



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**PROGRAMA DE SEGUNDA ESPECIALIDAD
ESPECIALIDAD DE INNOVACIÓN EDUCATIVA Y
MENTALIDAD EMPRENDEDORA**

Design thinking y mentalidad emprendedora de estudiantes de
una institución educativa, Grocio Prado, 2024

**TRABAJO ACADÉMICO PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL
DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN INNOVACIÓN EDUCATIVA Y
MENTALIDAD EMPRENDEDORA**

AUTOR:

Avalos Saravia, Angel Danilo (orcid.org/0000-0003-1518-1222)

ASESORA:

Dra. Herrera Alvarez, Angela Maria (orcid.org/0000-0002-6399-3850)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Didáctica y Evaluación de los Aprendizajes

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus
niveles

TRUJILLO – PERÚ

2024

Dedicatoria

A mis amados padres, por ser mi guía y mi inspiración, por inculcarme valores, enseñanzas y la perseverancia necesaria para alcanzar mis metas. Gracias por su amor incondicional y por estar siempre a mi lado.

A mi querida esposa, compañera de vida, pilar fundamental en este recorrido. gracias por tu apoyo, tu comprensión y tu paciencia infinita. Sin ti, este logro no hubiera sido posible.

A mis preciados hijos, fuente de mi mayor motivación y alegría. Que este trabajo sea un ejemplo de que, con esfuerzo y determinación, se pueden alcanzar los sueños. Que mis pasos los inspiren a seguir sus propios caminos.

Este logro les pertenece a ustedes.

Agradecimiento

A las autoridades de la Universidad César Vallejo, a los estudiantes de una institución educativa de Chincha por participar en el presente estudio, a la Dra. Angela María Herrera Álvarez por las orientaciones brindadas y compartir sus conocimientos durante esta experiencia intelectual.



Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, HERRERA ALVAREZ ANGELA MARIA, docente de la FACULTAD DE HUMANIDADES del programa de SEGUNDA ESPECIALIDAD EN INNOVACIÓN EDUCATIVA Y MENTALIDAD EMPRENDEDORA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Trabajo Académico titulado: "Design thinking y mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, Grocio Prado, 2024.", cuyo autor es AVALOS SARAVIA ANGEL DANILO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo Académico cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 10 de Julio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
HERRERA ALVAREZ ANGELA MARIA DNI: 42130286 ORCID: 0000-0002-6399-3850	Firmado electrónicamente por: AHERRERAA el 17- 07-2024 17:28:04

Código documento Trilce: TRI - 0809156



Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, AVALOS SARAVIA ANGEL DANILO estudiante de la FACULTAD DE HUMANIDADES del programa de SEGUNDA ESPECIALIDAD EN INNOVACIÓN EDUCATIVA Y MENTALIDAD EMPRENDEDORA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan el Trabajo Académico titulado: "Design thinking y mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, Grocio Prado, 2024.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que el Trabajo Académico:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado, ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
ANGEL DANILO AVALOS SARAVIA DNI: 41433977 ORCID: 0000-0003-1518-1222	Firmado electrónicamente por: AVALOSSA el 10-07-2024 18:13:13

Código documento Trilce: TRI - 0809155

ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENCIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR.....	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.MARCO TEÓRICO.....	7
III.MÉTODO.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización.....	15
3.3. Población, muestra y muestreo.....	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	17
3.5 Procedimiento.....	18
3.6 Método de análisis de datos.....	19
3.7 Aspectos éticos.....	19
IV.RESULTADOS.....	20
V.DISCUSIÓN.....	26
VI .CONCLUSIONES:.....	28
VII.RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS.....	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Frecuencia y porcentaje de la variable 1 Desing Thinking.....	20
Tabla 2 Descripción de resultados de las dimensiones de Desing Thinking.....	20
Tabla 3 Frecuencia y porcentaje de la variable 2 mentalidad emprendedora.....	21
Tabla 4 Descripción resultados de las dimensiones de mentalidad emprendedora.....	21
Tabla 5 Tabla cruzada desing Thinking y mentalidad emprendedora	22
Tabla 6 Prueba de normalidad.....	23
Tabla 7 Nivel de correlación de variables.....	24
Tabla 8 Nivel de correlación de variable 1 dimensión 1.....	24
Tabla 9 Nivel de correlación de variable 1 dimensión 2.....	25
Tabla 10 Nivel de correlación de variable 1 dimensión 3.....	25

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 cálculo del tamaño de la muestra.....	17
--	----

RESUMEN

La presente investigación denominada “Design thinking y mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, Grocio Prado, 2024”, tuvo como objetivo determinar la relación entre la variable 1 design thinking y variable 2 la mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa del distrito de Grocio Prado, Perú, en el año 2024. El cual se fundamenta en la evidencia de que la aplicación e integración del enfoque Design Thinking contribuye significativamente a la creación de productos o servicios innovadores, mejorando las prácticas convencionales de emprendimiento. A diferencia de los modelos de incubación tradicionales, el Design Thinking se centra en la resolución creativa de problemas, abordando diversas perspectivas y fomentando la libertad de imaginación tanto en emprendedores como en consumidores. Los resultados precedentes a esta indagación incluyen la creación exitosa de empresas dedicadas a actividades diversas, pero todas fundamentadas en esta metodología.

La investigación fue de tipo básica, contó con una población de 450 estudiantes y una muestra de 121. Se utilizó un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Los resultados de la misma muestran que existe una relación moderada y positiva entre el Design Thinking y la mentalidad emprendedora ($\rho = 0,530$, $p < 0,05$), lo que sugiere que el Design Thinking puede ser un elemento clave para fomentar y fortalecer la mentalidad emprendedora en los individuos.

Palabras clave: Desing thinking, mentalidad emprendedora, pensamiento.

ABSTRACT

The present research called "Design thinking and entrepreneurial mindset of students of an educational institution, Grocio Prado, 2024", aimed to determine the relationship between variable 1 design thinking and variable 2 the entrepreneurial mindset of students of an educational institution in the district of Grocio Prado, Peru, in the year 2024. This is based on the evidence that the application and integration of the Design Thinking approach contributes significantly to the creation of innovative products or services, improving conventional entrepreneurship practices. Unlike traditional incubation models, Design Thinking focuses on creative problem solving, addressing diverse perspectives and encouraging freedom of imagination in both entrepreneurs and consumers. The results preceding this inquiry include the successful creation of companies dedicated to diverse activities, but all based on this methodology.

The research was of a basic type, with a population of 450 students and a sample of 121. A questionnaire was used as a data collection instrument. The results of the study show that there is a moderate and positive relationship between Design Thinking and the entrepreneurial mindset ($\rho = 0.530$, $p < 0.05$), which suggests that Design Thinking can be a key element to foster and strengthen the entrepreneurial mindset in individuals.

Keywords: Design thinking, entrepreneurial mindset, thinking.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad en muchos países del mundo se presenta un crecimiento en la conciencia sobre la jerarquía de la educación gobiernos, organizaciones no gubernamentales y empresas la están promoviendo activamente pues la educación es entendida como una herramienta fundamental para empoderar a las personas y prevenir problemas de tal manera que tengan las herramientas y la preparación necesarias para dar solución a las problemáticas que la realidad nos presenta.

En ese sentido, en el pasado, las personas a menudo confiaban en métodos tradicionales y en su propia experiencia para resolver problemas cotidianos y desafíos complejos. Antes del advenimiento de la tecnología, la solución de problemas implicaba un enfoque más manual y fundado en la usanza atesorada a lo largo de generaciones. La resolución de problemas requería largas discusiones, consultas con expertos locales y el uso de métodos probados y comprobados que se transmitían de boca en boca.

En contraste, en la actualidad en América Latina, se reconoce la urgencia de aplicar tácticas que promuevan el avance y la creatividad, el panorama de resolución de problemas ha experimentado una transformación significativa debido al avance tecnológico y la digitalización. La disponibilidad de información en línea instantánea y la accesibilidad a una variedad de herramientas digitales han permitido que las personas aborden dificultades de modo más rápido y eficiente.

La evolución constante y el desarrollo en el ámbito digital demandan una educación que capacite a los estudiantes para expandir sus habilidades y competencias, adaptándose a las exigencias de un mercado laboral íntimamente ligado al progreso tecnológico. Por lo tanto, dentro del proceso educativo, las herramientas tecnológicas actúan como un recurso pedagógico que ayuda a fortalecer la capacidad de análisis crítico para resolver problemas, mejorar las habilidades informáticas, fomentar la participación activa a nivel individual y promover la colaboración en equipo (Alejo & Fuentes Aparicio, 2021)

Hoy en día, la resolución de problemas a menudo implica el uso de aplicaciones para el aprendizaje, la conectividad global y la colaboración en línea han fomentado un enfoque más colaborativo y basado en la comunidad para la solución de problemas, permitiendo a las personas obtener diferentes perspectivas y soluciones como el uso de nuevas metodologías, es allí donde la combinación de

Design Thinking y la mentalidad emprendedora ha surgido como un enfoque poderoso y prometedor para abordar los desafíos complejos y fomentar la innovación en diversos contextos. Este enfoque holístico fomenta la creatividad, la resolución de problemas centrada en el usuario y la ejecución ágil de soluciones innovadoras.

En este nuevo contexto, a decir de Lozano et al. (2020) es necesario considerar una idea adaptable a las nuevas modalidades de crear o transformar empresas, con el objetivo de impulsar la economía y promover una mayor consideración social en el proceso de crisis sanitaria. Existen diversos materiales y metodologías que asisten en el desarrollo de emprendimientos transformadores, capaces de mantenerse y prosperar en los entornos comerciales actuales. Es en este contexto donde se resalta los beneficios del pensamiento de diseño en el ámbito de la creación empresarial.

En esta situación, ha emergido el enfoque del design thinking como una estrategia para afrontar la perplejidad y la inestabilidad, una metodología que asegura resolver dificultades en pasos prácticos con del fomento de la creatividad y la innovación. Este enfoque brinda la oportunidad de considerar diferentes escenarios en la toma de decisiones, con la meta de mejorar el rendimiento comercial de las organizaciones (Salvador, 2018).

Según Vallejo (2019) Cuando consideramos los méritos de la productividad que impulsa el actual progreso mundial, se suele atribuir el mérito a la tecnología. Sin embargo, una inspección más detallada revelaría que el verdadero motor de la difusión tan extensa de la tecnología y las comunicaciones es el conjunto de conceptos y prácticas conocido como mentalidad emprendedora.

