

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**Programa de Maestría en Ciencias de la**  
**Educación Mención Docencia e Investigación**



**UNS**  
**ESCUELA DE**  
**POSGRADO**

---

---

**Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la**  
**capacidad de emprendimiento en estudiantes de la**  
**I.E. 88098, Salitre - 2023**

---

---

**Tesis para obtener el grado de Maestro en Ciencias**  
**de la Educación mención Docencia e Investigación**

**Autor:**

**Bach. Coral Mendez, Alex Joel**  
**DNI. N° 44342452**  
**Código ORCID: 0000-0008-5663-4826**

**Asesor:**

**Dr. Zavaleta Cabrera, Juan Benito**  
**DNI. N° 17913120**  
**Código ORCID. 0000-0002-4528-6407**

**Nuevo Chimbote - PERÚ**  
**2025**

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Yo, **Dr. Zavaleta Cabrera, Juan Benito**, mediante la presente certifico mi asesoramiento de la Tesis de Maestría titulada: **Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre - 2023**, elaborado por el Bach. **Coral Mendez, Alex Joel**, para obtener el Grado Académico de **Maestro en Ciencias de la Educación Mención Docencia e Investigación**, en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Santa.

Nuevo Chimbote, febrero de 2025



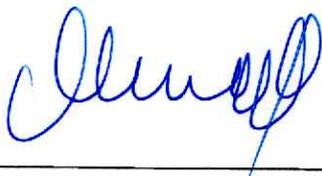
---

**Dr. Zavaleta Cabrera, Juan Benito**  
**ASESOR**  
**DNI N°:17913120**  
**Código ORCID: 0000-0002-4528-6407**

### **AVAL DEL JURADO EVALUADOR**

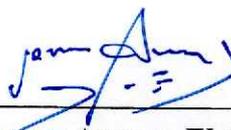
Tesis de Maestría titulada: **Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre - 2023**, elaborado por el Bach. Coral Mendez, Alex Joel

**Revisado y Aprobado por el Jurado Evaluador:**



---

**Dra. Alegre Jara, Maribel Enaida**  
Presidenta  
DNI. N° 32959163  
Código ORCID: 0000-0002-9257-7362



---

**Dr. Vereau Amaya, Elvis Amado**  
Secretario  
DNI. N° 42213634  
Código ORCID 0000-0001-8603-7178



---

**Dr. Zavaleta Cabrera, Juan Benito**  
Vocal  
DNI N°:17913120  
Código ORCID: 0000-0002-4528-6407



**UNS**  
ESCUELA DE  
POSGRADO

### ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

A los veintiséis días del mes de febrero del año 2025, siendo las 10:30 horas, en el aula P-01 de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Santa, se reunieron los miembros del Jurado Evaluador, designados mediante Resolución Directoral N° 038-2025-EPG-UNS de fecha 15.01.2025, conformado por los docentes: Dra. Maribel Enaida Alegre Jara (Presidenta), Dr. Elvis Amado Vereau Amaya (Secretario) y Dr. Juan Benito Zavaleta Cabrera (Vocal); con la finalidad de evaluar la tesis titulada: "**PROPUESTA DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA MEJORAR LA CAPACIDAD DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES DE LA I.E. 88098, SALITRE-2023**"; presentado por el tesista **Alex Joel Coral Mendez**, egresado del programa de **Maestría en Ciencias de la Educación Mención Docencia e Investigación**.

Sustentación autorizada mediante Resolución Directoral N° 181-2025-EPG-UNS de fecha 19 de febrero de 2025.

La presidenta del jurado autorizó el inicio del acto académico; producido y concluido el acto de sustentación de tesis, los miembros del jurado procedieron a la evaluación respectiva, haciendo una serie de preguntas y recomendaciones al tesista, quien dio respuestas a las interrogantes y observaciones.

El jurado después de deliberar sobre aspectos relacionados con el trabajo, contenido y sustentación del mismo y con las sugerencias pertinentes, declara la sustentación como APROBADO, asignándole la calificación de DIECISIETE.

Siendo las 12:00 horas del mismo día se da por finalizado el acto académico, firmando la presente acta en señal de conformidad.

  
Dra. Maribel Enaida Alegre Jara  
Presidenta

  
Dr. Elvis Amado Vereau Amaya  
Secretario

  
Dr. Juan Benito Zavaleta Cabrera  
Vocal/Asesor

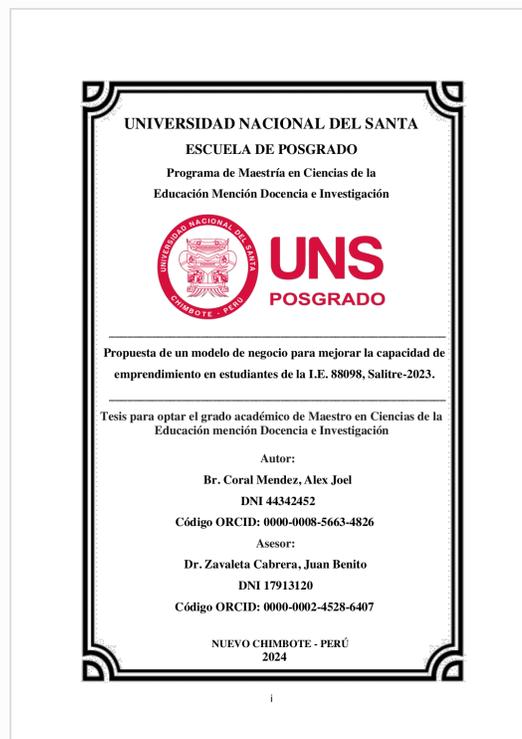


## Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: ALEX JOEL CORAL MENDEZ  
Título del ejercicio: revisión informe de tesis maestría y doctorado 2025  
Título de la entrega: Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacida...  
Nombre del archivo: informe\_vs\_18\_Alex\_Coral\_-\_LEVANT\_OBSERV\_SUST.docx  
Tamaño del archivo: 22.71M  
Total páginas: 114  
Total de palabras: 17,756  
Total de caracteres: 101,636  
Fecha de entrega: 10-mar.-2025 04:52p. m. (UTC-0500)  
Identificador de la entrega: 2611083071



# Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

## INFORME DE ORIGINALIDAD

21%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.uladech.edu.pe">repositorio.uladech.edu.pe</a>	3%
	Fuente de Internet	
2	<a href="https://repositorio.usmp.edu.pe">repositorio.usmp.edu.pe</a>	3%
	Fuente de Internet	
3	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a>	2%
	Fuente de Internet	
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo	2%
	Trabajo del estudiante	
5	<a href="https://repositorio.uns.edu.pe">repositorio.uns.edu.pe</a>	1%
	Fuente de Internet	
6	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a>	1%
	Fuente de Internet	
7	<a href="https://repositorio.unheval.edu.pe">repositorio.unheval.edu.pe</a>	1%
	Fuente de Internet	
8	<a href="https://repository.udistrital.edu.co">repository.udistrital.edu.co</a>	1%
	Fuente de Internet	

## **DEDICATORIA**

A Dios por guiarme e iluminar mis pasos.  
Manuel, mi padre que me acompaña siempre.  
Aurora, mi madre que desde el cielo está  
siempre observándome y se alegra con mis  
triumfos.

Alex.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios padre todo poderoso ya que sin su bendición y esa fuerza espiritual que me brinda no podría gozar de buena salud.

A mi querida familia Coral Torres, quienes me motivan a seguir esforzándome para ser un mejor profesional.

Alex.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN DE ASESORAMIENTO .....	ii
AVAL DEL JURADO EVALUADOR.....	iii
ACTA DE SUSTENTACIÓN .....	iv
RECIBO DIGITAL TURNITIN .....	v
REPORTE PORCENTUAL TURNITIN .....	vi
DEDICATORIA.....	xi
AGRADECIMIENTO.....	xii
ÍNDICE GENERAL .....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xvii
RESUMEN .....	xviii
ABSTRACT .....	xix
CAPÍTULO I	20
INTRODUCCIÓN.....	20
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	22
1.1.1 Planteamiento del problema .....	22
1.1.2 Formulación del problema .....	24
1.2 OBJETIVOS.....	24
1.2.1 Objetivo general .....	24
1.2.2 Objetivos específicos .....	24
1.3 HIPÓTESIS .....	25
1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	26

1.5 LIMITACIONES .....	27
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>28</b>
2.1 ANTECEDENTES .....	28
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	31
2.2.1 Modelo de negocio .....	31
2.2.2 Capacidad de emprendimiento .....	34
2.2.3 Educación para el trabajo.....	36
2.3 PROPUESTA PEDAGÓGICA .....	37
2.3.1 Plan de propuesta de modelo de negocio .....	37
2.3.2 Propuesta de modelo de negocio.....	41
2.4 MARCO CONCEPTUAL .....	51
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>MATERIAL Y MÉTODOS .....</b>	<b>52</b>
3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	52
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	52
3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	52
3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	53
3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	57
3.5.1 Población.....	57
3.5.2 Muestra .....	57
3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	57
3.7 VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD .....	58
3.8 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO .....	58

CAPÍTULO IV	
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	59
4.1 RESULTADOS.....	59
4.2 DISCUSIÓN.....	65
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	71
5.1 CONCLUSIONES.....	71
5.2 RECOMENDACIONES .....	72
CAPÍTULO VI	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y VIRTUALES .....	73
CAPÍTULO VII	
ANEXOS .....	79
➤ <b>Matriz de consistencia .....</b>	<b>80</b>
➤ <b>Instrumentos de recolección de la información.....</b>	<b>83</b>
➤ <b>Fichas o matrices de validación de los instrumentos de recolección de información .....</b>	<b>88</b>
➤ <b>Ficha técnica de la rúbrica para medir la capacidad de emprendimiento .....</b>	<b>91</b>
➤ <b>Otros que la investigación lo requiera .....</b>	<b>93</b>
.....	112

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1.</b> Nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión estructura en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.....	61
<b>Tabla 2.</b> Nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión sistematización en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.....	62
<b>Tabla 3.</b> Nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión aspectos en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.....	63

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo 1.</b> Matriz de consistencia.....	79
<b>Anexo 2.</b> Instrumentos de recolección de la información.....	82
Fichas o matrices de validación de los instrumentos de recolección	
<b>Anexo 3.</b> de información.....	87
Ficha técnica de la rúbrica para medir la capacidad de	
<b>Anexo 4.</b> emprendimiento.....	90
<b>Anexo 5.</b> Otros que la investigación lo requiera .....	92

## RESUMEN

Este proyecto tiene el objetivo de diseñar una propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023. El tipo de investigación fue básico, el método fue cuantitativo y el diseño que se empleó fue no experimental-propositivo, la población estuvo conformada por 23 estudiantes del VII ciclo de secundaria, correspondiente al 3°, 4° y 5° grado de secciones únicas. El instrumento de recolección de la información fue una rúbrica de evaluación que estuvo basado en el modelo Canvas y que se adaptó a la población a estudiar, el instrumento fue sometida a proceso de validación de juicio de expertos, la cual fue realizada por el Dr. Gilmer Juan Luján Guevara, el Dr. Mucha Paitán Angel Javier y la Dra. Isabel Deycy Capillo Lucar, todos con doctorado en educación y la confiabilidad por medio de una prueba piloto donde la prueba Alfa de Crombach obtuvo un valor de 0,83. Los resultados permitieron identificar que el 78,3 % (18) de los estudiantes tenían un nivel bajo de elaboración de modelo de negocio, el 100 % (23) tuvo un bajo nivel de sistematización y el nivel de sistematización con respecto a los aspectos internos fue bajo en el 56,5 % (13) y con respecto a los aspectos externos fue bajo en el 69,6 % (16). Se concluye con la identificación de puntos clave para realizar una propuesta de un modelo de negocio que ayude a mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes del nivel secundaria.

**Palabras clave:** Educación, emprendimiento, innovación.

El autor.

## **ABSTRACT**

The objective of this project is to design a proposal for a business model to improve the entrepreneurship capacity in I.E. students 88098, Salitre-2023. The type of research was basic, the method was quantitative and the design used was non-experimental-propositive, the population consisted of 23 students of the VII cycle of secondary school, corresponding to the 3rd, 4th and 5th grades of single sections. The data collection instrument was an evaluation rubric based on the Canvas model and adapted to the population to be studied. The instrument was submitted to a validation process of expert judgment, which was carried out by Dr. Gilmer Juan Luján Guevara, Dr. Mucha Paitán Angel Javier and Dr. Isabel Deycy Capillo Lucar, all with doctorates in education, and reliability by means of a pilot test where the Crombach's Alpha test obtained a value of 0.83. The results allowed identifying that 78.3 % (18) of the students had a low level of business model elaboration, 100 % (23) had a low level of systematization and the level of systematization with respect to internal aspects was low in 56.5 % (13) and with respect to external aspects was low in 69.6 % (16). It concludes with the identification of key points to make a proposal for a business model that helps improve the entrepreneurship capacity in secondary schools students.

Key words: Education, entrepreneurship, innovation.

The Author.

## **CAPÍTULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

El presente estudio el cual titula: Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023. Tiene como fundamento principal la elaboración de una propuesta de elaboración de modelo de negocios la cual dependerá mucho de la realización de un diagnóstico situacional, el cual se basó en el reconocimiento del nivel de elaboración de modelos de negocio, el nivel de sistematización de modelo de negocios y el nivel de aspectos para la elaboración de modelos de negocio.

Existe una gran importancia en la formación de manejo de empresas en las personas desde edades muy tempranas, lo que conlleva, a la necesidad de identificar los métodos más adecuados para que las ideas emprendedoras sean explotadas y puedan llegar a ser ejecutadas con una alta tasa de éxito.

El desarrollo de la presente investigación, cuenta con siete capítulos descriptos a continuación:

Capítulo I: Se describe el problema, asimismo, la formulación del problema, objetivos e hipótesis, la justificación e importancia y las limitaciones.

Capítulo II: Es el capítulo constituido por la información científica, la cual respalda el estudio por medio de los antecedentes, la fundamentación teórica y el marco conceptual.

Capítulo III: En este capítulo se describe los materiales y métodos, desde el método, tipo, diseño de investigación, la operacionalización de variables, población y muestra, las técnicas e instrumento, junto a la validación y confiabilidad y el tratamiento estadístico.

Capítulo IV: Es el capítulo donde se muestran los hallazgos de manera general y en contrastación con la información científica, iniciando con los resultados y finalizando con la discusión.

Capítulo V: Demuestra las conclusiones y recomendaciones, siendo este el capítulo que responde a la búsqueda planteada en los objetivos.

Capítulo VI: Es el capítulo de las referencias bibliográficas, es la información que permite identificar de donde se ha sacado los datos empleados en todo el estudio.

Capítulo VII: Corresponde al capítulo de los anexos, encontrándose la matriz de consistencia, los instrumentos, los documentos de validación y confiabilidad, la declaración jurada, acta de aprobación y evidencias de ejecución.

El autor.

## **1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.1.1 Planteamiento del problema**

El emprendimiento es entendido como “el intento de crear una empresa nueva, un trabajo propio, una organización empresarial, o la extensión de una empresa”. En el mundo, dentro del Gobar Entrepreneurship Monitor (2023), sobresalen ciertos países específicos, tales como China en Asia y Pacífico, Croacia en Europa y Norte América, Chile en América Latina y El Caribe; y finalmente, Arabia Saudita en el Medio Oeste y África, como los países con más emprendimientos propuestos y realizados.

Según la Actividad Emprendedora Total (TEA), se evidencia que existe una variación del 5 % entre los países de Pakistán, Italia, Polonia y Japón, pero en Latinoamérica, el porcentaje de emprendimiento varía de país a país en un 35 %, siendo reconocido actualmente a Chile y Ecuador, como los países más emprendedores (Vázquez; 2023). Asimismo, es importante precisar que, dentro de todos los rankings de emprendimiento, el Perú no figura dentro de estas escalas, siendo evidente su carente actividad emprendedora en los peruanos (Bonet; 2023).

La actividad emprendedora en las personas, se inicia desde la búsqueda de una mejor formación en estudiantes escolares, la cual permite el enriquecimiento de los métodos adoptados para que el emprendimiento se pueda organizar y finalmente realizar. Es necesario que, para ello, se formen no solo cualidades de iniciativa en los estudiantes, sino principalmente, que se adopte la mejor forma para poder recabar información de calidad, la cual les permitirá poder ejecutar una organización que cumpla con llevar a cabo su emprendimiento (Pamplona, Cuesta y Cano, 2019).

Si bien es cierto, se ha logrado evidenciar que existe una mayor iniciativa en los escolares, quienes llenos de emoción demuestran sus capacidades y talentos al poner en práctica sus proyectos, pero, no se ha planteado una propuesta que les ayude a sistematizar de manera más efectiva las ideas emprendedoras que puedan tener (SIGAA, 2020).

Dentro del proceso de formación de las personas, en búsqueda de lograr muchas metas, desde muy pequeños se ha mentalizado el concluir estudios escolares y posteriormente, iniciar estudios universitarios, pero, si bien es cierto, en cualquier momento de nuestras vidas, se inicia la ejecución de las metas de emprendimiento, donde, todos los conocimientos bases, serán aplicados. Por ello, la etapa escolar juega un rol importante, ya que es donde se

forman los conocimientos base de las personas, de tal manera que se pueda reconocer el emprendimiento como parte de la educación y a su vez, dentro de la planificación docente de cada clase, es necesario que los conocimientos que se van a impartir, sean llamativos, didácticos y con afinidad a la síntesis, siempre enfocados a un modelo que les guíe al éxito (De la Cruz, Pérez; 2020).

