

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POSTGRADO

DOCTORADO EN EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN GESTIÓN EDUCATIVA



**COACHING EDUCATIVO Y EL EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES
DEL PRIMER CICLO DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
DE LA UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ, ARICA, CHILE, 2020**

TESIS

Presentada por:

Mg. Mario Alonso Flores Loredó

ORCID: 0000-0002-3001-6797

Asesor:

Dra. Bertha Silva Narvaste

ORCID: 0000-0002-2926-6027

Para Obtener el Grado Académico de:

**DOCTORADO EN EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN GESTIÓN
EDUCATIVA**

TACNA – PERÚ

2023

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
DOCTORADO EN EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN GESTIÓN EDUCATIVA



**COACHING EDUCATIVO Y EL EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES
DEL PRIMER CICLO DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
DE LA UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ, ARICA, CHILE, 2020**

TESIS

Presentada por:

Mg. Mario Alonso Flores Loredó
ORCID: 0000-0002-3001-6797

Asesor:

Dra. Bertha Silva Narvaste
ORCID: 0000-0002-2926-6027

Para Obtener el Grado Académico de:
**DOCTORADO EN EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN GESTIÓN
EDUCATIVA**

TACNA – PERÚ
2023

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
DOCTORADO EN EDUCACIÓN CON
MENCION EN GESTIÓN EDUCATIVA**

Tesis

**COACHING EDUCATIVO Y EL EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES
DEL PRIMER CICLO DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
DE LA UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ, ARICA, CHILE, 2020**

Presentada por:

Magíster Mario Alonso Flores Loredo

**Tesis sustentada y aprobada el 06 de septiembre de 2023; ante el siguiente
jurado examinador:**

PRESIDENTE: Dr. Ascención Américo FLORES FLORES

SECRETARIO: Dra. Leila Julissa BERNAL TORRES

VOCAL: Dra. Rina María ÁLVAREZ BECERRA

ASESOR: Dra. Bertha SILVA NARVASTE

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, **Mario Alonso Flores Loredo** en calidad de: estudiante del Doctorado en Educación Mención en Gestión Educativa de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna, identificado (a) con Rut 13.412.497-0. Soy autor (a) de la tesis titulada: Coaching educativo y el Emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020, con asesora: Dra. Bertha Silva Narvaste.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Ser el único autor del texto entregado para obtener el grado académico de Doctor en Educación Mención en Gestión Educativa, y que tal texto no ha sido entregado ni total ni parcialmente para obtención de un grado académico en ninguna otra universidad o instituto, ni ha sido publicado anteriormente para cualquier otro fin.

Así mismo, declaro no haber trasgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual.

Declaro, que después de la revisión de la tesis con el software Turnitin se declara 22% de similitud, además que el archivo entregado en formato PDF corresponde exactamente al texto digital que presento junto al mismo.

Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real y soy conocedor (a) de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivada.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello en favor de terceros con motivo

de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrasen causa en el contenido de la tesis, libro o invento.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Tacna, 6 de septiembre del 2023



Mario Alonso FLORES LOBEDO
RUT: 13.412.497-0

AGRADECIMIENTOS

Al completar esta tesis Doctoral, surge en mí un profundo agradecimiento a todos aquellos que hicieron posible esta gran experiencia. Personas que se comprometieron con un proyecto, que, sin su ayuda, habría resultado muy superior a mis fuerzas.

A la Universidad Privada de Tacna y Universidad de Tarapacá de Arica, por esta gran oportunidad de estudiar en este programa.

En especial, quisiera dar mi agradecimiento más sincero a quien fue mi Tutora de Tesis, Dra. Amely Vivas Escalante. Sin su entrega, dedicación, seguimiento y compromiso este proyecto no habría sido posible.

Agradecer al Doctor Daniel Viera por sus consejos y guía.

INDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD.....	v
AGRADECIMIENTOS	vii
INDICE DE CONTENIDOS	viii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS.....	xi
INDICE DE APÉNDICES	xii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.2.1 Interrogante principal.....	7
1.2.2. Interrogantes secundarias.....	7
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.4.1 Objetivo General.....	11
1.4.2 Objetivos específicos.....	11
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	12
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
2.2 BASES TEÓRICAS.....	20
2.3 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	43
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO.....	44
3.1 HIPÓTESIS.....	44
3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	46

3.2.1. Identificación de la variable independiente, indicadores y escala de estimación.....	46
3.2.2 Identificación de la variable dependiente	47
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	47
3.4 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	47
3.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	48
3.6 ÁMBITO Y TIEMPO SOCIA DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	49
3.8 PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	50
CAPÍTULO IV RESULTADOS	54
4.1 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO	54
4.2 DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	54
4.3 PRUEBA DE NORMALIDAD.....	61
4.4 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	62
4.5 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	69
CONCLUSIONES.....	73
RECOMENDACIONES.....	75
REFERENCIAS.....	77
APÉNDICE.....	82
Matriz de consistencia.....	83
Instrumento.....	84
Matriz de datos.....	93

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variable independiente: 1 Coaching educativo.	46
Tabla 2: Variable dependiente: Y Emprendimiento.....	47
Tabla 3: Resumen de procesamiento de datos en SSPS.....	52
Tabla 4: Resumen de alfa de Cronbach.....	59
Tabla 5: Variable coaching educativo dimensión planificación del proceso de enseñanza	56
Tabla 6: Variable coaching educativo dimensión criterios para la selección y diseño	57
Tabla 7: medio de las dimensiones de la Variable coaching educativo	57
Tabla 8: Promedio de la dimensión motivación.....	59
Tabla 9: Promedio de la dimensión innovación.....	59
Tabla 10: Promedio de la dimensión planificación.....	60
Tabla 11: Resumen de las dimensiones de la variable emprendimiento.....	67
Tabla 12: Resumen de prueba no paramétrica variable emprendimiento	67
Tabla 13: Prueba no paramétrica variable Coaching	68
Tabla 14: Correlación: Coaching educativo-motivación	69
Tabla 15: Correlación: Coaching educativo-Innovación	70
Tabla 16: Correlación: Coaching educativo-Planificación.....	72
Tabla 17: Correlación entre coaching educativo-emprendimiento.....	73
Tabla 18: Relación de las variables y significancia	

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo del Coaching educativo	32
Figura 2:Modelo que sustentan el emprendimiento	42

INDICE DE APÉNDICES

A. Matriz de consistencia.....	91
B. Cuestionario.....	94
C. Matriz de Datos.....	97

RESUMEN

El estudio presentado tiene como objetivo establecer si existe una relación entre el coaching educativo y el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile. Se propuso como objetivo general Determinar la relación entre el coaching educativo y el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020. El camino metodológico seleccionado estuvo inmerso en el enfoque cuantitativo, con un tipo básico y un nivel descriptivo y un diseño no experimental transeccional. La población constituida por 63 estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile. Los datos se recopilaron a través de una encuesta y como instrumento un cuestionario con escalamiento tipo Likert, validado por el juicio de experto y la confiabilidad por el Alpha de Cronbach con un valor de 0,806, considerándose alta la confiabilidad. Finalmente, el estudio demuestra que existe relación directa y significativa entre el Coaching y el Emprendimiento de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, con una correlación de 0,416 y con un nivel de confianza del 95%.

Palabras clave: coaching educativo, emprendimiento, competencias motivación, innovación y planificación.

ABSTRACT

The objective of this research is to establish if there is a relationship between educational coaching and entrepreneurship in students of the first cycle of the Commercial Engineering career at the University of Tarapacá, Arica, Chile. The general objective was to determine the relationship between educational coaching and entrepreneurship in students of the first cycle of the Commercial Engineering career at the University of Tarapacá, Arica, Chile, 2020. The selected methodological path was immersed in the quantitative approach, where A basic type of research with a descriptive level and a non-experimental transectional design was used. The population constituted by 63 students of the first cycle of Commercial Engineering of the University of Tarapacá, Arica, Chile in which the entire population was taken for the sample. A survey was used for data collection and a questionnaire with Likert-type scaling was used as an instrument. It was validated through the use of expert judgments and reliability by Cronbach's Alpha with a value of 0.806, considering high reliability. Finally, the study shows that there is a direct and significant relationship between Coaching and Entrepreneurship of the students of the first cycle of Commercial Engineering at the University of Tarapacá, Arica, Chile, with a correlation of 0.416 and a confidence level of 95%.

Keywords: educational coaching, entrepreneurship, motivation skills, innovation and planning.

INTRODUCCIÓN

El estudio presentado parte de una reflexión para mejorar los procesos educativos y el diseño curricular de la carrera de Ingeniería Comercial, impartida en la Facultad de Administración y Negocios de la Universidad de Tarapacá en Arica, Chile. Este proceso ha generado interrogantes más allá de los detalles específicos sobre diseño o contenidos se detectó que había una necesidad de cambios para incorporar nuevas competencias para los perfiles de egreso. Una de estas ideas de cambio fue evaluar la pertinencia o de introducir el manejo de habilidades y destrezas del emprendimiento entre los alumnos, al hacerlo, por qué medios esto podría conseguirse.

Todavía está en discusión si las competencias para desarrollar emprendimientos son innatas e inmodificables o pueden ser aprendidas, desde la psicología se ha estudiado ampliamente sobre la existencia de una personalidad emprendedora innata, basada en características como la disposición al riesgo, habilidades creativas y otras que son difícilmente modificables por medio de la enseñanza, pues son competencias y destrezas psicológicas que algunas personas poseen y otras no. Esto explicaría por qué entre los emprendedores exitosos existen muchas personas que no han recibido educación formal, mientras que otras personas con educación y conocimientos más completos fracasan en la actividad emprendedora, o simplemente no les interesa.

De allí que el fin central de este estudio es analizar la relación entre el coaching educativo y el emprendimiento en alumnos del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020. La idea que las habilidades emprendedoras si pueden ser aprendidas y deben ser parte importante de los programas de educación formal en las facultades de negocios, conllevan a que el emprendimiento es uno de los destinos naturales de muchos alumnos que egresan de estos estudios. Existen competencias tales como las llamadas habilidades blandas, es

decir capacidad de persuasión, habilidades interpersonales, empatía, responsabilidad, perseverancia y otras por el estilo que si pueden ser adquiridas en un proceso de enseñanza y aprendizaje.

En base a lo planteado, el emprendimiento inducido a la actividad económica de cualquier espacio geográfico, existe un consenso generalizado sobre la importancia de enseñar habilidades relacionadas con el acto de emprender. Ambas ideas, la de las habilidades psicológicas innatas y la del desarrollo de habilidades emprendedoras por medio del proceso enseñanza-aprendizaje, no son contrapuestas, sino que resultan complementarias, porque, aun si fuese cierto que no es posible enseñar algunas de las principales habilidades, si se pueden motivar a los estudiantes que ya las tienen a desarrollarlas. Es posible que muchos no lleguen a emprender teniendo las competencias, solo por falta de motivación y se dediquen a trabajos asalariados que no los satisfacen. También es posible que muchos que no tienen estas habilidades innatas se motiven para tratar de desarrollarlas y finalmente las adquieran. El desarrollo de habilidades de emprendimiento, tal como muchas otras cosas que se enseñan, puede ampliar y enriquecer las opciones de los estudiantes sin importar mucho el nivel de sus habilidades innatas.

Aceptada la importancia de desarrollar estas habilidades e incorporarlas en los planes de estudio, la segunda interrogante es acerca de la herramienta pedagógica o metodología más adecuada en la praxis educativa de manera efectiva. Una alternativa interesante y alineada con los resultados que se espera lograr es el coaching educativo, metodología que describiremos más adelante en detalle que en breve se puede definir la modelización a fin de incentivar las competencias del ser humano que se encuentra imbuido en esta realidad. Las técnicas utilizadas por el coaching no emplean la entrega estructurada de conocimientos, sino más bien ejercicios de autoconocimiento e interacción social, usando métodos holísticos poco estructurados.

De esta manera, se plantea como propósito determinar si existen relaciones directas y significativas entre el coaching educativo, como variable independiente y el emprendimiento, considerada como variable dependiente. Las dimensiones de la

variable coaching educativo fueron: Planificación de proceso de enseñanza y criterios para la selección y diseño, mientras para el emprendimiento, fue: motivación, innovación y planificación.

Con este propósito se diseñó como instrumento un cuestionario con dimensiones e indicadores, a las que a través de un análisis estadístico de regresión permitió dar relevancia a la significancia de las relaciones y la prueba de la hipótesis planteada.

El estudio fue desarrollado en cuatro apartados, el primero se hace un recorrido a nivel macro, meso y micro del problema, enfatizando en su causas y consecuencias, seguidamente se formuló el problema a nivel general y específicos. Seguidamente, el II capítulo plasma los antecedentes nacionales e internacionales, el piso teórico que sustenta las variables, sus dimensiones e indicadores. El Capítulo III recorre la metodología, enfatizando en la científicidad de la misma. Seguidamente, el Capítulo IV, los resultados, presentados por pruebas inferenciales a fin de contrastar las hipótesis planteadas, de esta manera, un cuerpo de conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hablar del problema fundamental que motiva esta investigación es determinar si resulta o no relevante incluir el coaching educativo en el currículo de la carrera de Ingeniería Comercial. Para ello se ha tratado de determinar de manera empírica cual es la percepción de los estudiantes que han recibido coaching acerca del mejoramiento de sus competencias en emprendimiento, motivación, innovación y planificación. Es de resaltar que el coaching no está inmerso en el diseño curricular debido a que se trata de una disciplina relativamente nueva y su metodología a menudo holística hace que algunos encargados del diseño curricular desconfíen de ella.

Actualmente, el emprendimiento es esencial para la evolución de los pueblos, porque contribuye a la creación de fuentes laborales e ingresos para las familias y personas en general, de esta manera, se orienta a las nuevas generaciones a crear o expandir una actividad económica, identificando y explotando los productos, proceso o mercados. Los emprendimientos en Latinoamérica son fuente importante de creación de empleos y motor de crecimiento, sin embargo, también se caracterizan por un bajo nivel de innovación.

A nivel mundial las diversas empresas se aproximan en un total del 90% de las empresas, en América Latina representa a nivel de empleo un 75%, mientras que el 99% de las mismas generan empleo. La pandemia de Covid-19 ha conducido a los países a crisis sociales, políticas y económicas condujo a Latinoamérica y el Caribe desarrollar políticas públicas y planes a fin de activar la economía, mejorando el manejo del internet, a fin de lograr enfrentar los avances de crecimiento, sustentado en el entretenimiento, la comunicación y compras en línea.

De esta manera, los emprendedores son personas que buscan oportunidades e intentan convertirlas en negocios. Ser empresario implica una inteligencia emocional y una forma de pensar diferente al resto, se requiere la capacidad de operar sin recursos financieros, por lo tanto, los emprendimientos son fundamentales para los avances económico del país. Esto, aunado al contexto causado por la pandemia, conllevan a potenciar a través de iniciativas a los jóvenes a emprender sus propios negocios.

Por otra parte, en Chile ha incentivado el emprendimiento en los últimos años, creando empresas, lo que se ha planteado como un instrumento para inducir el avance a nivel país, caso específico, de lo ocurrido en Latinoamérica, donde ha desarrollado el emprendimiento a lo largo y ancho del país. Este tema también se ha reflejado en políticas públicas, específicamente en Chile se han creado diversos proyectos destinados a la educación para el emprendimiento escolar impulsados por el gobierno. Todo esto ha creado la necesidad que a nivel superior en las diversas Facultades de Administración y Economía, se comience a insertar esta temática dentro de los currículums.

Según organizaciones internacionales como la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y la Corporación Andina de Fomento (CAF) (2016), Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), “el emprendimiento entre los jóvenes chilenos está menos generalizado que el promedio de América Latina y el Caribe” (p. 294). Los emprendimientos, desde un aspecto laboral ayudan a mitigar la falta de trabajo y pobreza, pueden contribuir con los objetivos de las políticas del gobierno de cualquier país, por tal motivo, emprender es fundamental para contribuir en los trabajos y fuentes de ingresos para las personas.

En cuanto a la XV Región de Arica y Parinacota, en Chile donde se lleva a cabo la presente investigación, está ubicada en la frontera norte del país, 18 kilómetros al sur de la frontera con Perú. Los emprendimientos y oportunidades son necesarios para los 229,689 habitantes de la región, según lo explicado anteriormente, es transversal y de igual importancia para las autoridades locales. Por sus características de zona

límite y recursos naturales, se trata de un lugar rico en oportunidades para el desarrollo emprendimientos y negocios innovadores.

Por ello es relevante preguntarse ¿qué elementos debe tener presente para ser un emprendedor?, quienes transforman el mundo son los emprendedores, estableciendo el innovar, reconociendo oportunidades que instan al cambio de la economía. Pero ¿qué es lo que se necesita?, la experimentación, la imaginación, facilidad para establecer las oportunidades, de un guía, capacitación, en realidad que se necesita para ayudar al emprendedor a llevar a cabo la decisión de emprender en su negocio.

La disciplina del coaching educativo ha sido descrita como una herramienta para enseñar mejor potenciando la inteligencia emocional. Aunque la literatura remonta la historia del coaching educativo a tiempos muy antiguos. Todas estas habilidades y competencias personales no pueden ser adquiridas por un simple traspaso de conocimientos técnicos o contenidos, porque requieren del desarrollo de características personales complejas como la capacidad de establecer relaciones, la inteligencia emocional, capacidades negociadoras, resiliencia, actitud positiva frente al riesgo y otras que no son simple transmisión de conocimiento, sino requieren una formación holística a la vez que práctica. Aquí es donde aparece el coaching educativo.

El problema que aborda esta investigación se puede entender a partir de la falta de innovación en los emprendimientos, que constituye un problema grave y muestra una falla del modelo educativo tradicional, que es eficiente en entregar conocimientos, pero deficitario para afianzar las capacidades para emprender en los alumnos. Es deseable entonces identificar el impacto de herramientas de enseñanza como el coaching educativo conlleva a las habilidades emprendedoras, para responder eficientemente a esta necesidad actualmente insatisfecha.

En lo que respecta, la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, en Arica, Chile, específicamente en el primer ciclo los planes de estudio siguen esquemas tradicionales, fuertemente centrados en bloques de ciencias básicas y ciencias de especialidad, donde la educación para el emprendimiento no está explícitamente contemplada. Así, los contenidos y competencias que se están

entregando a los alumnos no están alineados con políticas nacionales, ni con tendencias educativas globales, ni tampoco con necesidades de mercado que enfrentarán los alumnos después de egresados, a quienes le serán requeridas competencias y conocimientos que su formación profesional no les ha entregado.

Sin embargo, algunos profesores han establecido técnicas de coaching educativo en sus clases y en esta investigación se explorará cual es la relación entre el coaching educativo y el emprendimiento de los alumnos. La Universidad de Tarapacá, tiene una facultad de administración y negocios, una carrera de Ingeniería Comercial, durante más de 50 años ha capacitado jóvenes, muchos de ellos, han ocupado puestos en empresas de ámbitos privados como públicos, donde los profesores han sido clave y guía para el desarrollo estos profesionales. Pero no hay estudios respecto a la relación entre las prácticas de coaching educativo y la capacidad de emprendimiento de los alumnos.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Interrogante Principal

¿Cuál es la relación entre el coaching educativo y el emprendimiento en alumnos del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020?.

