



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN DOCENCIA
UNIVERSITARIA**

Habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de
Diseño y Comunicación, Lima 2019

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Docencia Universitaria

AUTORA:

Br. Fany Edelmira Picon Tejedo (ORCID: 0000-0002-0852-7021)

ASESOR:

Dr. Abner Chávez Leandro (ORCID: 0000-0002-0167-5523)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión y calidad educativa

Lima - Perú

2020

Dedicatoria

Dedico este trabajo primeramente a mi Dios Jehová quien me guía e ilumina mi camino. A mi madre que siempre está conmigo en las buenas y malas, así como también a mi esposo que siempre me da su apoyo incondicional.

Agradecimiento

Mis agradecimientos a esta casa de estudio que me fue formando en los últimos años, así como a sus Maestros colaboradores que nos motivan cada día a seguir adelante.

Página del jurado

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Fany Edelmira Picon Tejedo, estudiante de posgrado, Maestría de docencia Universitaria, de la Universidad César Vallejo, sede Lima Norte, declaro que presento mi trabajo académico titulado: **HABILIDADES SOCIALES Y EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN, LIMA 2019**. En folios para obtención de grados académicos de Maestra en docencia universitaria, el estudio es de mi autoría por tanto declaro lo siguiente:

- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellos expresamente señaladas en mi trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consiente que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en busca de plagios.

Lima, 24 de enero del 2020



Fany Edelmira Picon Tejedo

25817215

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	ix
Resumen	x
Abstract	xi
I. Introducción	1
II. Método	15
2.1 Tipo y diseño de investigación	15
2.1.1 Enfoque	15
2.1.2 Tipo	15
2.1.3 Diseño	15
2.2 Variables y operacionalización	16
2.2.1 Habilidades sociables	16
2.2.2 Emprendimiento	16
2.2.3 Operacionalización de las variables	16
2.3 Población, muestra y muestreo	17
2.3.1 Población	17
2.3.2 Muestra	18
2.3.3 Muestreo	18
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	18
2.4.1 Validez del Instrumento:	19
2.4.2 Confiabilidad	19
2.5 Procedimiento	20
2.6 Método y análisis de datos	20
2.7 Aspectos éticos	20
III. Resultados	21
IV. Discusión	30

V. Conclusiones	33
VI. Recomendaciones	34
Referencias	35

Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia	40
Anexo 2: Instrumento: Cuestionarios	46
Anexo 3: Validez del instrumento de juicio de expertos	50
Anexo 4: Carta de presentación para aplicar instrumento	62
Anexo 5: Data del Excel	63

Índice de Figuras

Figura 1. Esquema de diseño	15
Figura 2. Nivel de habilidades sociales.	21
Figura 3. Gráfico de niveles de habilidades sociales.	22
Figura 4. Gráfico de emprendimiento.	23
Figura 5. Gráfico de niveles de emprendimiento.	25

Índice de Imágenes

Imágenes 1: Encuesta 1	36
Imágenes 2: Encuesta 2	36
Imágenes 3: Encuesta 3	36

Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz de operacionalización de la variable Habilidades Sociales	16
Tabla 2. Operacionalización de la variable Emprendimiento	17
Tabla 3. Validez de contenido del instrumento de la variable Habilidades Sociales por juicio de experto	19
Tabla 4. Prueba de confiabilidad de los instrumentos de la variable de estudio	19
Tabla 5. Distribución de frecuencias de habilidades sociales en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima	21
Tabla 6. Distribución de frecuencias de habilidades sociales en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019	22
Tabla 7. Distribución de frecuencias de emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019	23
Tabla 8. Distribución de frecuencias de las dimensiones de emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019	24
Tabla 9. Prueba de correlación de las variables de habilidades sociales y emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019	26
Tabla 10. Prueba de correlación de las dimensiones de habilidades sociales con el emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019	27

Resumen

La presente investigación titulada “Habilidades Sociales y Emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019”. Tiene como objetivo principal, determinar la correlación entre habilidades Sociales y el emprendimiento en los estudiantes del área de Diseño de Modas.

La investigación es de tipo básica, de nivel correlacional con enfoque cuantitativo, diseño no experimental. La población lo conformaron 100 estudiantes de la Institución, para el análisis de la muestra participaron 60 estudiantes del área de Diseño de modas. Para dar confiabilidad de los instrumentos se aplicó a 20 estudiantes una prueba piloto en la que se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach, dando como resultado lo siguiente: para el cuestionario de habilidades sociales 0,717 y el cuestionario de emprendimiento 0,819.

Para la relación de variables y dimensiones se utilizó la prueba de correlación R de Spearman. Los resultados del análisis estadístico muestran un coeficiente de correlación baja 0,243; y el grado de significancia $P > 0.05$ lo que indica que las habilidades sociales no se relacionan significativamente con el emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Palabras claves: Habilidades Sociales, Emprendimiento, Adolescentes, Iniciativa.

Abstract

This research entitled "Social Skills and Entrepreneurship of the students of the Institute of Design and Communication, Lima 2019". Its main objective is to determine the correlation between Social skills and entrepreneurship in students in the area of Fashion Design.

The research is basic, correlational level with quantitative approach, non-experimental design. The population was made up of 100 students of the Institution, for the analysis of the sample 60 students participated in the area of Fashion Design. To give the instruments reliability, a pilot test was applied to 20 students in which the Cronbach's alpha coefficient was used, resulting in the following: for the social skills questionnaire 0.717 and the entrepreneurship questionnaire 0.819.

For the relationship of variables and dimensions, Spearman's R correlation test was used. The results of the statistical analysis show a low correlation coefficient 0.243; and the degree of significance $P > 0.05$, which indicates that social skills are not significantly related to entrepreneurship in the area of fashion design of fashion design students of the Institute of Design and Communication, Lima 2019.

Keywords: Social Skills, Entrepreneurship, Adolescents, Initiative.

I. Introducción

En este mundo globalizado, día a día se presentan nuevos retos y desafíos para la comunidad estudiantil y universitaria, la cual tienen que disponer de sus talentos, habilidades, destrezas, actitudes para lograr desarrollarse como futuros ciudadanos con espíritu de emprendimiento ante una sociedad cada vez más exigente y competente que demanda de profesionales eficientes altamente capacitados; capaces de identificar problemas y dar pronta solución con responsabilidad y madurez. Es por ello surge la necesidad de formar profesionales que desarrollen y fomenten las habilidades sociales, como la actitud y aptitud que les ayude a desenvolverse en el campo laboral una vez que egresan de la institución educativa y así poder responder satisfactoriamente. Las habilidades sociales en el ser humano; son soportes emocionales, fundamentales para el crecimiento de individuo, así como también maneras y formas de convivir interactuando con los que nos rodean. Para la UNESCO, (2016) fundamenta que tener personas motivadas con responsabilidad es muy necesario, además las enseñanzas de estas habilidades van ayudar a desarrollar cualidades como la empatía, la generosidad que son conductas necesarias para enfrentarse a la sociedad actual (p.16).

Según el Ministerio de Educación (2003) las habilidades sociales son una escala de conductas expresadas por la persona en un determinado contexto interpersonal, así como sus derechos, afectos, deseos, aspiraciones respetando siempre la conducta de los demás a fin de minimizar posibles problemas encontrados, las cuales sirven y son soportes para el progreso social. (p.33).

En Latinoamérica y el Caribe, el 30% de la población representa a la juventud. En Perú el 13% de la población están entre edades de 12 y 18 años, y el 31,3% representa a escolares con deficiencias en habilidades sociales; sabemos que, a esa edad, es una etapa crítica, propios de la adolescencia, en la que ellos enfrentan situaciones adversas, como su estado emocional, psicológico, físico la cual necesitan orientación y guía para su desarrollo y éxito en su camino. Según Jaimes, Cruz, Vega, Balladares y Matta (2019) el desarrollo de estas habilidades sociales con capacidad de dar solución a problemas, ayuda al proceso cognitivo y afectivo de la persona la cual va a fortalecer su autoconfianza y dará mayor seguridad de resolver problemas cuando este tenga que enfrentarse al campo laboral (p.40). Damián (2015) (citado por Corvalán & Hawes, 2005) menciona que los futuros profesionales estén preparados técnicamente y científicamente a fin de demostrar sus competencias y desempeño de manera eficaz acorde a las exigencias del mercado actual. (p.13)

Según Brioso (2016) aseveró que de 63 millones de personas en América Latina el 11%, trabajan de forma independiente, y el 8 % de jóvenes en América latina representan a emprendedores en la región. Los resultados muestran que los jóvenes emprendedores son aún escasos y su gran mayoría de jóvenes se forman solo por necesidad, o simplemente no pudieron conseguir empleo como dependientes debido a que sus condiciones laborales eran precarias.

La **realidad problemática** de la Institución Educativa Diseño y Comunicación; es un instituto público adonde concurren jóvenes de bajos recursos económicos, algunos de ellos son padres de familia, otros ayudan al sostenimiento del hogar debido a diversos factores como la ausencia de algunos de los progenitores, teniendo que trabajar para mantener a la familia y a la vez solventar sus estudios académicos. La autora de este estudio trabaja desde hace 4 años consecutivos dicha institución; y ha observado que en el área de Diseño de Modas hay una carencia de habilidades sociales, la cual requiere atención. Esto significa que no saben relacionarse entre pares o grupos; la gran mayoría de jóvenes vienen afectados por problemas desde el seno familiar, problemas relacionados al maltrato infantil (lo que genera una baja autoestima) violencia familiar, violencia sexual, alcoholismo, familias disgregadas, monoparentales, entre otras. Suma a ello que la Institución no cuenta en su malla curricular la enseñanza de estas habilidades sociales y emprendimiento que son muy necesarias para el desarrollo profesional del alumno.

No obstante, la gran parte de estudiantes tienen talento, demuestran buenas ideas, propuestas creativas con relación a sus trabajos, Sin embargo, muestran mucha inseguridad, temor, falta de comunicación, Temor al fracaso, a preguntar, a hablar, no saben comunicar; aun cuando saben hacerlo bien. Y una vez que ellos egresan de la institución van que realizar sus prácticas pre profesionales en empresas, es allí donde ellos demuestran el manejo de las habilidades sociales al relacionarse con sus compañeros de trabajo y jefes del área, clientes proveedores de la empresa ya que la carrera de diseño de modas esta siempre relacionado al contacto del cliente la cual les va a servirles a ellos cuando emprendan su propio empresa y manejen estas habilidades sociales con su propio personal, así como clientes y proveedores. Allí donde surge la necesidad del manejo de las habilidades sociales necesarias e importantes para la carrera de un diseñador de modas.

Según el Ministerio de Educación [MINEDU], (2016) pone de manifiesto de diseñar y programar habilidades para los el campo estudiantil a fin de insertarlos en el sector laboral, de la misma manera, el (SINEASE, 2014) señala que “emprender es la capacidad de asumir riesgos, dar respuestas creativas a los problemas que la sociedad actual demanda y aprender

los errores con iniciativa propia, con creatividad y autonomía” (p.29). Además Monjas, (1992), (Gershaw, Goldstein, Klein, & Sprafkin, citado por Damián 2015) concordaron con esa misma idea de incluir dentro de las instituciones programas de enseñanza de habilidades sociales afín de lograr en los educandos el desarrollo integral por la cual debe ser una de las preocupaciones de brindar a los alumnos la enseñanza de estas habilidades de manera pertinente (p.32,33).

Según la (OCDE, 2007) (citado por González, Vázquez, Coronado (2019) establece que las IES representa un papel muy cautivador en el desarrollo socio económico y cultural; por la que recomienda mayor vinculación con pequeñas y medianas empresas, preparar a estudiantes para enfrentar a este mundo globalizado. (p.1). La responsabilidad social es tarea de todos; por ello es necesario que nos hagamos partícipes de esa problemática a fin de llegar más de cerca a ellos para lograr una buena comunicación y relación en el contexto de la sociedad actual. Caballero (2013) afirmó que el estado peruano aún es ineficiente en dar pronta respuesta frente a esta problemática social que aqueja el país, donde la ardua población tiene la gran necesidad de contar cada vez más con líderes responsables y demuestren la ética, los valores, confianza y que de esa manera contribuya al desarrollo del país (p.2)

Se analizan **los antecedentes nacionales de investigación**, Jaimes, Cruz, Vega, Balladares y Matta (2019) en su investigación tuvieron el objetivo de determinar las *Habilidades Sociales en estudiantes de preuniversitario de enfermería*, con una población mixta de 480 alumnos edades comprendidas de 14 a 18 años. Tipo de estudio fue descriptivo y transversal. Se obtuvo la muestra en 8 aulas aleatorias del ciclo anual de 480 estudiantes. En la cual como instrumento fue la escala de habilidades sociales y la técnica de la encuesta, Donde los autores concluyeron que los adolescentes preuniversitarios de Lima norte cuentan con habilidades de un nivel medio y el 12% se colocándose en nivel alto; donde dejaron a la institución como recomendación promover más el aumento de estas habilidades.

Calle de vega (2016) en su investigación tuvo la finalidad de determinar la relación que hay entre la autoestima y las habilidades sociales en los estudiantes de la carrera de administración bancaria. La muestra estuvo constituida por 316 estudiantes del I ciclo de dicha carrera. tuvo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental. Para la correlación se aplicó la prueba de R de Spearman dando una correlación positiva y alta de 82,90% de fuerza entre ambas variables.

Zelada (2018) en su investigación en los estudiantes de secundaria, tuvo el objetivo de determinar la relación de habilidades sociales y la competencia en gestión de proyectos de emprendimiento, la población lo constituyeron 150 estudiantes con una muestra de 100 personas. El tipo de estudio realizado fue nivel básico correlacional con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, para recolectar el cuestionario de aplicó la encuesta. El autor concluye con los resultados estadísticos donde indicó que existe una correlación moderada ($r=0,63$) entre las dos variables de estudio.

Flores, García, Calcinay Yapuchura (2016) en su investigación en los estudiantes de la universidad de Puno, tuvieron el objetivo de determinar y precisar la correlación de habilidades sociales y la comunicación interpersonal. La muestra fue aplicada a 606 estudiantes. Para dicho estudio se empleó el método cuantitativo, como recojo de información la encuesta. Los autores concluyen que en dicho estudio si hay correlación entre ambas variables siendo las más resaltante, el ser cortés, amable con los demás y el trabajo cooperativo.

Seguidamente se analizan los **antecedentes internacionales de investigación**, González, Vázquez, Coronado (2019). En su estudio en estudiantes de las universidades públicas tuvieron como finalidad analizar la eficacia del emprendimiento, innovación y compromiso entre las IES. Esta investigación tiene características de corte documental, es por ello que en el desarrollo se utilizó la técnica del análisis del contenido de documentos tanto de primaria y secundaria. Y para recolección de datos se utilizó las siguientes ayudas como: Anuario 2016-2017 de ANUIES, principales cifras del sistema Educativo Nacional 2017-2018. Estudio comparativo de las Universidades Mexicanas 2018 y Sistema nacional de investigación del CONACYT (2017). Mediante este estudio dichos autores dan conclusión, que la UPES, dentro de sus planes de desarrollo están implementando actividades relacionadas al emprendimiento e innovación y compromiso social, por tal motivo están en proceso de adaptación la cual se puede considerar como un proceso significativo en lo relacionado con el vínculo de la sociedad actual

Durán. E, Arias (2016) en su investigación tuvieron la finalidad de estudiar la relación de la actitud emprendedora y los estilos emocionales, por la cual la población estuvo constituida por 259 estudiantes de la universidad. La metodología usada fue descriptivo - correlacional y diseño no experimental. Para dicho estudio de se empleó la escala unidimensional que mide la actitud emprendedora. Los resultados indicaron que un estudiante con alta actitud para el emprendimiento se relaciona de manera negativa con el

estilo emocional. Por lo que recomendaron considerarse las características del joven emprendedor, y por ende enseñarles el manejo y control de sus emociones.