En el año 2023, MINEDU, propuso exigencia en las contrataciones de docentes del área de Educación Para el Trabajo, porque precisaban de docentes con mejor currículum y capacitados, ya que la finalidad era el poder conseguir docentes con capacidad de servicio y acompañamiento pedagógico para la realización e implementación de unidades didácticas que permitan desarrollar aprendizajes en estudiantes de colegios de alto rendimiento (COAR), enfocado a los estudiantes que tenían capacidades deportivas en Ica (MINEDU; 2023).

En el año 2022, MINEDU, realizó una capacitación en aproximadamente más de 4 mil docentes dedicados al dictado de educación para el trabajo, donde, por medio de aliados como Crehana, Wempe, el Instituto Toulouse Lautrec y la Fundación telefónica, lograron entregar becas de preparación (MINEDU; 2022). Si bien es cierto, todos esos aliados permitieron la formación de didácticas educativas virtuales, pero, en el Perú, no toda la población tiene acceso a internet y a una computadora, de tal manera, que, en esa población olvidada, es importante que se pueda reconocer métodos de enseñanza que ayuden de manera no virtual a los estudiantes, empleando propuestas de guía que ayuden a reconocer desde los procesos más básicos, la forma idónea de plantear un modelo de negocio.

La Institución Educativa Salitre, se encuentra dentro del distrito de Jimbe, formando parte de las instituciones ubicadas en una localidad rural, donde se ha logrado reconocer como principales carencias en los estudiantes de esta institución educativa, la falta de solvencia económica, la ausencia de un tutor o apoderado y la desmotivación y deseo de superarse.

Como se menciona, dentro de las principales problemáticas identificadas en los estudiantes está la falta de acompañamiento por parte de un adulto, lo que realmente parte de la existencia de hogares separados, ya que, en muchos casos, se ha logrado encontrar a madres cumpliendo los roles de padre y madre, a ello se le suma, la carga de contar con más de dos hijos, generando que, prácticamente la madre tenga que buscar el sustento económico para el hogar y estar ausente en el control y guía de los aprendizajes obtenidos en la escuela, que realmente deberían de ser reforzado en casa.

Con respecto, a lo económico, los estudiantes no presentan la solvencia para poder acceder a aparatos electrónicos como los celulares y las laptops, asimismo, no cuentan con acceso a Internet, lo que consecuentemente genera el poco acceso a información virtual actualizada y de buena calidad.

Además, dado a que la mayoría de las familias se encuentran laborando en el área de la agricultura, son pocas las expectativas de intentar alcanzar el tener una carrera profesional o ejecutar un emprendimiento.

Específicamente, en la Institución Educativa Salitre, se realizan las actividades propuestas por el Ministerio de Educación dentro de la asignatura de Educación para el Trabajo, pero se considera que, se debe de impartir métodos que ayuden a fomentar el emprendimiento y su motivación de los estudiantes en la formación de nuevas empresas.

### **1.1.2 Formulación del problema**

¿Cómo se puede plantear una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023?

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo general**

Formular una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión estructura en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.
- Identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión sistematización en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.
- Identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión aspectos en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

### **1.3 HIPÓTESIS**

$H_A$ : Es posible diseñar una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

$H_0$ : No es posible diseñar una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

## **1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

El presente estudio cuenta con una justificación de conveniencia, ya que el planteamiento de una propuesta pedagógica para la elaboración de un modelo de negocio, beneficiará a los estudiantes y docentes de la institución educativa, asimismo, a los docentes de la UGEL que evidencien el planteamiento de esta investigación y su producto obtenido.

La realización de este estudio permitirá que la sociedad pueda evidenciar los resultados con respecto a la formulación y creación de proyectos de emprendimiento innovadores de gran impacto en el aspecto económico y social. Asimismo, el conocimiento y dominio de la existencia de distintas fases para la creación de un proyecto de emprendimiento le permitirá al estudiante el desarrollar las capacidades y competencia del área de EPT, por tanto, podrán identificar necesidades y/o problemas para formular proyectos de emprendimiento en el contexto social.

Como fundamento teórico, el emprendimiento presenta tres enfoques epistemológicos, primero se encuentra la teoría económica institucional, la cual planteaba que existen diversos mecanismos y factores propuestos por la sociedad con la visión de que se pueda manejar la conducta humana, empleando instituciones, reglas y normas que restringen y condicionan a la sociedad, donde las instituciones pueden ser informales o formales. Como segundo enfoque se encuentra la teoría de las características emprendedoras, la cual menciona que el emprendedor debe de contar con distintas características que le ayuden a resaltar de los demás, siendo los puntos clave para que la persona tenga la capacidad de poder lograr el éxito. Finalmente, el tercer enfoque, habla de la teoría de la complejidad autopoésica, la cual orienta que, para la realización de un emprendimiento, es necesario el uso de un proceso metódico, dinámico y ordenado.

De manera práctica, la investigación contribuirá a resolver la problemática planteada concretamente en la Institución Educativa Salitre, donde se ha evidenciado que no existe un método o modelo de negocio planteado pedagógicamente en el área de Educación Para el Trabajo, de tal manera que este modelo permita que se pueda generar una educación que sea más relevante para los estudiantes, ya que, todos los conocimientos aprendidos durante la educación escolar podrán ser aplicados en el futuro de sus vidas.

En el fundamento metodológico, por medio de la implementación de técnicas y el instrumento rúbrica de evaluación, creados por el autor para medir la capacidad de

emprendimiento mediante la elaboración de modelo de negocio, esta investigación permite que dicha metodología, sea empleada también por otros investigadores.

### **1.5 LIMITACIONES**

Existieron limitaciones con respecto a trabajos de investigaciones sobre modelo de negocios aplicados en el nivel secundaria de educación básica, debido a ello la decisión del tema y objetivos del estudio se retrasó, también se tuvo que cambiar el diseño del estudio modificando muchas partes del mismo.

Limitación con la infraestructura de la I.E, debido a que se encontraba en reconstrucción. Por ello parte del trabajo de investigación se realizó en un aula prefabricada.

Limitación con la cantidad de la muestra de estudió, debido que la institución educativa estuvo ubicada en la zona rural del distrito de Jimbe. Para superar esta limitación, se tomó como muestra a todos los estudiantes del ciclo VII, que también representó la población.

## CAPÍTULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 ANTECEDENTES

##### a. Internacionales

Moscoso, Jurado (2023). Realizaron en Ecuador una investigación sobre un modelo pedagógico para el desarrollo de competencias colaborativas de emprendimiento en estudiantes, el cual se trató de un estudio propositivo y tuvo una población de 49 estudiantes, a quienes les aplicaron un cuestionario virtual empleando la técnica de la encuesta. Los resultados demostraron la existencia de mayores resultados en los promedios del área transformacional, con promedios también elevados en el área de comunicación de equipo con respecto al conflicto positivo. Llegando a la conclusión, de la existencia del deseo de participación en proyectos de emprendimiento, pero con una principal limitante como es el desconocimiento.

Paredes, Medina, Silva (2022). Realizaron en Ecuador una investigación sobre la metodología Canvas y su uso pedagógico, el cual tuvo como metodología un diseño cuantitativo, con una población de 53 estudiantes a quienes les aplicaron un cuestionario. Los resultados demostraron que por medio del uso de esta metodología se generó un aprendizaje significativo sobre la fundamentación teórica y los componentes de un proyecto de emprendimiento. Aun así, la aceptación del modelo Canvas fue minoritario, ya que, la mayoría buscaba emplear métodos más innovadores.

Velásquez, Hoyos, Hernández, Sayado, Sayago, Vargas (2020). Realizaron en Colombia un estudio sobre el modelo para el diseño de ideas de emprendimiento (DIE), empleando una metodología cualitativa y descriptiva, donde se describieron ocho fases de modelo de diseño, siguiendo la siguiente secuencia: Concepto de negocio, propuesta de valor, análisis de mercado, plan de mercadeo, estructura administrativa, estudio técnico y operativo, planificación financiera y resumen ejecutivo. Llegando a la conclusión que el DIE permite la incursión de los emprendedores en espacios laborales nuevos.

Santos y Cifuentes. (2020). En su tesis sobre las estrategias lúdicas para la enseñanza e incentivo emprendedor en estudiantes. Emplearon una serie de actividades como el juego genially, el cine foro, yincana y de más, bajo denominación de propuesta lúdica de

emprendimiento. Se concluye que los elementos como las dinámicas, son una buena idea de motivación y captación de atención para los alumnos.

Martínez, Ripollés, Blesa (2020). En su artículo sobre una propuesta didáctica para la creación de microempresas, tuvieron una metodología propositiva, descriptiva, donde participaron 27 personas, quienes recibieron información de distintos contenidos con la finalidad de crear una escuela para emprender. Llegando a concluir que la existencia de este tipo de cursos, permite la obtención de bastante información pero poco tiempo para ser procesada, de tal forma, que al emplear una didáctica metodológica más innovadora, les ayuda a obtener aprendizajes activos sobre los principios del emprendimiento.

Barrios, Domínguez, Esteban (2020). En Panamá, realizaron una metodología activa en el logro del desarrollo de competencias emprendedoras, planteando como idea innovadora el apoyo de las TICS, empleando una metodología participativa, donde la población estuvo conformada por 93 estudiantes, quienes llegaron a proponer 28 ideas de negocios. Esto permitió concluir que el uso de una metodología activa más el empleo de TICS, les ayudaba a los estudiantes a ser más productivos a nivel de emprendimiento, las didácticas empleadas estuvieron en función a la acción participativa, el aprendizaje a base de problemas, el uso de aulas invertidas y el desing thinking.

Portuguez (2020). Realizó en México una propuesta de modelo educativo para identificar las habilidades de emprendimiento. El estudio tuvo una metodología propositiva en una población de 20 estudiantes y 5 profesionales emprendedores que tuvieron la función de mentores, quienes luego de la inducción de los temas emplearon cuestionarios para identificar el perfil y las habilidades de los estudiantes con respecto a emprendimiento. Las principales habilidades encontradas fueron el liderazgo y la toma de decisiones, luego del diagnóstico realizado, llegaron a proponer un modelo educativo donde, el 47 % demostró tener la capacidad de crear una nueva empresa, el 33 % capacidades para presentar ideas y proyectos y el 20 % para realizar otras actividades de la vida.

Gómez, Pinzón, Ruiz y Vega (2020). Realizaron en Colombia una propuesta aplicada a un modelo de gestión en educación con el fin de promover el emprendimiento en escolares. El estudio planteó dentro de las etapas de aprendizaje, diversas habilidades a desarrollar, también la preparación que se debía de realizar antes de la aplicación de la propuesta, es decir, saberes previos, los cuales estaban en función al eje curricular, los temas generales y sus componentes. Las evidencias de aprendizaje estaban planteadas para ser recopiladas en función a un instrumento que medía logros. Una de las principales estrategias por el

docente, fue la planificación de tareas, lo cual les permitía el avance estricto y obtención del conocimiento y destreza planificado.

## **b. Nacionales**

Vergaray y Deroncele (2023). En Lima, en su artículo sobre las competencias de emprendimiento y la pedagogía emprendedora, realizaron un estudio cualitativo en una población de 120 alumnos y 20 docentes, quienes fueron entrevistados sobre temas de gestión emprendedora, características y cualidades de un emprendedor, emprendimientos sostenibles, creatividad y liderazgo. Concluyendo que, dentro de todos los aportes, la dinámica de enseñanza en el contexto educativo favorece el emprendimiento en los estudiantes.

Ureta (2022). En Chimbote desarrolló una propuesta pedagógica empleando el modelo Canvas para desarrollar capacidades emprendedoras, empleando una metodología propositiva, cuantitativa en una población de 120 estudiantes, divididos en dos grupos, uno fue el grupo control y el otro el grupo experimental, en ambos grupos se empleó un cuestionario. Los resultados demostraron que el nivel de desarrollo de capacidades fue alto en el grupo control y moderado en el grupo experimental, asimismo, luego de la aplicación de los test, el desarrollo de capacidades fue moderado en el grupo control y alto en el grupo experimental.

Altamirano (2021). Realizó en Andahuaylas una propuesta pedagógica para el emprendimiento en estudiantes, donde empleó una metodología propositiva cuantitativa, en una población de 524 estudiantes a quienes se les aplicó una encuesta y posteriormente la implementación de una propuesta de método de emprendimiento. Inicialmente se realizó un diagnóstico, para luego hacer el planteamiento del modelo de emprendimiento donde, se realizó en función a dos corrientes primero la formulación de un proyecto institucional y después la implementación de la propuesta, la cual consistía en la presencia de estrategias, operalización, actividades, articulación y construcción de una escuela.

Carreño (2021). En Chiclayo, realizó una propuesta de negocio online con la finalidad de desarrollad habilidades emprendedoras, empleando una metodología propositiva en 50 estudiantes a quienes les aplicó un cuestionario para realizar un diagnóstico y luego el planteamiento de una propuesta de negocio. Las habilidades encontradas fueron

mayormente regulares y deficientes, asimismo, la estructura de negocio fue deficiente y la gestión de emprendimiento fue regular.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1 Modelo de negocio**

Se puede definir como una manera en que un negocio está adaptado a algo estructurado y que tiene como finalidad el poder generar una mayor cantidad de beneficios e ingresos, siendo principalmente, ideado para que los servicios que va a entregar, satisfagan grandemente a los consumidores (Barg, 2013).

Para Osterwalder y Pigneur (2011), este se basa en una elección bastante estratégica, que permite obtener las ideas de valor en un proyecto o negocio, siendo bastante simplificado el proceso de hacer un negocio, debido que, al encontrarse estructurado, permite que las ideas sean planteadas con mayor facilidad.

Según Osterwalder y Pigneur (2011), un modelo de negocio representa los fundamentos sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor.

Para Osterwalder y Pigneur (2011), la definición de modelo de negocio busca que se convierta en un lenguaje compartido que sea fácil de describir y gestionar, con la finalidad de desarrollar nuevas alternativas estratégicas, sin este idioma, es muy complicado cuestionarse de una manera sistemática las percepciones personales y tener éxito al momento de innovar. Por ello, el autor divide en nueve módulos básicos un modelo de negocio para que muestre una lógica al momento de generar ingresos. Estos nueve módulos describen las cuatro áreas principales de un modelo de negocio: qué ofrezco (propuesta de valor), a quién (segmento de mercado), cómo (recursos clave) y cuánto (estructura de costos). A continuación, se desarrolla cada uno de ellos:

#### **a. Segmento de clientes:**

En esta sección del módulo, es esencial comprender que el cliente es eje central de cualquier modelo de negocio, y el objetivo principal es contar con clientes rentables. Para mejorar su satisfacción, es clave segmentarlos en grupos según sus necesidades, comportamientos y características en común. Una vez analizados en profundidad tanto el cliente como el mercado, es posible diseñar un modelo de negocio basado en conocimiento preciso de las necesidades específicas del público objetivo.

Este bloque permite reflexionar sobre las siguientes cuestiones: ¿Para quiénes estamos generando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más relevantes?

### **b. Propuesta de valor:**

Es el factor determinante que lleva a un cliente a preferir una empresa, producto o servicio, ya que su propósito es resolver un problema o satisfacer una necesidad. Además, las propuestas de valor consisten en un conjunto de servicios diseñados para atender los requerimientos de uno o más segmentos de mercado.

A partir de esta definición, el autor plantea las siguientes preguntas: ¿Qué valor ofrecemos a nuestros clientes? ¿Qué problema les ayudamos a resolver?

Las propuestas de valor generan valor mediante una combinación de elementos adaptados a las necesidades de cada segmento seleccionado. Estos elementos pueden ser cuantitativos, como el precio o la rapidez del servicio, o cualitativos, como el diseño o la experiencia del cliente.

### **c. Relaciones con el cliente:**

Representan la manera en que una empresa interactúa con sus clientes, estableciendo y manteniendo relaciones de forma específica para cada segmento de mercado. Es fundamental que las empresas definan cómo atenderán a sus clientes de manera efectiva.

El autor plantea las siguientes preguntas: ¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado? ¿Cómo nos comunicamos actualmente con los clientes? ¿De qué manera se integran nuestros canales? ¿Cuáles generan mejores resultados?

Esta relación puede variar desde un trato completamente personalizado hasta una automatización total. Para ello, se apoya en tres principios fundamentales:

- Captación de clientes: Las empresas buscan constantemente atraer nuevos clientes para ampliar su cartera.
- Fidelización de clientes: Una vez adquiridos, es crucial retenerlos el mayor tiempo posible, ya que atraer nuevos clientes suele implicar un costo elevado, mientras que conservarlos garantiza ventas recurrentes.
- Venta sugestiva: Es una estrategia efectiva para captar y fidelizar clientes, en la que se les motiva a adquirir productos o servicios que quizás no tenían intención de comprar, utilizando técnicas de venta persuasivas y un alto grado de empatía.

### **d. Canales:**

Su propósito es comunicar, distribuir y vender, sirviendo como el vínculo directo entre la empresa y el cliente.

El autor plantea las siguientes preguntas: ¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado? ¿Cómo nos relacionamos actualmente con los clientes?

Existen dos tipos de canales:

- Canales propios: Incluyen el equipo comercial, las ventas en línea y las tiendas físicas de la empresa.
- Canales de socios: Comprenden intermediarios como mayoristas o tiendas asociadas.

El primer tipo se conoce como canal directo, mientras que el segundo se denomina canal indirecto.

#### **e. Fuentes de ingresos:**

Es un aspecto fundamental, ya que aquí se generan los flujos de caja necesarios no solo para la operación del negocio, sino también para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Para determinar los beneficios, es esencial calcular la diferencia entre los ingresos y los gastos.