1.2.2. Interrogantes secundarias

¿Cómo se relaciona el coaching educativo y la motivación en alumnos del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, 2020?.

¿Cómo se relaciona el coaching educativo y la innovación en alumnos del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, 2020?.

¿Cómo se relaciona el coaching educativo y la planificación en alumnos del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, 2020?.

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Justificación teórica

Implica la justificación teórica implica de acuerdo a Valderrama (2009) “proponer una estrategia a fin de generar conocimiento confiable y válido” (p. 78). De tal manera que este estudio tuvo como base de conocimiento el emprendimiento, en especial aplicado a la realidad chilena de acuerdo al reporte de Guerrero y Serey (2019) *Global Entrepreneurship Monitor Reporte Nacional de Chile (GEM) 2019*, de la Universidad del Desarrollo, en cuya presentación se indica que desde 1997 el proyecto GEM ha medido la dinámica del emprendimiento a nivel internacional.

De esta manera, GEM establece un modelo que representa los elementos esenciales para emprender y establece relaciones (en su mayoría bidireccionales) entre las variables del modelo, el emprendimiento induce a un sistema económico circular. En cuanto a la Teoría del Coaching, que se utilizó en esta investigación sustentado por los modelos para desarrollar las competencias a partir del coaching educativo.

Por otra parte, en Chile existe un vacío de conocimiento de las consecuencias del coaching educativo desarrollando habilidades de emprendimiento en los estudiantes, si bien esta investigación documental permitirá describir experiencias de varios países como: España, Estados Unidos y algunos países de Europa, cuyas conclusiones se incorporarán a lo largo del basamento teórico de la investigación, no hemos encontrado experiencias relevantes en Chile ni en otros países de Latinoamérica. La mayor parte de las publicaciones sobre este tema son propuestas y descripción de políticas públicas de fomento, pero no estudios empíricos que sirvan para investigar sobre si existe esta relación y si es así, cuál es su alcance.

Otro vacío de conocimiento relevante, es que la mayoría de las investigaciones sobre coaching educativo para desarrollar habilidades emprendedoras se han hecho en

estudiantes de la etapa más básica de su educación, esto es, escuelas primarias y secundarias que están a muchos años de distancia para poder comprobar y medir su capacidad emprendedora en el mundo real, lo que hace que estos resultados tengan un valor más bien especulativo.

Un aporte importante de la tesis propuesta es que se realizó con alumnos de educación superior, estudiantes de Ingeniería Comercial, que es una carrera donde es fundamental desarrollar habilidades emprendedoras y que están en una edad y situación tal que permite, en muchos casos, medir sus características y capacidades reales como emprendedores, no solo como mediciones de laboratorio sino confrontados al mundo de la economía real. Existe un vacío del conocimiento en ese segmento en Chile que podría ser llenado por los resultados de esta investigación.

Esta investigación también puede servir de base a nuevas líneas investigativas, principalmente relacionadas con determinar si existe una correlación significativa entre los emprendedores exitosos cuando han estado expuestos al coaching educativo. Haciendo un seguimiento de los estudiantes que fueron objeto de esta investigación y que luego se dedicaron a actividades de emprendimiento. En ese sentido, la investigación conduce a evaluar la eficiencia del coaching educativo en el grupo de alumnos estudiados, en base a resultados medidos.

Justificación práctica

La justificación práctica de acuerdo a Jiménez (2019) establece las diferencias del conocimiento específico, reduciendo los espacios pertinentes para dar cabida a nuevos conocimientos, por ello, las consideraciones finales de la investigación conllevan aportar un valor práctico en cuanto a apoyar la implementación de políticas públicas y privadas. Si se encuentra una relación significativa y potente entre el coaching educativo y las habilidades emprendedoras, este estudio se podría convertir en instrumento técnico que sirvan a las instituciones de enseñanza superior para justificar la inclusión del coaching educativo en sus programas. La escasez de esta clase de estudios hace difícil innovar los currículos, pues quienes deciden la inclusión de determinadas asignaturas en un plan de estudios, por lo general buscan antecedentes

que muestren de manera empírica la conveniencia de incorporar estas asignaturas, especialmente cuando se trata de innovaciones que no están incluidas, al menos formalmente, en gran cantidad de instituciones.

Las implicaciones de disponer de una investigación empírica que muestre que existe una relación significativa entre coaching educativo y habilidades de emprendimiento pueden ser trascendentales, puesto que la educación para el emprendimiento es una política pública a nivel país, que seguramente va a permanecer independiente de los cambios de gobiernos que vengan en el futuro, ya que existe un consenso transversal sobre la importancia de desarrollar estas capacidades entre los estudiantes.

Los beneficiarios directos de la presente investigación fue Universidad de Tarapacá, tanto en Chile como en otros países que comparten esta decisión política de llevar adelante la educación para el emprendimiento. También se verán beneficiados los técnicos de gobierno que trabajan en el diseño de políticas públicas destinadas a llevar adelante el objetivo de fomentar la educación para el emprendimiento.

Justificación Metodológica

La justificación metodológica de acuerdo a Jiménez (2019) implica nuevas estrategias para dar respuesta a una situación puntual. El presente estudio con un enfoque cuantitativo, tipo aplicado de diseño relacional y de nivel pre experimental, sin grupo de control. Consistirá en aplicar técnicas e instrumentos evaluativos de la praxis de los profesores y las habilidades blandas para responder a las hipótesis. Los resultados de esta investigación conllevaron a diseñar nuevos métodos o estrategias para generar conocimiento en los campos de la educación para el emprendimiento y el coaching educativo en la educación superior de pregrado.

Las experiencias de otros autores, que se revisaron en el marco teórico, así como el presente trabajo de investigación puede entregar sugerencias que permitan mejorar futuros métodos y experimentos en el área. A diferencia de otras investigaciones que ofrece la literatura en otros niveles del sistema educativo, en esta investigación se trabaja sobre una población de alumnos de educación superior en una escuela de

negocios, lo que resulta ser una población de gran interés práctico, puesto que están mucho más cerca del grupo etario que hace emprendimientos en la vida real. Esta focalización etaria se considera uno de los aportes innovadores que puede aportar la presente investigación.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Analizar la relación entre el coaching educativo y el emprendimiento en alumnos del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

1.4.2 Objetivos específicos

Contrastar la relación del coaching educativo y la motivación en alumnos del primer ciclo de la carrera de Ingeniería comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Diferenciar la relación del coaching educativo y la innovación en los alumnos primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Diferenciar la relación del coaching educativo y la planificación en los alumnos del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Antecedentes Internacionales

Campaña (2017) en su investigación *De la EF al coaching educativo en la etapa de secundaria*, optando al grado de doctor por la Universidad de Lleida, desarrollo una investigación aplicada a nivel explicativo. Los alumnos de educación secundaria recibieron sesiones de coaching, con una muestra no probabilística de 16 alumnos. Se empleó la entrevista y las rúbricas, como instrumento. Las estadísticas usadas son del tipo descriptivo.

Esta investigación con cuatro objetivos (a) valorar la mejora percibida por los alumnos en cuanto a su capacidad para la resolución de conflictos (b) recoger las sensaciones y percepciones subjetivas de los alumnos acerca del valor de las sesiones de coaching (c) valorar cual ha sido la percepción de los alumnos acerca del efecto de las sesiones de coaching en sus capacidades de atención y concentración y (d) evaluar si las eventuales mejoras debidas al coaching en competencias como la capacidad de resolver conflictos, atención y concentración han perdurado en el tiempo.

Como puede observarse estos objetivos del trabajo, perciben las mejoras y estas son persistentes en el tiempo, llegando a las siguientes conclusiones: (a) se ha detectado alineamiento en las respuestas de los alumnos en el curso de las sesiones de grupo y en algunos sujetos incrementos significativos (b) como regla general han marcado alto en sus planes de mejoramiento en la necesidad de atención y gestión de conflictos, en la mayoría de los sujetos las puntuaciones han aumentado en el tiempo, lo que sugiere que el coaching podrían haber tenido un impacto duradero en las competencias objetivo (atención y resolución de conflictos) (c) los sujetos han manifestado tener más

conciencia de sus emociones (d) el coaching pueden haber servido como aprendizaje emocional y (e) los investigadores señalan que los estudiantes evaluaron los encuentros de coaching educativo como positivas y trascendentales

Rodríguez (2019) en su estudio titulado *Eficacia del programa de inteligencia emocional intensivo (PIEI) en la inteligencia emocional y la conducta prosocial de alumnos de la ESO. Madrid*, empleó el tipo de investigación aplicada, enfoque cuantitativo, diseño cuasiexperimental de medidas repetidas pretest-posttest-seguimiento con grupo control no equivalente, con una población de 207 estudiantes, de entre 12 y 17 años, el grupo cuasiexperimental fue de $n = 104$ y el grupo control de $n = 103$. Se utilizó la entrevista y el instrumento de recolección de datos fue el Trait Meta-Mood Scale – 24 (TMMS-24; Fernández-Berrocal et al., 2004), el cual es la adaptación para población española del TMMS-48 (Salovey et al., 1995), diseñado para evaluar la inteligencia emocional intensiva con las dimensiones: atención, claridad y reparación. La validación de la versión TMMS-24 tiene un alfa de Cronbach que varía entre .63 y .80 para las diferentes dimensiones entre (Ferrándiz et al., 2012).

Llegó a las siguientes conclusiones: (a) recomienda la repetición del experimento estableciendo condiciones de azar, de modo de obtener más seguridad en las conclusiones (b) repetir el experimento se involucren distintos tipos de colegios para tener una muestra más heterogénea, con colegios públicos, concertados y privados de distintas regiones, de modo que las conclusiones se puedan generalizar con mayor seguridad (c) además el grupo de control desarrolle alguna clase de formación alternativa, para afinar las conclusiones acerca de la efectividad del coaching. Finalizan las conclusiones mencionando la conveniencia de impartir al profesorado formación emocional.

Avilés (2019) en su investigación *Desarrollo de la personalidad eficaz a través del coaching escolar grupal en estudiantes de educación secundaria obligatoria*, para optar al grado de doctor. El estudio fue aplicada, empírica, de diseño cuasiexperimental, 310 estudiantes como muestra. La técnica utilizada la entrevista y

el instrumento el cuestionario CPE- Es/Ch, con una escala tipo likert. La validación cuenta con un coeficiente de fiabilidad alfa de cronbach de 0,85.

En el grupo control estos resultados no aumentaron e incluso disminuyeron en algunos casos dentro del grupo de control, de esto el autor concluye que la hipótesis el proceso de coaching con alumnos, influyó de manera significativa y positiva la personalidad en los alumnos, enfatizando en la relación con las fortalezas del yo, las Demandas del yo, las relaciones del yo y los retos del yo” no se confirma en términos de un aumento significativo (b) en algunas dimensiones se pudieron detectar diferencias de género, que aparecen, aunque no en todas las dimensiones (c) en cuanto a las diferencias de la variable curso/edad, estas si aparecen aunque no en todas las dimensiones, tampoco son uniformes en el sentido de las diferencias de edad (d) existe una diferencia leve respecto de la variable centro educativo en la esfera de Relaciones (e) la percepción de los alumnos sobre el programa aplicado es positiva, en el sentido que han mejorado sus capacidades de autoconocimiento (f) los profesores, en entrevista semiestructurada, también dicen haber percibido una mejora continua en cuanto a las relaciones establecidas entre estudiantes y profesores.

Un análisis crítico del estudio indica que el análisis experimental no se confirmaron cuantitativamente de manera clara las hipótesis planteadas, al no existir diferencias estadísticamente significativas, los aumentos registrados también pueden ser atribuibles al efecto del azar. Las evaluaciones subjetivas de los profesores y profesionales participantes en la investigación tienen entonces un valor que no es cuantitativo, sino cualitativo, esta investigación mostró que el proceso de coaching empleado tampoco no influyó significativamente en las dimensiones tratadas. Sin embargo, desde el punto de vista cualitativo se notaron resultados positivos.

Soro (2018), en su tesis doctoral *Propuestas y análisis de buenas prácticas de coaching educativo y emprendimiento en el aula*. presenta una propuesta el enfoque cualitativo, que recoge el actual estado del arte, lo describe de manera resumida y en base a ellos elabora una propuesta. La metodología consistió en aplicar entrevistas semiestructuradas, se utiliza muestreo intencional o de conveniencia para elegir una

muestra de 46 sujetos distribuidos en 15 centros educativos de España. Los sujetos de investigación fueron 18 docentes y 28 estudiantes de distintos niveles del quehacer educativo.

Su objetivo general fue indagar las experiencias sobre coaching y emprendimiento realizadas en el quehacer educativo describiendo las buenas prácticas, teniendo en cuenta principios puntualizados. De acuerdo a esta perspectiva los tres objetivos generales están centrados en indagar, a partir de estos, se presenta el control de logros de cada aspecto tratado. Algunas de las conclusiones, que resultan relevantes para la presente investigación fueron que la investigación ha demostrado que el espíritu emprendedor puede promoverse desde la enseñanza (b) la tesis ha permitido mejorar el marco de referencia para identificar prácticas educativas eficaces (c) la propuesta de relacionar coaching con emprendimiento, el autor la califica como una propuesta interesante y motivadora, mencionando varios autores respecto de diversas facetas de este tema:

En este estudio se destacó como automotivarse (Fazel, 2013); mediante el lenguaje verbal y no verbal (Marina, 2010; Roberts et al., 2015); ser competitivo y exceso de rendimiento; prevención del estrés (Vivas, 2003); autogestionarse para enfatizar en el ser humano (Gorrochotegui, 2011) estableciendo equilibrio (Doyle 2000; Echeverri, Valencia, Benjumea y Barrera, 2018; Fazel, 2013; Gwynn, 2018; Musicco, 2015); produciendo cambios en los alumnos en cuanto al liderazgo, planificación, gestión creatividad, la toma de decisiones como presupuesto para superar los obstáculos (Andrade, 2105; Marina, 2010). Además, fue innovador el uso de herramientas tecnológicas para el incentivo de la motivación a fin de que el estudiante pueda concatenarse con el mundo en el cual esta imbuido. (Ramírez y Fuentes, 2013; Stamboulis y Barlas, 2014)

Un análisis crítico muestra una investigación completamente cualitativa, planteada como un diseño de carácter descriptivo que sirve principalmente por su revisión del estado del arte actual, sin embargo, la investigación en si no entrega

resultados que sean generalizables ni aplicables en otras situaciones que aquellas en que se hizo el trabajo.

Vélez et al. (2020) en el artículo *La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios*, del Centro de Información Tecnológica (CIT), Chile, estudio de carácter no experimental, descriptiva, transversal, recolectando datos con una encuesta, basada en el instrumento desarrollado por Liñán y Chen (2009) validando el modelo de comportamiento planeado. Se realizaron encuestas en cinco universidades de la provincia de Ecuador, categorizadas según la Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior del Ecuador, se tomó una muestra aleatoria de 524 cuestionarios que se aplicaron entre los meses de mayo y agosto de 2018.

Se concluyó que en la familia hay poca visión de emprendimiento y que los alumnos muestran poca experiencia en cuanto al ámbito laboral, aun cuando se han capacitado y han realizado diversos cursos de emprendimientos.

Antecedentes Nacionales

Se ha encontrado un escaso número de publicaciones y tesis relevantes relacionadas con el coaching educativo en Chile, sin embargo, se puede encontrar bastante literatura sobre educación para el emprendimiento.

Analizando las variables de educación emprendedora condujo a la participación de capacitaciones de educación emprendedora mejora la intención emprendedora donde se relevando de manera exitosa la actividad de emprender y en consecuencia contribuyen positivamente a reforzar las habilidades y competencias emprendedoras de los alumnos.

Soria et al. (2016) en el artículo *Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio*, Chile, busca determinar el efecto de una formación sobre emprendimiento referido a la Intención emprendedora de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial en una universidad chilena. Investigación tipo aplicada, empírica, con enfoque mixto, de diseño cuasi-experimental

sobre una población de 90 alumnos se escogió una muestra de 62, se aplicó encuesta al inicio y al final del curso.

En el estudio no se indica validación ni confiabilidad del instrumento aplicado. Las conclusiones fueron que (a) Comprobando que el emprendimiento es afectado negativamente por el curso de emprendimiento (b) los sujetos que se percibían con mayor capacidad para comprobar la intención emprendedora afectada negativamente por el curso de emprendimiento, de manera global. El otro grupo con mayor detenimiento a emprender son los que están menores rentas familiares. Finalmente, el tercer grupo, donde la educación emprendedora universitaria puede afectar en la investigación educativa, de allí que el diagnóstico previo a los alumnos permite prediciendo de que manera influye el emprendimiento en los cursos de emprendimiento convencionales.

En un análisis crítico de las conclusiones parece notable que lo el curso de emprendimiento haya afectado negativamente la intención emprendedora de los estudiantes. Esto podría ser explicado por fallas de diseño, metodología al impartir el curso, cuyo objetivo es justamente lo contrario de lo que se concluye. Analizando las conclusiones se puede entender que, al menos en el caso de la investigación en comento el curso de emprendimiento no parece haber dado los resultados esperados, lo que puede afectar el valor de generalización de las conclusiones.

Los autores Atienza et al. (2016), en su artículo *Un análisis espacial del emprendimiento en Chile. Más no siempre es mejor*, Santiago de Chile, hace un análisis crítico de la estrategia pública de promoción de los emprendimientos al no considerar su distribución parcial y territorial en el país. La investigación aplicada, descriptiva, no experimental, de enfoque cuantitativo.

En la discusión de los resultados se indica tres aglomeraciones, uno en el eje nororiente de Santiago: emprendedores con educación universitaria e ingresos superiores. De las regiones tomadas formaron grupo de emprendedores de acuerdo a los altos ingresos, niveles bajos de educación, mientras que en la Araucanía: con un

clúster de emprendedores empobrecidos y con un niveles educativos muy bajos, lo cual se extiende a otros espacios como Maule y el BíoBío.

En esta investigación se puede ver claramente la importancia de los entornos geográficos y como las realidades regionales cambian la caracterización de los emprendimientos. Es interesante observar cómo las regiones de Arica y Parinacota, donde se lleva a cabo la presente investigación, así como la región de Tarapacá forman un clúster emprendedor con realidad propia y distintiva, factor que se debe tomar en cuenta al discutir los resultados, porque podrían variar la generalización de las conclusiones. Algunas conclusiones relevantes para la presente investigación fueron las políticas sobre Emprendimiento, en Chile, donde no se tomó en consideración el espacio, lugar donde el emprendimiento es menos productivo y creativo. (Lederman et al., 2014).