En el Perú el gobierno realiza esfuerzos para fomentar el espíritu emprendedor, pero estos intentos resultan insuficientes debido a la falta de una política integrada que lo refuerce. Por esta razón, las acciones aisladas de los Ministerios de Trabajo y Producción no están alcanzando su pleno potencial. Además, el sector privado aún no se compromete lo suficiente con el emprendimiento escolar, tanto en la promoción como en el respaldo técnico y financiero, que serían indispensables para establecer y fortalecer emprendimientos en el ámbito educativo (Briones & Oseda Gago, 2020)

La creatividad desempeña un papel crucial en todo aspecto social, particularmente en los métodos de diseño. Se revela en la capacidad de los sujetos para enfrentar desafíos novedosos, para percibir la realidad desde perspectivas diferentes, para reconocer nuevas pautas y llegar a soluciones innovadoras, crear conocimientos originales y delinear formas de vida y de existencia novedosas. El

design thinking abarca un conjunto de habilidades creativas que desarrollan el proceso de diseño al estudiar, vislumbrar y proponer soluciones para los usuarios. La creatividad forma uno de los principios primordiales del Design Thinking; muchas de los materiales empleados en este proceso involucran actividades de pensamiento divergente y que muchas veces se ajustan con un pensamiento emprendedor. (Bedregal-Alpaca, 2023)

De este modo, el emprendimiento social se considera una característica distintiva de ciertas personas que orientan sus acciones hacia una perspectiva comunitaria para abordar desafíos específicos, manifestando actitudes y habilidades concretas que les permiten plantear nuevos retos, proyectos, propuestas y logros innovadores dentro de su emprendimiento, en interacción recíproca con otros, ya sean colaboradores o colegas emprendedores. Por lo tanto, es crucial considerar enfoques colaborativos como el Design Thinking, que busca resolver situaciones problemáticas a través de un diseño específico. (Ramos C. A., 2022)

Este panorama se observa en la provincia de Chincha donde el proceso educativo revela el desafío significativo en términos de las esferas de la política educativa, donde los estudiantes de secundaria enfrentan dificultades en su adaptación a la sociedad. Las tendencias educativas están en constante evolución hacia un enfoque académico más basado en la información, la tecnología y la innovación. La creatividad considerada como el impulso de la innovación dentro de nuestras habilidades innatas, se presenta como uno de los cambios y capacidades clave para mantener una ventaja competitiva. (Ecos Rojas, 2022)

Por ello al observar a los ciudadanos día tras día tener el sueño de generar empresas se precisa que la escuela puede contribuir con proyectos que involucren la incorporación de nuevas metodologías y que no sea necesario prepararse de manera particular para preparar a los estudiantes y contribuir en el desarrollo para toda la sociedad, ante lo expuesto se plantea la siguiente pregunta:

¿Qué relación existe entre el uso design thinking y la mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, del distrito de Grocio Prado en el año 2024?

Frente a ello la actual indagación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre el uso de la metodología design thinking y la mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, del distrito de Grocio Prado en el año 2024, teniendo como objetivos específicos: Determinar la relación

que existe entre el design thinking y la mentalidad emprendedora en su dimensión de fuerzas internas de estudiantes; determinar la relación que existe entre el design thinking y la mentalidad emprendedora en su dimensión de personalidad emprendedora de estudiantes; determinar la relación que existe entre el design thinking y la mentalidad emprendedora en su dimensión de fuerzas externas de estudiantes.

Estos objetivos específicos podrían proporcionar una base sólida para abordar la relación entre el uso de la metodología Design Thinking y la mentalidad emprendedora de los estudiantes en una institución educativa en el distrito de Grocio Prado en el año 2024.

La metodología Design Thinking se ha reconocido ampliamente como un rumbo efectivo para fomentar el valor creativo que podemos asumir en las dificultades y la innovación en diversos contextos, incluido el ámbito empresarial. Dado que la promoción de la mentalidad emprendedora es primordial para el perfeccionamiento de habilidades necesarias en el entorno actual, comprender la intersección entre el uso de Design Thinking y la mentalidad emprendedora entre los estudiantes es de gran importancia, investigar la relación entre estos dos conceptos permitirá comprender cómo el uso de Design Thinking puede influir en la mentalidad emprendedora de los estudiantes, lo que a su vez puede contribuir a su preparación para afrontar desafíos futuros en un entorno empresarial y social en constante cambio. Además, esta investigación puede proporcionar información valiosa para mejorar los enfoques educativos y el diseño de programas que fomenten el desarrollo integral de habilidades emprendedoras entre los estudiantes, preparándolos de manera más efectiva para un futuro competitivo y en evolución.

En ese sentido a decir de Galindo (2019) las empresas son entidades dinámicas que experimentan constantes transformaciones, influenciadas por los cambios que germinan en el mercado en su conjunto, ya sea a nivel económico, político o social. Los enfoques utilizados anteriormente hasta principios del siglo XXI han evolucionado. Antes, se daba prioridad a la viabilidad técnica y luego se consideraban otras variables. En la actualidad, el enfoque ha cambiado: se experimenta para validar. Existe una marcada cultura de acción, de implementación, y es en este contexto que el Design Thinking comienza a ser crucial en el desarrollo de productos, servicios y marcas.

Por ello en este trabajo, exploraremos la intersección entre el Design Thinking y la mentalidad emprendedora, analizando cómo esta sinergia puede impulsar la generación de ideas disruptivas, el desarrollo de productos y servicios con un impacto significativo, y el fomento de la cultura empresarial en una amplia gama de escenarios educativos y empresariales. Mediante un análisis detallado y ejemplos ilustrativos, se busca comprender cómo esta combinación puede cultivar la mentalidad innovadora y preparar a los individuos para enfrentar los desafíos dinámicos del siglo XXI.

Los emprendimientos en el contexto nacional representan un medio para promover una sociedad excelente y ayudar al desarrollo monetario. Por consiguiente, es crucial que los colegios promuevan materias relacionadas con el emprendimiento, así como destrezas que impulsen el despertar y el desarrollo de habilidades y actitudes emprendedoras. Además, los empujes empresariales pueden servir como un amparo, una iniciativa y un propósito para los estudiantes del último ciclo educativo, cuando deben tomar decisiones sobre su futuro. Obregón et al (2023)

A pesar de los avances educativos, la sabiduría y la experiencia humana sigue siendo primordial en el proceso de resolución de contrariedades. Aunque la tecnología ha convertido la forma en que abordamos los desafíos, el conocimiento y la intuición humanos continúan desempeñando un papel crucial en la tipificación de problemas y en la implementación de soluciones efectivas y duraderas, en concordancia utilizar nuevas técnicas o metodologías acordes al desarrollo progresivo de la humanidad siempre es un reto que vale la pena abordar considerando además que esta investigación podría tener impacto dentro de la realidad educativa planteada.

En esta indagación abordaremos la intersección del uso de Design Thinking y la mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, teniendo como línea de investigación educación y calidad educativa, la unidad de análisis está constituida por los estudiantes de este templo del saber.

Teniendo como hipótesis, que existe relación significativa entre el uso del Design Thinking y la mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, del distrito de Grocio Prado en el año 2024, además de las hipótesis específicas: Existe relación entre el design thinking y la mentalidad emprendedora en su dimensión de fuerzas internas de estudiantes; existe relación entre el design thinking y la mentalidad emprendedora en su dimensión de personalidad

emprendedora de estudiantes y que existe relación entre el design thinking y la mentalidad emprendedora en su dimensión de fuerzas externas de estudiantes.

II. MARCO TEÓRICO

En Latinoamérica (Velasco & Rodríguez Rojas, 2023) en su investigación resaltan a la educación, la cual es considerada un derecho humano fundamental, juega un papel principal en el desarrollo razonable de las familias. La integración del emprendimiento educativo tiene como objetivo establecer un sistema educativo que fomente la sostenibilidad en ámbitos ambientales, sociales y económicos. Dentro de este contexto, los modelos de servicios razonables desempeñan una función crucial al proporcionar nuevas procedencias para la expansión del conocimiento, para el desarrollo sostenible. En ese sentido se reflexiona como se viene desarrollando en las escuelas, destacando su contribución a la fecundación de modelos de negocios con un enfoque en la educación. La exploración se centra en los conceptos fundamentales de innovación educativa dentro del contexto educativo en Ecuador. Posteriormente, se muestra un ejercicio claro que utiliza la metodología de los diseñadores para la creación de modeladores de negocio duraderos, dirigido a universitarios. El aporte de esta indagación proporciona un marco conceptual y práctico que enriquecería significativamente esta investigación pues define y vincula conceptos clave como innovación educativa, economía circular, sostenibilidad y emprendimiento e Introduce la metodología Design Thinking como un enfoque didáctico para la creación de modelos de negocio sostenibles. Esto proporciona una aplicación práctica del pensamiento de diseño en el ámbito educativo y empresarial.

En la misma línea (Callejas **et al**, 2020) proporcionan una visión detallada sobre la aplicación e integración del enfoque Design Thinking, que contribuye significativamente a la creación de productos o servicios mejorando las prácticas convencionales de emprendimiento en la región. Se ilustra con la práctica de estudiantes que han desarrollado proyectos innovadores y los han llevado a la acción. A diferencia de los modelos de incubación convencionales que requieren una madurez avanzada del proyecto, este método se centra en la resolución creativa de problemas, abordando diversas perspectivas y fomentando la libertad de imaginación y diseño de pensamiento tanto en emprendedores como en consumidores de diferentes áreas. Los resultados tangibles incluyen la creación exitosa empresas dedicadas a actividades distintas pero todas fundamentadas en la metodología Design Thinking. La información proporcionada en este artículo sobre la ejecución exitosa del pensamiento del diseño en la creación de diversas empresas puede ser

un valioso aporte pues podría contribuir ofreciendo un ejemplo práctico y aplicado de cómo el Design Thinking puede influir directamente en el proceso emprendedor. Los resultados tangibles de las empresas creadas demuestran la eficacia de esta metodología en la fecundación de ideas innovadoras y la puesta en marcha de planes empresariales. Además, puede proporcionar evidencia sobre cómo la aplicación de Design Thinking no solo conduce a resultados tangibles, sino que también influye en la mentalidad emprendedora de los participantes.

Lozano et al, (2020) realizaron una investigación en la que afirman que el término Design Thinking está recogiendo cada vez más jerarquía en el espacio empresarial, buscando estimular la creatividad de esta manera desarrollar productos y servicios convenientes al cliente. Este enfoque sigue un proceso que abarca las fases de Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Testear. En situaciones desafiantes y de alto riesgo, como las generadas por la pandemia de Covid-19, adoptar una mentalidad empresarial innovadora se vuelve crucial, ya sea para establecer nuevos negocios o adecuar los existentes a un entorno de mercado más complejo. Se utiliza un enfoque descriptivo respaldado por una revisión bibliográfica que posibilita basar el impacto de la emergencia sanitaria en el ámbito corporativo y las ventajas del Design Thinking como una opción viable para fortalecer de manera pertinente una mentalidad empresarial. La investigación proporciona una serie de contribuciones científicas que fundamentan conceptos clave, como Covid-19, mentalidad empresarial y Design Thinking. Este último se destaca como un proceso que aporta innovación a las decisiones de los emprendedores, capacitándolos para abordar problemas en contextos de elevada complejidad.

En el ámbito nacional (Tolentino & Mateo Hermitaño, 2023) en su tesis de grado encuentran hallazgos de su estudio y han establecido la relación entre la implementación del enfoque emprendedor y el uso de la metodología design thinking, El estudio se encuadra en un enfoque cuantitativo y descriptivo, utilizando un diseño correlacional transversal. La muestra consistió en 120 estudiantes del séptimo ciclo que participaron activamente en sesiones. Los resultados obtenidos revelan una correlación moderada y alta entre las variables propuestas, lo que indica una correlación positiva moderada. Las conclusiones importantes indican una relación positiva moderada entre el enfoque emprendedor y el uso de la metodología design

thinking. Se nota una conexión entre el estudio mencionado y la investigación actual, lo cual contribuirá en los hallazgos a los cuales se concluyan en esta indagación, ya que ambas muestran un interés en la integración de la metodología design thinking y la mentalidad emprendedora como una estrategia en los sistemas educativos, con el propósito de influir en su transformación y así proporcionar a los estudiantes un proceso de enseñanza-aprendizaje adaptado a las demandas actuales.

