

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3177

Actitud emprendedora en estudiantes de quinto de secundaria

Juan Jose Saavedra Olivos

jsaavedra@cased.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-8191-8988>

Licenciado en Educación Primaria
Maestro en Docencia y Gestión Educativa
Doctor en Educación

Maruja Pérez Vento

mperez@cased.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-8058-8478>

Licenciada en Educación Primaria
Maestra en Docencia y Gestión Educativa
Doctora en Educación
Centro de Administración de Servicio Educativo FAP
Lima – Perú

RESUMEN

El presente artículo tiene como propósito general determinar la actitud emprendedora de los estudiantes de quinto Secundaria de la IE ALF. FAP Samuel Ordóñez Velázquez de Piura. Es de tipo básica, no experimental, descriptiva y transeccional. Su población de estudio está conformada por 36 alumnos. Se utilizó como técnica la encuesta y el cuestionario del perfil de la actitud emprendedora, perteneciente al autor Management Systems International (Washington, D.C.). Llegando a la conclusión, que existe un alto nivel (75%) de actitud emprendedora de estos alumnos.

Palabras clave: *actitud emprendedora; realización; planificación y relacionarse socialmente.*

Correspondencia: jsaavedra@cased.edu.pe

Artículo recibido 10 agosto 2022 Aceptado para publicación: 10 septiembre 2022

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Saavedra Olivos, J. J., & Pérez Vento, M. (2022). Actitud emprendedora en estudiantes de quinto de secundaria. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 1652-1666.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3177

ABSTRACT

The general purpose of this article is to determine the entrepreneurial attitude of the fifth-year students of the IE ALF. FAP Samuel Ordóñez Velázquez from Piura. It is basic, non-experimental, descriptive and transactional. His study population is made up of 36 students. The survey and questionnaire of the entrepreneurial attitude profile, belonging to the author Management Systems International (Washington, D.C.), were used as a technique. Concluding that there is a high level (75%) of entrepreneurial attitude of these students.

Keywords: *entrepreneurial attitude; realization; planning and interacting socially.*

INTRODUCCIÓN

En nuestro escenario educativo, marcado por la pandemia, los estudiantes han transitado durante dos años, por una educación virtual, retornando a una educación presencial, la misma que gradualmente se viene acentuando ante el temor de estudiantes y padres de familia de un posible contagio en los diferentes escenarios educativos. Esta transición ha obligado a los docentes, realizar cambios graduales en las programaciones y sesiones de aprendizaje, a fin de brindar un mejor aprendizaje integral a los estudiantes, dentro del contexto que se está experimentando.

En las aulas virtuales y presenciales los estudiantes tienen bajas expectativas de logro, bajo rendimiento académico, baja autonomía, dificultad para tomar sus propias decisiones, se observa un hipotético comportamiento antisocial; como protesta por su frustración y falta de oportunidad en el desempeño personal y profesional de su forma y por lo tanto, no tienen proyectos de vida, y estos factores dificultan su crecimiento, que se estira cada día y afecta aún más a los estudiantes.

En el contexto de la globalización, las personas y organizaciones deben convertirse en emprendedores, lo que significa desarrollar competencias, habilidades o competencias que les permitan ver oportunidades de mejora y asumir retos para lograr un crecimiento sostenible a largo plazo. (Uriarte, 2017). Esta es la fuerza de la imagen emprendedora en todos los ámbitos de la vida, especialmente en la educación, ya que va de la mano con el desarrollo de las habilidades, capacidades y con el desarrollo de su actitud emprendedora.

La Competencia 27 estipulada en el Currículo Nacional de la EBR “Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social”, contempla:

Los estudiantes ponen en práctica ideas creativas mediante la movilización eficaz y efectiva de los recursos, las tareas y las técnicas necesarias para lograr metas y objetivos individuales o colectivos para abordar necesidades insatisfechas o problemas económicos, sociales o ambientales. Define a un emprendedor como alguien que toma iniciativas individuales y colectivas para resolver problemas que impactan en sus proyectos de vida (MINEDU, 2017)