Estas políticas deben concatenarse con programas pro emprendimiento donde se orienten a potenciar habilidades de los emprendedores y el espacio circundante en el que desarrollan su actividad, donde el espacio no trata de identificar a los emprendedores con potencial de crecimiento, como propuso Shanes (2019), que se lleven a cabo acciones en espacios permitiendo la creación de lugares oportunos para que permitan florecer a los emprendedores.

La investigación buscó principalmente contribuir al diseño de políticas públicas eficaces y eficientes para promover la creación de emprendimientos a nivel regional en la República de Chile, en ese sentido se trata de un trabajo propositivo y crítico. Sin embargo, resulta útil en el marco de la presente investigación porque sustenta y ayuda a caracterizar el entorno regional en el cual se está investigando.

Gwynn (2016), en su tesis titulada *Coaching emprendedor: una estrategia apreciativa para desarrollar el emprendimiento femenino*, en desarrollo emprendedor e innovación, realiza una investigación a partir del análisis de datos estadísticos que caracterizan a emprendedoras chilenas. Se trata de un trabajo de investigación aplicada, descriptivo, con enfoque cualitativo de diseño no experimental. El trabajo analizó los resultados de la 4ª Encuesta de Microemprendimiento elaborada en conjunto por el

Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y la Unidad de Estudios del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

EL universo encuestado fue de 1.865.862 personas, entre emprendedoras y emprendedores. Se trata de un trabajo con enfoque de género por lo que se describen y se analizaron los resultados de una muestra desagregada de 709.933 emprendedoras. El propósito del trabajo el coaching como una estrategia de formación y perfeccionamiento que colabora, desde la práctica, en el desarrollo y fortalecimiento del emprendimiento femenino, basado los últimos estudios sobre el emprendimiento femenino en Chile utilizando como referencia la 4ª Encuesta de Microemprendimiento en el 2015. Se utilizó el cuestionarios y encuestas realizados entre el año 2015 y 2016 por la consultora Llave Creativa a mujeres emprendedoras y micro emprendedoras de Chile, y la experiencia entregada por los programas de coaching femenino implementados.

Concluyendo que las mujeres produzcan cambios que se enfatizan al transcurrir el tiempo modificando su quehacer, de esta manera, favorecen como promocionar y desarrollar el emprendimiento, tomando en consideración el género, intereses y requerimientos. Enfatizando en el cómo se transfiere la información, Lozano (2008), afirmó el coaching se conlleva a que él ser humano aprehenda logre transformaciones en el quehacer diario y la profesión de las personas.

Existen múltiples investigaciones sobre el coaching y sus resultados, producto a las eventualidades que se avizoran sobre el tema, sin embargo, existe consenso que para la realización de una intervención que demuestre la eficiencia del coaching emprendedor todas las teorías y estudios revisados sobre la habilidad del coach.

Un análisis crítico de esta investigación sugiere que las conclusiones, no parecen estar suficientemente sustentadas por los datos analizados, esto es, por el resultado de la 4ª Encuesta de Microemprendimiento emitida por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y la Unidad de Estudios del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Sin embargo, se ha incluido esta investigación por su interés como propuesta de trabajo y por su enfoque de género analizando la perspectiva de las mujeres que

emprenden, lo que llevó a esta investigación a ganar el segundo lugar en los premios de la categoría Mejores trabajos fin de Máster.

2.2 BASES TEÓRICAS

Variable 1. Coaching educativo

Definición de coaching educativo.

Sánchez (2013) recopilaron y describieron diversas definiciones de distintos autores sobre lo que es el coaching, entre las definiciones, señala las siguientes.

Entre los autores, Vilallonga (2003) planteó que es proceso que permite desarrollar potencialidades y capacidades profesionales. Rosinski (2008) argumentó que es arte porque deben potenciar a las personas a fin de lograr los objetivos significativos. Asimismo, Bous (2007) afirmó:

El coaching como un proceso sistemático de aprendizaje, focalizado en la situación presente y orientado al cambio, en el que se facilitan unos recursos y unas herramientas de trabajo específicas, que permiten la mejora del desempeño en aquellas áreas que las personas demandan (p. 11).

Por último, la International Coach Federation (2011) definió el coaching como la participación de los interesados en procesos creativos y estimulantes que inducen a potenciar el nivel personal y profesional. De allí que puede emitirse que este proceso emerge en el ser que lo realiza toma de decisiones oportunas en cuanto a lo personal para ayudarse a sí mismo, aprendiendo a partir de sus propias realidades y potenciando sus capacidades.

Todas estas definiciones revisan las diversas facetas en que se puede entender el coaching, y muestran que no existe una definición única y definitiva, sino que se trata de un concepto amplio y con muchas facetas, en nuestro caso el interés principal es la adquisición de habilidades emprendedoras mediante técnicas de coaching educativo, de tal manera que es adecuado extraer de estas definiciones los elementos que sirvan a este estudio, para así afinar el diseño y lograr resultados útiles y pertinentes.

El coaching educativo fue definido por Bécart y Ramírez (2016), quienes señalaron que en general es la aplicación del coaching para obtener objetivos educativos. Así es como se puede aplicar a diversos ámbitos, entre ellos menciona el coaching académico, es una de las dimensiones del coaching educativo, porque se concentra en los contextos de educación formal a fin de lograr aprendizajes significativos del alumno. Además, conduce a adquirir los conocimientos, potenciando las competencias, mediante el seguimiento de un plan de estudios dictado por el currículo académico, esta definición no es completamente aplicable a este estudio, puesto que el objetivo de este trabajo no es medir rendimiento académico, sino la adquisición de competencias y habilidades prácticas de valor para el emprendimiento, pero si se aplica a la segunda parte de la definición donde habla de adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias en el curso de los estudios académicos.

Dimensiones de la variable coaching educativo

Sobre este aspecto en especial, Sánchez y Boronat (2014), han determinado algunas variables a partir de la revisión de la teoría, la observación y las siguientes cuatro preguntas abiertas: ¿cuáles competencias debe tener un alumno?, ¿y para estar contextualizado en su medio?, ¿qué competencias estimas que más demanda la sociedad actual?, ¿y en el ámbito laboral? Determinaron las siguientes dimensiones para la variable de coaching educativo: capacidad de trabajo en equipo, autoestima, la creatividad o capacidad de aportar ideas innovadoras, capacidad de trabajadores, responsabilidad, amabilidad y sinceridad. Estas dimensiones parecen adecuarse ser pertinentes en la presente investigación.

Dimensión 1: Planificación de procesos de enseñanza

Sobre la planificación de procesos, Jiménez (2012) propuso las siguientes fases formativa y metodológica del coaching necesarias para el profesional docente:

- Identificación y selección de coach (s)

- Toma de contacto coach (s) coachee (s)
- Delimitación de situaciones - problemas (percepciones, creencias, conductas...)
- Diseño y planificación colaborativa de procesos de enseñanza - aprendizaje
- Implementación de procesos de enseñanza – aprendizaje
- Reflexión guiada sobre las intervenciones educativas

Esta propuesta permite estructurar de manera sencilla la planificación del proceso de enseñanza basada en coaching educativo, proponiendo un proceso bien estructurado para elaborar el diseño del programa de enseñanza.

Por otra parte, Withmore (2017) definió el modelo GROW de planificación, que es un enfoque que parece muy práctico para implementar un programa donde se potencie las capacidades emprendedoras basado en el coaching, este contempla las fases para planificar las sesiones de coaching

- Determinar metas (Goal)
- Establecer lo que ocurre en la actualidad de dicho entorno (Reality)
- Examinar las distintas opciones y estrategias de acción alternativas (Options)

Este modelo cubre las principales necesidades a considerar en la planificación de las sesiones y la estructura del programa en general, permitiendo diseñar los contenidos y resultados esperados de cada sesión de coaching. Se consideró pertinente aplicar para la presente investigación la propuesta de planificación de Jiménez en lo general y en particular para cada sesión la propuesta de Withmore.

Dimensión 2: Criterios para la selección y diseño

Para seleccionar el tema de investigación se usaron los criterios de pertinencia, es decir, que se trate de un tema importante de abordar para el cual las conclusiones pueden ser relevantes. También se usó el criterio de no duplicación, es decir se buscó previamente que el tema no hubiese sido abordado por una investigación similar, en el mismo entorno, etc. Lo que haría poco útiles las conclusiones y escasa la originalidad

del trabajo. Otro criterio que se utilizó para la selección era que el tema fuese de interés público y un aporte relevante para las autoridades encargadas de diseñar políticas públicas. También se tomó en cuenta al seleccionar el tema la posibilidad de que los resultados sean de aplicación práctica, como herramienta para actores públicos o privados que necesiten antecedentes sobre el tema estudiados con rigor científico.

Para el diseño de investigación se usaron como guía algunos ejemplos expuestos en el libro *Investigar con y para la sociedad* (2015), editado por la Asociación Interuniversitaria de Investigación Pedagógica (AIDIPE). En particular se escogió un paradigma de investigación mixto. Se utiliza la rúbrica como instrumento, la que fue validada por personal de la Universidad de Tarapacá. Además de responder a la guía, los expertos han sido invitados a un taller, donde se discutirá la pertinencia de la rúbrica y posibles perfeccionamientos a ella, si aplica.

Indicadores de la variable coaching educativo

Indicadores de la planificación de procesos de enseñanza

Diagnóstico situacional del estudiante

El diagnóstico situacional tiene como objetivo obtener una imagen fidedigna de la situación de los sujetos que serán objeto de este estudio, en el caso de los estudiantes se trata de dar conocer aspectos como los datos personales básicos; la situación de ingreso familiar y personal; composición de la familia; tipo de vivienda; situación de salud; rendimiento académico; expectativas vocacionales; aspectos de salud física y mental; características de personalidad; desempeño en su grupo social y cualquier otro aspecto que contribuya diseñar y construir los indicadores relacionados con la variable en estudio.

Esto permitió obtener una caracterización adecuada de la población en estudio y su problemática. Operacionalmente estos resultados se recolectaron aplicando un cuestionario donde se obtuvieron los factores de interés para el estudio.

El estudio se consultó la experiencia y resultados de López et al. (2017) quienes investigaron sobre aspectos de inclusividad, además, Lovatón (2012) planteó las ventajas y problemas del diagnóstico situacional de los estudiantes, así como el marco teórico en que esta herramienta se sustenta.

Como el diagnóstico situacional no es el tema principal de esta investigación, sino una herramienta auxiliar, se aplica un diagnóstico simplificado que consiste en la aplicación de un instrumento de elaboración propia. Se utilizará como base para esta rúbrica el modelo presentado en el documento Caracterización de estudiantes Universidad de Los Lagos ingreso 2015, elaborado por la Dirección de Análisis Institucional de la Universidad de Los Lagos, Osorno, Chile, adaptada a fines de la presente investigación.

Al igual que para la investigación principal, para el diagnóstico situacional del estudiante también se utiliza una rúbrica fue validada por juicio de expertos. Para el juicio de expertos, la rúbrica ha sido sometida a evaluación de tres profesores titulares de la Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Tarapacá, de Arica, Chile, quienes responden a una guía de evaluación pronunciándose sobre el grado de validez de la rúbrica a aplicar. Además de responder a la guía, los expertos han sido invitados a un taller, donde se discutirá la pertinencia de la rúbrica y posibles perfeccionamientos a ella, si aplica.

Logros de objetivos.

Según los autores Pérez y García (1995) las tres dimensiones más importantes para el diagnóstico son las biológicas, psicológicas y cognitivas. La dimensión biológica está relacionada principalmente con factores limitantes que enfrenta el estudiante, de particular importancia son los problemas de salud, desarrollo del lenguaje, desarrollo motor, dificultades derivadas de problemas ocurridos en la etapa pre y postnatal, así como el grado de madurez biológica, entre otros. La dimensión psicológica comprende aspectos relacionados con los intereses y la motivación del

estudiante, que inciden en el nivel de esfuerzo que coloca el estudiante para la obtención del logro.

Dentro de la dimensión psicológica también es interesante tratar de determinar las aptitudes, que determinan la potencialidad para ir más allá de los objetivos básicos. La tercera dimensión de interés es la cognitiva que son las habilidades del estudiante para comprender los contenidos y alcanzar las competencias deseadas. Estos son los objetivos que se han tomado en cuenta al diseñar el instrumento en relación a medir la capacidad de logro de las metas por parte del alumno.

Contenidos procedimentales

Según Arriaga (2015) los procesos educativos deben responder a los requerimientos de una economía globalizada, que será en la que el estudiante deberá desempeñarse luego de egresar, esto hace que la calidad del proceso educativo que se entrega pase a ser muy relevante. La gestión de calidad debe incluir a todas las partes del proceso educativo y su objetivo debe ser entregar con efectividad y eficiencia del quehacer del aprendizaje, tomando en cuenta que no es solo responsabilidad del estudiante que se cumpla con éxito sino también de la institución educativa. Esto incluye tomar en cuenta que cada estudiante es distinto y único con diferentes habilidades, estilos de aprendizaje y capacidades, así como con diverso origen étnico y socio cultural. Álvarez (2007) sostuvo:

Este hecho pone de manifiesto el reclamo de nuestra realidad socio-educativa en cuanto a la puesta en marcha de una acción entrada en el proceso de enseñanza aprendizaje con una finalidad de intervención para la mejora y el cambio: el diagnóstico educativo o pedagógico puede ser la respuesta (p. 56).

Evaluación final de contenido

Los procesos de evaluación en cualquier proceso de aprendizaje resultan complejos, pero esta complejidad se multiplica cuando se imparten programas de educación para el emprendimiento basados en coaching educativo. Una evaluación

equivocada puede influir muy negativamente sobre la motivación de los estudiantes, que es uno de los objetivos que se pretende conseguir, pero por otra parte es indispensable ser capaces de medir la eficacia y eficiencia del quehacer educativo, de manera en que se puede detectar concretamente los resultados, los contenidos y metodologías que funcionan y los que no.

Los autores González y Zúñiga (2011) propusieron el método CEPCES para evaluar el potencial emprendedor de un proyecto, que define las dimensiones emprendedor, cliente, proveedor, sociedad y competidor, a cada una de estas dimensiones asocia diez variables, es decir define cincuenta variables, que se ponderan en una escala de Likert para obtener un resultado cuantitativo, aunque no se considera adecuado para la presente investigación por su gran cantidad de variables y evalúa proyectos más que resultados pedagógicos.

Se recomienda desarrollar un instrumento de evaluación en el formato de encuesta, usando la Escala de Likert, que mida la autopercepción de los estudiantes de sus habilidades adquiridas. Otro instrumento de evaluación final podría ser la elaboración de un proyecto de emprendimiento presentado como trabajo final por cada uno de los alumnos, factible de ser evaluado por algunas de las variables propuestas por el método CEPCES.

La enseñanza de competencias emprendedoras se puede focalizar de distintas maneras, una de ellas es el análisis del entorno mediante salidas a terreno e investigación. Otra es plantear a los estudiantes determinados problemas para que propongan una solución, también se pueden desarrollar competencias emprendedoras pidiendo a los estudiantes que diseñen un proyecto de emprendimiento, entre otras formas de enseñanza que, aunque holísticas, son susceptibles de evaluación.

Asimismo, Quezada (2014) propuso un modelo para evaluar a las escuelas de negocios en su enfoque de emprendimiento, que establece las dimensiones: alumnos; profesores y autoridades; malla curricular; publicaciones y actividades. En torno a estas dimensiones propone un análisis general descriptivo e indicadores cuantitativos, usando una escala de 0 a 100. Esta aproximación estuvo enfocada en medir el

desempeño de las escuelas de negocio en cuanto a formadoras eficaces y eficientes de emprendedores, el método incluyó entrevistas en profundidad a docentes y autoridades, así como la valoración cualitativa de indicadores.

Se concluyó que la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, no es una facultad enfocada el emprendimiento, tal como lo reconocen profesores y estudiantes, pero a la vez señaló que el 90% de los estudiantes declararon las mejoras en cuanto al emprendimiento de la facultad, y al mismo tiempo hay evidencias que indican que cada año que pasan en la facultad, disminuyen su intención de emprender. Este porcentaje de interés en los estudiantes es muy relevante y hace pensar que sería interesante aplicar una evaluación similar en la Escuela de Negocios de la Universidad de Tarapacá.

Indicadores de la dimensión Criterios para la selección y diseño

Características del estudiante

La caracterización de los alumnos se ha elaborado en base al diagnóstico situacional. La importancia que las instituciones de educación ofrezcan a los estudiantiles ambientes donde existan condiciones favorables para su desarrollo y bienestar, donde se plasme un proceso de conocimiento de su realidad que se logra mediante su caracterización, con el objeto de Según lo señalado por el Centro de Investigaciones del Departamento de Bienestar Universitario, de la Fundación Universitaria del Área Andina (2005) “optimizando y maximizando el quehacer educativo y el bienestar hacia la comunidad estudiantil de la Fundación. Este enfoque coincidió con lo planteado en este estudio en cuanto a la caracterización del grupo de estudiantes sujeto de la presente investigación, sobre todo en el sentido de encontrar información que permitió favorecer el desarrollo y el bienestar de nuestros estudiantes y optimizar el quehacer educativo.

Lo que quiere enseñar el docente

Los objetivos de enseñanza se han determinado a partir de entrevistas en profundidad a los docentes que dictan los cursos relacionados con el emprendimiento usando herramientas del coaching educativo. Los principales intereses declarados en cuanto a contenidos a impartir se muestran a continuación.

Coaching y liderazgo

- Introducción al autoliderazgo
- Autoconocimiento
 - Preferencias de personalidad MTBI.
- Atención: sensoriales e intuitivos.
- Decisión: racionales y emocionales.
- Estilos de vida en juzgadores y perceptivos.
- Modelos de aprendizaje: modelo del erizo y modelo experiencial de Kolb
- Equipos y grupos de trabajo
- Habilidades
- Propósito estratégico

Emprendimiento

- Identificando oportunidades de negocio
- Cambios disruptivos
- Plan de negocios
- Fuentes de financiamiento
- Monetización
- Promoción y ventas

Lo que quiere aprender el estudiante

Para determinar que les interesa aprender a los estudiantes en materia de emprendimientos se usó como instrumento un cuestionario estructurado y un focus group con una muestra de los alumnos, pudiendo determinarse sus intereses.

2Teoría que sustenta el coaching educativo

El coaching es una disciplina nueva que todavía se encuentra en su etapa de desarrollo. Es por ello que autores como Brotman y Wasylyshyn (1998) señalaron la necesidad de que quienes están trabajando en el campo del coaching promuevan una comprensión más completa sobre lo que se entiende por efectividad en esta área, especialmente que sean más específicos en definir qué clase de cambios de comportamiento son los que se espera obtener.

La definición de coaching según Grant (2001) es interesante, pues lo describió como: un sistema que conduce a solventar los resultados, donde el coach induce el aprendizaje autodirigido, el crecimiento personal y el incremento de la experiencia de vida, así como el rendimiento en los dominios determinados por el coachee.

En esta definición se usan los términos coach para el instructor y coachee para quien recibe la instrucción. También menciona que en una revisión de la literatura revisada por pares se encuentra en cierta medida apoyo para la efectividad del coaching, de allí, que el estudio se centra en el coaching direccionado a la infancia.