Carrillo; Caballero., Roque (2019) en su investigación de estudio a jóvenes emprendedores tuvieron el objetivo de describir las respuestas recolectadas entre jóvenes empresarios. Los participantes fueron 55 jóvenes emprendedores 24 mujeres y 31 hombres edades comprendidas entre 18 a 35 años. Método tipo cuantitativo, descriptivo y transversal. Se aplicó un cuestionario con datos correspondientes al origen de la creatividad, perfil de una persona creativa, obstáculos de la creatividad, formación y desarrollo creativo del personal, praxis en la empresa y estímulos a la creatividad. Los autores mostraron que los empresarios están conscientes de la importancia de la creatividad dentro del marco de su empresa, concluyendo así; si queremos llegar al objetivo tenemos que seguir capacitándonos de manera continua donde ello fortalecerá en los jóvenes aún más sus capacidades creativas como también innovadoras.

Burciaga y Solís (2017) tuvieron tres objetivos, en primer lugar, analizar las razones que tienen los estudiantes de la facultad administrativa al emprender un negocio propio, segundo determinar que habilidades conducen al estudiante al emprendimiento y tercero analizar que habilidades profesionales llevan al estudiante al emprendimiento. La investigación fue descriptiva y transversal con enfoque cuantitativo, la población lo conformaron 510 estudiantes. Los investigadores concluyen que los estudiantes de administración dan importancia a la formación académica, ya que consideran que dichas habilidades fortalecen sus capacidades profesionales.

En cuanto al campo de las **teorías relacionadas** acerca de las **habilidades sociales**; este estudio se ocupará de varios aspectos relacionados con esta variable. En su estudio Gismero (2002) menciona a Phillips (1985) quien dio a conocer las habilidades presentes en los niños a través de la psicología social, así como también Williams (1935) en su estudio relacionado con el desarrollo de los niños lo identifica como asertividad; más adelante Horney, Adler, White resaltaron las habilidades sociales como también el desarrollo de la personalidad. Estas teorías se vinculan con el tipo de personalidad desde temprana edad, donde se describe las características del funcionamiento social de la persona; además de un estudio sistemático de las habilidades sociales. (p.10) Según Wope (1958) conceptualizó el término de las habilidades sociales como asertivo, que más adelante apoyado por Lazarus (1996).

Para los años 50 el interés de estudio de las habilidades sociales fue incrementando en el campo de la psicología. En la Universidad de Michigan, mediante un estudio realizado mostraron ser más competentes en estas habilidades en la supervisión del campo profesional; mientras que en EEUU e Inglaterra como lo señala Furnhan (1985) estas habilidades se arraigan más en el sector de la psicología Clínica y en Europa en la psicología Social. Por ello que Ovejero (1990) lo resalta a estos dos enfoques a uno relacionado al clínico y al otro como factor social, donde en Estados Unidos tiene mayor implicancia de estas habilidades relacionados al factor clínico como el alcoholismo, esquizofrenia, delincuencia entre otros. No obstante, en Europa se da hincapié tema laboral y la parte de la organización basado su estudio en el comportamiento activo del individuo. (p.11)

Además, en los años 60 el término de habilidades sociales es usado también como conducta asertiva. Según Salter (1949; Cattell,1965; Wope,1969) para determinar el nivel de asertividad de una persona sería una capacidad o aptitud demostrada de manera permanente y consistente a través de la situación que se presente. (p14) Por tanto, según opinión de diversos autores podemos decir que tanto para habilidades sociales y conducta asertiva los términos usados son semejantes entre sí.

En la época de los años 70 diversos autores han continuado sus estudios respecto al tema tales como; Lazarus (1971),Wope (1969) Eisler, Alberty y Emmons (1970), Cols (1974) donde resalta la conducta asertiva y tratamientos para menguar estas falencias (p.10). Según Carrillo (2015) el estudio de las habilidades sociales ha ido aumentando paulatinamente, denominado como asertividad, competencia social, ejerciendo un mayor protagonismo en el área de la psicología, el campo educativo, clínico y de la salud; por ello se puede decir que estas habilidades son necesarias desde la niñez, pasando por la juventud y posteriormente en su etapa adulta. (p.21-22). El ser humano desde que nace se relaciona con los demás dentro de su entorno (La familia) y a medida que este crece, estas interacciones se vuelven más complejas la cual van teniendo mayor influencia en su vida cotidiana.

Según Caballo (2002) (citado por Briones 2019) fundamentó que no hay un tipo de comportamiento fijo en la persona que sea determinante, y ésta va a variar acorde al factor psicosocial de la persona como la clase social, edad, sexo, así como también su nivel de educación. Sin embargo, se debe considerar en un marco cultural determinado. De la misma manera varios autores como Bisquerra (2011); Monjas (1993), (2014); Camacho (2012) & Kelly (1982) & Vizcarra (2011) fundamentaron que las habilidades sociales en el individuo son aptitudes que se aprende mediante el proceso de intercomunicación con los

demás a lo largo de la vida dados en un contexto social. Así como también le ayuda a poder resolver situaciones adversas de manera fructífera. (p.9)

Goldstein (1989) conceptualiza a las habilidades sociales como un conjunto de diversas capacidades y específicas para el contacto entre dos o más personas interpersonal, así como la solución de las dificultades que esté presente de naturaleza propia y socioemocional. Estas habilidades están divididas en seis grupos desde las habilidades comunes en la persona como prestar atención, empezar y mantener una conversación, hacer preguntas, ser amable, agradecido con los demás. y las habilidades avanzadas en la que se desarrolla en su entorno social donde tiene que ver con el autocontrol, la empatía, el enfado y así mismo el fijar metas y objetivos a corto mediano plazo, así como también la toma de decisión de manera asertiva.

Calle (2019), menciona a las habilidades sociales como un grupo de habilidades que atribuyen al individuo para poder captar e interpretar y responder a los estímulos sociales, especialmente cuando proviene del comportamiento de la otra persona o personas que lo rodean. (p.17) Las habilidades sociales permiten al individuo desenvolverse dentro de una sociedad, con variedad de culturas, creencias; diferente manera de pensar adaptándose al cambio, sin imponer ideales más bien logrando armonía. conductas sociales, dirigidas a la interrelación con otras personas. Según Gómez, (2000) (citado por Alania & Turpo 2018) una buena educación en la persona no es llenarlo de conocimientos si no ver en su lado humano a partir de la interacción personal. De la misma manera Goldstein, Sprafkin, Gershaw & Klein (1998) clasificaron a estas habilidades desde su fase inicial y avanzada la cual desarrolla la persona para relacionarse satisfactoriamente con los demás, la cual involucra ciertos factores como los sentimientos, emociones y satisfacción. (p.2)

Conditioned Reflex Therapy (1951) en su libro detalla seis técnicas para incrementar la manera de expresión dadas en la persona:

- “La expresión de las emociones.
- La expresión facial de las emociones.
- El empleo deliberado de la primera persona al hablar.
- El estar de acuerdo cuando se reciben cumplidos o alabanzas.
- El expresar desacuerdos”.

Gardner 1999 (Citado por fajardo 2018) Menciona a las habilidades sociales se relacionan con la inteligencia social, que caracteriza al individuo con la plena capacidad de poder entender e interrelacionarse de manera positiva y asertiva con su entorno que lo rodea (P.30).

Es la facultad que tiene cada persona que le caracteriza dichas habilidades sociales, como el hacer uso de su diversidad de habilidades y pueda desarrollarlo a lo largo y ámbito de su vida interactuando, relacionándose con los demás la cual esta se va a ir afianzando con el uso de la práctica.

Según Caballo (1983), Valles (1996), Díaz (2017), Monjas (1993) citado por Carrasco (2019) comentaron el valor que se da a las habilidades sociales en diferentes áreas salud, social, laboral y familiar. Carrasco (2019) menciona sobre la importancia de la autoestima las cuales son: en el campo de la salud, el profesional de la salud mental, utiliza dichas habilidades como técnicas o recursos para hacer frente a problemas relacionados de ansiedad social, depresión, trastornos de personalidad entre otros. En el entorno social, las personas interactúan sociabilizando en su medio ambiente manteniendo buenas relaciones que ayudaran a su desarrollo personal. En cuanto al ámbito laboral, las habilidades sociales permitirán a las personas mantener una buena capacidad de comunicación frente a lo que quiere lograr, mostrando una conducta de liderazgo. Y finalmente el manejo de las habilidades sociales viene desde el seno de la familia fomentando la armonía en el hogar, utilizando estrategias para afrontar posibles problemas. (p.41)

Para Caballo & Verdugo (2015) (Citado por Damián 2015) los elementos de las habilidades sociales son: el sistema conductual que son conductas relacionadas a las acciones como hablar, moverse, hacer y comprenderlos siguientes elementos: Componentes no verbales como deleitarse, mirada, los gestos de expresión facial, la apariencia persona; en cuanto a componentes paralingüísticos, relacionado a la voz, volumen, timbre, fluidez, tiempo de respuesta. Componentes no verbales, relacionados a la comunicación, hablar en público, saludar a los demás, presentación y expresión con educación y cortesía, iniciar, mantener y finalizar un dialogo, aceptar y rechazar una crítica, respeto al derecho del prójimo. Toma de decisiones propias. (p.29)

En **los aspectos conceptuales de la variable habilidades sociales**, para Gismero (2000) conceptualiza como un grupo de respuestas de una comunicación verbal y no verbal donde el individuo expresa en su entorno personal y social sus necesidades, prioridades, convicciones y derechos de manera asertiva y con respeto. (p.14) Así mismo Jaimes, Cruz, Vega, Balladares y Matta (2019) concordaron con los argumentos del autor (p.40) El manejo de las habilidades sociales son fundamentales para mantener y lograr una comunicación favorable dando mayores resultados de manera asertiva, fluida y eficaz.

Así mismo para Kelly,1987; Linehan,1984; Rich y Schroeder,1976; Wope y Lazarus.1996, se han basado más en el aspecto de la efectividad, proceso de adaptación y satisfacción originada por la conducta ante una situación(p.12) Caballo (1993) Sánchez (2016) & Carrasco (2019) Conceptualizaron las habilidades sociales son un grupo de conductas propios del individuo donde fluyen sentimientos, conductas, deseos, opiniones que se dan en cualquier índole o situación que se encuentre la persona.(p.36). Así mismo Roca 2018 (citado por Gutiérrez; Expósito 2015) apoyaron estos conceptos de las habilidades sociales remarcando a través de ello, obtener resultados favorables y satisfactorios con los demás mediante pensamientos, emociones y conductas para demostrar una buena comunicación fluida y eficaz (p.44)

Choque-Larrauri y Chirinos-Cáceres, 2009 (citado por Benites y Agustín 2013) Señalaron que las habilidades para la vida permiten al individuo, ser competente en diferentes facetas de su vida, actuando de manera positiva ya sea favorable o desfavorable.

Acevedo (2007) indicó, según la OMS que se enmarcan 10 habilidades sociales: Comportamiento asertivo, caracterizado por el manejo de las emociones y sentimientos. Una misma habilidad es fundamental en el manejo de diversas situaciones que se presentan cada día y de riesgos psicosocial comunes durante la etapa de la niñez pasando por la adolescencia y juventud. Por la cual se requiere de diversas habilidades para enfrentar retos y situaciones para la vida.

Asimismo, describe y recalca que las habilidades sociales es la atención que se da a la persona, al saber escuchar manteniendo una conversación, ser agradecidos, solicitar apoyo cuando se requiera, pedir disculpas; Es decir las habilidades están relacionada con los sentimientos lo que implica el reconocimiento de las emociones que se experimenta.

Para Martínez (2014). En 1993 la OMS propuso una definición de las (HPV), las habilidades para la vida son para personas de buen comportamiento positivo y flexible, adaptable permitiendo al individuo lidiar eficazmente con los nuevos retos del día a día que uno enfrenta cada momento (P.66)

En relación a las dimensiones de la variable **habilidades sociales para Gismero (2000)** tenemos tales dimensiones; **dimensión 1, Autoexpresión en situaciones sociales**, es la competencia que el ser humano posee para poder expresarse de manera natural y abierta en cualquier situación que se encuentre ya sea en una entrevista de trabajo, centros comerciales, grupos y reuniones sociales entre otros. Para un puntaje de nivel alto señala facilidad para comunicarse en tales entornos y poder expresar diferentes puntos de vista, así como dar opiniones, expresar sentimientos, y formular preguntas, etc. **Dimensión 2, defensa**

de los propios derechos del consumidor son aquellas habilidades que expresan sentimientos, deseos, necesidades frente a seres que no conocen en defensa de sus propios derechos en situaciones, como pedir descuentos o devolver un objeto dañado. Una puntuación baja señalaría obstáculo de expresar desacuerdos y prefiriendo quedarse callado para evitar problemas. **Dimensión 3, expresión de enfado** donde el individuo expresa incomodidad, características de personas que presentan desacuerdos, sentimientos negativos evidenciados por otra persona, no decir nada lo que piensa, lo que lo molesta callarse por evitar ciertos problemas. Una puntuación baja sería presentar dificultades para expresar desacuerdos, y por tanto preferiría callarse con el objetivo de eludir problemas aun tratándose de amigos cercanos o familiares. **Dimensión 4, Iniciar interacciones positivas con el sexo opuesto**, donde la persona establece una conversación, pedir una cita, realizar un cumplido, un alago. Iniciar interacciones de manera espontánea y abierta. Un bajo puntaje señalaría obstáculo para llevar acabo de manera espontánea y sin ansiedad a tales conductas.

La segunda variable **el emprendimiento** la cual se considera un factor muy fundamental en la impulsión de la cultura del emprendimiento. López Romero & Díaz (2012) el emprendimiento “es una capacidad que posee una persona e influyen en los demás y la forma de organizar que conllevan a efectos positivos y negativos de una empresa” (p.85). Para Briosco (2014) este término aparece en el año de 1911 por Joseph Shumpeter, quien se encarga del desarrollo de esta teoría; definiéndolo como emprendedores a personas dedicadas al mundo del negocio; dado que los emprendedores son personas capaces de detectar oportunidades con creatividad y a crean otras nuevas. Además de ello; los emprendedores creen en el cambio y trabajan en ello, son creadores resolutivos. Ser emprendedor es transformar, reinventar de lo que ya existe dar un valor agregado modificando hacia un mejor resultado (p.16)

Según Castro (2019) el emprendimiento es la capacidad del ser humano para salir adelante con ideas innovadoras, la cual requiere de habilidades propias a nivel personal y general. Además, aseveró que este término usado de emprendimiento viene del francés “entrepreneur”, la cual significa pionero; es decir la capacidad del individuo para realizar o lograr un objetivo de una meta trazada u proyecto (p.2). Este término también denominado a personas que dan valor agregado a un producto; por ello se puede decir la persona que tiene el espíritu emprendedor demuestra aptitud y actitud que le permite emprender nuevos retos, y desafíos aprovechando las situaciones desfavorables y convirtiéndolos en nuevos retos con innovación.