La propuesta educativa debe ser desarrollar estudiantes emprendedores sociales que trabajen y realicen proyectos en temas sociales como educación, salud, incidencia

cultural, medio ambiente, compromiso cívico, derechos humanos, por lo que contribuirán al desarrollo local. Nuestros niños y jóvenes tienen las habilidades emprendedoras que descubren y desarrollan cada día, pero necesitan de la intervención y el esfuerzo de todos los agentes que intervienen en el proceso educativo para dotarles de una mayor sensación de seguridad y confianza para alcanzar sus objetivos. En nuestra realidad, solo 3 de cada 10 estudiantes de quinto grado de secundaria han pensado en estudiar una carrera, ya sea universitaria o de posgrado, lo que demuestra que los estudiantes tienen una pobre visión del futuro, expectativas de aprendizaje y éxito escasas. Un futuro mejor. (Saavedra, 2020)

Vera (2008) Demostrar que el emprendimiento es un proceso educativo, lo que significa un proceso de enseñanza continua para garantizar un emprendimiento efectivo y duradero, que aporte significativamente a la sociedad y contribuya al desarrollo escalable. Citado por (Benites, 2018)

Para ello, primero debemos abordar las deficiencias de la educación actual: falta de valores culturales del emprendimiento, desconocimiento de las oportunidades empresariales y falta de habilidades comerciales. (Mestres, 2011). Además, se deben apoyar los cambios en los métodos de enseñanza: de un estilo tradicional a uno emprendedor, con un mayor enfoque en la práctica, con metas negociadas, con el estudiante en el centro del proceso de aprendizaje y la evaluación como mecanismo de mejora. Citado por (Smith, 2012)

Desde esta perspectiva educativa expuesta a la pandemia, este estudio tuvo como objetivo determinar el nivel de actitudes emprendedoras entre los estudiantes de V secundaria de IE ALF FAP Samuel Ordóñez Velázquez de Piura.

Frente a lo anterior, se planteó las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuál es el nivel de actitudes emprendedoras por género entre los estudiantes de 5to grado de secundaria de la IE ALF FAP Samuel Ordóñez Velázquez?

Este artículo se justifica dado que los resultados obtenidos ayudan a comprender las actitudes emprendedoras, un tema que se extiende todos los días y afecta a los estudiantes.

En el campo de la educación, la utilidad de sus resultados permitirá conocer el nivel de actitudes emprendedoras, hacer recomendaciones una vez obtenidos los resultados, intervenir aplicando programas dirigidos a promover actitudes emprendedoras en los

estudiantes, y así desarrollar competencias , motivación de logro, trabajo en equipo, que facilitará los elementos de realización de tareas para establecer metas y planificar acciones para cumplir con las condiciones necesarias para la creación y gestión de programas educativos. En teoría, tiene sentido fortalecer los marcos teóricos de las habilidades empresariales, una variable menos conocida en educación que requiere investigación. Además, se obtendrá información válida y confiable de las actitudes emprendedoras de los estudiantes de estas instituciones educativas.

El estudio también se demuestra por su contribución a la utilidad metodológica: los métodos, procedimientos, técnicas y herramientas utilizadas en el estudio, después de demostrar su validez y confiabilidad, pueden ser utilizados como base para otros trabajos de investigación similares a este estudio.

El objetivo general que se persiguió fue determinar el nivel de actitudes emprendedoras entre los estudiantes de quinto grado de secundaria por género. Asimismo, en cuanto a metas específicas, se intenta identificar niveles de actitudes emprendedoras por género en cada dimensión.

Respecto a los trabajos anteriores, tenemos los siguientes puntos:

(Churruca, 2021) En su trabajo referente a las actitudes emprendedoras de los estudiantes del ciclo superior del CEBA, concluyó que las actitudes emprendedoras tienen una regularidad, que es la misma que las actitudes emprendedoras basadas en valores de moda (96), es decir, la mayoría (36%) sobre este nivel. Asimismo, se encontraban en niveles normales en las tres dimensiones estudiadas: capacidad ejecutiva, capacidad de planificación y capacidad social.