Las preguntas clave a considerar son: ¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué están pagando en la actualidad? ¿Cómo realizan sus pagos actualmente? ¿De qué manera preferirían pagar?

#### **f. Recursos clave:**

Se identifican los recursos clave que permiten el funcionamiento de un modelo de negocio. Todos los modelos requieren activos, ya sean económicos, físicos, humanos o intelectuales, o una combinación de estos. Estos recursos son esenciales para desarrollar y ofrecer una propuesta de valor, alcanzar los mercados, construir relaciones con los segmentos de clientes y generar ingresos.

Las preguntas a responder son: ¿Qué recursos clave necesitan nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con los clientes y fuentes de ingresos?

#### **g. Actividades clave:**

Se trata de las acciones esenciales que una empresa debe llevar a cabo para alcanzar el éxito. Estas actividades son fundamentales para desarrollar y ofrecer una propuesta de valor, acceder a los mercados, construir relaciones con los clientes y generar ingresos. Cada modelo de negocio tendrá actividades específicas según su sector y nivel de complejidad.

Las preguntas a considerar son: ¿Qué actividades clave son necesarias para nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con los clientes y fuentes de ingresos?

#### **h. Asociaciones clave:**

Las empresas establecen asociaciones por diversas razones, y estas alianzas se han vuelto cada vez más esenciales para muchos modelos de negocio. A través de estas colaboraciones,

las compañías buscan optimizar sus operaciones, minimizar riesgos y acceder a recursos estratégicos.

Las preguntas clave en esta etapa son: ¿Quiénes son nuestros socios estratégicos? ¿Quiénes son nuestros proveedores principales? ¿Qué recursos esenciales obtenemos a través de nuestros socios?

#### **i. Estructura de costes:**

Crear y entregar valor, captar y retener clientes, así como generar ingresos, implica costos para la empresa. Es fundamental reconocer que cada modelo de negocio tiene una estructura de costos diferente, determinada por su industria, complejidad y estrategia.

Si bien la optimización de costos es clave en cualquier modelo de negocio, en algunos casos resulta más crítica que en otros. Por ello, es útil diferenciar entre dos enfoques principales de estructura de costos: **basada en costos**, que busca minimizar gastos al máximo, y **basada en valor**, que prioriza la diferenciación y la experiencia del cliente, incluso si implica mayores costos.

El autor plantea las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los costos más relevantes dentro de nuestro modelo de negocio? ¿Qué recursos clave representan el mayor gasto? ¿Cuáles son las actividades clave con los costos más altos?

### **2.2.2 Capacidad de emprendimiento**

La expresión emprendimiento tiene su origen en Francia y proviene de la palabra *entrepreneur*, cuyo significado inicial hacía referencia a un pionero, término utilizado para describir a los aventureros. Con el tiempo, su uso se ha transformado, y en la actualidad, en el sector económico, se emplea para designar a quienes inician una empresa o negocio (Castillo, 1999).

Por tanto, los emprendedores son los visionarios que identifican una necesidad o un problema existente en los potenciales clientes, para luego poder brindarles un producto o servicio que satisfaga sus expectativas.

La capacidad de emprendimiento está muy relacionado a la palabra proyecto que se refiere a diversas actividades dirigidas a enfocarse a conseguir objetivos, siguiendo métodos definidos, necesitando personas que conozcan de la preparación y organización, así como de otros recursos numéricos en forma de presupuesto, que ayude a alcanzar lo planificado alcanzando el éxito; cuyos resultados no deben infringir las normas y buenas prácticas

establecidas, teniendo en cuenta que todo proyecto debe iniciar con una idea que se materializa poniendo en práctica el mismo (Almerich, Suárez, Díaz y Orellana; 2020).

Los proyectos de emprendimiento guardan una estrecha relación con la capacidad de emprendimiento ya que estos se enfocan en invertir, formando un conjunto de actividades dirigidas a comenzar algo nuevo, invirtiendo sus recursos con tiempo establecido y por un equipo de trabajo, o una persona. A la hora de empezar, la invención y la capacidad emprendedora juega un importante rol para ganar capacidad y competencia (Jurado, Morán; 2019).

En la actualidad, el concepto de emprendedor se emplea para describir a una persona con la habilidad de identificar nuevas oportunidades en el mercado y de generar algo innovador o distinto a lo ya existente. Esto es posible gracias a su gran destreza para adquirir y gestionar recursos con el propósito de materializar sus ideas.

El emprendimiento se define como un conjunto de elementos que incluyen recursos, procesos y condiciones que permiten a las personas identificar y aprovechar oportunidades en su entorno, impulsando así la creación y el crecimiento de sus negocios (Naudé; 2013).

Para Vivanco (2018), el emprendedor es una persona que organiza actividades, establece metas, impulsa el desarrollo, fomenta el crecimiento y genera transformaciones tanto en su entorno como en quienes lo rodean. Asimismo, se distingue por su alto sentido de responsabilidad y por reconocer que sus logros son el resultado de su propio esfuerzo.

Valverde (2009), define la capacidad de emprendimiento como la disposición para iniciar un negocio, frecuentemente motivada por la falta de empleo. Esto implica identificar y aprovechar oportunidades, transformando ideas en un plan de negocio concreto.

Formichella (2004), sostiene que el emprendimiento está estrechamente vinculado con la educación, el empleo y el desarrollo local. En este sentido, la aplicación de herramientas educativas para fortalecer el espíritu emprendedor en los estudiantes no solo les permite adquirir habilidades sociales clave para sus proyectos, sino que también genera efectos positivos como la creación de nuevas empresas, el crecimiento de las ya existentes y el aumento de oportunidades laborales. Por ello, es fundamental que las instituciones educativas promuevan el emprendimiento, ya que contribuye a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Según Martínez y Carmona (2009), la enseñanza del curso de emprendimiento tiene como objetivo desarrollar competencias emprendedoras desde una perspectiva integral, permitiendo la interconexión entre el entorno social y económico. De este modo, ambos pueden coexistir y enfrentarse en contextos similares. Solo así es posible formar

emprendedores autónomos y completos, preparados para afrontar los desafíos del mundo actual.

Moriano, Palací y Morales (2006). Clasifican el emprendimiento en dos tipos. En primer lugar, el emprendimiento empresarial, impulsado por individuos o entidades con el propósito fundamental de generar beneficios económicos. En contraste, el emprendimiento social se enfoca en resolver problemas que afectan a la sociedad, promoviendo valores, facilitando conocimientos, desarrollando capacidades y proporcionando recursos para el bienestar colectivo.

### **2.2.3 Educación para el trabajo**

#### **a. Definición**

El área curricular de educación para el trabajo tiene por finalidad desarrollar competencia laboral, capacidades y actitudes emprendedoras, que permitan a los estudiantes insertarse en el mercado laboral, como trabajador dependiente o generar su propio puesto de trabajo creando su microempresa, en el marco de una cultura emprendedora (CNEB; 2016).

#### **b. Competencia: Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social**

Es cuando el estudiante lleva a la acción una idea creativa movilizando con eficiencia y eficacia los recursos, tareas y técnicas necesarias para alcanzar objetivos y metas individuales o colectivas con la finalidad de resolver una necesidad no satisfecha o un problema económico, social o ambiental. Comprende que el estudiante trabaje cooperativamente para crear una propuesta de valor, plasmando una alternativa de solución a una necesidad o problema de su entorno, a través de un bien o servicio, valide sus ideas con posibles usuarios y la seleccione, en función de viabilidad. Esta competencia implica la combinación de cuatro capacidades (CNEB; 2016).

- **Capacidad 1: Crea propuesta de valor**

Genera alternativas de solución creativas e innovadoras a través de un bien o servicio que resuelva una necesidad no satisfecha o un problema económico, social o ambiental que investiga en su entorno; evalúa la pertinencia de sus alternativas de solución validando sus ideas con las personas que busca beneficiar o impactar, y la viabilidad de las alternativas de solución basado en criterios para seleccionar una de ellas; diseña una estrategia que le permita poner en marcha su idea definiendo objetivos, metas, dimensionando los recursos y tareas (CNEB; 2016).

- **Capacidad 2: Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas**

Es integrar esfuerzos individuales para el logro de un objetivo en común, organizar el trabajo en equipo en función de las habilidades diferentes que pueda aportar cada miembro, asumir con responsabilidad su rol y las tareas que implica desempeñándose con eficacia y eficiencia. Es también reflexionar sobre su experiencia de trabajo y la de los miembros del equipo para generar un clima favorable, mostrando tolerancia a la frustración, aceptando distintos puntos de vista y consensuando ideas (CNEB; 2016).

- **Capacidad 3: Aplica habilidades técnicas**

Es operar herramientas, máquinas o programas de software, y desarrollar métodos y estrategias para ejecutar los procesos de producción de un bien o la prestación de un servicio aplicando principios técnicos; implica seleccionar o combinar aquellas herramientas, métodos o técnicas en función de requerimientos específicos aplicando criterios de calidad y eficiencia (CNEB; 2016).

- **Capacidad 4: Evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento**

Es determinar en qué medida los resultados parciales o finales generaron los cambios esperados en la atención del problema o necesidad identificada; emplea la información para tomar decisiones e incorporar mejoras al diseño del proyecto. Es además analizar los posibles impactos en el ambiente y la sociedad, y formular estrategias que permitan la sostenibilidad del proyecto en el tiempo (CNEB; 2016).

## 2.3 PROPUESTA PEDAGÓGICA

### 2.3.1 Plan de propuesta de modelo de negocio

**a. Denominación:**

Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.
--

**b. Autor:**

Apellidos y Nombres	DNI	Correo electrónico
Coral Mendez Alex Joel	44342452	alexcoral.ept2018@gmail.com

**c. Localización:**

Región	Ancash
Provincia	Santa

Distrito	Nuevo Chimbote
Localidad/es	Centro poblado salitre
Institución/es educativa/s	I.E N° 88098

**d. Responsables:**

- Individuales: Alex Joel Coral Mendez

**e. Beneficiarios:**

- Directos: Estudiantes de nivel secundaria.
- Indirectos: Docentes de nivel secundaria.

**f. Descripción de la propuesta:**

Es una propuesta de un modelo de negocio para que los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa 88098- Salitre, mejoren su capacidad de emprendimiento.

**g. Fundamento teórico:**

- Proyecto de emprendimiento

Definición

La palabra proyecto se refiere a un diversas actividades dirigidas a enfocarse a conseguir objetivos, siguiendo métodos definidos, necesitando personas que conozcan de la preparación y organización, así como de otros recursos numéricos en forma de presupuesto, que ayude a alcanzar lo planificado alcanzando el éxito; cuyos resultados no deben infringir las normas y buenas prácticas establecidas, teniendo en cuenta que todo proyecto debe iniciar con una idea que se materializa poniendo en práctica el mismo (Almerich, Suárez, Díaz y Orellana; 2020).

Un proyecto consta de planificación y de un plan de acción, con la aplicación productiva de recursos que dispone la persona o grupos de personas; debiendo contar con análisis y valoración, es también cualquier idea que se tenga que permita generar beneficios en un futuro (Catillo; 2019).

- Modelo de negocio

Definición

Se puede definir como una manera en que un negocio está adaptado a algo estructurado y que tiene como finalidad el poder generar una mayor cantidad de beneficios e ingresos,

siendo principalmente, ideado para que los servicios que va a entregar, satisfagan grandemente a los consumidores (Barg, 2013).

Para Osterwalder y Pigneur (2011), este se basa en una elección bastante estratégica, que permite obtener las ideas de valor en un proyecto o negocio, siendo bastante simplificado el proceso de hacer un negocio, debido que, al encontrarse estructurado, permite que las ideas sean planteadas con mayor facilidad.

#### **h. Justificación:**

- Social:

El impacto de esta investigación tiene una justificación de relevancia social, porque los resultados tendrán incidencia directa, al crear proyectos de emprendimiento innovadores de gran impacto en el aspecto económico y social.

Asimismo, el conocimiento y dominio de la existencia de distintas fases para la creación de un proyecto de emprendimiento le permitirá al estudiante desarrollar las capacidades y competencia del área de EPT, por tanto, identificar necesidades y/o problemas para formular proyecto de emprendimiento en el contexto social.

- Pedagógica:

El presente estudio cuenta con una justificación pedagógica, ya que el planteamiento de una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento, beneficiará a los estudiantes y docentes de la institución educativa, asimismo, a los docentes de la UGEL que evidencien el planteamiento de esta investigación y su producto obtenido.

#### **i. Objetivos:**

Objetivo general:

- Formular una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

Objetivos específicos:

- Formular una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en la dimensión estructura en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

- Formular una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en la dimensión sistematización en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.
- Formular una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en la dimensión aspectos en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

**j. Diseño metodológico:**

Etapas: Modelo de negocio	Actividades: Identificar
A) 1ra. Etapa: <b>Primeros clientes</b>	¿A quién ayudas, resuelves problema o satisfaces necesidad?
B) 2da. Etapa: <b>Propuesta de valor única</b>	¿Qué valor agregado ofreces en el producto?
C) 3ra. Etapa: <b>Tienda física y virtual</b>	¿Cómo vendes y entregas el producto?
D) 4ta. Etapa: <b>Relación con el cliente</b>	¿Cómo te relacionas, captas y fidelizas al cliente?
E) 5ta. Etapa: <b>Flujo de ingresos</b>	¿Qué vías-fuentes generan ingresos y ganancias?
F) 6ta. Etapa: <b>Recursos clave</b>	¿Qué tengo o necesito para realizar las actividades del negocio?
G) 7ma. Etapa: <b>Actividades claves</b>	¿Qué actividades desarrollaré para llevar al mercado mi propuesta de valor?

H) 8va. Etapa: <b>Socios clave</b>	¿Quiénes te ayudan en tu objetivo comercial?
I) 9na. Etapa: <b>Estructura de costos</b>	¿Qué gastos y costos debo realizar?

### 2.3.2 Propuesta de modelo de negocio

Un modelo de negocio es una estructura conceptual que describe la forma en que una empresa crea, entrega y captura valor. En esencia, se define como una empresa que opera y genera ingresos. Un modelo de negocio incluye componentes clave como la propuesta de valor (qué productos o servicios ofrece la empresa y cómo satisfacen las necesidades del cliente), el segmento de clientes (a quién se dirige la empresa), los canales de distribución (cómo llegan los productos o servicios al cliente), las relaciones con los clientes (cómo interactúa la empresa con sus clientes), las fuentes de ingresos (cómo la empresa gana dinero), los recursos clave (los activos necesarios para operar) y las actividades clave (las acciones necesarias para ofrecer la propuesta de valor). Los modelos de negocio pueden variar ampliamente según la industria, el tipo de empresa y las estrategias específicas de la organización. Un modelo de negocio exitoso es aquel que permite a la empresa generar beneficios sostenibles a largo plazo.

#### a. Primeros clientes

Se hace referencia a la importancia de comprender a fondo el público objetivo, es decir, a quién se dirigirá la oferta, cuáles son las preferencias, gustos y clientes más relevantes para el negocio junto con su propuesta de valor. A medida que se adquieren clientes y su número aumenta, es común categorizarlos en segmentos lógicos (por ejemplo, edad, preferencias, poder adquisitivo, etc.), lo que se conoce como segmentación de clientes.

Este concepto responde a la pregunta sobre quiénes serán los destinatarios de nuestro producto o servicio. Por lo tanto, es crucial considerar a los primeros clientes, ya que desempeñan un papel integral en el proceso de lanzamiento y crecimiento de un negocio. Su apoyo inicial y sus comentarios son esenciales para establecer una base sólida y allanar el camino hacia el éxito a largo plazo.

Algunas características distintivas de los primeros clientes son:

- **Adopción temprana:** Los primeros clientes son individuos o empresas que muestran disposición para experimentar con productos o servicios nuevos antes que el público en general. Se caracterizan por estar dispuestos a asumir cierto grado de riesgo y tienen un interés genuino en las innovaciones y novedades.
- **Feedback constructivo:** Los clientes iniciales suelen ofrecer retroalimentación invaluable sobre cómo mejorar el producto o servicio. Esta información es crucial para iterar y perfeccionar la oferta, adaptándola de manera más efectiva a las necesidades del mercado.
- **Fidelidad:** Si los primeros clientes quedan satisfechos con su experiencia inicial, es probable que se conviertan en defensores leales de la marca. Esta lealtad puede generar un efecto positivo en el boca a boca, atrayendo así a nuevos clientes hacia la empresa.
- **Crecimiento orgánico:** Frecuentemente, los clientes iniciales son el impulso inicial para el crecimiento orgánico de una empresa. Su satisfacción puede generar referencias y recomendaciones, lo que a su vez puede atraer a más clientes potenciales.
- **Flexibilidad:** Los primeros clientes pueden mostrar disposición para tolerar ciertas limitaciones o imperfecciones en el producto o servicio inicial, siempre y cuando perciban su valor potencial. Esto ofrece a la empresa la oportunidad de mejorar y evolucionar con el tiempo.

#### **b. Propuesta de valor única:**

La propuesta de valor representa el corazón de la ventaja competitiva de una empresa. Expone claramente las razones por las cuales alguien elegiría comprar o hacer negocios con esa empresa en lugar de con sus competidores. Más que una mera descripción del producto o servicio, la propuesta de valor es la promesa de valor que un cliente espera recibir. Se trata de una promesa única y convincente que explica cómo el producto o servicio de una empresa resuelve un problema específico o satisface una necesidad particular de manera más eficaz que las alternativas disponibles. En resumen, una excelente propuesta de valor puede marcar la diferencia entre perder una venta y cerrarla.

