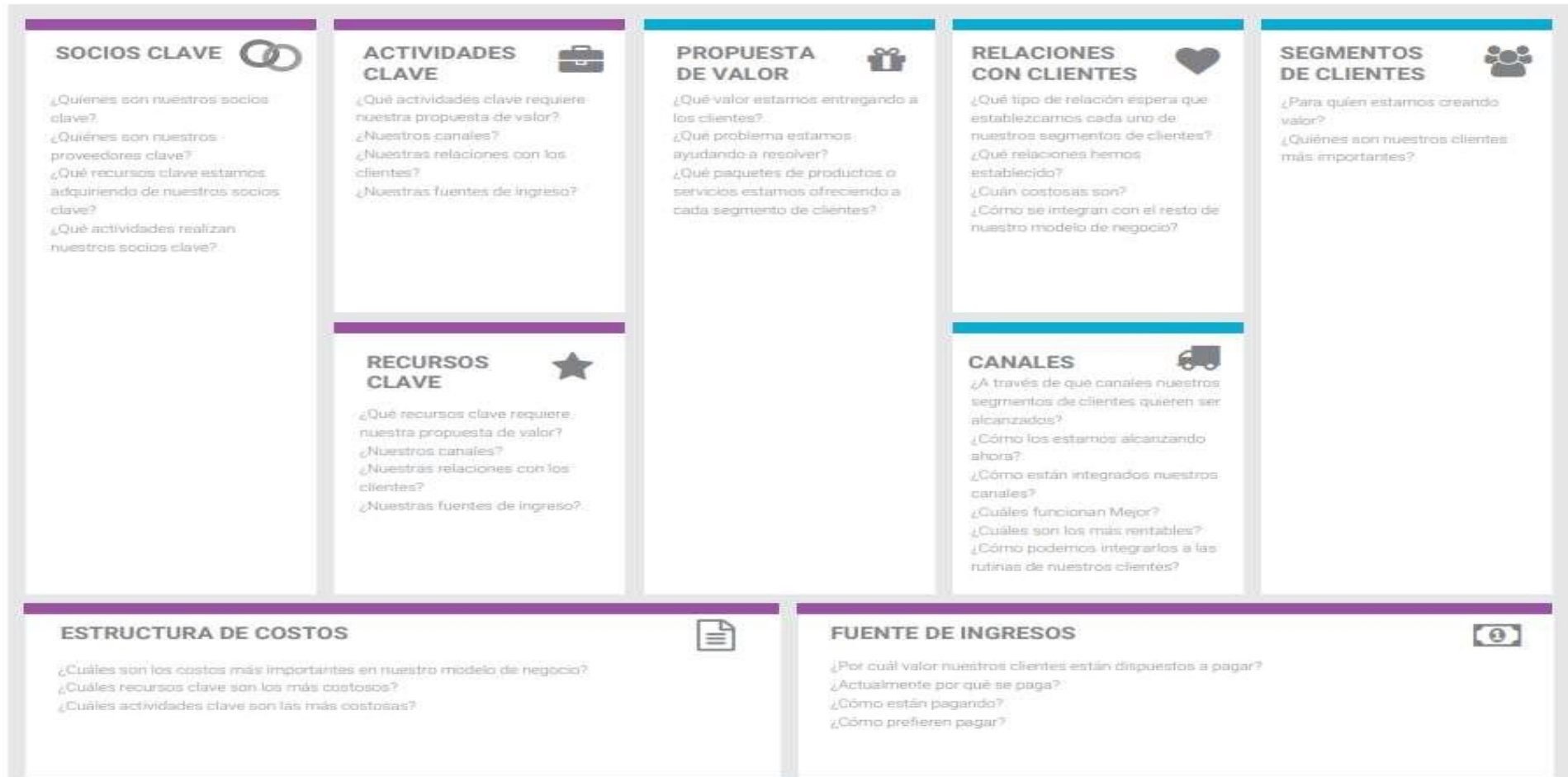
¿Cuáles son los ingresos obtenidos por suscripción?,

¿Cuántos son por tarjeta?, ¿y en efectivo?...

¿Se están generando ingresos puntuales por cada cliente o se trata de ingresos recurrentes o periódicos? (Junta de Extremadura, 2017, p. 74)

Figura 2

Interrogantes consideradas en cada Modulo



Si bien es cierto que este modelo se viene aplicando en diferentes medios educativos y según Sanabre et al. (2018, p. 2) afirma que “aunque es un sitio web construido bajo criterios de calidad técnicos, puede no responder al objeto para el cual ha sido ideado y fracasar en su cometido” (p. 2).

3. La capacidad emprendedora

3.1 Definiciones básicas

Vildales (2013) define la capacidad emprendedora como: “La habilidad que hace a una persona apta o idónea para realizar una determinada tarea, función, empleo, cargo o ejercicio de un negocio, de una industria, de un arte, etc. bajo una disposición natural, rápida, fácil y bien” (p. 85). El Centro de Emprendimiento de la Universidad de Miami en Ohio define este término como:

El proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre. (Comeche, 2012, p.77).

Entonces el emprendimiento se refiere a tener la capacidad par puede ser entendido como la capacidad para realizar un sueño; es así que el emprendedor es la persona que habiendo realizado un proceso de emprendimiento logra emprender o poner en marcha un negocio. En este contexto se define emprendedor: “Aquel que germina ideas y las pone a crecer para después salir a sembrar de nuevo con su creatividad e ingenio” (Soto, 2013, p. 2). Según Roberts (2012, p. 34) considera que: “El emprendedor es quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación”. Existen tres elementos de comportamiento clave en la definición de emprendimiento:

- a. Toma de iniciativas
- b. La organización y reorganización de mecanismos sociales y económicos, y
- c. La aceptación de riesgo o falla.

Por lo tanto, se debe considerar que las nociones centrales que cualquier definición de emprendedor debe contener son: la innovación, la organización y creación de bienestar, y la toma de riesgos.

3.2 El desarrollo de la capacidad empresarial en estudiantes de secundaria

La formación específica de cómo crear una empresa es necesaria y resulta eficaz mediante la formación en la educación secundaria. Es definida por Espinoza (2004):

Aquella orientada a la formación de líderes empresariales capaces de crear organizaciones sean ellas privadas o públicas, con o sin ánimo de lucro, en cualquier sector de la economía, con cualquier estructura jurídica, con cualquier objetivo, de cualquier tamaño, con cualquier estructura administrativa. (p. 13)

De esta manera la formación o enseñanza en este sentido incluye el desarrollo de conocimientos, capacidades, actitudes y cualidades personales relacionadas con el espíritu empresarial, tales como: la asunción de riesgos, la creatividad, responsabilidad, trabajo independiente, bajo el mensaje además de ser empleado se puede ser empresario. (Secretaría General de Educación y Formación Profesional, 2009)

La formación empresarial en la educación secundaria puede centrarse y adaptarse adecuadamente al entorno económico y social local, vinculando de manera eficaz la educación y la vida profesional.

En algunos países está muy difundido, sobre todo en la educación secundaria, el uso de planes basados en el aprendizaje práctico (aprender haciendo), teniendo como lema que la manera más fácil de aprender el espíritu empresarial es practicarlo. Con ellos los escolares y estudiantes crean y dirigen mini empresas para desarrollar su capacidad y aptitud empresarial, sea como actividad curricular o extracurricular” (Villarán, 2002), citado por: García et al. (2012, p. 23).

En sociedades como la nuestra, las pocas opciones de continuar estudios superiores determinan que en el nivel educativo secundario los estudiantes están muy cerca de entrar en el mercado de trabajo, y el empleo por cuenta propia puede representar una opción conveniente para su carrera o como medio para hacer frente al desempleo.

En este contexto, se señala que las cualidades personales pertinentes para el espíritu empresarial, son la creatividad, la capacidad de iniciativa y el sentido común. De esta manera se desprende que es necesario fomentar el dinamismo empresarial con ideas de crear empresas innovadora y la educación es un eje fundamental que puede impulsar y

fomentar el espíritu empresarial entre los estudiantes.

En este sentido, se necesita fomentar de manera más eficaz el dinamismo empresarial, se necesita más negocios nuevos y prósperos que deseen embarcarse en empresas creativas o innovadoras. El fomento del espíritu empresarial es fundamental para lograr estos objetivos. La educación puede contribuir a impulsar el espíritu empresarial, desarrollado la aptitud empresarial y fomentando una actitud favorable; aumentando de esta manera la sensibilización hacia las salidas profesionales como empresario o trabajador por cuenta propia, y proporcionando las competencias empresariales necesarias.

Así, se ha de tener en cuenta que es en la nueva generación de jóvenes peruanos donde se ubican potencialmente empresarios a quienes es necesario direccionar su formación empresarial. Por tales razones, afirma Castillo (2010), que uno de los objetivos principales en el ámbito educativo es “aprender a emprender”, dado que el fomento del espíritu emprendedor como una competencia básica se ha de inculcar mediante el aprendizaje permanente” (p. 60).

Aunque no se puede enseñar el impulso, ni el ingenio, ni la individualidad, ni tampoco se puede enseñar la forma en que trabaja la mente de los emprendedores, sí se puede estimular el espíritu creativo e innovador como atributo indispensable de todo emprendedor. Y también se pueden enseñar los comportamientos más frecuentes de los emprendedores basados en la motivación. Pues a quienes optan por trabajar por cuenta propia o crear su propia empresa, o bien podrían hacerlo en un futuro próximo, se les han de ofrecer las cualificaciones técnicas y empresariales necesarias para ello.

Sin embargo, el espíritu empresarial no se debe considerar únicamente un medio de crear una nueva empresa, sino una actitud general que siempre puede ser de utilidad en la vida cotidiana y en todas las actividades profesionales.

Las prácticas de emprendimiento se refieren a todas las actividades concretas ligadas a la capacidad emprendedora; las que deben estar dirigidas de preferencia por profesores especialistas.

En este contexto el papel del docente según Fernández et al. (2016):

El docente debe destacarse como mediador del proceso de educación técnica y profesional, creando situaciones de aprendizaje que pongan al estudiante en una situación crítica, donde tenga un papel protagónico para reflexionar y

analizar como aprende, como resuelve los problemas, como satisface sus necesidades y que le falta a partir de la práctica experiencial. (p. 29)

Teniendo en cuenta que el empresario “debe ser un individuo proactivo, innovador, predispuesto a aceptar riesgos, a tomar grandes responsabilidades” (Castro, 2009; Vera, 2016). Ser empresario significa básicamente tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Timmons (2014) lo define como:

La persona que organiza, administra y asume los riesgos de un negocio o empresa. Es una persona capaz de "crear a partir de la nada" una empresa factible. Requiere una visión y la pasión y compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. (p. 16)

Entonces el empresario es la persona que en forma libre e independiente es capaz de percibir una oportunidad de producción o de servicio.

Para Hisrich & Peters (2011, p. 50), establecen que en la formación empresarial se deben enseñar las habilidades siguientes:

- a) Habilidades personales tales como control percibido interno, innovación, asunción de riesgo, perseverancia y liderazgo.
- b) Habilidades técnicas tales como saber comunicarse en forma escrita y oral, conocimientos y habilidades en gestión y organización.
- c) Habilidades de administración de empresas tales como planificar, tomar decisiones, saber comercializar y llevar la contabilidad.

Así la formación empresarial en cualquier nivel educativo está orientada a promover el desarrollo de las cualidades personales relacionadas con el espíritu empresarial, tales como la creatividad, la asunción de riesgos y la responsabilidad; sensibilizar a los estudiantes respecto al trabajo independiente, entre los más importantes.

Se busca a través de la actividad docente, según Bedoya (2018, p. 28).

- a. Resaltar la importancia del Espíritu Empresarial, en el desarrollo socio-económico.
- b. Identificar, reforzar y desarrollar los componentes culturales y los valores propios del Espíritu Empresarial.

- c. Atenuar y/o eliminar los mitos y tradiciones que impiden considerar la carrera empresarial como un proceso digno y viable para su desarrollo personal y profesional.
- d. Conocer las etapas y componentes del proceso de creación de una empresa.
- e. Conocer los mecanismos y conceptos propios para el establecimiento y manejo de una empresa exitosa.
- f. Acercar a los estudiantes, al mundo real de los negocios.
- g. Desarrollar una actitud positiva hacia la innovación empresarial, bien sea como actividad propia o como función profesional.
- h. Orientar los procesos educativos, bajo la concepción de la Educación Empresarial.
- i. Facilitar el proceso Creativo-Innovador, para la formación de una Cultura Empresarial llena de creatividad y de responsabilidad social.

La mejor manera de enseñar las actitudes emprendedoras es a través de la realización del aprendizaje en forma activa, de esta forma, los alumnos aprenden por la propia experiencia, la viven, la reconocen y la evalúan. Diego (2006) considera que “lo esencial es enseñar a realizar planes de negocios ya que, por más sencillos que sean, guían la actividad del emprendedor y los motiva para luego emprender” (p. 39).

Partiendo de experiencias derivadas de años de actividad alrededor de este tema, el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial Universidad ICESI ha realizado un Modelo de Formación Empresarial que se basa en el desarrollo de 13 competencias empresariales.

Se establecen las siguientes competencias:

- a) **Visión de Carrera Empresarial:** Es la formulación de un plan de acción con metas de largo plazo y ponerlo en marcha, usando la imaginación.
- b) **Sensibilidad Social:** Es comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza; que éste debe beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir nuestra labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social.
- c) **Orientación al logro** Es preocuparse por alcanzar estándares de excelencia superiores a los ya existentes.

- d) Autoconfianza: Es el optimismo para salir adelante en sus actividades, ya que asume tener los conocimientos, la capacidad humana y profesional, la actitud y la energía para lograr sus metas.
- e) Amplitud Perceptual: Es explorar más allá de su círculo de experiencia y referencia para poder encontrar nuevas oportunidades.
- f) Flexibilidad: Es la disposición a cambiar de enfoque o de manera de concebir la realidad para dar lugar a otras opciones que permitan hacer bien las cosas.
- g) Empatía: Es comprender las emociones, necesidades e intereses de otros y procurar su apropiada conciliación con las nuestras.
- h) Pensamiento Conceptual: Es identificar las relaciones que existen entre los diferentes componentes de situaciones complejas que no están directamente relacionadas y construir conceptos o modelos fácilmente aplicables.
- i) Orientación al mercado: Es considerar permanentemente las condiciones del mercado en todas las decisiones que se toman en las actividades empresariales.
- j) Gestión de Empresa: Es reunir e integrar de manera creativa los recursos requeridos para iniciar, mantener y crecer la actividad empresarial.
- k) Construcción de redes empresariales: Es establecer, mantener y aprovechar relaciones con personas y entidades, para alcanzar sus objetivos empresariales.
- l) Toma de decisiones: Es analizar las diversas alternativas que tengo para determinar los mejores caminos a seguir, asumiendo la Socialización de Carrera, experiencias de la infancia, experiencias laborales, educación, etc. responsabilidad de los resultados logrados.
- m) Orientación a la Acción: Entendida como la energía, la fuerza, el coraje, y la dedicación, para llevar a cabo, por iniciativa propia las acciones necesarias para hacer realidad las ideas, propuestas, oportunidades y proyectos empresariales. (Varela y Bedoya, 2012, p. 47).

Otros modelos posteriores de capacitación emplean enfoques orientados a la acción y métodos experimentales de aprendizaje, orientados a desarrollar y mejorar las competencias personales, diseñados para generar un comportamiento emprendedor y capacidad en una gran variedad de situaciones.

3.3 La intención emprendedora y características de la capacidad empresarial

Es entendida como el esfuerzo que las personas están dispuestas a realizar con el fin de tener un comportamiento emprendedor; para lo cual se debe considerar en forma previa sus su experiencia personal, sus capacidades; así como las condiciones que presenta el entorno; o sea que la creación de la empresa responde a una motivación o deseo y a la factibilidad. Es obvio que un simple cambio en las creencias o en las actitudes no será suficiente para llevar a cabo una conducta emprendedora.

Se consideran dos aspectos fundamentales

A. Decisión de crear empresa: La decisión de emprender una decisión voluntaria y consciente, resulta esencial para estudiar la intención emprendedora analizar el modo en el que se toma la decisión de convertirse en emprendedor.

B. Meta profesional: Es cuando el estudiante, al margen de la disciplina profesional en la que se esté formando se establece la creación de empresa como una meta profesional.

Respecto a las características de la capacidad empresarial, se consideran las siguientes:

A. Personales: conformadas por el deseo de independencia que se manifiesta en el rechazo de poder de otros, la necesidad de realización personal, la necesidad de logro o ambición, el deseo de mejorar los resultados de su acción, la responsabilidad, la propensión a la asunción de riesgos, el carisma o liderazgo.

B. Del entorno: como el familiar, el espacio local, los valores y la cultura de la sociedad, formación y sistemas de incentivos.

Entre las principales características empresariales se mencionan:

Tabla 1

Características empresariales

Pasión por el negocio	Implica un compromiso personal o emocional, el empresario debe tener más que un interés casual en el negocio, porque habrá muchos obstáculos y problemas por vencer. Si no tiene la pasión o un interés que lo consuma, el negocio no tendrá éxito.
Tenacidad a pesar del fracaso	Tener tenacidad implica vencer obstáculos y problemas, de manera persistente y no declararse vencido con facilidad; pues muchos empresarios tuvieron éxito después de varios fracasos, por ejemplo Walt Disney fue a la quiebra tres veces antes de filmar su primera película de éxito. Henry Ford fracasó dos veces. Nunca hubieran tenido éxito si se hubieran rendido con facilidad.
Autodeterminación	La autodeterminación es una señal crucial del empresario de éxito, porque éste actúa por voluntad propia. Nunca son víctimas del destino. El empresario cree que su éxito o su fracaso depende de sus propias acciones.
Manejo del riesgo	A menudo el público general cree que los empresarios toman altos riesgos; no obstante, esto suele no ser cierto. No invierten todos sus recursos y tiempo en el negocio sino hasta que parece viable.
Tolerancia de la ambigüedad	Los factores incontrolables, como la economía, el clima y los cambios en el gusto de los consumidores con frecuencia tienen un efecto radical en un negocio, ante lo cual el empresario debe ser tolerante; además no hay recetas preexistentes

Fuente: Estrialgo et al. (2010)

3.4 Dimensiones de la capacidad emprendedora

Lozada (2018) señala que tomando en cuenta lo señalado por el MINEDU menciona que la actitud emprendedora se puede clasificar en las dimensiones siguientes:

A. Capacidad de realización. De acuerdo con Stoner (1996), como se citó en Lozada (2018) “esta dimensión se relaciona con el esfuerzo que se hace para alcanzar metas, avanzar, el poder vencer desafíos” (p. 14).

Asimismo, para Trelles (2017) esta dimensión representa: La fuerza para vencer obstáculos y desafíos, ello implica el esfuerzo para concretar metas y objetivos de forma que se pueda ayudar a otros.

Al establece como indicadores: la iniciativa y búsqueda de oportunidades, la persistencia, la exigencia de la calidad y eficacia, el compromiso, la resolución de problemas y la autonomía. La actitud hacia la conducta según Sevilla et al. (2022) se

refiere a:

La predisposición global, favorable o desfavorable, hacia el desarrollo de una determinada conducta. Siguiendo el modelo expectativa-valor de Fishbein y Ajzen, se considera que la actitud es resultado de las creencias de los sujetos respecto al comportamiento y sus consecuencias, y de la importancia que se otorgue a dichas creencias. (p. 26)

En la misma línea, los modelos de comportamiento emprendedor basados en la secuencia creencias-actitudes-intenciones proponen que la intención de emprendimiento está determinada por:

- a. **Motivación para crear empresa:** Las motivaciones para crear empresa está influenciada por las creencias o percepciones respecto a la creación de empresa.
- b. **Deseo de hacer empresa:** Al igual que en el caso anterior el deseo de hacer empresa está determinada por las creencias respecto al emprendimiento; las que pueden ser positivas cuando tienen un efecto positivo en el deseo de crear un negocio propio, mientras que las creencias negativas actúan como una barrera. (Liñán y Chen, 2009, p. 15)

Es de suma importancia, al respecto y en el emprendimiento que se tenga iniciativa y creatividad; pues es reconocido mundialmente que un empresarios exitoso siempre es aquel que tiene iniciativa, lo que los distingue a menudo de aquellas personas que no son emprendedoras. Una de las razones por las que los empresarios logran el éxito es que tienen imaginación y pueden visualizar escenarios alternos. Tienen la habilidad de reconocer oportunidades que otras personas no ven.

B. Capacidad de planificación Lozada (2018) señala que “es la capacidad de identificar metas, diseñar planes, pensar antes que actuar, identificar oportunidades y minimizar las amenazas a su alrededor” (p. 15). Asimismo, para Trelles (2017) esta dimensión representa: La búsqueda de información, el establecimiento de objetivos y metas a alcanzar, la planificación de actividades, el manejo de recursos financieros y el monitoreo

La construcción de un plan para luego poder ejecutarlo, una descripción organizada y estructurada de acciones sobre un contexto conocido. En la planificación se

realiza la búsqueda de información, se fijan los propósitos u objetivos y metas a alcanzar, se planifican las actividades de manera organizada y por etapas ordenadas, se establecen los recursos financieros más idóneos para la ejecución de las metas fijadas, garantizando la mejor utilización de los recursos, aprovechando la mayoría de las oportunidades que se presenten y disminuyendo o anulando las amenazas que se presenten. Para ejecutar un planeamiento se debe tener en cuenta la realización del monitoreo.