(Benites, 2018) En su investigación “Promoviendo la cultura emprendedora de los jóvenes de Esmeraldas”, concluye que ya es posible desarrollar una gama de habilidades en los jóvenes, como la identificación de oportunidades, el trabajo en equipo, la persuasión y la planificación, la capacidad de negociación, tomar sus ideas, afrontar retos y asumir riesgos, trabajo colaborativo en red, autonomía en grupos de trabajo, focalizarse en los resultados y ponerlos en práctica. Asimismo, se puede incentivar a los jóvenes a observar el entorno para identificar oportunidades, estimular su curiosidad por crear nuevas fuentes de empleo y participar en propuestas de desarrollo local.

(Sánchez, Ward, & Hernández, 2017) Señale que el quinto pilar de la educación, aprender a emprender, juega un papel importante para facilitar la realización de la intención

empresarial en una realidad exitosa y sostenible. América Latina en particular, aunque es una región rica en recursos, la realidad actual trae desafíos constantes como la tecnología y la competencia internacional. Con el advenimiento de ambos, existe una oportunidad para que los cursos de emprendimiento se adapten a este modelo, permitiendo la creación de sistemas o programas que den a los estudiantes la oportunidad de interactuar con el mundo exterior para aprender y diversificar sus técnicas e ideas de negocios, adaptándolas a las realidades de tu país. Asimismo, creen que el enfoque de la creación de programas de educación empresarial no es solo desarrollarlos, sino sostenerlos. Estos deben evaluarse continuamente para medir su eficacia y viabilidad en términos de habilidades creativas y el valor de las intenciones empresariales de los estudiantes.

(Tello, 2019) En su investigación sobre las actitudes emprendedoras entre los estudiantes de secundaria, concluyó que estos mostraron un nivel moderado de actitudes emprendedoras, es decir, principalmente el 54,5% del total de los encuestados, lo que demuestra las actitudes positivas anteriores, también observó un 23,1% y un 22,4%, respectivamente, la propensión a las actitudes emprendedoras es baja y alta, y los datos del estudio también muestran que, en términos de género, las mujeres tienen actitudes emprendedoras más altas que los hombres de la misma edad.

En el aspecto teórico, es importante señalar que la educación para el emprendimiento juega un papel fundamental en el desarrollo de actitudes, habilidades y cultura desde la educación primaria hasta el final del aprendizaje. (Corduras et al., 2010). Además, las habilidades, actitudes y comportamientos empresariales se pueden aprender y entrenar en el espíritu empresarial a lo largo de la vida académica de un individuo, comenzando en la adolescencia, hasta la edad adulta y continuando en la educación superior. Citado por (Smith, 2012)

Según (Kourilsky, 1995) Para que la educación empresarial funcione, debe educar con éxito en cada una de las tres áreas: identificación de oportunidades, integración de recursos frente al riesgo y espíritu empresarial. Cuando la autora pregunta por qué la educación emprendedora bien intencionada está perdiendo atención, responde que la dificultad radica en la falta de atención a los desafíos estratégicos fundamentales: las poblaciones clave tienen necesidades educativas significativamente diferentes para

iniciar, ejecutar y apoyar el emprendimiento. Diferencias correspondientes entre educación emprendedora, comportamiento y educación emprendedores.

(Druker, 2006) Describe a un empresario como alguien que dirige una empresa, es decir, un hombre de negocios

(Shumpeter, 1984) Los emprendedores se definen como innovadores que logran el crecimiento económico transformando innovaciones (productos, procesos, procedimientos, etc.) en productos prácticos, y los emprendedores se definen de manera similar como aquellos que poseen recursos, organizan el talento y asumen el liderazgo para el éxito empresarial.

Para Carland, mencionado por (Galan, 1994) La diferencia entre un emprendedor y el propietario de una pequeña empresa es que el primero crea una empresa para crecer y generar ganancias, utilizando conceptos y técnicas de gestión estratégica, mientras que el propietario de una pequeña empresa crea una empresa para obtener ganancias personales.