Sanhueza (2007), en su investigación *Coaching: su constructo y su concepción desde la perspectiva cognitivo-conductual*, la Universidad de Chile, Santiago, Chile, afirmó que el coaching tiene múltiples definiciones, donde existen varios teóricos que tratan el tema.

Sobre los orígenes del coaching Sanhueza (2007a) los remonta al método socrático, pero agrega

En un nivel histórico más inmediato, Zeuss y Skiffington (2000) encuentran el origen del coaching personal en los programas de educación desarrollados en la década de 1960, mientras los términos coaching

ejecutivo y coaching empresarial provendrían de los programas de liderazgo realizados en la década de 1980. ...los principios del coaching se concentran a diversos temas sobre la psicología y la educación.... (p.9).

Bayón, et al. (2019) destacan el papel de la cognición en el desarrollo de la Teoría como el elemento sobre el que más se ha trabajado proponiendo cambios y desarrollo, buscando conocer, razonar e intelectualizar el mundo, y esta facultad cognitiva tiene una vinculación con el lenguaje, porque es una herramienta que induce a la inteligencia, y con la que se pueden desarrollarse varios conceptos propios de la vida en la cual se desenvuelve el ser humano.

Además, Bayon (2019) consideró que la taxonomía distingue entre coaching de vida (individual) y coaching profesional (individual y equipos), este último tiene las siguientes sub disciplinas: profesional, ejecutivo, estratégico y organizacional. El proceso de coaching lo divide en etapas como "describe lo actual (áreas de mejora y dificultad), descripción de la situación deseada (objetivos y metas), mapa de opciones y recursos (generación y selección), plan de acción (plan específico de acciones a emprender) y resultados. Las fases del proceso se definen como: acuerdo, preparación, ejecución (con las sub fases de sesión inicial, sesiones de desarrollo y sesiones de conclusiones), para concluir con las fases de seguimiento y de evaluación.

En cuanto al coaching de vida (life coaching) se distinguen tres distintos paradigmas: el anglosajón que se caracteriza por ser práctico, buscando resultados concretos buscando que el esfuerzo valga la pena; el paradigma sudamericano también conocido como coaching ontológico basado en las relaciones de lenguaje que crean lazos emocionales entre las personas y son la base del aprendizaje de acuerdo a la premisa el lenguaje crea realidad. Finalmente se menciona el paradigma europeo sustentado en la fenomenología y la psicología humanista enfatizando su actuar en los seres humanos y su potencial. El coaching se ve como un proceso de desarrollo del potencial del coachee. Mas centrado en apoyar su aprendizaje que en enseñarle.

Renton (2009) hace una interesante distinción entre coaching y mentoring (mentoría), explicando la diferencia entre ambos procesos, así como las ventajas y

desventajas de cada uno. Define al mentoring como una “alternativa más barata y simple” al coaching.

Acercas de esta última señala que a finales de los 1970 e inicio de los 1980 el coaching impactaría la vida corporativa, convirtiéndose en una herramienta que ayudaría a los gerentes a desarrollar rendimiento, más que simplemente corregir las deficiencias percibidas, en el Reino Unido también comenzó ser un instrumento útil para lograr que aprendan a dar resupuesta a través de discusiones guiadas y actividades. También psicólogos impactaron como: Adler (austriaco estadounidense, 1879), Arguirys (estadounidense, 1923), Bandler (estadounidense, 1950), Dilts (estadounidense, 1955), Csikszentmihalyi (Húngaro-estadounidense, 1934), y otros gurús.

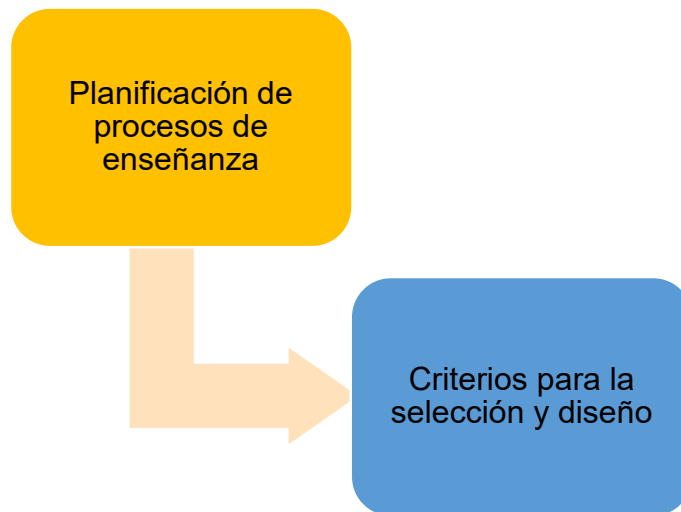
Además, mentoring, califica como el mundo describe a los mentores como esos personajes extraordinarios que han tenido una enorme influencia en nuestras vidas. Los describe como gente que aconseja y hacen recomendaciones como expertos, teniendo una experiencia personal (valiosa) que entregar. Si bien los mentores pueden ser un elemento fundamental para el coaching, es interesante preguntar si pueden existir mentores capaces de lidiar con la complejidad de nuestra época, donde las fortalezas y debilidades del mentoring se comparan con el coaching, específicamente en ejemplos históricos y anecdóticos.

Se desarrolló una extensa descripción de la industria del coaching, sus pioneros y reseñas biográficas con sus respectivas contribuciones a la disciplina, de esta manera el libro permite hacerse una idea del desarrollo histórico del coaching, enfocado principalmente en el mundo corporativo, pero resulta de interés en la presente investigación porque ese es el origen del coaching educacional y la mayoría de los fundamentos teóricos son compartidos.

Modelo en el que se sustenta el coaching educativo

Figura 1

Modelo del Coaching educativo



Variable 2. Emprendimiento

Definición de emprendimiento

El emprendimiento es un fenómeno multifacético que ha sido caracterizado por diferentes definiciones, según el aspecto al que le dan mayor importancia. El emprendimiento ha adquirido características que lo distinguen de las pequeñas empresas tradicionales, no importa cuán innovadoras estas hayan sido, en particular se distinguen por el origen del capital.

El emprendedor tecnológico casi no arriesga activos propios, sino que ofrece su idea a cambio de que otros lo capitalicen y se hagan socios, compartiendo las ganancias. De esta manera puede obtener un capital mucho mayor que si arriesgara recursos propios, en la medida que pueda encontrar inversores que se entusiasmen con su idea. De esta manera, el primer producto que venden los emprendedores tecnológicos es su

propia idea de negocio. Es muy importante comprender esta diferencia entre los emprendimientos tecnológicos y las pequeñas empresas tradicionales, porque se trata de dos modelos de negocio muy diferentes que a menudo se confunden.

Según Bucardo et al. (2015), hacen distinción entre emprendedores y empresarios estos términos se usan de manera similar, pero un emprendedor no conduce a ser un hombre de negocios, ni un hombre de negocios es necesariamente un emprendedor, aunque existen más casos de emprendedores y hombre de negocios muy relevantes como (Jobs, Gates, Dell, por citar algunos de los más conocidos).

Así mismo, señalaron algunas características que los diferencian, luego comentan a diferentes autores sobre la caracterización del emprendimiento, señalando en general que lo que diferencia a empresarios de emprendedores es la mayor propensión a las innovaciones disruptivas y al riesgo de estas últimos, mientras que los empresarios suelen ser más cautelosos y centrados en la buena administración.

Morro (2019) sugirió la idea que el emprendedor es el primer motor del capitalismo al aportar innovación disruptiva y muchos autores han repetido esta opinión en diversos estudios para diferenciar emprendedores de empresarios. Sin embargo, se olvida que Shumpeter escribió sus ideas describiendo fenómenos que existían mucho antes de los emprendimientos tecnológicos pasaron a caracterizar al emprendimiento y darle la popularidad intelectual de la que hoy goza. Parece más plausible un enfoque crítico a esta idea, porque Shumpeter, al hablar de emprendedores, se refiere a capitalistas como fueron Ford o Edison que hoy se entenderían como empresarios. Incluso los hombres de negocios van direccionado a proceso de modernización, lo cual puede inducirlo a ser emprendedores del momento.

En efecto, hay que entender al empresario como alguien que, apuesta su propio capital en un proyecto, mientras que un emprendedor, como los tecnológicos de Silicon Valley, en realidad son vendedores de su idea de negocio que buscan que alguien los financie a cambio de una participación en la propiedad y las ganancias. Este esquema solo se ha hecho factible desde la aparición de los emprendimientos tecnológicos, donde una idea buena, o presentada de manera convincente, puede decidir a

inversionistas a arriesgar capital en ella, con la esperanza de obtener enormes ganancias como lo hicieron quienes compraron las primeras acciones de Apple, Google, Amazon o Microsoft entre otros emprendimientos de esa clase.

Oser et al. (1980) enfatizaron en la distinción entre el significado de ser emprendedor, donde todo se centraba en innovación y disrupción, como fue la producción en línea de montaje según Henry Ford, y el concepto de emprendedor de Silicon Valley y negocios tecnológicos similares donde además se asumen grandes riesgos y no hay un castigo importante para el fracaso empresarial.

La importancia de esta distinción es que existen muchas políticas públicas en todo el mundo destinadas a fomentar y financiar los emprendimientos, justificadas con el ejemplo de los emprendimientos tecnológicos que han creado mucha riqueza. Sin embargo, muchos de los proyectos que se financian o subsidian con dineros públicos son simplemente pequeñas empresas convencionales, algunas muy innovadoras, pero al no tener un fuerte respaldo de capitalistas ángeles dispuestos a apostar su dinero en ellas, se financia con dineros públicos que rara vez son suficientes. Este problema de considerar pequeñas empresas convencionales como si fuesen “unicornios”, con potencial de crear enorme valor, ayuda a entender muchos fracasos de estas políticas públicas, entre las cuales se encuentra la educación para el emprendimiento.

Sánchez et al. (2017) destacaron un modelo teórico del emprendimiento como la intersección de tres dimensiones: Economía, Sociología y Psicología donde destacan el valor para la sociedad de formar personas con capacidades para crear sus propios negocios y autoemplearse. El problema, como hacen notar los autores, es como obtener los resultados prácticos buscados. De esta manera la educación en emprendimiento permite inducir a ideas en progreso. (Gibb, 2002; Sogunro, 2004).

Por otra parte, en la práctica, el éxito o fracaso de los emprendimientos no depende solamente de la actitud a las competencias del emprendedor. Ni del talento y el conocimiento técnico, que han sido indispensables, pero no suficientes para garantizar el éxito de los emprendimientos tecnológicos. Hay emprendedores con gran talento, conocimiento, competencias y aptitudes personales que fracasan, porque, como

en todos los negocios, uno de los factores más determinantes de éxito o fracaso es el azar. Como ese elemento esencial no se adquiere en un proceso de enseñanza y aprendizaje resulta difícil establecer relaciones de causa-efecto para evaluar la efectividad de los enfoques educativos.

Dimensiones de la variable emprendimiento

Motivación

Gómez et al. (2013), escribieron tres clases diferentes de motivación de los emprendedores en los siguientes términos en relación de la actividad empresarial, el emprendimiento por oportunidad, reconociendo oportunidad o necesidad, aunque no como único motivo principal. De allí que la motivación interna, conlleve al éxito de los emprendimientos.

López et al. (2016), plantearon *Motivación para el emprendimiento en México: un estudio comparativo de género*, plantean que las motivaciones para emprender, resaltando cuatro factores resultantes. Dichos factores motivacionales son condicionados por entornos culturales y geográficos.

Innovación

Las teorías del emprendimiento, a partir de las ideas de Shumpeter en adelante, la innovación se considera una de las características más importantes, si no la fundamental de toda actividad emprendedora.

Vicens y Grullon, (2011) en el documento de debate IDB-DP-202 *Innovación y emprendimiento, un modelo basado en el desarrollo del emprendedor*, publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo en Santo Domingo, plantearon el desarrollo del emprendimiento enfocado en la persona más que en una idea o un plan de negocios. Analiza las características de los programas de desarrollo de emprendedores a nivel global y presenta una muestra representativa de las mejores prácticas. De acuerdo a las conclusiones se definen las características y componentes de un nuevo modelo de

desarrollo de emprendedores y se presentan recomendaciones para implantarlo en toda América.

Este modelo conlleva a la transformación de emprendimientos tradicionales, acoplados con un plan de negocios, al énfasis donde se doten a los emprendedores creando nuevas perspectivas innovadoras logrando emprendimientos globales. El modelo propuesto por la publicación se hace cargo de la realidad que las políticas públicas de promoción, apoyo y formación de emprendedores no han dado los resultados esperados y los cambios que propone.

Planificación

La capacidad de planificar adecuadamente es otra de las competencias importantes mencionadas en la literatura, especialmente para las primeras etapas de un emprendimiento donde la improvisación puede resultar altamente perjudicial para los resultados. Sastre (2013) mencionó que los elementos que conducen al éxito de los emprendimientos dependerán cada persona. Además, los emprendedores/as potenciales, parte de una planificación que induce al emprendimiento. De esta manera, se esparce a partir de las experiencias con su emprendimiento. De allí, que algunas de las causas planteadas en el fracaso de los emprendimientos los grupos.

En efecto, se manifestaron Herruso et al. (2019) en su completo trabajo de recopilación centrado especialmente en la clase de competencias que resulta deseable desarrollar entre los estudiantes para fortalecer su capacidad emprendedora, al respecto concluyen que las instituciones participantes en esta investigación, deben fortalecer las competencias en las pautas de poder de sus estudiantes tales como: persuasión y redes de apoyo, y, autoconfianza. Enfatizando el emprendimiento en la fortaleza que existe en las pautas de planificación: planeación sistemática, búsqueda de información y fijación de metas.

Indicadores de la dimensión Motivación

Liderazgo

El indicador de liderazgo busca medir cuanto el grado de influencia que un individuo hasta ejercer sobre otros de su ámbito, su capacidad de motivación, apoyo y guía a los demás para hacerlos llevar a cabo una tarea de manera que se puedan lograr los objetivos fijados. La capacidad de generar confianza y lograr que lo sigan con entusiasmo es lo que se pretende medir con esta variable.

Perseverancia

El indicador perseverancia busca medir la capacidad para persistir en la búsqueda de meta a pesar de las dificultades y fracasos y es muchas veces referida como esencial para las metas y objetivos propuestos. Una de las ideas más reconocidas en la actualidad al respecto, es la “teoría del Grit”, formulada por Duckworth (2016) donde a partir de un análisis a los cadetes que fracasan y los que logran superar el primer año en la Academia Militar de West Point, en los Estados Unidos concluye que la pasión y la perseverancia son los dos factores fundamentales para lograr objetivos difíciles. Esta autora habla de la pasión como un sentimiento persistente en el tiempo (a diferencia del mero entusiasmo) como combustible que alimenta a la perseverancia.

Indicadores de la dimensión Innovación

Imaginación

El indicador de imaginación busca medir la capacidad de crear mentalmente nuevas realidades. La imaginación está relacionada con la fantasía, que permite crear entes o situaciones que no existen a partir de la combinación de otros que si existen. La imaginación es un proceso cognitivo donde el ser puede manipular información creando representación la cual es percibida (Drubach et al., 2007, p. 9). Peñaherrera, et al. (2012) señalaron la importancia de la imaginación como requisito previo a la

creatividad y la innovación en los siguientes términos: el término creatividad en la praxis educativa, implica manejo de las dimensiones del conocimiento .

Por otra parte, Vigotsky (1981) consideró que la creatividad está implícito en el hombre, y se potencia, o sea, no es único en los genios, lo esencial es que se transforma, o es significativo cuando se compara con las grandes personalidades creativas de la historia.

Creatividad

El indicador creatividad busca medir la capacidad de producir cosas nuevas, aunque estas no sean necesariamente originales, una solución puede ser creativa incluso cuando se basa en cosas ya conocidas, pero estas se combinan de una manera nueva para así obtener mejores resultados. Se trata de una capacidad característica que existe en todos los seres humanos. Existen muchas definiciones distintas de creatividad, todas tienen en común el concepto de nuevo. Montoya (2015) considera que la creatividad implica emprendimiento e innovación, por ser el centro neurálgico ya que, sin ella, solo quedaría la imitación y además agrega que en aquellas organizaciones en las que sus miembros perciben el sistema de remuneración premia el desarrollo y éxito de emprendimiento organizacional se debe potenciar el comportamiento.

Peña et al. (2012) señalaron que la creatividad es una competencia importante en todos aquellos emprendedores que buscan emplearse por cuenta propia, haciendo hincapié en la relevancia de la creatividad e innovación en tecnología. Donde la creatividad se concatena elementos esenciales del ser humano que ejecutan una actividad económica por propia cuenta, donde esté presente habilidades personales y profesionales, de esta manera la creatividad le ofrece alternativas a los problemas y cambios en la oferta y demanda generado constantemente en los mercados. En un medio donde los avances tecnológicos producen constantes variaciones en los gustos y necesidades de los consumidores, la creatividad es asociada con la innovación, en este caso la innovación tecnológica.

Organización

El organizar es otra dimensión considerada importante para desarrollar competencias emprendedoras según diversos autores. Osorio y Pereira (2011) señalaron que todas las personas pueden ser independientes de acuerdo a la visión que tenga de la realidad en la cual esta imbuida. Pero Busenitz et al. (2003) afirmaron que la oportunidad sin la percepción no se logra las metas, es necesario interpretar lo que los emprendedores plantean, porque sin la capacidad de organizar y mantener una organización para explotar esta oportunidad.

En el mismo sentido, Ovalles et. al. (2016), destacaron la importancia de la capacidad de planificar dentro de las habilidades técnicas necesarias para adquirir competencias de emprendimiento en los siguientes términos: Para Henry et. al, (2005) citados por Elmuti, Khoury & Omran (2012), mencionaron, “las habilidades que se requieren por los emprendedores se dividen en tres categorías distintas: habilidades técnicas, de gestión empresarial y emprendedoras personales” (p. 89).

Indicadores de la dimensión planificación

Deseos de superación

El indicador de deseos de superación está ligado a la ambición que motiva y empuja a los sujetos en estudio. Según Martínez et al. (2011) los deseos de superación son el principal motivo por el que los sujetos objeto de su investigación desean seguir estudiando y este resultado se encuentra también en otros ámbitos, en especial el del emprendimiento.

Marulanda et al. (2018) indicaron que una de las motivaciones de tipo personal más importantes es el deseo de superarse, como indica en donde deben elementos de orden psicológico y de bienestar laboral, así como lo económico. Motivaciones como nivel de logro e independencia y el deseo que induce al emprendedor (Varela & Bedoya, 2006).

Metas

La capacidad de fijarse metas señalada por Rodríguez (2009) dentro de un paradigma antropológico que describe la mentalidad del emprendedor como resultados de la influencia de quienes no ejecutan la acción, con consecuencias valiosas para quienes si reciben la acción. Además, agrupa las metas según tres clases: externas; internas y externas; internas, externas y trascendentes, en los siguientes términos, donde los esquemas de como motivar conducen al emprender en las diferentes organizaciones, basado en metas externas, externas e internas y la combinación de las anteriores con las trascendentes.