C. Capacidad de relacionarse socialmente. Lozada (2018) señala que esta dimensión se “refiere a estados de ánimo positivos que se reflejan en el apoyo para el desarrollo del proyecto. Permite establecer vínculos con personas o instituciones de una manera efectiva” (p. 16). Asimismo, para Trelles (2017) esta dimensión representa: La acción de crear entornos adecuados y buenos estados de ánimos en otras personas que se conviertan en relaciones sólidas para la creación de emprendimientos o proyectos empresariales. Esta capacidad se representa a través de la autoconfianza, así según Sanchis & Melian (2012, p. 21) sostienen que las personas que poseen autoconfianza presentan elevados niveles de eficacia”; también comprende la a persuasión y la optimización de la red de contacto; dentro de estas relaciones podemos encontrar las de tipo: amicales, laborales, familiares y académicas.

Entonces el éxito repetido en determinadas tareas aumenta las evaluaciones positivas de autoeficacia, mientras que los fracasos repetidos las disminuyen. En este sentido, entendemos que será más probable que una persona que se perciba a sí misma con una gran autoeficacia para determinada actividad, la ejecute y se dedique a ella con tenacidad. Los aspectos fundamentales de la autoeficacia son: la creatividad, el control del proceso de creación y la capacidad de negociación.

4. Educación para el trabajo

La necesidad de la formación de empresarios responde a las demandas de la sociedad, con características de ser: liberalizadas, globalizadas y competitivas, en las que principalmente las PYMES, constituyen la base del desarrollo y de la economía nacional; de allí que la mejor manera para promoverlas y desarrollarlas es formando empresarios.

El auge, desde los años 90, de modelos educativos basados en competencias aparece como respuesta a las demandas que la sociedad hace a la escuela para que forme ciudadanos y ciudadanas capaces de integrarse con éxito en la sociedad actual y responder

a sus necesidades empresariales y económicas.

La actitud empresarial se puede fomentar en los jóvenes a lo largo de su trayectoria educativa. Este tipo de enseñanza puede ser especialmente eficaz si se introduce de forma estructurada en el sistema educativo a partir de una edad temprana.

4.1 Finalidad e importancia del Área de Educación para el Trabajo

Durante mucho tiempo, convertirse en empresario se ha considerado una opción arriesgada, no especialmente atractiva y menos gratificante desde el punto de vista social que otras profesiones más tradicionales. Los diferentes sistemas educativos, en nuestro país, no se orientaban al desarrollo del espíritu empresarial o intención emprendedora; ni a que los estudiantes propendieran a un trabajo independiente; sino a proveer empleados de empresas privadas o públicas.

En este sentido: Rodríguez, C. (2014) considera que:

Es importante mejorar la educación para una cultura emprendedora así como para la creación y gestión de empresas, desde la más temprana edad; fortalecer los espacios diversos del aprendizaje de la actividad empresarial, tanto formal como no formal y fundamentalmente estimular el desarrollo empresarial y de servicios financieros con metodologías adaptadas a la realidad de los jóvenes, particularmente de aquéllos que provienen de estratos pobres de la población. (p. 83)

Pero en los últimos años las cosas han cambiado rápidamente y tanto en Europa como en América Latina existe una conciencia creciente de que se deberían desarrollar iniciativas destinadas a promover una cultura empresarial y a fomentar la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación. El espíritu empresarial es contemplado, por fin, como una de las bases del crecimiento.

El área de Educación para el Trabajo, según lo refiere el Minedu (2013) tiene como finalidad tiene la responsabilidad de “responder a las demandas del sector productivo y desarrolla, una formación integral que permite a los estudiantes descubrir sus aptitudes y actitudes vocacionales, poseer una visión holística de la actividad productiva e insertarse en el mundo del trabajo” (Minedu, 2013, 461). Al respecto la UNESCO (2009, p. 5) juzgó

pertinente “adaptarla a las nuevas necesidades para fomentar el autoempleo juvenil, incorporando en el currículo escolar, componentes vinculados al microemprendimiento, tales como organización, gestión, mercadeo y asesoría administrativa”.

Esta área adquiere vital importancia en la formación integral del estudiante, debido a que desarrolla capacidades y actitudes que le permitirán lograr su auto sostenimiento, realización personal y eficiente desempeño en sus actividades laborales y profesionales futuras, como trabajador dependiente o generador de su propio puesto de trabajo.

En este sentido está orientado a:

- a. Explorar y desarrollar las aptitudes, actitudes e intereses vocacionales del estudiante.
- b. Desarrollar una formación de base orientada al desarrollo de capacidades y actitudes para la aplicación de los principios científicos y tecnológicos en el proceso productivo, el emprendimiento y la gestión empresarial, en el marco de una cultura exportadora y de desarrollo humano.
- c. Desarrollar capacidades cognitivas, destrezas motoras para operar herramientas y máquinas y realizar actividades productivas.
- d. Articular el proceso educativo a las demandas de formación del sector productivo y a las oportunidades de trabajo que genera el mercado global. Las competencias laborales y los perfiles son identificados con participación del sector productivo.

En una economía globalizada, caracterizada por el alto grado de innovación empresarial, desarrollar el espíritu empresarial tiene gran importancia para lograr que las empresas nuevas y existentes logren mantener su ventaja competitiva.

Peña (2015, p. 18) considera que el papel de la educación en la identificación y el fomento del potencial empresarial entre los jóvenes es una política que cada día se hace más fuerte al interior de las instituciones educativas. Existen investigaciones que han demostrado que se puede incrementar el número de empresarios en una sociedad, si se brinda a los jóvenes una perspectiva positiva sobre la viabilidad y la conveniencia de que ellos se integren a la generación de nuevas iniciativas empresariales.

Para lograr que el estudiante alcance las capacidades y competencias que le permitan insertarse en el mercado laboral, lo óptimo es que el itinerario no varíe considerablemente como mínimo durante 5 años; sin embargo, se debe evaluar cada año para perfeccionarlo y reajustarlo, pero sin perder de vista las capacidades profesionales que exige el referente del sector productivo de cada carrera.

4.2 Competencias del Área de Educación para el Trabajo

El área desarrolla las competencias, según la ONG Paso al Desarrollo (2011) siguientes:

El área desarrolla las competencias siguientes:

- a. **Gestión de procesos.** Comprende las capacidades para realizar estudios de mercado, diseño, planificación y dirección, comercialización y evaluación de la producción en el marco del desarrollo sostenible del país.
- b. **Ejecución de procesos productivos.** Comprende capacidades para utilizar tecnología adecuada, operar herramientas y máquinas y equipos y realizar procesos o tareas para producir un bien o servicio.
- c. **Comprensión y aplicación de tecnologías.** Comprende capacidades para la movilización laboral de los estudiantes dentro de un área o familia profesional, capacidades para comprender y adaptarse a los cambios e innovaciones tecnológicas, capacidades para aplicar principios científicos y tecnológicos (ONG Paso al Desarrollo, 2011, p.27).

4.3 Conocimientos del Área de Educación para el Trabajo

Solo por fines didácticos se organizan en:

a. Iniciación Laboral: Se desarrolla en el VI Ciclo, tiene por finalidad explorar y orientar las aptitudes y actitudes vocacionales, mediante el desarrollo de un conjunto de actividades productivas y proyectos que le permitan familiarizarse e iniciar al estudiante en el estudio del mercado, diseño, planificación, ejecución, control de calidad y comercialización de bienes y prestación de servicios de diversas opciones ocupacionales.

b. Formación Ocupacional Específica Modular: Se realiza en el VII Ciclo, tiene por finalidad desarrollar capacidades específicas de una ocupación técnica. El estudiante en el 3er. grado opta por una especialidad ocupacional de acuerdo con sus intereses, aptitudes vocacionales y especialidades que desarrolla la Institución Educativa. Para la organización de la formación ocupacional específica se tomará como referente el Catálogo Nacional de Títulos y Certificaciones, con la finalidad de articular la oferta educativa a las demandas de formación del sector productivo.

Para cada carrera el catálogo presenta un perfil por competencias laborales y propone los módulos orientados al desarrollo de capacidades y actitudes para alcanzar la competencia. La Institución Educativa oferta la especialidad ocupacional, considerando: las necesidades del entorno productivo local y regional y su equipamiento e infraestructura.

En el caso de las ocupaciones técnicas que no aparecen en el catálogo, la formulación del perfil y la organización de los módulos se realizarán utilizando la metodología del análisis funcional. Al finalizar el 5to. grado se otorgará un diploma con mención en la especialidad ocupacional, de acuerdo con los módulos específicos aprobados.

c. Tecnologías de Base: Se desarrollarán transversalmente, a lo largo de los cinco grados de la Secundaria y tienen por finalidad proporcionar conocimientos científico-tecnológicos que sirvan de soporte a la formación ocupacional-modular y al desarrollo de las capacidades emprendedoras y empresariales.

El área, además, desarrolla: actitudes emprendedoras tales como: autonomía para tomar decisiones y para actuar; disposición y confianza en sí mismo para asumir riesgos y responsabilidades; flexibilidad y tolerancia; persistencia, voluntad y automotivación para alcanzar sus metas y solucionar problemas; tenacidad, apasionamiento y fe en su trabajo, sueños y proyectos; disposición para trabajar en equipo, asociarse y de liderar, y disposición para cambiar de paradigmas, anticipar y adaptarse a los cambios del mundo globalizado.

4.4 Conocimientos y actitudes del Área Educación para el Trabajo

Entre los conocimientos del área de Educación para el trabajo, según el Ministerio de Educación, se encuentran.

Tabla 2

Conocimientos del Área de Educación para el Trabajo

Temas	Sub temas
Diseño	<ul style="list-style-type: none"> *Métodos y técnicas para explorar, seleccionar y evaluar soluciones en el diseño. *Representaciones gráficas y especificaciones técnicas. *Pruebas técnicas y comerciales de los prototipos *Proyección ortogonal *Acotado
Informática	<ul style="list-style-type: none"> *Hoja de cálculo aplicado a la elaboración de costos, presupuestos, análisis y proyecciones. *Herramientas para el manejo y administración de base de datos aplicados al manejo de información sobre productos, clientes y proveedores.
Gestión Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> *Gestión de personal: selección de personal, contratos, laborales, planillas, seguridad social, CTS, Sistema Privado de Pensiones *Gestión Financiera: costos y presupuestos, registros contables, estados financieros, instituciones financiera bancarias y no bancarias: productos, servicios, créditos y centrales de riesgo, obligaciones tributarias. Comercialización: distribución, promoción y publicidad, estrategias y procesos de ventas.
Recursos tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> *Electricidad *Transformadores de movimiento *Relación fuerza velocidad
Formación y orientación legal laboral	<ul style="list-style-type: none"> *Ley de fomento de empleo *Relación laboral y relación civil. Modalidades. Tipos de contrato. *Convenios laborales. Negociación colectiva *Convenios internacionales referidos al derecho en el trabajo.

Y entre las actitudes que son las siguientes:

- *Muestra disposición emprendedora.
- *Tiene disposición y confianza en sí mismo.
- *Tiene voluntad y auto motivación para el logro de sus metas.
- *Muestra autonomía para tomar decisiones y actuar.
- *Tiene disposición para trabajar cooperativamente y liderar equipos de trabajo.
- *Cumple con las normas de seguridad.
- *Valora la biodiversidad del país y se identifica con el desarrollo sostenible.
- *Transformación y aplicación en proyectos tecnológicos.
- Mecanismos de transmisión y transformación del movimiento y su aplicación en

el proceso productivo.

- Fundamentos y efectos de la corriente eléctrica.
- Los componentes elementales de la electrónica.

5. Antecedentes investigativos.

5.1 Antecedentes nacionales.

A nivel nacional se encontraron los antecedentes siguientes:

Namó, L. (2019), en Lima investigó sobre los proyectos productivos en el aula y la cultura emprendedora en estudiantes de 4to grado de secundaria, el cual concluyo en:

La aplicación de la estrategia de proyectos productivos influye significativamente en el desarrollo de la cultura emprendedora de los estudiantes, dado que $p: 0,000 < \alpha: 0,01$ y la diferencia de medias es 16,75 resultado que permite considerar como aporte de la aplicación de dicha estrategia. La aplicación de la estrategia de proyectos productivos en el aula influye significativamente en el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes dado que $p: 0,000 < \alpha: 0,01$ y la diferencia de medias es 11,15 resultado que nos permite considerar como aporte de la aplicación de dicha estrategia.

La aplicación de la estrategia mencionada influye significativamente en el desarrollo de las actitudes emprendedoras del grupo experimental dado que $p: 0,000 < \alpha: 0,01$ y las diferencias de medias es 5,6 resultado que nos permite considerar como aporte de la aplicación de dicha estrategia.

Cáceres, C. (2017), en Trujillo estudio cuyo objetivo fue: Determinar el efecto de la metodología Canvas en la innovación de los modelos de negocio de la Mype formal de calzado de Trujillo. Es una investigación descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, fue aplicada a una población de dos Mypes de calzado trujillanas. Arribo a las conclusiones siguientes: La metodología Canvas tiene un efecto medio con un puntaje de 3 en la escala valorativa, en la Mype Riberox que aplica factores de innovación; mientras que en la otra Mype, Grupo Romina, que no considera estos factores, tiene un efecto bajo, con un puntaje de 2, quedando así demostrado evidentemente en los resultados, que el efecto de la metodología Canvas en estas Mypes de calzado es positivo.

Sánchez, D. (2017), en Huancayo su investigación tuvo como objetivo determinar la relación

entre las habilidades sociales y la actitud emprendedora de los estudiantes del quinto de secundaria de una institución educativa del distrito de Chilca. El tipo de investigación fue aplicada, de nivel descriptivo y diseño correlacional. La muestra fue de 165 estudiantes aplico la técnica de encuesta y el instrumento el cuestionario. Arriba a las conclusiones siguientes:

Existe relación directa y significativa entre las habilidades sociales y la actitud emprendedora en los estudiantes, con una significancia de 0,01; $r = 0,269$ y $t_c (3,621) > t_t (1,96)$; también existe una relación directa y significativa de la actitud emprendedora con las dimensiones de las habilidades sociales de toma de decisiones, autoestima y comunicación: con la primera dimensión es de 0,01, $r = 0,254$ y $t_c (3,414) > t_t (1,96)$, con la segunda dimensión es de 0,01, $r = 0,234$ y $t_c (3,129) > t_t (1,96)$ y con la tercera dimensión es de 0,01, $r = 0,229$ y $t_c (3,058) > t_t (1,96)$; entre las habilidades sociales de autoestima y la actitud emprendedora la significancia y entre las habilidades sociales relacionadas con la toma de decisiones y la actitud emprendedora

Matos y Pastor (2016), investigo en Lima sobre la integración de la plataforma e-learning Canvas para la gestión de aulas en la USMP VIRTUAL, concluyo en: Se logró mejorar los procesos que componen la gestión de aulas virtuales de la USMP, integrando la plataforma e-learning Canvas con el SIGAV. El 86.5 % utiliza el sistema de gestión de aulas virtuales. Se ha logrado: búsqueda fácil de información, fácil manejo de datos y mejor visualización de la información, lo que ha permitido una gran utilidad para analizar de manera muy sencilla la información de los alumnos inscritos y tomar las mejores decisiones. Gracias al uso de la metodología Ágil de SCRUM se ha logro alcanzar los objetivos general y específicos a través de la integración al SIGAV

5.2 Antecedentes internacionales.

A nivel internacional se realizó la búsqueda bibliográfica y se encontraron los antecedentes siguientes:

Campos, R. (2016), en España aplico el modelo Canvas para la creación y puesta en marcha de un negocio de comercio electrónico en BRILDOR, S.L., concluyo en:

El aplicar el Modelo Canvas a la tienda online es una buena opción ya que permite definir todas las partes de un negocio y así poder aplicar una adecuada implementación,

logrando tener una perspectiva general del modelo de negocio cuando se termina el lienzo

Gracias a la idea proporcionada por Brildor de crear una tienda online con productos personalizados y específicos se logra diferenciar de la competencia y alcanzar el éxito; tanto la innovación como la flexibilidad y la inmediatez para hacer los pedidos beneficia a la empresa y clientes. También permitió comparar los precios con los de sus competidores y basado en la creación del modelo fijar el más óptimo. Para iniciar la empresa se necesita una inversión de 6000 € (entre 2 socios) complementado con un crédito de 17000€; o sea un total de 23.000€ (capital inicial). En cuanto a la viabilidad de los tres escenarios es buena, ya que se tendrían ingresos mensuales de 4091,16€ (49093,92€ anuales).

Paniza y Herrera (2016), en Colombia estudio las características emprendedoras de los estudiantes de administración de empresas en dos universidades, concluyendo en:

Los estudiantes en el programa de Administración de Empresas de la Universidad Popular del Cesar manejan en cierta medida las capacidades humanas, presentando un alto nivel de confianza en sí mismos, considerando que están en una posición segura de poder propiciar desde su interior ideas emprendedoras y que encaminen al logro de sus metas y objetivos (jornadas académicas: Diurna y nocturna, semestres de VIII, IX y X).

El liderazgo se potencializa en la medida en que el emprendedor pueda asumir entre muchas otras, rasgos de creatividad e innovación, propios del éxito de todo empresario, presentando una alta favorabilidad y aceptación de estas cualidades. Respecto a las habilidades conceptuales, se evidencia un acoplamiento y buena recepción de conocimientos por parte del estudiantado. También muestran fortalezas en el campo pragmático (dominio de conocimientos empresariales, normativos, estratégicos, capacidad de resolver conflictos, manejo de herramientas tecnológicas básicas, etc.), usando como fuentes las convencionales y virtuales. Entonces existe la capacidad de gestar emprendimientos empresariales en los estudiantes universitarios.

5.3 Antecedentes Locales.

Molina y Salas (2017), investigó en Arequipa sobre los factores que influyen en la capacidad emprendedora de los estudiantes de Administración de empresas UCSM, concluyo en:

Los factores que influyen en la capacidad emprendedora son: el género femenino, la procedencia de Arequipa, proceden de colegios privados y el rendimiento académico en tercio superior. Y los factores personales son: las edades promedio de 21 años; más de la mitad de son de sexo femenino; la mayoría proceden de Arequipa y la principal ocupación de los padres son empleados e independientes. Los factores académicos muestran que la mayoría de los estudiantes procede de colegios privados y más de las tres cuartas partes están satisfechos con la profesión elegida.

La capacidad emprendedora de los estudiantes es mayormente de nivel alto y mediano; específicamente en las dimensiones de conocimiento de sí mismo, motivación de logro y planificación y persuasión; la mayor parte presentan un nivel mediano y es alto en las dimensiones de autoconfianza y visión de futuro.

Vizcarra (2019) investigo sobre el uso de la plataforma virtual Canvas en el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes de pregrado de la Universidad Tecnológica del Perú, concluyendo en:

En general el uso de la plataforma virtual Canvas influye en el aprendizaje del idioma inglés se observa en el grupo experimental al 100% con puntaje aprobatorio y 17 puntos promedio, a diferencia del grupo control que presenta el 7.3% de estudiantes con nota menor de 12. Específicamente en cuanto a la relación por dimensiones se tiene que: El uso de la plataforma Canvas influye en la habilidad lingüística de LISTENING, ya que en el grupo experimental más del 75% están aprobados y el promedio es de 13 puntos. Es mínima la influencia en la habilidad lingüística de READING, influye también en la habilidad lingüística de WRITING (92.8% de aprobados con 16 puntos promedio). El uso de la plataforma Canvas influye en la habilidad lingüística de SPEAKING, (100% aprobados con 17 puntos promedio).



1. Técnicas, instrumentos y materiales de verificación

Tabla 3

Técnicas, Instrumentos y Materiales de Verificación

Variables	Técnica	Instrumento	Autor	Dimensiones	Ítems	Escala y valores	Nivel y Rango
Variable independiente Modelo Virtual Canvas	Encuesta	Lista de Cotejos de aplicación Modelo Virtual Canvas.	Elaboración investigadores	Propuesta en valor Segmentación de clientes Relación con el cliente Canales Actividades clave Recursos clave Socios clave Estructura de costos Fuentes de ingreso	1 al 4 5 al 7 8 al 10 11 al 13 14 al 16 17 al 19 20 al 22 23 al 25 26 al 28	Si=1 No=0	Baja = 0 – 9 Media = 10 – 19 Alta = 20 - 28
Variable independiente Capacidad emprendedora	Encuesta	Cuestionario de la Capacidad Emprendedora los estudiantes de secundaria	Elaborado por García; adaptado al Perú por Peralta (2010)	Capacidad de realización Capacidad de planificación Capacidad de relacionarse socialmente	1 al 29 30 al 55 56 al 85	1= Nunca, 2= Raramente 3= Algunas veces 4= La mayoría de veces. 5= Siempre	Bajo Potencial emprendedor de 229 a 271 Regular Potencial del emprendedor de 272 a 285 Potencial del emprendedor de 286 a más

Fuente. Elaboración propia

La interpretación de las puntuaciones de capacidad emprendedora es:

Bajo: Presenta una forma aislada, algunas cualidades y comportamientos emprendedores que no dan garantía de lograr sus proyectos. No presenta aspiraciones, sueños, esforzándose poco por superar los obstáculos y alcanzar las metas. Desaprovecha oportunidades por falta de seguridad y no mantiene comunicaciones efectivas. Es recomendable que trabaje fuertemente en un plan de superación personal con apoyo externo.

Regular: Presenta solo algunas cualidades y comportamientos emprendedores, por lo que su comportamiento para emprender es débil y requiere un apoyo, seguimiento y orientación permanente para revisar sus planes y proyectos de negocio.

Alto: Marcado por una estructura estable de cualidades y comportamientos emprendedores que lo habilita para sustentar exitosamente un proyecto con mínimo apoyo. Manifiesta impulso por vencer desafíos, avanzar y crecer, se esfuerza por alcanzar el triunfo, metas y ser útiles a otros, aprovecha al máximo las oportunidades y disminuye las amenazas, así mismo establece alianzas con personas e instituciones que aporten a su progreso y mantiene comunicaciones efectivas

2. Campo de verificación

2.1 *Ubicación espacial*

El estudio se realizó en la institución educativa nivel secundaria N° 40052 “El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau”, del distrito de Cayma, en la provincia y departamento de Arequipa.