De la misma forma (Ramos C. A., 2022) En su investigación trabajada con estudiantes de una escuela de Lima la cual tuvo como objetivo plantear la implementación de esta estrategia innovadora que estimule el emprendimiento social y la empatía entre los estudiantes utilizando un enfoque cualitativo y de tipo aplicado en educación. Se encuestó a 40 estudiantes y se seleccionaron tres docentes como unidad de análisis para entrevistas. Las derivaciones del diagnóstico revelaron que hay maestros que no muestran interés en desarrollar proyectos estudiantiles por ello no son sostenibles, limitándose a ser actos puntuales. En cuanto a los estudiantes, se identificaron escenarios regulares en término creativos, disposición para asumir conflictos, autodeterminación y relaciones grupales. Ante esta situación, se planteó la metodología Design Thinking como un medio para defender las competencias emprendedoras y la capacidad de empatía social. Esta investigación proporciona valiosas aportaciones a la comprensión de la relación entre el Design Thinking y la mentalidad emprendedora. Al abordar directamente la implementación de esta metodología en un contexto educativo específico, el estudio ofrece insights prácticos sobre cómo el Design Thinking puede influir en el perfeccionamiento de habilidades emprendedoras y en la promoción de la empatía social.

Por su parte (Espinoza et al, 2023) quienes realizaron un estudio, en la cual buscaron determinar si el design Thinking influye significativamente dentro del desarrollo de una institución. La muestra estuvo conformada por 147 estudiantes, cuyo enfoque de la investigación es cuantitativo, de nivel correlacional y de diseño no experimental -transversal. Los hallazgos de este estudio pueden contribuir a fortalecer la base empírica de estudios que exploran la relación entre el design thinking y la mentalidad emprendedora, brindando datos concretos sobre cómo la aplicación de esta metodología puede fomentar habilidades y actitudes emprendedoras entre los estudiantes.

Respecto a la fundamentación teórica se asocia el término "diseño" con la calidad y/o aspecto estético de los productos, la disciplina del diseño tiene como objetivo principal suscitar el bienestar en la vida de los individuos. Lo que ha captado la atención de los gestores es la forma en que el diseñador percibe y actúa sobre las cosas, abriendo nuevas vías para la innovación empresarial. Para (Vianna et al, 2013) El "Design Thinking", como su nombre indica, se describe a la forma de especular del diseñador, que emplea un tipo de razonamiento poco formulado en el ámbito fabril, conocido como pensamiento deductivo. En este enfoque, se formulan cuestiones a partir de la comprensión de los fenómenos, y las respuestas se emanan de la pesquisa compilada durante la observación del entorno que rodea el problema. Así, el diseñador, al pensar de manera deductiva, no busca soluciones que emerjan directamente del problema, sino que las encaja en él. La premisa fundamental es que no se pueden resolver dificultades con el mismo tipo de inclinación que los creó. Retar las normas empresariales mediante la deducción y el cuestionamiento constante es la esencia del "Design Thinking". Al pensar de manera metódica, el diseñador reta continuamente sus estándares, genera y descarta conjeturas, transformándolas en oportunidades para la invención.

Por su parte (IDEO, 2012) describe el Design Thinking como pensamiento de diseño, que contribuye a tener la convicción de que es posible marcar una diferencia y llevar a cabo un proceso dinámico para alcanzar soluciones relevantes que produzcan cambio social. El Design Thinking brinda confianza en la capacidad creativa para convertir retos complicados en oportunidades de diseño. Es más que una metodología; es una mentalidad centrada en el ser humano, que comienza con una empatía honda y la comprensión de las insuficiencias y motivo de las personas. Esta mentalidad busca generar un cambio, independientemente de la magnitud del problema. sin tener miedo al fracaso lo permite llegar a nuevas ideas.

Así mismo (Salvador, 2018) Las dos palabras design Thinking, concibe que los problemas que afectan el bienestar de las personas son diversos y requieren un análisis profundo de la cultura, los contextos, las rutinas personales y los procesos en la vida de los sujetos para tener una perspectiva más completa. Al invertir esfuerzos

en este análisis, el diseñador puede vislumbrar las causas y las consecuencias de las dificultades, siendo más eficaz en la búsqueda de soluciones.

En esta indagación se contemplan tres dimensiones para el modelo Design Thinking: inmersión, ideación y implementación; la misma que consideran momentos que se involucran dentro de estas.

En ese sentido a decir de (Pérsico, 2016) la primera dimensión de inmersión es la fase inicial en la cual se identifica y comprende una contrariedad a través de la empatía y la identificación de oportunidades para la innovación. La etapa de descubrimiento se caracteriza por una exploración rápida consignada a percibir a las personas en sus contextos. El segundo momento de interpretación involucra el análisis y la síntesis para asemejar patrones de comportamiento, insuficiencias, creencias, deseos y apreciaciones en general.

En la segunda dimensión tenemos la ideación que en palabras de Vianna et al, (2013) nos indica que es crucial contar con una diversidad de perfiles de personas participando en el proceso de fecundación de ideas. Por lo tanto, suele incluirse en el proceso a aquellos que serán beneficiarios de las soluciones desarrolladas, considerándolos como expertos de su propia usanza. Junto al equipo multidisciplinario del proyecto, se eligen otros participantes, como usuarios y profesionales de áreas relevantes al tema en estudio, la meta de reunir diversas expertises es aportar distintas perspectivas, enriqueciendo así el resultado final y haciéndolo más completo y efectivo.

Dentro de la dimensión de implementación, (Brown, Harvard Business Review, 2008) afirma que los proyectos que involucren el pensamiento del diseño deben aprobarse en última instancia a través de tres espacios inmersión, Ideación, Implementación. Dentro de este camino se pasa de una contrariedad a una oportunidad, o ambas cosas lo que motiva la exploración de soluciones; "ideación", para el proceso de generación, desarrollo y probar ideas que puedan llevar a soluciones; y "ejecución", para trazar un camino al mercado con una solución editable es decir crear, mostrar, recoger opiniones para mejorar y poner nuevamente de conocimiento ahora mejor cimentado con veneficio para la humanidad.

Con respecto a la mentalidad emprendedora (Gómez, 2019) asegura que implica entender cómo opera la mente del emprendedor. Es la forma en que una persona se muestra capaz de identificar oportunidades en un entorno en constante cambio, con el propósito de desarrollar ideas innovadoras y realizar acciones que le conduzcan a obtener beneficios específicos mediante el cambio. Se plantean dos tipos de mentalidad: la mentalidad fija y la mentalidad de crecimiento. Ambas comparten atributos como un enfoque de aprendizaje orientado al futuro y la adaptabilidad ante cambios en diversos escenarios o situaciones. A continuación, se presenta la agrupación de distintos atributos que capacitan al emprendedor para ser competitivo en un entorno dinámico caracterizado por la constante incertidumbre.

Una mente emprendedora según (Ortiz, 2021) es aquella que orienta sus acciones hacia actividades y logros que generan valor. Esta mentalidad implica una comprensión de los riesgos inherentes a sus acciones, la disposición para aceptar cambios y la capacidad de enfrentar la incertidumbre de la realidad. Esto lleva a la conclusión de que aquellos que adoptan una mentalidad emprendedora como su estilo de vida están, de alguna manera, profundamente conectados con su pasión, siempre comprometidos con la generación constante de ideas, innovación e invención. La inquietud o indecisión se convierten en desafíos a superar de manera continua. Al enseñar la constancia y la disciplina en el aprendizaje, se cultivan habilidades naturales para desarrollar negocios y construir relaciones sólidas, proporcionando así la combinación perfecta para emprender nuevos proyectos.

(Elson, 2021) sostiene que la mentalidad emprendedora es un proceso dinámico con la capacidad de generar riqueza e innovación, centrándose principalmente en aumentar el bienestar y el desarrollo positivo de la sociedad. El emprendedor asume la responsabilidad de impulsar la economía y la sociedad hacia un estado de progreso y prosperidad constante y sostenible a largo plazo, contribuyendo así a fomentar el espíritu empresarial y generando más oportunidades de empleo.

Se dimensiona esta variable en: fuerzas internas, personalidad emprendedora y fuerzas externas; para la primera a decir de (López & Montilla, 2012) las fuerzas internas se describen a aspectos concernientes con el desarrollo de peculiaridades

humanas del emprendedor, orientándolo hacia una conducta empresarial. Estas fuerzas intrínsecas se exploran mediante las actitudes emprendedoras, que incluyen indicadores como la ejecución personal, la vocación innovadora, la orientación hacia la recompensa y la visión optimista.

Para la personalidad emprendedora Cardona et al, (2008) destacan el dinamismo y la perseverancia como fuerzas motrices, las cuales, junto con el control de la ansiedad, la sensibilidad del emprendedor para buscar y consolidar relaciones sociales le otorga acceso y gestión efectiva de los recursos. Se analiza también la capacidad de ajuste, entendida como la flexibilidad para realizar transformaciones oportunas en decisiones y actuaciones sin descuidar la motivación como eje fundamental que moviliza todo. Finalmente, se examina el elevado nivel de anhelos, tanto a nivel personal como profesional.

Para Martínez-Vargas et al. (2023) las influencias externas, representadas principalmente por la familia y la educación, ambas tienen relevancia como factores del entorno ya que la familia y la educación son componentes inseparables para cada individuo y para el conjunto de la población. Considerando principalmente la niñez del individuo, período en el que se despliega su personalidad y se moldea su perspectiva de la vida; también se resalta la influencia de los miembros cercanos de la familia en acciones empresariales, es decir, el ejemplo que propician para fomentar el espíritu emprendedor.

III. MÉTODO

3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente indagación estará enmarcada dentro de un tipo de investigación básica pues de acuerdo a Ñaupas et al. (2014) quienes afirman que contribuye en la necesidad de brindar soluciones a la problemática humana. La investigación pura, se distingue por su motivación radica en la curiosidad de revelar nuevos conocimientos y sirve como cimiento para la investigación aplicada o tecnológica. Buscando información con el fin de formular problemas e hipótesis para investigaciones más detalladas de carácter explicativo. La investigación básica, desempeña un papel esencial en el proceso científico al proporcionar una base sólida para la comprensión y el avance del conocimiento.

Asimismo, tendrá el enfoque cuantitativo, según Fuentes-Doria et al. (2020) que comprende un grupo de procedimientos, se caracteriza por ser secuencial y probatorio. Cada fase sucede en orden, sin posibilidad de omitir o saltar pasos específicos. Aunque existe rigurosidad en la secuencia, se permite la redefinición de alguna etapa en particular. El proceso comienza con una idea que se va precisando a medida que se delimita; posteriormente, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se realiza una revisión de la literatura y se construye un marco teórico o perspectiva. A partir de las preguntas se formulan hipótesis y se identifican variables; se desarrolla un plan para poner a prueba estas hipótesis (diseño); se llevan a cabo mediciones de las variables en un contexto específico; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos; finalmente, se extraen conclusiones del análisis realizado.

Al mismo tiempo tendrá un diseño no experimental transeccional correlacional con base en Hernández et al. (2014) podría describirse como la indagación que se lleva a cabo sin manipular de manera intencionada las variables. En otras palabras, se refiere a estudios en los cuales no se alteran de forma deliberada las variables para observar su efecto sobre otras variables. En la investigación no experimental, se observan los fenómenos tal como se manifiestan en su entorno natural con el propósito de analizarlos, el investigador crea intencionadamente una situación a la que se exponen

diferentes casos o individuos. Este escenario envuelve la aplicación de un tratamiento, una condición o un estímulo en contextos específicos, seguido por la evaluación de los efectos de dicha exposición.