La relevancia de una propuesta de valor reside en su capacidad para expresar de forma clara y persuasiva por qué un cliente potencial debería elegir un producto o servicio específico sobre otras opciones disponibles en el mercado. Algunos aspectos fundamentales sobre la importancia de una propuesta de valor son:

- **Diferenciación:** Facilita la identificación y distinción del producto o servicio frente a la competencia, resaltando sus características exclusivas y beneficios particulares.

- ***Atracción de clientes:*** Una propuesta de valor convincente puede captar la atención de potenciales clientes y generar interés en lo que la empresa ofrece.
- ***Fidelización de clientes:*** Una vez que los clientes han experimentado el valor proporcionado por un producto o servicio, una propuesta de valor sólida puede contribuir a mantener su lealtad a largo plazo.
- ***Orientación estratégica:*** Ayuda a dirigir las decisiones estratégicas de la empresa al enfocar los esfuerzos en satisfacer las necesidades y deseos específicos de los clientes.
- ***Maximización del valor percibido:*** Al resaltar los beneficios y ventajas ofrecidos, una propuesta de valor puede influir en la percepción de los clientes sobre el valor del producto o servicio, lo que puede justificar precios más altos y mejorar la rentabilidad.

### **c. Tienda física y virtual**

Una tienda física, es un lugar de venta que opera en un espacio tangible, como un local comercial en una calle, un establecimiento dentro de un centro comercial o una tienda independiente. En estos lugares, los clientes tienen la oportunidad de ver, tocar, probar y adquirir productos en persona. Este tipo de establecimiento ofrece una experiencia de compra directa y palpable, donde los clientes pueden interactuar con los productos y recibir atención personalizada por parte del personal de la tienda. Aunque las tiendas físicas han sido durante mucho tiempo la forma más común de comercio minorista, en la era digital coexisten con las tiendas en línea, también conocidas como tiendas virtuales o tiendas en línea.

Una tienda virtual, también conocida como tienda en línea o tienda electrónica, es un sitio web que posibilita a los usuarios adquirir productos o servicios a través de internet. Actúa como una plataforma digital donde los clientes tienen la capacidad de examinar catálogos de productos, efectuar compras, realizar pagos en línea y recibir los artículos solicitados en la ubicación que elijan. Este tipo de establecimientos se distinguen por estar disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana, desde cualquier dispositivo con acceso a internet, proporcionando así una experiencia de compra cómoda y adaptable para los consumidores.

La relevancia de una tienda virtual se fundamenta en diversos aspectos cruciales:

- ***Accesibilidad global:*** Una tienda en línea posibilita alcanzar a potenciales clientes en todo el mundo, superando barreras geográficas y expandiendo considerablemente el alcance del negocio.

- **Disponibilidad 24/7:** Una tienda virtual permanece abierta las 24 horas del día, los 7 días de la semana, permitiendo a los clientes efectuar compras en cualquier momento conveniente para ellos, sin limitaciones de horario.
- **Reducción de costos:** En comparación con una tienda física, una tienda en línea puede requerir una inversión inicial menor y tener costos operativos más bajos en términos de alquiler, mantenimiento y personal.
- **Experiencia de compra personalizada:** Las tiendas virtuales pueden emplear datos y análisis para proporcionar recomendaciones personalizadas a los clientes, mejorando la experiencia de compra y fomentando la lealtad del cliente.
- **Flexibilidad y escalabilidad:** Una tienda en línea ofrece flexibilidad para probar y adaptar rápidamente estrategias de marketing, así como para expandir el inventario y diversificar los productos ofrecidos conforme al crecimiento del negocio.
- **Interacción con los clientes:** Las plataformas en línea proporcionan diversas herramientas para interactuar con los clientes, como chats en vivo, redes sociales y correos electrónicos automatizados, lo que permite una comunicación más directa y efectiva.
- **Adaptación a las tendencias digitales:** En un entorno cada vez más digitalizado, contar con una presencia en línea es esencial para mantenerse relevante y competitivo en el mercado actual.

En resumen, una tienda virtual ofrece una serie de ventajas que pueden impulsar el crecimiento y el éxito de un negocio al facilitar el acceso a nuevos mercados, mejorar la experiencia del cliente y reducir costos operativos.

#### **d. Relación con el cliente:**

La interacción y conexión que una empresa establece y mantiene con sus clientes a lo largo de su ciclo de vida comercial se define como la relación con los clientes. Esta relación es esencial para cultivar la lealtad, satisfacción y confianza en la marca, lo que, a su vez, puede generar ventas recurrentes, referencias y comentarios favorables.

Hay diversas maneras de gestionar y mejorar la relación con los clientes:

- **Comunicación afectiva:** Establecer una comunicación clara y transparente con los clientes, utilizando medios como el correo electrónico, las redes sociales, el chat en vivo y otros canales, con el fin de atender preguntas, solucionar problemas y ofrecer actualizaciones pertinentes.

- **Personalización:** Personalizar la experiencia del cliente de acuerdo con sus preferencias y comportamientos previos, proporcionando recomendaciones personalizadas, ofertas exclusivas y contenido relevante.
- **Servicio al cliente de calidad:** Ofrecer un servicio al cliente excepcional en todas las etapas, desde antes de la compra hasta después de ella, respondiendo de manera rápida a las consultas, abordando los problemas con prontitud y demostrando empatía hacia las necesidades del cliente.
- **Recopilación de retroalimentación:** Recopilar opiniones de los clientes respecto a su experiencia con la empresa y sus productos o servicios, mediante encuestas, comentarios en línea o evaluaciones de satisfacción del cliente, y emplear esa retroalimentación para realizar mejoras continuas.
- **Programas de fidelización:** Instaurar programas de recompensas o fidelización que motiven a los clientes a continuar adquiriendo productos y a recomendar la marca a otros.

#### **e. Flujo de ingreso**

Debemos analizar qué ingresos están ingresando en nuestra empresa, la frecuencia de este flujo (ya sea mensual, semanal o diario) y cuánto está dispuesto a pagar nuestro cliente. Todos estos aspectos deben estar alineados con la propuesta de valor de nuestra empresa. Esto nos permitirá evaluar el margen de ganancias de las diferentes fuentes de ingresos y tomar decisiones informadas sobre la rentabilidad de la empresa.

Las fuentes de ingreso son las distintas vías a través de las cuales una empresa genera ganancias y obtiene ingresos. Estas fuentes pueden variar según el modelo de negocio específico de la empresa.

Algunas de las fuentes de ingreso más comunes son:

- **Venta de productos:** Generación de ingresos mediante la comercialización de productos físicos o bienes tangibles. Este proceso puede incluir la venta directa a los consumidores finales o a través de intermediarios como minoristas o distribuidores.
- **Venta de servicios:** Obtención de ingresos a través de la prestación de servicios profesionales, consultoría, asesoramiento, mantenimiento, reparación u otros servicios especializados.
- **Suscripciones o membresías:** Generación de ingresos recurrentes mediante la venta de suscripciones o membresías que proporcionan acceso continuo a productos, servicios o contenido exclusivo.

- **Alquiler de activos:** Obtención de ingresos a través del alquiler o arrendamiento de activos físicos, como propiedades inmobiliarias, equipos, vehículos o maquinaria, a cambio de pagos periódicos.

- **Ventas cruzadas:** Generación de ingresos adicionales al proporcionar productos o servicios complementarios a los clientes existentes durante el proceso de venta, incrementando de esta manera el valor total de la transacción.

Estas representan solo algunas de las numerosas formas en las que una empresa puede diversificar sus fuentes de ingresos con el fin de optimizar su rentabilidad y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

#### **f. Recursos clave:**

Los recursos clave son los elementos esenciales, activos y habilidades fundamentales que una empresa requiere para funcionar y llevar a cabo sus actividades principales de negocio de manera eficiente. Estos recursos son vitales para la creación, entrega y obtención de valor dentro del modelo de negocio de la empresa. Pueden variar en tipos y pueden incluir:

- **Recursos físicos:** Esto abarca las instalaciones, equipos, maquinaria, inventario, infraestructura de producción y cualquier otro activo físico necesario para realizar las operaciones comerciales.

- **Recursos humanos:** Hace referencia al personal, talento y conocimientos especializados requeridos para llevar a cabo las actividades empresariales. Esto puede englobar empleados, gerentes, expertos en marketing, ingenieros, diseñadores, entre otros.

- **Recursos intelectuales:** Estos constituyen los activos intangibles que contribuyen al valor de la empresa, tales como propiedad intelectual (patentes, marcas registradas, derechos de autor), algoritmos, bases de datos, software personalizado y otros activos intelectuales.

- **Recursos financieros:** Esto hace referencia al capital financiero necesario para respaldar las operaciones comerciales, que abarca desde los fondos destinados a inversiones hasta el capital de trabajo, préstamos, líneas de crédito y cualquier otra forma de financiamiento requerido.

- **Recursos de distribución y logística:** Esto alude a la infraestructura y habilidades esenciales para la distribución eficaz de productos o servicios, que incluyen redes de distribución, centros de almacenamiento, flotas de transporte y sistemas de gestión logística.

Estos recursos clave son indispensables para el funcionamiento y la continuidad exitosa de la empresa, y su gestión adecuada es crucial para mantener la competitividad y la sostenibilidad a largo plazo.

#### **g. Actividades claves:**

Las actividades clave son acciones y procesos fundamentales que una empresa lleva a cabo para implementar su propuesta de valor en el mercado, interactuar con los clientes y generar ingresos. Esto define la actividad principal de tu empresa, ya sea producción, diseño, marketing, distribución o mantenimiento, por ejemplo.

Por lo tanto, las actividades clave representan las tareas esenciales que permiten que la empresa opere de manera eficiente y efectiva, creando y entregando productos o servicios que satisfacen las necesidades del mercado. Estas actividades pueden variar según el tipo de negocio y su industria, pero generalmente incluyen lo siguiente:

- ***Producción o desarrollo de productos:*** Esta actividad implica la fabricación, ensamblaje o creación de productos físicos, así como el desarrollo y diseño de productos digitales, software o contenido.
- ***Distribución y entrega:*** Engloba todas las actividades asociadas con la distribución física de productos, el envío de pedidos a los clientes, la gestión de inventario, el embalaje y el transporte.
- ***Operaciones comerciales:*** Esto incluye una amplia variedad de actividades internas, como la gestión de recursos humanos, la contabilidad y finanzas, la administración de la cadena de suministro, el control de calidad y la mejora de procesos.
- ***Marketing y ventas:*** Engloba la promoción de productos o servicios, la generación de clientes potenciales, la realización de actividades de marketing en línea y fuera de línea, la gestión de campañas publicitarias, las relaciones públicas y el proceso de ventas.
- ***Gestión de la información y tecnología:*** Comprende la administración de sistemas de información, tecnología de la información, infraestructura digital, seguridad cibernética y cualquier otra actividad relacionada con la gestión de datos y tecnología.

#### **h. Socios clave:**

Los socios clave son personas, organizaciones o entidades con las que una empresa colabora estratégicamente para alcanzar sus objetivos comerciales y mejorar su rendimiento. Estos socios juegan un papel crucial en el modelo de negocio de la empresa al proporcionar recursos, conocimientos, habilidades o acceso a redes que complementan sus propias fortalezas y contribuyen al valor ofrecido a los clientes. Los socios clave pueden ser de diversos tipos, que incluyen:

- **Proveedores:** Proveedores de materias primas, componentes, equipos u otros recursos necesarios para la producción de los productos o servicios de la empresa.
- **Fabricantes:** Empresas contratadas para llevar a cabo la fabricación o producción de productos de acuerdo con las especificaciones de la empresa, especialmente valiosas en el caso de empresas que subcontratan la fabricación.
- **Distribuidores:** Empresas o canales de distribución que colaboran en llevar los productos o servicios de la empresa al mercado, facilitando el acceso a una red de ventas más amplia y ayudando en la llegada a los clientes.
- **Aliados estratégicos:** Empresas con las que la empresa colabora en proyectos conjuntos, alianzas de marketing, co-desarrollo de productos u otras formas de colaboración estratégica que benefician a ambas partes.
- **Socios tecnológicos:** Empresas o proveedores de tecnología que suministran soluciones tecnológicas, plataformas, herramientas o servicios que son fundamentales para las operaciones o el desarrollo de productos de la empresa.
- **Socios financieros:** Comprende instituciones financieras, inversores, capitalistas de riesgo u otras entidades que ofrecen financiamiento, capital de inversión o asistencia financiera para respaldar el crecimiento y la expansión de la empresa.

#### **i. Estructura de costos:**

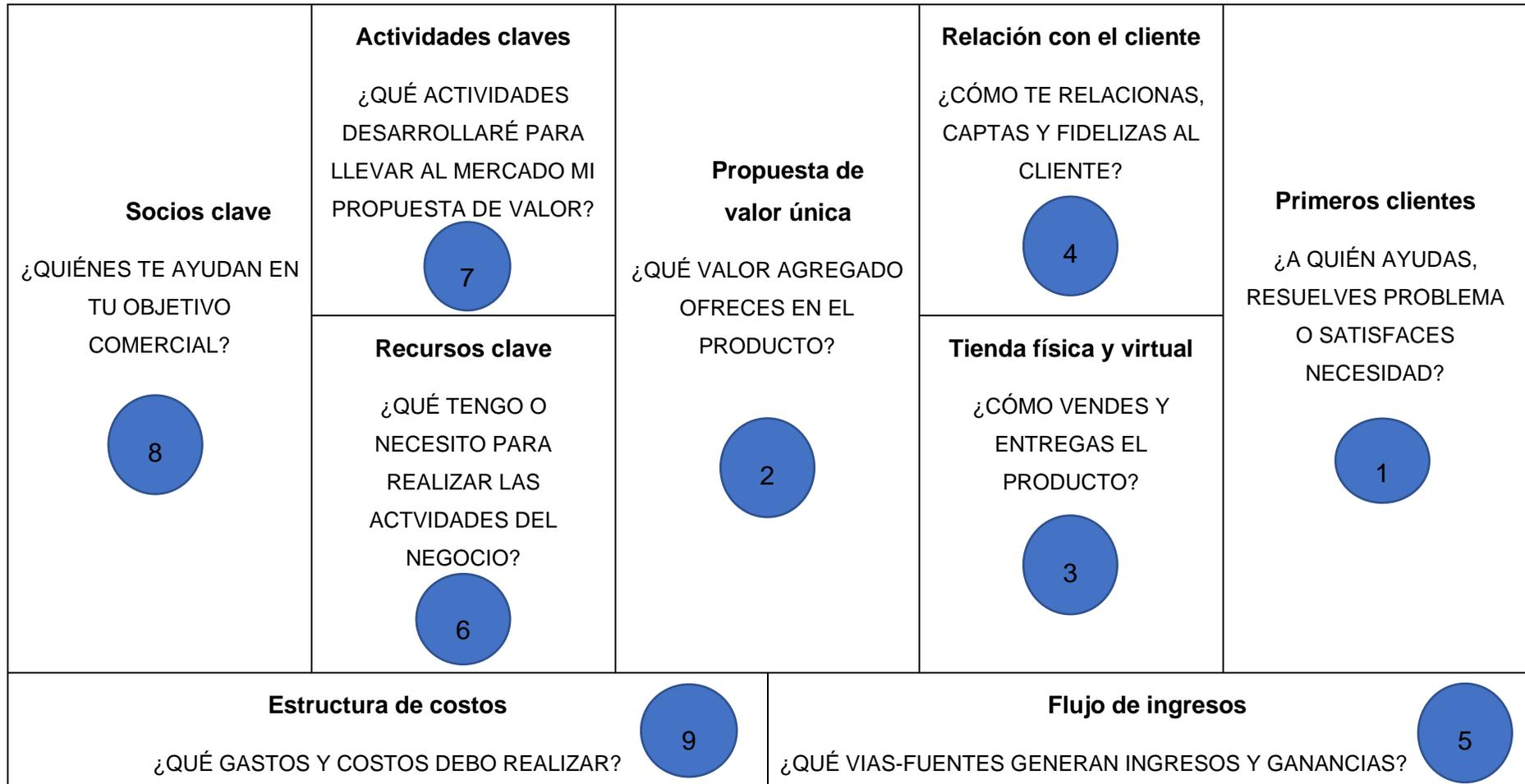
La estructura de costos se refiere al desglose de todos los gastos y costos relacionados con la operación y el funcionamiento de una empresa. Esta estructura abarca todos los recursos financieros necesarios para producir, entregar y mantener la oferta de productos o servicios de la empresa, así como para llevar a cabo sus actividades operativas y estratégicas. Puede incluir diferentes categorías de gastos, como:

- **Costos de producción:** Abarca todos los costos asociados con la producción, montaje o elaboración de productos, abarcando elementos como materias primas, recursos humanos, maquinaria, herramientas y los gastos inherentes al proceso de fabricación.
- **Costos de distribución y logística:** Incluye los costos relacionados con el transporte, almacenamiento, empaquetado y envío de productos a los clientes, junto con cualquier otro gasto vinculado a la administración de la cadena de suministro.
- **Costos de marketing y ventas:** Contiene los costos asociados con la promoción, publicidad, ventas, marketing tanto en línea como fuera de línea, comisiones de ventas, participación en ferias comerciales y cualquier otro esfuerzo dirigido a atraer y mantener clientes.