2.2 *Ubicación temporal*

La presente investigación es de carácter transversal y se llevó a cabo durante el año 2021.

2.3 *Unidades de estudio*

2.3.1. Población

Las unidades de estudio la conformaron los estudiantes del VII ciclo de EBR, quienes

son un total de 182 estudiantes, de la institución educativa 40052 “El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau”, distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 4

Distribución de los estudiantes por grado escolar

Grado	Número de estudiantes
Tercero	61
Cuarto	54
Quinto	67
Total	182

Fuente: Elaboración propia

2.3.2. Muestra: No se tomó muestra, se trabajó con todas las unidades de estudio.

2.3.3. Procedimiento de Muestreo: La estrategia de muestreo no se aplica en esta investigación, debido a que se trabajó con la población censal.

3. Estrategias de recolección de datos

3.1 Organización

Para realizar esta investigación se coordinó con la Directora de la Institución Educativa 40052 “El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau”, del distrito de Cayma que se encuentra en la provincia y departamento de Arequipa.

Se coordinó con los docentes a fin de establecer los días y horarios para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

Se aplicaron los instrumentos en los horarios dispuestos para las horas del curso de Educación para el Trabajo.

Finalmente, los datos fueron procesados a través de la tabulación para establecer datos que serán consignados en tablas estadísticas y para una mayor visualización se esquematizaron en figuras estadísticas.

3.2 Recursos

a. Humanos

Director de la institución Educativa

Docentes de Educación para el Trabajo

Investigadores

Estudiantes

b. Materiales

Impresora

Dispositivo USB

Hojas

Lapiceros

Computadoras

Movilidad

Institucionales

Universidad Católica Santa María

Institución Educativa

c. Financiamiento

Los costos que demando la investigación fueron sufragados por los investigadores.

3.3 Confiabilidad y Validación del instrumento

El instrumento Lista de Cotejo con la que se verifico el uso y manejo del Modelo Virtual Canvas, fue validado estadísticamente a través de una prueba piloto aplicada a 25 estudiantes, cuyos resultados de la prueba estadística de Alfa de Cronbach, la que obtuvo el índice siguiente:

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	N de ítems	Unidades de estudio
0,804	28	25

El índice obtenido fue de 0,804; el cual representa una alta confiabilidad.

El Cuestionario de la Capacidad Emprendedora los estudiantes de secundaria de García;

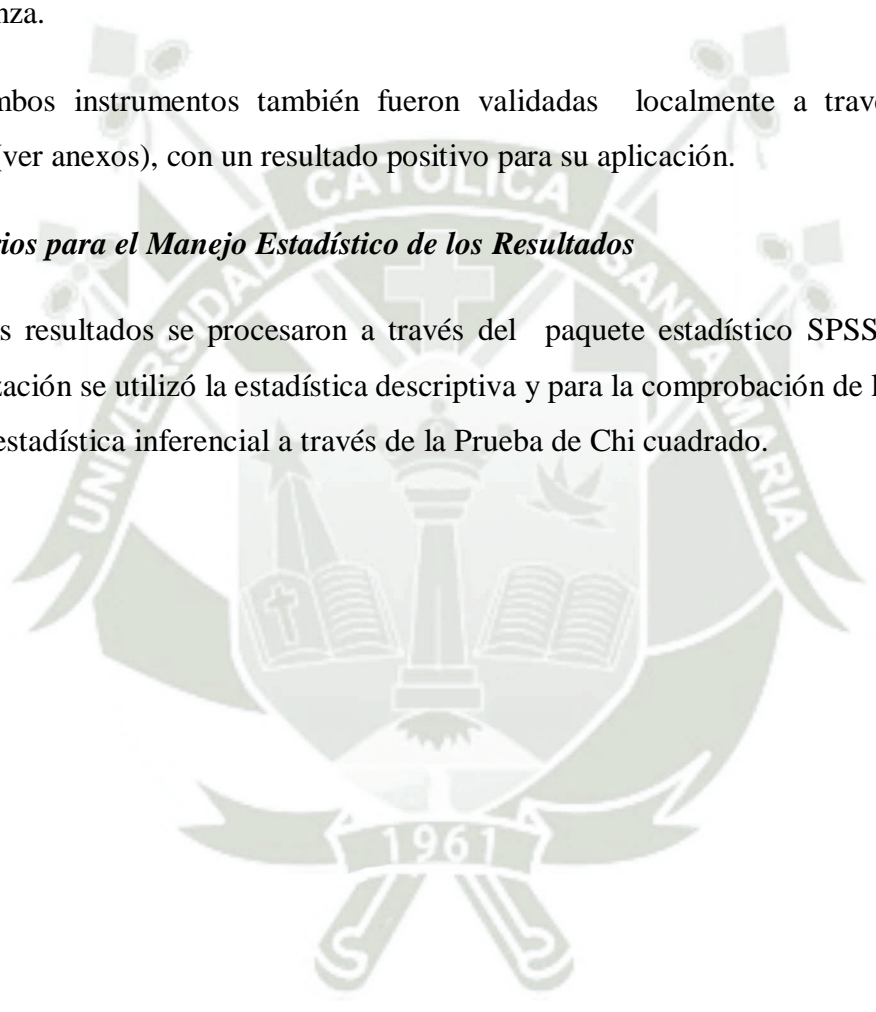
adaptado al Perú por Peralta (2010) fue validado por sus autores obteniendo el valor de V de Aiken, el cual arroja 0.98 lo que permite concluir que el instrumento es válido. El nivel de validez en que se ubican los indicadores es excelente; presentando una alta confiabilidad.

El autor original realizó la confiabilidad para medir la consistencia interna, a través de la prueba estadística de Alfa de Cronbach, la cual tiene un coeficiente de 0.89 que está entre 0.75 a 0.89 cuyo criterio se enmarca en fuerte confiabilidad siendo significativo al 0.05 de confianza.

Ambos instrumentos también fueron validadas localmente a través de jueces expertos (ver anexos), con un resultado positivo para su aplicación.

3.4 Criterios para el Manejo Estadístico de los Resultados

Los resultados se procesaron a través del paquete estadístico SPSS.v.22, en su sistematización se utilizó la estadística descriptiva y para la comprobación de la hipótesis se aplicó la estadística inferencial a través de la Prueba de Chi cuadrado.





CAPITULO III
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados que se sistematizaron producto de la aplicación de la lista de cotejo, este instrumento se aplicó durante el desarrollo del Área de Educación para el Trabajo, estando los estudiantes en contacto con el Modelo Canvas en el sistema computarizado. En la segunda variable para medir la capacidad de emprendimiento, los resultados que se adjuntan corresponden a la aplicación del instrumento respectivo.

1. Primera variable: Modelo Virtual Canvas

Tabla 5

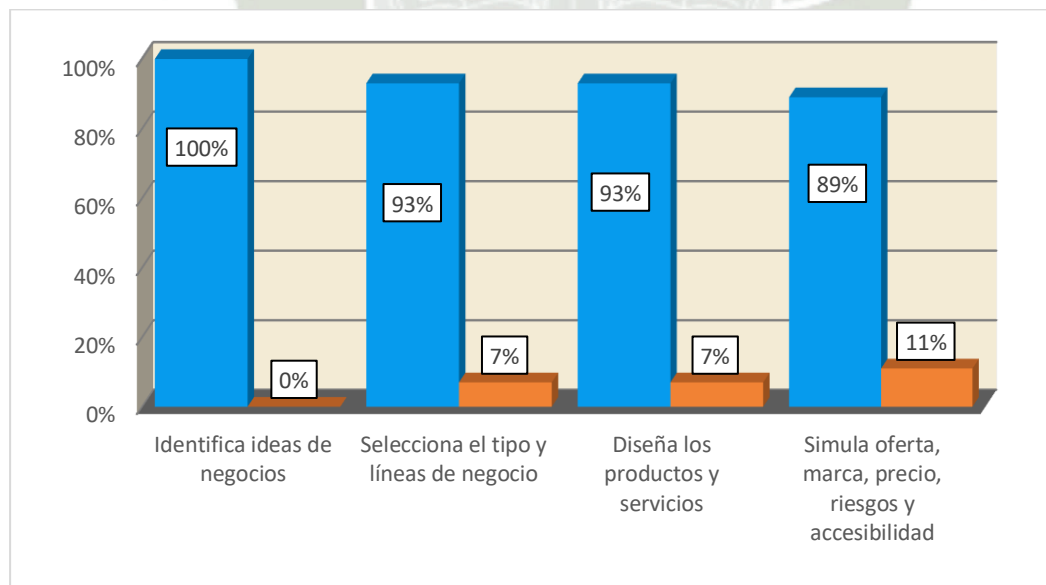
Desarrollo del Módulo de propuesta en valor en el Modelo Virtual Canvas

		Identifica ideas de negocios		Selecciona el tipo y líneas de negocio		Diseña los productos y servicios		Simula oferta, marca, precio, riesgos y accesibilidad	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Válido	Si	122	100%	113	93%	113	93%	108	89%
	No	0	0%	9	7%	9	7%	14	11%
Total		122	100%	122	100%	122	100%	122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 3

Desarrollo del Módulo de propuesta en valor en el Modelo Virtual Canvas



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En la tabla estadística se aprecia que en la observación efectuada a través de la lista de cotejo respecto al módulo propuesta en valor, la totalidad de estudiantes trabajaron

este módulo en clase la identificación de ideas de negocio en el modelo virtual Canvas; en tanto que en porcentajes iguales de 93% desarrollaron las actividades del tablero virtual Canvas selecciona el tipo y líneas de negocio, y diseña los productos y servicios respectivamente; así también el 89% simula oferta, marca, precio, riesgos y accesibilidad.

Se verificó entonces que casi la totalidad de estudiantes trabajo el modelo virtual Canvas respecto a los indicadores de propuesta en valor, cuyas actividades estuvieron relacionadas fundamentalmente a la creación del producto y servicios, el cual parte de la idea de negocio para posteriormente realizar simulaciones de la oferta y riesgos principales.



Tabla 6

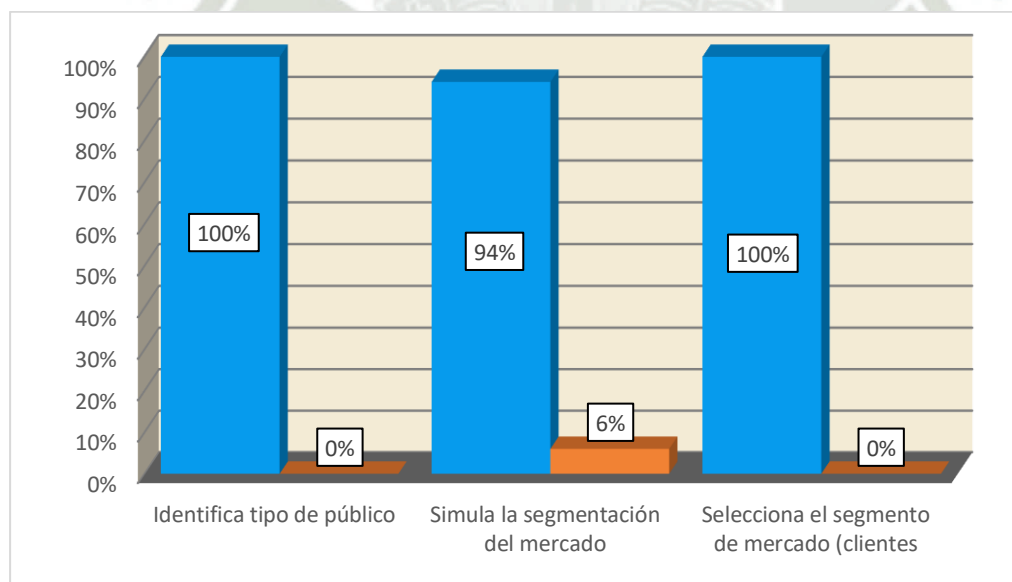
Segmentación de clientes en el Modelo Virtual Canvas

		Identifica tipo de público		Simula la segmentación del mercado		Selecciona el segmento de mercado (clientes)	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%
Válido	Si	122	100%	115	94%	122	100%
	No	0	0%	7	6%	0	0%
Total		122	100%	122	100%	122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 4

Segmentación de clientes en el Modelo Virtual Canvas



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En la lista de cotejo se observó que respecto a la segmentación de clientes en el lienzo, el modelo virtual Canvas, la totalidad de estudiantes simuló la segmentación del mercado identificando el tipo de público y la selección del segmento del mercado y el 94%

simuló la segmentación del mercado según pautas homogéneas de consumo, distinguiendo el público objetivo del mercado masa; es decir se proyectaron en el número aproximado de clientes que podrían captar con el producto/servicio creado en el lienzo virtual Canvas.

En líneas generales, se verificó que los estudiantes trabajaron en clase el módulo de segmentación de clientes.



Tabla 7

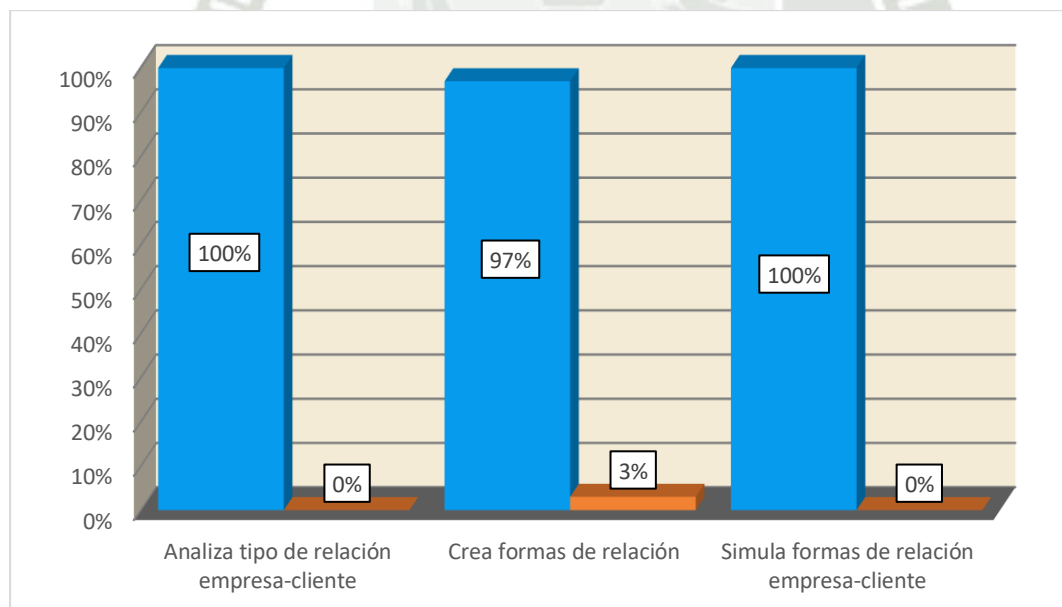
Desarrollo del módulo relación con el cliente

Válido		Analiza el tipo de relación empresa-cliente		Crea formas de relación		Simula formas de relación empresa-cliente	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%
Si	Si	122	100%	118	97%	122	100%
	No	0	0%	4	3%	0	0%
Total		122	100%	122	100%	122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 5

Desarrollo del módulo relación con el cliente



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Los datos porcentuales producto de la observación a través de la lista de cotejo se aprecia que la totalidad de estudiantes analizan el tipo de relación empresa-cliente y simula formas de relación empresa-cliente en el módulo relación con el cliente del Modelo

Virtual Canvas; así también casi la totalidad o el 97% de estudiantes crearon formas de relación con los clientes, a través de las actividades diseñadas en el lienzo.

En general, se verificó que los estudiantes trabajaron el módulo relación con el cliente en el lienzo del modelo virtual Canvas.



Tabla 8

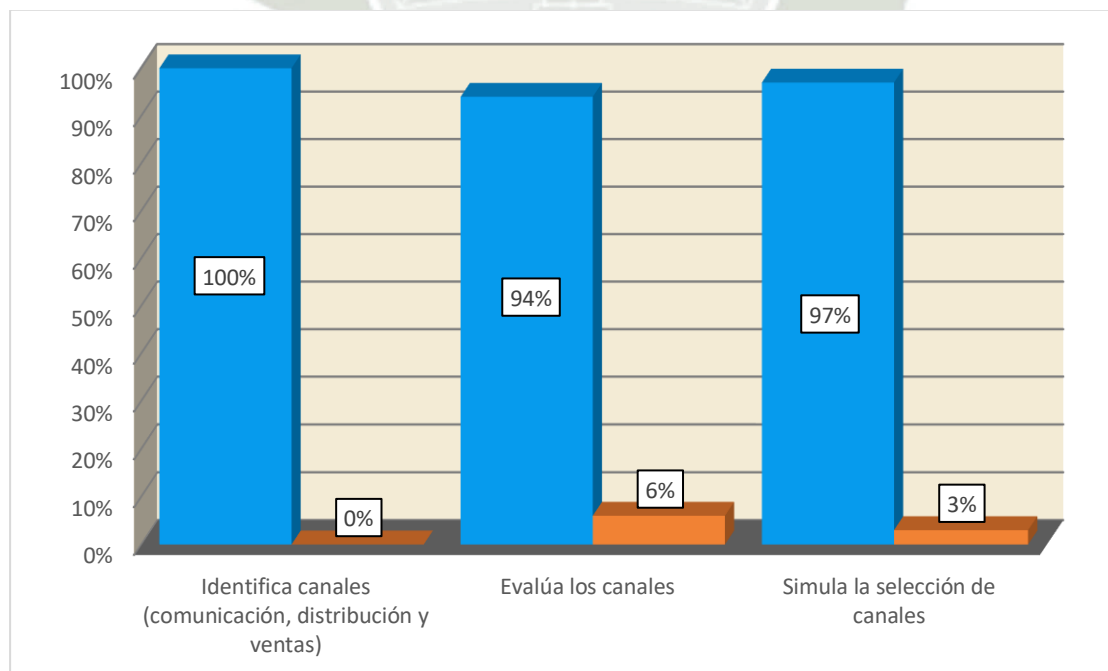
Aplicación de canales de comunicación, de distribución y de ventas en el Modelo Virtual Canvas

		Identifica canales		Evalúa los canales		Simula la selección de canales	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%
Válido	Si	122	100%	115	94%	118	97%
	No	0	0%	7	6%	4	3%
Total		122	100%	122	100%	122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 6

Aplicación de canales de comunicación, de distribución y de ventas en el Modelo Virtual Canvas



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En la observación efectuada a través de la lista de cotejo respecto a la simulación de canales o medios para comunicarse e interactuar con el segmento de clientes a fin de dar a conocer la propuesta de valor, distribuirla en el mercado y concretar su venta; se aprecia que la totalidad de estudiantes trabajaron este módulo en clase realizando diferentes actividades para identificar los canales respecto a la comunicación, distribución y ventas, el 94% trabajó la evaluación de canales y el 97% simuló la selección de canales como parte del desarrollo de las actividades del tablero virtual Canvas.

Los datos demuestran que casi la totalidad de estudiantes trabajaron el módulo canales de comunicación, de distribución y de ventas, respecto a su identificación, evaluación y selección estratégica en el tablero del modelo virtual de Canvas.



Tabla 9

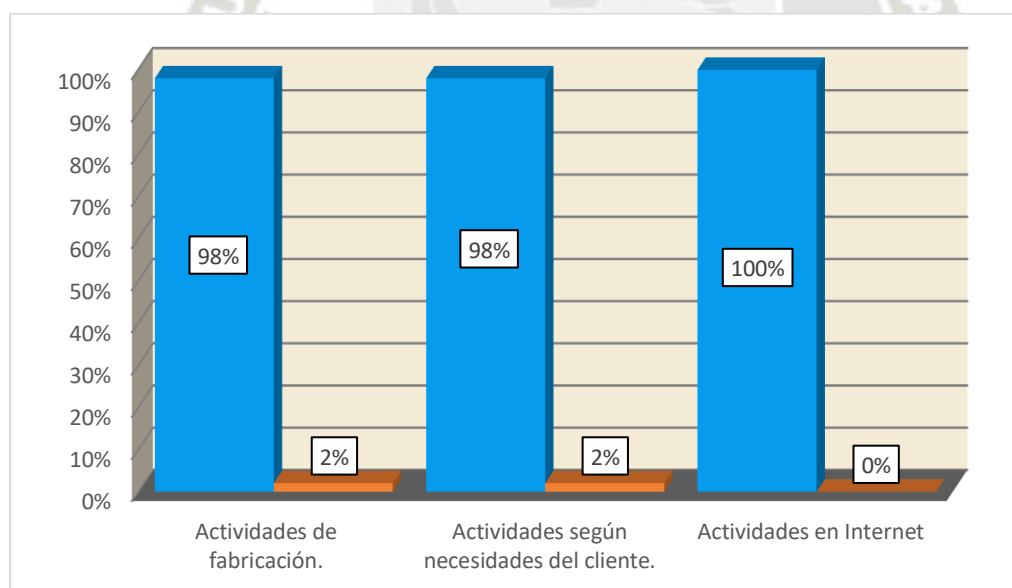
Realización de actividades clave en el Modelo Virtual Canvas

		Actividades de fabricación		Actividades según necesidades del cliente		Actividades en Internet	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%
Válido	Si	120	98%	120	98%	122	100%
	No	2	2%	2	2%	0	0%
	Total	122	100%	122	100%	122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 7

Realización de actividades clave en el Modelo Virtual Canvas



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En la lista de cotejo se observó que respecto al módulo de actividades clave del modelo virtual Canvas en porcentajes iguales de 98% de los estudiantes practicó

actividades de fabricación y las actividades según necesidades del cliente, respectivamente y la totalidad de los estudiantes realiza actividades en internet. ; o sea realizaron acciones para que su modelo de negocio funcione, simulados virtualmente en el lienzo virtual Canvas.