3.2. Variables y operacionalización

Definición conceptual

Desing thinking en esencia, se caracteriza como un método para abordar y resolver problemas, adoptando un enfoque creativo y procesos relevantes, además, representa un proceso social que implica el pensamiento y la colaboración desde diversas perspectivas, a menudo acompañados de conflictos y negociaciones significativas. tiene el potencial de transformar no solo la innovación de productos, sino también otros aspectos de la toma de decisiones, como la gestión, la salud pública y el funcionamiento de las organizaciones en general, está centrado en las personas, proporcionando un proceso de innovación estructurado, de gran impacto y con materiales ágiles que impulsan la resolución creativa de problemas (Castillo-Vergara et al. 2014).

Definición operacional

Para operacionalizar la variable 1 Desing thinking, consideraremos tres dimensiones 1) inmersión, cuyo principal eje es la empatía para clarificar las necesidades o problemas de un potencial usuario. 2) Ideación, en la cual se vislumbrará un abanico de posibilidades relacionados con lo identificado anteriormente y 3) Implementación, que alcanza el proceso de realizar prototipos, poner en marcha y realizar mejoras previa evaluación. Esta variable fue medida mediante una escala de medición ordinal.

Definición conceptual

La mentalidad emprendedora se focaliza en la capacidad que tiene el individuo para identificar oportunidades dentro de diversas situaciones generadas en su propia realidad que varía rápidamente, es allí donde idéntica oportunidades que le permiten cuestionarse y plantear nuevas ideas que por lo general son innovadoras con ello se persigue alcanzar futuros beneficios, los mismos que conllevan a ser más competentes dentro de la disciplina que se desarrolla (Vallejo, 2019).

Definición operacional

Para operacionalizar la variable 2 mentalidad emprendedora, consideraremos tres dimensiones 1) Fuerzas internas, que aluden a elementos vinculados con el desarrollo de las características propias del emprendedor, dirigiéndolo hacia una conducta empresarial. 2) Personalidad emprendedora, en la que se resaltan el dinamismo y la habilidad del emprendedor para establecer y fortalecer relaciones sociales que le proporcionan acceso y manejo efectivo de los recursos con capacidad de adaptación y 3) Fuerzas externas, que tienen importancia como elementos ambientales como la familia y entorno social destacando la influencia de estos en actividades empresariales. Esta variable fue medida mediante una escala de medición ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

Según sostiene Fuentes-Doria et al. (2020) la población se refiere al grupo de personas que poseen o comparten tipologías comunes, siendo este el conjunto de individuos que compone el objeto de estudio de la investigación. La población se considera el universo sobre el cual se busca generalizar los resultados, y está compuesta por características o estratos que permiten diferenciar a los sujetos entre sí, en la presente indagación estará constituida por 450 estudiantes de una institución educativa.

Para Hernández et al. (2014) La muestra consiste fundamentalmente en un grupo más reducido de individuos tomados de la población general. Podemos considerarla como un subconjunto de elementos que comparten las características de la población previamente definida. Dado que rara vez es factible medir toda la población, se opta por seleccionar una muestra, buscando que este subgrupo sea representativo y refleje de manera precisa el conjunto de la población. En el enfoque cuantitativo, se requiere que todas las muestras sean representativas por lo tanto se considerara el cálculo de la misma considerando la fórmula de (Sierra, 2001) teniendo el siguiente detalle:

Figura 1

Cálculo del tamaño de la muestra

Tamaño de muestra: 121

Ecuación Estadística para Proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra
Z= Nivel de confianza deseado
p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la población

El tipo de muestreo aplicado a esta indagación será no probabilístico, pues la elección de elementos no está sujeta a la probabilidad, sino que se rige por factores vinculados a las peculiaridades de la investigación o los objetivos del investigador (Ñaupas et al. 2014). En este caso, el método no sigue un proceso mecánico ni se fundamenta en fórmulas de probabilidad; más bien, se basa en las decisiones tomadas por el investigador o un conjunto de investigadores. Es importante destacar que las muestras seleccionadas se ajustan a otros criterios de investigación.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La investigación se encuentra enmarcada dentro del uso de la técnica de la encuesta pues a decir de Cisneros-Caicedo et. al (2022)

Es ampliamente utilizada en la investigación debido a su capacidad para recopilar datos de manera sistemática y estructurada de una gran cantidad de personas en un tiempo relativamente corto. Esta técnica permite obtener una visión representativa de la población objetivo, lo cual es fundamental para garantizar que los resultados sean generalizables y aplicables a un contexto más amplio.

Las encuestas permiten la recolección de datos cuantitativos, lo que facilita un análisis integral de las variables en estudio. La presencia de un entrevistador capacitado garantiza la correcta administración de la encuesta y la obtención de datos precisos y relevantes, mejorando así la calidad de la indagación recopilada.

El uso del cuestionario como instrumento en esta investigación se justifica por su capacidad para estandarizar las preguntas y las respuestas, lo que facilita la comparación y el análisis de los datos. (Medina et. al, 2023) afirma que:

Un cuestionario bien estructurado y probado previamente reduce la posibilidad de errores o interpretaciones ambiguas. La validez del cuestionario se garantiza mediante la revisión y prueba piloto, asegurando que las preguntas realmente midan lo que se pretende investigar. Por otro lado, la confiabilidad del cuestionario se establece a través de la consistencia de las respuestas en diferentes momentos y contextos, lo cual puede verificarse mediante pruebas de fiabilidad como el coeficiente alfa de Cronbach.

3.5 Procedimiento

Inicialmente, se realizará una prueba piloto del cuestionario para aseverar su claridad, validez y fiabilidad. Una vez ajustado, se procederá a aplicar la encuesta de forma presencial, previo consentimiento informado donde se aplicará el cuestionario a los participantes seleccionados de la muestra representativa. Durante la administración, se proporcionará a los encuestados una explicación detallada sobre el propósito del estudio y se les garantizará la confidencialidad de sus respuestas. El cuestionario, en formato de papel, permitirá recopilar respuestas de manera estructurada y uniforme, facilitando así el análisis posterior de los datos.

Para asegurar un control adecuado de las variables, se implementarán mecanismos que minimicen la influencia de factores externos que puedan sesgar los resultados. Esto incluye las condiciones para manejar situaciones imprevistas y garantizar la consistencia en la recolección de datos. Además, se establecerán coordinaciones con las autoridades como equipo directivo para facilitar el acceso a la población objetivo y obtener las autorizaciones necesarias para la ejecución de la investigación. Estas coordinaciones incluirán reuniones previas con los responsables institucionales para asegurar el apoyo logístico y administrativo, garantizando que el proceso de recolección de datos se lleve a cabo de modo eficiente y respetando todas las normativas.

3.6 Método de análisis de datos

La información obtenida en esta investigación será inicialmente organizada en el software Ms Excel donde se establecerá un valor numérico a las alternativas brindadas en el cuestionario, esto permitirá un manejo adecuado de la información, para luego pasar al análisis utilizando el software estadístico SPSS versión 26 en español, este programa permitirá realizar un análisis estadístico completo y adecuado, lo cual respaldará los resultados obtenidos y tendrá en cuenta la hipótesis de la investigación. Así, se consolidará la información recopilada de cada una de las variables de estudio, permitiendo un análisis exhaustivo de los datos.

3.7 Aspectos éticos

Al realizar esta investigación, la enmarcamos dentro de una conducta responsable, donde se respeten y se rijan los resultados por la verdad, sin ser manipulados. La aplicación verdadera de los principios éticos garantiza que prevalezca la honestidad, permitiendo que los resultados obtenidos sean aprovechados en investigaciones futuras. La ética, aunque pueda presentar limitaciones, siempre busca fomentar la práctica de valores que resultan en un comportamiento adecuado y responsable por parte de los investigadores. Este enfoque no solo asegura la integridad de la investigación, sino que también promueve decisiones correctas que aportan contenido valioso al desarrollo del conocimiento científico.

Además, es esencial buscar y practicar la autonomía y el respeto hacia las personas involucradas en la investigación. Esto implica proteger la información personal y asegurarse de obtener siempre el consentimiento informado de los participantes. Al hacerlo, se garantiza que los derechos y la dignidad de los sujetos se mantengan intactos, fortaleciendo la confianza y la cooperación en el proceso investigativo. Esta consideración ética no solo cumple con los estándares profesionales, sino que también refleja un compromiso profundo con el bienestar y el respeto hacia los participantes, asegurando que la indagación se lleve a cabo de forma justa y responsable. Salazar et. al, (2018).

IV. RESULTADOS

Estadística descriptiva

Tabla 1

Frecuencia y porcentaje de la variable 1 Desing Thinking

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	1	,8
	Casi nunca	7	5,8
	A veces	67	55,4
	Casi siempre	39	32,2
	Siempre	7	5,8
	Total	121	100,0

En la tabla 1, se muestra el comportamiento de la variable de estudio 1, se discurren cinco niveles: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Los rangos fueron emanados mediante baremos, considerando la cantidad de ítems y los puntajes según escala tipo Likert, se observa que la variable Design thinking fue percibida en nivel de siempre según el 5,8% de los estudiantes, un 32,2% la percibió en nivel casi siempre, un nivel a veces 55,4%, un nivel casi nunca el 5,8%, y un nivel de nunca el 8%.

Tabla 2

Descripción de resultados de las dimensiones de Desing Thinking

	Inmersión		Ideación		Implementación		
	f	%	f	%	f	%	
Válidos	Nunca	3	2,5	1	,8	5	4,1
	Casi nunca	13	10,7	7	5,8	19	15,7
	A veces	53	43,8	48	39,7	44	36,4
	Casi siempre	39	32,2	55	45,5	39	32,2
	Siempre	13	10,7	10	8,3	14	11,6
	Total	121	100,0	121	100,0	121	100,0

En la tabla 2, se muestran los comportamientos de las dimensiones de la variable 1. Se discurren cinco niveles para cada uno: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Los rangos fueron derivados mediante baremos, considerando la cantidad de ítems y los puntajes según escala tipo Likert, se observa que en la dimensión inmersión se evidencia un nivel de a veces que alcanza un 43,8% y un nivel de nunca que alcanza un 2,5%. A su vez la dimensión de ideación fue evidenciada en nivel de casi siempre según el 45,5% y un nivel de nunca en 0,8%. Además, la dimensión implementación alcanzó un nivel de a veces en 36,4% y un nivel de nunca en 4,1%.

Tabla 3*Frecuencia y porcentaje de la variable 2 Mentalidad emprendedora*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	9	7,4
	Casi nunca	25	20,7
	A veces	33	27,3
	Casi siempre	40	33,1
	Siempre	14	11,6
	Total	121	100,0

En la tabla 3, se muestra el comportamiento de la variable 2 de estudio, se discurren cinco niveles para cada uno: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Los rangos fueron emanados mediante baremos, considerando la cantidad de ítems y los puntajes según escala tipo Likert, se observa que la mentalidad emprendedora fue percibida en nivel siempre según el 11,6% de los estudiantes, un 33,1% la percibió en nivel casi siempre, un 27,3% la percibió en un nivel de a veces, un 20,7% en un nivel casi nunca y un 7,4% un nivel de nunca.