Respecto a como desarrollar la capacidad de los emprendedores para fijarse metas, Sánchez et al. (2015) señalaron que: el Ministerio de Educación del Perú (2009) la educación básica se enfocó en las actitudes de los estudiantes, tales como: disposición emprendedora y confianza en sí mismo, voluntad y automotivación a fin de lograr metas. Toma de la decisión y actuación, trabajo cooperativo, resaltando la biodiversidad del país en función del desarrollo sostenible.

Teoría que sustenta el emprendimiento

El sustento teórico más citado en las teorías del emprendimiento se encuentra en la idea de la innovación como clave del sistema capitalista, descrita por Shumpeter. Popescu (1963), enfatizó esta explicación del desarrollo económico de Shumpeter basada en la innovación a nivel económico, que se originan a nivel interno, delimitando los datos económicos, como la población, el marco institucional, el progreso técnico, de esta manera, el proceso económico implica un cambio espontáneo y discontinuo en los cauces del circuito económico.

De allí que el agente dinámico del desarrollo económico son las innovaciones, de allí que al combinar los siguientes aspectos como son: a) Introducción de un nuevo bien o nueva calidad de un bien, b) Inducción del método de producción, c) Nuevos mercados, d) Fuentes primas de materias y e) La organización industrial se reestructura.

De allí que al realizar las combinaciones en las empresas se plantea un hombre con futuros negocios, audaz, emprendedor, arriesgado, dinámico, un verdadero empresario, capaz de fundar nuevas empresas (en los cinco sentidos de la innovación definida más arriba), y de conseguir el capital bancario para el nuevo proyecto.

Según Shumpeteriano queda descrito el sustento teórico de quienes hoy se identifican como emprendedores, actores disruptivos que desplazan los antiguos modos mediante alteraciones del equilibrio, agentes de cambio que junto con destruir los antiguos modos crean otros nuevos que los reemplazan con ventaja.

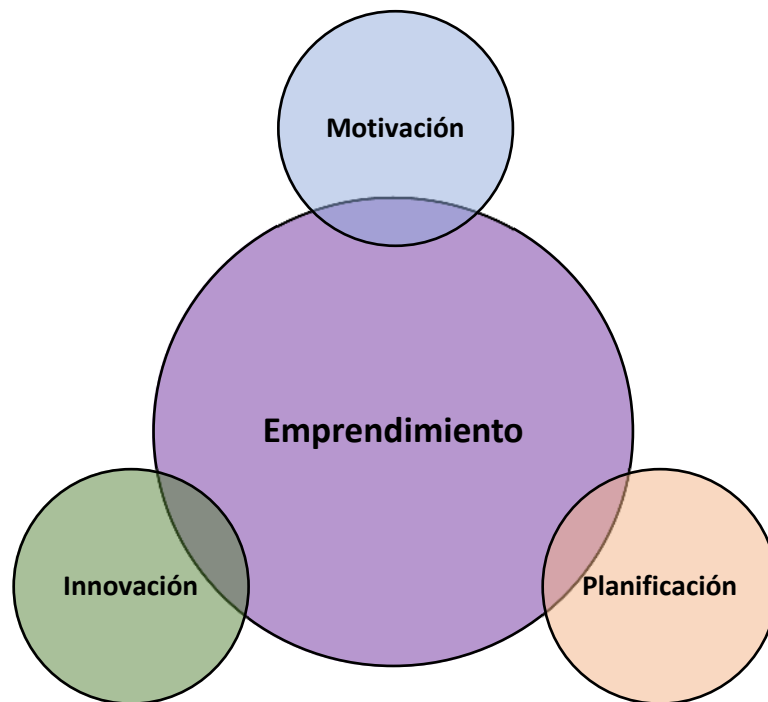
Resulta interesante observar de qué manera la creación de empresas de alta tecnología a partir de recursos iniciales muy escasos, ha logrado un impacto económico enorme junto con un alcance global. Este modelo ha sido asimilado al empresario shumpeteriano, especialmente debido al gran peso que ha tenido la creatividad en el éxito de los emprendimientos tecnológicos. El actual auge de estos emprendimientos tecnológicos ha sido descrito bajo el enfoque que la innovación es lo único que explica el éxito de industrias enormes surgidas prácticamente de la nada, que han sido fundadas muchas veces por jóvenes estudiantes convertidos en tiempo inusualmente corto en las fortunas más grandes del mundo. La explicación teórica generalmente aceptada es que se trata de personas excepcionalmente innovadoras y que esa ha sido la explicación de su enorme crecimiento.

Basados en este supuesto, Vicens y Grulon (2011) plantea con un sentido crítico, parece a lo menos discutible. Es verdad que todo avance de la tecnología es intrínsecamente innovador, puesto que se basa en investigaciones de ciencia base y sus descubrimientos, pero eso no garantiza que toda innovación producirá un desarrollo parecido al de las industrias de alta tecnología, pues estos desarrollos explosivos han ocurrido más que por la sola innovación, por el potencial económico que han tenido ciertos avances técnicos, en campos como la electrónica, farmacéutica, informática y otros por el estilo. Los emprendimientos de alto valor están especialmente ligados a la alta tecnología y hay muchas otras actividades económicas tradicionales en las que la sola innovación no parece ser suficiente para inducir altos niveles de desarrollo.

De acuerdo a cada aspecto tratado, es una opción abierta hasta qué punto la sola innovación puede tener resultados en los sectores económicos tradicionales, solo el tiempo permitirá dilucidar este punto, pero conviene tenerlo presente especialmente al diseñar políticas públicas de fomento y educación al emprendimiento, que podrían resultar limitadas en términos de la eficiencia de sus resultados.

Figura 2

Modelo que sustentan el emprendimiento



2.3 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

Coaching educativo:

Implica comunicación horizontal entre clientes, tomando en consideración las habilidades específicas fundamentales para lograr los objetivos marcados por ambas partes (entrenador y entrenado) en el campo de la educación.

Organización:

“Proceso de gestión que conduce a distribuir y dosificar los elementos, procesos y factores del sistema educativo. Una organización comprende en esencia dos tipos de recursos: técnicos (materia prima, equipo, capital) y humanos (trabajo, ideas, habilidades)”. (Muñoz, 2004, p. 90).

Planificación de la enseñanza.

Implica reorganizar la praxis educativa, donde el profesor debe establecer: inicio, mitad, final del año; permitiendo la auto-reflexión por parte del docente con sus pares y con los alumnos a fin de lograr los aprendizajes significativos (Carrasco *et al*, 2016, p. 45).

Planeación:

Implica delimitar cada acción que se trazará a partir de objetivos, actividades y metas puntuales para inducir el aprendizaje significativo. (Alvarado, 2005, p. 23).

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 HIPÓTESIS

3.1.1 Hipótesis General

Hipótesis alterna

Coaching educativo se relaciona directa y significativamente con el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis nula

El coaching no se relaciona directa y significativamente con el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis Específicas

Hipótesis específica 1

Hipótesis alterna

El coaching educativo se relaciona directa y significativamente con la motivación en los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis nula

El coaching educativo no se relaciona directa y significativamente con la motivación de los estudiantes del primer ciclo de la carrera Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis específica 2***Hipótesis alterna***

El coaching educativo se relaciona directa y significativamente con la innovación en los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis nula

El coaching educativo no se relaciona directa y significativamente con la innovación de los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis específica 3***Hipótesis alterna***

El coaching educativo se relaciona directa y significativamente con la planificación en los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis nula

El coaching educativo no se relaciona directa y significativamente con la planificación en los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.2.1. Identificación de la variable independiente, indicadores y escala de estimación.

Se considera como variable independiente el coaching educativo

Tabla 1

Variable independiente: Coaching educativo.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
1 Coaching educativo	Planificación de procesos de enseñanza	Diagnóstico situacional del estudiante	26, 27, 28, 29	Ordinal
		Logros de objetivos	30, 31	Muy de Acuerdo (MDA),
		Contenidos procedimentales	32, 33	De acuerdo (DA),
		Evaluación final de contenido	34, 35	Neutro (N),
	Criterios para la selección y diseño	Características del estudiante	36, 37, 38, 39, 40	En desacuerdo (ED)
		Lo que quiere enseñar el docente	41, 42, 43, 44	Muy en Desacuerdo (MED)
		Lo que quiere aprender el alumno	45, 46, 47	

3.2.2 Identificación de la variable dependiente

La variable dependiente el Emprendimiento

Tabla 2*Variable dependiente: Emprendimiento*

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
2 Emprendimiento	Motivación	Liderazgo	1, 2, 3, 4,	Ordinal
		Perseverancia	5, 6 7, 8	
	Innovación	Metas	10, 12, 14, 24	Muy de Acuerdo (MDA),
		Organización	11, 13	De acuerdo (DA),
		Imaginación	15, 16, 17, 18	Neutro (N),
	Planificación	Creatividad	19, 20, 21, 22	En desacuerdo (ED)
			Deseos de superación	9, 23, 25

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio de tipo básica se centró en indagar en nuevos aprendizajes de tal forma que se analiza y amplía el estado del arte a las variables coaching educativo y emprendimiento. (Lozada, 2014). Buscó establecer la relación que existe entre coaching educativo y el emprendimiento, se relacionan en cuanto a que los estudiantes logren un aprendizaje significativo.

3.4 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Hernández et al. (2014), plantearon que las investigaciones descriptivas correlacionales conducen a enfatizar a hechos nuevos en la investigación, generando relaciones entre variables. Se plasma las variables posteriormente, se establecen las pruebas de hipótesis correlacionales se aplican técnicas estadísticas, estimando la relación, aun cuando en este tipo de estudio no se aborda directamente las relaciones causales, puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno. Se estableció la correlación que se da entre ellas, evaluando ambas en los estudiantes del

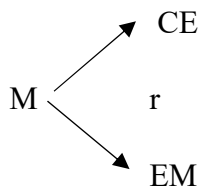
primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020, mediante la aplicación del cuestionario, delimitando la relación que existe entre ambas variables.

3.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Es la estrategia adoptada por quien investiga recopilando información coherente y pertinente para dar respuesta a un problema planteado (Hernández, Fernández y Lucio, 2014). Lo que implica que la estrategia conlleva a seleccionar los datos más resaltantes para efectuar cualquier estudio en el tiempo y espacio determinado.

En efecto, es un estudio de corte transversal, debido a que el estudio se efectuó en un momento determinado. Por otra parte, Ortiz (2004) enfatizó: “evaluandose la relación entre las variables en un espacio de tiempo determinado” (p. 48).

Además, es un diseño correlacional, permite conocer la relación entre dos variables que no son dependientes una de la otra. Según Hernández et al. (2014), el diseño correlacional es “la relación existente entre las variables” (p. 92), conociendo de esta manera, la correlación entre el coaching educativo en los alumnos del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile. Seguidamente, se presenta así:



Dónde:

M = Muestra de la población;

CE = Relación de la variable 1. coaching educativo (CE)

r = Coeficiente de correlación entre las variables.

EM = Relación de la variable 2. Emprendimiento (EM)

3.6 ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio se aplicó a los alumnos de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población y la muestra corresponde a todos los alumnos de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, para la versión 2020 de la Facultad y Economía de la misma casa de Estudios.

3.7.1 Unidad De estudio

Permite obtener las personas, que están imbricadas con el proceso investigativo (Cohen y Gómez, 2019). De allí que la unidad de análisis de la investigación corresponde a la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

3.7.2 Población

Según Cohen y Gómez (2019), señalaron que es un segmento de la población a fin de lograr investigar sobre un aspecto en particular. Se determinó con ellos el lugar del estudio, el tiempo del mismo. Además, en la presente investigación la población correspondió a los 63 alumnos del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

3.7.3 Muestra

La muestra implica que es una parte de la población con el objetivo de ser estudiado las unidades. En la presente investigación se utilizó la muestra no probabilística.

De acuerdo a lo planteado, la técnica de muestreo utilizada fue censo poblacional, tomando la muestra total, esta es no es intencional porque depende de la decisión del investigador, los objetivos planteados y la intención de medir como el coaching educativo se relaciona con el emprendimiento. La muestra estuvo constituida

por los 63 alumnos del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

3.8 PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.8.1 Procedimiento

Partió solicitando los permisos para tener acceso a los alumnos del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020, se conversó con la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad para solicitar el permiso a fin de recoger los datos, se diseñó el instrumento. El cuestionario fue dirigido a los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020, seguidamente se procesó y presentó los datos en Excel.

3.8.2 Técnicas

La técnica de obtención de datos utilizada fue la encuesta, porque cualquiera de sus formas escritas o verbales buscan aspectos puntuales sobre elementos específicos.

3.8.2 Instrumentos

Como instrumento se empleó un cuestionario con escalamiento tipo Likert; según Hernández et al. (2014c) “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes” (p. 245). De allí que los encuestados debieron dar sus respuestas en cualquiera de las siguientes alternativas de respuestas: Muy de Acuerdo (MDA), De acuerdo (DA), Neutro (N), En desacuerdo (ED) y Muy en Desacuerdo (MED).

En cuanto a la validez del instrumento se realizó a través de la validez de contenido o criterio de expertos, de acuerdo a Aroca (2016) planteó:

Seleccionando un número impar de jueces entregarle una copia del instrumento a cada uno junto con un formato que se diseña especialmente para este fin... Cada uno de los jueces debe marcar en el formato la

correspondencia que a su juicio existe entre cada uno de los ítems del instrumento y cada uno de los objetivos de la investigación (p. 17).

Para la investigación se diseñó un cuestionario estructurado aplicado estuvo compuesto por 48 preguntas, con el objeto de recolectar datos cuantitativos que permitan probar o refutar las hipótesis planteadas, sometiendo las preguntas cerradas a un análisis estadístico con el software IBM SPSS Statistics. El cuestionario se presentó en el (Apéndice B). Los expertos que validaron el documento fueron los siguientes: Daniel Omar Viera Castillo, Doctor en Administración, , Mónica Navarrete Álvarez, Doctora en Modelización Económica Aplicada, Universidad Autónoma de Madrid, España

Construcción del instrumento

La construcción del instrumento se basó en el trabajo de Alcaraz y Villasana (2015) “Construcción y validación de un instrumento para medir competencias emprendedoras”. Los autores consultan ocho cuestionarios validados que se presentan en el Apéndice 3 y para el diseño usan una metodología que define operativamente las competencias de interés, identifica los comportamientos asociados a cada competencia y desarrolla los constructos que luego pasan a ser validados por juicio de expertos.

Siguiendo esa metodología y en base a los autores consultados se pasó a la definición operativa de las competencias de interés, las siguientes preguntas acordes a las variables y dimensiones establecidas:

Dimensión Liderazgo: preguntas 1 a 6

Dimensión Perseverancia: preguntas 7 a 8

Dimensión Metas: preguntas 10, 12, 14

Dimensión Organización: preguntas 11, 13

Dimensión Imaginación: preguntas 15 a 18

Dimensión Creatividad: preguntas 19 a 22

Dimensión Deseo de Superación: preguntas 9, 23, 25

Dimensión Diagnóstico: preguntas 26 a 29

Dimensión Logros: preguntas 30 a 32

Dimensión Evaluación Final: preguntas 33 a 35

Dimensión Características del Estudiante: preguntas 36 a 40

Dimensión Lo que el Docente quiere que Aprendan: preguntas 41 a 44

Dimensión Lo que el Alumno Quiere Aprender: preguntas 45 a 47

Confiabilidad

Tamayo y Tamayo (2012) señalaron que: “la confiabilidad de un instrumento es el grado en el cual su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados” (p. 242). En esta investigación, la confiabilidad del instrumento determinó con la aplicación de una prueba piloto a un grupo de alumnos que no forman parte de la investigación, sin embargo, presenta características similares a la muestra en estudio.

Dónde:

α = Coeficiente de confiabilidad de Cronbach

K = Número de ítems

$\sum Si^2$ = Sumatoria de la varianza por ítems

St² = Varianza total del instrumento

Análisis de fiabilidad

Tabla 3

Resumen de procesamiento de datos en SSPS

		N	%
Casos	Valido	63	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	63	100,0

Nota: Lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 4*Resumen de alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,806	48

Nota: Datos Obtenidos del programa de SPSS

Como se puede apreciar, el resultado de fiabilidad es lo suficientemente alto como para confirmar la confiabilidad de la prueba (tomada a los alumnos). y del instrumento

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Este estudio, realizado en la Ciudad de Arica, donde se encuentra ubicada la Universidad de Tarapacá, Universidad estatal de la región XV. El estudio se focalizó en la Facultad de Administración y Economía FAE, de la misma casa de estudios mencionada anteriormente y en la carrera de Ingeniería Comercial versión 2020, de la misma Facultad.

Este estudio, se socializa con las autoridades de la Facultad y se solicita los respectivos permisos de acuerdos a necesidades planteadas por algunos académicos sobre los emprendimientos realizados por los alumnos en distintas actividades que realiza la Facultad con alumnos de esta casa de estudios. Por lo tanto, se adjunta carta firmada por Decanatura de esta casa de Estudio, presentada en los anexos del estudio.

Para la toma del instrumento, debido a que, en el momento, en que se toma la encuesta o instrumento validado, se realizó a través de un sistema online, y base de datos de los estudiantes, los cuales responden en un periodo relativamente corto, y con un gran interés de parte de ellos. La jefatura de carrera contribuye a que este estudio, se realice de la mejor manera y con una alta participación de la comunidad de estudiantes. A los estudiantes, se les explica que este es un estudio para una tesis doctoral y a través de la plataforma zoom se da una charla explicativa, del instrumento validado, por los Doctores Daniel Viera Castillo y La Dra. Mónica Navarrete Álvarez, ambos académicos de las Facultad.

4.2 DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Se aplicó los instrumentos, luego los resultados se arrojaron a una planilla para su análisis. Seguidamente, se tabuló resultados, estableciendo las características de la muestra y los aspectos relacionados con ella. Luego, se realizó el procesamiento de estos, desde una perspectiva estadística, con SPSS v.12. Finalmente, se graficaron los principales resultados obtenidos por la muestra, desde una perspectiva porcentual y

desde la perspectiva de significancia estadística. La información procesada fue presentada en tablas, para la mejor comprensión del lector. En primer lugar, se muestran los resultados ligados al cuestionario.

4.2.1 Dimensión planificación de proceso de enseñanza

En la tabla 5, se observa la síntesis de los porcentajes obtenidos para la variable coaching educativo de la dimensión planificación de proceso de enseñanza, de allí que la categoría de acuerdo presenta un 40,95%.

Se determina los porcentajes derivados para la dimensión planificación de proceso de enseñanza de la variable coaching educativo, donde se evidencian un 59,25% entre muy de acuerdo y de acuerdo, induciendo a que la planificación del quehacer educativo se lleva a cabo de acuerdo a Jiménez (2020) “manejo de contenidos, implementando programa de desarrollo de capacidades emprendedoras basado en el coaching, cubriendo necesidades de planificación de sesiones y la estructura del programa en general a fin de diseñar los contenidos de cada sesión de coaching” (p. 89).