Para Ortogorin (2018), (druker,1985) el emprendimiento no es una cualidad de personalidad sino un patrón de conducta, en la que la persona tiene la capacidad de aprender, adaptarse, adoptar ciertas características ,comportamientos característicos de una persona un emprendedora la cual se logra en el proceso de la socialización empezando por la familia, luego estos cambian con las amistades, en el campo académico, tales características son importantes mas no determinan el comportamiento del emprendedor (p.36)

Para **Hidalgo (2015)** conceptualizan al emprendimiento como “capacidad de pensar, razonar y actuar, así como también la buena gestión de un verdadero líder que identifica oportunidades mide el riesgo concretiza con seguridades”. (p.4)

Para Zelada (2018) conceptualiza al emprendimiento como conjunto de actitudes, capacidades, conductas relacionados a la creatividad, innovación, la autoconfianza y característica con acción hacia el emprendimiento (p.179).

Según Caballeros, Fuchs,R.M; Prialé, M.A (2017) fundamentaron que “la base de ser emprendedor descansa en tres componentes, primero emprender como agente de cambio, segundo capacidad para identificar oportunidades y tercero capacidad de generar valor” (p.4) por ello para ser un buen emprendedor es tener una actitud activa motivando al resto a involucra ese a dar solución a determinados problemas que se presenten. Una persona con emprendimiento va a innovar, crear, generar nuevas ideas asumiendo riesgos descubriendo oportunidades de mejora continua. Para Lavado. M.H (2018) el emprendedor social se da por medio de las relaciones sociales como medio de publicidad a fin de lograr su independencia financiera. En cuanto al emprendedor universitario usa su conocimiento cognitivo para crear, innovar, motivado de manera asertiva y proactiva en el ámbito que se encuentre ya sea en el sector social o económico (p.10) por ello es necesario fomentar una cultura de emprendimiento en el campo académico afín de lograr sus objetivos cuando realicen un tipo de proyecto **Borayo, Valdez &Delgado(2019)** fundamentaron la cultura emprendedora como un conjunto de competencias necesarias en la persona como valores, conocimientos, aptitudes para iniciar ,desarrollar , gestionar un proyecto . Así como también maneras y formas de comunicarse, mediante la organización social orientados a crear, innovar, plasmar e incrementar ideas y proyectos nuevos, y se concreticen en un corto y mediano plazo. (p.75,76) Todo ello implica tener iniciativa propia con ideas bien claras y convincentes, afín de lograr un producto creativo e innovador. Duran &Arias (2016) aseveró que una persona con actitud emprendedora se esfuerza por crear y desarrollar cosas novedosas de manera pertinente, así mismo Martínez y Carmona (2019) señaló entre las

competencias que ayudan a desarrollar la formación emprendedora esta la actitud positiva, capacidad para sobreponerse al fracaso, facilidad para las relaciones sociales de manera adecuada, iniciativa, una actitud proactiva.

Recientemente se ha implementado este estudio a nivel académico, la cual surgieron en sus inicios por la necesidad de relacionarse, asociarse afín de proveer, atender algún servicio o problemática de interés social. Así mismo Lavado. M.H (2018) menciona que más del 90% de empleabilidad son generadas en la pequeñas y medianas empresas, lo que demuestra que gran parte de la población tiene habilidades y destrezas en el campo laboral de manera empírica por lo que necesita desarrollar y fomentar la cultura de emprendimiento desde la escuela, despertando en ellos ese espíritu empresarial para lograr futuros emprendedores (p.10) Weicht, (2018) citado por Borayo, et al (2019) Según el Foro Económico Mundial señala, que para este año 2020 las habilidades emprendedoras serán: “ Resolución de problemas, pensamiento crítico, creatividad, gestión del capital humano, coordinación con otros, inteligencia emocional, toma de decisiones, orientación de servicio, negociación, así como la flexibilidad cognitiva “(p.76) por tanto, se necesitará de escuelas que preparen y motiven a los alumnos que fomenten la cultura del emprendimiento brindando las condiciones necesarias del entorno tanto familiar y lo académico.

Peña (2013) enumera principales características del emprendedor:

- Decisión: personas con ideas y metas claras, bien fundadas con gran determinación para organizar y planificar.
- Creatividad: usan su potencial creativo para generar ideas de negocio y canalizarlo para generar una empresa propia.
- Constancia: El surgimiento de sus empresas se debe a un trabajo sistemático y perpetuado a través del tiempo.
- Alto concepto de sí mismos: los emprendedores son tolerantes al fracaso y riesgo. Tienen un espíritu de convicción, por lo que se percibe una buena autoestima. (p.11)

En cuanto a las dimensiones **del emprendimiento** según el Grupo Romero (tiene como **dimensión 1, Autoconfianza**. “Es el convencimiento en sí mismo de una persona de realizar cualquier actividad que se propone con buena actitud. (p.12). Así mismo sigue comentando la autora que la autoconfianza es la capacidad de la persona de conseguir metas personales, tomando decisiones de manera decidida, aunque el resultado no sea lo esperado

o no resulten convincentes. La autoconfianza influye en la autoestima y en la manera que percibimos los valores y el círculo donde nos desarrollamos, como lo comenta la fundación Romero, la autoconfianza es segura, evalúa la situación y asume riesgos sintiéndose capaz de lograr sus metas y objetivos. (p.13). **Dimensión 2, Creatividad**, según la fundación Romero (2012), la creatividad es la transformación de la realidad en algo nuevo y original, percibiendo como se visualiza y termina en la forma que se modifica, logrando un resultado e innovador (p.13). Según Panez (2007) es la capacidad de crear elementos nuevos o de solución de problemas, donde los recursos son limitados la cual requiere del potencial mental para dar soluciones adecuadas. (p.13).

Por tanto, la creatividad es un factor innato propio del ser humano dotado de un pensamiento divergente, flexible, con variedad de ideales, pensamientos propuestas originales y creativas e innovadoras dándole un valor agregado. **Dimensión 3, Iniciativa**, el Grupo Romero (2012), conceptualiza iniciativa como la fuerza para actuar con total autonomía e independencia, con buena actitud a fin de desarrollar nuevas ideas y emprender tareas o proyectos realizados. (p.14) La persona con perfil de emprendimiento demuestra iniciativa propia ya sea en el campo laboral o en otro contexto que se encuentre. **Dimensión 4 Perseverancia, para el grupo Romero (2012)**, define a perseverancia como un esfuerzo humano de manera constante para conseguir y lograr un objetivo a pesar de situaciones adversas; es por la cual requiere de motivación, paciencia, abnegación y disciplina, demostrando tolerancia ante las dificultades y obstáculos que genere en el camino.

Visto en el estudio los antecedentes el marco teórico se hace **la formulación del problema**, considerando como **problema general**: ¿Qué relación existe entre las habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas? **problemas específicos: la primera** ¿Determinar la relación que existe entre habilidades sociales y autoconfianza en los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas? **Segunda** ¿Determinar la relación que existe entre habilidades sociales y creatividad en los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas? **Tercera** ¿Determinar la relación que existe entre habilidades sociales e iniciativa en los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas? **Cuarta** ¿Determinar la relación que existe entre habilidades sociales y perseverancia en los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas?

Siguiendo con el esquema se presenta la **justificación del problema; Justificación Social** en el aspecto social, este estudio resalta la necesidad de los docentes de dar hincapié sobre esta temática hacia los educandos como una gran necesidad, ya que cada vez estamos inmersos en una sociedad cada vez más exigente y competente y ello puedan responder y asumir retos de manera favorable y con gran responsabilidad. **Justificación práctica** En el aspecto práctico, esta investigación permitirá evidenciar la falta y manejo de habilidades sociales en dicha Institución por la que se podrá tomar medidas de acción afín de ayudar al estudiante al fomento de estas capacidades que son necesarios para su carrera profesional. **Justificación metodológica** en el aspecto metodológico, va ayudar a crear nuevas variables de medición y/o mejorar los instrumentos de evaluación, para elevar los niveles de confiabilidad.

Corresponde tratar sobre los **objetivos** teniendo como objetivo general: determinar la relación que existe entre habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas. **como objetivo específico: la primera** determinar la relación de habilidades sociales y autoconfianza de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas.; **la segunda** determinar la relación de habilidades sociales y creatividad de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas.; **la tercera** determinar la relación de habilidades sociales e iniciativa de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas.; **la cuarta** determinar la relación de habilidades sociales y perseverancia de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas.

Planteado los problemas y definidos los objetivos definimos las hipótesis teniendo como **Hipótesis general:** Existe relación entre habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas; La **hipótesis específica, la primera** Existe relación entre habilidades sociales y autoconfianza en los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas. **la segunda:** existe relación entre habilidades sociales y creatividad en los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas. **La tercera:** existe relación entre habilidades sociales e iniciativa en los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas. **Y la cuarta:** existe relación entre habilidades sociales y perseverancia en los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas.

II. Método

2.1 Tipo y diseño de investigación

2.1.1 Enfoque

El método que se usó para este estudio es cuantitativo, mediante el recojo de datos y análisis estadístico para probar la hipótesis basados en una medida numérica, así como también justificar las teorías. Para Bonilla, Castro, y Sehk (2005) el enfoque de es un estudio es cuantitativo, porque parte desde el recogimiento de datos, luego se analizan dichas variables la cual se procesa mediante métodos estadísticos y matemáticos afín de tener datos certeros de la realidad.

2.1.2 Tipo

El tipo de este estudio es básica correlacional, acorde con Fernández & Díaz (1997). La investigación es correlacional porque se puede determinar el grado de relación o semejanza que existen entre dos variables mediante cálculos estadísticos

2.1.3 Diseño

El presente estudio es de diseño no es experimental, como sustenta Valderrama (2017) una investigación no es experimental cuando no hay manipulación de la variable o variables independiente, y se trabaja con sucesos que se dieron en la realidad”. Además, Kerlinger Fred (2002) comenta que el tipo de estudio no experimental, porque busca de manera empírica y sistemática, donde el científico no tiene el control de las variables independientes, dado que ya ha ocurrido y que estas no se pueden manipular

El diseño de investigación tiene el siguiente esquema

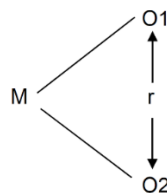


Figura 1. Esquema de diseño
Fuente: Autoría Propia

2.2 Variables y operacionalización

2.2.1 Habilidades sociables

Definición conceptual

Gismero (2000) (Citado por Carrasco 2019) las habilidades sociales son signos, símbolos lenguaje o escritura con total independencia en la que la persona expresa sus pensamientos, necesidades, preferencias afectos y opiniones. (p.36)

Definición operacional

Para la medición de habilidades sociales se hizo con un inventario tipo escala de Likert en sus 4 dimensiones y 4 indicadores de la cuales se obtuvieron 21 ítems que miden las dimensiones: Autoexpresión en situaciones sociales, defensa de los propios derechos del consumidor, expresión de enfado e iniciar interacciones positivas con el sexo opuesto.

2.2.2 Emprendimiento

Definición conceptual

López Romero &Díaz (2012) el emprendimiento “es una capacidad que posee una persona e influyen en los demás y la forma de organizar que conllevan a efectos positivos y negativos de una empresa” (p.85).

Definición operacional

El emprendimiento fue medido con un inventario tipo escala de Likert en sus 4 dimensiones y 4 indicadores de la cuales se obtuvieron 24 ítems que miden las dimensiones: autoconfianza, creatividad, iniciativa y perseverancia.

2.2.3 Operacionalización de las variables

La operacionalización de las dos variables se presenta en la tabla 1 y 2 respectivamente

Tabla 1.

Matriz de operacionalización de la variable Habilidades Sociales

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles y rangos
Autoexpresión en situaciones sociales	Reservado Temor	1 - 7	Escala de Likert	Bajo 9 - 13 Medio14-18 Alto 19-22
Defensa de los propios derechos del consumidor	Descontento Tolerancia	8 -12	-No me identifico (1) -No tiene que ver conmigo (2)	Bajo 8 -11

Expresión de enfado	Respuesta Molestia	13-16	-Me describe aproximadamente (3) -Muy de acuerdo (4)	Medio 12-15 Alto 16-18 Bajo 4 -7 Medio 8 -11 Alto 12-14 Bajo 6 -9 Medio 10-13 Alto 14-18
Iniciar interacciones positivas con el sexo opuesto	Nivel de autoestima sociable	17 - 21		

Tabla 2.
Operacionalización de la variable Emprendimiento

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos
Autoconfianza	- Habilidad -Toma de decisiones -Identidad	1 - 6	Escala de Likert - Nunca	Bajo 12-15 Medio 16-19 Alto 20-24
Creatividad	- Imaginación - Ingenio - Innovación	7 -12	-Algunas veces -Usualmente -Siempre	Bajo 11-14 Medio 15-18 Alto 19-23
Iniciativa	- Autonomía -Tolerancia -Retos -Motivación -Metas	13- 18		Bajo 11-14 Medio 15-18 Alto 19-23
Perseverancia	- Da soluciones novedosas a los problemas - Trabaja en conjunto - Mantiene un objetivo en común - Aporta ideas para alcanzar la meta - Motivación en los mejores resultados	19 - 24		Bajo 12-15 Medio 16-19 Alto 20-24

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

Para este estudio lo conformaron una población de 100 estudiantes del área de diseño de modas; alumnas comprendidas del 2do 4to y 6to ciclo Hernández, la at (2014) definen a “población a un grupo que concuerden con determinadas clausulas” (p.174).

2.3.2 Muestra

Para Valderrama (2017) la muestra es un subconjunto característico del universo o pueblo (P.184) la presente investigación se realizó con una muestra de 60 alumnos correspondiente a dos 2 aulas, Ay B del sexto ciclo del área de diseño de modas.

2.3.3 Muestreo

Para Tamayo (1990) (citado por Valderrama 2017) es la selección del tamaño de la muestra de las subpoblaciones en la que se conseguirá información para corroborar si la hipótesis es verdadera o falsa. (188)

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

Ficha Técnica de instrumento de habilidades sociales

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

Autor: Gismero González Elena (2000)

Ámbito de aplicación: Aulas del 6to ciclo A y B del área de diseño de modas

Tiempo de aplicación: Aproximadamente 20 minutos.

Administración: Directa e individual

Significación: Evalúa el nivel de las habilidades sociales en la institución

Dimensiones: Autoexpresión en situaciones sociales, defensa de los propios derechos del consumidor, expresión de enfado e iniciar interacciones positivas con el sexo opuesto.

Evaluación: Con escala de Likert: A.-No me identifico=(1); B.-No tiene que ver conmigo=(2); C.- Me describe aproximadamente=(3); D.- Muy de acuerdo=(4).

Ficha Técnica de instrumento de emprendimiento

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

Autor: López Romero &Díaz (2012)

Ámbito de aplicación: Aulas del sexto ciclo A y B de la institución.

Tiempo de aplicación: 20 minutos aproximadamente

Administración: Directa e individual

Significación: Evalúa el emprendimiento

Dimensiones: Autoconfianza, creatividad, iniciativa y perseverancia.

Evaluación: con escala de Likert A.-Nunca=(1); B.-Algunas veces=(2); C.- Usualmente=(3); D.- siempre=(4).

2.4.1 Validez del Instrumento:

Para el levantamiento de información de este estudio se utilizó la encuesta, el cuestionario como instrumento. Para Hernández Fernández y Batista (2014) el cuestionario es un grupo de preguntas vinculadas a las variables con las que se va a medir, la cual comprenden respuestas definidas (p.217)

Tabla 3.