Tabla 4*Descripción de resultados de las dimensiones de Mentalidad emprendedora*

		Fuerzas Internas		Personalidad emprendedora		Fuerzas Externas	
		f	%	f	%	f	%
Válidos	Nunca	2	1,7	15	12,4	1	,8
	Casi nunca	13	10,7	41	33,9	15	12,4
	A veces	43	35,5	33	27,3	30	24,8
	Casi siempre	40	33,1	25	20,7	43	35,5
	Siempre	23	19,0	7	5,8	32	26,4
	Total	121	100,0	121	100,0	121	100,0

En la tabla 4, se muestran los comportamientos de las dimensiones de la variable 2. Se discurren cinco niveles para cada uno: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Los rangos fueron emanados mediante baremos, considerando la cantidad de ítems y los puntajes según escala tipo Likert, se observa que la dimensión fuerzas internas fue percibida en nivel de a veces según el 35,5% de los estudiantes, un 1,7% la percibió en nivel de nunca. En cuanto a la personalidad emprendedora, se observa que según el 27,3% de los encuestados se encuentra en nivel de a veces, un 12,4% la señaló en nivel de nunca. A su vez las fuerzas externas alcanzó un nivel casi siempre en un 35,5% y un nivel de nunca en un 0,8%.

Tabla 5*Tabla cruzada Desing Thinking y mentalidad emprendedora*

			Mentalidad emprendedora				Total	
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre		Siempre
Desing Thinking	Nunca	Recuento	1	0	0	0	0	1
		% del total	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
	Casi nunca	Recuento	3	1	1	1	1	7
		% del total	2,5%	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	5,8%
	A veces	Recuento	5	20	22	17	3	67
		% del total	4,1%	16,5%	18,2%	14,0%	2,5%	55,4%
	Casi siempre	Recuento	0	3	10	19	7	39
		% del total	0,0%	2,5%	8,3%	15,7%	5,8%	32,2%
	Siempre	Recuento	0	1	0	3	3	7
		% del total	0,0%	0,8%	0,0%	2,5%	2,5%	5,8%
	Total	Recuento	9	25	33	40	14	121
		% del total	7,4%	20,7%	27,3%	33,1%	11,6%	100,0%

En la tabla 5 observamos que, del total de 121 sujetos encuestados, 1, que representa el 0,8 %, nunca hacen uso del Desing thinking y nunca y observan una mentalidad emprendedora; lo mismo ocurre en el nivel de casi nunca en el uso de Design thinking y mentalidad emprendedora, mientras que 22 encuestados, que son el 18,2%, usan a veces el Desing Thinking y a veces perciben una mentalidad emprendedora ; mientras que 19 encuestados, que constituyen el 15,7%, usan casi siempre el Desing Thinking y casi siempre perciben una mentalidad emprendedora, finalmente 3 encuestados que representan el 2,5%, hacen siempre uso del Desing Thinking y siempre desarrollan una mentalidad emprendedora.

Estadística Inferencial

Prueba de normalidad

Ho: Los datos tienen una distribución normal

Ha: Los datos no tiene una distribución normal

Tabla 6

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Variable1	,313	121	,000	,820	121	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Como $p < 0,5$ entonces rechazamos la Ho, es decir los datos no tienen una distribución normal, por lo tanto, utilizaremos una estadística no paramétrica.

Hipótesis general

Ha: existe relación significativa entre el uso del Design Thinking y la mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, del distrito de Grocio Prado en el año 2024.

Ho: No existe relación significativa entre el uso del Design Thinking y la mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, del distrito de Grocio Prado en el año 2024

Tabla 7*Nivel de correlación de variables*

			Desing Thinking	Mentalidad emprendedora
Rho de Spearman	Desing thinking	Coeficiente de correlación	1,000	,530**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	121	121
	Mentalidad emprendedora	Coeficiente de correlación	,530**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	121	121

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 7 se observa que, según el valor del coeficiente de correlación de Spearman, el grado de relación entre el Desing thinking y la mentalidad emprendedora es $\rho = 0,530^*$, lo que indica que la relación entre las variables es moderada y positiva. Como el valor de significancia observada ($\text{sig.} = 0,000$) es menor al valor de la significancia teórica ($\alpha = 0,05$), hay relación significativa entre las variables. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Es decir, existe relación entre la Desing thinking y la mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa del distrito de Grocio Prado.

Tabla 8*Nivel de correlación de variable 1 dimensión 1*

			Desing Thinking	Fuerzas internas
Rho de Spearman	Desing thinking	Coeficiente de correlación	1,000	,551**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	121	121
	Fuerzas internas	Coeficiente de correlación	,551**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	121	121

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Según la tabla 8, se cuenta con evidencia estadística para indicar que la variable Desing Thinking se relaciona de manera significativa con la dimensión fuerzas internas con un p valor de ,000 con un grado de correlación positiva moderada con un Rho de Spearman de ,551**

Tabla 9*Nivel de correlación de variable 1 dimensión 2*

			Desing Thinking	Personalidad emprendedora
Rho de Spearman	Desing thinking	Coeficiente de correlación	1,000	,420**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	121	121
	Personalidad emprendedora	Coeficiente de correlación	,420**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	121	121

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

De tabla 9, se cuenta con evidencia estadística para indicar que la variable Desing Thinking se relaciona de manera significativa con la dimensión personalidad emprendedora con un p valor de ,000 con un grado de correlación positiva moderada con un Rho de Spearman de ,420**

Tabla 10*Nivel de correlación de variable 1 dimensión 3*

			Desing Thinking	Fuerzas externas
Rho de Spearman	Desing thinking	Coeficiente de correlación	1,000	,404**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	121	121
	Fuerzas externas	Coeficiente de correlación	,404**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	121	121

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 10, se observa evidencia estadística para indicar que la variable Desing Thinking se relaciona de manera significativa con la dimensión fuerzas externas con un p valor de ,000 con un grado de correlación positiva moderada con un Rho de Spearman de ,404**

V. DISCUSIÓN

Dentro de los objetivos de esta indagación fue determinar la relación que existe entre el Design Thinking y la mentalidad emprendedora de estudiantes, los resultados estadísticos descriptivos revelan un 55,4% en un nivel moderado de estudiantes que trabajan con uso de Design Thinking, mientras que un 33,1% que están dentro de un nivel alto muestran aplicar una mentalidad emprendedora. Ambas variables se enfocan en entender profundamente las necesidades, para desarrollar soluciones innovadoras que aporten valor real. Esta alineación de enfoques sugiere que el design thinking puede ser una herramienta poderosa para los emprendedores a la hora de diseñar y validar sus propuestas de valor.

Lo cual se alinea con el aporte de Lozano et al, (2020)

La mentalidad es la manifestación individual de la cultura. Constituye todas las acciones de la persona en el marco de lo colectivo, en el contexto cultural. Las acciones de la persona reflejan su forma de pensar y actuar de manera automática e inmediata, lo cual se ve reflejado a través de sus actitudes, personalidad y comportamiento.

Por otro lado, la estadística inferencial nos muestra una relación significativa moderada y positiva entre el design thinking y la mentalidad emprendedora, en ese sentido dentro de los hallazgos clave muestran que el design thinking y la mentalidad emprendedora comparten un enfoque valioso para el progreso de las personas en su ámbito social.

Este hallazgo sugiere que el design thinking, como metodología centrada en el usuario y orientada a la innovación, puede ser un elemento clave para fomentar y fortalecer la mentalidad emprendedora en los individuos (Brown, 2008).

Así mismo La mentalidad emprendedora se caracteriza por cualidades como creatividad, innovación, tolerancia al riesgo, proactividad y orientación a resultados. Estas cualidades también están presentes en el design thinking, lo cual explicaría la relación moderada encontrada entre ambas variables. Al adoptar una perspectiva de design thinking, los individuos desarrollan habilidades y actitudes que les permiten identificar oportunidades, generar soluciones creativas y enfrentar desafíos de manera proactiva, aspectos fundamentales para cultivar una mentalidad emprendedora (Sarooghi et al., 2015).

Es significativo recalcar que la relación moderada encontrada indica que, si bien el design thinking puede ser un facilitador del desarrollo de la mentalidad emprendedora, existen otros factores que también influyen en este proceso. Elementos como el contexto socioeconómico, las experiencias previas, la educación y el entorno familiar pueden tener un impacto significativo en la configuración de la mentalidad emprendedora de los individuos (Wyrwich et al., 2016).

En cuanto a los resultados de correlación variable Desing Thinking y dimensión fuerzas internas se presenta el mismo escenario de correlación moderada positiva, repitiéndose en la dimensión personalidad emprendedora y dimensión fuerzas externas, por lo que se reafirma los resultados encontrados en esta investigación afirmando la correlación moderada y positiva entre las variables de estudio.

Por lo tanto, estos resultados sugieren que la incorporación de metodologías de design thinking en entornos educativos y de desarrollo empresarial puede representar una estrategia valiosa para provocar y fortalecer una mentalidad emprendedora en los estudiantes y emprendedores. Sin embargo, dicha estrategia debe complementarse con la atención a otros factores que contribuyen a la configuración de la mentalidad emprendedora a fin de potenciar su desarrollo de manera integral (Bacigalupo et al., 2016).

VI . CONCLUSIONES

PRIMERA: Los resultados de la presente indagación indican una relación moderada y positiva entre la aplicación de la metodología de design thinking y el desarrollo de una mentalidad emprendedora en los estudiantes de la institución educativa del distrito de Grocio Prado en el año 2024. Este hallazgo sugiere que el design thinking, como enfoque centrado en el usuario y orientado a la innovación, puede ser un elemento clave para fomentar y fortalecer la mentalidad emprendedora en los individuos.

La mentalidad emprendedora se caracteriza por cualidades como creatividad, innovación, tolerancia al riesgo, proactividad y orientación a resultados, las cuales también se encuentran presentes en la metodología de design thinking. Al adoptar este enfoque, los estudiantes desarrollan habilidades y actitudes que les permiten identificar oportunidades, generar soluciones creativas y enfrentar desafíos de manera proactiva, aspectos fundamentales para cultivar una mentalidad emprendedora. Sin embargo, es importante destacar que, si bien el design thinking puede facilitar el desarrollo de la mentalidad emprendedora, existen otros factores contextuales, experienciales y educativos que también influyen en este proceso, por lo que la aplicación de esta metodología debe complementarse con estrategias integrales que consideren dichos elementos.

SEGUNDA: Los resultados de la presente investigación han evidenciado una relación moderada y positiva entre la aplicación de la metodología de design thinking y el desarrollo de las fuerzas internas que componen la mentalidad emprendedora en los estudiantes de una institución educativa del distrito de Grocio Prado en el año 2024. Este hallazgo sugiere que el design thinking, como enfoque centrado en el usuario y orientado a la innovación, puede desempeñar un papel importante en el fortalecimiento de cualidades como la creatividad, la innovación, la tolerancia al riesgo y la proactividad en los estudiantes.

Al adoptar el design thinking, los estudiantes se ven expuestos a un proceso de pensamiento que les permite identificar oportunidades, generar ideas creativas y asumir retos de manera decidida. Estas habilidades, que son fundamentales para una

mentalidad emprendedora, se desarrollan de manera orgánica a través de la aplicación de esta metodología. Sin embargo, es importante considerar que, si bien el design thinking puede ser un facilitador en este proceso, existen otros factores personales, sociales y educativos que también influyen en la configuración de las fuerzas internas que caracterizan la mentalidad emprendedora de los estudiantes.

TERCERA: Los resultados de la presente indagación han demostrado una relación moderada y positiva entre la aplicación de la metodología de design thinking y el desarrollo de la personalidad emprendedora en los estudiantes de una institución educativa del distrito de Grocio Prado en el año 2024. Este hallazgo sugiere que el enfoque del design thinking, centrado en el usuario y orientado a la innovación, puede ser un elemento clave en el fortalecimiento de las características personales que definen a un individuo con mentalidad emprendedora.