En general se verifico que los estudiantes trabajaron en clase el módulo de acciones clave relacionadas a la producción, manufactura y diseño, etc.



Tabla 10

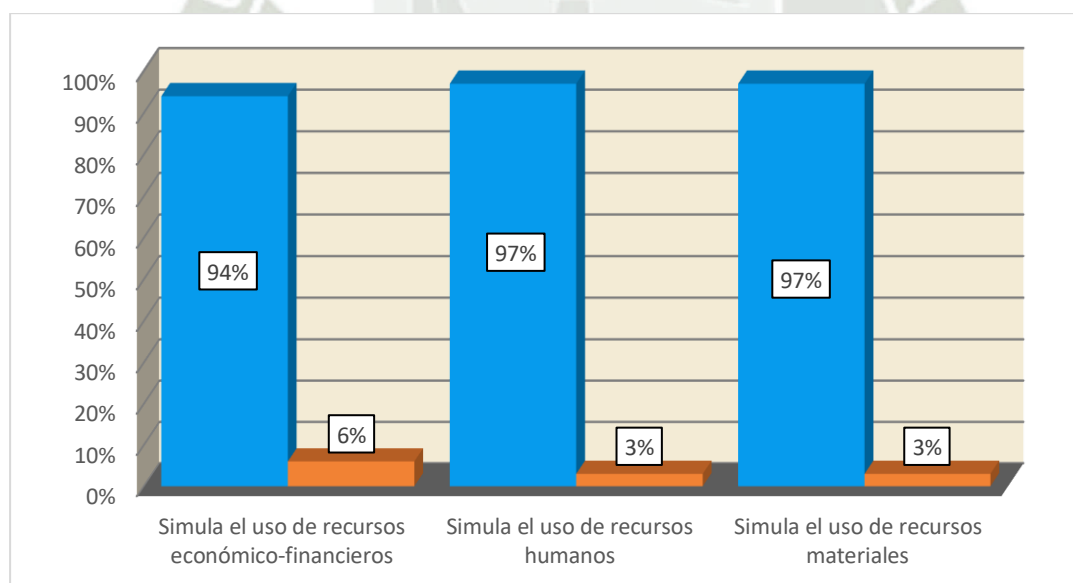
Aplicación de recursos clave en el Modelo Virtual Canvas

		Simula el uso de recursos económico-financieros		Simula el uso de recursos humanos		Simula el uso de recursos materiales	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%
Válido	Si	115	94%	118	97%	118	97%
	No	7	6%	4	3%	4	3%
Total		122	100%	122	100%	122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 8

Aplicación de recursos clave en el Modelo Virtual Canvas



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Se observa en la tabla estadística que el módulo referido a los recursos clave en el lienzo del modelo virtual Canvas, denominados así por cuanto permiten la practica en los estudiantes respecto a la selección de recursos que permitan a las empresas ofertar sus

productos, establecer relaciones con proveedores y segmentos del mercado; es así que el 94% de los estudiantes simuló el uso de recursos económico financieros; en tanto que en porcentajes iguales de 97% simularon en el modelo de Canvas tanto el uso de recursos humanos como de recursos materiales.

Se verifica con estos porcentajes que casi la totalidad de los estudiantes ha realizado simulaciones de los recursos claves en el lienzo del Modelo virtual Canvas.



Tabla 11

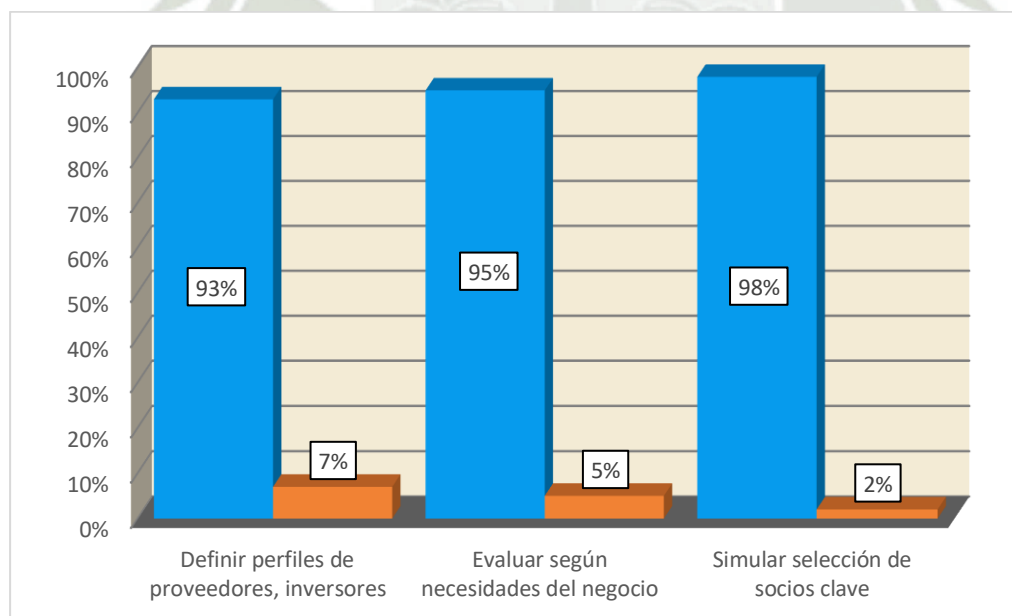
Aplicación del Módulo de socios clave

		Definir perfiles de proveedores, inversores		Evaluar según necesidades del negocio		Simular selección de socios clave	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%
Válido	Si	113	93%	116	95%	119	98%
	No	9	7%	6	5%	3	2%
Total		122	100%	122	100%	122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 9

Aplicación del Módulo de socios clave



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Este módulo de socios clave en el Modelo Virtual Canvas se refiere a la red de proveedores, socios y colaboradores que contribuyen al negocio; así se comprobó a través de

la lista de cotejos que el 93% practica la definición de perfiles de proveedores, inversores; en tanto que el 95% evalúa a los socios clave según las necesidades del negocio y un relevante 98% simula la selección de socios clave.

En líneas generales se puede precisar que los estudiantes trabajaron en el lienzo del modelo virtual de Canvas el módulo de socios clave.



Tabla 12

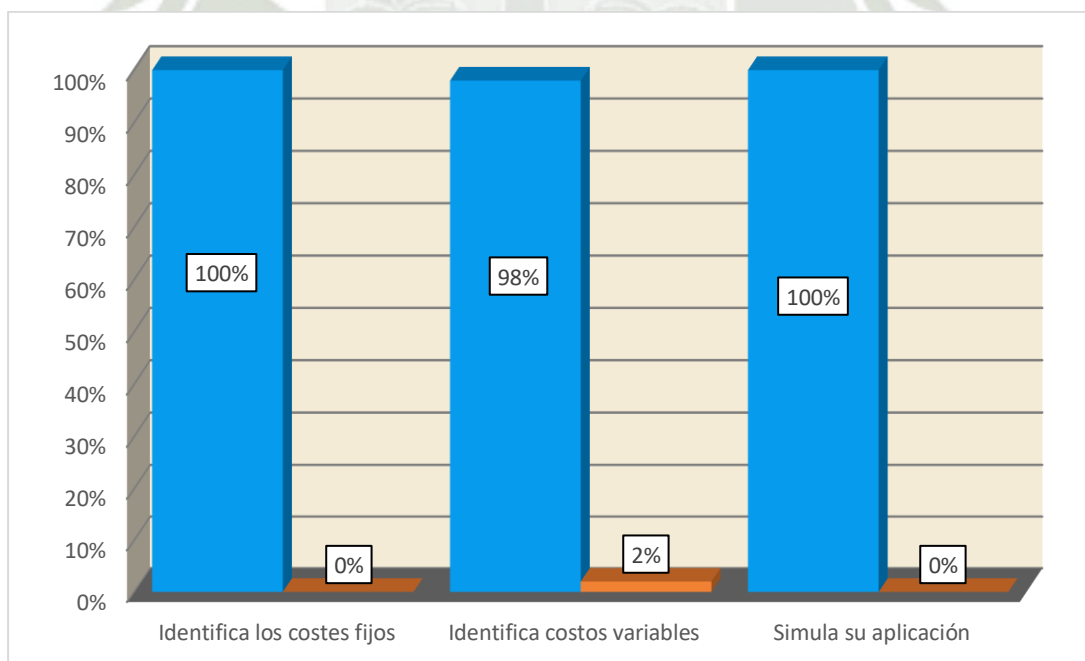
Aplicación de estructura de costos en el Modelo Virtual Canvas

		Identifica los costes fijos		Identifica costos variables		Simula su aplicación	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%
Válido	Si	122	100%	120	98%	122	100%
	No	0	0%	2	2%	0	0%
	Total	122	100%	122	100%	122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 10

Aplicación de estructura de costos en el Modelo Virtual Canvas



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En la tabla estadística se aprecia que la aplicación de estructura de costos de un modelo de negocio determinado en el lienzo Virtual Canvas, la totalidad de estudiantes o el 100% practicó la identificación de los costos fijos y simuló su aplicación; en tanto que el 98% practica la identificación de costos variables.

Se precisa por tanto que los estudiantes han realizado prácticas virtuales respecto a los principales costos en los que se incurre al trabajar con un modelo de negocio determinado en el lienzo del Modelo virtual Canvas.



Tabla 13

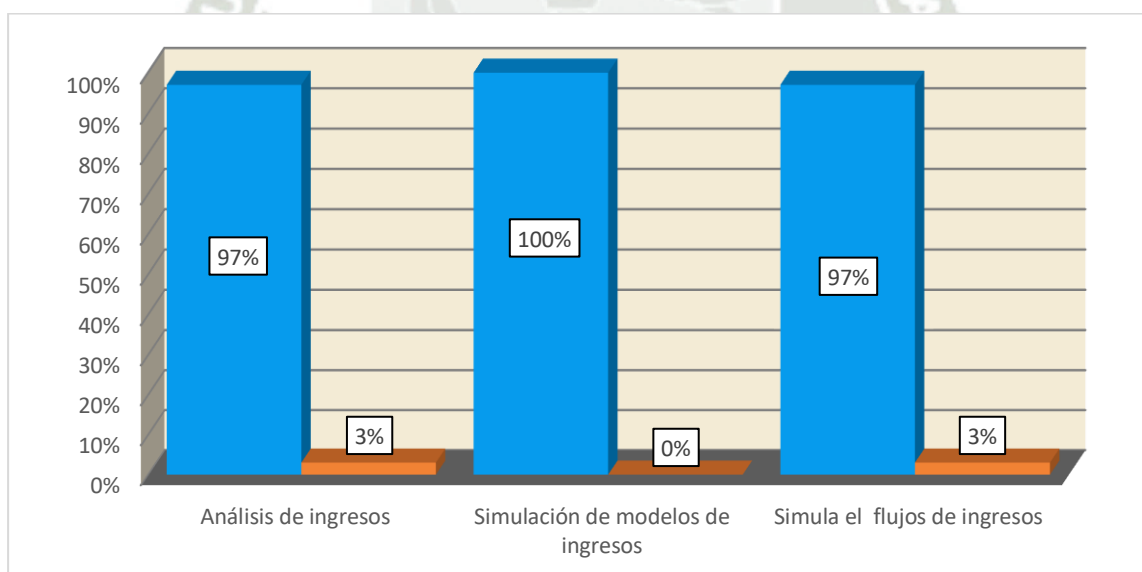
Fuentes de ingreso

		Análisis de ingresos		Simulación de modelos de ingresos		Simula el flujos de ingresos	
		Fr	%	Fr	%	Fr	%
Válido	Si	118	97%	122	100%	118	97%
	No	4	3%	0	0%	4	3%
Total		122	100%	122	100%	122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 11

Fuentes de ingreso



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

La fuente de ingresos constituye principalmente el dinero en efectivo de una empresa a través de cada segmento de clientes en el cual, la ganancia es el resultado de la resta de los ingresos y gastos; así se observó a través de la lista de cotejos que en porcentajes iguales de

97% realizaron el análisis de ingresos en el lienzo del Modelo virtual Canvas y simularon los flujos de ingresos, respectivamente; en tanto que la totalidad de estudiantes simularon diferentes modelos de ingresos tales como ventas de activos.

En líneas generales se comprobó que los estudiantes trabajaron en el aula el módulo de Estructura de costos del Modelo virtual Canvas.



Tabla 14

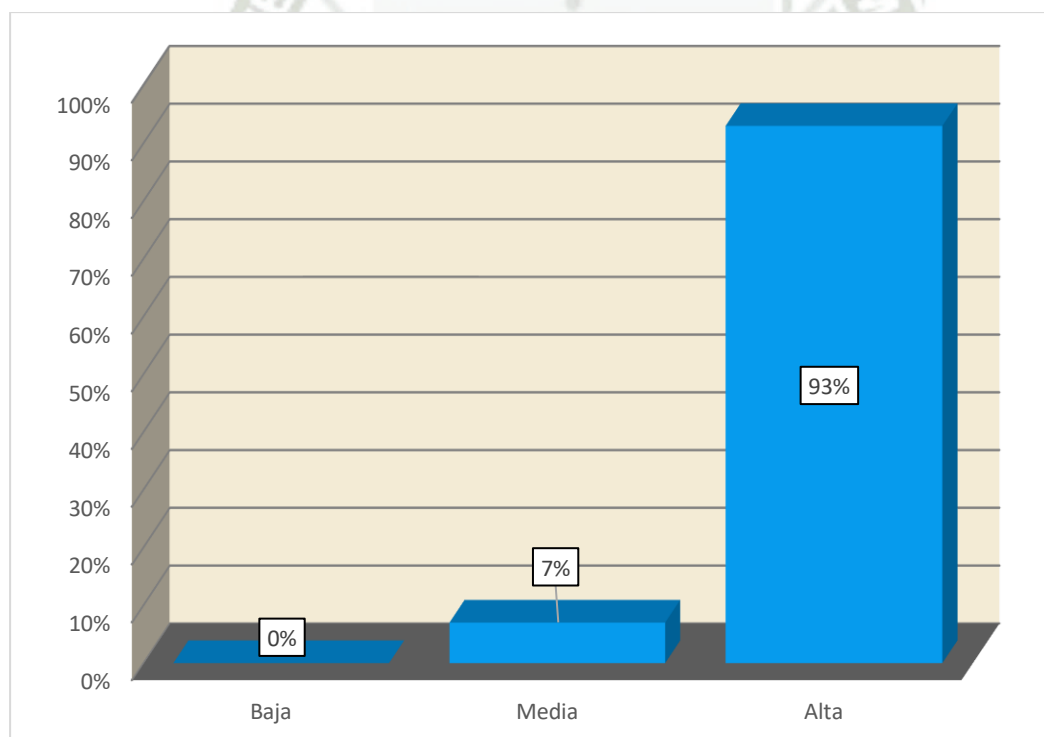
Resultados aplicación y simulación de los módulos del Modelo Virtual Canvas

			Fr	%
Válido	0 - 9	Baja	0	0%
	10 -19	Media	9	7%
	20 - 28	Alta	113	93%
	Total		122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 12

Resultados aplicación y simulación de los módulos del Modelo Virtual Canvas



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En la tabla estadística se aprecia que los resultados de la aplicación y simulación en los diferentes módulos del Modelo Virtual Canvas es alta en el 93% de los estudiantes, ya

que trabajaron todos los módulos desarrollando las diferentes acciones previstas en estos y solo un ínfimo 7% muestra una aplicación y simulación media.

Se comprueba por tanto que casi la totalidad de estudiantes han aplicado y simulado en los módulos del Modelo Virtual Canvas en las aulas escolares, bajo la orientación del docente de Educación para el Trabajo.



2. Segunda variable: Capacidad emprendedora

2.1 Capacidad de realización

Tabla 15

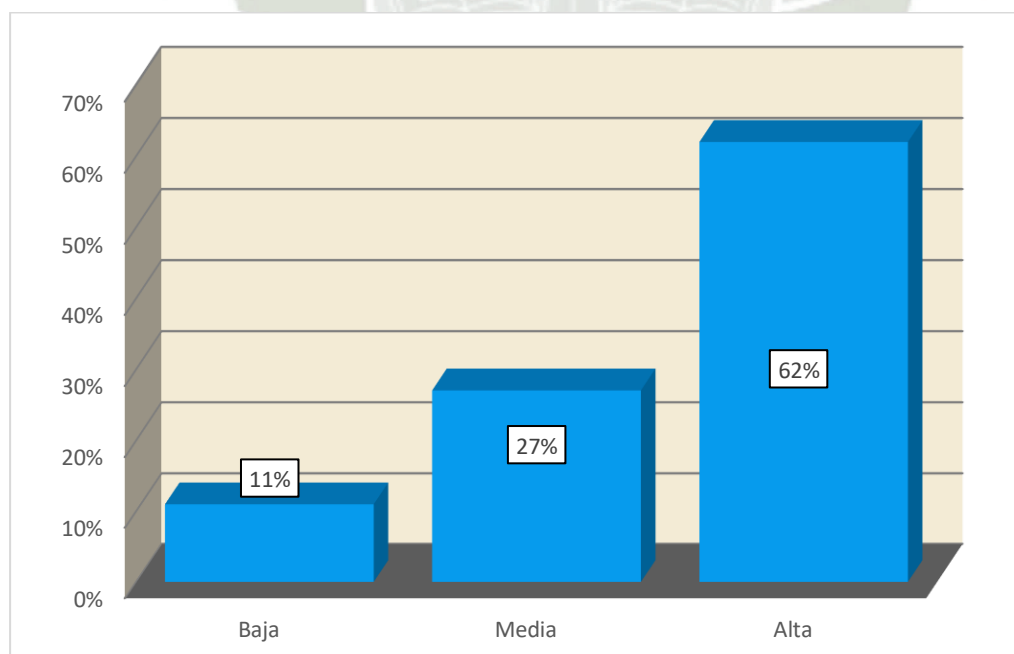
Iniciativa y búsqueda de oportunidades

			Fr	%
Válido	0-20	Baja	14	11%
	21-40	Media	33	27%
	41-60	Alta	75	62%
	Total		122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 13

Iniciativa y búsqueda de oportunidades



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

La búsqueda de oportunidades e iniciativa se refiere a la capacidad de identificar y aprovechar las diferentes oportunidades que ofrece el medio o contexto con iniciativa; se aprecia al respecto en la tabla que más de la mitad o el 62% de los estudiantes presenta un alto desarrollo de esta capacidad, les agradan los desafíos y las nuevas oportunidades, sienten confianza cuando hace alguna cosa difícil o desafiante, ante una dificultad buscan realizarla o resolver un problema de otras formas; siendo características importantes para todo emprendimiento; en tanto que un reducido 27% logro un desarrollo medio.

Entonces la mayoría de los estudiantes son capaces de buscar y reconocer las oportunidades que ofrece el medio o en el ámbito en el que se desenvuelve y por ende al tener desarrollada esta capacidad son capaces de buscar oportunidades de negocio, generando ideas innovadoras e inventando nuevas formas de hacer y resolver los problemas que puedan presentarse.