Un concepto que no se puede omitir, son aquellos individuos que en una organización establecida, se encargan de identificar oportunidades, organizar los recursos necesarios y poner en práctica ideas innovadoras, se les define como intraemprendedores. (Osz, 2010)

La actitud emprendedora también conocido como espíritu emprendedor es definido por Kets de Vries, citado por (García, 2011), quien establece, que la habilidad emprendedora es la capacidad de innovar, gestionar, coordinar y asumir riesgos. Asimismo, los emprendedores están orientados al logro y asumen la responsabilidad con base en las decisiones, les disgusta el trabajo repetitivo, son personas innovadoras, enérgicas, persistentes e imaginativas, y combinan el compromiso espontáneo con la moderación y la creatividad. Los riesgos de la planificación, lo que les permite convertir las ideas en cosas concretas. Las cualidades y habilidades emprendedoras generan optimismo y entusiasmo que se contagia a los equipos de trabajo dentro de la organización (p.12).

Los estudios que mayores citas académicas han tenido con respecto a la actitud emprendedora son los de Ajzen (1991), dio lugar a la teoría del comportamiento planificado, que establece que el comportamiento está dictado por sus intenciones, un factor motivacional, pero que estas intenciones de creación de empresas están gobernadas por actitudes, normas subjetivas y control conductual percibido. (Mc

Clelland, 2009) Al investigar las características psicológicas de los emprendedores, encontró que tienen una fuerte necesidad de logro que los motiva a implementar sus proyectos. Citado por (Mora, 2011)

Por otra parte, (Druker, 2006) Se cree que la característica del espíritu emprendedor es más un comportamiento que un rasgo de personalidad. Muestra que cualquiera que pueda hacer frente a la toma de decisiones y la innovación puede aprender a ser emprendedor.

El estudio del emprendimiento también se puede estudiar desde diferentes perspectivas: psicológica, demográfica y actitudinal

Psicológico: (Cross & Travaglione, 2003) explican tres grandes teorías. La primera, la de la motivación que fue defendida por McClelland (1961). En él se determina la identidad del emprendedor midiendo los rasgos de personalidad y motivaciones que posee.

En la segunda teoría, otros autores como Busenitz (1999), McCarthy (2000), Stewart y Roth, (2001) Estudian a los emprendedores bajo la teoría de la personalidad o de los rasgos. Se basa en que el emprendedor desarrolle el negocio según sus propios méritos. El problema es que no todos los emprendedores tienen las mismas características. Citado por (Cross & Travaglione, 2003)

La tercera es la teoría cognitiva, sustentada por Neck, Manz y Godwin (1999) donde el emprendedor es autoeficiente y sabe tomar decisiones. Además, posee una mayor habilidad que otros para lograr sus resultados. Citado por (Cross & Travaglione, 2003) Además de las tres teorías enunciadas anteriormente, (Cross & Travaglione, 2003) realizar una encuesta explicando la importancia de la inteligencia emocional para los emprendedores. Encontró en ellos una buena habilidad para conectarse entre sí. Su control de las emociones hace que los problemas y contratiempos sean el motor para solucionarlos.

Demográficas: Para identificar al emprendedor, se utilizan variables demográficas. Varios autores lo han empleado, entre ellos Brockhaus, 1982, Cohen, 1980, Gasse, 1985, Jacobowitz y Vidler, 1982, Sexton y Auken, 1982, citados por Robinson (1991). (Hisrich & Peters, 2002). Recientemente, se confirmó esta explicación, (Hisrich & Peters, 2002) y (Cano, García, & Gea, 2003) explican que existe cierta evidencia de que las personas con antecedentes familiares similares, orden de nacimiento, estado civil, edad, niveles de

educación propios y de los padres, experiencia laboral y nivel socioeconómico determinarán su perfil empresarial.

Una de las críticas explicada por (Robinson, 1987) basándose en Rychlak (1981), es que los psicólogos han creído durante mucho tiempo que no son las experiencias en sí mismas las que cambian el comportamiento de las personas, sino las conclusiones que extraen de esas experiencias. Por ejemplo, dos personas nacidas en las mismas condiciones (por ejemplo, el hijo mayor es varón, los padres son inmigrantes, tienen su propio negocio), se puede determinar que uno se convierte en empresario y el otro no.

La actitud se define como la tendencia a responder positiva o negativamente a un objeto. Puede ser una persona, un lugar, un evento, una actividad, un concepto mental, etc. (Triandis, 1974) piensa en las actitudes como tridimensionales. Generan tres tipos de respuestas: afectivas, cognitivas y conductuales.