- **Costos de administración y operativos:** Engloba los costos generales de la empresa, tales como salarios y beneficios del personal, alquiler de oficinas, servicios públicos, suministros de oficina, seguros, servicios profesionales y cualquier otro gasto administrativo.
- **Costos financieros:** Incluye los gastos vinculados al financiamiento de la empresa, tales como intereses sobre préstamos, comisiones bancarias, gastos legales y financieros, y cualquier otro costo asociado con la gestión de la estructura financiera de la empresa.
- **Costos de soporte al cliente:** Comprende los gastos asociados con la prestación de servicios de atención al cliente, soporte técnico, garantías, devoluciones y cualquier otro servicio destinado a satisfacer las necesidades y demandas de los clientes.
- **Costos de tecnología y sistemas de información:** Encierra los costos relacionados con la adquisición, mantenimiento y actualización de sistemas de información, software, hardware, infraestructura digital y cualquier otro recurso tecnológico necesario para el funcionamiento de la empresa.

Una comprensión clara de la estructura de costos es esencial para una gestión financiera efectiva de una empresa. Esto facilita la identificación de áreas de eficiencia, control de gastos y toma de decisiones informadas para optimizar el rendimiento y la rentabilidad del negocio.

## Lienzo de Propuesta de Modelo de Negocio



## **2.4 MARCO CONCEPTUAL**

### **2.4.1 Capacidad emprendedora**

Se puede definir como la capacidad de una persona y la actitud de poner en marcha un negocio, en la mayoría de las oportunidades aparece debido a la falta de empleo, se aprovecha la oportunidad y se actúa plasmando la idea en un plan de negocios (Valverde, 2009).

### **2.4.2 Modelo de negocio**

Se puede definir como una manera en que un negocio está adaptado a algo estructurado y que tiene como finalidad el poder generar una mayor cantidad de beneficios e ingresos, siendo principalmente, ideado para que los servicios que va a entregar, satisfagan grandemente a los consumidores (Barg, 2013).

### **2.4.3 Elaboración de modelo de negocio**

Competencia realizada con la finalidad de idear una metodología que genere destrezas y habilidades para la elaboración de modelos de emprendimiento (Montes J y Pulla C; 2019).

### **2.4.4 Proyecto de emprendimiento**

Aquella idea que nace desde cero y tiene como fin el obtener un ingreso económico en plazos establecidos, empleando como indicadores de evaluación al modelo Canvas (Méndez; 2020).

## CAPÍTULO III

### MATERIAL Y MÉTODOS

#### 3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

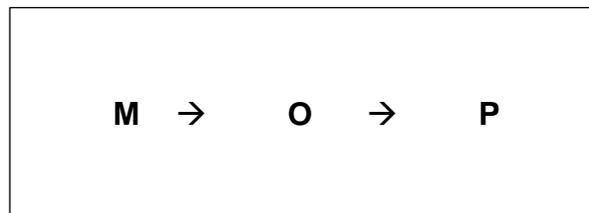
El presente proyecto aplicó un método de investigación cuantitativa, debido a que se cuantificó la capacidad de emprendimiento en la elaboración de modelo de negocios para poder elaborar un diagnóstico (Hernández, 2014).

#### 3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Fue transversal, debido a que el diagnóstico de la capacidad de emprendimiento fue medido en una sola ocasión. Fue prospectivo, ya que los datos empleados fueron aquellos en los que el autor tuvo participación directa para ser recabados. Fue básica, ya que la aplicación de este estudio, tenía como finalidad ampliar los conocimientos (Hernández, 2014).

#### 3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño que se empleó es No experimental, propositivo, cuyo diagrama es:



Donde:

**M:** Estudiantes del VII ciclo de la I.E N° 88098, Salitre.

**O:** Observación de la elaboración de un modelo de negocio.

**P:** Propuesta de un modelo de un negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento.

### 3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<b>Capacidad de emprendimiento</b>	Persona que asume riesgos, este identifica un vacío en el mercado para aprovecharlo, es un transformador que vuelve realidad las ideas y pone en marcha nuevas empresas en una sociedad (Laverde; 2007)	Rúbrica de evaluación de un plan de elaboración de un modelo de negocio para identificar capacidad de emprendimiento.	Estructura	Coherencia	Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0)
				Elementos	Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)
			Sistematización	Socios clave	Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)
				Actividades claves	Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5)

					Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)
				Recursos clave	Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)
				Propuesta de valor única	Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)
				Adquisición de clientes	Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)
				Canales	Sin evidencia (Valor 0.0)

					<p>Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5)</p> <p>Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0)</p> <p>Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5)</p> <p>Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)</p>
				Mercado	<p>Sin evidencia (Valor 0.0)</p> <p>Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5)</p> <p>Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0)</p> <p>Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5)</p> <p>Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)</p>
				Estructura de costos	<p>Sin evidencia (Valor 0.0)</p> <p>Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5)</p> <p>Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0)</p> <p>Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5)</p> <p>Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)</p>
				Fuentes de ingreso	<p>Sin evidencia (Valor 0.0)</p> <p>Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5)</p> <p>Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0)</p> <p>Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5)</p>

					Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)
			Aspectos	Internos	Aspectos internos (sumatoria de socios clave, actividades clave, recursos clave, estructura de costos).
				Externos	Aspectos externos (sumatoria de mercado, propuesta de valor única, canales, adquisición de clientes, fuentes de ingreso).

### 3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.5.1 Población

23 estudiantes del VII ciclo de educación secundaria, correspondiente a 3°, 4° y 5° grado de secciones únicas.

#### Criterios de inclusión:

Todos los estudiantes matriculados correspondientes al VII ciclo de educación secundaria presentes en el momento de la aplicación del estudio y los test.

#### Criterios de exclusión:

Estudiantes que no dieron su asentimiento informado y que sus padres no dieron su consentimiento de participación en el estudio para sus menores hijos.

#### 3.5.2 Muestra

Estuvo conformada por los 23 estudiantes de la misma población por ser pequeña, conformada por los grados del ciclo VII, con las siguientes características:

- Edad promedio: de 14 a 16 años
- Condición socio-económica: bajo y medio.
- Género: Femenino y masculino. (Aguilar, 2005).

### 3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

**Cuadro 1** *Técnicas e instrumentos de la investigación*

<b>Variables</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
Capacidad de emprendimiento	Observación	Rúbrica de evaluación

Fuente: Plan Maestro (Matriz de consistencia)

### **3.7 VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD**

Los instrumentos aplicados: Rúbrica de evaluación la cual estuvo basada en el modelo Canvas, pero debido a que se adaptó a la realidad de la población a estudiar, pasó por validación de juicio de expertos, la cual fue realizada por el Dr. Gilmer Juan Luján Guevara, el Dr. Mucha Paitán Angel Javier y la Dra. Isabel Deycy Capillo Lucar, todos con doctorado en educación y la confiabilidad por medio del método de Alfa de Crombach, aplicado a una muestra piloto de 10 estudiantes con características similares del que se obtuvo un coeficiente de confiabilidad de 0,83, lo que permite inferir que el instrumento es confiable. Lo cual se detalla en la ficha técnica de la rúbrica para medir la elaboración de modelo de negocios.

### **3.8 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO**

Los datos fueron transcritos en una tabla de cálculo de Microsoft Excel, posteriormente, dado al manejo del programa estadístico IBM SPSS Statistics 27, se procedió a realizar el tratamiento de los datos descriptivos, obteniendo de esta manera tablas que respondían a los objetivos específicos planteados.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

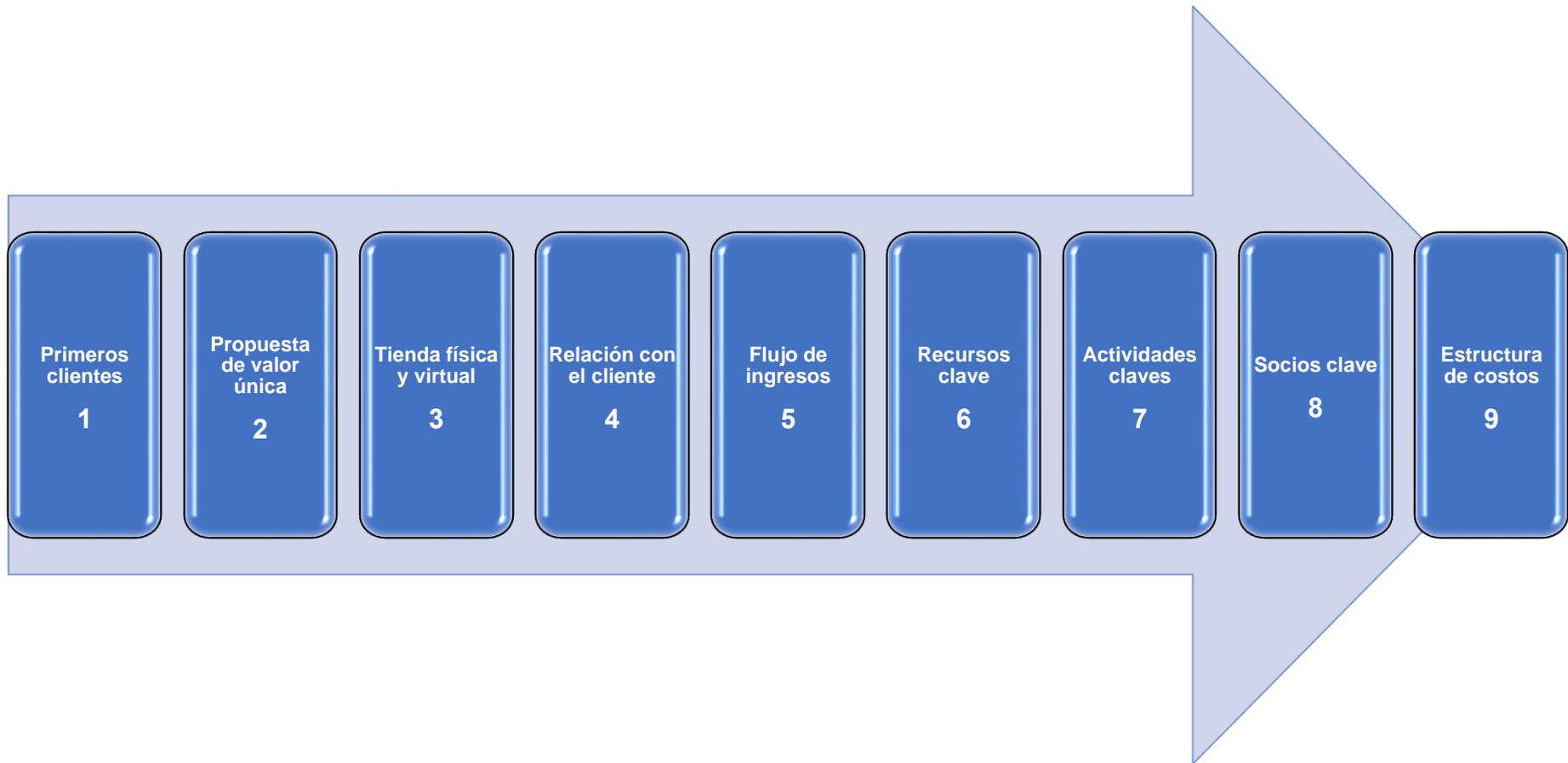
#### 4.1 RESULTADOS

##### Cuadro 2

Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

<b>Objetivo general:</b>	Formular una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.
<b>Introducción:</b>	El presente trabajo de investigación aporta una propuesta pedagógica de un modelo de negocio para que los estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa N° 88098- Salitre, mejoren su capacidad de emprendimiento mediante la elaboración del modelo de negocio.
<b>Modelo de negocio:</b>	Un modelo de negocio equivale a una gran idea de poder crear perspectivas de emprendimiento que tengan la capacidad de satisfacer las múltiples necesidades estructurales, que permita a las personas poder organizar y presentar un servicio.
<b>Procedimiento de elaboración del Modelo de negocio:</b>	Se elabora teniendo en cuenta el Diagrama del proceso de elaboración del modelo de negocio Lean Canvas y el Lienzo de propuesta de modelo de negocio presentado.
<b>Autor:</b>	Alex Joel Coral Mendez
<b>Beneficiarios:</b>	Estudiantes de nivel secundaria.
	Docentes de nivel secundaria.

## Diagrama del proceso de elaboración del modelo de negocio Lean Canvas



## Lienzo de Propuesta de Modelo de Negocio

<p><b>Socios clave</b></p> <p>¿QUIÉNES TE AYUDAN EN TU OBJETIVO COMERCIAL?</p> <p style="font-size: 2em; color: blue; border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">8</p>	<p><b>Actividades claves</b></p> <p>¿QUÉ ACTIVIDADES DESARROLLARÉ PARA LLEVAR AL MERCADO MI PROPUESTA DE VALOR?</p> <p style="font-size: 2em; color: blue; border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">7</p>	<p><b>Propuesta de valor única</b></p> <p>¿QUÉ VALOR AGREGADO OFRECES EN EL PRODUCTO?</p> <p style="font-size: 2em; color: blue; border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">2</p>	<p><b>Relación con el cliente</b></p> <p>¿CÓMO TE RELACIONAS, CAPTAS Y FIDELIZAS AL CLIENTE?</p> <p style="font-size: 2em; color: blue; border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">4</p>	<p><b>Primeros clientes</b></p> <p>¿A QUIÉN AYUDAS, RESUELVES PROBLEMA O SATISFACES NECESIDAD?</p> <p style="font-size: 2em; color: blue; border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">1</p>
<p><b>Estructura de costos</b></p> <p>¿QUÉ GASTOS Y COSTOS DEBO REALIZAR?</p> <p style="font-size: 2em; color: blue; border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">9</p>		<p><b>Flujo de ingresos</b></p> <p>¿QUÉ VIAS-FUENTES GENERAN INGRESOS Y GANANCIAS?</p> <p style="font-size: 2em; color: blue; border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">5</p>		
<p><b>Recursos clave</b></p> <p>¿QUÉ TENGO O NECESITO PARA REALIZAR LAS ACTIVIDADES DEL NEGOCIO?</p> <p style="font-size: 2em; color: blue; border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">6</p>		<p><b>Tienda física y virtual</b></p> <p>¿CÓMO VENDES Y ENTREGAS EL PRODUCTO?</p> <p style="font-size: 2em; color: blue; border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">3</p>		

**Objetivo específico:** Identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión estructura en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

**Tabla 1**

*Nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión estructura en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.*

<b>Nivel de estructura</b>		
	f	%
Bajo	18	78.3
Regular	5	21.7
Alto	0	0
Total	23	100.0

Nota. El nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión estructura fue categorizado en nivel bajo, regular y alto.

En función al primer objetivo planteado, el nivel de estructura fue bajo en el 78,3 % (18) y regular en el 21,7 % (5).

**Objetivo específico:** Identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión sistematización en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

**Tabla 2**

*Nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión sistematización en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.*

<b>Nivel de sistematización</b>		
	f	%
Bajo	23	100.0
Regular	0	0.0
Alto	0	0
Total	23	100.0

Nota. El nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión sistematización fue categorizado en nivel bajo, regular y alto.

En función al segundo objetivo planteado, el nivel de sistematización fue bajo en el 100 % (23).

**Objetivo específico:** Identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión aspectos en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

**Tabla 3**

*Nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión aspectos en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.*

	Nivel de aspectos							
	Bajo		Regular		Alto		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Internos	13	56.5	10	43.5	0	0	23	100
Externos	16	69.6	7	30.4	0	0	23	100

Nota. El nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión aspectos fue categorizado en nivel bajo, regular y alto.

En función al tercer objetivo planteado, el nivel de aspectos internos fue bajo en el 56,5 % (13) y regular en el 43,5 % (10). Asimismo, el nivel de aspectos externos fue bajo en el 69,6 % (16) y regular en el 30,4 % (7).