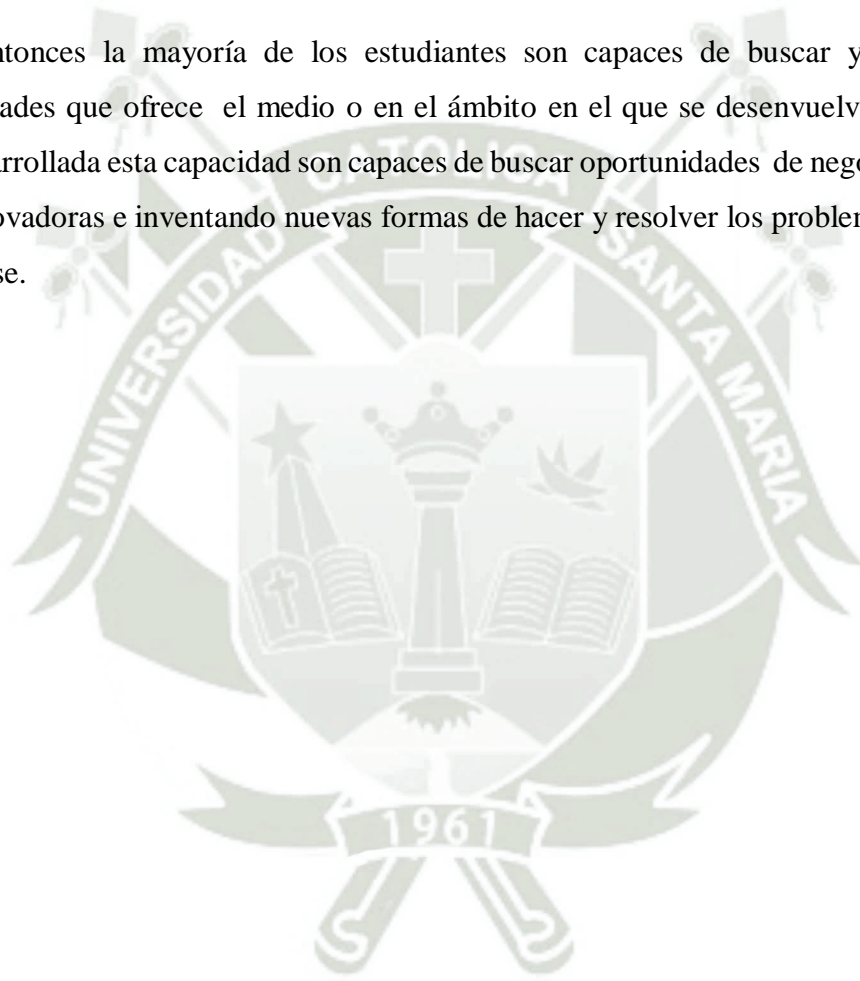


Tabla 16

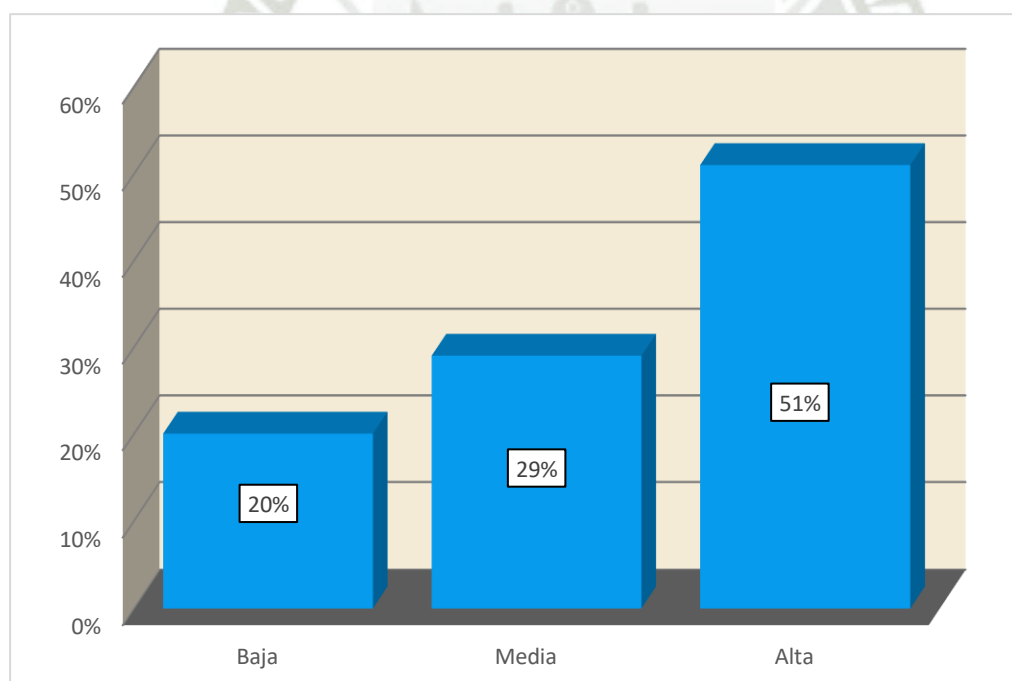
Capacidad de persistencia

			Fr	%
Válido	0 - 8	Baja	25	20%
	9 - 16	Media	35	29%
	17 - 25	Alta	62	51%
Total			122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 14

Capacidad de persistencia



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En la tabla estadística se aprecia que respecto a la capacidad de persistencia o la capacidad de mantener una actitud constante hacia el logro de sus objetivos a pesar de los obstáculos, dificultades, desánimo, aburrimiento, frustración, etc., más de la mitad o el 51%

de los estudiantes encuestados presentan un alto nivel de persistencia en el emprendimiento; así en estos casos logran planificar su trabajo dividiéndolo en partes pequeñas, hacen las cosas incluso antes de tener claro cómo se deben hacer y se enfadan consigo mismo cuando no consigo hacer lo que quiero o cuando pierde tiempo.

Opuestamente a ello un reducido 20% presenta una baja persistencia en las actividades que realiza; pudiendo abandonar la tarea.

En líneas generales, la mayoría de los estudiantes presenta un alto nivel de persistencia en la realización de tareas, actividades u otros, manteniendo una actitud de constancia a la hora de desear alcanzar sus metas u objetivos; de lo que se desprende que los estudiantes cuentan con esta capacidad tan importante para el emprendimiento de algún negocio.

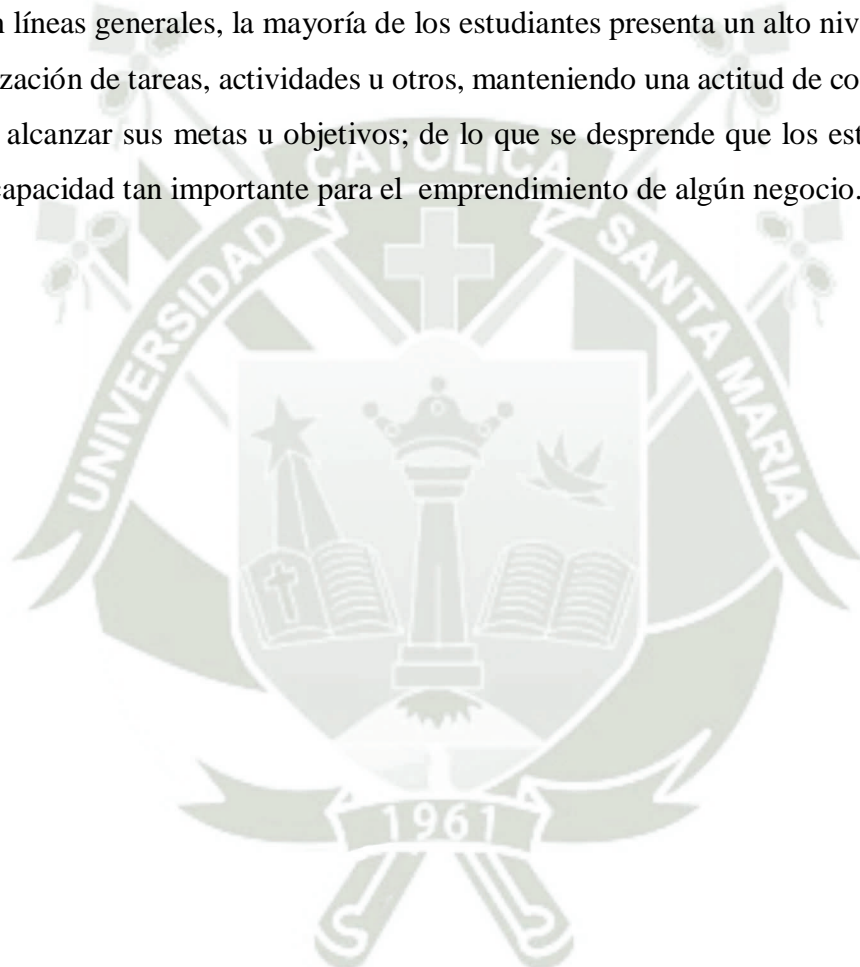


Tabla 17

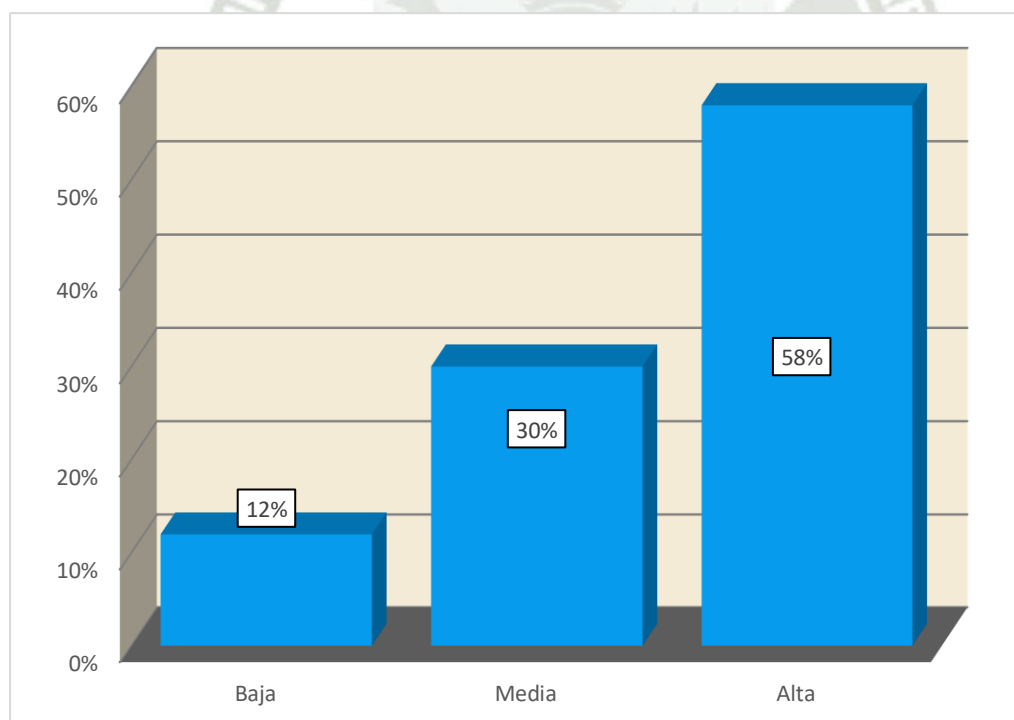
Exigencia de la calidad y eficacia en actividades que realizan

			Fr	%
Válido	0 - 15	Baja	15	12%
	16 - 30	Media	37	30%
	31 - 45	Alta	70	58%
	Total		122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 15

Exigencia de la calidad y eficacia en actividades que realizan



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Se aprecia que el 58% o más de la mitad de los estudiantes presentan una alta exigencia de la calidad y eficacia en las actividades que realizan, ya que dieron a conocer que

siempre buscan hacer mejor las cosas; se muestran disgustados con ellos mismos cuando las cosas no se hacen bien; hacen las cosas bien porque tienen en cuenta las consecuencias de estas y buscan soluciones que traigan beneficios para todos; así también, para ellos es importante realizar un trabajo de alta calidad, trabajan durante varias horas y realizan sacrificios personales para concluir su trabajo dentro del plazo establecido, haciendo uso de su tiempo de la mejor manera posible; estas son cualidades requeridas a la hora de realizar algún emprendimiento.

Opuestamente a ello se tiene que un reducido 12% de los estudiantes presentan una baja exigencia de la calidad y eficacia en las actividades que realiza; por lo tanto, en estos casos escasamente podrían desarrollar un emprendimiento de alta calidad y eficaz

Entonces, según los datos obtenidos, la mayoría de los estudiantes presentan una alta exigencia de calidad y eficacia en las actividades que realizan; de lo que se desprende tienen las cualidades para llevar a cabo los diferentes aspectos que supone emprender con alta calidad y eficacia.

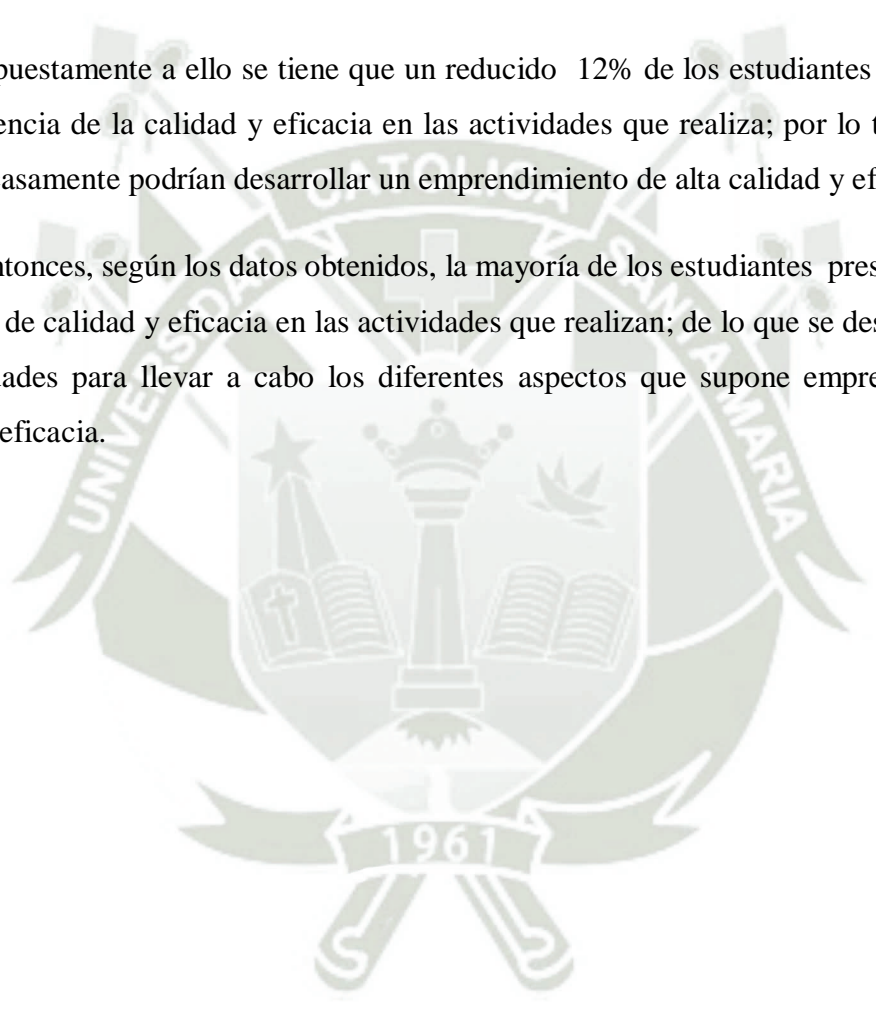


Tabla 18

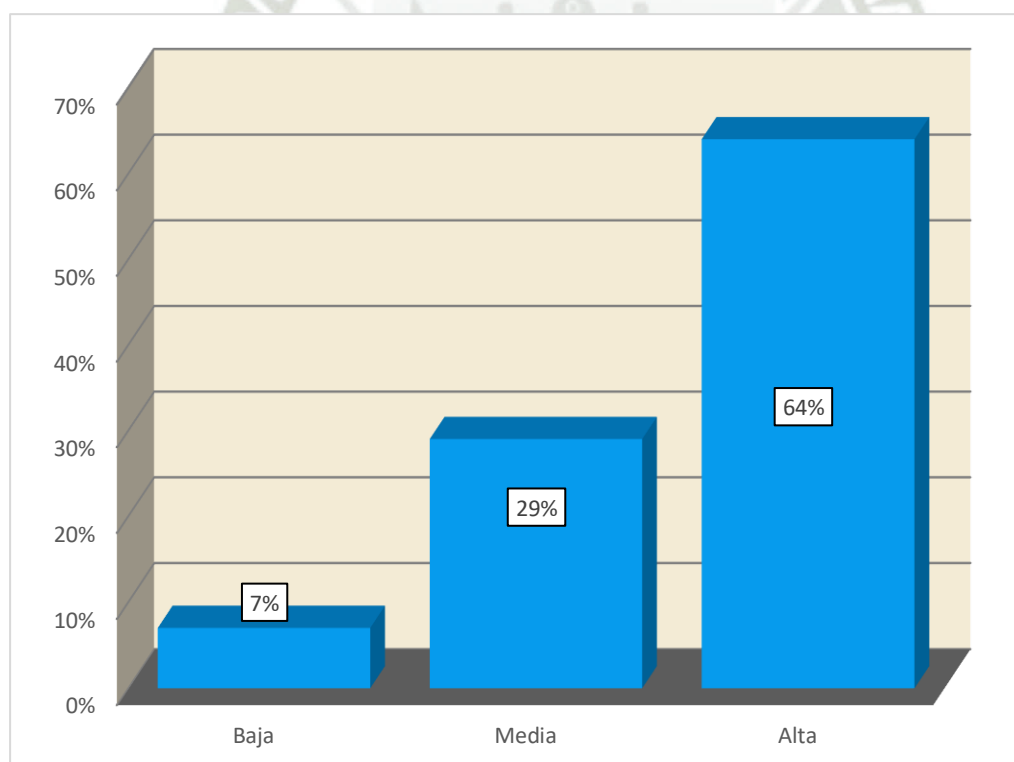
Desarrollo de la capacidad de compromiso

			Fr	%
Válido	0-10	Baja	9	7%
	11-20	Media	35	29%
	21-30	Alta	78	64%
	Total		122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 16

Desarrollo de la capacidad de compromiso



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Los datos porcentuales muestran que la mayoría de los estudiantes o el 64% presentan un alto desarrollo de la capacidad de compromiso, ya que se inclinan por realizar tareas que

conocen bien y en las que se sienten seguros; después de haber escogido la manera de resolver un problema, ya no la cambian, se sienten comprometidos con sus objetivos personales y son muy responsable en el grupo de trabajo; estas cualidades muestran que pueden desarrollar comprometidamente su capacidad emprendedora, en la que tendrán que mantener y cumplir con las promesas realizadas a los clientes, incluso si estos representan algún sacrificio.

Por otro lado, un reducido 7% de los estudiantes presenta un bajo desarrollo de la capacidad de compromiso; en estos casos no cuentan con un importante requerimiento a la hora de realizar algún emprendimiento.



Tabla 19

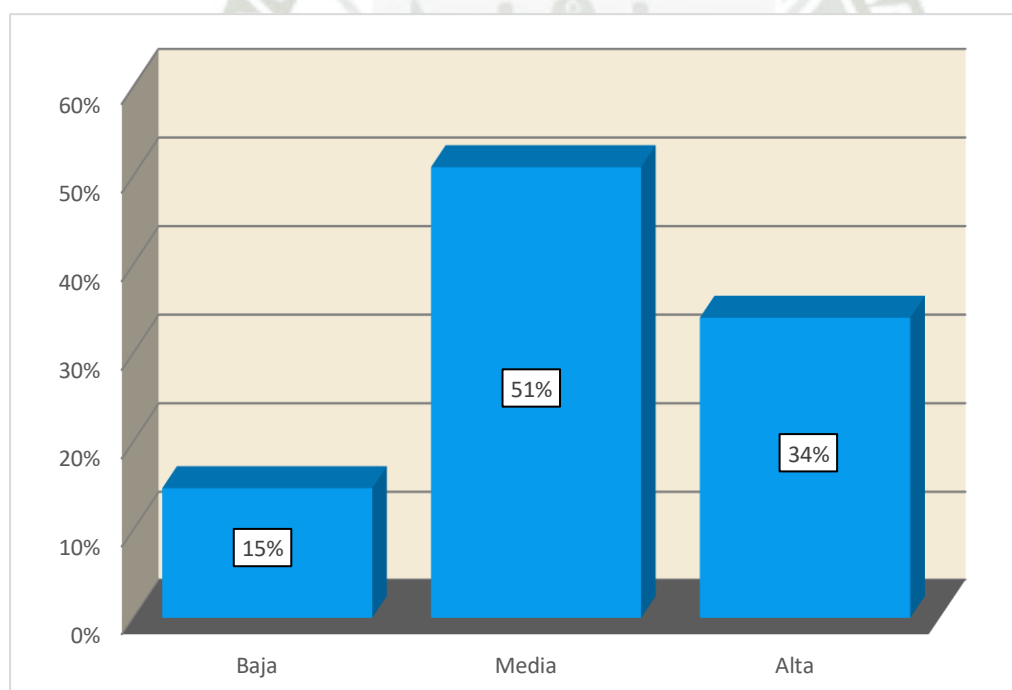
Capacidad de resolución de problemas

			Fr	%
Válido	0 - 8	Baja	18	15%
	9 - 16	Media	62	51%
	17 - 25	Alta	42	34%
Total			122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 17

Capacidad de resolución de problemas



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En la tabla estadística sobre la capacidad de resolución de problemas demostraron que la mayoría o el 51% de estudiantes presenta un nivel medio en el desarrollo de esta capacidad, ya que se da un tiempo para resolver sus problemas, favoreciendo a que este proceso permia una resolución adecuada; en tanto que un reducido 15% de estudiantes

presenta una baja capacidad de resolución de problemas ya que le resulta difícil resolver los problemas que se le presentan; predisponiéndose a resolverlos inadecuadamente e instintivamente, sin que medie el proceso de reflexión requerido; por ende no logran ayudar a resolver problemas de sus amigos y compañeros, la mayoría de los estudiantes solo a veces brinda esta ayuda; en tanto que el 34% presenta una alta capacidad de resolución de problemas.

De esta manera, se precisa que es media la capacidad de resolución de problemas en la mayoría de los estudiantes.



Tabla 20

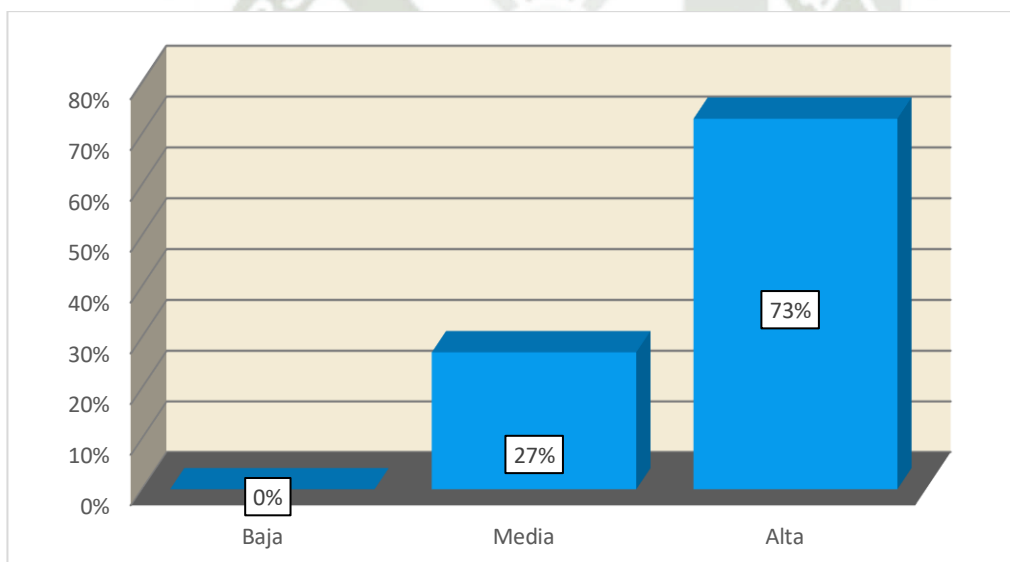
Autonomía en los estudiantes

			Fr	%
Válido	0-10	Baja	0	0%
	11-20	Media	42	34%
	21-30	Alta	80	66%
	Total		122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 18

Autonomía en los estudiantes



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

La autonomía se refiere a la capacidad para tomar decisiones y para actuar; para asumir riesgos y responsabilidades; se aprecia al respecto en la tabla que algo más de la mitad o en el 66% de los estudiantes presenta un alto desarrollo de esta capacidad; en tanto que el 34% presenta un desarrollo medio.