Muchos investigadores han estudiado la teoría de la actitud tanto desde una perspectiva práctica como teórica y están de acuerdo en que estudiar el espíritu emprendedor es beneficioso. (Robinson, 1987) Comprender la actitud es lo que realmente determina la imagen de un emprendedor. Se cree que las actitudes son menos estables que los rasgos de personalidad porque cambian con el tiempo y debido a las interacciones con el entorno. La velocidad a la que cambian depende del grado en que la actitud esté arraigada en el individuo, el grado en que se identifique con él y la intensidad de la experiencia que busca cambiarla. La posibilidad de tales cambios deja dudas sobre la consistencia de estos comportamientos previstos, especialmente cuando se miden de forma genérica.

Según (Triandis, 1974) En el componente de actitud, encontramos que el componente cognitivo consiste en las creencias y pensamientos que tiene un individuo sobre el objeto particular de la actitud. Esa es la idea. Un componente afectivo que consiste en sentimientos positivos o negativos producidos por el sujeto. Es la emoción que impregna este pensamiento. Contiene los componentes de intención y comportamiento previsto del comportamiento producido por el objeto.

En cuanto a las dimensiones de esta variable, se dividen en: capacidad de realización, capacidad de planificación y capacidad social. (Trelles, 2017)

La capacidad de logro es la fuerza para superar obstáculos y desafíos, lo que significa el esfuerzo para lograr metas y objetivos de una manera que pueda ayudar a los demás. A

la hora de establecer metas, debe tener las características de iniciativa, búsqueda de oportunidades, persistencia, compromiso, eficiencia, etc., para alcanzar las metas.

La capacidad de planificación es la construcción de planes que pueden ejecutarse en una fecha posterior, una descripción organizada y estructurada de acciones en un contexto conocido. A través de la planificación, identificar metas y objetivos a alcanzar, organizar prioridades en etapas, establecer los recursos más apropiados para la implementación de las metas establecidas, asegurar la utilización óptima de los recursos, aprovechar la mayoría de las oportunidades y reducir o, respectivamente, eliminar las amenazas emergentes.

a sociabilidad es el acto de crear el ambiente adecuado y el buen humor en los demás que conducen a relaciones sólidas que crean un emprendimiento o proyecto empresarial.

METODOLOGÍA

Este estudio es cuantitativo no experimental porque se realizó sin manipulación deliberada de variables. Observar fenómenos que ocurren en el entorno natural para su análisis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

El diseño es descriptivo y transversal porque investiga la incidencia de la forma o nivel de la variable en la población a lo largo de un tiempo determinado. Hernández et. al. (2014)

La población de estudio estuvo constituida por 36 estudiantes de secundaria de IE ALF. FAP Samuel Ordóñez Velázquez de Piura.

La técnica utilizada es la encuesta ya que permite la investigación, exploración y recolección de datos a través de preguntas planteadas directamente al sujeto que constituye el análisis de esta investigación. (Carrasco, 2009)

La herramienta aplicada fue un cuestionario sobre perfiles de actitud emprendedora, elaborado por International Management System (Washington, DC)

Se aplica de forma directa y presencial a los alumnos y tiene una duración aproximada de 30 minutos. Contiene 85 artículos.

Dimensiones evaluadas: capacidad de realización, planificación y socialización.

La validez de este instrumento está dada por el juicio de tres expertos. En la evaluación se considera la evaluación de la autenticidad y autenticidad del instrumento. (Carrasco, 2009). Se obtuvo una confiabilidad Alfa de Cronbach de 0,910 (confianza alta).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Desde una perspectiva educativa, en este estudio encontramos que el 75% de los estudiantes tenían una actitud emprendedora alta. Cabe señalar que, de este porcentaje, el 37,50% corresponde a hombres y mujeres, respectivamente. El 15,63% (hombres) y el 3,13% (mujeres) mostraron actitudes emprendedoras muy altas.

En cuanto a la capacidad ejecutiva, la ratio es alta, con una ratio del 34,38% tanto para hombres como para mujeres. Asimismo, el 18,75% (hombres) y el 3,13% (mujeres) tienen actitudes emprendedoras muy altas.