Tabla 5*Variable coaching educativo dimensión planificación del proceso de enseñanza*

DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	%Muy de acuerdo	%De acuerdo	% Neutro	%En desacuerdo	%Muy en Desacuerdo
	Diagnóstico situacional del estudiante	26, 27, 28, 29	33,51	21,28	12,77	7,98	24,47
Planificación de proceso de enseñanza	Logros de objetivos	30, 31	13,48	46,81	30,5	7,8	1,42
	Contenidos Procedimentales	32, 33	13,8	48,9	30,9	4,3	2,1
	Evaluación de contenidos	34, 35	14,89	46,81	32,98	5,32	0
PROMEDIO			18,92	40,95	26,79	6,35	6,9975

Nota: Instrumento aplicado. 2022**4.2.2 Dimensión criterios para la selección y diseño**

Para el caso de la dimensión criterios para la selección y diseño, se destaca que los estudiantes logran un proceso integrado de aprendizaje, conlleva al cambio, donde los recursos y unas herramientas de trabajo específicas permiten desarrollar habilidades personales y profesionales de quienes intervienen en el mismo, desarrollando el rendimiento en las actividades que desempeñan a partir de lo que quiere aprender el alumno, lo cual la muestra estar muy de acuerdo en un 41,13%.

Los resultados para esta dimensión en la tabla 6, aborda como los profesores tienen criterios para la selección y diseño del trabajo pedagógico que desarrolla en su quehacer educativo, enfatizando de manera oportuna y efectiva los procesos formativos de los estudiantes.

Tabla 6*Variable coaching educativo dimensión criterios para la selección y diseño*

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	%Muy de acuerdo	%De acuerdo	%Neutro	%En desacuerdo	%Muy en Desacuerdo
Criterios para la selección y diseño	Características del estudiante	36, 37, 38, 39, 40	34,9	27,7	20,9	5,5	11,1
	Lo que quiere enseñar el docente	41, 42, 43, 44	25,5	37,8	23,9	11,7	1,1
	Lo que quiere aprender el alumno	45, 46, 47	41,13	29,79	13,48	6,38	9,22
PROMEDIO			33,84	31.76	19,42	7,86	7,14

Nota: Instrumento aplicado (2022)**4.2.3 Análisis general de todas las dimensiones de la variable 1**

En la tabla 7, se concreta resultados de las dimensiones de la variable coaching educativo determinandose los porcentajes que están en la categoría de acuerdo con un 36,35% lo que se traduce en la aplicación de coaching educativo, como técnica para el desarrollo del potencial y rendimiento académico en los estudiantes, de esta manera, la transformación y los cambios de perspectiva inducen a resaltar el quehacer educativo

Tabla 7*Promedio de las dimensiones de la Variable coaching educativo*

DIMENSIONES	% muy de acuerdo	% de acuerdo	% Neutro	% en desacuerdo	% muy en desacuerdo
Planificación de proceso de enseñanza	18,92	40,95	26,79	6,35	6,9975
Criterios para la selección y diseño	33,84	31.76	19,42	7,86	7,14
PROMEDIO	26,38	36,35	23,105	7,105	7,06875

Nota: Instrumento aplicado (2022)

4.3 Resultados del análisis estadístico de la variable emprendimiento

Esta variable tiene inmerso las dimensiones: motivación, innovación, planificación, las cuales son elementales para el emprendimiento, porque permite el logro de las metas del quehacer educativo, motivando e induciendo a los profesores a algoritmos formativos de calidad conduciendo a la toma de decisiones en los planes de mejora institucional.

4.3.1 Dimensión motivación

Al observar los resultados de la dimensión motivación en la tabla 8, los promedios de las respuestas emitidas lograron posicionarse en el rango de acuerdo con un 31,35% cada uno, en consecuencia, la motivación es un elemento clave en el desarrollo del proceso educativo de los alumnos de la carrera de Ingeniería comercial de la Universidad de Tarapacá, de la Facultad y Economía.

Se abordan aspectos esenciales de la dirección estimulando, comprometiendo y movilizando a los docentes centrados en el quehacer educativo y altas expectativas para el logro de metas y resultados y, además, entrega apoyo permanente a los docentes para que mejoren su trabajo liderando los procesos pedagógicos y formativos de este establecimiento.

Tabla 8*Promedio de la dimensión motivación.*

DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	% Muy de acuerdo	% De acuerdo	% Neutro	% En desacuerdo	% Muy en Desacuerdo
Motivación	Liderazgo	1, 2, 3, 4, 5, 6	16,7	25,5	28,7	19,1	9,9
	Perseverancia	7, 8	37,2	37,2	20,2	4,3	1,1
PROMEDIO			26,95	31,35	24,45	11,7	5,5

Nota: Instrumento aplicado (2022)**4.3.2 Dimensión Innovación**

En la tabla 9 coincidiendo en un 27,67% estar de acuerdo en que esta dimensión aborda la imaginación, creatividad y la organización, analizando las características de los programas de desarrollo de emprendedores a nivel global. De allí que un cambio de enfoque desde los esquemas de emprendimiento tradicionales, centrados en la preparación de un plan de negocios, al énfasis donde se doten a los emprendedores a creando ideas e innovando dentro del quehacer económico.

Tabla 9*Promedio de la dimensión innovación*

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	% Muy de acuerdo	% de acuerdo	% Neutro	% En desacuerdo	% Muy en desacuerdo
Innovación	Imaginación	15, 16, 17, 18	9, 6	21,8	29,8	22,3	16,5
	Creatividad	19, 20, 21, 22	12, 2	26,1	30,9	14,4	16,5
	Organización	11, 13	28, 7	35,1	21,3	9,6	5,3
PROMEDIO			16,83	27,67	27,33	15,43	12,77

Nota: Instrumento aplicado (2022)

4.3.4 Dimensión Planificación

En la tabla 10 la muestra está de acuerdo en un 30,5% que la planificación inicial debe ser buena para el éxito del emprendimiento. Lo que conlleva que la planificación no se aplica en la medida en que los que emprenden se van fortaleciendo en sus ideas. En efecto, cuando fueron indagados sobre las causas de que no se logran cristalizar los emprendimientos los tres grupos le retribuyeron al hecho de dejarse llevar por el entusiasmo y no lograr la planificación.

Tabla 10

Promedio de la dimensión planificación

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	% Muy de acuerdo	% de acuerdo	% Neutro	% En desacuerdo	% Muy en desacuerdo
Planificación	Metas	10, 12, 14, 24	11,7	23,4	30,3	21,8	12,8
	Deseos de superación	9, 23, 25	18,4	37,6	27	13,5	3,5
PROMEDIO			15,05	30,5	28,65	17,65	8,15

Nota: Instrumento aplicado (2022)

4.3.5 Análisis general de todas las dimensiones de la variable 2: Emprendimiento

En la tabla 11, se detalla las dimensiones de la variable emprendimiento donde se observa los porcentajes que están en la categoría de acuerdo con un 29,84% lo que traducido en emprender sustentado en la motivación, innovación y planificación.

Tabla 11*Resumen de las dimensiones de la variable emprendimiento*

DIMENSIONES	% Muy de acuerdo	% de acuerdo	% Neutro	% En desacuerdo	% Muy en desacuerdo
Motivación	26,95	31,35	24,45	11,7	5,5
Innovador	16,83	27,67	27,33	15,43	12,77
Planificador	15,05	30,5	28,65	17,65	8,15
PROMEDIO	19,61	29,84	26,81	14,93	8,81

Nota: Instrumento aplicado (2022)**4.3 PRUEBA DE NORMALIDAD**

La regresión lineal implica que la población de donde se induce la muestra es normal con una media 0 y una varianza de la unidad. Comprobando los datos provienen de una población que tiene la distribución teórica especificada anteriormente, es decir, contrasta si las observaciones proceden de una distribución especificada, se utiliza una muestra no paramétrica de prueba de Pearson. En la siguiente tabla 12 se calculan las pruebas no paramétricas.

Tabla 12*Resumen de prueba no paramétrica variable emprendimiento*

		REGR factor score 1 for analysis 1
N		63
Parámetros normales ^{a,b}	Media	,0000000
	Desv. Desviación	1,00000000
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,065
	Positivo	,053
	Negativo	-,065
Estadístico de prueba		,065
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^{c,d}

Este mismo tratamiento se vuelve a realizar.

Tabla 13

Prueba no paramétrica variable Coaching

		REGR factor score 1 for analysis 1
N		63
Parámetros normales ^{a,b}	Media	,0000000
	Desv. Desviación	1,00000000
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,058
	Positivo	,054
	Negativo	-,058
Estadístico de prueba		,058
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^{c,d}

Estas pruebas estadísticas, la significancia obtenida es de 0,200, de allí que la prueba asintótica bilateral es superior a 0,05, significa que la muestra de datos proviene de una distribución normal.

4.4 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis Específica 1. Coaching educativo- motivación

Nivel de significación

Nivel de significación teórica $\alpha=0,05$ con un nivel de confiabilidad del 95%

Regla de decisión

Nivel de significación “ p ” es menor que α , rechazar H_0

Nivel de significación “ p ” no es menor que α , no rechazar H_0

Prueba estadística: Se aplicó el Estadístico rho de Pearson.

Hipótesis alterna

El coaching educativo se relaciona directa y significativamente con la motivación en los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis nula

El coaching educativo no se relaciona directa y significativamente con la motivación de los estudiantes del primer ciclo de la carrera Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Tabla 14

Correlación: Coaching educativo – Motivación

	REGR factor score 1 for analysis 1	REGR factor score 1 for analysis 1
REGR factor score 1 for analysis 1	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	,231
	N	,069
REGR factor score 1 for analysis 1	Correlación de Pearson	63
	Sig. (bilateral)	,231
	N	,069

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

El coeficiente de correlación Rho de Pearson plantea que existe una relación directa y significativa entre el coaching educativo y la motivación de los estudiantes, con un valor de 0,231 y que esta es directamente proporcional, por lo tanto, se descarta la hipótesis nula, debido a que el valor de significancia es < 0.05 y aceptando que las variables tienen relación entre sí para el análisis realizado con los estudiantes del primer ciclo de la carrera Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica con un nivel de confianza de 95%, tal como se observa en la tabla 14. Por lo descrito queda verificada la hipótesis.

4.3.3 Hipótesis Específica 2. Coaching educativo – innovación

Nivel de significación

Nivel de significación teórica $\alpha=0,05$ con un nivel de confiabilidad del 95%

Regla de decisión

Nivel de significación “ p ” es menor que α , rechazar H_0

Nivel de significación “ p ” no es menor que α , no rechazar H_0

Prueba estadística: Se aplicó el Estadístico rho de Pearson

Hipótesis alterna

El coaching educativo se relaciona directa y significativamente con la innovación en los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis nula

El coaching educativo no se relaciona directa y significativamente con la innovación de los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Tabla 15

Correlación: Coaching educativo – Innovación

		REGR factor score 1 for analysis 1	REGR factor score 1 for analysis 1
REGR factor score 1 for analysis 1	Correlación de Pearson	1	,421**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	63	63
REGR factor score 1 for analysis 1	Correlación de Pearson	,421**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	63	63

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

El coeficiente de correlación Rho de Pearson, plantea que existe una relación directa y significativa entre el coaching educativo y la innovación en los estudiantes, con un valor de 0,421 (Tabla 15) y que esta es directamente proporcional, por lo tanto, se descarta la hipótesis nula, debido a que el valor de significancia es < 0.05 y aceptando que las variables tienen relación entre sí para el análisis realizado con los estudiantes del primer ciclo de la carrera Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica con un nivel de confianza de 95%. Por lo descrito queda verificada la hipótesis.

4.4.3 Hipótesis Específica 3

Nivel de significación

Nivel de significación teórica $\alpha=0,05$ con un nivel de confiabilidad del 95%

Regla de decisión

Nivel de significación “ p ” es menor que α , rechazar H_0

Nivel de significación “ p ” *no* es menor que α , no rechazar H_0

Prueba estadística: Se aplicó el Estadístico rho de Pearson

Hipótesis alterna

El coaching educativo se relaciona directa y significativamente con la planificación en los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis nula

El coaching educativo no se relaciona directa y significativamente con la planificación en los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Tabla 16*Correlación: Coaching educativo – Planificación*

		REGR factor score 1 for analysis 1	REGR factor score 1 for analysis 1
REGR factor score 1 for analysis 1	Correlación de Pearson	1	-,363**
	Sig. (bilateral)		,003
	N	63	63
REGR factor score 1 for analysis 1	Correlación de Pearson	-,363**	1
	Sig. (bilateral)	,003	
	N	63	63

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

El coeficiente de correlación Rho de Pearson, plantea que no existe relación directa, tal como se observa en la tabla 16 aunque si hay significancia entre el coaching educativo y la planificación, también se debe destacar el rechazo de la hipótesis nula.

4.4.4 Comprobación de Hipótesis General. Coaching educativo- emprendimiento

Hipótesis alterna

Coaching educativo se relaciona directa y significativamente con el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Hipótesis nula

El coaching no se relaciona directa y significativamente con el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.

Los resultados de la prueba estadística son los siguientes:

Tabla 17*Correlación entre Coaching educativo- emprendimiento*

		REGR factor score 1 for analysis 1	REGR factor score 1 for analysis 1
REGR factor score 1 for analysis 1	Correlación de Pearson	1	,416**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	63	63
REGR factor score 1 for analysis 1	Correlación de Pearson	,416**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	63	63

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

El coeficiente de correlación Rho de Pearson, plantea que existe relación directa y significativa entre las variables coaching educativo y emprendimiento con un valor de 0,416 y que esta es directamente proporcional, también se debe destacar el rechazo de la hipótesis nula, debido a que el valor de significancia es < 0.05 y aceptando que las variables tienen relación entre sí para el análisis realizado con un nivel de confianza de 95% de acuerdo a lo observado en la tabla 17. De allí queda verificada la hipótesis.

Tabla 14*Relación de las variables y significancia*

RELACIÓN	¿DIRECTA?	¿SIGNIFICATIVA?
H.G. Relación Coaching con Emprendimiento	SI	SI
H.E.1 Relación Coaching con Motivación	SI	SI
H.E.2 Relación Coaching con Innovación	SI	SI
H.E.3 Relación Coaching con Planificación	NO	SI

Nota: Resumen de las variables directas y si existe significancia en la relación.

Cabe mencionar, las pruebas de hipótesis evalúan la probabilidad de asociadas a la hipótesis nula H_0 , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, cuando el valor es positivo, tal como se aprecia en la tabla 18, obtenido por la correlación de las variables dependiente e independientes y por cada dimensión. Por lo tanto, esto determina una relación directa entre las variables en el caso de ser positiva, en caso contrario pasaría el efecto inverso.

Además, se puede observar en esta tabla, que la relación de mayor significancia es entre el coaching e innovación, así como la relación entre el coaching y el emprendimiento. En tercer lugar, aparece la relación entre coaching y motivación y en último lugar un valor pequeño de relación entre coaching y planificación, que aparece con un valor negativo.

Una limitación de este estudio es que se realizó en base a las auto percepciones de los estudiantes, por tanto, en rigor no se comprueba que las hipótesis se cumplan en la práctica, sino que los estudiantes así lo percibieron. Después de haber sido sometidos a coaching educativo ellos percibieron que sus capacidades de emprendimiento, motivación e innovación sí estuvieron relacionadas directamente al coaching. Para comprobar que existe esta relación en la vida real habría sido necesario seguir las historias de vida y desarrollo profesional de los estudiantes expuestos al coaching educativo para verificar cuántos de ellos resultaban emprendedores, motivados, innovadores y planificadores, pero ese es un trabajo que habría requerido el seguimiento durante muchos años, por lo que quedaba fuera de las posibilidades de esta investigación

Como era más o menos previsible, ya que el coaching usa la motivación, fomenta la innovación, el emprendimiento y la planificación, la percepción de los estudiantes es que si hubo relaciones directas al menos en las tres primeras hipótesis. El hecho que no hayan percibido relación directa con la planificación se puede explicar porque es un aspecto que comparativamente se enfatiza menos que los otros factores, tiene una importancia relativa o un énfasis menor en las sesiones de coaching o bien que haya

sido percibida como un factor menos importante que los demás por los propios alumnos.

Los resultados de esta investigación revelan el hecho no trivial que las sesiones de coaching si han producido la percepción de mejora en los estudiantes en cuanto a sus capacidades de emprendimiento, motivación e innovación, dicho en otras palabras, ha existido niveles de satisfacción en los usuarios con los resultados de las sesiones de coaching. Otra conclusión significativa que podemos obtener es si reordenamos las relaciones en cuanto a los coeficientes obtenidos, de mayor a menor significancia como muestra la tabla 18.

4.5 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Al revisar los resultados:

Partiendo de la hipótesis general, en la investigación se buscó probar que: “Coaching educativo se relaciona directa y significativamente con el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020”. Para ello fue necesario plantear el objetivo general “Determinar la relación entre el coaching educativo y el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020”. Se abordó la prueba de rho de Pearson el cual arrojó que existe relación directa y significativa entre coaching educativo con el emprendimiento en estudiantes con una correlación de 0,416 y con un nivel de confianza del 95%. Cuyos resultados se ajustan al antecedente Avilés (2019) en su investigación indicando que del análisis experimental no se confirmaron cuantitativamente de manera clara las hipótesis planteadas, al no existir diferencias estadísticamente significativas, los aumentos registrados también pueden ser atribuibles al efecto del azar. Las evaluaciones subjetivas de los profesores y profesionales participantes en la investigación tienen entonces un valor que no es cuantitativo, sino cualitativo, esta investigación mostró que el proceso de coaching empleado tampoco no influyó de manera estadísticamente

significativamente en el desarrollo en cada una de las dimensiones. Sin embargo, desde el punto de vista cualitativo y de la auto percepción se notaron resultados positivos.

En cuanto a la primera hipótesis específica: “El coaching educativo se relaciona directa y significativamente con la motivación de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020”, se plantea el objetivo específico: “Determinar la relación del coaching educativo y la motivación de los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería comercial”. Se utilizó la prueba de rho de Pearson el cual arrojó que existe relación directa y significativa entre coaching educativo y la motivación con una correlación de 0,231 y con un nivel de confianza del 95%.

La segunda hipótesis específica: El coaching educativo se relaciona directa y significativamente con la innovación de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020, con el objetivo general “Determinar la relación del coaching educativo y la innovación de los estudiantes primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial”. Estableciendo la relación entre las variables se utilizó la prueba de rho de Pearson el cual arrojó que existe relación directa y significativa entre con una correlación de 0,421 y con un nivel de confianza del 95%. Estos resultados coinciden con lo planteado por Soro (2018), donde se plantea que un análisis crítico muestra una investigación completamente cualitativa, planteada como un diseño de carácter descriptivo que sirve principalmente por su revisión del estado del arte actual, sin embargo, la investigación en si no entrega resultados que sean generalizables ni aplicables en otras situaciones que aquellas en que se hizo el trabajo, como la misma autora reconoce somos conscientes de que elegir un número considerado de sujetos influye en el proceso de generalización de los resultados, pero como la generalización no es un objetivo en este tipo de diseño elegido, el muestreo intencional es pertinente para desarrollar esta investigación.