Al interactuar con el design thinking, los estudiantes se ven expuestos a un proceso de pensamiento que les permite desarrollar rasgos como la autoconfianza, la tolerancia a la incertidumbre, la capacidad de asumir riesgos y la iniciativa. Estas cualidades de la personalidad emprendedora se cultivan de manera natural a través de las diferentes etapas del design thinking, donde los estudiantes se enfrentan a desafíos, generan soluciones creativas y aprenden a adaptarse a los cambios. Sin embargo, es importante reconocer que, si bien el design thinking puede ser un facilitador en este proceso, el desarrollo de la personalidad emprendedora también se ve influenciado por otros factores individuales, sociales y educativos que deben ser considerados de manera integral.

CUARTA: Los resultados de la presente indagación han revelado una relación moderada y positiva entre la aplicación de la metodología de design thinking y el desarrollo de las fuerzas externas que componen la mentalidad emprendedora en los estudiantes de la institución educativa del distrito de Grocio Prado en el año 2024. Este hallazgo sugiere que el design thinking, como enfoque centrado en el usuario y orientado a la innovación, puede desempeñar un papel importante en el fortalecimiento de aquellos elementos del entorno que influyen en la configuración de la mentalidad emprendedora.

Al adoptar el design thinking, los estudiantes se ven expuestos a un proceso de pensamiento que les permite identificar y fructificar las oportunidades que ofrece su entorno, establecer redes de apoyo y colaboración, y comprender las dinámicas del mercado y las tendencias del sector. Estas habilidades, relacionadas con las fuerzas externas de la mentalidad emprendedora, se desarrollan de manera orgánica a través de la aplicación de esta metodología. Sin embargo, es importante reconocer que, si bien el design thinking puede ser un facilitador en este proceso, existen otros factores contextuales, sociales y educativos que también influyen en la configuración de las fuerzas externas que caracterizan la mentalidad emprendedora de los estudiantes.

VII. RECOMENDACIONES

Primera A las autoridades del ministerio de educación, fortalecer la incorporación de design thinking en los planes de estudio de los programas educativos a nivel nacional. Esto permitiría que los estudiantes de todo el país se beneficien del desarrollo de habilidades y competencias asociadas a una mentalidad emprendedora a través de este enfoque. Además de promover programas de capacitación y desarrollo profesional dirigidos a docentes, con el fin de que puedan implementar de manera efectiva el design thinking en sus prácticas pedagógicas. Esto aseguraría que los maestros cuenten con las herramientas y el conocimiento necesario para fomentar el espíritu emprendedor en sus estudiantes.

Segunda A las autoridades de la dirección regional de educación de Ica, establecer alianzas estratégicas con instituciones y organizaciones del sector público y privado que puedan brindar apoyo y recursos para la implementación del design thinking en las escuelas de la región. Esto permitiría ampliar las oportunidades de los estudiantes para aplicar sus habilidades emprendedoras en entornos reales. Dentro de ello implementar programas de mentorías y asesoría a las instituciones educativas de la región, con el fin de acompañar y guiar a los docentes y estudiantes en el proceso de adopción y aplicación del design thinking. Esto fomentaría una adopción más efectiva y sostenible de esta metodología en los centros educativos.

Tercera A los maestros, Integrar el design thinking en las actividades y proyectos de aula, brindando a los estudiantes oportunidades para aplicar sus habilidades emprendedoras a través de este enfoque. Esto permitiría un desarrollo más integral y contextualizado de la mentalidad emprendedora.

Cuarta A los padres de familia y comunidad educativa, sensibilizar sobre la importancia del desarrollo de una mentalidad emprendedora en sus hijos, y cómo el design thinking puede ser una herramienta efectiva para lograrlo. Esto permitiría una mayor comprensión y apoyo desde el entorno familiar, Esto fortalecería los lazos entre la escuela y la familia en torno a este enfoque.

REFERENCIAS

- Alejo, B. P., & Fuentes Aparicio, A. (2021). La planificación de estrategias de enseñanza en un entorno virtual de aprendizaje. *Uisrael*, 19.
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). EntreComp: El marco de competencias para el emprendimiento. *Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea*, 10, 593884.
- Bedregal-Alpaca, N. (2023). Formación en innovación y emprendedurismo: Una experiencia de enseñanza de design thinking. *Revista Internacional de Humanidades*, 19.
- Briones, L. H., & Oseda Gago, D. (2020). Contexto sociocultural en el espíritu emprendedor de estudiantes de instituciones educativas secundarias de Trujillo, 2020. *Ciencia latina revista multidisciplinar*, 17.
- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 9.
- Brown, T. (2008). *Harvard Business Review*. Obtenido de <https://readings.design/PDF/Tim%20Brown,%20Design%20Thinking.pdf>
- Callejas, R. A., Roberto Carlos, R., & Aline Adriana, L. (2020). Aplicación de la metodología Design Thinking en la creación de proyectos de emprendimiento en Iteshu. *Emprennova*, 13.
- Cardona, M., Dinora Vera, L., & Tabarez Quiroz, J. (2008). Las dimensiones del emprendimiento empresarial. *Revistas académicas universidad EAFIT*, 72.
- Castillo-Vergara, M., Alvarez-Marin, A., & Cabana-Villca, R. (2014). Design thinking: como guiar a estudiantes, emprendedores y empresarios en su aplicación. *Universidad de La Serena. Chile*, 11.
- Chaguay, L. A., Lozano Chaguay, S., Robledo Galeas, R. A., & Beltrán Mora, M. (2020). DESIGN THINKING COMO EXPRESION DE LA MENTALIDAD EMPRESARIAL EN TIEMPOS DE COVID 19. *Revista pertinencia académica*, 9.
- Chaguay, L. A., Lozano Chaguay, S., Robledo Galeas, R., & Beltrán Mora, M. (2020). DESIGN THINKING COMO EXPRESION DE LA MENTALIDAD EMPRESARIAL EN TIEMPOS DE COVID 19. *Revista pertinencia académica*, 9.
- Chaguay, L. A., Lozano Chaguay, S., Robledo Galeas, R., & Beltrán Mora, M. (2020). DESIGN THINKING COMO EXPRESION DE LA MENTALIDAD EMPRESARIAL EN TIEMPOS DE COVID 19. *Pertinencia Académica*, 9.
- Cisneros-Caicedo, A. J., Guevara-García, A., Urdánigo-Cedeño, J., & Garcés-Bravo, J. (2022). Técnicas e instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Dominio de las ciencias*, 21.

- Ecos Rojas, G. P. (2022). *Repositorio Digital UNTUMBES*. Obtenido de https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64478/TRABAJO%20ACADEMICO%20_%20ECOS%20ROJAS..pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Elson, C. (2021). *Nuevos modelos de negocios emprendimiento en la era de la tecnología*. Barcelona: Editorial UOC.
- Espinoza, E. L., Neri Ayala, A., Ramos y Yovera, S., Caro Soto, F., & Muñoz Vilela, A. (2023). Design Thinking como herramienta para fomentar la innovación y el emprendimiento. *Salud, Ciencia y Tecnología*, 6.
- Espinoza, E. O., Neri Ayala, A., Ramos Y Yovera, S., Caro Soto, F., & Muñoz Vilela, A. (2023). Design thinkingy los emprendimientos de los estudiantes de Educación Secundaria en el Perú, Caso: Institución Educativa Guillermo e Billinghamurst. *Salud, ciencia y tecnología*, 4.
- Fuentes-Doria, D. D., Toscano-Hernández, A., Malvaceda-Espinoza, E., Díaz Ballesteros, J., & Díaz Pertuz, L. (2020). *Metodología de la investigación*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Galindo, G. (2019). El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados. *Grado.cero revista de estudios en comunicación*, 19.
- Gómez, V. M. (2019). *La mentalidad emprendedora*. Bogotá: Ediciones de la u.
- Hernández, S. R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- IDEO. (2012). *Desing Thinking para educadores*. Santiago: Educarchile.
- López, W., & Montilla, M. (2012). Potencialidad emprendedora de los estudiantes de administración. *Redalyc*, 25.
- Martínez-Vargas, F., Duana-Ávila, D., & Hernández-Gracia, T. (2023). Emprendedor hacia un emprendimiento sostenible. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 7.
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación técnicas e instrumentos de evaluación*. Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
- Ñaupas, P. H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramirez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ortiz, A. J. (06 de 2021). *Travesía emprendedora*. Obtenido de Desarrollar la mentalidad emprendedora: <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/travesiaemprendedora/article/view/2940/3216>
- Pérsico, G. A. (2016). *Design Thinking y el reto de la innovación en el sector público*. Lima: Segear Sac.

- Ramos, C. A. (2022). *Metodología Design Thinking para promover el emprendimiento social en los estudiantes del nivel secundaria de una institución privada en Lima*.
- Ramos, C. A. (2022). *Repositorio institucional USIL*. Obtenido de Metodología Design Thinking para promover el emprendimiento social en los estudiantes del nivel secundaria de una institución privada en Lima.
- Read, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N., & Wiltbank, R. (2016). Respuesta a Arend, Sarooghi y Burkemper (2015): Cocreación de investigaciones de emprendimiento efectivas. *Revista de la Academia de Administración*, 41(3), 528-536.
- Salazar Raymond, M. B., Icaza Guevara, M. d., & Alejo Machado, O. J. (2018). La importancia de la ética en la investigación. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 7.
- Salinas, J., de Benito, B., & Lizana, A. (15 de 1 de 2014). Competencias docentes para los nuevos escenarios de aprendizaje. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 19.
- Salvador, J. C. (09 de 2018). El proceso de desing thinking en el aprendizaje de la competencia sentido de iniciativa y espíritu emprendedor. Zaragoza, España.
- Salvador, J. C. (2018). El proceso del design thinking en el aprendizaje de la competencia "sentido de iniciativa y espíritu emprendedor". *XVII Congreso Internacional de Investigadores en Economía Social y Cooperativa*, 23.
- Sierra, B. R. (2001). *Técnicas de investigación social teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Silva, M. J., Vianna e Silva Filho, Y., Krumholz Adler, I., de Figueiredo Lucena, B., & Russo, B. (2013). *Design Thinking innovación en negocios*. Rio de Janeiro: Mjv press.
- Tolentino, E. D., & Mateo Hermitaño, S. (15 de 09 de 2023). *Repositorio institucional UNDAC*. Obtenido de http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/3630/1/T026_45050811_T.pdf
- Vallejo, M. d. (2019). *La mentalidad emprendedora*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Velasco, C. J., & Rodríguez Rojas, L. (2023). Emprendimiento e Innovación Educativa: Modelos de Negocios Circulares Sostenibles en Educación. *Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo INDTEC, C.A.*
- Vianna, e. S., Vianna e Silva Filho, Y., Krumholz Adler, I., de Figueiredo Lucena, B., & Russo, B. (2013). *Desing Thinking innovación en negocios*. Rio de Janeiro: Mjv press.
- Wyrwich, M., Stuetzer, M., & Sternberg, R. (2016). Modelos emprendedores, miedo al fracaso y aprobación institucional del emprendimiento: una historia de dos regiones. *Economía de la pequeña empresa*, 46, 467-492.