Entonces la mayoría de los estudiantes son altamente autónomos, capacidad necesaria para el emprendimiento.

2.2 Capacidad de planificación

Tabla 21

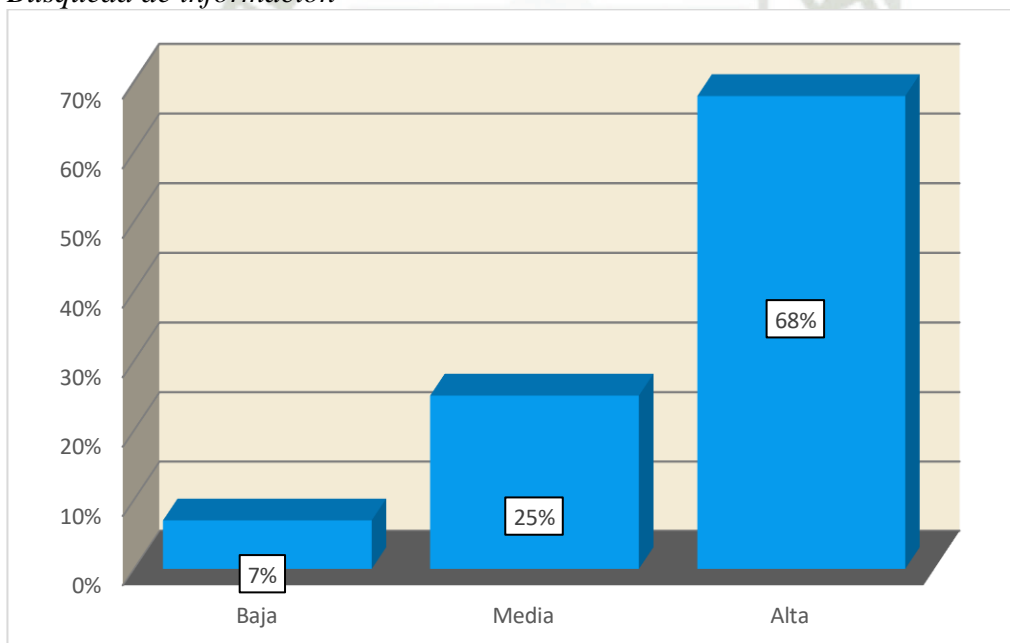
Búsqueda de información

			Fr	%
Válido	0-10	Baja	8	7%
	11-20	Media	31	25%
	21-30	Alta	83	68%
	Total		122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 19

Búsqueda de información



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Los datos porcentuales presentados en la tabla estadística demuestran que la mayoría de los estudiantes o el 68% presentan una alta capacidad de búsqueda de información; esto quiere decir que son capaces de realizar una búsqueda general y específica de información relacionada al emprendimiento. En tanto que la cuarta parte logra la búsqueda de información en término medio y en un reducido 7% es baja la capacidad de búsqueda de información.

Tabla 22

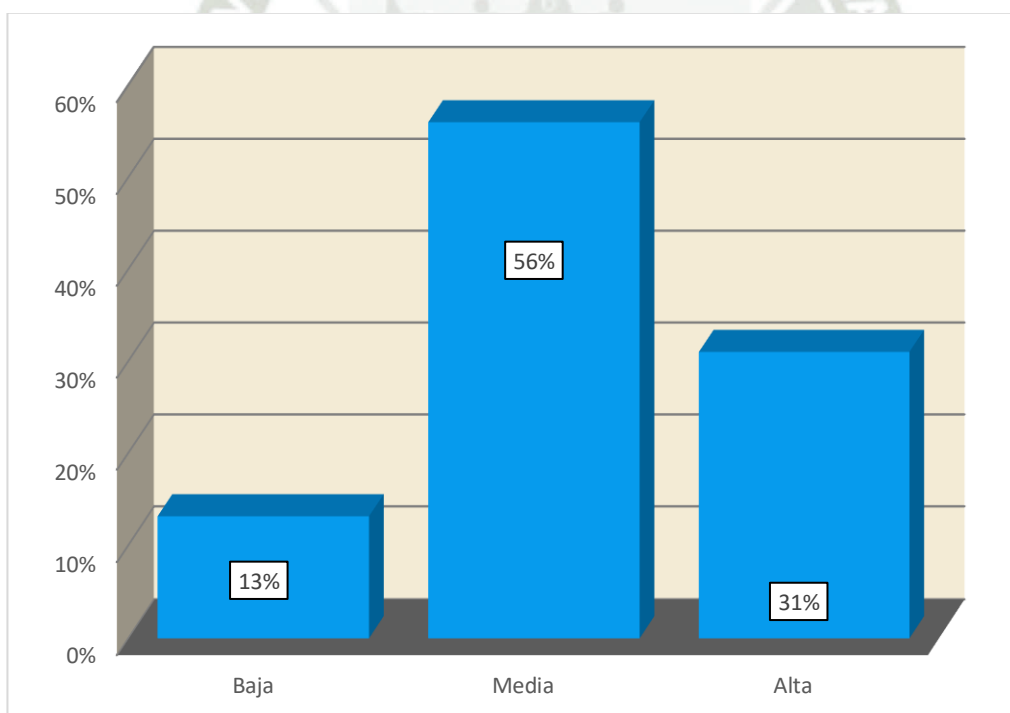
Establecimiento de objetivos y metas

			Fr	%
Válido	0 - 8	Baja	16	13%
	9 - 16	Media	68	56%
	17 - 25	Alta	38	31%
Total			122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 20

Establecimiento de objetivos y metas



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En los datos porcentuales se observa que la mayoría o el 56% de los estudiantes encuestados presentan una alta capacidad para el establecimiento de objetivos metas en un

plan esto quiere decir que logran con mucha facilidad establecer metas en relación a los objetivos propuestos en la planificación.

Por otro lado, un reducido 13% presenta una baja capacidad para el establecimiento de objetivos y metas en un plan de negocios; presentando, en estos caso, algunas dificultades que afectan el proceso de planificación.

En tanto que, casi la tercera parte de los estudiantes o el 31% presenta una capacidad media para el establecimiento de dichos objetivos y metas.



Tabla 23

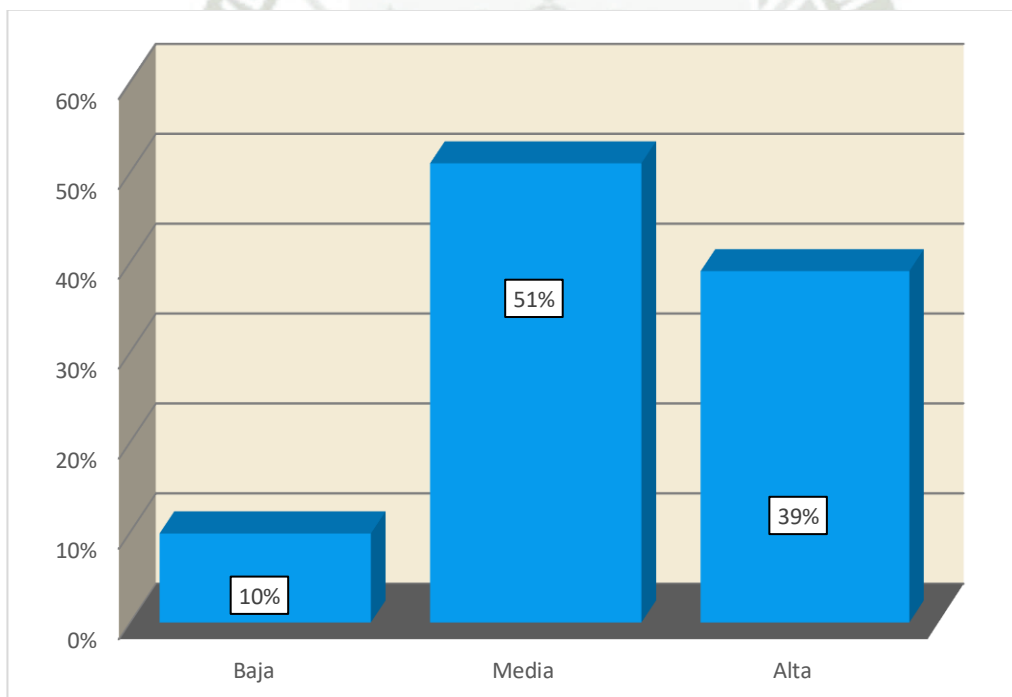
Planificación de actividades

			Fr	%
Válido	0 - 8	Baja	12	10%
	9 - 16	Media	62	51%
	17 - 25	Alta	48	39%
Total			122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 21

Planificación de actividades



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En la tabla estadística se observa que algo más de la mitad de los estudiantes (51%) presenta una capacidad media para planificar las actividades orientadas al logro de las metas

y objetivos respectivamente, ya que suele planificar las actividades de su vida; así también, confieren importancia a la planificación ya que siempre realiza actividades para cumplir sus objetivos; en tanto que un reducido 10% presenta una baja capacidad de planificación sistemática, en estos casos los estudiantes presentan dificultades y tiende a la improvisación, al no lograr realizar el proceso de planificación o sea definir objetivos, establecer metas, diseñar acciones, organizar actividades, entre otros.

Por otro lado, el 39% de los estudiantes presenta una alta capacidad de planificación sistemática, en estos casos presentan una mayor facilidad para planificar.



Tabla 24

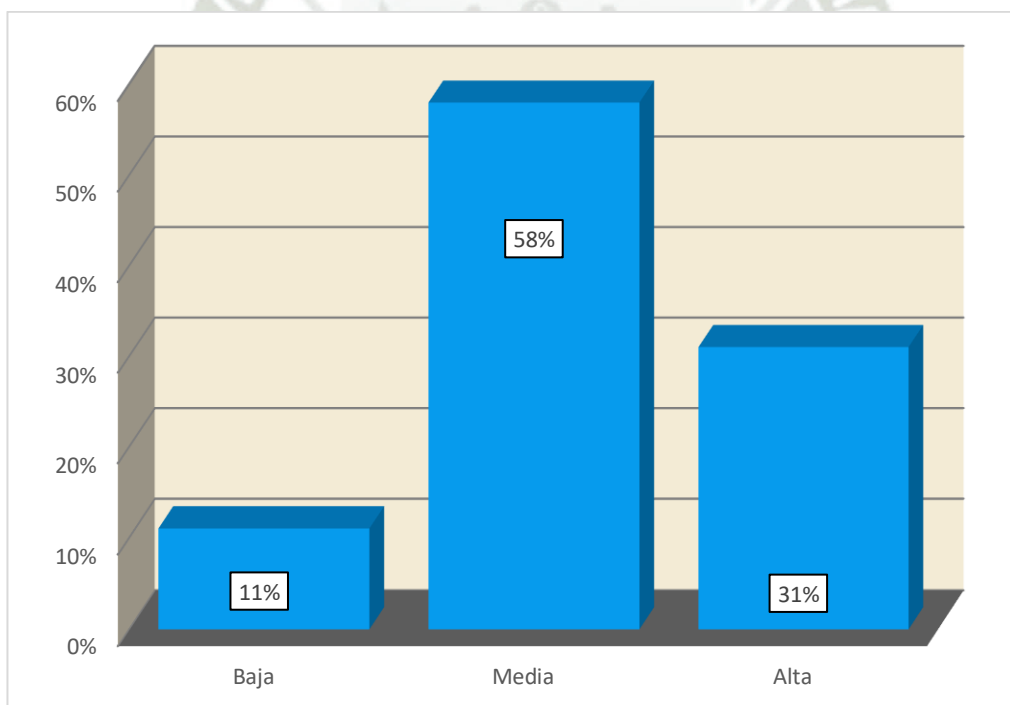
Capacidad de monitoreo

			Fr	%
Válido	0 - 8	Baja	14	11%
	9 - 16	Media	70	58%
	17 - 25	Alta	38	31%
	Total		122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 22

Capacidad de monitoreo



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Se aprecia en la tabla estadística que mas de la mitad de los estudiantes o el 58% presenta una regular o capacidad media de monitoreo de las acciones planificadas, ya que intentan varias formas de superar los obstáculos que complican la realización de sus

objetivos, las que son identificados a partir del monitoreo; en tanto que un reducido 11% presenta una baja capacidad; en estos casos no logra hacer seguimiento de las acciones previstas para efectuar las correcciones oportunas, ante los obstáculos que se pueden presentar.

En términos globales, la mayoría de los estudiantes presenta un desarrollo medio de la capacidad de monitoreo; así logran hacer seguimiento de las actividades programadas sea sistemáticamente o no; factor que refleja el desarrollo de la capacidad de emprendimiento en los estudiantes.



Tabla 25

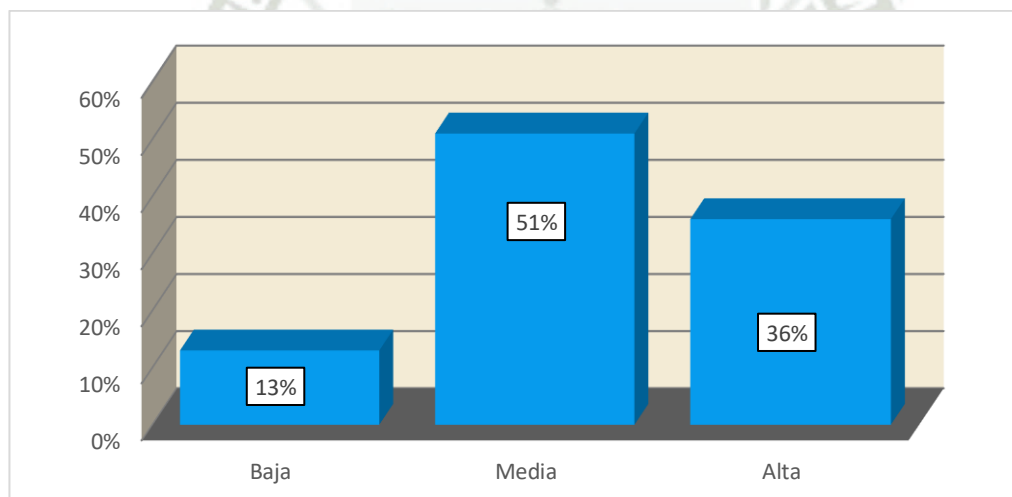
Utilización de recursos financieros

			Fr	%
Válido	0-10	Baja	16	13%
	11-20	Media	62	51%
	21-30	Alta	44	36%
	Total		122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 23

Utilización de recursos financieros



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Los datos porcentuales reflejan que los estudiantes en su mayoría o el 51% presentan una capacidad media en la utilización de recursos financieros, ya que saben cuánto dinero es necesario para desarrollar sus proyectos o actividades y tienen un buen manejo de sus recursos financieros; en tanto que el 13% de los estudiantes presenta una baja capacidad para utilizar los recursos financieros.

Se precisa por tanto que la mayoría de estudiantes presenta una capacidad media en el uso de los recursos financieros.

2.3 Capacidad de relacionarse socialmente

Tabla 26

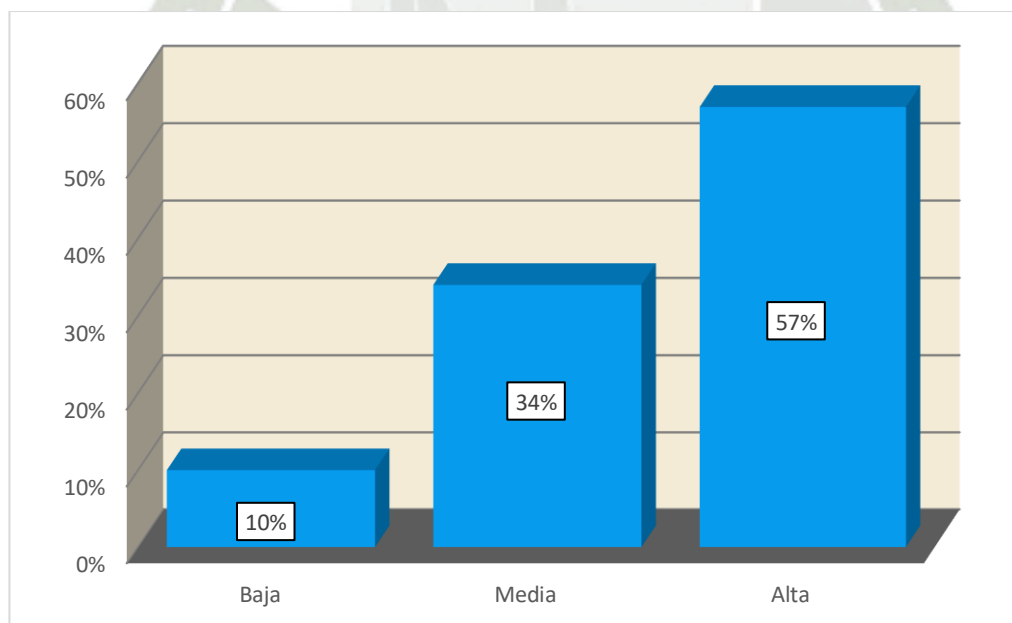
Capacidad de persuasión

			Fr	%
Válido	0 - 8	Baja	12	10%
	9 - 16	Media	41	34%
	17 - 25	Alta	69	57%
Total			122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 24

Capacidad de persuasión



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

La capacidad de persuasión en los estudiantes es alta en el 57% o más de la mitad, ya que son capaces de influir sobre los demás; desarrollando estrategias para lograr esta

relación y siempre o casi siempre logra que personas con firmes puntos de vista cambien su forma de pensar; convenciendo de sus ideas y consigue que otras personas apoyen sus puntos de vista; entonces más de la mitad de los estudiantes presentan una alta capacidad de persuasión, la cual es muy importante en el emprendimiento y que refleja la capacidad de liderazgo.

Opuestamente, solo un 10% de los estudiantes presenta una baja capacidad de persuasión, ya que no logran influir en los demás y menos consiguen que otras personas cambien sus puntos de vista y apoyen sus ideas.



Tabla 27

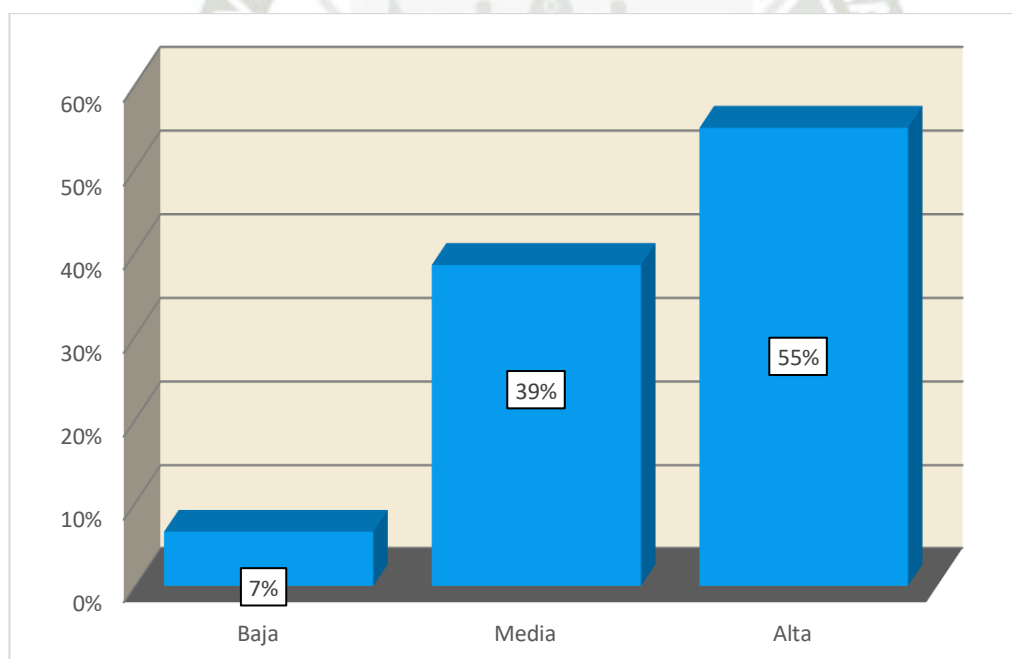
Optimización de la red de contactos

			Fr	%
Válido	0 - 8	Baja	8	7%
	9 - 16	Media	47	39%
	17 - 25	Alta	67	55%
Total			122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 25

Optimización de la red de contactos



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Se observa en la tabla que más de la mitad de los estudiantes o el 55% presenta una alta capacidad para optimizar la red de contacto, Busco personas importantes para que me ayuden a conseguir mis objetivos esto por cuanto favorece la buena calidad de la

comunicación; opuestamente a ello el 7% presenta una baja capacidad en la optimización de la red de contactos

En términos globales se infiere que la capacidad para optimizar la red de contactos se encuentra altamente desarrollada en más de la mitad del total de estudiantes encuestados; esto refleja que los estudiantes presentan una buena comunicación con los demás, por lo tanto cuentan con esta capacidad necesaria para el emprendimiento.