La tercera hipótesis específica: El coaching educativo se relaciona directa y significativamente con la planificación de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020, con el objetivo específico

“Determinar la relación del coaching educativo y la planificación de los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial, 2020”. A través de la prueba de rho de Pearson el cual arrojó $-0,363$ es una correlación negativa moderada. Esto significa que existe una relación entre las dos variables, pero que no es muy fuerte. En este caso, la variable independiente es el coaching educativo y la variable dependiente es la planificación de los estudiantes. Una correlación negativa significa que ambas variables varían en sentidos opuestos. En otras palabras, a medida que aumenta el coaching educativo, la planificación de los estudiantes disminuye.

Esto sugiere que el coaching educativo puede ayudar a los estudiantes a desarrollar mejores habilidades de planificación. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la correlación no implica causalidad. Es posible que haya otros factores que estén influyendo en la relación, como las habilidades de planificación de los estudiantes antes de recibir coaching educativo.

Lo que tiene implicancia en la investigación porque permite comprender mejor la relación entre estas dos variables, se necesitaría realizar más investigación. Por ejemplo, se podría estudiar cómo el coaching educativo afecta a las diferentes habilidades de planificación de los estudiantes. También se podría comparar el impacto del coaching educativo en estudiantes con diferentes niveles de habilidades de planificación.

A continuación, se presentan algunas posibles explicaciones para la correlación negativa observada: El coaching educativo puede ayudar a los estudiantes a identificar sus objetivos y prioridades de aprendizaje. Esto puede conducir a una planificación más efectiva. El coaching educativo puede ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades de gestión del tiempo y la organización. Estas habilidades también son importantes para la planificación efectiva. El coaching educativo puede ayudar a los estudiantes a desarrollar un sentido de autonomía y responsabilidad. Esto puede motivarlos a planificar su propio aprendizaje. En definitiva, la correlación negativa de $-0,363$ sugiere que el coaching educativo puede tener un impacto positivo en la

planificación de los estudiantes. Sin embargo, se necesita más investigación para comprender mejor esta relación.

Los resultados de Rodríguez (2019) instan que la repetición del experimento estableciendo condiciones de azar, de modo de obtener más seguridad en las conclusiones (b) repetir el experimento se involucren distintos tipos de colegios para tener una muestra más heterogénea, con colegios públicos, concertados y privados de distintas regiones, de modo que las conclusiones se puedan generalizar con mayor seguridad (c) además el grupo de control desarrolle alguna clase de formación alternativa, para afinar las conclusiones acerca de la efectividad del coaching. Finalizan las conclusiones mencionando la conveniencia de impartir al profesorado formación emocional.

El problema de diseño curricular es especialmente relevante en la enseñanza de ingeniería y en particular en las relacionadas con administración y negocios, donde con el tiempo se ha ido consolidando la idea de que es fundamental reforzar el desarrollo de capacidades y competencias, aparte de los conocimientos básicos de la profesión. Entre las capacidades más importantes el consenso se dirige hacia las competencias de emprendimiento y un mecanismo para desarrollarlas son las técnicas de coaching aplicadas a la enseñanza. Esto explica la pregunta fundamental de nuestra investigación ¿Existe una relación directa y significativa entre el uso del coaching y las capacidades de emprendimiento desarrolladas por los estudiantes?

CONCLUSIONES

Partiendo de esta premisa y tomando como base los resultados de las hipótesis se tiene que:

Primera conclusión:

El estudio demuestra que existe relación directa y significativa entre el coaching y el emprendimiento de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, con una correlación de 0,416 y con un nivel de confianza del 95%.

Segunda conclusión:

El estudio demuestra que existe relación directa y significativa entre el coaching y la motivación de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, con una correlación de 0,231 y con un nivel de confianza del 95%.

Tercera conclusión:

El estudio demuestra que existe relación directa y significativa entre el coaching y la innovación de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, con una correlación de 0,421 y con un nivel de confianza del 95%.

Cuarta conclusión:

El estudio demuestra que existe relación directa y significativa entre el coaching y la planificación de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, con una correlación de $-0,365$, lo que significa una correlación negativa significa que ambas variables varían en sentidos opuestos. En otras palabras, a medida que aumenta el coaching educativo, la malla curricular y la capacitación a docentes disminuyen. Esto sugiere que el coaching educativo puede ayudar a los estudiantes a desarrollar mejores habilidades de planificación, pero que una malla curricular y capacitación a docentes inadecuadas pueden contrarrestar este efecto. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la correlación no implica causalidad. Es posible que haya otros factores que estén influyendo en la relación, como las habilidades de planificación de los estudiantes antes de recibir coaching educativo. La correlación negativa de $-0,363$ sugiere que el coaching educativo puede tener un impacto positivo en la planificación de los estudiantes, pero que una malla curricular y capacitación a docentes inadecuadas pueden contrarrestar este efecto.

RECOMENDACIONES

Primera Recomendación:

Al vicerrector académico de la Universidad de Tarapacá debe ser ente que proponga la actualización de la malla curricular y sílabos con metodologías basadas en la experiencia de coaching para aumentar la motivación, compromiso, responsabilidad y aprendizaje. Las metodologías basadas en la experiencia de coaching se centran en el estudiante y en su proceso de aprendizaje. Estas metodologías promueven el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico, resolución de problemas y colaboración. También ayudan a los estudiantes a establecer metas y a desarrollar un plan para alcanzarlas. La actualización de la malla curricular y sílabos con estas metodologías puede ayudar a los estudiantes a: Enfocarse en sus metas y objetivos de aprendizaje, desarrollar un plan para alcanzar sus metas, utilizar sus habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas para superar los desafíos, colaborar con otros estudiantes para aprender y crecer.

Segunda Recomendación:

Al vicerrector académico de la Universidad de Tarapacá debe inducir que el coaching educativo sea utilizado como una herramienta valiosa para mejorar la capacitación a docentes en planificación y monitoreo y evaluación. El coach puede ayudar al docente a desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios para mejorar el aprendizaje de los estudiantes.

Tercera Recomendación:

Al Coordinador de Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, dado que es quien es el encargado de acompañar a los académicos, considerar la implementación de las incubadoras y/o centros de emprendimiento como fortalecimiento al proceso de enseñanza aprendizaje

Cuarta Recomendación:

Al Coordinador de Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá inducir a los profesores a generar convenios con instituciones que permitan implementar los emprendimientos creados por los estudiantes.

REFERENCIAS

- Alcaraz y Villasana. (2015). *Construcción y validación de un instrumento para medir competencias emprendedoras*, trabajo presentado en el VIII Congreso de administración, Universidad Juárez, de Estado de Durango, México
- Álvarez, J. (2007). *Evaluar para conocer, examinar para excluir*. Colección Razones y propuestas educativas, Ediciones Morata, Madrid, España
- Arriaga, M. (2015) *El Diagnóstico Educativo, una importante herramienta para elevar la calidad de la educación en manos de los docentes*, artículo revista Atenas, vol. 3, núm. 31, julio-septiembre, 2015, pp. 63-74, Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos, Matanzas, Cuba
- Avilés, H. (2019). *Desarrollo de la personalidad eficaz a través del coaching escolar grupal en estudiantes de educación secundaria obligatoria*, Madrid, para optar al grado de doctor por la Universidad Complutense de Madrid.
- Bécart y Ramírez. (2016). *Fundamentos del coaching educativo: caracterización, aplicaciones y beneficios desde los cuatro pilares del saber*, publicado en la revista Planilla Educativa del Instituto Pedagógico de la Universidad de Manizalez, Colombia, p.p. 344-361.
- Bayón y otros. (2019). *Teoría general del coaching*. 8ª edición, Editorial universitaria Ramón Areces de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España
- Brotman y Wasylshyn. (1998). *Executive coaching: The need for standards of competence*, publicado en el Consulting Psychology Journal: Practice and Research, 50(1), p.p. 40–46.
- Bucardo y otros. (2015). *Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios*, de la revista Suma de Negocios, Volumen 6, Año 13, 2015, de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, Berlín, Alemania p.p. 98-107.
- Campaña (2017). *De la EF al coaching educativo en la etapa de secundaria*, para optar al grado de doctor por la Universidad de Lleida en Lleida, España.
- Carriazo y otros. (2020). *Planificación educativa como herramienta fundamental para una educación con calidad*, revista Utopía y Praxis Latinoamericana, editada por la Universidad de Zulia, Maracaibo, Venezuela (p.p. 87-95).

- Departamento de Bienestar Universitario, de la Fundación Universitaria del Área Andina (2005), publicación *Caracterización de los estudiantes de una institución de educación superior de Pereira*, Pereira, Colombia.
- Elmuti, D., Khoury, G., & Omran, O. (2012), *Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and ventures' effectiveness?* Journal of Entrepreneurship Education, N° 15, p.p. 83-98
- Filion, L. J. (1999). *Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios*. Revista de Administração de Empresas, 39 (4), p.p. 6-20.
- Grant (2001) publicación *Towards a Psychology of Coaching: The Impact of Coaching on Metacognition, Mental Health and Goal Attainment*. Presentado como requisito parcial para obtener el grado de Doctor of Philosophy en Macquarie University, Sydney, Australia.
- Duckworth. (2016) *Git el poder de la pasión y la perseverancia*, Ediciones Urano, Barcelona, España.
- Drubach y otros. (2007). *Imaginación: definición, utilidad y neurobiología*, revista electrónica neurología.com <https://www.neurologia.com/articulo/2007351>
- Gregorio y Casas. (2014). *La planificación de la actividad docente en el proceso de enseñanza-aprendizaje: Traducción y Derecho*, revista Historia y Comunicación Social, Vol. 19. N° Esp. Enero 2014 p.p. 525-538. editada por la Universidad Complutense de Madrid, España.
- Guerrero y Serey. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor Reporte Nacional de Chile 2019*, de la Universidad del Desarrollo, Santiago de Chile.
- Gwynn (2016). *Coaching emprendedor: una estrategia apreciativa para desarrollar el emprendimiento femenino*, para optar por el título de máster en desarrollo emprendedor e innovación por la Universidad de Salamanca, en Salamanca, España.
- Halloran, James (1992), *The entrepreneur's guide to starting a successful business*, 2nd Edition, Ed. McGraw-Hill, USA, pp. 3-34.
- Investigar con y para la sociedad, Vol I* (2015), editado por la Asociación Interuniversitaria de Investigación Pedagógica (AIDIPE), de Madrid, España.

- Investigar con y para la sociedad* (2015), editado por la Asociación Interuniversitaria de Investigación Pedagógica (AIDIPE), de Madrid, España
- Jiménez (2012). *Coaching en el desarrollo profesional docente. Fases formativas y procesos metodológicos de investigación*, publicado por la Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 15 (4), pp. 101–112, de la Facultad de Educación de la Universidad de Murcia, España.
- López y otros (2017). *Diagnóstico Situacional en un Centro de Capacitación para el Trabajo en México: Desafíos para Atender a la Diversidad*, Revista latinoamericana de educación inclusiva, vol 11, N° 1, Santiago de Chile.
- Lovatón (2012). *El diagnóstico situacional: herramienta indispensable en la elaboración del currículo para la formación académico profesional del comunicador social, al 2011*, presentada optar al grado de maestría en educación, por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en Lima, Perú.
- Martínez-Hernández y otra (2011). *Motivación para Estudiar en Jóvenes de Nivel Medio Superior*, publicado en la revista Nova Scientia de la Universidad de La Salle Bajío, Guanajuato, México, vol. 3 N° 5, abril 2011, pp 164-178
- Marulanda, Montoya, Velez (2018), El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor, Revista Universidad y Empresa, Universidad del Rosario, Rosario, Argentina.
- Ministerio de Economía Fomento y Turismo, Subsecretaría de Economía, División de Innovación (2015) *Informe N°3 Pilotos para la incorporación de habilidades de innovación y emprendimiento en el sistema escolar*, Santiago de Chile.
- Montoya (2015), Creatividad, innovación y emprendimiento dentro de las empresas, análisis y diagnóstico de los factores internos, Universidad Pontificia Comillas ICAI, ICADE, Madrid, España, p. 3, 21
- Morro, L (2019). *La destrucción creadora de Shumpeter*, para optar al grado de doctor en la Universidad de Pompeu Fabra de Barcelona, España.
- Osorio Tinoco, Fabián Fernando, & Pereira Laverde, Fernando. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. Cuadernos de Administración, 24(43), 13-33. Recuperado en marzo 31, 2022, desde http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922011000200002&lng=en&tlng=es

- Ovalles-Toledo; Moreno Freites; Olivares Urbina; Silva Guerra (2018), Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico, *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 23, núm. 81, 2018, Universidad del Zulia, Venezuela, Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055767013>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. (OCDE), Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y Corporación Andina de Fomento (CAF) (2016), *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*, publicado en Paris, Francia.
- Peñaherrera, Cobos (2012), La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis, REICE. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, vol. 10, núm. 2, 2012, pp. 238-247, Red Iberoamericana de Investigación Sobre Cambio y Eficacia Escolar, Madrid, España
- Pérez y García, (1995). *Diagnóstico, evaluación y toma de decisiones*. Ediciones Rialp S.A. Madrid, España
- Popescu (1963). *Teoría del desarrollo económico*, publicado en la *Revista de Economía y Estadística*, de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, Tercera Época, Vol. 7, No. 3-4 (1963): 3º y 4º Trimestres, pp. 139-178.
- Renton (2009). *Coaching and mentoring, What they are and how to make the most of them*, Bloomberg Press, Nueva York, Estados Unidos.
- Robinson & Stimpson & Huefner & Hunt. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 15. 13-31. 10.1177/104225879101500405.
- Rodríguez, J. (2019). *Eficacia del programa de inteligencia emocional intensivo (PIEI) en la inteligencia emocional y la conducta prosocial de alumnos de la ESO*. Madrid, para optar al grado de doctor por la Universidad Complutense de Madrid, España.
- Sánchez y Boronat (2014) *Coaching educativo, modelo para el desarrollo de competencias intra e interpersonales*, trabajo de investigación de la Universidad de Valladolid, España.
- Sánchez y; Boronat Mundina (2014), en su artículo *Coaching Educativo: Modelo Para el Desarrollo De Competencias Intra E Interpersonales*, publicado en la revista *Educación XX1*, vol. 17, núm. 1, 2014, pp. 221-242, de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España

- Sánchez Toruel. (2013). *El coaching pedagógico dentro del sistema educativo: innovando procesos*, publicado en la Revista Intercontinental de Psicología y Educación, vol. 15, núm. 2, julio-diciembre, 2013, pp. 171-191, de la Universidad Intercontinental, Distrito Federal, México
- Sastre, Raquel F. (2013). *La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento*. revista Ciencias Administrativas, (1),1-10. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511651377005> p.8
- Soro (2018). *Propuestas y análisis de buenas prácticas de coaching educativo y emprendimiento en el aula*. Zaragoza, para optar al grado de doctor por la Universidad de Zaragoza, en Zaragoza.
- Soria-Barreto y otros (2016) artículo *Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio*, publicado en la revista Formación Universitaria Vol. 9(1), pp. 25-34 (2016), del Centro de Información Tecnológica (CIT), La Serena, Chile.
- Valderrama B. (2009). *Desarrollo de competencias de mentoring y coaching*, Prentice Hall, Madrid, España.
- Vélez y otros (2020) artículo *La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios*, publicado en la revista Formación Universitaria Vol. 13(2), pp. 63-72, del Centro de Información Tecnológica (CIT), La Serena, Chile
- Withmore (2017) libro *Coaching for performance*, editado por Nicholas Brealey, International Coach Federation, 25ª edición de aniversario, Londres, Reino Unido.

APÉNDICES

APÉNDICE A

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA	RECOMENDACIÓN
<p>Interrogante principal ¿Cuál es la relación entre el coaching educativo y el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020?.</p> <p>Interrogantes específicas ¿Cuál es la relación del coaching educativo y la motivación de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, 2020?.</p> <p>¿Cuál es la relación del coaching educativo y la innovación en estudiantes de Ingeniería Comercial de</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre el coaching educativo y el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.</p> <p>Objetivos específicos Determinar la relación del coaching educativo y la motivación de los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería comercial.</p> <p>Establecer la relación del coaching educativo y la innovación de los estudiantes primer ciclo</p>	<p>Hipótesis general Hipótesis alterna Coaching educativo se relación directa y significativamente con el emprendimiento en estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.</p> <p>Hipótesis específicas Hipótesis específica 1 Hipótesis alterna El coaching educativo se relación directa y significativamente con la motivación de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.</p> <p>Hipótesis específica 2 Hipótesis alterna El coaching educativo se relación directa y significativamente con</p>	<p>Variable: Coaching educativo Dimensiones D1: Planificación de procesos de enseñanza selección y diseño</p> <p>Indicadores de la D1. Diagnóstico situacional del estudiante Logros de objetivos procedimentales Evaluación final de contenido</p> <p>Indicadores D2: Características del estudiante Lo que quiere enseñar el docente Lo que quiere aprender el alumno</p> <p>Variable 2: Emprendimiento</p> <p>Dimensión 1: Motivación</p> <p>Indicador 1. Liderazgo</p>	<p>Tipo de Investigación La presente investigación será de tipo básica. Además, será de tipo descriptivo.</p> <p>Diseño de la Investigación Se enmarcará en el diseño no experimental y transaccional. De igual forma, en el presente trabajo de investigación se tomará en cuenta el diseño correlacional.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN El nivel de investigación será descriptiva,</p> <p>ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN La presente investigación se llevará a cabo Universidad de Tarapacá, tomando datos correspondientes al período del año 2021.</p>	<p>Primera Al vicerrector académico de la Universidad de Tarapacá debe ser garante de normar la adjudicación de proyectos de capacitación al personal docente que tiene influencia en los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial, dando especial relevancia al emprendimiento.</p> <p>Segunda Al vicerrector académico de la Universidad de Tarapacá debe que tiene influencia en el cuerpo docente sobre temas relacionados con el coaching y la motivación de los estudiantes de la Escuela de Ingeniería.</p> <p>Tercera Al director de Escuela de Ingeniería Comercial</p>

<p>la Universidad de Tarapacá, 2020?.</p> <p>¿Cuál es la relación del coaching educativo y la planificación en estudiantes de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, 2020?.</p>	<p>de la carrera de Ingeniería Comercial.</p> <p>Determinar la relación del coaching educativo y la planificación de los estudiantes del primer ciclo de la carrera de Ingeniería Comercial.</p>	<p>la innovación de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.</p> <p>Hipótesis específica 3</p> <p>Hipótesis alterna</p> <p>El coaching educativo se relación directa y significativamente con la planificación de los estudiantes del primer ciclo de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá, Arica, Chile, 2020.</p>	<p>Perseverancia</p> <p>Dimensión 2:</p> <p>Innovación</p> <p>Indicadores</p> <p>Imaginación</p> <p>Creatividad</p> <p>Organización</p> <p>Planificación</p> <p>Metas</p> <p>Deseos de superación</p>	<p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>Unidad de estudio</p> <p>La unidad de estudio está referida al contexto que se desea investigar. Es así como la unidad puede estar dada por una persona, un grupo, un objeto u otro que contengan claramente los eventos a investigar.</p>	<p>de la Universidad de Tarapacá, dado que es quien es el encargado del acompañamiento del cuerpo académico, se recomienda que se haga el monitoreo del proceso de enseñanza que sea innovador.</p> <p>Cuarta</p> <p>Al director de Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de Tarapacá entregue a los docentes cursos de capacitación basados en la planificación para garantizar el cumplimiento del coaching educativo y el desarrollo de sus capacidades de emprendimiento de los estudiantes de primer año.</p>
--	--	--	--	---	---

APÉNDICE B

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

Soy estudiante del Doctorado de la Universidad Privada de Tacna y estoy realizando una investigación referente a: Coaching Educativo Y El Emprendimiento En Estudiantes Del Primer Ciclo De La Carrera De Ingeniería Comercial De La Universidad De Tarapacá, Arica, Chile, 2020. Desearía contar con tu ayuda para lograr esta investigación, las respuestas que nos brinden serán totalmente confidenciales, el cuestionario es anónimo y recuerda y que no hay respuestas malas. Por lo que te pido, si aceptas firmes este documento, donde se indica y responde con total sinceridad el cuestionario que se le entrega.