ANEXOS

Tabla de operacionalización de variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Design Thinking	Design thinking en esencia, se caracteriza como un método para abordar y resolver problemas, adoptando un enfoque creativo y procesos relevantes, además, representa un proceso social que implica el pensamiento y la colaboración desde diversas perspectivas, a menudo acompañados de conflictos y negociaciones significativas. tiene el potencial de transformar no solo la innovación de productos, sino también otros aspectos de la toma de decisiones, como la gestión, la salud pública y el funcionamiento de las organizaciones en general, está centrado en las personas, proporcionando un proceso de innovación estructurado, de gran impacto y con herramientas ágiles que impulsan la resolución creativa de problemas (Castillo-Vergara et al. 2014).	Para operacionalizar la variable Design thinking, consideraremos tres dimensiones 1) inmersión, cuyo principal eje es la empatía para clarificar las necesidades o problemas de un potencial usuario. 2) Ideación, en la cual se vislumbrará un abanico de posibilidades relacionados con lo identificado anteriormente y 3) Implementación, que alcanza el proceso de realizar prototipos, poner en marcha y realizar mejoras previa evaluación. Esta variable fue medida mediante una escala de medición ordinal.	Inmersión	Análisis contextual	Ordinal
				Empatía profunda	Ordinal
			Ideación	Generación	Ordinal
				Técnicas	Ordinal
			Implementación	Prototipado	Ordinal
				Testeo	Ordinal

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Mentalidad emprendedora	La mentalidad emprendedora se focaliza en la capacidad que tiene el individuo para identificar oportunidades dentro de diversas situaciones generadas en su propia realidad que varía rápidamente, es allí donde idéntica oportunidades que le permiten cuestionarse y plantear nuevas ideas que por lo general son innovadoras con ello se persigue alcanzar futuros beneficios, los mismos que conllevan a ser más competentes dentro de la disciplina que se desarrolla (Vallejo, 2019).	Para operacionalizar la variable 2 mentalidad emprendedora, consideraremos tres dimensiones 1) Fuerzas internas, que aluden a elementos vinculados con el desarrollo de las características propias del emprendedor, dirigiéndolo hacia una conducta empresarial. 2) Personalidad emprendedora, en la que se resaltan el dinamismo y la habilidad del emprendedor para establecer y fortalecer relaciones sociales que le proporcionan acceso y manejo efectivo de los recursos con capacidad de adaptación y 3) Fuerzas externas, que tienen importancia como elementos ambientales como la familia y entorno social destacando la influencia de estos en actividades empresariales. Esta variable fue medida mediante una escala de medición ordinal	Fuerzas internas	Realización personal	Ordinal
				Visión personal	Ordinal
			Personalidad emprendedora	Dinamismo y perseverancia	Ordinal
				Adaptación	Ordinal
			Fuerzas externas	Influencia familiar	Ordinal
				Influencia educativa	Ordinal

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO DE DESIGN THINKING

Estimado(a) estudiante:

El propósito de este cuestionario es valorar tu percepción acerca del desarrollo de la metodología Design thinking. Tus respuestas serán tratadas en el anonimato absoluto y los datos recogidos serán empleados exclusivamente en esta investigación. No hay límite de tiempo para contestar el Cuestionario, sin embargo, se estima que no tardarás más de 15 minutos. POR ELLO TE SOLICITO RESPONDER CON LA MAYOR SINCERIDAD POSIBLE.

Indicaciones:

A continuación, encontrará una lista de 18 preguntas, léelas con detenimiento y seleccione uno de los casilleros en blanco ubicados al lado derecho, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

N: Nunca CN: Casi nunca AV: A veces CS: Casi siempre S: Siempre

Recuerde, no hay respuestas correctas ni incorrectas, lo importante es que usted responda con la máxima sinceridad posible. Gracias

N	ÍTEMS	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	¿Con qué frecuencia realizas un análisis profundo del contexto de un problema?					
2	¿Te involucras en comprender el entorno en el que opera el problema?					
3	¿Utilizas algunas herramientas para realizar el análisis contextual?					
4	¿Te esfuerzas por comprender las necesidades y emociones de los usuarios?					
5	¿Realizas con frecuencia acciones para obtener una comprensión profunda de los usuarios?					
6	¿Integras la retroalimentación de los usuarios en tu análisis?					

7	¿Con qué frecuencia generas múltiples ideas para abordar el problema?					
8	¿Utilizas técnicas para estimular la generación de ideas?					
9	¿Fomentas un ambiente propicio para la generación de ideas creativas?					
10	¿Con qué frecuencia aplicas técnicas de pensamiento lateral (soluciones imaginativas o creativas) para generar ideas?					
11	¿Utilizas herramientas digitales para facilitar la ideación?					
12	¿Con qué frecuencia se consideran perspectivas variadas durante la ideación?					
13	¿Construyes prototipos para probar tus ideas?					
14	¿Seleccionas qué ideas prototipar primero?					
15	¿Utilizas recursos variados para construir tus prototipos?					
16	¿Pruebas tus prototipos con usuarios reales para obtener retroalimentación?					
17	¿Utilizas criterios para evaluar la efectividad de tus prototipos?					
18	¿Con qué frecuencia ajustas tus soluciones basándote en los resultados del testeo?					

CUESTIONARIO DE MENTALIDAD EMPRENDEDORA

Estimado(a) estudiante:

El propósito de este cuestionario es valorar tu percepción acerca del desarrollo de la mentalidad emprendedora. Tus respuestas serán tratadas en el anonimato absoluto y los datos recogidos serán empleados exclusivamente en esta investigación. No hay límite de tiempo para contestar el Cuestionario, sin embargo, se estima que no tardarás más de 15 minutos. **POR ELLO TE SOLICITO RESPONDER CON LA MAYOR SINCERIDAD POSIBLE.**

Indicaciones:

A continuación, encontrará una lista de 18 preguntas, léelas con detenimiento y seleccione uno de los casilleros en blanco ubicados al lado derecho, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

N: Nunca CN: Casi nunca AV: A veces CS: Casi siempre S: Siempre

Recuerde, no hay respuestas correctas ni incorrectas, lo importante es que usted responda con la máxima sinceridad posible. Gracias

N	Ítems	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	¿Con qué frecuencia sientes que estás cumpliendo tus metas personales y profesionales?					
2	¿Valoras la sensación de logro y satisfacción que obtienes al alcanzar tus objetivos?					
3	¿Crees que tu realización personal impacta en tu motivación para emprender nuevos proyectos?					
4	¿Con qué frecuencia te visualizas alcanzando el éxito en tus emprendimientos a largo plazo?					
5	¿Influye tu visión personal en la definición de tus objetivos y estrategias de emprendimiento?					
6	¿Sientes que tienes claro el camino que quieres seguir en tus proyectos emprendedores?					

7	¿Consideras que eres persistente al enfrentarte a desafíos y obstáculos en tus proyectos emprendedores?					
8	¿Realizas esfuerzos por seguir adelante cuando te enfrentas a situaciones difíciles en tus proyectos?					
9	¿Crees que tu capacidad de perseverancia afecta en la superación de obstáculos en tu camino emprendedor?					
10	¿Qué tan dispuesto estás a ajustar tus estrategias y planes cuando surge un cambio inesperado?					
11	¿Valoras la flexibilidad y la capacidad de cambio en tu enfoque emprendedor?					
12	¿En qué medida crees que tu habilidad para adaptarte afecta tu capacidad para innovar?					
13	¿En qué medida crees que el ejemplo y apoyo de tu familia influye en tu actitud emprendedora?					
14	¿La opinión de tu familia influye en tus decisiones relacionadas con el emprendimiento o tu desarrollo como emprendedor?					
15	¿Consideras que tu entorno familiar afecta en tu visión personal?					
16	¿Crees que tu educación previa ha influido en tu actitud hacia el emprendimiento?					
17	¿considero que mi estancia en la escuela me ha ayudado a incrementar mi capacidad emprendedora.?					
18	¿Consideras que con el desarrollo de las áreas (cursos) estudiados podrás identificar y aprovechar oportunidades de negocio?					

Anexo 3

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento cuestionario para medir la variable Design Thinking y mentalidad emprendedora elaborado por Angel Danilo Avalos Saravia en el año 2024, la evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Brigner Mark Cahuana Casiano	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Educación	
Institución donde labora:	I.E.P. "Andrés Avelino Cáceres"	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir las variables Design Thinking y mentalidad emprendedora
Autor:	Angel Danilo Avalos Saravia
Procedencia:	UCV - Trujillo
Administración:	Estudiantes de tercer grado de secundaria de las secciones A, B, C, D, E
Tiempo de aplicación:	45 minutos
Ámbito de aplicación:	Una institución educativa pública de Chincha
Significación:	El cuestionario consta de 36 ítems, 18 para medir la variable Design Thinking en sus dimensiones de inmersión, ideación y implementación; y 18 para medir la variable mentalidad emprendedora en sus dimensiones de fuerzas internas, personalidad emprendedora y fuerzas externas (06 por cada dimensión), la escala de medición será: 1 = nunca, 2 = casi nunca, 3 = a veces, 4 = casi siempre, 5 = siempre

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)



Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Ordinal tipo Likert 1-5	Inmersión	Inmersión, cuyo principal eje es la empatía para clarificar las necesidades o problemas de un potencial usuario
Ordinal tipo Likert 1-5	Ideación	Ideación, en la cual se vislumbrará un abanico de posibilidades relacionados con lo identificado anteriormente
Ordinal tipo Likert 1-5	Implementación	Implementación, que alcanza el proceso de realizar prototipos, poner en marcha y realizar mejoras previa evaluación
Ordinal tipo Likert 1-5	Fuerzas internas	Fuerzas internas, que aluden a elementos vinculados con el desarrollo de las características propias del emprendedor, dirigiéndolo hacia una conducta empresarial.
Ordinal tipo Likert 1-5	Personalidad emprendedora	Personalidad emprendedora, en la que se resaltan el dinamismo y la habilidad del emprendedor para establecer y fortalecer relaciones sociales que le proporcionan acceso y manejo efectivo de los recursos con capacidad de adaptación
Ordinal tipo Likert 1-5	Fuerzas externas	Fuerzas externas, que tienen importancia como elementos ambientales como la familia y entorno social destacando la influencia de estos en actividades empresariales.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para medir la variable Design Thinking y mentalidad emprendedora elaborado por Angel Danilo Avalos Saravia en el año 2024 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio



2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: cuestionario para medir la variable Design thinking

- Primera dimensión: (Inmersión)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar el grado en que los estudiantes se involucran y sumergen en el proceso de Design Thinking, a fin de comprender a profundidad el problema, las necesidades y perspectivas de los usuarios finales).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Análisis contextual	1 -3	4	4	4	
Empatía profunda	4 -6	4	4	4	

- Segunda dimensión: (Ideación)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar la capacidad de los estudiantes para generar y desarrollar ideas innovadoras a partir de la información recopilada en la etapa de inmersión).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Generación	7 - 9	4	4	4	
Técnicas	10 - 12	4	4	4	

- Tercera dimensión: (Implementación)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar la capacidad de los estudiantes para desarrollar y prototipar soluciones concretas a partir de las ideas generadas en la etapa de ideación, con el fin de validarlas y refinarlas de manera iterativa).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Prototipado	13 - 15	4	4	4	
Testeo	16 - 18	4	4	4	

Dimensiones del instrumento: cuestionario para medir la mentalidad emprendedora

- Primera dimensión: (Fuerzas internas)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar las características y rasgos intrínsecos de los estudiantes que reflejan una mentalidad emprendedora, con el fin de identificar su potencial y disposición para emprender).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Realización personal	1 -3	4	4	4	



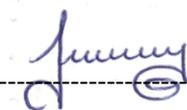
Visión personal	4 -6	4	4	4	
-----------------	------	---	---	---	--

- Segunda dimensión: (Personalidad emprendedora)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar las características de personalidad y rasgos comportamentales de los estudiantes que evidencian una orientación y predisposición hacia el emprendimiento).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Dinamismo y perseverancia	7 - 9	4	4	4	
Adaptación	10 - 12	4	4	4	

- Tercera dimensión: (Fuerzas externas)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar los factores y condiciones del entorno que influyen en el desarrollo de una mentalidad emprendedora entre los estudiantes).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Influencia familiar	13 - 15	4	4	4	
Influencia educativa	16 - 18	4	4	4	



Firma del Experto Informante.