En cuanto a la capacidad de planificación, se determinó que el 53,13% (hombres) y el 34,38% (mujeres) se encuentran en niveles altos, respectivamente. 3,13% (mujeres) en un nivel muy alto.

Por tanto, la capacidad de relacionarse con la sociedad muestra que el 21,88% (hombres) se considera en un nivel regular, el 28,13% (hombres) y el 37,5% (mujeres) en un nivel alto, y el 9,38% (hombres) en un nivel muy alto. actitud de nivel emprendedor.

Estos resultados difieren de los identificados por (Churruca, 2021) y (Tello, 2019) en su investigación sobre actitudes emprendedoras entre estudiantes de secundaria, quienes concluyeron que presentaban niveles moderados de actitudes emprendedoras.

Es importante resaltar que, a partir de los hallazgos, se observaron niveles altos en cada una de las dimensiones estudiadas: capacidad de ejecución, capacidad de planificación y capacidad de interacción con la sociedad, las cuales son consistentes con las conclusiones de Benites (2018). Siendo consistentes, tiene el potencial de desarrollar una gama de habilidades para los jóvenes, como identificar oportunidades, trabajar en equipo, persuasión y planificación, habilidades de negociación, poner ideas en práctica, enfrentar desafíos y asumir riesgos, trabajar en colaboración en redes, trabajar en grupos, autonomía, enfoque en resultados y puesta en práctica.

García (2011) afirma que los emprendedores están orientados al desempeño, asumen la responsabilidad a través de la toma de decisiones, no les gusta el trabajo repetitivo, son personas creativas con altos niveles de energía y óptima persistencia e imaginación, combinado con espontaneidad hacen suposiciones modestas y calculan el riesgo en una forma que te permite traducir ideas comunes en cosas concretas.

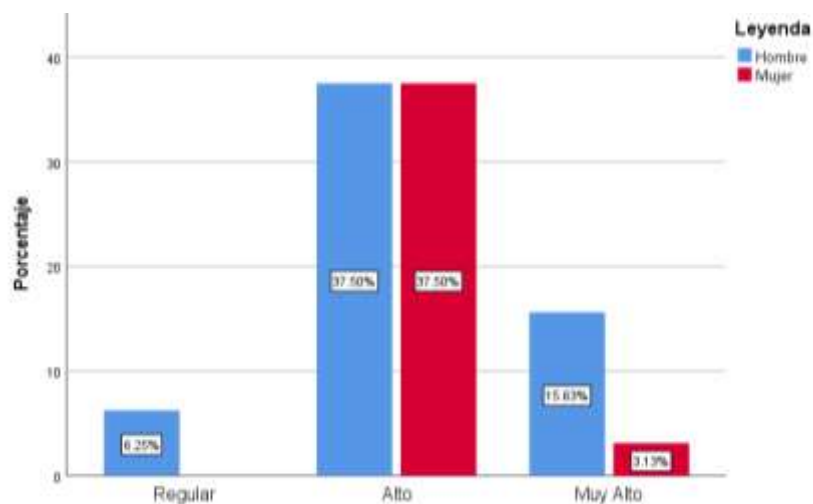
La postura teórica de (Kourilsky, 1995) Cuando se le preguntó por qué la educación empresarial bien intencionada está perdiendo foco, respondió que el problema radica en

la falta de enfoque en los desafíos estratégicos fundamentales: las necesidades educativas de las poblaciones clave para el inicio, la ejecución y el apoyo varían significativamente.

ILUSTRACIONES, TABLAS, FIGURAS.