Validez de contenido del instrumento de la variable Habilidades Sociales por juicio de experto.

Nº	Grado Académico	Nombre y Apellido del experto	Dictamen
1	Doctorado	Dr. Abner Chávez Leandro	Aplicable
2	Doctorado	Dra. Luzmila Lourdes, Garro Aburto	Aplicable
3	Doctorado	Dra. Flor de María, Sánchez Aguirre	Aplicable

2.4.2 Confiabilidad

Para esta prueba piloto se hizo en una población similar a lo del estudio, considerando una muestra de veinte (20) alumnos de la institución, realizando el análisis con Alfa de Cronbach, en el programa SPSS Estadística26.

Para Valderrama (2017) un instrumento es confiable cuando los resultados son consistentes. Y para la medir este instrumento es confiable se realizó a través de la prueba piloto. (p.215)

Tabla 4.

Prueba de confiabilidad de los instrumentos de la variable de estudio

Variabes	Alfa de Cronbach	Nº de elementos
Habilidades Sociales	,717	21
Emprendimiento	,819	24

Fuente: Elaboración propia

2.5 Procedimiento

Para esta investigación se aplicó el cuestionario de la variable Habilidades sociales y emprendimiento en la Institución Diseño y Comunicación en el área de Diseño de Modas a los alumnos del sexto ciclo A y B. La aplicación del instrumento se realizó de manera anónima bajo la supervisión del investigador; luego se plasmó la información obtenida en el cuestionario al programa estadístico SPSS Estadístico 26, para el análisis e interpretación de resultados.

2.6 Método y análisis de datos

Para el análisis estadístico de las variables y dimensiones se realizó mediante el software estadístico SPSS versión 26, del cual fueron vaciados los datos de Excel para luego agruparlos para elaborar las tablas y figuras correspondientes a los objetivos planteados, luego se hizo el análisis descriptivo de las frecuencias tanto de las variables como de las dimensiones creándose las tablas por las cuales permitieron ordenar, analizar el conjunto de datos de la población encuestada. Finalmente se hizo la correlación tanto a la variable general como a sus dimensiones o se probó la hipótesis de dichas variables.

2.7 Aspectos éticos

Este estudio se sustenta bajo los principios de ética, primeramente, se solicitó el permiso de la institución por medio del director, así como la información a los sujetos participantes de dicho estudio, respetando los parámetros establecidos por la Universidad de César Vallejo, citando correctamente los autores referentes al tema de estudio. De la misma manera, antes de aplicar las encuestas, se comunicó a los estudiantes sobre el tema de estudio a realizar y así como también las alternativas a marcar, respetando sus identidades de manera anónima. Una vez recogida la información se dio el procedimiento estadístico requerido.

III. Resultados

3.1 Resultados descriptivos

3.1.1 Habilidades sociales.

Tabla 5.

Distribución de frecuencias de habilidades sociales en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima.

	Nivel	Baremo	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje válido (%)
Válido	Bajo	32-41	12	20,0	20,0
	Medio	42-51	26	43,0	43,3
	Alto	52-62	22	37,0	36,7
	Total		60	100,0	100,0

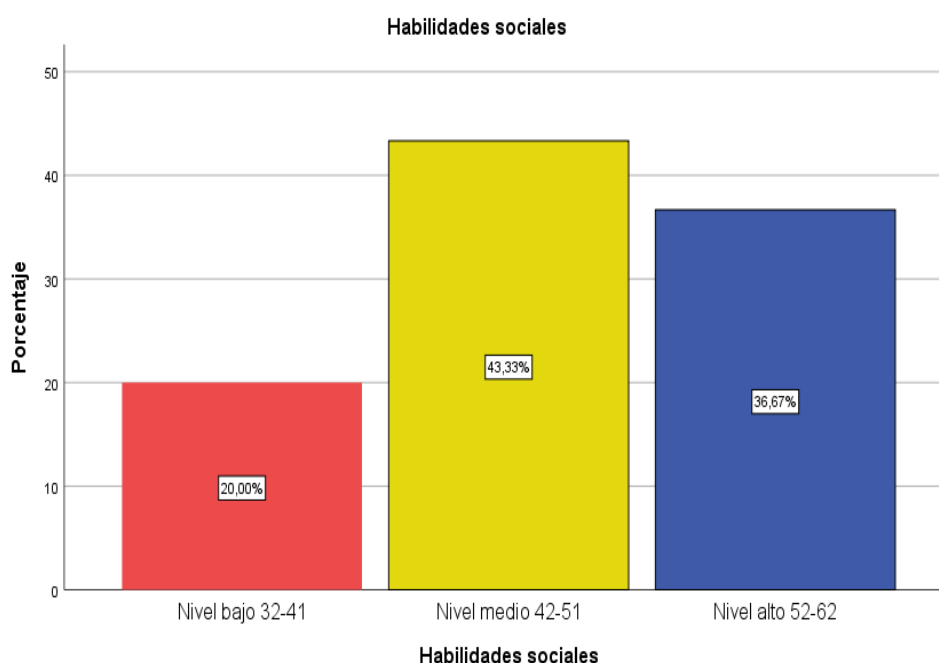


Figura 2. Nivel de habilidades sociales.

En la figura 2, Nivel de habilidades sociales en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima.

En la tabla 5 y la figura 2 se puede afirmar que el 20 % de estudiantes tienen un nivel bajo de habilidad social, este se encuentra comprendido en un puntaje de 32 a 41. El nivel medio (puntaje de 42-51) corresponde al 43.3% de estudiantes encuestados. El nivel alto tiene un 36,7% de estudiantes (en un rango de puntajes de 52-62). Se puede afirmar que una habilidad social aceptable se circunscribe en un 79,7% de estudiantes.

3.1.2 Dimensiones de habilidades sociales

Tabla 6.

Distribución de frecuencias de habilidades sociales en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Dimensiones	Niveles	Baremos	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Autoexpresión en situaciones sociales	bajo	9-13	18	30,0
	medio	14-18	30	50,0
	alto	19-22	12	20,0
Defensa de derechos del consumidor	bajo	8 -11	27	45,0
	medio	12-15	31	51,7
	alto	16-18	2	3,3
Expresión de enfado	bajo	4-7	20	33,3
	medio	8-11	7	11,7
	alto	12-14	33	55,0
Iniciar interacciones positivas con sexo opuesto	bajo	6-9	11	18,3
	medio	10-13	25	41,7
	alto	14- 18	24	40,0

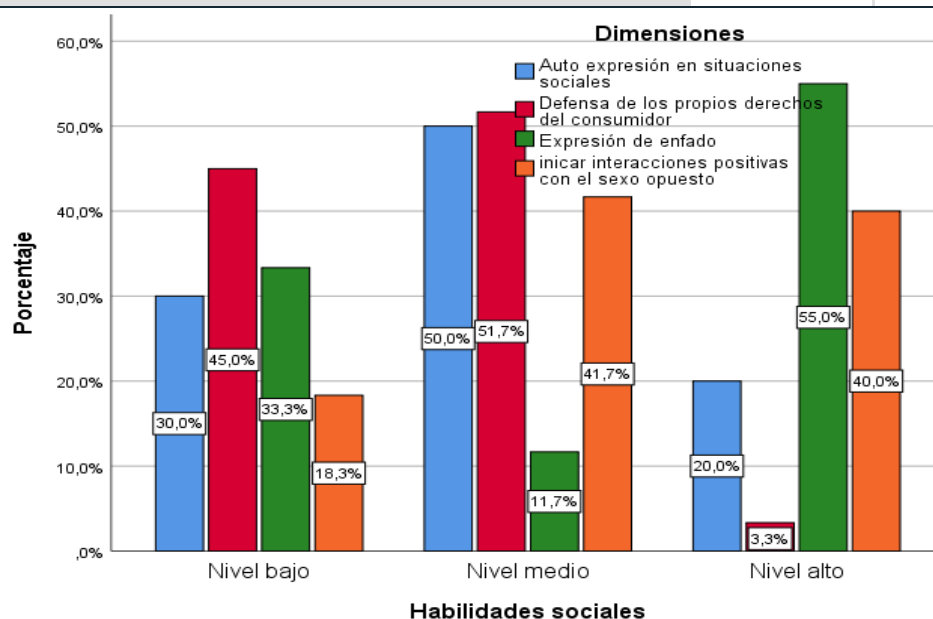


Figura 3. Gráfico de niveles de habilidades sociales.

En la Figura 3, el gráfico de barras relativo a las dimensiones de las habilidades sociales de los estudiantes de diseño de modas del Instituto Diseño y Comunicación, Lima 2019.

En la tabla 6 y figura 3 se observa que en la dimensión autoexpresión en situaciones sociales, el 50% de los estudiantes tiene un nivel medio (puntaje 14 -18), de esta capacidad que le permite expresarse improvisadamente y sin angustia . En la dimensión defensa de los propios

derechos se tiene que el nivel medio (puntaje 12 – 15) tiene un 51,7% y el nivel bajo (puntaje 8 – 11) tiene un 45,0 % de esta capacidad lo que demuestra que no cautelan sus derechos como usuarios o consumidores, En la dimensión expresión de enfado el nivel alto tiene un 55% de estudiantes que indican poseer control en esta reacción emocional. En la dimensión iniciar interacciones positivas con el sexo opuesto el nivel medio (puntaje 10 – 13) corresponde al 41,7% de estudiantes, apenas separado del nivel alto (puntaje 14 – 18) que muestra un 40,0% de estudiantes encuestados.

3.1.3 Emprendimiento

Tabla 7.

Distribución de frecuencias de emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

	Nivel	Baremo	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje válido (%)
Válido	Bajo	50 -63	7	12,0	12,0
	Medio	64-77	32	53,0	53,0
	Alto	78 -91	21	35,0	35,0
	Total		60	100,0	100,0

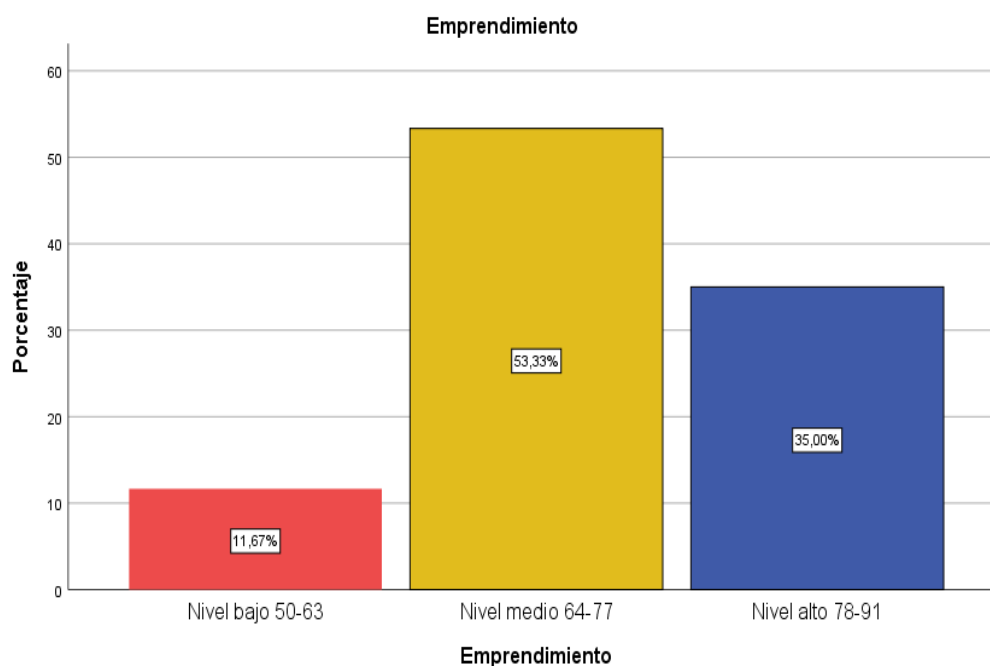


Figura 4. Gráfico de emprendimiento.

En la Figura 4, el gráfico relativo a la variable Emprendimiento de los estudiantes de diseño de modas del Instituto Diseño y Comunicación, Lima 2019.

En la tabla 7 y figura 4 podemos afirmar que el 53 % de los estudiantes encuestados tienen un nivel medio (puntaje 64 – 67) para reconocer oportunidades de negocios y en el nivel alto (puntaje 78 – 91) se ubica un 35% de estudiantes dispuestos a determinar nuevas oportunidades.

3.1.4 Dimensiones del emprendimiento

Tabla 8.

Distribución de frecuencias de las dimensiones de emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Dimensiones	Niveles	Baremos	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Autoconfianza	Bajo	12-15	9	15,0
	Medio	16-19	33	55,0
	Alto	20-24	18	30,0
Creatividad	Bajo	11-14	7	11,7
	Medio	15-18	27	45,0
	Alto	19-23	26	43,3
Iniciativa	Bajo	11-14	4	6,7
	Medio	15-18	30	60,0
	Alto	19-23	26	33,3
Perseverancia	Bajo	12-15	5	8,3
	Medio	16-19	24	40,0
	Alto	20-24	31	51,7

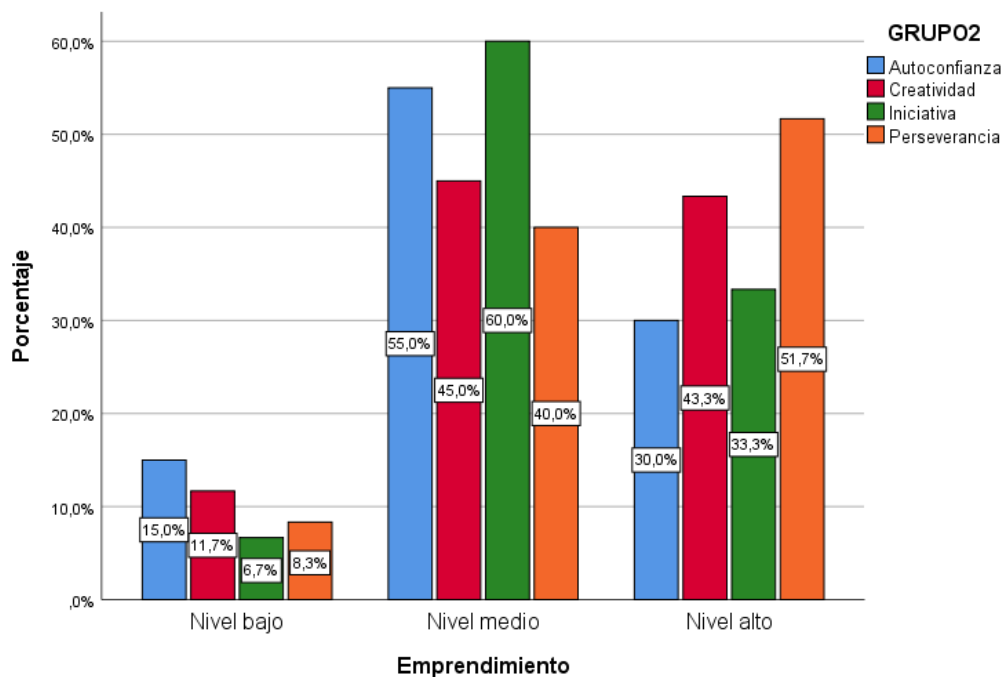


Figura 5. Gráfico de niveles de emprendimiento.