DNI: 44113156

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento cuestionario para medir la variable Design Thinking y mentalidad emprendedora elaborado por Angel Danilo Avalos Saravia en el año 2024, la evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Liliana Esther Chico Tasayco
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Educación
Institución donde labora:	I.E.P. "Melchorita Saravia"
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir las variables Design Thinking y mentalidad emprendedora
Autor:	Angel Danilo Avalos Saravia
Procedencia:	UCV - Trujillo
Administración:	Estudiantes de tercer grado de secundaria de las secciones A, B, C, D, E
Tiempo de aplicación:	45 minutos
Ámbito de aplicación:	Una institución educativa pública de Chincha
Significación:	El cuestionario consta de 36 ítems, 18 para medir la variable Design Thinking en sus dimensiones de inmersión, ideación y implementación; y 18 para medir la variable mentalidad emprendedora en sus dimensiones de fuerzas internas, personalidad emprendedora y fuerzas externas (06 por cada dimensión), la escala de medición será: 1 = nunca, 2 = casi nunca, 3 = a veces, 4 = casi siempre, 5 = siempre

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Ordinal tipo Likert 1-5	Inmersión	Inmersión, cuyo principal eje es la empatía para clarificar las necesidades o problemas de un potencial usuario
Ordinal tipo Likert 1-5	Ideación	Ideación, en la cual se vislumbrará un abanico de posibilidades relacionados con lo identificado anteriormente
Ordinal tipo Likert 1-5	Implementación	Implementación, que alcanza el proceso de realizar prototipos, poner en marcha y realizar mejoras previa evaluación
Ordinal tipo Likert 1-5	Fuerzas internas	Fuerzas internas, que aluden a elementos vinculados con el desarrollo de las características propias del emprendedor, dirigiéndolo hacia una conducta empresarial.
Ordinal tipo Likert 1-5	Personalidad emprendedora	Personalidad emprendedora, en la que se resaltan el dinamismo y la habilidad del emprendedor para establecer y fortalecer relaciones sociales que le proporcionan acceso y manejo efectivo de los recursos con capacidad de adaptación
Ordinal tipo Likert 1-5	Fuerzas externas	Fuerzas externas, que tienen importancia como elementos ambientales como la familia y entorno social destacando la influencia de estos en actividades empresariales.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para medir la variable Design Thinking y mentalidad emprendedora elaborado por Angel Danilo Avalos Saravia en el año 2024 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio



2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: cuestionario para medir la variable Design thinking

- Primera dimensión: (Inmersión)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar el grado en que los estudiantes se involucran y sumergen en el proceso de Design Thinking, a fin de comprender a profundidad el problema, las necesidades y perspectivas de los usuarios finales).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Análisis contextual	1 -3	4	4	4	
Empatía profunda	4 -6	4	4	4	

- Segunda dimensión: (Ideación)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar la capacidad de los estudiantes para generar y desarrollar ideas innovadoras a partir de la información recopilada en la etapa de inmersión).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Generación	7 - 9	4	4	4	
Técnicas	10 - 12	4	4	4	

- Tercera dimensión: (Implementación)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar la capacidad de los estudiantes para desarrollar y prototipar soluciones concretas a partir de las ideas generadas en la etapa de ideación, con el fin de validarlas y refinarlas de manera iterativa).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Prototipado	13 - 15	4	4	4	
Testeo	16 - 18	4	4	4	

Dimensiones del instrumento: cuestionario para medir la mentalidad emprendedora

- Primera dimensión: (Fuerzas internas)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar las características y rasgos intrínsecos de los estudiantes que reflejan una mentalidad emprendedora, con el fin de identificar su potencial y disposición para emprender).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Realización personal	1 -3	4	4	4	



Visión personal	4 -6	4	4	4	
-----------------	------	---	---	---	--

- Segunda dimensión: (Personalidad emprendedora)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar las características de personalidad y rasgos comportamentales de los estudiantes que evidencian una orientación y predisposición hacia el emprendimiento).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Dinamismo y perseverancia	7 - 9	4	4	4	
Adaptación	10 - 12	4	4	4	

- Tercera dimensión: (Fuerzas externas)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar los factores y condiciones del entorno que influyen en el desarrollo de una mentalidad emprendedora entre los estudiantes).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Influencia familiar	13 - 15	4	4	4	
Influencia educativa	16 - 18	4	4	4	



Firma del Experto Informante.

DNI: 21882908

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento cuestionario para medir la variable Design Thinking y mentalidad emprendedora elaborado por Angel Danilo Avalos Saravia en el año 2024, la evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Avalos Félix Franks Greiber
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Educación
Institución donde labora:	I.E.P. "Melchorita Saravia"
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir las variables Design Thinking y mentalidad emprendedora
Autor:	Angel Danilo Avalos Saravia
Procedencia:	UCV - Trujillo
Administración:	Estudiantes de tercer grado de secundaria de las secciones A, B, C, D, E
Tiempo de aplicación:	45 minutos
Ámbito de aplicación:	Una institución educativa pública de Chincha
Significación:	El cuestionario consta de 36 ítems, 18 para medir la variable Design Thinking en sus dimensiones de inmersión, ideación y implementación; y 18 para medir la variable mentalidad emprendedora en sus dimensiones de fuerzas internas, personalidad emprendedora y fuerzas externas (06 por cada dimensión), la escala de medición será: 1 = nunca, 2 = casi nunca, 3 = a veces, 4 = casi siempre, 5 = siempre

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Ordinal tipo Likert 1-5	Inmersión	Inmersión, cuyo principal eje es la empatía para clarificar las necesidades o problemas de un potencial usuario
Ordinal tipo Likert 1-5	Ideación	Ideación, en la cual se vislumbrará un abanico de posibilidades relacionados con lo identificado anteriormente
Ordinal tipo Likert 1-5	Implementación	Implementación, que alcanza el proceso de realizar prototipos, poner en marcha y realizar mejoras previa evaluación
Ordinal tipo Likert 1-5	Fuerzas internas	Fuerzas internas, que aluden a elementos vinculados con el desarrollo de las características propias del emprendedor, dirigiéndolo hacia una conducta empresarial.
Ordinal tipo Likert 1-5	Personalidad emprendedora	Personalidad emprendedora, en la que se resaltan el dinamismo y la habilidad del emprendedor para establecer y fortalecer relaciones sociales que le proporcionan acceso y manejo efectivo de los recursos con capacidad de adaptación
Ordinal tipo Likert 1-5	Fuerzas externas	Fuerzas externas, que tienen importancia como elementos ambientales como la familia y entorno social destacando la influencia de estos en actividades empresariales.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario para medir la variable Design Thinking y mentalidad emprendedora elaborado por Angel Danilo Avalos Saravia en el año 2024 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio



2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: cuestionario para medir la variable Design thinking

- Primera dimensión: (Inmersión)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar el grado en que los estudiantes se involucran y sumergen en el proceso de Design Thinking, a fin de comprender a profundidad el problema, las necesidades y perspectivas de los usuarios finales).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Análisis contextual	1 -3	4	4	4	
Empatía profunda	4 -6	4	4	4	

- Segunda dimensión: (Ideación)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar la capacidad de los estudiantes para generar y desarrollar ideas innovadoras a partir de la información recopilada en la etapa de inmersión).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Generación	7 - 9	4	4	4	
Técnicas	10 - 12	4	4	4	

- Tercera dimensión: (Implementación)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar la capacidad de los estudiantes para desarrollar y prototipar soluciones concretas a partir de las ideas generadas en la etapa de ideación, con el fin de validarlas y refinarlas de manera iterativa).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Prototipado	13 - 15	4	4	4	
Testeo	16 - 18	4	4	4	

Dimensiones del instrumento: cuestionario para medir la mentalidad emprendedora

- Primera dimensión: (Fuerzas internas)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar las características y rasgos intrínsecos de los estudiantes que reflejan una mentalidad emprendedora, con el fin de identificar su potencial y disposición para emprender).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Realización personal	1 -3	4	4	4	



Visión personal	4 -6	4	4	4	
-----------------	------	---	---	---	--

- Segunda dimensión: (Personalidad emprendedora)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar las características de personalidad y rasgos comportamentales de los estudiantes que evidencian una orientación y predisposición hacia el emprendimiento).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Dinamismo y perseverancia	7 - 9	4	4	4	
Adaptación	10 - 12	4	4	4	

- Tercera dimensión: (Fuerzas externas)
- Objetivos de la Dimensión: (Evaluar los factores y condiciones del entorno que influyen en el desarrollo de una mentalidad emprendedora entre los estudiantes).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Influencia familiar	13 - 15	4	4	4	
Influencia educativa	16 - 18	4	4	4	



Firma del Experto Informante.

DNI: 45152468

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 4 Alfa de Cronbach

Variable Design thinking

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,805	18

Interpretación: se observa que el coeficiente de alfa de Cronbach es 0,805, lo cual indica que el instrumento que mide el Design thinking tiene muy buena confiabilidad.

Variable mentalidad emprendedora

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,829	18

Interpretación: se observa que el coeficiente de alfa de Cronbach es 0,829, lo cual indica que el instrumento que mide la mentalidad emprendedora tiene muy buena confiabilidad.

Resultado del reporte TURNITIN

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?id=103&u=1088032488&lang=es&o=2417232020&s=1

feedback studio ANGEL DANILO AVALOS SARAVIA | Design thinking y mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, Grocio Prado, 2024. /100 34 de 68



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

PROGRAMA DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN INNOVACIÓN EDUCATIVA Y MENTALIDAD EMPRENDEDORA

TÍTULO DEL TRABAJO ACADÉMICO
Design thinking y mentalidad emprendedora de estudiantes de una institución educativa, Grocio Prado, 2024.

TRABAJO ACADÉMICO PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN INNOVACIÓN EDUCATIVA Y MENTALIDAD EMPRENDEDORA

AUTOR:
Avalos Saravia, Angel Danilo (<https://orcid.org/0000-0003-1518-1222>)

ASESOR (A):
Dr. Angela Maria Herrera Álvarez (<https://orcid.org/0000-0002-6399-3850>)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Educación y calidad educativa

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:
Educación de calidad

Resumen de coincidencias

15 %

Se están viendo fuentes estándar.

Ver fuentes en inglés

Coincidencias

1	hdl.handle.net	Fuente de Internet	4 %
2	Entregado a Universida...	Trabajo del estudiante	3 %
3	repositorio.ucv.edu.pe	Fuente de Internet	2 %
4	repositorio.uwianser.edu...	Fuente de Internet	1 %
5	Entregado a uncedu	Trabajo del estudiante	1 %
6	Entregado a Universida...	Trabajo del estudiante	1 %
7	repositorio.une.edu.pe	Fuente de Internet	<1 %
8	Entregado a Escuela de...	Trabajo del estudiante	<1 %
9	documentos.uru.edu	Fuente de Internet	<1 %
10	repositorio.upse.edu.ec	Fuente de Internet	<1 %
11	library.co	Fuente de Internet	<1 %

Página: 1 de 34 | Número de palabras: 9360 | Versión solo texto del informe | Alta resolución | Activado | 09:57 15/07/2024