Tabla 28

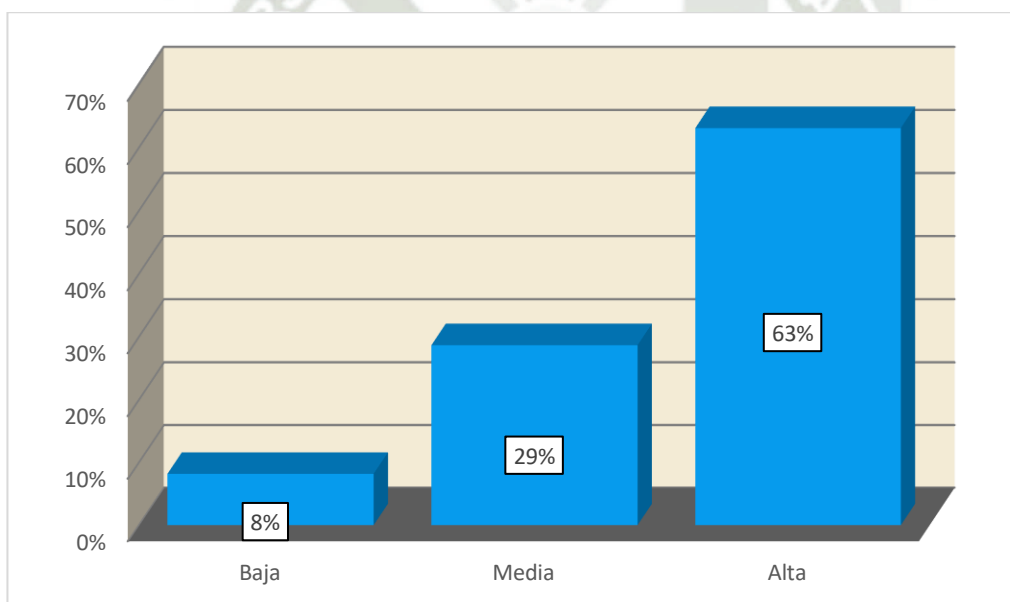
Autoconfianza en los estudiantes

		Fr	%
Válido	0 - 8 Baja	10	8%
	9 - 16 Media	35	29%
	17 - 25 Alta	77	63%
	Total	122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 26

Autoconfianza en los estudiantes



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

En la tabla estadística se observa que el 63% o la mayoría de los estudiantes ha desarrollado una alta autoconfianza ya que tienen una visión clara de su futuro y la capacidad de hacer bien las cosas; opuestamente a ello se tiene que el 8% de estudiantes presenta una baja autoconfianza, de esta manera es una dificultad que se reflejara en la capacidad de emprendimiento.

Tabla 29

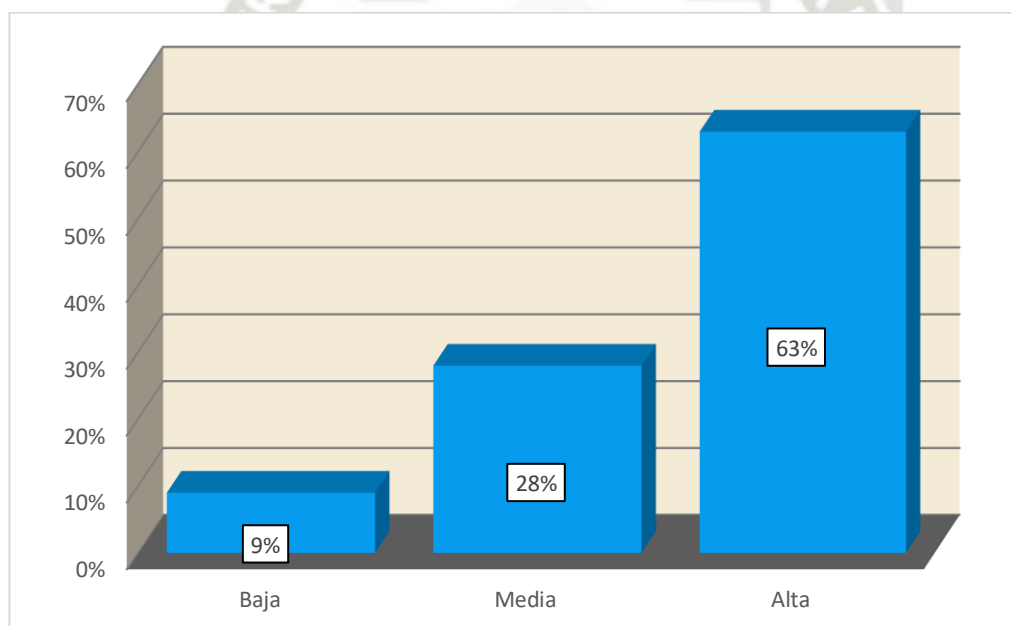
Resultado general del potencial de emprendimiento en los estudiantes

			Fr	%
Válido	229 a 271	Bajo potencial del emprendedor	11	9%
	272 a 285	Regular potencial del emprendedor	34	28%
	286 a más	Potencial del emprendedor	77	63%
	Total		122	100%

Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Figura 27

Resultado general del potencial de emprendimiento en los estudiantes



Fuente: Elaboración propia/ extraída del SPSS V25.

Los resultados reflejan que la mayoría de los estudiantes encuestado o el 63% presentan un alto potencial emprendedor, lo que significa que en este caso los estudiantes tienen una estructura estable de cualidades y comportamientos emprendedores que lo habilita para diseñar y ejecutar de manera exitosa un proyecto con mínimo apoyo; lo que se manifiesta en el impulso por vencer desafíos, avanzar y lograr sus metas; además de aprovechar al máximo las oportunidades de emprendimiento.

Opuestamente a ello se tiene que un reducido 9% presentan un bajo potencial de emprendimiento; ya que en forma aislada muestran muy pocas actitudes emprendedores que no garantizan alcanzar a diseñar y ejecutar algún proyecto de emprendimiento y que en general tienen muy poco interés por emprender algún negocio.

Por otro lado, el 28% de los estudiantes presentan un regular potencial de emprendimiento, ya que solo han desarrollado algunas cualidades y comportamientos emprendedores.



3. Comprobación de hipótesis

Análisis estadístico: Se aplicó el estadístico de Chi cuadrado para establecer la relación entre estas dos variables.

Tabla 30

Diagrama rectangular del Modelo Virtual Canvas con el desarrollo de la capacidad emprendedora

Potencial emprendedor	Uso interactivo didáctico del Modelo Virtual Canvas							
	Baja		Media		Alta		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Bajo potencial del emprendedor	0	0	9	7	2	2	11	9
Regular potencial del emprendedor	0	0	0	0	34	28	34	28
Potencial del emprendedor	0	0	0	0	77	63	77	63
Total	0	0	9	7	113	93	122	100

$$X^2 = 34.61$$

$$gl. (3-1) \times (3-1) = 4$$

$$Sig. = 0,05$$

$$V. C. = 9.4877$$

Se aprecia en la tabla que el mayor porcentaje se concentra en la intersección de estudiantes con alto uso interactivo didáctico del Modelo Virtual Canvas y con potencial emprendedor; demostrando de esta manera su relación (63%).

Con la prueba de chi cuadrado se obtuvo un índice de $X^2 = 34.61$, el cual es mayor al Valor Crítico=9.4877, derivado de la ubicación en la tabla ($gl = 4$ y un $p = 0,05$) se rechaza la hipótesis nula (H_0); comprobando de esta manera la hipótesis de trabajo; ósea que existe una relación significativa entre estas dos variables.

4. Discusión de resultados

Dentro del contexto de emprendimiento todos los estudiantes trabajaron el módulo de segmentación de clientes en el lienzo virtual, distinguiendo el público objetivo del mercado masa; es decir se proyectaron en el número aproximado de clientes que podrían captar con el producto/servicio creado en el lienzo virtual Canvas, identificaron y seleccionan el tipo de público; así, el 94% (tabla 3) simulan la segmentación del mercado según pautas homogéneas de consumo. Así también, todos los estudiantes desarrollaron el módulo de relación con el cliente.

Respecto a la interactividad con los canales de comunicación, de distribución y de ventas, la totalidad de estudiantes trabajo la identificación de canales, el 94% (tabla 5) trabajaron la evaluación de canales y el 97% realiza simulaciones, como parte del desarrollo de las actividades del tablero virtual Canvas. También, casi la totalidad de estudiantes (98%) trabajaron en clase el módulo de acciones, recursos y socios clave, relacionadas a la producción como manufactura y diseño; sobre resolución de problemas y de la red, realizaron simulaciones de uso de recursos humanos, materiales, económicos-financieros; y realizaron prácticas de los perfiles de socios clave.

En general se comprueba que según el 93% de estudiantes se trabajaron todos los módulos del Modelo Virtual Canvas, desarrollando las diferentes acciones y simulaciones previstas en el lienzo virtual, bajo la guía docente y solo un ínfimo 7% muestra una aplicación y simulación media.

Los resultados sobre la variable de capacidad emprendedora, en su dimensión capacidad de realización demostraron, en la tabla 12, que respecto a la iniciativa y búsqueda de oportunidades que el 62% o más de la mitad de los estudiantes presentan un alto desarrollo, ya que les agradan los desafíos y las nuevas oportunidades, son capaces de buscar oportunidades de negocio, generando ideas innovadoras e inventando nuevas formas de hacer y resolver los problemas que puedan presentarse; en tanto que el 66% de los estudiantes presenta un alto desarrollo de su autonomía para tomar decisiones y para actuar; para asumir riesgos y responsabilidades.

Entre las capacidades cuyo desarrollo alcanza un nivel medio en los estudiantes en la mayoría de estudiantes se encuentra la capacidad de resolución de problemas en el 51% de estudiantes, ya que se da un tiempo para resolver sus problemas lo que favorece este proceso al permitirle dar una resolución adecuada.

Finalmente, reafirmamos los resultados encontrados por Sánchez (2017), que demuestran que existe relación directa y significativa entre las habilidades sociales y la actitud emprendedora en los estudiantes, con un nivel de significancia 0,01; $r = 0,269$ y $t_c (3,621) > t_t (1,96)$; ya que en nuestra investigación, más de la mitad de estudiantes presentan un alto desarrollo de la capacidad para relacionarse socialmente.

Específicamente el 57% presenta un alto desarrollo de la capacidad de persuasión, ya que son capaces de influir sobre los demás; desarrollan estrategias para lograr esta relación y siempre o casi siempre logra que personas con firmes puntos de vista cambien su forma de pensar; convenciendo de sus ideas, reflejando una alta capacidad de liderazgo; así también el 55% presenta una alta capacidad para optimizar la red de contacto, ya que es capaz de buscar personas importantes para que le ayuden a conseguir sus objetivos, favorecido por una buena calidad de la comunicación; y el 63% o la mayoría de los estudiantes ha desarrollado una alta autoconfianza ya que tienen una visión clara de su futuro y la capacidad de hacer bien las cosas.

Coincidiendo con Molina y Salas (2017) que encontraron que es mayormente de nivel alto y mediano, la capacidad emprendedora de los estudiantes; en nuestra investigación el 62% o más de la mitad de estudiantes presentan potencial emprendedor, lo que significa que presentan cualidades y comportamientos emprendedores que lo habilita para diseñar y ejecutar de manera exitosa un proyecto de negocios.

Al cruzar las variables aplicación del Modelo Virtual Canvas y el desarrollo de la capacidad emprendedora, el mayor porcentaje se concentró en la intersección de estudiantes con alto uso interactivo didáctico del Modelo Virtual Canvas con potencial emprendedor; demostrando de esta manera su relación; así también, no existe porcentaje alguno en la intersección de alta aplicación didáctica del Modelo Virtual Canvas con el potencial de emprendimiento, alcanzando un porcentaje de 63%; así la prueba de chi cuadrado refleja la existencia de una relación significativa, ya que la prueba de Chi cuadrado, arrojo un índice de $X^2 = 34.61$, el cual es mayor al $VC. = 9.4877$, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (H_0); comprobando de esta manera la hipótesis de trabajo.

Coincidiendo con Cáceres (2017) que encontró que la aplicación de la metodología Canvas con un puntaje de 3 en la escala valorativa, tiene un efecto positivo en la Mype Riberox.

CONCLUSIONES

Primera.- Existe una relación significativa entre la aplicación del Modelo Virtual Canvas y el desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 “El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau”, ya que en el cruce de estas variables, la intersección más alta se produce entre los estudiantes que hicieron un alto uso del modelo virtual Canvas y que, a su vez, tienen potencial emprendedor (63%); comprobándose dicha relación con la prueba de chi cuadrado, la cual arrojó un índice de $X^2 = 34.61$, mayor al $VC = 9.4877$, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (H_0); comprobando de esta manera la hipótesis de trabajo.

Segunda.- El uso didáctico del Modelo Virtual Canvas en el curso de Educación para el Trabajo, es alto en el 93% de estudiantes; ya que desarrollaron el módulo de propuesta en valor (identificación de ideas de negocio, selección del tipo y líneas de negocios, diseño de los productos y servicios, simulaciones de la oferta y riesgos); segmentación de clientes (distinguiendo el público objetivo del mercado masa y simulando la segmentación del mercado), el módulo de relación con el cliente; identificación y evaluación de los canales de comunicación, de distribución y de ventas; el módulo de acciones, recursos y perfiles de socios clave; simulaciones del uso de recursos y estructura de costos fijos y variables.

Tercera.- La capacidad emprendedora, en su dimensión capacidad de realización demostraron, respecto a la iniciativa y búsqueda de oportunidades que más de la mitad de los estudiantes presentan un alto desarrollo, ya que les agradan los desafíos y las nuevas oportunidades, son capaces de buscar oportunidades de negocio, generando ideas innovadoras e inventando nuevas formas de hacer y resolver los problemas que puedan presentarse; tienen autonomía y capacidad desarrollada para tomar decisiones y para actuar; siendo también alto el desarrollo de la capacidad de persistencia y autoexigencia de calidad.

Cuarta.- El desarrollo de la capacidad de planificación en la mayoría de estudiantes es media en el establecimiento de objetivos y metas; así como en la planificación de actividades; ya que suele planificar las actividades de su vida; así también, siempre realiza actividades para cumplir sus objetivos. Es también media la capacidad de

monitoreo de las acciones planificadas, ya que intentan varias formas de superar los obstáculos que complican la realización de sus objetivos, y tienen un suficiente manejo de sus recursos financieros.

Quinta.- Es alto el desarrollo de la capacidad para relacionarse socialmente, ya que presentan alta capacidad de persuasión, presenta también una alta capacidad para optimizar la red de contactos, buscando personas importantes para que le ayuden a conseguir sus objetivos, favorecido por una buena calidad de la comunicación; muestran una alta autoconfianza; presentando cualidades o habilidades sociales que caracterizan a los emprendedores y los habilita para diseñar y ejecutar de manera exitosa un proyecto de negocios.



RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda que los docentes del Área de educación para el Trabajo continúen y profundicen la aplicación del Modelo Virtual Canvas ya que se ha comprobado que el trabajo interactivo con los Módulos de este Modelo está promoviendo el desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes.

Segunda: Es necesario que los docentes se capaciten y perfeccionen a través de talleres sobre la aplicación del Modelo Virtual Canvas a fin de que se aproveche óptimamente este recurso virtual.

Tercera: Se debe desarrollar estratégicamente la capacidad emprendedora en los estudiantes, ya que esta promueve el desarrollo de capacidades importantes a nivel personal y visionariamente profesional, tales como la creatividad, el liderazgo, la comunicación, el manejo de recursos, etc.

REFERENCIAS

- Alfaro, C. et al. (2013). El Modelo Canvas y el capital intelectual. *Rev. Venezolana de Gerencia* 10(30).
- Bedoya. (2018). *Estudio sobre el perfil del empresario agrícola*. Universidad Católica de Chile.
- Berufsakademie (2009). *Documento síntesis. Fundamentos, principios y funcionamientos*. Disponible en <http://www.uniempresairal.edu.com>
- Campos, G. (2008). Implicaciones Económicas del Concepto de Empleabilidad. *Revista Aportes* N° 23. Universidad Autónoma de Puebla, México.
- Campos, R. (2016). *Aplicación del modelo Canvas para la creación y puesta en marcha de un negocio de comercio electrónico en BRILDOR, S.L.* España: Universitat Politècnica de València Campus D'Alcoi. Disponible en: <https://www.riunet.upv.es>
- Castillo, A. (2010). *El Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Santiago de Chile: Corporación de Investigación Tecnológica.
- Castro, S. (2009). *Estudio sobre el perfil del empresario agrícola*. Chile: Universidad Católica de Chile.
- Comisión Europea. (2012). *Espíritu Emprendedor y habilidades empresariales en estudiantes*. México: Thomson Editores.
- Comeche, J. (2012). *El emprendimiento Universitario*. Madrid: Océano.
- Diego, A. (2006). *Lo bueno y los errores que me enseñaron tanto. Ponencia presentada en la 10ª Conferencia Internacional Endeavor*. Montevideo: Universidad Católica del Uruguay.
- Espinoza, N. (2004). *Las aptitudes y actitudes empresariales de los estudiantes de administración en las universidades públicas de Lima – Callao*. En: <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bib>
- Estrialgo, M., et.al. (2010). *Habilidades adquiridas y función empresarial. Iniciativa*

empresadora y empresa familiar. Bs. As.: Humanitas.

Exposito, M. (2013). “Modelo Canvas”. Manual. Como diseñar tu modelo de negocio. Madrid: Pearson

Fernandez, K., et.al. (2016, p.) *Canvas: Marco conceptual de apoyo para el diseño de un Sistema de Gestión del Conocimiento para el Modelo de Educación Dual*. Instituto Tecnológico Superior de Zongolica. México. Disponible en: <file:///C:/Users/HP/Downloads/canvas%20mod.pdf>

Hisrich & Peters (2011). *El Reto Social de Crear Empresa*. Barcelona: Ariel.

Junta de Extremadura (2017). *Guía Didáctica Modelo Canvas*. España: Nevo Iniciativa. Disponible en: <http://culturaempresadora.extremaduraempresarial.es/>

Langa, J. (2014). *Casos de Dirección Estratégica “Brildor S.L, Todo para la personalización”*. España: Pirámide.

Lozada, O. (2018). *Actitud emprendedora y habilidades sociales en estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la Institución Educativa María Goretti del Distrito de Comas*. [Tesis de pregrado. Universidad Cesar Vallejo].

Marbaise, M. (2017). *El modelo Canvas: Analice su modelo de negocio de forma eficaz*
Osterwalder A. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons: Estados Unidos.

Osterwalder, A. (2011). *Generación de procesos de negocio*. Deusto S.A. Ediciones

Osterwalder, A, y Pigneur, Y. (2013) *Generación de modelos de negocio*. 3era.

Edición Barcelona: Grupo Planeta

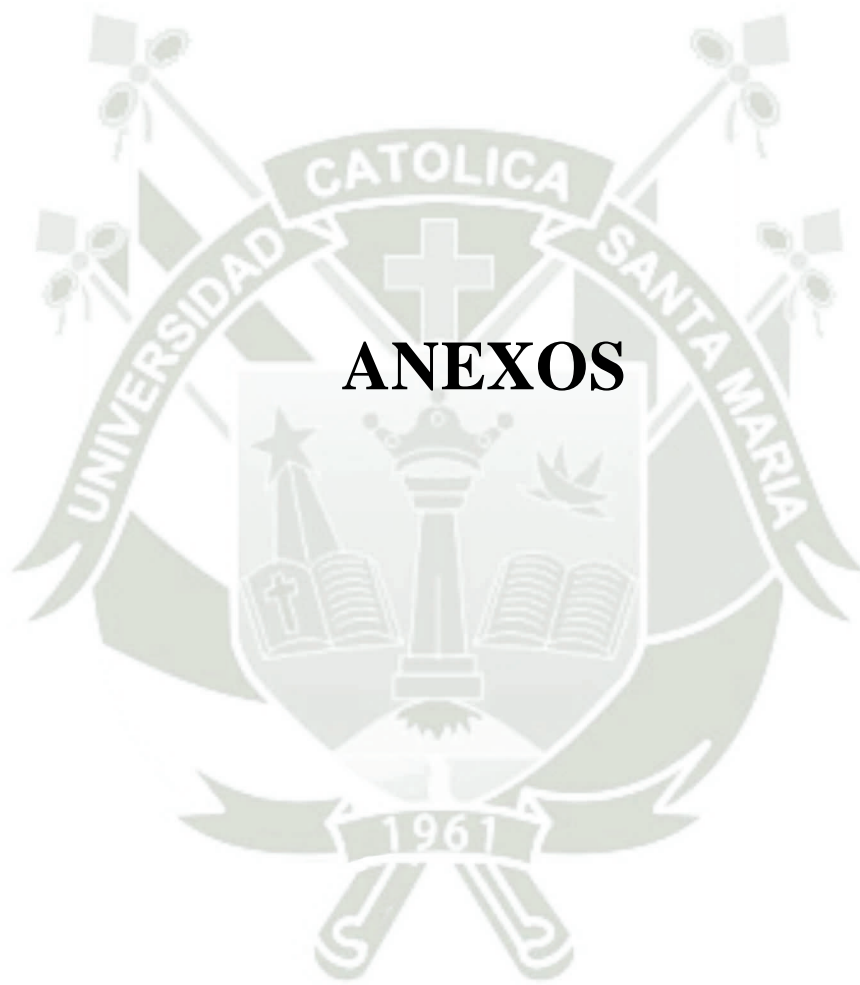
Prendes, M. (2009). *Plataformas de campus virtual con herramientas de software libre: Análisis comparativo de la situación actual en las universidades españolas*. Disponible de: [http:// www.um.es/campusvirtuales](http://www.um.es/campusvirtuales)

Roberts, J. (2012). *La Empresa Moderna: Organización, Estrategia y Resultados*. Barcelona: El Editor, S.A. Eumed.

Rubio, P. (2009). *Introducción a la gestión empresarial*. España. S. Edit.