En la Figura 5, los niveles de las dimensiones de Emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

En la tabla 8 y figura 5 se observa que en la dimensión autoconfianza, el 55% de los estudiantes tienen un nivel medio de esta capacidad (puntaje 16 -19), que señala su elección de lograr con éxito su propósito emprendedor. El nivel alto (puntaje 20 - 24) abarca a un 30% de alumnos que se identificaron con esta categoría. En la dimensión creatividad, el nivel medio muestra un 45% de estudiantes que admiten este talento y el nivel alto (puntaje 19 - 23) muestra que 43,3% registran esta capacidad. La dimensión iniciativa tiene al nivel alto con 60% de estudiantes identificados (puntaje 15 – 18). Un 33,3% de estudiantes se ubican en el nivel alto con un rango de puntaje de 19 a 23. La dimensión perseverancia presenta el nivel alto de identificación del estudiante encuestado con un 51,7%, (rango 20 – 24 puntos).

3.2 Resultados correlacionales

3.2.1 Habilidades sociales y emprendimiento.

Hipótesis general

H₀. Las habilidades sociales no se relacionan significativamente con el emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

H₁: Las habilidades sociales se relacionan significativamente con el emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Tabla 9.

Prueba de correlación de las variables de habilidades sociales y emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Correlaciones		Habilidades sociales	Emprendimiento
Habilidades sociales	Coeficiente de correlación	1,000	,243
	Sig. (bilateral)	.	,061
	N	60	60
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	,243	1,000
	Sig. (bilateral)	,061	.
	N	60	60

Según los resultados de la tabla 9 se tiene que el coeficiente de correlación: ,243 indica que existe una correlación, baja y según el nivel de significación donde $p: 0,61 > \alpha: 0,05$ permite aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alterna por lo que se infiere que las habilidades sociales no se relacionan con el emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Tabla 10.

Prueba de correlación de las dimensiones de habilidades sociales con el emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Rho de Spearman		Correlaciones				
		Hab. sociales	Autoconf.	Creati.	Iniciativa	Persev.
Habilidades sociales	Coefficiente de correlación	1,000				
	Sig. (bilateral)	.				
	N	60				
Autoconfianza	Coefficiente de correlación	,255*	1,000			
	Sig. (bilateral)	,049	.			
	N	60	60			
Creatividad	Coefficiente de correlación	,204	,329*	1,000		
	Sig. (bilateral)	,118	,010	.		
	N	60	60	60		
Iniciativa	Coefficiente de correlación	,274*	,308*	,208	1,000	
	Sig. (bilateral)	,034	,017	,111	.	
	N	60	60	60	60	
Perseverancia	Coefficiente de correlación	,272*	,531**	,526**	,457**	1,000
	Sig. (bilateral)	,036	,000	,000	,000	.
	N	60	60	60	60	60

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

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

3.2.2 Habilidades sociales y autoconfianza

Hipótesis específica 1

H₀. Las habilidades sociales no se relacionan significativamente con la autoconfianza en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

H₁: Las habilidades sociales se relacionan significativamente con la autoconfianza en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

De acuerdo a los resultados de la tabla 10, se tiene lo siguiente: habilidades sociales y autoconfianza .El valor de 0,255 indica que existe una correlación baja y según el nivel de significación de $0,049 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa por lo que se infiere que las habilidades sociales se relacionan significativamente con la autoconfianza en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

.3.2.3 Habilidades sociales y creatividad

Hipótesis específica 2

H₀. Las habilidades sociales no se relacionan significativamente con la creatividad en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

H₁: Las habilidades sociales se relacionan significativamente con la creatividad en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Correlación habilidades sociales y la creatividad: El valor de 0,204 indica que existe una correlación baja y según el nivel de significación de $0,118 > 0,05$ se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa por lo que se infiere las habilidades sociales no se relacionan significativamente con la creatividad en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

3.2.4 Habilidades sociales e iniciativa

Hipótesis específica 3

H₀. Las habilidades sociales no se relacionan significativamente con la iniciativa en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

H₁: Las habilidades sociales se relacionan significativamente con la iniciativa en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Correlación habilidades sociales e iniciativa: El valor de 0,274 indica que existe una correlación baja y según el nivel de significación de $0,034 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa por lo que se infiere las habilidades sociales se relacionan significativamente con la iniciativa en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

3.2.5 Habilidades sociales y perseverancia

Hipótesis específica 4

H₀. Las habilidades sociales no se relacionan significativamente con la perseverancia en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

H₁: Las habilidades sociales se relacionan significativamente con la perseverancia en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Correlación habilidades sociales y perseverancia: El valor de 0,272 indica que existe una correlación baja y según el nivel de significación de $0,036 < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa por lo que se infiere que las habilidades sociales se relacionan significativamente con la perseverancia en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019

IV. Discusión

El objetivo del estudio fue determinar si existe relación entre las variables habilidades sociales y emprendimiento. También establecer la correlación entre las dimensiones de habilidades sociales y el emprendimiento.

Los resultados obtenidos muestran que existe una correlación baja de 0,243 y el valor de significancia de 0,061 es mayor al nivel de error permitido por la investigadora (α : 0,05) aceptando la hipótesis nula y rechazando la hipótesis alterna por lo que se determina que las habilidades sociales no se relacionan significativamente con el emprendimiento. Este resultado se acerca a los resultados encontrados en el estudio de Zelada (2018) cuyos resultados obtenidos indicaron que existe una correlación moderada de ($r=0,063$) entre habilidades sociales y competencia en gestión de proyectos. Sin embargo, los resultados encontrados en Calle de vega (2016) mediante la prueba de correlación del R de spearman entre la habilidades sociales y autoestima; arrojó una correlación alta positiva de 82,90%

Por otro lado, Jaimes et al (2019) en un estudio descriptivo y transversal, haciendo uso de la escala de habilidades sociales estudiantes preuniversitarios de Lima norte, concluyó que lo estudiantes tienen habilidades de nivel medio y que el nivel alto fue seleccionado por el 12% de los encuestados. Ante ello recomendó que los responsables de la institución tomen acciones para elevar las habilidades sociales en los estudiantes. Ello difiere de la correlación hallada en el estudio Zelada (2018) la cual encontró una correlación positiva con un valor de regresión igual a 0,63 entre las habilidades sociales y la competencia en gestión de proyectos económicos sociales. Sobre la recomendación dada por el estudio de Jaimes (2019) MINEDU (2016) enfatizó en diseñar y planificar habilidades para los educandos fin de insertarlos en el campo laboral, Como afirma Jaimes él. at (2019) la falta de HHSS genera jóvenes muy pasivos, inseguros, con falta de expresión, alejándose del grupo es por la cual las instituciones tienen que dar mayor atención a esta problemática.

Flores, García, Calaray y Yapuchura (2019) concluyen que existe correlación entre las habilidades sociales y la comunicación interpersonal, remarcando además que, las dimensiones resaltantes fueron ser cortés, amable con los demás y el trabajo cooperativo. También afirman que los estudiantes desarrollan la comunicación interpersonal de manera adecuada. Lo mencionado concuerda con Calle (2019) que este tipo de comunicación interpersonal atribuyen en la persona afín captar e interpretar y responder a estos estímulos

dados por el emisor y receptor. Y Vizcarra (2011) recalca que estas habilidades en el individuo se aprenden a lo largo de la vida por medio de la intercomunicación con los demás.

Por otro lado, González, Vásquez y Coronado (2019) en su estudio sobre emprendimiento, innovación, compromiso social en las universidades públicas estatales de México (UPEs), haciendo uso de 49 indicadores de Molas-Gallart et.al (2002), solo obtuvieron respuestas en tres indicadores. A pesar de ello no niegan que los estudiantes de la UPEs dejen de lado las actividades de emprendimiento, innovación y compromiso social y que se encuentran desarrollando lo estipulado en la tercera declaración de la misión de las universidades estudiadas. Toda institución como lo mencionado apunta al manejo de estas actividades, pero para lograrlo se necesita compromiso social de cada participante, es por ello para este año 2020 según el Foro Económico Mundial unas de las 10 habilidades serán; las habilidades para el emprendimiento, resolución de problemas, pensamiento crítico, creatividad, gestión del capital humano, toma de decisiones, entre otras por lo que indica que se necesitara instituciones como las (UPES) de México siguen desarrollando y estudiando de tales actividades con los alumnos.

Durán, Arias (2016), realizaron un estudio descriptivo correlacional con diseño no experimental, haciendo uso de una escala unidimensional que sirvió para medir la actitud emprendedora y estudios emocionales. Con un 33% de varianza explicada determinaron que una persona con alta actitud hacia el emprendimiento tiene una relación negativa con estado emocional rumiación y el optimismo con la rumiación. Este resultado es asertivo ya que para ser emprendedor no depende sólo de lo emocional, si no como menciona castro en su estudio (2019) para ser un emprendedor se necesita de la persona sus propias habilidades y destrezas con ideas de innovación, actitud y aptitud que le permiten emprender nuevos retos y desafíos, transformándolo las situaciones adversas en nuevas propuestas de innovación.

Según los estudios de la importancia del emprendimiento analizados por Burciaga y Solís (2017); Carrillo, Caballero y Roque (2019) demostraron que los jóvenes consideran de gran importancia la formación académica recibida en la institución; ya que fortalecen sus habilidades personales y profesionales para el emprendimiento empresarial. En este presente estudio los resultados obtenidos de correlación entre habilidades sociales y emprendimiento es baja de 0,243; como ya se comentó que dicha institución no cuenta en su malla curricular como formación tales competencias que son muy necesarias para su desarrollo profesional,

dado a ello muchos salen al campo laboral con falta y manejo de estas habilidades que son muy necesarias para lograr jóvenes competentes con actitud emprendedora. Ello corrobora con el estudio realizado de Brioso (2016) donde menciona que en América latina sólo el 8% de jóvenes representan a emprendedores y en su gran mayoría de la juventud son formados solo por necesidad de manera empírica. Por ello como recalca Solís la importancia de formación académica ya que fortalecerá las habilidades para enfrentarse al campo laboral.

En relación a la creatividad, Carrillo, Caballero y Roque (2019) en su investigación acerca de la formación en creatividad e innovación sostienen que los jóvenes empresarios valoran la creatividad y su desarrollo y aplicación beneficiosa en los ámbitos personal, laboral y empresarial. Lavado.M.H (2018) aseveró que más del 90% de empleados son ocasionados en las (MIPES) microempresas de manera empírica; lo que confirma que la mayor parte de trabajadores tiene habilidades, talentos y destrezas demostradas en el ámbito del trabajo por lo que se necesita fomentar desde la escuela el espíritu emprendedor para lograr un mayor desempeño. Por ello surge la necesidad de la institución, de los docentes formadores canalizar tales destrezas, habilidades de los alumnos hacia el emprendimiento para su mayor logro. Esto es apoyado por la OCDE (2007) donde establece que las Instituciones educativas estén cada vez más vinculadas con pequeñas y medianas empresas a fin de prepararlos a este mundo cada vez más exigente y competente. Caballero (2013) sostuvo que el estado peruano aun es ineficiente en dar pronta solución a esta problemática del país; por ello mientras tanto hagamos partícipes de esta necesidad; la responsabilidad es tarea de todos.

V. Conclusiones

Primero. La correlación entre ambas variables, habilidades sociales y emprendimiento es baja, y el grado de significancia $P > 0.05$; por lo que se acepta la H_0 . Lo que infiere que las habilidades sociales no se relacionan significativamente con el emprendimiento en el área de diseño de modas de los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación

Segundo. La correlación de habilidades sociales y la autoconfianza es baja, y el nivel de significación de $P < 0.05$; por lo que se rechaza H_0 . y se acepta la H_1 lo que se infiere que existe relación significativa entre habilidades sociales y autoconfianza de los estudiantes del Instituto Diseño y Comunicación.

Tercero. La correlación habilidades sociales y creatividad es baja, y el nivel de significación de $P > 0.05$; por lo que concluimos que no existe relación significativa entre las habilidades sociales y la creatividad de los estudiantes del Instituto Diseño y Comunicación.

Cuarto. La correlación habilidades sociales e iniciativa es baja, y el nivel de significación de $P < 0.05$; por lo que determinamos que existe relación significativa entre las habilidades sociales e iniciativa de los estudiantes del Instituto Diseño y Comunicación.

Quinto. La correlación de habilidades sociales y perseverancia es baja, y el nivel de significación de $P < 0.05$; por lo que determinamos que existe relación significativa entre las habilidades sociales y perseverancia de los estudiantes del Instituto Diseño y Comunicación.

VI. Recomendaciones

Primero. Las autoridades del instituto deben tomar acciones inmediatas, para desarrollar conductas y estrategias de habilidades sociales en los estudiantes de diseño de modas del Instituto de Diseño y Comunicación como talleres de resolución de conflictos, seminarios y prácticas de socialización. Instrucción y práctica sobre la escucha activa el autocontrol.

Segundo. La creación de incubadora de negocios para el apoyo de ideas innovadoras propuestas por el estudiante. La cual sea guiado por un profesional capacitado en el área afín de obtener un buen resultado.

Tercero. Incentivar en los estudiantes la presentación de proyectos, así como su desarrollo respectivo con asistencia técnica de especialistas en la temática, a fin de elaborar y desarrollar un producto viable innovador y competente.

Cuarto. Trabajar de la mano con la Unidades Didácticas de los transversales, como talleres de habilidades sociales y emprendimiento a fin de lograr un mismo resultado; ya sea la elaboración de un solo producto o el desarrollo de un proyecto donde ellos puedan exponer con total convicción de su propuesta planteada.

Quinto. Canalizar las habilidades desarrolladas de los alumnos de la Institución hacia el emprendimiento; afín de desarrollar y generar nuevos conocimientos en el ámbito empresarial con las exigencias de la competencia con actitud y visión emprendedora.