Figura 1

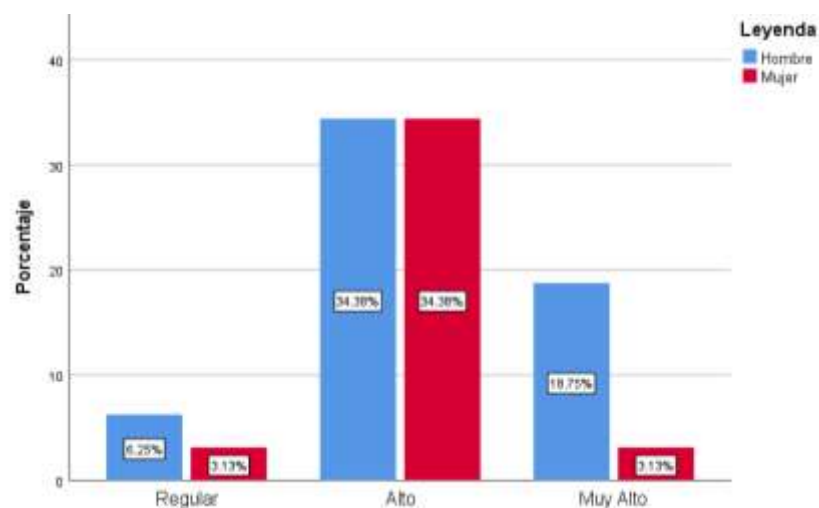
Actitud emprendedora



Nota: Cuestionario actitud emprendedora

Figura 2

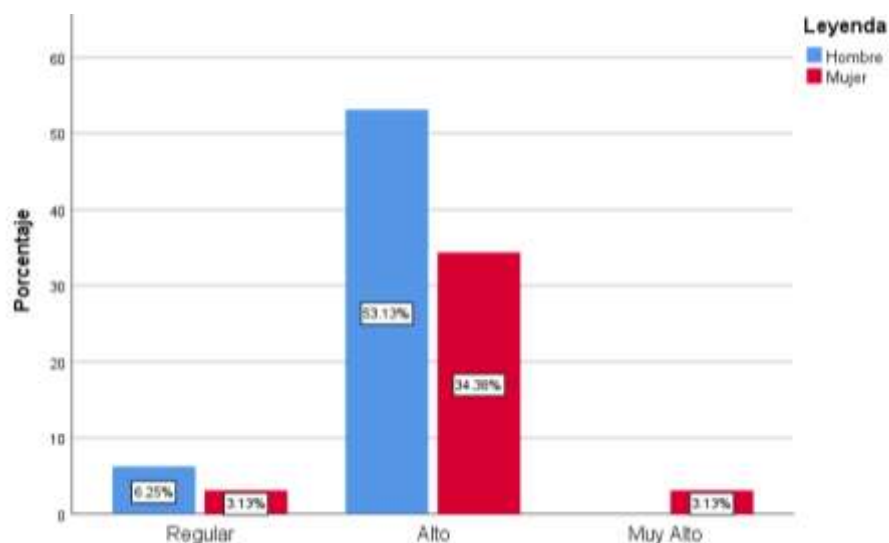
Capacidad de realización



Nota: Cuestionario actitud emprendedora

Figura 3

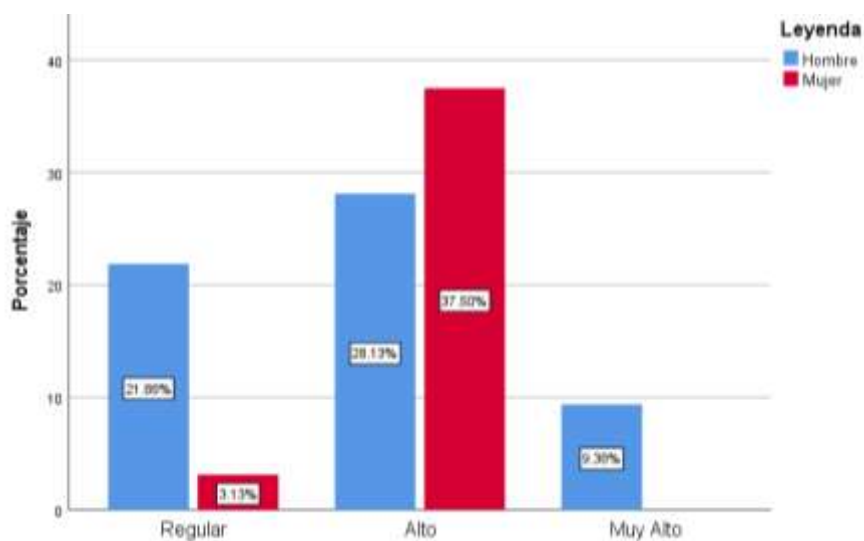
Capacidad de planificación



Nota: Cuestionario actitud emprendedora

Figura 4

Capacidad de relacionarse socialmente



Nota: Cuestionario actitud emprendedora

CONCLUSIONES

- Los estudiantes de V de secundaria de la IE ALF FAP Samuel Ordóñez Velázquez se encuentran en un nivel alto de actitud emprendedora en un 75%. El 15.63% (hombres) y el 3.13% (mujeres) se encuentran en nivel muy alto. Los hombres tienen mejor actitud emprendedora que las mujeres.