Rueda, S. (2020). *Business Lean Canvas2020*. <http://www.llibrary.co/document>

- Sagarra, R. (2013). *Creación de empresas teoría y práctica*. España: MacGraw-Hill.
- Sanabre, C.; Pedraza-Jiménez, R.; Codina, L. (2018). WebSite Canvas Model: propuesta de un modelo visual para la ideación estratégica de sitios web. *Revista Española de Documentación Científica*, 41 (4). Recuperado de: [https:// doi.org/](https://doi.org/)
- Sanchis & Melian (2012). *Emprendimiento social y nueva economía social como mecanismos para la inserción*. Disponible en <http://www.uv.es>
- Sevilla, J., García, F. y Legarreta, M. (2021). Determinantes del emprendimiento en estudiantes universitarios en Tamaulipas, México. *Rev. Nova Rua 14(24)*. DOI: <http://dx.doi.org/10.20983/novarua.2022.24.1>
- Soto, L. (2013) *Los mandamientos de un Emprendedor en busca del éxito*. Disponible en: <http://incubadora.intctel.net>
- Tabola, N. (2016). *La propuesta de valor de un negocio*. México: Trillas
- Timmons, J. (2014). *Espíritu Empresarial Y Emprendedor: Voces adolescentes*. Disponible en: <http://www.miperiodicodigital.com> (30-09-2019)
- Trelles, J. (2017). *Aprendizaje de comercio electrónico y el desarrollo de la capacidad emprendedora en estudiantes de educación superior*. [Tesis de maestría. Universidad San Martín de Porres].
- Varela, R. (2011). *Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*. Bogotá: Pearson Education de Colombia, LTDA.
- Varela, R. y Bedoya, O. (2010). *Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias* Disponible en: <https://www.bibliotecadigital.icesi.edu.com>
- Valdez, A. (2018). *El Modelo Canvas: Una herramienta para emprendedores*. Madrid: Pirámide.



ANEXO 1

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

LISTA DE COTEJOS DE APLICACIÓN MODELO VIRTUAL CANVAS

	ITEMS DE EVALUACION	SI	NO
1.	Identifica ideas de negocios		
2.	Selecciona tipo y líneas de negocio		
3.	Diseña los productos y servicios.		
4.	Simula oferta, marca, precio, riesgos y accesibilidad		
5.	Identifica tipo de público		
6.	Simula la segmentación del mercado		
7.	Selecciona el segmento de mercado (clientes), según características pictográficas y socio demográficas		
8.	Analiza tipo de relación empresa-cliente		
9.	Crea diferentes formas de relación con los clientes		
10.	Simula diferentes formas de relación empresa-cliente		
11.	Identifica canales de comunicación, distribución y ventas		
12.	Evalúa los canales de comunicación, distribución y ventas		
13.	Simula la selección de canales		
14.	Realiza actividades de fabricación.		
15.	Realiza actividades según necesidades del cliente.		
16.	Selecciona actividades en Internet		
17.	Simula el uso de recursos económico-financieros		
18.	Simula el uso de recursos humanos		
19.	Simula el uso de recursos materiales		
20.	Define perfiles de proveedores e inversores		
21.	Evalúa proveedores e inversores según necesidades del negocio		
22.	Simula selección de proveedores e inversores		
23.	Identifica los costes fijos		
24.	Identifica costos variables		
25.	Simula aplicación de costos		
26.	Analiza los ingresos		
27.	Simula modelos de ingresos		
28.	Simula el flujo de ingresos.		

**CUESTIONARIO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA PARA
ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE GARCÍA
ADAPTADO AL PERÚ POR PERALTA (2010)**

No se escribe en el cuadernillo.

Este cuestionario contiene 85 afirmaciones que describen actitudes y reacciones delante de sucesos o rutinas diarias de trabajo. Lea cada una y decida cuál es el numeral de la escala mostrada que define mejor su forma de resolver cada situación o con la actitud descrita.

Sea lo más realista posible en el juicio sobre sí mismo.

Nunca (1) Raramente (2) Algunas veces (3) La mayoría de veces (4) Siempre (5)

Escribe tus respuestas en la hoja adjunta completando tus datos personales.

Los números no corresponden a una nota o puntuación.

Los números de la escala como sus criterios deben reflejar tu actitud y reacción real en cada afirmación

	1	2	3	4	5
1. Busco hacer cosas que son necesarias que se hagan.					
2. Me gustan los desafíos y las nuevas oportunidades.					
3. Cuando enfrento un problema difícil, dedico la cantidad de tiempo que sea necesario para encontrar una solución					
4. Cuando comienzo un trabajo o proyecto, reúno toda la información posible.					
5. Me disgusto conmigo mismo cuando las cosas no se hacen bien.					
6. Me esfuerzo mucho para realizar mi trabajo.					
7. Busco formas de hacer las cosas más rápidamente.					
8. Me establezco metas.					
9. Planifico un trabajo grande dividiéndolo en varias partes pequeñas.					
10. Pienso en soluciones diferentes para resolver los problemas.					
11. Cuando las otras personas no tienen el desempeño esperado, se los hago saber.					
12. Tengo confianza de que tendré éxito en cualquier actividad que me proponga hacer.					
13. Consigo que otras personas apoyen mis puntos de vista.					
14. Desarrollo estrategias para influir a otros.					
15. Comparo mis logros con mis expectativas.					
16. Sé cuánto dinero es necesario para desarrollar mis proyectos o actividades.					
17. Escucho con atención a cualquier persona con la que esté conversando conmigo.					
18. Hago lo que es necesario, sin que otros tengan que pedírmelo.					

19. Prefiero realizar tareas que conozco bien y en las que me siento seguro(a).					
20. Insisto varias veces para que las personas hagan lo que quiero.					
21. Busco asesoramiento de personas que conocen las características y/o necesidades de mis proyectos productivos.					
22. Es importante para mí hacer un trabajo de alta calidad.					
23. Trabajo durante varias horas y hago sacrificios personales para concluir mis labores dentro del plazo establecido.					
24. Uso mi tiempo de la mejor manera posible					
25. Realizo las cosas sin tener un resultado claro en mente.					
26. Analizo con cuidado las ventajas y las desventajas de las varias formas de realizar las tareas.					
27. Tengo muchos proyectos en mente.					
28. Si estoy enfadado(a) con alguien, se lo hago saber.					
29. Cambio mi forma de pensar si otras personas no están de acuerdo con mis puntos de vista.					
30. Convenzo a otros sobre mis ideas.					
31. Invierto mucho tiempo pensando en cómo convencer a los demás.					
32. Regularmente verifico cuanto falta para lograr mis objetivos.					
33. Sé cuánto dinero de ganancia podre obtener de mis proyectos productivos.					
34. Me enfado conmigo mismo cuando no consigo hacer lo que quiero.					
35. Hago las cosas incluso antes de tener claro como se deben hacer.					
36. Esto y atento(a) a las oportunidades para hacer cosas nuevas.					
37. Cuando algo impide lo que estoy intentando hacer, busco otros medios para hacerlo.					
38. Muchas veces, actúo sin buscar información.					
39. Mi resultado en el trabajo es mejor que el de otras personas.					
40. Hago lo que sea necesario para cumplir mi trabajo.					
41. Me molesto conmigo mismo cuando pierdo tiempo.					
42. Hago las cosas que me ayuden a lograr mis objetivos.					
43. Pienso en todos los problemas que puedan presentarse y anticipo lo que haría en caso de que aparezca.					
44. Una vez que he escogido la manera de resolver un problema, ya no lo cambio.					
45. Me es difícil dar órdenes a las personas respecto a lo que deben hacer.					
46. Cuando intento alguna cosa difícil o desafiante, siento confianza de que tendré éxito.					
47. Consigo que otras personas vean que soy capaz de ejecutar lo que me propuse hacer.					
48. Busco personas importantes para que me ayuden a conseguir mis objetivos.					
49. Sé cuánto me falta para conseguir mis objetivos.					

50. Me importan las consecuencias financieras de mis actividades.					
51. Tuve fracasos en el pasado.					
52. Hago las cosas antes que se vuelvan urgentes.					
53. Intento hacer cosas nuevas y diferentes de las que siempre he hecho.					
54. Cuando encuentro una gran dificultad, busco realizar otras actividades.					
55. Cuando tengo que realizar un trabajo para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro (a) que entendí lo que la persona desea					
56. Cuando mi trabajo esta satisfactorio, no invierto más tiempo en mejorarlo.					
57. Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona, me esfuerzo para que quede muy satisfecha con el resultado					
58. Busco las formas más baratas de hacer las cosas.					
59. Mis metas corresponden a lo que es importante para mí.					
60. Enfrento los problemas cuando aparecen, en vez de anticiparlos.					
61. Pienso en diferentes formas de resolver problemas.					
62. Demuestro que no estoy en desacuerdo con otras personas.					
63. Hago cosas que son arriesgadas.					
64. Soy muy persuasivo(a) con los demás.					
65. Con la finalidad de alcanzar mis objetivos, busco soluciones que traigan beneficios para todos					
66. Coordino las actividades de las personas cuando soy el (la) responsable del grupo de trabajo.					
67. Tengo un buen manejo de mis recursos financieros.					
68. Hay ocasiones en que saco ventajas de alguien.					
69. Espero recibir órdenes de otros y después actuar en función de ello.					
70. Saco ventajas de las oportunidades que surgen.					
71. Intento varias formas de superar los obstáculos que complican la realización de mis objetivos					
72. Busco diferentes fuentes de información que me ayuden en mis trabajos y proyectos.					
73. Quiero que mi proyecto productivo sea el mejor del taller.					
74. No dejo que mi trabajo interfiera en mi familia o en mi vida personal.					
75. La mayor parte del dinero que utilizo en mi proyecto o trabajo, lo tomo prestado.					
76. Tengo una visión clara de mi futuro.					
77. Mis actividades las realizo de manera lógica y ordenada.					
78. Si una determinada manera de resolver un problema no resulta, busco otra.					
79. Les digo a las personas lo que tienen que hacer, aunque no lo quieran hacer.					
80. Me mantengo firme en mis decisiones, incluso cuando otras					

personas no estén de acuerdo.					
81. Consigo que personas con firmes puntos de vista cambien su forma de pensar.					
82. Identifico que personas son capaces de ayudarme a alcanzar mis objetivos.					
83. Cuando estoy trabajando con una fecha de entrega, verifico regularmente si puedo terminar el trabajo dentro del plazo fijado					
84. Mis proyectos incluyen cuestiones financieras.					
85. Cuando no se algo, no tengo problemas en admitirlo.					

HOJA DE RESPUESTAS

Nombre y Apellido:

Sexo: Masculino () o Femenino ()

Edad: _____

Nunca (1) Raramente (2) Algunas veces (3) La mayoría de veces (4)
Siempre (5)

Nro. de pregunta	Respuesta con un número de las alternativas	Nro. de pregunta	Respuesta con un número de las alternativas	Nro. de pregunta	Respuesta con un número de las alternativas	Nro. de pregunta	Respuesta con un número de las alternativas
1.		23.		44.		66.	
2.		24.		45.		67.	
3.		25.		46.		68.	
4.		26.		47.		69.	
5.		27.		48.		70.	
6.		27.		49.		71.	
7.		28.		50.		72.	
8.		29.		51.		73.	
9.		30.		52.		74.	
10.		31.		53.		75.	
11.		32.		54.		76.	
12.		33.		55.		77.	
13.		34.		56.		78.	
14.		35.		57.		79.	
15.		36.		58.		80.	
16.		37.		59.		81.	
17.		38.		60.		82.	
18.		39.		61.		83.	
19.		40.		62.		84.	
20.		41.		63.		85.	
21.		42.		64.			
22.		43.		65.			

Anexo 2: Solicitud de autorización

Arequipa, 16 de setiembre del 2021

Solicito permiso para aplicar un cuestionario virtual para tesis de maestría de la UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTA MARÍA


Sr. José Luis Gutiérrez Butrón
Director de la IIEE 40052 "El Peruano Del Milenio Almirante Miguel Grau"


Yo, Wilbert Javier Portilla Huarsa, identificado con DNI 29424366, domiciliado en la Av. Arequipa 974 Miguel Grau. Paucarpata ante Ud. me presento y expongo:

Que habiendo realizado mis estudios e iniciado proyecto de tesis en el año 2018 con el convenio de beca 3.0 entre el Gobierno Regional de Arequipa y la UCSM de Arequipa y estando por regularizar el documento con las encuestas en la IIEE que Ud. Dirige por la razón de que el proyecto de tesis se presentó con el nombre de la IIE donde trabajaba y me desempeñaba en el 2018, es por ello que solicito a su persona el permiso correspondiente para realizar dos encuestas virtuales para nuestra tesis de "Influencia del Modelo Virtual Canvas En El Desarrollo De La Capacidad Emprendedora De Los Estudiantes Del Quinto De Secundaria De La I.E. 40052 "El Peruano Del Milenio Almirante Miguel Grau". Arequipa, 2020". El proyecto de tesis Para Optar El Grado De Maestros En Educación con Mención en Gestión de los Entornos Virtuales Para El Aprendizaje, dicha encuesta es para el área de educación para el trabajo en el VII ciclo es decir tercero, cuarto y quinto de secundaria.

Esperando su respuesta para poder cumplir con este fin netamente educativo me despido de Ud.

Atentamente


Wilbert Javier Portilla Huarsa
Dni 29424366



Anexo 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Preguntas de investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Metodología
<p>Interrogante principal ¿Cuál es la relación que existe entre el Modelo Virtual Canvas y el desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau. Arequipa, 2021.</p> <p>Interrogantes secundarias -¿Cuál es el nivel de aplicación del Modelo Virtual Canvas a través de sus Módulos propuesta en valor, segmentación de clientes, relación con el cliente, canales, actividades clave, recursos clave, socios clave, estructura de costos y fuentes de ingreso en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau? -Cual es el desarrollo de la capacidad emprendedora de realización en los estudiantes del del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau. -¿Cuál es el desarrollo de la capacidad emprendedora de planificación presentan los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau. -¿Cuál es el desarrollo de la capacidad emprendedora para relacionarse socialmente que presentan los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau.</p>	<p>Objetivo general Determinar si existe relación entre el Modelo Virtual Canvas y el desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau. Arequipa, 2021.</p> <p>Objetivos específicos -Describir el nivel de aplicación del Modelo Virtual Canvas a través de sus Módulos propuesta en valor, segmentación de clientes, relación con el cliente, canales, actividades clave, recursos clave, socios clave, estructura de costos y fuentes de ingreso en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau. -Identificar el desarrollo de la capacidad emprendedora de realización en los estudiantes del del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau. -Precisar el desarrollo de la capacidad emprendedora de planificación presentan los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau. -Determinar el desarrollo de la capacidad emprendedora para relacionarse socialmente presentan los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau.</p>	<p>Es probable que: H₁: Existe una relación significativa entre el uso interactivo didáctico del Modelo Virtual Canvas, a través de sus Módulos propuesta en valor, segmentación de clientes, relación con el cliente, canales, actividades clave, recursos clave socios clave, estructura de costos y fuentes de ingreso con el desarrollo de las capacidad emprendedora en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 “El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau”. Es probable que: H₀: No existe relación entre el uso interactivo didáctico del Modelo Virtual Canvas a través de sus Módulos propuesta en valor, segmentación de clientes, relación con el cliente, canales, actividades clave, recursos clave socios clave, estructura de costos y fuentes de ingreso con el desarrollo de las capacidad emprendedora en los estudiantes del VII ciclo de EBR de la institución educativa 40052 “El Peruano del Milenio Almirante Miguel Grau”.</p>	<p>Independiente: Modelo Virtual Canvas</p> <p>Independiente: Desarrollo de la capacidad emprendedora</p>	<p>Propuesta en valor Segmentación de clientes Relación con el cliente Canales Actividades clave Recursos clave Socios clave Estructura de costos Fuentes de ingreso Capacidad de realización Capacidad de planificación Capacidad de relacionarse socialmente</p>	<p>Tipo de investigación: De campo Nivel: Relacional Diseño: No experimental Técnicas: Observación Encuesta Instrumentos *Lista de Cotejos de aplicación Modelo Virtual Canvas *Cuestionario de la Capacidad Emprendedora los estudiantes de secundaria de García; adaptado al Perú por Peralta (2010) Las unidades de estudio. 122 estudiantes del 3ero, 4to y 5to de secundaria.</p>

Anexo 4: Validaciones de expertos

CARTA DE VALIDACIÓN

e mi consideración:

Arequipa, 15 mayo del 2021.

Respondiendo a la solicitud de validación de instrumentos presentado por los licenciados:

CHUQUIPALLA FLORES, Esteban Ronal
LLAIQUI AQUEPUCHO, Walter
PORTILLA HUARSA, Wilbert Javier; señalo lo siguiente:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Lista de Cotejos de aplicación Modelo Virtual Canvas y el Cuestionario de la Capacidad Emprendedora de los estudiantes de secundaria de García; adaptado al Perú por Peralta (2010); con los que se medirán las variables e indicadores considerados en la investigación titulada:

“RELACIÓN DEL MODELO VIRTUAL CANVAS EN EL DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO DE SECUNDARIA DE LA I.E. 40052 “EL PERUANO DEL MILENIO ALMIRANTE MIGUEL GRAU”. AREQUIPA, 2019”

Los instrumentos presentados, después de que los investigadores han realizado las mejoras solicitadas, reúnen los requerimientos tanto de forma como de contenido para medir de manera eficiente los indicadores y por ende las variables propuestos en la investigación; así, las preguntas e ítems presentan claridad, una redacción adecuada para los estudiantes, existe una secuencia lógica y contribuye al logro de los objetivos previstos; consecuentemente quedan validados por mi persona.



Mg. César Y. Zamata Zapana

CESAR YOBANI ZAMATA ZAPANA,
Maestro en Administración de la Educación
DNI. 29556837

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Investigadores:

CHUQUIPALLA FLORES, Esteban Ronal

LLAIQUI AQUEPUCHO, Walter

PORTILLA HUARSA, Wilbert Javier;

Instrumentos de investigación: Lista de Cotejos de aplicación Modelo Virtual Canvas y el Cuestionario de la Capacidad Emprendedora de los estudiantes de secundaria de García; adaptado al Perú por Peralta (2010)

	APRECIACIÓN			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento		X		
Claridad en la redacción de los ítems	X			
Pertinencia con las variable e indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de la aplicación	X			

Valido por: ZAMATA ZAPANA, Cesar Yobani

OBSERVACIONES Los instrumentos presentados, después de que los investigadores han realizado las mejoras solicitadas, reúnen los requerimientos tanto de forma como de contenido para medir de manera eficiente los indicadores y por ende las variables propuestos en la investigación; así, las preguntas e ítems presentan claridad, una redacción adecuada para los estudiantes, existe una secuencia lógica y contribuye al logro de los objetivos previstos; consecuentemente quedan validados por mi



ZAMATA ZAPANA, Cesar Yobani
Maestro en Administración de la Educación
DNI 29556837

CARTA DE VALIDACIÓN

Arequipa, 15 mayo del 2021.

De mi consideración:

Respondiendo a la solicitud de validación de instrumentos presentado por los licenciados:
Chuquipalla Flores, Esteban Ronal
Llaiqui Aquepucho, Walter
Portilla Huarsa, Wilbert Javier; señalo lo siguiente:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Lista de Cotejos de aplicación Modelo Virtual Canvas y el Cuestionario de la Capacidad Emprendedora de los estudiantes de secundaria de García; adaptado al Perú por Peralta (2010); con los que se medirán las variables e indicadores considerados en la investigación titulada: "INFLUENCIA DEL MODELO VIRTUAL CANVAS EN EL DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO DE SECUNDARIA DE LA I.E. 40052 "EL PERUANO DEL MILENIO ALMIRANTE MIGUEL GRAU". AREQUIPA, 2019"

Se presenta como resultados:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS SOBRE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.					X
OBJETIVIDAD	Hacen referencia acciones observables y medibles.					X
CONSISTENCIA	Existe una relación lógica en los contenidos y relación con la teoría.				X	
COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable.					X
PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiadas.				X	
SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.					X

OPINIÓN FAVORABLE

Considero que los instrumentos reúnen los requisitos de forma y contenido suficiente para medir los indicadores de la investigación

Arequipa, 18 de mayo del 2021



RIVERA CHIRINOS, KATHERINE YULISSA
 Maestro en Comunicación y Marketing
 DNI 46830996

CARTA DE VALIDACIÓN

Arequipa, 15 enero del 2021.


De mi consideración:

En atención a la solicitud de validación de instrumentos presentado por los licenciados **CHUQUIPALLA FLORES, Esteban Ronal;** **LLAIQUI AQUEPUCHO, Walter** y **PORTILLA HUARSA, Wilbert Javier;** señalo lo siguiente:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Lista de Cotejos de aplicación Modelo Virtual Canvas y el Cuestionario de la Capacidad Emprendedora de los estudiantes de secundaria de García; adaptado al Perú por Peralta (2010); con los que se medirán las variables e indicadores considerados en la investigación titulada:

“INFLUENCIA DEL MODELO VIRTUAL CANVAS EN EL DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DEL QUINTO DE SECUNDARIA DE LA I.E. 40052 “EL PERUANO DEL MILENIO ALMIRANTE MIGUEL GRAU”. AREQUIPA, 2019”

Luego de que se han levantado las observaciones pertinentes, considero que reúne los requisitos de forma y contenido suficiente para medir los indicadores propuestos en la investigación; así, las preguntas e ítems considerados son pertinentes, existe congruencia entre los ítems, estos presentan claridad y precisión en su redacción; por lo tanto permiten medir adecuadamente los indicadores y consecuentemente las variables de la investigación.



Mg. URQUIZO VARGAS, WILBER JHONNY
Maestro en Educación con Mención en Gestión
de los Entornos Virtuales para el Aprendizaje
DNI 29660099