Referencias

- Acevedo, L. (2007). Habilidades sociales en la formación profesional docente. *Investigación Educativa*, 11(20), 115 - 128. Recuperado el 13 de Noviembre de 2019, de http://200.62.146.19/bibvirtualdata/publicaciones/inv_educativa/2007_n20/a09v11n20.pdf
- Alania, R., & Turpo, O. (2018). Desarrollo de habilidades sociales avanzadas en estudiantes de periodismo de una universidad peruana. *Espacios*, 39(52), 25. Recuperado el 22 de Diciembre de 2019, de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n52/a18v39n52p25.pdf>
- Borrayo, C., Valdéz, A., & Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, XXV(3), 72-87. Recuperado el 22 de Diciembre de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7026735>
- Briones, H. (2019). Tesis. *Habilidades Sociales:una revisión teórica*. Pimentel, Perú. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de <http://servicios.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5731/Briones%20Moya%2c%20Hilda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Caballero, S. (2013). La influencia de los rasgos de la personalidad en la creación de una empresa social: El caso de los emprendedores sociales peruanos. *EMES-SOCENT Conference Selected Papers*(4), 1-19. Recuperado el 13 de Noviembre de 2019, de http://biblioteca.academiab.info/bitstream/123456789/61/1/caballero_et_al._ecps-lg13-07_esp.pdf
- Caballo, V. (2007). *Manual de evaluación y entrenamiento de habilidades sociales*. Madrid, España: Siglo XXI de España Editores, S.A. Recuperado el 21 de DICIEMBRE de 2019, de <https://cideps.com/wp-content/uploads/2015/04/Caballo-V.-Manual-de-evaluaci%C3%B3n-y-entrenamiento-de-las-habilidades-sociales-ebook.pdf>
- Cacho, Z., Silva, M., & Yengle, C. (2019). El desarrollo de habilidades sociales como vía de prevención y reducción de conductas de riesgo en la adolescencia. *Transformación*, 15(2). Recuperado el 22 de Diciembre de 2019, de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2077-29552019000200186&script=sci_arttext&tlng=pt

- Calle, M. (2019). Tesis para optar el grado académico de maestra en educación con mención en docencia e investigación universitaria. *La autoestima y el desarrollo de las habilidades sociales en los alumnos de la carrera de Administración Banacaria del Instituto Certus*. Lima Perú. Recuperado el 13 de Noviembre de 2019, de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4946/1/callecalle___vme.pdf
- Carrillo, A., Caballero, F., & Roque, R. (2007). Formación en creatividad e innovación estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 8(15). Recuperado el 21 de diciembre de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6813911>
- Carrillo, G. (2015). Tesis Doctoral. *Validación de un programa lúdico para la mejora de las habilidades sociales de los niños de 9 a 12 años*. Granada. Recuperado el 22 de Diciembre de 2019, de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/43024/25934934.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro, K. (2019). *Aspecto generales del emprendimiento*. Universidad Colegios del Perú, Colegio Administrativo, Chia. Recuperado el 13 de Noviembre de 2019, de <https://es.scribd.com/document/405668079/INVESTIGACION-EMPREDIMIENTO-docx>
- Covalán, Ó., & Hawes, G. (2006). Aplicación del enfoque de competencias en la construcción curricular de la Universidad de Talca, Chile. *Revista Iberoamericana de Educación*, 1-17. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de <https://es.scribd.com/document/405668079/INVESTIGACION-EMPREDIMIENTO-docx>
- Damián, N. (2015). Tesis. *Las habilidades sociales y su relación con la formación académica profesional de un grupo de estudiantes de pre grado de la especialidad de educación primaria de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Lima, Perú. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/8847/Damian_nn.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Durán, E., & Arias, D. (2016). Gestión de la educación. *Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores*, 6(2), 83-102. Costa Rica. doi:<http://dx.doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>

Fajardo, N. (2018). Tesis para optar el grado académica de Maestra e Psicología Educativa. *Programa cognitivo conductual en las habilidades sociales de los alumnos de una institución educativa privada*. Lima, Perú. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/25953>

Flores , E., García, M., Cacina, W., & Yapuchura, A. (2016). Las habilidades sociales y la comunicación interpersonal de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno. *Comuni@ción: Revista De Investigación En Comunicación Y Desarrollo*, 7(2), 5-14. Obtenido de <https://www.comunicacionunap.com/index.php/rev/article/view/106>

García , V. (2015). Emprendimiento Empresarial juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud* 13(2), 100. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77340728046>

Gismero, E. (2002). *Escala de Habilidades Sociales* (2 ed.). Madrid, España: TEA Ediciones S.A.

Goldstein, A., Gershaw, J., Klein, P., & Sprafkin, R. (1989). *Habilidades sociales y autocontrol en la para adolescentes*. Barcelona: Martinez Roca. Recuperado el 22 de Diciembre de 2019, de <https://es.scribd.com/doc/311802344/Goldstein-1989-HHSS-Para-Adolescentes>

González, M., Vázquez, A. , & Coronado, M. (2019). Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca. *Emprendimiento, innovación y compromiso social en las Universidades Públicas Estatales en México*(9), 24-29. México. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/investigium/article/view/3914>

- Hernández, R., Fernández, R., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México: Interamericana Editores S.A DE C.V.Mexicana.
- Jaimes, C., Cruz, L., Vega, E., Balladares, P., & Matta, H. (2019). Habilidades sociales en estudiantes adolescentes de un centro preuniversitario de Lima Norte. *Peruvian Journal of Health Care and Global Health*, 3(1), 39-43. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de <http://revista.uch.edu.pe/index.php/hgh/article/view/27/pdf>
- Kerlinger Fred, N., & Kerlinger, F. (2002). *Investigación del comportamiento, técnicas y Metodología*. (2 ed.). México: Interamericana México.
- MINEDU. (2016). Resolución de Secretaría General N°026-2016. Lima, Perú. Recuperado el 13 de Noviembre de 2019, de <https://es.scribd.com/document/296737533/RSG-N-026-2016-MINEDU-Norma-para-contratar-acompanantes-2016-y-mas-Requisitos>
- Ortogorín, E. (2018). Tesis para optar al grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación. *El emprendimiento y su relación con la formación profesional de los estudiantes de la Facultad de Agropecuaria y Nutrición de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle*. Lima. Recuperado el 13 de Noviembre de 2019, de <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1982/TM%20CE-Ev%203697%20O1%20-%20Ortogorin%20Lude%C3%B1a.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pita , S., & Pértega, S. (1997). *Relación entre variables cuantitativas* (Vol. 4). Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de http://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/var_cuantitativas2.pdf
- Roca, E. (2014). Como mejorar tus habilidades sociales. (W. Orellana, Ed.) ACDE. Recuperado el 22 de Diciembre de 2019, de <http://www.cop.es/colegiados/pv00520/pdf/Habilidades%20sociales-Dale%20una%20mirada.pdf>
- Sánchez, R., Leal, C., & Jiménez, L. (s.f.). Habilidades sociales en los alumnos del grado de enfermería de la Universidad Católica San Antonio de Murcia. *Revista de Psicología de la Salud*, 20-24. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de https://www.researchgate.net/profile/Cesar_Leal_Costa/publication/310425852_HABILIDADES_SOCIALES_EN_LOS_ALUMNOS_DEL_GRADO_DE_ENFERMERIA_DE_LA_UNIVERSIDAD_CATOLICA_SAN_ANTONIO_DE_MURCI

A/links/582cb29b08ae102f072a12de/HABILIDADES-SOCIALES-EN-LOS-ALUMNOS-DEL

UNESCO. (2013). *www.unesco.org*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/newsletter_ilece_education_and_socioemotional_skills_mu/

Unesco. (2016). OECD iLibrary. *Habilidades para el progreso social El poder de las habilidades sociales y emocionales*, 28. (P. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Trad.) París. doi:<https://doi.org/10.1787/23078731>

Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar Proyectos de investigación Científica: Cuántitativa, Cualitativa y Mixta*. Lima, Perú: Editorial San Marcos E.I.R.L.

Zelada, N. (2018). Tesis para optar el grado Académico de Maestro en Administración de la Educación. *Habilidades sociales y competencia en proyectos de emprendimiento en estudiantes de secundaria*. Lima, Perú. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15055/Zelada_MNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

1. Matriz de operacionalización de variables

1.-Matriz de consistência							
2.-Título: Habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.							
3.-Autor: Fany Edelmira Picon Tejedo							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>Problema General: ¿Qué relación existe entre las habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima, 2019?</p> <p>Problemas Específicos ¿Qué relación existe entre habilidades sociales y autoconfianza de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima, 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre habilidades sociales y creatividad de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación,</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas. Lima, 2019.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre habilidades sociales y autoconfianza de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima, 2019.</p> <p>Determinar la relación que existe entre habilidades sociales y creatividad de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del</p>	<p>Hipótesis General: Existe relación entre habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas. Lima, 2019.</p> <p>Hipótesis específicas: H1: Existe relación entre habilidades sociales y autoconfianza de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas. Lima, 2019.</p> <p>H2: Existe relación entre habilidades sociales y creatividad de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas. Lima, 2019.</p>	Variable 1: Habilidades sociales				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos
			- Auto expresión en situaciones sociales	Reservado Temor	Del 1-7	No me identifico (1)	Dim 1 7-12 bajo 13-18 Medio 19-25 Alto
			- Defensa de los propios derechos del consumidor	Descontento	Del 8-12	No tiene que ver conmigo (2) Me describe aproximadamente	Dim 2 7-10 bajo 11-14 Medio 15-18 Alto
			- Expresión de Enfado	Tolerancia	Del 13-16	(3) Muy de acuerdo (4)	Dim 3 4-6 bajo 7-9 Medio 10-12 Alto
- Iniciar interacciones positivas con el sexo opuesto	Respuesta Molestia	Del 17-21		Dim 4 6-9 bajo 10-13 Medio 14-17 Alto			
				Total V(1) 35-44 bajo 45-54 Medio 55-64 Alto			

<p>del área de diseño de modas Lima, 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre habilidades sociales e iniciativa de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima, 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre habilidades sociales y perseverancia de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima 2019?</p>	<p>área de diseño de modas Lima, 2019.</p> <p>Determinar la relación que existe entre habilidades sociales e iniciativa de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima, 2019.</p> <p>Determinar la relación que existe entre habilidades sociales y perseverancia de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima, 2019.</p>	<p>H3: Existe relación entre habilidades sociales e iniciativa de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima, 2019.</p> <p>H4: Existe relación entre habilidades sociales y perseverancia de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas. Lima, 2019.</p>		<p>Nivel de autoestima sociable</p>											
								Variable 2: Emprendimiento							
								Dimensiones	Nivel de autoestima sociable	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos			
-Autoconfianza	- Habilidad - Toma de decisiones - Identidad	1-6		Dim 1 15-17 bajo 18-20 Medio 21-23 Alto											
-Creatividad	- Imaginación	7-12		Dim 2 11-15 bajo 16-20 Medio 21-25 Alto											

			<p>-Iniciativa</p> <p>-Perseverancia</p>	<p>- Ingenio</p> <p>- Innovación</p> <p>- Autonomía</p> <p>- Tolerancia</p> <p>- Retos</p> <p>- Motivación</p> <p>- Metas</p> <p>- Da soluciones novedosas a los problemas</p> <p>- Trabaja en conjunto</p> <p>- Mantiene un objetivo en común</p> <p>Aporta ideas para alcanzar la meta</p> <p>- Motivación en los mejores resultados</p>	<p>13-18</p> <p>19-24</p>	<p>Nunca (1)</p> <p>Algunas veces (2)</p> <p>Usualmente (3)</p> <p>Siempre (4)</p>	<p>Dim 3</p> <p>11-14 bajo</p> <p>15-18 Medio</p> <p>19-22 Alto</p> <p>Dim 4</p> <p>14-17 bajo</p> <p>18-21 Medio</p> <p>22-25 Alto</p> <p>Total, V (2)</p> <p>61-70 bajo</p> <p>71-80 Medio</p> <p>81-91 Alto</p>
Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadística a utilizar			
Nivel: nivel de estudio Descriptivo -correlacional	Población: 100 estudiantes	Variable 1:					

<p>Diseño: no experimental</p> <p>Método: Cuantitativo</p>	<p>Tipo de muestreo: No probabilístico</p>	<p>Habilidades sociales Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Autor: Gismero; Elena Gonzáles Año: 2000 Monitoreo: Observación Ámbito de Aplicación: A partir de 17 años Forma de Administración: Individual</p>	<p>DESCRIPTIVA:</p>
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin-bottom: 5px;">Variable 2: Emprendimiento</div> <p>Técnicas: La encuesta Instrumentos: Cuestionario Autor: Grupo Romero (2012)</p> <p>Año:2012 Monitoreo: Observación Ámbito de Aplicación: A partir de 17 años</p> <p>Forma de Administración: Individual</p>	<p>INFERENCIAL:</p>

Matriz de consistencia

Título: Habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, Lima 2019.

Problema	Objetivos	VARIABLES	Diseño	Población y Muestra	Técnicas
<p>General:</p> <p>¿Qué relación existe entre las habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas, Lima 2019?</p> <p>Específicos:</p> <p>1. ¿Qué relación existe entre habilidades sociales y autoconfianza de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima 2019?</p> <p>2. ¿Qué relación existe entre habilidades sociales y creatividad de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas? Lima 2019.</p> <p>3. ¿Qué relación existe entre habilidades sociales e iniciativa de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas? Lima 2019.</p>	<p>General:</p> <p>Determinar la relación habilidades sociales y emprendimiento de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas, Lima 2019.</p> <p>Específicos:</p> <p>1.- Determinar la relación que existe entre habilidades sociales y autoconfianza de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima 2019.</p> <p>2.- Determinar la relación que existe entre habilidades sociales y creatividad de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas? Lima 2019.</p> <p>3.- Determinar la relación que existe entre habilidades sociales e iniciativa de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima 2019.</p>	<p>Variable1: Habilidades sociales</p> <p>Variable 2: Emprendimiento</p> <p>Dimensiones: V1</p> <ul style="list-style-type: none"> -Auto expresión en situaciones sociales - Defensa de los propios derechos del consumidor -Expresión de enfado -Iniciar interacciones positivas con el sexo opuesto <p>Dimensión: V2</p>	<p>No experimental</p>	<p>La población está compuesta por 60estudiantes del área de diseño de modas</p>	<p>Encuesta</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Cuestionario</p>

<p>4. ¿Qué relación existe entre habilidades sociales y perseverancia de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas, Lima 2019?</p>	<p>4.- Determinar la relación que existe entre habilidades sociales y perseverancia de los estudiantes del Instituto de Diseño y Comunicación, del área de diseño de modas Lima 2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Autoconfianza - Creatividad - Iniciativa - Perseverancia 			
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

CUESTIONARIO SOBRE HABILIDADES SOCIALES

ENCUESTA A: ESTUDIANTES

Estimado (a) estudiante, el presente cuestionario es para un estudio de investigación acerca de las **HABILIDADES SOCIALES**.

INDICACIONES:

- El presente cuestionario es de la Autora Elena Gismero Gonzales. Por favor responda con total claridad y sinceridad.
- Lea detenidamente cada ítem. Cada uno tiene cuatro alternativas. Conteste a las preguntas marcando con una "X"

A	B	C	D
NO ME IDENTIFICO	NO TIENE QUE VER CONMIGO	ME DESCRIBE APROXIMADAMENTE	MUY DE ACUERDO

ÍTEM	CUESTIONARIO	A	B	C	D
	Autoexpresión en situaciones sociales				
1	A veces evito hacer preguntas por miedo a parecer tonto ante los demás				
2	Me cuesta llamar por teléfono a tiendas, oficinas, etc. Para preguntar por alguna inquietud				
3	Tiendo a guardar mis opiniones a mí mismo				
4	A veces evito las reuniones sociales, por miedo a hacer el ridículo o decir alguna tontería.				
5	Me cuesta expresar mis sentimientos a los demás.				
6	Si tuviera que buscar trabajo, prefiero escribir y enviar cartas de presentación a tener que pasar por entrevistas personales.				
7	Me cuesta expresar mi opinión cuando estoy en grupo.				
	Defensa de los propios derechos del consumidor	A	B	C	D
8	Si al llegar a mi casa encuentro un defecto en algo que he comprado, voy a la tienda a devolverlo o cambiarlo.				

9	Cuando en una tienda atienden antes a alguien que entró después que yo, me quedo callado				
10	Si estoy en el cine y alguien me molesta con su conversación, me da mucha vergüenza pedirle que se calle.				
11	Soy incapaz de regatear o pedir descuento al comprar algo.				
12	Cuando alguien se “cuela o mete” en la fila que me encuentro, hago como si no me diera cuenta y dejo pasar lo sucedido.				
	Expresión de enfado	A	B	C	D
13	Cuando algún amigo expresa una opinión con la que estoy muy en desacuerdo prefiero callarme a manifestar abiertamente lo que yo pienso.				
14	Cuando un familiar cercano me molesta, prefiero ocultar mis sentimientos antes que expresar mi enfado.				
15	Me cuesta mucho expresar mi ira, cólera, o enfado hacia el otro sexo, aunque tenga motivos justificados.				
16	Para evitar problemas con otras personas, muchas veces prefiero “callarme o quitarme de en medio”				
	Iniciar interacciones positivas con el sexo opuesto	A	B	C	D
17	A veces no sé qué decir a personas atractivas del sexo opuesto.				
18	Muchas veces cuando quiero hacer un halago no sé qué decir.				
19	No me resulta fácil hacer un cumplido a alguien que me gusta.				
20	Si veo en una fiesta a una persona atractiva del sexo opuesto, tomo la iniciativa y me acerco para iniciar conversación con ella				
21	Soy incapaz de pedir a alguien una cita.				