- Con respecto a la capacidad de realización se encuentran en un nivel alto con un 34,38% respectivamente hombres y mujeres. Se encuentra además que el 18.75% de los varones están en nivel muy alto.
- Con respecto a la capacidad de planificación los varones (53.13%) y las mujeres (34.38%) se encuentran en un nivel alto, respectivamente.
- Con respecto a la capacidad de relacionar socialmente el 21.88% (hombres) se encuentran en un nivel regular de actitud emprendedora. El 28,13% (hombres) y el 37.5% (mujeres) en un nivel alto, respectivamente. Un 9.38% de varones se encuentra en un nivel muy alto.

LISTA DE REFERENCIAS

- Benites, R. (2018). Fomento de la cultura emprendedora em jóvenes de la provincia de Esmeraldas. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, Volumen Especial N° 03 (pp. 122-129).
- Cano, C., García, J., & Gea, A. (2003). *Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios*. España: Ediciones Universidad de Almería, Servicio de publicaciones.
- Carrasco, S. (2009). *Matodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Churruca, C. y. (2021). *Evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA en Villa María del Triunfo, Lima*. Huancavelica. Perú: Universidad Nacional de Huancavelica.
- Cross, B., & Travaglione, A. (2003). The untold store: Is the entrepreneur of the 21 st century defined by emotional intelligence. *The Internacional Journal of Organizationel Analipis*, 11 (3) 221-228.
- Druker, P. (2006). Mas allá de la revolución de la información. *harvard Deusto Business Review*, 12, pp. 6-16.
- Galan, F. (1994). La creación de empresas en el sector servicios como estrategias del desarrollo regional: El papel del emprendedor. Iv Congreso de Economía Regional de Castilla y León. *Burgos y Comunicación*, 537-549.
- García, F. (2011). *Manual del saber emprender*. Brasil: Edición SEBRAE.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw- Hill/Interamericana Editores,S.A. de C.V.

- Hisrich, R., & Peters, M. (2002). *Entrepreneurship*. Estados Unidos: Mc Graw-Hill 5ta. Edición.
- Kourilsky, M. (1995). Entrepreneurship Education: Opportunity in search of Curriculum. Center for Entrepreneurial Leadership. *Ewin Marion Kauffman Foundation*, 1-25.
- McClelland, C. (2009). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- MINEDU. (2017). *Currículo Nacional de la Educación Básica*. Lima: MINEDU.
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista Escuela de Administradores de Negocios*, Num. 71, pp 70-83.
- Osz. (2010). *Intrepreneurship: desarrollando el Espíritu Emprendedor dentro de la Organización*. Buenos Aires. Argentina: Fámhar Ediciones.
- Robinson, P. (1987). *Prediction of entrepreneurship base don an altitude consistency model*. EEUU: UNI Disertation Services.
- Saavedra, J. (19 de noviembre de 2020). Emprendimiento escolar: gran alternativa de cambio. *El Tiempo*, pág. 9.
- Sánchez, J., Ward, A., & Hernández, B. y. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401 - 473.
- Shumpeter, J. (1984). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Brasil: Zahar Ediores.
- Smith, S. (2012). *Actitudes emprendedoreas en estudiantes de secundaria (12-15 años) del área de la ciudad de México*. México: Deusto. Business School. Campus San Sebastián.
- Tello, P. (2019). *Actitud emprendedora en estudiantes del 4to secundaria de una Institución Educativa de Lima Metropolitana*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Triandis, H. (1974). *Actitudes y cambios de actitudes*. España: Ediciones Toray S.A.
- Uriarte, H. (2017). *Actitud emprendedora en el área de Educación para el Trabajo de los estudiantes de 5.º grado de educación secundaria de la institución educativa privada Monserrat*. Lima. Perú: Universidad César Vallejo.