## 4.2 DISCUSIÓN

De los objetivos tanto general como específicos, se buscó obtener resultados aclaratorios de cómo mejorar la capacidad de emprendimiento, la elaboración de un modelo de negocio, asimismo, de sus dimensiones, se obtuvo la siguiente discusión:

1. Del objetivo formular una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023. Se planteó una propuesta pedagógica donde dentro del lienzo, se pudo identificar los primeros clientes, respondiendo a la pregunta ¿A quién ayudas, resuelves problemas o satisfaces necesidades?, luego, en la propuesta de valor única, se identificó el prototipo del producto, el cual respondía a ¿qué valor agregado ofreces en el producto? Posteriormente, se identificó los canales por medio de las tiendas físicas o virtuales, respondiendo a ¿cómo vendes y entregas el producto? También se planteó la relación con el cliente, respondiendo a ¿cómo te relacionas, captas y fidelizas al cliente? Como quinto punto, se identificó el flujo de ingresos, reconociendo las vías-fuentes que generan ingresos y ganancias. Luego, se identificó los recursos con los que se cuenta o necesita para realizar las actividades del negocio, para después identificar ¿qué actividades desarrollaré para llevar al mercado mi propuesta de valor?, en el punto ocho se identificó ¿Quiénes te ayudan en tu objetivo comercial? para finalmente, identificar los gastos y costos que se debe realizar. Moscoso y Jurado (2023), plantearon una propuesta donde buscaban realizar un diagnóstico de las competencias colaborativas de emprendimiento, para ello, emplearon un cuestionario el cual les permitía identificar desde un enfoque de toma de decisión, la postura que tomaban los estudiante para con el planteamiento de un emprendimiento, en ello, dividían la importancia del liderazgo y la comunicación de mediación en un equipo, donde sus ítems les permitían reconocer si el estudiante usaba una postura transformacional, transaccional o pasivo/evasor. Asimismo, Paredes, Medina, Silva. (2022), plantearon dentro de su estrategia pedagógica, el uso de cuatro fases las cuales permitían inicialmente realizar un diagnóstico situacional, luego plantear en respuesta al diagnóstico encontrado, para luego hacer la aplicación de la propuesta planteada y finalmente, generar controles de efectividad, considerando estas pautas como un proceso sistemático. Del mismo modo, para el planteamiento de una propuesta pedagógica, Velásquez, et al. (2020), emplearon el modelo DIE, el cual consiste en el uso de un modelo que ayude en el diseño de ideas de emprendimiento, siendo una de las principales cualidades de este diseño, el enfoque en el generar y concretar ideas de

negocio apoyándose de las habilidades identificadas inicialmente en los estudiantes y posteriormente en el mercado, para que las oportunidades de efectividad sean más elevadas. En el caso de Martínez, et al. (2020), eligieron una propuesta de trabajo mucho más amplia pero más activa, donde se enfocaban inicialmente en el reconocimiento de habilidades emprendedoras, de gestión y también empoderamiento, luego, hicieron el reconocimiento de las habilidades de liderazgo y gestión grupal; cuando ya habían identificado la problemática, la analizaron y plantearon la definición de ideas de negocio, luego definieron los productos, luego aplicaron la definición de la propuesta de valor, idearon un modelo de negocio, definieron un plan comercial, financiero y el análisis jurídico, finalmente planearon el negocio, su importancia global, la presentación y realizaron sesiones de control y seguimiento. En el estudio de Barrios, et al. (2020), plantearon como propuesta didáctica y pedagógica el uso de TICS, donde a su vez, se ayudaban de distintas metodologías activas y el enfoque de competencias impulsado por el modelo crítico. En el caso de Portuguez. (2020), empleó una propuesta que estaba fundamentada en el uso de la innovación educativa, donde los factores estudiados estaban ligados al liderazgo, la innovación – emprendimiento y el florecimiento humano, los cuales le dan a los diseños de emprendimiento un enfoque en el que el creador se basa en sus habilidades más allá de un estudio de mercado. Ureta. (2022), también planteó una propuesta pedagógica donde empleaba el modelo de negocio Canvas, el cual al hacer la contrastación de hipótesis, demostró generar una influencia positiva en la mejora de las capacidades emprendedoras. Con respecto al proyecto de emprendimiento, el término "proyecto" se refiere a una variedad de acciones que se enfocan en lograr objetivos específicos mediante métodos establecidos. Se requieren personas que sean expertas en preparación y organización, así como otros recursos financieros en forma de presupuesto para ayudar a alcanzar los objetivos planificados con éxito. Los resultados de los proyectos no deben violar las normas y buenas prácticas establecidas y todo proyecto debe comenzar con una idea (Almerich, Suárez, Díaz y Orellana; 2020). Asimismo, el diseño pedagógico, está enfocado en la realización de un protocolo estructurado, entendible y aplicable para cualquier persona desde edades muy tempranas, tiene la finalidad de generar un impulso en las distintas habilidades que tienen las personas, para la identificación de ideas, planteamiento y ejecución de las mismas (Montes y Pulla; 2019). Se ha logrado evidenciar que existen un gran número de carencias en distintas instituciones educativas del Perú, disminuyendo la posibilidad de que el estudiante pueda generar distintas capacidades para poder suplir la necesidad tanto teórica

como práctica para poder dar inicio al impulso de diversas ideas de negocio, por más que las instituciones educativas cuenten con la asignatura de educación para el trabajo, muchas veces el estado no permite la formulación de planes de enseñanza que lleven aquellos aprendizajes fundamentales para que se pueda proyectar y generar una cosmovisión de la creación de distintos emprendimientos. Uno de los más grandes retos es el establecimiento de diversos mecanismos que se adecúen a la población enseñada, que en este caso serían los estudiantes de una institución educativa de bajos recursos económicos, para que puedan emplear la innovación y diversos fundamentos en el emprendimiento y que a su vez ayuden a mejorar el proceso educativo en los distintos niveles escolares. Muy aparte de que se busca perfeccionar e impulsar el deseo del emprendimiento en los estudiantes, la formación de la innovación y de ideas pedagógicas, también va a permitir que los docentes lleguen a formar la capacidad de líderes y tengan un método activo en la formación de emprendimiento en su comunidad, ya que, es muy común encontrar docentes nombrados con mayor edad que se rehúsan a participar en el enfoque de la educación activa y que constantemente se encuentra en un cambio revolucionario, donde el principal autor no es la teoría enseñada, si no es la formación del aprendizaje significativo en los estudiantes. En muchas localidades alejadas del Perú, se encuentra aún un deficiente nivel de enseñanza y también de aprendizaje, teniendo en consideración que muchas veces son muy pegados a su identidad cultural y a los emprendimientos que se generan en esas localidades, como consecuencia, se le limita a los estudiantes a que puedan desarrollar nuevas ideas de emprendimiento.

2. Del objetivo identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión estructura del modelo de negocio en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023. Los resultados demostraron que el nivel de estructura fue bajo en el 78,3 % (18) y regular en el 21,7 % (5). Resultado que concuerda con Paredes, et al. (2022), quienes llegaron a comprobar que, al aplicar un cuestionario en los estudiantes participantes, fue muy bajo el número de estudiantes que tenían conocimiento de la estructura Canvas y sus componentes para la planificación de un emprendimiento, debido a que, el gran porcentaje de estudiantes, buscaba el uso de una metodología con pautas libres y más innovadoras. Por el contrario, discrepa con Ureta (2022), quien al aplicar su cuestionario diagnóstico, evidenció que un grupo de estudiantes tenían un alto nivel de elaboración de modelo de negocio, de igual manera, otro grupo, tuvo un nivel moderado. Un modelo de negocio equivale a una gran idea de poder crear perspectivas de emprendimiento que tengan la capacidad de satisfacer

las múltiples necesidades estructurales, que permita a las personas a poder organizar y presentar un servicio (Méndez; 2020). Asimismo, para el desarrollo de un paquete de emprendimiento, es reconocido que existen múltiples métodos para generar dicha idea, siendo necesario que surja desde el planteamiento de ideas con características que ayuden a demostrar que será viable y factible, para ello, es imprescindible hacer una organización en función a todas las opciones presentes y que cumplan como factores de enriquecimiento ya sea para un producto, un negocio, un mercado o cualquier actividad, respetando las siguientes etapas (OCDE; 2019). Cuando hubo un estudiante inicie con el deseo de generar un emprendimiento, ese dispensable de que tenga un lienzo o guía que le ayude en el planteamiento de este proceso que es de larga data, ya que, por más que cuentas con el conocimiento o las habilidades para poder identificar cuáles son unas buenas ideas en negocio, es muy probable que estén expuestos al fracaso si no se tiene una planificación y ejecución adecuada, siendo bastante importante el reconocimiento de la monetización de un servicio o producto, para que éste pueda ser entregado a los clientes con un método bastante llamativo y que cuente con la garantía de la mejora continua. Cuando se cuenta con un modelo de negocio, el cual te ayude a organizar tu tormenta de ideas, te permitirá estar más cerca de la formación de una empresa rentable y aunque las habilidades de cada persona para poder plantear una idea de negocio y también buscar sus clientes clave pueden ser muy distintas, el proceso de creación de una empresa es igual así esta sea pequeña, mediana o grande. Aunque existen muchos modelos de negocio, se puede partir por la selección de 1 que te genere la facilidad para poder plantear y planificar tus objetivos, teniendo en cuenta los costos y la forma en que se va a realizar el proceso de comercialización, cuando se cuenta con un esquema, se forma un marco que te da el margen para poder aplicar innovación en el negocio que se está planteando y esto es una idea muy frecuente en aquellas empresas que constantemente generan mejoras para que sus productos sean más llamativos y la población intente obtenerlos de manera más rápida.

3. Del objetivo identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión sistematización del modelo de negocio en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023. Los resultados demostraron que el nivel de sistematización fue bajo en el 100 % (23). Resultado que concuerda con Paredes, et al. (2022), ya que la gran mayoría de estudiantes no tenían el conocimiento del protocolo planteado para ejecutar la elaboración de un modelo de negocio, por el contrario, no utilizaban una jerarquía o pasos para poder establecer sus ideas de

negocio. Para Carreño (2021), quien aplicó una propuesta digital para el desarrollo de habilidades emprendedoras, evidenció que en la estructura de negocio, los conocimientos fueron mayormente deficientes, seguido de regulares. La sistematización está en función a la estructura con la que cuenta un modelo de emprendimiento, si bien es cierto, existen muchos modelos o métodos para plantear un emprendimiento, es necesario tener en cuenta que la planificación genera una definición más amplia que solamente la forma en que se ejecuta un proyecto, ya que, también se debe de controlar, monitorear y seguir el avance del proyecto hasta que este culmine, cuando hablamos de culminar, nos referimos al cierre de cada proceso que determina el avance de un emprendimiento (Méndez; 2020). Al momento de iniciar el tema de la sistematización como se cae en la incongruencia de la palabra automatización, y aunque, La automatización es la que permite que las tareas se puedan realizar de manera efectiva, ingresa en la gran definición de sistematización, la cual busca la mejor forma para que los negocios seas efectivos, pero es importante mencionar que no existe un solo método. La sistematización te ayuda a que se generen diversos protocolos o pasos a seguir para que la ejecución de una determinada tarea pueda realizarse de manera efectiva en todo lo planificado dentro de un negocio, y en pocas palabras como tiene como fundamento la creación de instrucciones o listas de verificación que permitan reconocer que el emprendimiento está fluyendo de manera adecuada y protocolar. La realidad encontrada al momento de hacer el diagnostico, demuestra que es muy deficiente la sistematización en los estudiantes, de tal manera que, es imprescindible que se puedan generar didácticas educativas que ayuden en la formulación de un plan de tareas, lo cual no solo les servirá para el caso de querer emprender una idea de negocio, sino también para hacer más productivo su día a día y no olvidar los deberes.

4. Del objetivo identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión aspectos del modelo de negocio en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023. Los resultados demostraron tanto en el aspecto interno como en el aspecto externo, ambos tuvieron mayormente un nivel bajo. Resultado que concuerda con Paredes R, et al. (2022), quienes encontraron bajos niveles de conocimiento y manejo del modelo de emprendimiento, dicho sea de paso, de manera global, el resultado fue bajo. Por el contrario, discrepa con Ureta (2022), quien de manera global, evidenció que los estudiantes del grupo control tenían un alto nivel de elaboración de modelo de negocio, de igual manera, el grupo experimental, tuvo un nivel moderado, sabiendo que el cuestionario engloba los criterios internos y

externos, este resultado refleja la visión del manejo de estos aspectos. En teoría, se puede identificar dos aspectos planteados dentro de un modelo de negocio, primero, el aspecto interno, el cual tiene como visión el desarrollo de la red de socios, el reconocimiento de las actividades clave, asimismo los recursos clave a emplear y la estructura de los costos. Por otro lado, el aspecto externo, está formado por el segmento de mercado, junto a la propuesta de valor, el uso de canales, la asociación estratégica con los clientes y las fuentes de ingresos (OCDE; 2019). En la realidad encontrada, se ha logrado evidencia que los estudiantes no tienen un buen manejo de manera global de todo el paquete de emprendimiento, donde tanto los aspectos internos como externos, no están bien orientados o reconocidos, falta mucha imaginación o bagaje de ideas para identificar cada una de las estaciones protocolares de un modelo de negocio y poder plantearlo de manera correcta y efectiva.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 CONCLUSIONES

1. El nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión estructura en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023, fue bajo en el 78,3% debido a que se observó incoherencia en la organización de los elementos del modelo de negocio.
2. El nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión sistematización en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023, fue bajo en el 100% debido a que se evidenció la falta de algunos elementos en el modelo de negocio.
3. El nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión aspectos en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023, fue bajo en el 56,5% en los aspectos internos y 69,9% en los aspectos externos, debido a que se evidenció confusión en la identificación de los elementos que pertenecen al aspecto externo e interno del modelo de negocio.
4. Se formuló una propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.
5. La propuesta de un modelo de negocio, tienen como finalidad mejorar la capacidad de emprendimiento, sintetizar y simplificar la comprensión del método que ayude a organizar las ideas de emprendimiento con alto porcentaje de éxito.
6. Se formuló una propuesta de un modelo de negocio para incluir a los nueve bloques de emprendimiento en la dimensión estructura en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.
7. Se formuló una propuesta de un modelo de negocio para relacionar los nueve bloques de emprendimiento en la dimensión sistematización en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.
8. Se formuló una propuesta de un modelo de negocio para agrupar a los nueve boques en la dimensión aspectos internos o externos en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

- Al Ministerio de Educación, se le recomienda un mayor impulso y capacitación en el campo temático del área de EPT propuesto en el currículo nacional de educación básica, para que el trabajo pedagógico de los docentes, sea acorde a lo planificado por el estado y se disponga de igual manera en todas las instituciones educativas, teniendo en cuenta la gran demanda de conocimientos para la planificación de emprendimiento en el Perú.
- Al director de la IE N° 8898, que promueva concursos internos en el nivel secundario de proyectos de negocio, donde los estudiantes puedan sustentar el modelo de negocio elaborado, por ende, puedan desarrollar competencia en gestionar proyectos de emprendimiento económicos.
- A los docentes de Educación para el Trabajo, identificar, planificar y desarrollar contenidos temáticos sobre emprendimiento económico o social, que ayuden a fomentar el ingenio de los estudiantes para la proyección y planteamiento de proyectos con alto porcentaje de viabilidad.
- A los estudiantes, se le recomienda el uso de metodologías como el modelo Canvas o propuestas más actualizadas, para que puedan realizar el planteamiento de sus ideas de emprendimiento de manera organizada.

## CAPÍTULO VI

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y VIRTUALES

- Almerich G, Suárez J, Díaz I y Orellana N. (2020). Estructura de las competencias del siglo XXI en alumnado del ámbito educativo. Factores personales influyentes. *Educación XX1*, 23(1), 45-74, Obtenido de: 10.5944/educXX1.23853. Bogotá – Colombia.
- Altamirano R. (2021). Propuesta pedagógica de emprendimiento para estudiantes de educación secundaria rural con enfoque intercultural bilingüe. *Maestro y Sociedad*. UGEL, Andahuaylas, Perú.  
<https://maestroysociedad.uo.edu.pe/index.php/MyS/article/view/5483/5210>
- Armiñana R, Garcés J, Castillo Y, Fimia R, Guerra Y, Iannacone J. (2020). Los mapas conceptuales en el proceso de enseñanza – aprendizaje de la Biología 2. Vol. 10, N° 1, Lima, enero-junio 2020, pp. 59-75 ISSN Versión Impresa: 2221-7770; ISSN Versión Electrónica: 2519-5700.  
<http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Paideia/article/view/2979/3152>
- Barg, E. (2013). Generación de ideas de negocio y emprendedorismo. Universidad de Belgrano, 1, 127. Recuperado de:  
[https://www.rlcu.org.ar/recursos/A\\_0000144\\_003\\_Taller\\_1.pdf](https://www.rlcu.org.ar/recursos/A_0000144_003_Taller_1.pdf)
- Barrios A, Domínguez M, Esteban E. (2020). Metodologías activas en el logro del desarrollo de competencias emprendedoras con el apoyo de las TICs. X Congreso internacional de conocimiento e innovación.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/76667276/465-libre.pdf?1639744813=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodologias\\_Activas\\_en\\_El\\_Logro\\_Del\\_Des.pdf&Expires=1707271589&Signature=bOtk~0mfLM5LtfYINWBtswftyPnx7S8B7R3emZZs9Az7j0a5KuHe983TaCn118Q~~zw4frQ15HOt34UW5uWnLI5QS~4CJ5NHVawpAJmwrQ0eSZSFGtEnMwTySwoq2y6~wggQKk4XHNP6Z0RVvRm8UiRke8Oan3okm1NTg6OOisHSyN4erEVB~KvQuq-xYkPIMntnJvAyFo6H0Dz5cAXyZmpnVqRTdP61VCdUJaO5GJnYllSRw8UAd1g3C-XEzKgrxg9oIb5-gXk-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/76667276/465-libre.pdf?1639744813=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodologias_Activas_en_El_Logro_Del_Des.pdf&Expires=1707271589&Signature=bOtk~0mfLM5LtfYINWBtswftyPnx7S8B7R3emZZs9Az7j0a5KuHe983TaCn118Q~~zw4frQ15HOt34UW5uWnLI5QS~4CJ5NHVawpAJmwrQ0eSZSFGtEnMwTySwoq2y6~wggQKk4XHNP6Z0RVvRm8UiRke8Oan3okm1NTg6OOisHSyN4erEVB~KvQuq-xYkPIMntnJvAyFo6H0Dz5cAXyZmpnVqRTdP61VCdUJaO5GJnYllSRw8UAd1g3C-XEzKgrxg9oIb5-gXk-)

[HINdL0TvHBXZZoWfBpaqGYhHuOZuoRWsoJdBort4srtYqB-dAu1kwAlcuVujvk0fgeBVpwZw\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://www.angelbonet.com/el-emprendimiento-en-el-mundo/)

- Bonet Á. (2023) El emprendimiento en el mundo. <https://www.angelbonet.com/el-emprendimiento-en-el-mundo/>
- Carreño S. (2021). Negocios online para desarrollar habilidades emprendedoras en estudiantes del quinto grado de secundaria, Institución Educativa San José de Chiclayo. (Tesis para obtener el grado académico de Maestro en Educación con mención en Docencia y Gestión Educativa). Chiclayo: Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76676/Carre%20c3%b1o\\_SSS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76676/Carre%20c3%b1o_SSS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- De la Cruz L, Pérez N. (2020). El saber escolar en biodiversidad en clave para resignificar su enseñanza. *Praxis & Saber*, 11 (27), e206. Epub 20 de febrero de 2021. <https://doi.org/10.19053/22160159.v12.n28.2021.11167>
- El Peruano (2016). Se reforzará la Educación para el Trabajo en secundaria. <https://elperuano.pe/noticia/38227-se-reforzara-la-educacion-para-el-trabajo-en-secundaria>
- European Commission. (2016). Entrepreneurship Education at School in Europe: Eurydice Report. Publications office of the European Union. [https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/entrepreneurship-education-school-europe\\_en](https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/entrepreneurship-education-school-europe_en)
- Global Entrepreneurship Monitor (2023). The world's Foremost study of entrepreneurship since 1999. Disponible en: <https://www.gemconsortium.org/>
- Gómez, Pinzón, Ruiz y Vega (2020). Propuesta de modelo de gestión académica para promover el emprendimiento escolar en la Institución Educativa Rafael León Amaya de Coromoro. (Tesis de Maestría en Educación con énfasis en Gestión Educativa). Colombia: Universidad Libre. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/19226/Trabajo%20de%20grado%20-%20Propuesta%20modelo%20de%20gesti%20c3%b3n%20acad%20c3%a9mica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González Sánchez, Jorge. (2014). Los niveles de conocimiento: El Aleph en la innovación curricular. *Innovación educativa (México, DF)*, 14(65), 133-142. Recuperado en 11 de diciembre de 2023, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-26732014000200009&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732014000200009&lng=es&tlng=es).