Gracias por su colaboración

ENCUESTA

Estimado estudiante, este cuestionario tiene por finalidad conocer la realidad educativa de los estudiantes de la Institución Educativa de Diseño y Comunicación. Su opinión es muy importante por ello es necesario que responda con sinceridad y seriedad de manera personal las preguntas. Sus respuestas ayudarán en la toma de decisiones que permiten mejorar la calidad de la educación. Le agradecemos por su apoyo y participación.

Variable 2: Emprendimiento

Lea detenidamente cada ítem. Cada uno tiene cuatro alternativas.

Conteste a las preguntas marcando con una "X"

A	B	C	D
NUNCA	ALGUNAS VECES	USUALMENTE	SIEMPRE

ÍTEM	CUESTIONARIO	A	B	C	D
	Dimensión Autoconfianza				
1	Sabe para qué es bueno y trata de aprovechar sus habilidades.				
2	Confía en lo que sabe, pero quiere continuar desarrollándose y preparándose.				
3	Toma decisiones cuando es necesario, sin dilatar las cosas (no deja para mañana lo que puede resolver hoy).				
4	Se comporta tal y como es en todo lugar y momento, es decir, ¿es auténtico?				
5	Enfrenta los problemas sin acobardarse ante los fracasos y dificultades				
6	Reconoce sus errores y trata de aprender de ellos para no repetirlos.				
	Dimensión Creatividad	A	B	C	D
7	Utiliza su imaginación para crear propuestas que puedan parecer un tanto locas.				

8	Dedicas tiempo en crear nuevas propuestas personales o proyectos				
9	Cuando un diseño me sale mal, encuentro fácilmente soluciones creativas				
10	Tienes capacidad para crear diseños /propuestas nuevas.				
11	Te gusta crear diseños nuevos.				
12	Busca otras opciones, no teme a los cambios.				
	Dimensión Iniciativa	A	B	C	D
13	Es independiente para hacer sus cosas, pero no rechaza el apoyo de los demás.				
14	Propone lo que hay que hacer antes que otros				
15	No se desanima fácilmente				
16	Ante las dificultades no se queda esperando a que desaparezcan solas.				
17	No se corre a los retos, pero evalúa sus opciones antes de lanzarse				
18	Piensa constantemente en ampliar lo que tiene o iniciar otros proyectos				
	Dimensión Perseverancia	A	B	C	D
19	Ha tenido un tropiezo y ha continuado. Mira hacia delante y no atrás.				
20	Se plantea lo que quiere lograr y no se detiene hasta alcanzarlo				
21	Se pone un objetivo y lo sigue, aunque demore en ver los resultados.				
22	Se motiva y pone ganas a lo que hace				
23	Trabaja arduamente con constancia para mantener lo que ha logrado				
24	Considera que el fracaso no es el final.				

Gracias por su colaboración

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS HABILIDADES SOCIALES

N°	DIMENSIONES/ ITEMS	PERTINENCIA ¹		RELEVANCIA ²		CLARIDAD ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: Autoexpresión en situaciones sociales							
01	A veces evito hacer preguntas por miedo a parecer tonto ante los demás	✓		✓		✓		
02	Me cuesta llamar por teléfono a tiendas, oficinas, etc. Para preguntar por alguna inquietud	✓		✓		✓		
03	Tiendo a guardar mis opiniones a mí mismo	✓		✓		✓		
04	A veces evito las reuniones sociales, por miedo a hacer el ridículo o decir alguna tontería.	✓		✓		✓		
05	Me cuesta expresar mis sentimientos a los demás.	✓		✓		✓		
06	Si tuviera que buscar trabajo, prefiero escribir y enviar cartas de presentación a tener que pasar por entrevistas personales.	✓		✓		✓		
07	Me cuesta expresar mi opinión cuando estoy en grupo.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Defensa de los propios derechos del consumidor	✓		✓		✓		
08	Si al llegar a mi casa encuentro un defecto en algo que he comprado, voy a la tienda a devolverlo o cambiarlo.	✓		✓		✓		
09	Cuando en una tienda atienden antes a alguien que entró después que yo, me quedo callado	✓		✓		✓		
10	Si estoy en el cine y alguien me molesta con su conversación, me da mucha vergüenza pedirle que se calle.	✓		✓		✓		
11	Soy incapaz de regatear o pedir descuento al comprar algo.	✓		✓		✓		
12	Cuando alguien se "cuela o mete" en la fila que me encuentro, hago como si no me diera cuenta y dejo pasar lo sucedido.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Expresión de enfado	✓		✓		✓		
13	Cuando algún amigo expresa una opinión con la que estoy muy en desacuerdo prefiero callarme a manifestar abiertamente lo que yo pienso.	✓		✓		✓		
14	Cuando un familiar cercano me molesta, prefiero ocultar mis sentimientos antes que expresar mi enfado.	✓		✓		✓		
15	Me cuesta mucho expresar mi ira, cólera, o enfado hacia el otro sexo, aunque tenga motivos justificados.	✓		✓		✓		

16	Para evitar problemas con otras personas, muchas veces prefiero "callarme o quitarme de en medio"	✓		✓		✓	
	DIMENSIÓN 4: Iniciar interacciones positivas con el sexo opuesto	✓		✓		✓	
17	A veces no sé qué decir a personas atractivas del sexo opuesto.	✓		✓		✓	
18	Muchas veces cuando quiero hacer un halago no sé qué decir.	✓		✓		✓	
19	No me resulta fácil hacer un cumplido a alguien que me gusta.	✓		✓		✓	
20	Si veo en una fiesta a una persona atractiva del sexo opuesto, tomo la iniciativa y me acerco para iniciar conversación con ella	✓		✓		✓	
21	Soy incapaz de pedir a alguien una cita.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

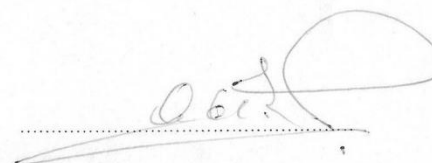
Apellidos y nombres del juez evaluador. Dr./ Mg: CHAVEZ NEANDRO, Abn DNI: 72969261

Especialidad del validador: Gestión Pública y Gobernabilidad

15 de Agosto del 2019

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conocido, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS HABILIDADES SOCIALES

N°	DIMENSIONES/ ITEMS	PERTINENCIA ¹		RELEVANCIA ²		CLARIDAD ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: Autoexpresión en situaciones sociales							
01	A veces evito hacer preguntas por miedo a parecer tonto ante los demás	✓		✓		✓		
02	Me cuesta llamar por teléfono a tiendas, oficinas, etc. Para preguntar por alguna inquietud	✓		✓		✓		
03	Tiendo a guardar mis opiniones a mí mismo	✓		✓		✓		
04	A veces evito las reuniones sociales, por miedo a hacer el ridículo o decir alguna tontería.	✓		✓		✓		
05	Me cuesta expresar mis sentimientos a los demás.	✓		✓		✓		
06	Si tuviera que buscar trabajo, prefiero escribir y enviar cartas de presentación a tener que pasar por entrevistas personales.	✓		✓		✓		
07	Me cuesta expresar mi opinión cuando estoy en grupo.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Defensa de los propios derechos del consumidor	✓		✓		✓		
08	Si al llegar a mi casa encuentro un defecto en algo que he comprado, voy a la tienda a devolverlo o cambiarlo.	✓		✓		✓		
09	Cuando en una tienda atienden antes a alguien que entró después que yo, me quedo callado	✓		✓		✓		
10	Si estoy en el cine y alguien me molesta con su conversación, me da mucha vergüenza pedirle que se calle.	✓		✓		✓		
11	Soy incapaz de regatear o pedir descuento al comprar algo.	✓		✓		✓		
12	Cuando alguien se "cuela o mete" en la fila que me encuentro, hago como si no me diera cuenta y dejo pasar lo sucedido.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Expresión de enfado	✓		✓		✓		
13	Cuando algún amigo expresa una opinión con la que estoy muy en desacuerdo prefiero callarme a manifestar abiertamente lo que yo pienso.	✓		✓		✓		
14	Cuando un familiar cercano me molesta, prefiero ocultar mis sentimientos antes que expresar mi enfado.	✓		✓		✓		
15	Me cuesta mucho expresar mi ira, cólera, o enfado hacia el otro sexo, aunque tenga motivos justificados.	✓		✓		✓		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS HABILIDADES SOCIALES

N°	DIMENSIONES/ ITEMS	PERTINENCIA ¹		RELEVANCIA ²		CLARIDAD ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: Autoexpresión en situaciones sociales							
01	A veces evito hacer preguntas por miedo a parecer tonto ante los demás	✓		✓		✓		
02	Me cuesta llamar por teléfono a tiendas, oficinas, etc. Para preguntar por alguna inquietud	✓		✓		✓		
03	Tiendo a guardar mis opiniones a mí mismo	✓		✓		✓		
04	A veces evito las reuniones sociales, por miedo a hacer el ridículo o decir alguna tontería.	✓		✓		✓		
05	Me cuesta expresar mis sentimientos a los demás.	✓		✓		✓		
06	Si tuviera que buscar trabajo, prefiero escribir y enviar cartas de presentación a tener que pasar por entrevistas personales.	✓		✓		✓		
07	Me cuesta expresar mi opinión cuando estoy en grupo.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Defensa de los propios derechos del consumidor	✓		✓		✓		
08	Si al llegar a mi casa encuentro un defecto en algo que he comprado, voy a la tienda a devolverlo o cambiarlo.	✓		✓		✓		
09	Cuando en una tienda atienden antes a alguien que entró después que yo, me quedo callado	✓		✓		✓		
10	Si estoy en el cine y alguien me molesta con su conversación, me da mucha vergüenza pedirle que se calle.	✓		✓		✓		
11	Soy incapaz de regatear o pedir descuento al comprar algo.	✓		✓		✓		
12	Cuando alguien se "cuela o mete" en la fila que me encuentro, hago como si no me diera cuenta y dejo pasar lo sucedido.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Expresión de enfado	✓		✓		✓		
13	Cuando algún amigo expresa una opinión con la que estoy muy en desacuerdo prefiero callarme a manifestar abiertamente lo que yo pienso.	✓		✓		✓		
14	Cuando un familiar cercano me molesta, prefiero ocultar mis sentimientos antes que expresar mi enfado.	✓		✓		✓		
15	Me cuesta mucho expresar mi ira, cólera, o enfado hacia el otro sexo, aunque tenga motivos justificados.	✓		✓		✓		

16	Para evitar problemas con otras personas, muchas veces prefiero "callarme o quitarme de en medio"	✓		✓		✓	
	DIMENSIÓN 4: Iniciar interacciones positivas con el sexo opuesto	✓		✓		✓	
17	A veces no sé qué decir a personas atractivas del sexo opuesto.	✓		✓		✓	
18	Muchas veces cuando quiero hacer un halago no sé qué decir.	✓		✓		✓	
19	No me resulta fácil hacer un cumplido a alguien que me gusta.	✓		✓		✓	
20	Si veo en una fiesta a una persona atractiva del sexo opuesto, tomo la iniciativa y me acerco para iniciar conversación con ella	✓		✓		✓	
21	Soy incapaz de pedir a alguien una cita.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador. Dr./ Mg: SANCHEZ AGUIRRE FLORETTA DNI: 09104833

Especialidad del validador:

11 de Ago del 2019

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conocido, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


.....
Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO

N°	DIMENSIONES/ ITEMS	PERTINENCIA ¹		RELEVANCIA ²		CLARIDAD ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: Autoconfianza							
01	Sabe para qué es bueno y trata de aprovechar sus habilidades.	✓		✓		✓		
02	Confía en lo que sabe, pero quiere continuar desarrollándose y preparándose.	✓		✓		✓		
03	Toma decisiones cuando es necesario, sin dilatar las cosas (no deja para mañana lo que puede resolver hoy).	✓		✓		✓		
04	Se comporta tal y como es en todo lugar y momento, es decir, ¿es auténtico?	✓		✓		✓		
05	Enfrenta los problemas sin acobardarse ante los fracasos y dificultades	✓		✓		✓		
06	Reconoce sus errores y trata de aprender de ellos para no repetirlos.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Creatividad	✓		✓		✓		
07	Utiliza su imaginación para crear propuestas que puedan parecer un tanto locas.	✓		✓		✓		
08	Dedicas tiempo en crear nuevas propuestas personales o proyectos	✓		✓		✓		
09	Cuando un diseño me sale mal, encuentro fácilmente soluciones creativas	✓		✓		✓		
10	Tienes capacidad para crear diseños /propuestas nuevas.	✓		✓		✓		
11	Te gusta crear diseños nuevos.	✓		✓		✓		
12	Busca otras opciones, no teme a los cambios.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Iniciativa	✓		✓		✓		
13	Es independiente para hacer sus cosas, pero no rechaza el apoyo de los demás.	✓		✓		✓		
14	Propone lo que hay que hacer antes que otros	✓		✓		✓		
15	No se desanima fácilmente	✓		✓		✓		
16	Ante las dificultades no se queda esperando a que desaparezcan solas.	✓		✓		✓		
17	No se corre a los retos, pero evalúa sus opciones antes de lanzarse	✓		✓		✓		
18	Piensa constantemente en ampliar lo que tiene o iniciar otros proyectos	✓		✓		✓		

	DIMENSIÓN 4: Perseverancia	✓		✓		✓	
19	Ha tenido un tropiezo y ha continuado. Mira hacia delante y no atrás.	✓		✓		✓	
20	Se plantea lo que quiere lograr y no se detiene hasta alcanzarlo	✓		✓		✓	
21	Se pone un objetivo y lo sigue, aunque demore en ver los resultados.	✓		✓		✓	
22	Se motiva y pone ganas a lo que hace	✓		✓		✓	
23	Trabaja arduamente con constancia para mantener lo que ha logrado	✓		✓		✓	
24	Considera que el fracaso no es el final.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

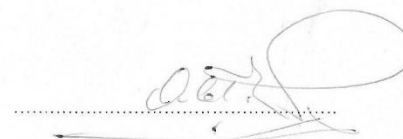
Apellidos y nombres del juez evaluador. Dr./ Mg: CHAVEZ HERNANDEZ Alvaro DNI: 72469261

Especialidad del validador: Gestor Público y Gobernabilidad

15 de Agosto del 2019

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conocido, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO

N°	DIMENSIONES/ ITEMS	PERTINENCIA ¹		RELEVANCIA ²		CLARIDAD ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: Autoconfianza							
01	Sabe para qué es bueno y trata de aprovechar sus habilidades.	✓		✓		✓		
02	Confía en lo que sabe, pero quiere continuar desarrollándose y preparándose.	✓		✓		✓		
03	Toma decisiones cuando es necesario, sin dilatar las cosas (no deja para mañana lo que puede resolver hoy).	✓		✓		✓		
04	Se comporta tal y como es en todo lugar y momento, es decir, ¿es auténtico?	✓		✓		✓		
05	Enfrenta los problemas sin acobardarse ante los fracasos y dificultades	✓		✓		✓		
06	Reconoce sus errores y trata de aprender de ellos para no repetirlos.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Creatividad	✓		✓		✓		
07	Utiliza su imaginación para crear propuestas que puedan parecer un tanto locas.	✓		✓		✓		
08	Dedicas tiempo en crear nuevas propuestas personales o proyectos	✓		✓		✓		
09	Cuando un diseño me sale mal, encuentro fácilmente soluciones creativas	✓		✓		✓		
10	Tienes capacidad para crear diseños /propuestas nuevas.	✓		✓		✓		
11	Te gusta crear diseños nuevos.	✓		✓		✓		
12	Busca otras opciones, no teme a los cambios.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Iniciativa	✓		✓		✓		
13	Es independiente para hacer sus cosas, pero no rechaza el apoyo de los demás.	✓		✓		✓		
14	Propone lo que hay que hacer antes que otros	✓		✓		✓		
15	No se desanima fácilmente	✓		✓		✓		
16	Ante las dificultades no se queda esperando a que desaparezcan solas.	✓		✓		✓		
17	No se corre a los retos, pero evalúa sus opciones antes de lanzarse	✓		✓		✓		
18	Piensa constantemente en ampliar lo que tiene o iniciar otros proyectos	✓		✓		✓		

	DIMENSIÓN 4: Perseverancia	✓		✓		✓	
19	Ha tenido un tropiezo y ha continuado. Mira hacia delante y no atrás.	✓		✓		✓	
20	Se plantea lo que quiere lograr y no se detiene hasta alcanzarlo	✓		✓		✓	
21	Se pone un objetivo y lo sigue, aunque demore en ver los resultados.	✓		✓		✓	
22	Se motiva y pone ganas a lo que hace	✓		✓		✓	
23	Trabaja arduamente con constancia para mantener lo que ha logrado	✓		✓		✓	
24	Considera que el fracaso no es el final.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador. Dr./ Mg: Garro Aburto Luzmila DNI: 09469026

Especialidad del validador: Docente de Investigación

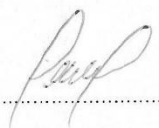
15 de agosto del 2019

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conocido, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO

N°	DIMENSIONES/ ITEMS	PERTINENCIA ¹		RELEVANCIA ²		CLARIDAD ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: Autoconfianza							
01	Sabe para qué es bueno y trata de aprovechar sus habilidades.	✓		✓		✓		
02	Confía en lo que sabe, pero quiere continuar desarrollándose y preparándose.	✓		✓		✓		
03	Toma decisiones cuando es necesario, sin dilatar las cosas (no deja para mañana lo que puede resolver hoy).	✓		✓		✓		
04	Se comporta tal y como es en todo lugar y momento, es decir, ¿es auténtico?	✓		✓		✓		
05	Enfrenta los problemas sin acobardarse ante los fracasos y dificultades	✓		✓		✓		
06	Reconoce sus errores y trata de aprender de ellos para no repetirlos.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Creatividad	✓		✓		✓		
07	Utiliza su imaginación para crear propuestas que puedan parecer un tanto locas.	✓		✓		✓		
08	Dedicas tiempo en crear nuevas propuestas personales o proyectos	✓		✓		✓		
09	Cuando un diseño me sale mal, encuentro fácilmente soluciones creativas	✓		✓		✓		
10	Tienes capacidad para crear diseños /propuestas nuevas.	✓		✓		✓		
11	Te gusta crear diseños nuevos.	✓		✓		✓		
12	Busca otras opciones, no teme a los cambios.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Iniciativa	✓		✓		✓		
13	Es independiente para hacer sus cosas, pero no rechaza el apoyo de los demás.	✓		✓		✓		
14	Propone lo que hay que hacer antes que otros	✓		✓		✓		
15	No se desanima fácilmente	✓		✓		✓		
16	Ante las dificultades no se queda esperando a que desaparezcan solas.	✓		✓		✓		
17	No se corre a los retos, pero evalúa sus opciones antes de lanzarse	✓		✓		✓		
18	Piensa constantemente en ampliar lo que tiene o iniciar otros proyectos	✓		✓		✓		

DIMENSIÓN 4: Perseverancia		✓		✓		✓	
19	Ha tenido un tropiezo y ha continuado. Mira hacia delante y no atrás.	✓		✓		✓	
20	Se plantea lo que quiere lograr y no se detiene hasta alcanzarlo	✓		✓		✓	
21	Se pone un objetivo y lo sigue, aunque demore en ver los resultados.	✓		✓		✓	
22	Se motiva y pone ganas a lo que hace	✓		✓		✓	
23	Trabaja arduamente con constancia para mantener lo que ha logrado	✓		✓		✓	
24	Considera que el fracaso no es el final.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez evaluador. Dr./ Mg: SÁNCHEZ AGUIRRE FLORENTIN DNI: 89104533

Especialidad del validador:

15 de Agostodel 2019

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conocido, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”

Lima, 02 de diciembre del 2019

OFICIO Nº552-2019-DG-IESTP "DISEÑO Y COMUNICACIÓN"

Dr.
CARLOS VENTURO ORBEGOSO
JEFE DE LA ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO- CAMPUS LIMA NORTE
COMAS

Presente:

**ASUNTO : COMUNICA AUTORIZACIÓN A LA PROF. FANY PICON
TEJEDO PARA DESARROLLAR TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN EN NUESTRA INSTITUCIÓN**

REF. : CARTA P.501-2019-EPG-UCV-LN

Es grato dirigirme a usted para hacerle llegar el saludo cordial de esta casa de estudios I.E.S.T.P. "Diseño y Comunicación", y a la vez hacer de su conocimiento que según el documento de la referencia la profesora FANY EDELMIRA PICON TEJEDO, identificada con DNI N° 25817215 docente de esta casa de estudios tiene autorización para desarrollar trabajo de investigación (tesis) en HABILIDADES SOCIALES Y EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN, LIMA 2019,

Es propicio el momento para renovarle mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


DR. CARLOS VENTURO ORBEGOSO
DIRECTOR GENERAL


UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

DIMENSIONES DE LA VARIABLE

VARIANZA

ENCUESTADOS	HABILIDADES SOCIALES																					TOTAL
	AUTOEXPRÉSION EN SITUACIONES SOCIALES							DEFENSA DE LOS PROPIOS DERECHOS DEL CONS					EXPRESIÓN DE ENFADO				INICAR NTERACCIONES POSITVAS CON SEXO OPUESTO					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	
E1	2	1	2	1	1	1	2	3	3	1	1	2	2	2	1	3	3	1	1	4	1	38
E2	3	1	3	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	4	1	3	41
E3	2	3	2	3	4	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	3	56
E4	4	3	2	1	1	1	1	3	2	1	3	1	1	1	2	3	2	3	3	2	2	42
E5	3	3	2	1	1	1	2	4	3	3	3	1	3	1	2	4	4	4	1	2	1	49
E6	3	2	1	2	2	1	1	3	4	4	3	4	1	3	4	3	3	4	3	1	3	55
E7	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	2	2	3	1	2	1	1	2	1	3	2	35
E8	1	1	1	1	3	1	1	4	1	1	3	1	1	1	3	3	3	3	3	2	1	39
E9	3	2	4	2	1	2	1	4	1	3	1	2	4	1	3	1	2	1	3	3	1	45
E10	4	2	1	1	1	1	2	3	2	2	1	3	2	3	2	1	1	3	3	2	2	42
E11	1	1	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	46
E12	4	2	1	2	1	3	1	3	3	2	4	3	2	3	1	4	2	2	1	3	1	48
E13	2	3	3	2	3	1	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	1	4	63
E14	2	1	3	2	3	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	2	1	38
E15	3	4	2	3	3	2	3	4	2	3	2	2	3	2	1	1	4	2	3	2	3	51
E16	3	2	3	2	1	3	1	3	3	2	2	2	1	3	2	3	1	2	2	1	1	43
E17	1	2	1	1	2	3	2	1	3	1	2	2	2	1	1	2	1	2	4	1	1	36
E18	3	2	2	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	38
E19	3	2	3	3	2	3	4	1	3	4	2	2	3	3	3	3	2	1	2	2	4	56
E20	4	4	3	3	4	3	4	3	1	1	1	1	1	3	1	1	3	4	3	3	1	52
E21	2	1	2	1	1	1	2	3	3	1	1	2	2	2	1	3	3	1	1	4	1	38
E22	3	1	3	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	4	1	3	41
E23	2	3	2	3	4	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	3	56
E24	4	3	2	1	1	1	1	3	2	1	3	1	1	1	2	3	2	3	3	2	2	42
E25	3	3	2	1	1	1	2	4	3	3	3	1	3	1	2	4	4	4	1	2	1	49
E26	3	2	1	2	2	1	1	3	4	4	3	4	1	3	4	3	3	4	3	1	3	55
E27	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	2	2	3	1	2	1	1	2	1	3	2	35
E28	1	1	1	1	3	1	1	4	1	1	3	1	1	1	3	3	3	3	3	2	1	39
E29	3	2	4	2	1	2	1	4	1	3	1	2	4	1	3	1	2	1	3	3	1	45
E30	4	2	1	1	1	1	2	3	2	2	1	3	2	3	2	1	1	3	3	2	2	42
E31	1	1	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	46
E32	4	2	1	2	1	3	1	3	3	2	4	3	2	3	1	4	2	2	1	3	1	48
E33	2	3	3	2	3	1	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	1	4	63
E34	2	1	3	2	3	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	2	1	38
E35	3	4	2	4	2	1	2	4	2	2	2	2	3	2	1	1	4	2	3	2	3	51
E36	3	2	3	2	1	3	1	3	3	2	2	2	1	3	2	3	1	2	2	1	1	43
E37	1	2	1	1	2	3	2	1	3	1	2	2	2	1	1	2	1	2	4	1	1	36
E38	3	2	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	38
E39	3	2	3	3	3	2	3	4	1	3	4	2	3	3	3	3	2	1	2	2	4	56
E40	4	4	3	3	4	3	4	3	1	1	1	1	1	3	1	1	3	4	3	3	1	52
E41	2	1	2	1	1	1	2	3	3	1	1	2	2	2	1	3	3	1	1	4	1	38
E42	3	1	3	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	4	1	3	41
E43	2	3	2	3	4	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	3	56
E44	4	3	2	1	1	1	1	3	2	1	3	1	1	1	2	3	2	3	3	2	2	42
E45	3	3	2	1	1	1	2	4	3	3	3	1	3	1	2	4	4	4	1	2	1	49
E46	3	2	1	2	2	1	1	3	4	4	3	4	1	3	4	3	3	4	3	1	3	55
E47	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	2	2	3	1	2	1	1	2	1	3	2	35
E48	1	1	1	1	3	1	1	4	1	1	3	1	1	1	3	3	3	3	3	2	1	39
E49	3	2	4	2	1	2	1	4	1	3	1	2	4	1	3	1	2	1	3	3	1	45
E50	4	2	1	1	1	1	2	3	2	2	1	3	2	3	2	1	1	3	3	2	2	42
E51	1	1	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	46
E52	4	2	1	2	1	3	1	3	3	2	4	3	2	3	1	4	2	2	1	3	1	48
E53	2	3	3	2	3	1	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	1	4	63
E54	2	1	3	2	3	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	2	1	38
E55	3	4	2	4	2	1	2	4	2	2	2	2	3	2	1	1	4	2	3	2	3	51
E56	3	2	3	2	1	3	1	3	3	2	2	2	1	3	2	3	1	2	2	1	1	43
E57	1	2	1	1	2	3	2	1	3	1	2	2	2	1	1	2	1	2	4	1	1	36
E58	3	2	2	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1	38
E59	3	2	3	3	3	2	3	4	1	3	4	2	3	3	3	3	2	1	2	2	4	56
E60	4	4	3	3	4	3	4	3	1	1	1	1	1	3	1	1	3	4	3	3	1	52
VARIANZA	1.04	0.89	0.79	0.76	1.09	0.79	0.66	0.54	0.86	0.95	0.96	0.65	0.95	0.85	0.70	1.04	1.14	1.05	1.15	0.65	1.09	58.528

DIMENSIONES DE LA VARIABLE

EMPRESARIATO																								TOTAL	
AUTOCONFIANZA						CREATIVIDAD						INICIATIVA						PERSEVERANCIA							
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24		
4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	85	
2	3	3	4	3	4	2	1	2	2	2	2	4	3	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	70	
3	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	3	4	69	
3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66	
2	3	1	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	70	
4	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	2	2	3	4	4	3	2	2	3	2	4	70	
1	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	2	68	
3	2	3	2	4	3	3	2	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	71	
3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	3	3	4	4	3	3	3	4	69	
2	4	3	3	4	4	4	2	2	3	4	3	2	2	1	1	3	2	3	2	3	4	2	1	63	
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	73	
3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	2	4	4	4	79	
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	81	
4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	84	
2	4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	2	4	67	
3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	1	4	4	4	3	3	4	4	74	
2	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	3	2	3	2	3	2	3	1	67	
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	91	
3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	78	
2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	4	61	
4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	85	
2	3	3	4	3	4	2	1	2	2	2	2	4	3	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	70	
3	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	3	4	69	
3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66	
2	3	1	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	70	
4	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	2	2	3	4	4	3	2	2	3	2	4	70	
1	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	2	68	
3	2	3	2	4	3	3	2	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	71	
3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	3	3	4	4	3	3	3	4	69	
2	4	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	2	2	1	1	3	2	3	2	3	4	2	1	63	
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	73	
3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	2	4	4	4	79	
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	2	3	4	4	3	4	81	
4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	84	
2	4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	2	4	67	
3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	1	4	4	4	3	3	4	4	74	
2	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	3	2	3	2	3	2	3	1	67	
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	91	
3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	78	
2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	4	61	
4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	85	
2	3	3	4	3	4	2	1	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	70
3	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	3	4	69	
3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66	
2	3	1	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	70	
4	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	2	2	3	4	4	3	2	2	3	2	4	70	
1	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	2	68	
3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	4	4	4	3	4	71	
3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	3	3	4	4	3	3	3	4	69	
2	4	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	2	2	1	1	3	2	3	2	3	4	2	1	63	
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	73	
3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	2	4	4	4	79	
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	2	3	4	4	3	4	81	
4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	84	
2	4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	2	4	67	
3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	1	4	4	4	3	3	4	4	74	
2	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	3	2	3	2	3	2	3	1	67	
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	91	
3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	78	
2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	4	61	
4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	85	
2	3	3	4	3	4	2	1	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	70
3	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	3	4	69	
3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66	
2	3	1	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	70	
4	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	2	2	3	4	4	3	2	2	3	2	4	70	
1	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	2	68	
3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	4	4	4	3	4	71	
3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	3	3	4	4	3	3	3	4	69	
2	4	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	2	2	1	1	3	2	3	2	3	4	2	1	63	
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	73	
3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	2	4	4	4	79	
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	2	3	4	4	3	4	81	
4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	84	
2	4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	2	4	67	
3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	1	4	4	4	3	3	4	4	74	
2	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	3	2	3	2	3	2	3	1	67	
3																									

**FOTOS EVIDENCIA DE LAS ENCUESTAS TOMADAS A LOS ALUMNOS DEL SEXTO CICLO
DE DISEÑO DE MODAS**



Imágenes 1: Encuesta 1
Fuente: Autoría propia.



Imágenes 2: Encuesta 2
Fuente: Autoría propia.



Imágenes 3: Encuesta 3
Fuente: Autoría propia.