Atentamente

INSTRUMENTO APLICADO (CUESTIONARIO ESTRUCTURADO)

Su opinión es importante para esta investigación y esta encuesta es de carácter académico y de apoyo para las actividades educacionales.

Facultad: _____

Curso: _____

Fecha: _____

Variable	Dimensiones	Indicador	Items	Muy desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy En desacuerdo
Emprendimiento	Motivación	Liderazgo	1. Admiro más a los artistas que a la gente de negocios					
			2. Prefiero cambiar al mundo que hacer fortuna.					
			3. La mayoría de las personas piensan que no tengo visión de progresar.					
			4. Siento que estoy destinado a hacer una diferencia en el mundo.					
		Perseverancia	5. Siempre admito cuando he cometido un error.					
			6. Nunca he roto una promesa.					
			7. Nunca miento					
			8. Pocas veces dejaría pasar una oportunidad de negocios rentable.					
	Innovación	Metas	10. Soy de naturaleza impaciente.					
			12. Siempre estoy procurando mejor mi desempeño en cualquier cosa que hago.					
			14. Siempre estoy buscando nuevas oportunidades de negocios.					
		Organización	11. Cada decisión que tomo forma parte de mi plan de carrera de largo plazo.					
			13. Veo oportunidades de negocios donde otros no.					
		Imaginación	15. Las personas tienden a percibir mis ideas como excéntricas.					
			16. Tengo cerebro para los negocios.					

			17. Veo oportunidades de negocios en todo.						
			18. Algunas personas piensan que no tengo imaginación.						
	Planificación	Creatividad	19. Rara vez veo oportunidades de negocio.						
			20. Deseo tener menos ideas, esto haría mi vida más sencilla.						
			21. Me es difícil controlar mi imaginación.						
			Deseos de superación	9. Siempre estoy tratando de encontrar nuevas formas de hacer las cosas.					
				23. Me es sencillo aplicar mi creatividad en la vida cotidiana.					
	25. La mayoría de mis ideas de negocios son malas ideas.								
Coaching educativo	Planificación	Diagnóstico situacional del estudiante	26. Cuando trabajo en equipo tiendo a presentar más ideas que los demás.						
			27. La educación de al menos uno de mis padres es de nivel superior.						
			28. Mis padres son empresarios o emprendedores.						
			29. Tengo interés de crear una empresa.						
		Logros de objetivos	30. Tengo interés de trabajar para una empresa.						
			31. Las cátedras entregadas están orientadas a la formación de emprendedores.						
		Contenidos procedimentales	32. Tienes un buen promedio de calificaciones de acuerdo a los procesos de enseñanza.						
			33. El método de enseñanza está orientada a la creación de una empresa.						
		Evaluación final de contenido	34. Existe un procedimiento de liderazgo orientado a la formación de emprendedores.						
			35. Las evoluciones de contenidos miden el desarrollo de competencias en el ámbito de empresarial.						
		Características del estudiante	36. Las evaluaciones finales contenidos miden la creación de una idea de negocios.						
			37. Soy una persona a quien le gusta ganar en todo.						

	Criterios para la selección y diseño		38. Siento que estoy destinado a hacer una diferencia en este mundo.					
			39. Soy más pesimista que optimista.					
		Lo que quiere enseñar el docente	41. Soy una persona muy competitiva.					
			42. ¿Crees que los métodos de enseñanza, motivan a los alumnos para emprender un negocio?.					
			43. ¿Crees que la orientación del docente en la enseñanza apunta a la creación de una empresa o emprendimiento?.					
		Lo que quiere aprender el alumno	44. ¿crees que lo que el docente enseña está directamente relacionado con el área empresarial?.					
			45. Lo que el docente desarrolla en aula está relacionado con el desarrollo de ideas de negocios.					
			46. Manifiestas interés de incorporarte en una empresa de tu familiar.					
			47. Manifiestas interés en lo que deseas aprender.					
			48. tengo interés en aprender todo lo relacionado con el ámbito empresarial.					

Gracias por responder

Arica, agosto 2021

APENDICE C BASE DE DATOS

n°	Coaching educativo																	Emprendimiento																													
	Planificación de procesos de enseñanza							Criterios para la selección y diseño										Motivación						Innovación						Planificación																	
	Diagnóstico				Logros			Conte nidos		Evaluación final		Características				docente			alumno			Liderazgo						Perse verancia		Metas			Organiza ción			Imaginación			Creatividad			Deseos					
	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44	P45	P46	P47	P1	p2	p3	P4	P5	P6	P7	P8	P10	P12	P14	P24	P11	P13	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P9	P23	P25
1	1	2	1	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	5	3	2	3	3	3	1	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	5	4	4	4	5	3
2	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	3	1	5	4	4	4	5	5	4	3	1	5	4	4	2	1	1	1	3	3	2	2	3	4	
3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	2	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	3	2	4	3	4	3	2	2	2	4	3	2	2	4	3		
4	2	1	5	3	4	5	5	4	3	1	3	5	1	5	3	4	4	5	5	3	4	5	3	2	2	3	2	2	4	5	5	5	4	2	4	5	4	4	1	3	1	4	4	4	1	4	4
5	1	2	5	4	2	4	4	1	4	4	2	5	1	4	4	4	3	5	4	2	5	5	3	5	1	4	5	4	3	5	5	4	5	2	5	4	5	4	1	3	1	5	5	5	3	3	4
6	3	4	3	5	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	5	5	3	4	3	4	4	3	4	5	5	3	3	3	4	4	3	4	2	2	1	3	5	5	5	5	5
7	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5	5	3	3	5	4	5	5	5	3	3	3	4	3	4	3	5	3	3	3	2	4	2	5	4	1	1	1	1	4	4	3	4	5
8	5	3	5	3	2	4	4	3	3	3	5	4	3	4	5	2	2	5	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	2	5	4	5	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4
9	3	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	3	1	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	2	4	3	4	4	5	3	4	3	3	5	4	4	3	2	3	2	3	3	4	4	2	3
10	1	4	1	2	4	2	3	4	4	4	3	5	1	5	4	4	4	4	4	1	5	2	2	5	2	3	2	1	2	3	5	2	4	3	2	1	2	2	2	4	2	2	3	4	2	3	5
11	3	1	5	5	3	4	3	2	3	2	4	3	3	5	3	3	4	4	3	1	4	4	3	5	1	4	3	5	4	4	4	2	1	1	4	2	3	2	1	3	1	3	2	3	3	4	3
12	1	5	5	5	2	4	4	5	5	3	4	5	1	5	3	5	4	5	5	2	5	5	3	3	1	4	1	1	5	5	4	4	4	2	4	4	5	3	2	3	1	3	3	4	3	2	2
13	2	4	5	3	2	4	3	3	4	3	4	5	1	5	5	2	3	2	2	1	5	5	1	4	1	5	5	4	5	5	3	4	2	1	5	2	4	3	1	1	1	1	3	3	2	5	4
14	5	1	4	4	1	4	2	2	3	1	5	4	1	5	5	3	1	4	3	1	5	3	3	5	2	4	4	4	3	3	5	3	4	3	5	3	4	3	1	3	3	4	3	3	1	4	4
15	5	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	5	3	3	2	3	3	2	4	4	4	3	1	4	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	4	3	
16	2	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	1	5	4	5	3	4	3	1	4	5	3	5	2	4	4	4	4	4	5	2	5	4	3	4	2	2	1	3	5	4	5	3	5		
17	1	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	2	5	5	5	5	2	5	3	2	4	3	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	1	2	4	4	3	4	2	
18	1	3	5	5	5	3	4	4	4	2	3	4	1	3	4	4	4	4	3	5	5	5	3	4	1	5	3	3	5	5	5	4	3	1	4	5	4	5	1	1	1	3	4	5	2	4	3
19	5	1	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	2	4	4	1	5	2	3	2	3	5	5	5	5	1	5	5	5	5	3	2	2	3	4	4	4	5	4	
20	3	4	4	4	3	4	2	3	2	2	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	5	3	4	2	4	3	3	4	4	2	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4

21	1	1	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	2	4	1	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	5	4	4	3	3	4	
22	2	5	5	4	4	3	3	3	3	2	5	4	1	5	5	3	3	3	3	4	5	5	1	2	2	5	4	3	5	5	5	5	4	1	5	5	5	4	3	1	1	3	4	4	4	2	3	
23	1	1	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	5	4	5	3	2	2	2	1	4	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3		
24	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5	1	5	5	3	5	2	3	3	3	4	5	3	3	5	3	4	3	4	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	
25	3	2	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	1	5	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	5	4	3	5	5	4	4	3	2	5	4	4	3	3	3	3	2	3	4	2	4	3	
26	1	1	1	5	5	5	4	4	5	5	4	3	2	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	1	5	5	5	3	5	5	4	4	2	5	4	3	4	3	3	1	5	3	4	1	4	3	
27	1	5	3	4	3	3	4	4	5	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	5	2	3	3	3	1	3	3	3	1	2	2	4	4	3	3	2	2	2	2		
28	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	4	2	5	5	4	5	5	5	5	3	5	2	3	4	5	5	4	3	3	5	3	4	4	1	1	1	3	3	4	3	5	4	
29	1	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	1	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3	1	2	2	2	5	4	5	3	3	3	5	3	3	3	2	4	3	3	2	2	2	4	2		
30	5	3	4	5	4	3	4	3	3	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	5	4	3	2	3	3	
31	3	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	1	1	3	1	4	4	5	5	3	4	5	3	2	5	4	1	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	5	3	1	2	1	1	4	5	1
32	1	1	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	2	5	4	2	4	4	5	5	1	5	5	3	5	4	2	2	4	5	2	3	3	2	1	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	5	4	3
33	5	2	4	4	2	3	3	4	3	4	5	3	2	5	4	2	2	2	2	2	4	5	2	3	1	2	5	4	4	3	4	4	2	1	1	4	5	5	2	1	1	4	4	4	2	3	5	
34	1	2	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	1	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	2	3	3	1	3	3	
35	1	4	2	2	4	5	4	4	4	2	4	4	2	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	2	2	5	5	5	3	4	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	
36	1	5	5	5	3	4	2	3	3	3	3	4	4	1	5	4	3	2	2	3	3	4	5	2	4	3	3	3	4	5	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	2	2	1	3	5	1	5	3
37	5	3	4	4	3	5	3	4	3	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	2	2	2	2	4	3	4	5	4	4	4	3	4	1	2	1	3	5	5	5	3	5	
38	1	1	1	5	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	5	3	2	5	5	2	4	1	4	1	1	3	4	2	1	1	2	4	1	2	1	1	3	3	2	2	4	5	4	3	
39	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	5	5	2	5	4	3	2	1	5	2	4	4	5	3	4	5	3	5	3	4	3	1	2	4	5	3	4	5	4	5	
40	1	1	5	1	4	3	4	3	5	3	4	5	1	5	5	3	4	5	3	1	5	5	2	4	1	5	5	4	4	5	4	5	5	2	5	4	4	3	1	1	1	4	3	3	2	3	3	
41	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	3	3	5	5	3	5	3	5	3	5	1	3	2	2	3	4	2	1	2	5	2	2	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	
42	5	1	1	1	3	4	3	5	3	3	4	3	2	5	3	3	4	4	3	1	4	2	1	3	4	5	4	3	4	4	4	1	1	3	3	1	1	1	2	5	2	2	1	4	4	4	5	
43	1	1	5	3	3	5	3	4	4	3	3	5	1	5	4	2	2	2	2	1	4	3	3	4	2	4	3	3	4	5	3	4	2	2	4	4	4	4	1	2	2	5	4	5	5	4	4	
44	1	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	1	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5	1	5	4	4	2	5	5	5	3	1	5	5	4	5	1	2	1	1	4	5	3	5	3	
45	1	1	5	5	4	4	4	3	3	1	1	1	3	5	1	1	2	2	2	1	4	4	1	3	1	4	5	3	4	4	2	2	3	2	4	3	2	2	1	4	1	1	3	4	3	4	3	
46	1	1	4	4	1	3	2	1	2	2	3	5	1	5	2	3	3	4	2	1	4	4	3	2	1	5	4	5	3	5	5	4	4	1	5	2	5	4	1	1	1	2	5	5	5	3	1	
47	1	3	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	2	5	3	5	5	4	5	5	3	5	3	4	2	3	5	4	4	3	5	3	2	2	5	3	4	3	3	4	3	2	2	3	4	3	3	
48	3	5	4	2	3	3	3	2	3	2	4	4	5	5	5	2	2	4	3	3	3	2	5	2	3	2	2	2	3	4	3	3	4	2	5	2	1	1	2	4	2	5	3	2	5	5	2	
49	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	2	2	3	2	2	4	5	5	3	3	3	5	3	2	2	3	4	4	3	3	3	5	4	4	
50	1	3	4	5	4	4	4	4	4	2	4	3	2	2	5	1	4	5	5	1	5	3	1	5	2	4	5	4	3	4	4	2	3	3	4	2	3	3	1	2	1	2	4	4	4	4	4	
51	5	3	5	5	4	3	5	5	5	4	4	3	2	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	3	5	2	2	3	4	4	4	3	2	5		
52	1	1	1	4	4	3	3	3	3	3	5	4	5	4	5	4	4	5	5	1	4	3	5	2	3	4	3	3	3	2	3	2	1	3	4	2	2	2	4	4	5	3	4	3	5	4	3	
53	1	1	1	3	2	2	2	2	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	4	2	4	2	2	3	1	3	5	2	3	4	4	2	2	1	4	1	1	1	2	2	1	2	3	3	3	2	3	
54	1	1	5	3	1	4	3	5	5	3	3	5	1	5	3	1	5	5	5	2	4	3	4	5	1	4	4	5	4	5	3	5	3	2	5	5	5	4	1	1	1	1	3	5	3	4	5	
55	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	5	4	2	2	2	2	3	5	3	4	3	1	4	4	3	3	4	4	3	3	1	4	2	2	2	2	2	3	4	3	3	4	3	4	
56	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	4	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	2	1	3	5	5	5	5	5	4		
57	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	1	5	4	4	4	4	4	1	5	4	5	5	4	5	1	5	5	5	4	3	4	1	5	3	3	5	1	1	1	1	4	4	2	4	5	
58	2	2	4	2	3	4	3	2	3	2	4	5	1	5	5	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3	5	2	2	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	
59	3	1	1	2	3	3	3	4	3	3	1	2	3	4	1	4	4	4	4	1	3	2	3	3	3	5	2	3	4	5	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3	1	2	4	3	2	3	2	
60	3	3	5	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3		
61	1	2	4	4	5	3	5	5	5	5	3	5	1	5	4	5	5	5	5	1	5	3	5	5	5	3	3	1	5	4	3	3	2	1	5	2	4	3	3	2	1	5	3	5	3	5	3	
62	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	5	5	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	5	3	3	5	4	3	3	2	4	2	4	3	2	3	1	1	3	3	4	4			

APENDICE C

CUESTIONARIOS CONSULTADOS POR TRABAJO DE ALCARAZ Y VILLASANA (2015)

Autor	Instrumento	Descripción
Peter Robinson, Keith Hunt, Jonathan Huefner, David Stimpson	Entrepreneurship Attitude Orientation Scale (EAO)	Mide las siguientes actitudes: autoestima, necesidad de logro, control percibido interno y la innovación. Su interpretación, se hace bajo 3 componentes de las actitudes: comportamental, cognitivo y afectivo. Esta escala ha sido en repetidas ocasiones usada para conocer las diferencias entre emprendedores y no emprendedores.
Lawrence Finley	Inventario de Características Emprendedoras	Presenta de forma directa preguntas sobre las características emprendedoras para que la persona indique si las posee o no, pidiéndole que justifique su respuesta con un ejemplo de conducta que lo

		compruebe. Ofrece una puntuación general del perfil emprendedor de la persona.
James Halloran	Encuesta de características emprendedoras	Esta escala contiene 26 reactivos y aunque cuestiona sobre varias características emprendedoras, no ofrece una puntuación específica para cada una de ellas, sino únicamente para el perfil emprendedor total alcanzado.
Rodrigo Ochoa	Cuestionario para determinar el potencial emprendedor	Este cuestionario contiene 24 reactivos y pretende determinar el potencial emprendedor de la persona que lo está

completando. Se enfoca principalmente en

tratar de determinar si la persona tiene competencias que le permitan iniciar un negocio y operarlo con éxito. Menciona varias características (creatividad, perseverancia, etc.), sin embargo, solo se obtiene un perfil emprendedor general.

Silvia	Instrumento para	Escala centrada en los valores del
MoralesGualdrón,	medir el perfil	emprendedor como son: valor al
Antonio	psicológico del	autoempleo,
GutierrezGarcía,	emprendedor	al apoyo social, la percepción de barreras
Salvador	universitario	y
Roig-Dobón		los valores individualistas y colectivistas

José Carlos Sánchez	Escala de orientación emprendedora	Permite medir: la Intención emprendedora, el locus de control, la Auto eficacia emprendedora, la propensión al riesgo y la personalidad proactiva, ya que se asumió que los individuos con alta intención de emprender puntuarían más alto en los aspectos medidos.
Fernando Saboia	Medición de los Rasgos Psicológicos del emprendedor	Mide liderazgo, creatividad, propensión al riesgo, capacidad de negociación, autonomía y necesidad de logro, y relacionarlos con el éxito de sus empresas.
Patricia Rábago y Claudia	Cuestionario del espíritu emprendedor	Mide auto eficacia, locus de control, y necesidad de logro.

D'Annunzio

Fuente: Alcaraz-Rodriguez, 2011.