González, S. J. (1997). *La comunidad del conocimiento: elementos para la construcción de un modelo de gestión académica en el nivel medio superior y nivel superior*. México, D. F.: Plaza y Valdez

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). Metodología de la investigación. 6ta Edición Sampieri. *Soriano, RR (1991). Guía para realizar investigaciones sociales. Plaza y Valdés.*

Jurado I, Morán M. (2019). Gestión universitaria de la innovación social promovida desde espacios académicos relacionados con el emprendimiento, la investigación y la proyección social. *Revista de investigación, desarrollo e innovación*. 9(2), 261-272.

Martínez L, Ripollés M, Blesa A. (2020). Una propuesta didáctica para la creación de microempresas. *La Escuela para Emprender. Revista Internacional de Organizaciones*, nº 24, junio 2020, 273–297. ISSN: 2013-570X; EISSN: 1886-4171. <http://www.revista-rio.org>

MINEDU (2022) Minedu capacita a más de 4 mil docentes de educación para el trabajo. Nota de prensa. <https://www.gob.pe/institucion/minedu/noticias/620907-minedu-capacita-a-mas-de-4-mil-docentes-de-educacion-para-el-trabajo>

MINEDU (2023) OS-CDI-008 Docente de Educación para el Trabajo. Informes y publicaciones. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4363143/OS-CDI-008%20DOCENTE%20DE%20EDUCACION%20PARA%20EL%20TRABAJO%20%281%29.pdf>

Ministerio de Educación Nacional. (2004). *Competencias Laborales Generales. Articulación de la Educación con el mundo productivo. Guía 21, 1, 5-6.*

- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Tarapacá: Intec Chile.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Argentina.
- Naudé, W. (2013). *Entrepreneurship and economic development: Theory, evidence and policy*. Evidence and Policy. IZA Discussion Paper, (7507).
- Valverde, Z. (2009). *Ideas y plan de negocios*. Lima: Rapimagen S.A.
- Vivanco, J. (2018). *Resiliencia y actitud emprendedora en estudiantes del programa académico de Administración y Finanzas de la Universidad Autónoma de Ica*.
- Martínez, M., & Carmona, G. (2009). *Aproximación al concepto de "competencias emprendedoras": valor social e implicaciones educativas*. REICE. Revista Iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio en Educación, 7(3), 82-98.
- Moriano, J., Palací, F., & Morales, J. (2006). *El perfil psicosocial del emprendedor universitario*. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 22(1).
- Montes, J. y Pulla, C. (2019). La gestión administrativa y su incidencia en la productividad de las microempresas ecuatorianas. <http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>
- Moscoso B, Jurado C. (2023) Modelo pedagógico para desarrollar competencias colaborativas de emprendimiento en estudiantes de administración de empresas en una universidad del Ecuador, 2022. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México. ISN 2707-2207/ISSN 2707-2215 (en línea), enero-febrero, 2023, Volumen 7, Número 1 p 479. <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/4405/6755>
- Muñoz J, Marín V, Hidalgo M. (2020). Validación de una escala de medida del mapa mental como estrategia de aprendizaje en la formación inicial docente. ESTUDIOS SOBRE EDUCACIÓN / VOL. 38 / 2020 / 79-100. <https://revistas.unav.edu/index.php/estudios-sobre-educacion/article/view/38754/33983>

- North. D.C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge Press, Cambridge (UK)
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Recuperado de: [https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2020/11/Generacion-de-Modelos-deNegocio-2010.en\\_.es\\_.pdf](https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2020/11/Generacion-de-Modelos-deNegocio-2010.en_.es_.pdf)
- Pamplona J, Cuesta J, & Cano V. (2019). Estrategias de enseñanza del docente en las áreas básicas: una mirada al aprendizaje escolar. *Revista eleuthera*, 21, 13-33. <https://doi.org/10.17151/elev.2019.21.2>
- Paredes R, Medina R, Silva J. (2022) Metodología Canvas y su uso pedagógico en la asignatura de emprendimiento y gestión. *Sathiri* (17)1, 142-154. <https://doi.org/10.32645/13906925.1107>
- Philipsen, K. (1998). Entrepreneurship as organizing. In Presentation Paper: DRUID Summer Conference, Denmark. [php?resId=17471](http://resId=17471)
- Porras, J. (2006). *Diseño conceptual del emprendimiento para el desarrollo regional en la perspectiva de la complejidad autopoiesica*. Universidad Nacional de Colombia, Sede Manizales
- Portuguez M. (2020). *Propuesta de un modelo educativo e-learning que permita identificar habilidades de emprendimiento en estudiantes universitarios dentro de un ecosistema emprendedor*. (Doctorado en innovación educativa). México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. [file:///D:/Sistema/Downloads/Tesis%20de%20Doctorado\\_May%20Portuguez%20Castro.pdf](file:///D:/Sistema/Downloads/Tesis%20de%20Doctorado_May%20Portuguez%20Castro.pdf)
- Valverde, Z. (2009). *Ideas y plan de negocios*. Lima: Rapimagen S.A.
- Santos, A. & Cifuentes, F. S. (2020). *Estrategia lúdica pedagógica: la lúdica, mi camino al emprendimiento*. “Para incentivar el espíritu emprendedor de los estudiantes de grado sexto de las instituciones educativas Domingo Savio y El Carmen del municipio de Guasca”. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11371/3543>

- SIGAA (2020). Emprendimiento y la importancia de promoverlo en los menores. <https://www.upb.edu.co/es/colegio/emprendimiento-importancia-de-promoverlo-en-menores>
- Supo. (2012). Seminario de Investigación Científica para las ciencias de la salud.
- Ureta J. (2022). Propuesta pedagógica basada en el Modelo Negocio Canvas y desarrollo de las capacidades emprendedoras en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe, Satipo-2021. (Tesis para optar el grado académico de Doctor en Ciencias de la Educación) Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. [https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/34106/CAPACIDAD\\_EMPRENDIMIENTO\\_URETA\\_MEDRANO\\_JUAN\\_CARLOS.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/34106/CAPACIDAD_EMPRENDIMIENTO_URETA_MEDRANO_JUAN_CARLOS.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Vázquez R. (2023). Tasa de actividad emprendedora. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/tasa-actividad-emprendedora.html>
- Velásquez B, Hoyos J, Hernández D, Sayado L, Sayago J, Vargas J. (2020) (DIE) Modelo para el diseño de ideas de emprendimiento. Revista Facultad Ciencias Agropecuarias – FAGROPEC. Universidad de la Amazonia, Florencia – Caquetá. Volumen 12 enero-junio, 2020. Pp. 52-64 ISSN en Línea: 2539-178X. <https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/fagropec/article/view/31/30>
- Vergaray y Deroncele (2023). Competencias de emprendimiento social: Hacia una pedagogía emprendedora. *Universidad Y Sociedad*, 15(3), 426-443. Recuperado a partir de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3761>
- Laverde P. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración*, 20(34), 11-37.

## **CAPÍTULO VII**

### **ANEXOS**

➤ **Matriz de consistencia**

Título: Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.															
Enunciado del problema	Hipótesis	Objetivos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Metodología	Población/muestra	Marco conceptual						
¿Cómo se puede plantear una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023?	H <sub>A</sub> : Es posible diseñar una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.	<b>Objetivo General:</b> Formular una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.  <b>Objetivos específicos:</b> - Identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión estructura del modelo de negocio en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023. - Identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión sistematización del modelo de negocio en estudiantes de la	Capacidad de emprendimiento	Estructura	Coherencia	Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)	Tipo: Básica, cuantitativa Diseño: El diseño que se empleará es el No experimental, cuyo diagrama es: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block; margin: 5px 0;">                         M → O → P                     </div> Donde: <b>M:</b> Estudiantes del VII ciclo de la I.E. N° 88098, Salitre. <b>O:</b> Observación de la elaboración de un modelo de negocio. <b>P:</b> Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento.	<b>Población:</b> 23 Estudiantes del VII ciclo de educación secundaria, correspondiente a 3°, 4° y 5° de secciones únicas. <b>Criterios de inclusión:</b> Todos los estudiantes correspondientes al VII ciclo de educación secundaria presentes en el momento de la aplicación del estudio y los test. <b>Criterios de exclusión:</b> Estudiantes que no den su asentimiento informado y que sus padres no den su consentimiento de participación en el estudio para sus menores hijos.	Conocimientos Capacidad de emprendimiento Modelo de negocio Proyecto de emprendimiento Desarrollo de un paquete de emprendimiento Etapas de un proyecto de emprendimiento						
					Elementos	Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)									
	Sistematización			Socios clave	Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)										
				Actividades claves	Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)										
	H <sub>0</sub> : No es posible diseñar una propuesta de modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.														

		I.E. 88098, Salitre-2023. - Identificar el nivel de capacidad de emprendimiento en la dimensión aspectos del modelo de negocio en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.			<p>Recursos clave</p> <p>Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)</p>			
					<p>Propuesta de valor única</p> <p>Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)</p>			
					<p>Adquisición de clientes</p> <p>Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)</p>			
					<p>Canales</p> <p>Sin evidencia (Valor 0.0) Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5) Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0) Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5) Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)</p>			

					<p>Mercado</p> <p>Sin evidencia (Valor 0.0)  Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5)  Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0)  Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5)  Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)</p>			
					<p>Estructura de costos</p> <p>Sin evidencia (Valor 0.0)  Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5)  Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0)  Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5)  Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)</p>			
					<p>Fuentes de ingreso</p> <p>Sin evidencia (Valor 0.0)  Nivel de desempeño 1 (Valor 1.5)  Nivel de desempeño 2 (Valor 3.0)  Nivel de desempeño 3 (Valor 4.5)  Nivel de desempeño 4 (Valor 5.0)</p>			
				Aspectos	<p>Internos</p> <p>Aspectos internos  (sumatoria de socios clave, actividades clave, recursos clave, estructura de costos).</p>			
					<p>Externos</p> <p>Aspectos externos  (sumatoria de mercado, propuesta de valor única, canales, adquisición de clientes, fuente de ingreso).</p>			

➤ Instrumentos de recolección de la información

Actividad de aprendizaje: Elaboración de modelo de negocio con el Business Model Canvas como esbozo inicial de la idea		Porcentaje de la Actividad:				
Descriptores o Aspectos a Evaluar		Sin Evidencia (Valor 0.0)	NIVEL DE DESEMPEÑO 1 (Valor 1.5)	NIVEL DE DESEMPEÑO 2 (Valor 3.0)	NIVEL DE DESEMPEÑO 3 (Valor 4.5)	NIVEL DE DESEMPEÑO 4 (Valor 5.0)
10%	Estructura	Sin evidencia de aprendizaje.	El trabajo presenta 4 o menos elementos de los siguientes criterios:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Socios Clave</li> <li>2. Actividades claves</li> <li>3. Recursos clave</li> <li>4. Propuesta de valor única</li> <li>5. Adquisición de clientes</li> <li>6. Canales</li> <li>7. Mercado</li> <li>8. Estructura de costos</li> <li>9. Fuentes de ingresos</li> </ol>	El trabajo presenta 5 o menos elementos de los siguientes criterios:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Socios Clave</li> <li>2. Actividades claves</li> <li>3. Recursos clave</li> <li>4. Propuesta de valor única</li> <li>5. Adquisición de clientes</li> <li>6. Canales</li> <li>7. Mercado</li> <li>8. Estructura de costos</li> <li>9. Fuentes de ingresos</li> </ol>	El modelo Canvas presenta 7 o menos elementos de los siguientes criterios:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Socios Clave</li> <li>2. Actividades claves</li> <li>3. Recursos clave</li> <li>4. Propuesta de valor única</li> <li>5. Adquisición de clientes</li> <li>6. Canales</li> <li>7. Mercado</li> <li>8. Estructura de costos</li> <li>9. Fuentes de ingresos</li> </ol>	El modelo Canvas presenta todos los criterios siguientes:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Socios Clave</li> <li>2. Actividades claves</li> <li>3. Recursos clave</li> <li>4. Propuesta de valor única</li> <li>5. Adquisición de clientes</li> <li>6. Canales</li> <li>7. Mercado</li> <li>8. Estructura de costos</li> <li>9. Fuentes de ingresos</li> </ol>
10%	Socios Clave	Sin evidencia de aprendizaje	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Quiénes son nuestros socios clave?</li> <li>2. ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?</li> <li>3. ¿Qué recursos clave obtendremos de nuestros socios?</li> </ol>

						4. ¿Qué actividades clave realizan los socios
10%	<b>Actividades claves</b>	Sin evidencia de aprendizaje	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:  1. ¿Cuáles son las actividades clave para nuestra propuesta de valor único?
10%	<b>Recursos Clave</b>	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:  1. ¿Cuáles son nuestros recursos? 2. ¿Qué recursos necesitamos para hacer nuestro proyecto
10%	<b>Propuesta de valor única</b>	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:  1. ¿Qué problema vamos a resolver? 2. ¿Cómo lo resolvemos? 3. ¿Qué valor ofrecemos a nuestros clientes?

						<ol style="list-style-type: none"> <li>4. ¿Qué problemas resolvemos para nuestros clientes?</li> <li>5. ¿Qué productos y servicios ofrecemos a nuestros clientes?</li> <li>6. ¿Cuáles son las necesidades que satisfacemos para</li> <li>7. nuestros clientes</li> </ol>
10%	<b>Adquisición de clientes</b>	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	<p>Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo atraemos a los clientes?</li> <li>2. ¿Cómo adquirimos clientes?</li> <li>3. ¿Cuánto cuesta atraer nuevos clientes?</li> <li>4. ¿Qué tipos de relaciones podemos establecer con nuestros clientes?</li> <li>5. ¿Cuáles son las categorías de nuestros clientes?</li> <li>6. ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes</li> </ol>

10%	<b>Canales</b>	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuáles son nuestros canales de distribución?</li> <li>2. ¿Qué canales necesitamos para hacer nuestro proyecto?</li> <li>3. ¿Qué canales nos ayudan a atraer nuevos clientes</li> </ol>
10%	<b>Mercado</b>	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuál es nuestro mercado principal?   <i>Mercado nicho</i>   <i>Mercado masivo</i>   <i>Mercado segmentado</i>   <i>Mercado Diversificado</i> </li> </ol>
10%	<b>Estructura de costos</b>	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:

							<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuáles son los gastos más importantes para nuestro modelo de negocios?</li> <li>2. ¿Cuáles son los recursos más caros que necesitamos para hacer nuestro proyecto?</li> <li>3. ¿Cuáles entre nuestras actividades necesarias son las más caras</li> </ol>
10%	<b>Fuentes de ingreso</b>	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo ganamos dinero ahora?</li> <li>2. ¿Cómo no pagan nuestros clientes?</li> <li>3. ¿Cómo no preferirían pagar?</li> </ol>

➤ Fichas o matrices de validación de los instrumentos de recolección de información

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO RÚBRICA DE EVALUACIÓN PARA MEDIR  
"CAPACIDAD DE EMPRENDIMIENTO"

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Mg/Dr.: Muchs Perillo, Angel Javier

DNI: 17841314

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	UNIVERSIDAD	GRADO DE ESTUDIOS	FECHA DE OBTENCIÓN DE GRADO
01	Universidad Nacional del Sur	Doctor en Ciencias	26 agosto 2013
02			
03			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	ENTIDAD/EMPRESA	TIEMPO LABORAL	CARGO	COMENTARIOS
01	UNS	23 años	Docente	
02				
03				

1 ..... de setiembre del 2023

  
Firma  
Pos firma  
Angel Javier Muchs Perillo

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO RÚBRICA DE EVALUACIÓN PARA MEDIR  
"CAPACIDAD DE EMPRENDIMIENTO"**

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Mg/Dr.: Dr. Gilmer Juan Luján Guevara

DNI: 32823443

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)		GRADO DE ESTUDIOS	FECHA DE OBTENCIÓN DE GRADO
01	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	Doctor en Educación	11 Noviembre 2021
02			
03			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)			COMENTARIOS
ENTIDAD/EMPRESA	TIEMPO LABORAL	CARGO	
01	UNIVERSIDAD NACIONAL descentralizada (35 años)	Docente Universitario	
02			
03			

1 ..... de setiembre del 2023

Firma  
Pos firma Gilmer Juan Luján Guevara

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO RÚBRICA DE EVALUACIÓN PARA MEDIR**

**“CAPACIDAD DE EMPRENDIMIENTO”**

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  No aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador/Mg/Dr.: Isabel Deycy Capillo Lucar

DNI: 40221623

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	UNIVERSIDAD	GRADO DE ESTUDIOS	FECHA DE OBTENCIÓN DE GRADO
01	Universidad César Vallejo	Doctor en Educación	Octubre 2021
02			
03			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

	ENTIDAD/EMPRESA	TIEMPO LABORAL	CARGO	COMENTARIOS
01	Univ. Nac. Del Santa	8 años	Docente universitaria	
02				
03				

1 .....de setiembre del 2023



Firma  
Pos firma  
Isabel Capillo Lucar

➤ **Ficha técnica de la rúbrica para medir la capacidad de emprendimiento**

<b>CARACTERÍSTICAS DE LA RÚBRICA</b>	
<b>1) Nombre del instrumento</b>	Rúbrica para medir la capacidad de emprendimiento
<b>2) Autor:</b>	Coral Méndez Alex Joel
<b>3) N° de ítems</b>	20
<b>4) Administración</b>	Individual
<b>5) Duración</b>	60 minutos
<b>6) Población</b>	Estudiantes de tercer, cuarto y quinto grado de educación secundaria
<b>7) Finalidad</b>	Determinar el nivel de capacidad de emprendimiento
<b>8) Materiales</b>	Cuadernillo de ítems, hoja de respuestas, plantilla de calificación
<b>9) Codificación:</b>	El instrumento mide 3 dimensiones, con una escala valorativa que puntúa a cada aspecto desde un valor 0.0 a un valor 5.0 (0.0 cuando no presenta evidencia; 1.5 cuando presenta nivel de desempeño 1; 3.0 cuando presenta nivel de desempeño 2; 4.5 cuando presenta nivel de desempeño 3; 5.0 cuando presenta nivel de desempeño 4), los cuales están organizados en función de las dimensiones de la variable elaboración de modelo de negocios: estructura (ítems 1 y 2), sistematización (ítems 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 y 11) y aspectos (por un lado sumatoria de 3, 4, 5 y 6 y, por otro lado, sumatoria de 7, 8, 9, 10 y 11). Los resultados serán organizados o agrupados en función a la escala establecida (valoración ordinal).
<b>10) Propiedades psicométricas</b>	<p><b>Confiabilidad:</b> La confiabilidad del instrumento (Rúbrica) con que se midió la capacidad de emprendimiento a través de la percepción de los estudiantes, que determina la consistencia interna de los ítems formulados para medir dicha variable, es decir, para detectar si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, utilizando</p>

el método de Alfa de Cronbach y aplicado a una muestra piloto de 10 estudiantes con características similares, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de  $r = 0.83$ , Lo que permite inferir que el instrumento a utilizar es confiable.

**Validez:** La validez externa del instrumento se determinó mediante el juicio de tres expertos, especialistas en educación y afines con experiencia en metodología de la investigación.

### 11) Observaciones

Las puntuaciones obtenidas con la aplicación del instrumento se agruparon en niveles: bajo (0-34), regular (35-67) y alto (68-100). Estos valores se tendrán en cuenta para ubicar a los estudiantes para efectos del análisis de resultados.

### Distribución de ítem por dimensión

DIMENSIÓN	NOMBRE DE DIMENSIÓN	ÍTEM
<b>D1</b>	Estructura	1, 2
<b>D2</b>	Sistematización	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
<b>D3</b>	Aspectos	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11

### Puntaje por dimensión y variable

Las puntuaciones se determinan en función a percentiles donde el nivel de bajo está en 34, el nivel regular en percentil 66 y el nivel alto en percentil 100.

Niveles	A nivel de variable	A nivel de las 3 dimensiones		
		DIM 1	DIM 2	DIM 3
<b>Alto</b>	68 - 100	8-10	31 - 45	31 - 45
<b>Regular</b>	35 - 67	5-7	16 - 30	16 - 30
<b>Bajo</b>	0 - 34	0-4	0-15	0-15

➤ Otros que la investigación lo requiera

## SOLICITUD DE PERMISO



“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

Nuevo Chimbote, 05 de mayo del 2023.

Sr.

**Lic. Milton César Vela Alejos**

Director de la I.E N° 88098-Salitre

Presente.

A través del presente me dirijo a usted cordialmente.

Yo, Alex Joel Coral Mendez, con DNI 4434242, docente nombrado en el área de EPT en la institución que Ud. administra, y por cuanto informarle que me encuentro cursando la Maestría en Educación con mención en Docencia e Investigación en la Universidad Nacional del Santa y dentro de mi plan curricular de la asignatura TESIS I: EL PROYECTO DE INVESTIGACION, vengo desarrollando un trabajo de investigación denominado **“PROPUESTA DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA MEJORAR LA CAPACIDAD DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES DE LA I.E. 88098, SALITRE- 2023.”**

Para la ejecución de mi investigación he seleccionado la I.E que Ud. dirige, por lo cual, solicito el permiso respectivo para poder tener las facilidades del caso, a fin de realizar el presente trabajo.

Es propicia la oportunidad para expresarles las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

Alex Joel Coral Mendez



## UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

### Consentimiento informado

**Título del estudio:** Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

**Investigador:** Bach. Coral Méndez, Alex Joel.

**Fecha de Versión:** 12 de agosto, 2023 (Versión 1.0)

---

#### Propósito del estudio

El propósito de este estudio es diseñar una Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023., investigación que ayudará a evidenciar métodos adecuados para reforzar las capacidades de emprendimiento en escolares.

#### Procedimientos

Si Ud. accede a que su menor hijo pueda participar en el estudio, su menor hijo realizará el modelo de negocio lean canvas, además se le aplicará un rúbrica de evaluación que permitirá medir su nivel de capacidad de emprendimiento.

#### Riesgos

Este estudio no representa ningún riesgo para su integridad física o mental.

#### Beneficios

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría servir como base para el enfoque de nuevos estudios, estrategias y/o políticas que busquen beneficiar a sus menores hijos y su aprendizaje.

#### Costos e incentivos

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no estamos pagando por su participación en este estudio. De igual manera su participación no tiene ningún costo.

## **Confidencialidad**

Su identidad no será revelada a ninguna persona externa al estudio; asimismo, la información tendrá un código de identificación (ID) descifrable solo por el investigador principal, además esta información será guardada en una carpeta con contraseña. Los consentimientos informados serán organizados en archivadores y guardados en gavetas con llave a los que solo el investigador principal tiene acceso.

## **Declaración del participante**

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para que mi menor hijo pueda participar en dicho estudio.

Doy permiso al investigador para:

- Usar la información colectada en este estudio

Firma de conformidad del investigador y del participante:

\_\_\_\_\_  
Nombre del participante

\_\_\_\_\_  
Firma del participante

\_\_\_\_\_  
Fecha

\_\_\_\_\_  
Br. Coral Méndez, Alex Joel.

Investigador principal

Firma de la persona que toma el consentimiento

## ASENTIMIENTO INFORMADO

**Título del estudio:** Propuesta de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023.

**Investigador:** Bach. Coral Méndez, Alex Joel.

**Fecha de Versión:** 12 de agosto, 2023 (Versión 1.0)

---

Soy estudiante de maestría de la Universidad Nacional del Santa, el presente estudio tiene de propósito diseñar una propuesta pedagógica para de un modelo de negocio para mejorar la capacidad de emprendimiento en estudiantes de la I.E. 88098, Salitre-2023, investigación que ayudará a evidenciar métodos adecuados para reforzar las capacidades de emprendimiento en escolares, la respuesta a este asentimiento, no necesita ser inmediata.

De no comprender en su totalidad este documento, puede solicitarme que haga una nueva explicación.

**Declaración del participante:**

He comprendido y acepto de forma voluntaria a participar colaborativamente en este estudio.

Doy permiso al investigador para:

- Usar la información recopilada de mi aprendizaje.

---

Nombre del niño

---

Firma del apoderado

---

huella digital

➤ Rúbricas de evaluación de algunos estudiantes:

Actividad de aprendizaje: Elaboración de modelo de negocio con el Business Model Canvas como esbozo inicial de la idea		Porcentaje de la Actividad:				Puntaje
Descriptores o Aspectos a Evaluar	Sin Evidencia (Valor 0.0)	NIVEL DE DESEMPEÑO 1 (Valor 1.5)	NIVEL DE DESEMPEÑO 2 (Valor 3.0)	NIVEL DE DESEMPEÑO 3 (Valor 4.5)	NIVEL DE DESEMPEÑO 4 (Valor 5.0)	
10% Estructura	Sin evidencia de aprendizaje.	El trabajo presenta 4 o menos elementos de los siguientes criterios: 1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	El trabajo presenta 5 o menos elementos de los siguientes criterios: 1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	El modelo Canvas presenta 7 o menos elementos de los siguientes criterios: 1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	El modelo Canvas presenta todos los criterios siguientes: 1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	0
10% Socios Clave	Sin evidencia de aprendizaje	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Quiénes son nuestros socios clave? 2. ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? 3. ¿Qué recursos clave obtendremos de nuestros socios?	1.5

10%	Actividades clave	Sin evidencia de aprendizaje	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	4. ¿Qué actividades clave realizan los socios Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuáles son las actividades clave para nuestra propuesta de valor único?	1.5
10%	Recursos Clave	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuáles son nuestros recursos? 2. ¿Qué recursos necesitamos para hacer nuestro proyecto	1.5
10%	Propuesta de valor única	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Qué problema vamos a resolver? 2. ¿Cómo lo resolvemos? 3. ¿Qué valor ofrecemos a nuestros clientes?	3

			<p>Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.</p>	<p>Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.</p>	<p>Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.</p>	<p>Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo atraemos a los clientes?</li> <li>2. ¿Cómo adquirimos clientes?</li> <li>3. ¿Cuánto cuesta atraer nuevos clientes?</li> <li>4. ¿Qué tipos de relaciones podemos establecer con nuestros clientes?</li> <li>5. ¿Cuáles son las categorías de nuestros clientes?</li> <li>6. ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</li> </ol>	<p>4. ¿Qué problemas resolvimos para nuestros clientes?  5. ¿Qué productos y servicios ofrecemos a nuestros clientes?  6. ¿Cuáles son las necesidades que satisfacemos para nuestros clientes?  7. ¿Cuáles son las necesidades que satisfacemos para nuestros clientes?</p>		<p>1.5</p>	
10%	Adquisición de clientes	Sin evidencia de aprendizaje.								

10%	<b>Canales</b>	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuales son nuestros canales de distribución? 2. ¿Qué canales necesitamos para hacer nuestro proyecto? 3. ¿Qué canales nos ayudan a atraer nuevos clientes	3
10%	<b>Mercado</b>	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cual es nuestro mercado principal? Mercado nicho Mercado masivo Mercado segmentado Mercado Diversificado	1.5
10%	<b>Estructura de costos</b>	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:	

						<p>1. ¿Cuáles son los gastos más importantes para nuestro modelo de negocios?</p> <p>2. ¿Cuáles son los recursos más caros que necesitamos para hacer nuestro proyecto?</p> <p>3. ¿Cuáles entre nuestras actividades necesarias son las más caras?</p>	3	
				Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: <p>1. ¿Cómo ganamos dinero ahora?</p> <p>2. ¿Cómo no pagan nuestros clientes?</p> <p>3. ¿Cómo no preferirían pagar?</p>	1.5
				Sin evidencia de aprendizaje.				
				Fuentes de ingreso				
				10%				
<b>Total</b>								18

Actividad de aprendizaje: Elaboración de modelo de negocio con el Business Model Canvas como esbozo inicial de la idea		Porcentaje de la Actividad:				Puntaje
Descriptores o Aspectos a Evaluar	Sin Evidencia (Valor 0.0)	NIVEL DE DESEMPEÑO 1 (Valor 1.5)	NIVEL DE DESEMPEÑO 2 (Valor 3.0)	NIVEL DE DESEMPEÑO 3 (Valor 4.5)	NIVEL DE DESEMPEÑO 4 (Valor 5.0)	
10% Estructura	Sin evidencia de aprendizaje.	El trabajo presenta 4 o menos elementos de los siguientes criterios: 1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	El trabajo presenta 5 o menos elementos de los siguientes criterios: 1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	El modelo Canvas presenta 7 o menos elementos de los siguientes criterios: 1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	El modelo Canvas presenta todos los criterios siguientes: 1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	0
10% Socios Clave	Sin evidencia de aprendizaje	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Quiénes son nuestros socios clave? 2. ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? 3. ¿Qué recursos clave obtendremos de nuestros socios?	3

10%	Actividades claves	Sin evidencia de aprendizaje	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	4. ¿Qué actividades clave realizan los socios Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuales son las actividades clave para nuestra propuesta de valor único?	1.5
10%	Recursos Clave	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuales son nuestros recursos? 2. ¿Qué recursos necesitamos para hacer nuestro proyecto	3
10%	Propuesta de valor única	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Qué problema vamos a resolver? 2. ¿Cómo lo resolvemos? 3. ¿Qué valor ofrecemos a nuestros clientes?	1.5

						<p>4. ¿Qué problemas resolvemos para nuestros clientes?</p> <p>5. ¿Qué productos y servicios ofrecemos a nuestros clientes?</p> <p>6. ¿Cuáles son las necesidades que satisfacemos para nuestros clientes?</p> <p>7. nuestros clientes</p>	
10%	Adquisición de clientes	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	<p>Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo atraemos a los clientes?</li> <li>2. ¿Cómo adquirimos clientes?</li> <li>3. ¿Cuánto cuesta atraer nuevos clientes?</li> <li>4. ¿Qué tipos de relaciones podemos establecer con nuestros clientes?</li> <li>5. ¿Cuáles son las categorías de nuestros clientes?</li> <li>6. ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</li> </ol>	<p style="text-align: center;">0</p>

10%	Canales	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuáles son nuestros canales de distribución? 2. ¿Qué canales necesitamos para hacer nuestro proyecto? 3. ¿Qué canales nos ayudan a atraer nuevos clientes	1.5
10%	Mercado	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuál es nuestro mercado principal? Mercado nicho Mercado masivo Mercado segmentado Mercado Diversificado	1.5
10%	Estructura de costos	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:	



Actividad de aprendizaje: Elaboración de modelo de negocio con el Business Model Canvas como esbozo inicial de la idea		Porcentaje de la Actividad:				Puntaje
		NIVEL DE DESEMPEÑO 1 (Valor 1.5)	NIVEL DE DESEMPEÑO 2 (Valor 3.0)	NIVEL DE DESEMPEÑO 3 (Valor 4.5)	NIVEL DE DESEMPEÑO 4 (Valor 5.0)	
10% Estructura	Sin evidencia de aprendizaje.	El trabajo presenta 4 o menos elementos de los siguientes criterios:  1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	El trabajo presenta 5 o menos elementos de los siguientes criterios:  1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	El modelo Canvas presenta 7 o menos elementos de los siguientes criterios:  1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	El modelo Canvas presenta todos los criterios siguientes:  1. Socios Clave 2. Actividades claves 3. Recursos clave 4. Propuesta de valor única 5. Adquisición de clientes 6. Canales 7. Mercado 8. Estructura de costos 9. Fuentes de ingresos	1.5
	Sin evidencia de aprendizaje	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:  1. ¿Quiénes son nuestros socios clave? 2. ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? 3. ¿Qué recursos clave obtendremos de nuestros socios?	
10% Socios Clave	Sin evidencia de aprendizaje	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:  1. ¿Quiénes son nuestros socios clave? 2. ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? 3. ¿Qué recursos clave obtendremos de nuestros socios?	3

10%	Actividades claves	Sin evidencia de aprendizaje	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	4. ¿Qué actividades clave realizan los socios Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuales son las actividades clave para nuestra propuesta de valor único?	1.5
10%	Recursos Clave	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuales son nuestros recursos? 2. ¿Qué recursos necesitamos para hacer nuestro proyecto	1.5
10%	Propuesta de valor única	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Qué problema vamos a resolver? 2. ¿Cómo lo resolvemos? 3. ¿Qué valor ofrecemos a nuestros clientes?	0

10%	Adquisición de clientes	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	<p>4. ¿Qué problemas resolvimos para nuestros clientes?</p> <p>5. ¿Qué productos y servicios ofrecemos a nuestros clientes?</p> <p>6. ¿Cuales son las necesidades que satisfacemos para nuestros clientes?</p> <p>7. nuestros clientes</p>	<p>Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo atraemos a los clientes?</li> <li>2. ¿Cómo adquirimos clientes?</li> <li>3. ¿Cuánto cuesta atraer nuevos clientes?</li> <li>4. ¿Qué tipos de relaciones podemos establecer con nuestros clientes?</li> <li>5. ¿Cuales son las categorías de nuestros clientes?</li> <li>6. ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</li> </ol>	<p style="text-align: center;">0</p>
-----	-------------------------	-------------------------------	---	---	---	--	--	--------------------------------------

10%	Canales	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuáles son nuestros canales de distribución? 2. ¿Qué canales necesitamos para hacer nuestro proyecto? 3. ¿Qué canales nos ayudan a atraer nuevos clientes	1.5
10%	Mercado	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes: 1. ¿Cuál es nuestro mercado principal? Mercado nicho Mercado masivo Mercado segmentado Mercado Diversificado	3
10%	Estructura de costos	Sin evidencia de aprendizaje.	Argumenta sus respuestas de forma confusa a sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma regular sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma satisfactoria sus ideas con base en las preguntas planteadas.	Argumenta sus respuestas de forma clara y precisa sus ideas con base en las preguntas siguientes:	



➤ **Fotos del proceso de la investigación:**



I.E N° 88098 Salitre- Centro Poblado de Salitre-Jimbe



Muestra: Estudiantes 4º Grado Secundaria de la I.E N° 88098 - salitre