



SÍLABO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

I. DATOS GENERALES

1.1. Línea de Carrera	Formación General
1.2. Código del Curso	306
1.3. Carreras	Sociología
1.4. Semestre Académico	2026-II
1.5. Sección	Única
1.6. Ciclo	V
1.7. Tipo de Asignatura	Presencial
1.8. Prerrequisitos	Ninguno
1.9. Créditos	03
1.10. Número de Horas	Hrs. Totales: 05 Teóricas 01 Prácticas 04
1.11. Duración de la Asignatura	Del 17 de agosto hasta 12 de diciembre 2026
1.12. Coordinador de la Asignatura	Director de Escuela
1.13. Docente	M(a) Rocío Del Pilar Álvarez García
1.14. Correo Electrónico	ralvarez@unifsc.edu.pe
1.15. WhatsApp	912266309

II. OBJETIVOS

• MISION

La Escuela Profesional de Sociología, tiene como misión formar profesionales altamente competentes, mediante una educación integral de calidad basada en principios humanistas, científicos y tecnológicos. Promovemos la investigación, la innovación y el desarrollo de habilidades críticas, con el objetivo de generar soluciones sostenibles y contribuir al progreso continuo de la región y del país, bajo un enfoque de responsabilidad social y mejora continua.

• VISION

Brindar una formación profesional competitiva a estudiantes universitarios; con sentido humanista, científico y tecnológico; a través de la investigación e innovación, comprometidos con la responsabilidad social y la mejora continua, para el desarrollo sostenible del país.

III. COMPETENCIAS E INDICADORES DE DESEMPEÑO DEL MAPA CURRICULAR

COMPETENCIA GENERAL	SUBCOMPETENCIA
Elabora una propuesta de proyecto emprendedor creativo, acrecentando la participación asociativa de la población, para sus potencialidades empresariales.	1. Comprender los fundamentos del emprendimiento y la innovación en el contexto peruano, identificando el impacto en el desarrollo socioeconómico del país.
	2. Desarrollar habilidades y competencias para gestionar proyectos emprendedores de manera efectiva, aplicando herramientas de planificación, organización y control.
	3. Analizar el papel de la innovación tecnológica y la digitalización en el ámbito empresarial, identificar tendencias tecnológicas relevantes y desarrollar habilidades digitales para el emprendimiento.
	4. Interpretar la importancia del emprendimiento y la responsabilidad social empresarial como herramientas para abordar desafíos sociales y ambientales, desarrollando proyectos emprendedores con impacto positivo en la comunidad.



3.1. INDICADORES DE DESEMPEÑO DEL MAPA CURRICULAR.

Nº	INDICADORES DE DESEMPEÑO DEL MAPA CURRICULAR
1	Comprende los conceptos fundamentales y principales características de la sociedad emprendedora a través de las tendencias en el país.
2	Identifica los retos y oportunidades de la cultura de la innovación proponiendo estrategias para promover la innovación.
3	Demuestra habilidades de liderazgo y emprendimiento proponiendo actividades innovadoras en la aplicación de dinámicas de equipos.
4	Analiza y discute casos de éxito de emprendimientos peruanos, identificando las oportunidades de desarrollo económico.
5	Identifica las necesidades sociales y oportunidades de intervención en el entorno local y desarrolla un modelo de negocio
6	Plantea la visión y misión de un Plan de negocios para el crecimiento de un emprendimiento innovador.
7	Establece la oportunidad de negocio identificando el perfil del cliente y/o beneficio del proyecto.
8	Plantea la producción de servicios y bienes del proyecto emprendedor considerando aspectos éticos y de responsabilidad social.
9	Establece los recursos económicos, tecnológicos para la implementación del proyecto identificando potenciales socios.
10	Analiza el impacto social del proyecto utilizando herramientas digitales en la gestión empresarial.
11	Diseña e implementa estrategias de marketing digital efectivas a través de un plan de marketing integral.
12	Participa activamente en actividades de colaboración e innovación abierta presentando su proyecto.
13	Comprende los dilemas éticos en el ámbito empresarial revisando los proyectos de los equipos de trabajo.
14	Aplica criterios técnicos en la selección de un proyecto emprendedor utilizando fichas de evaluación.
15	Fomenta estrategias efectivas de comunicación mediante un plan de difusión del proyecto seleccionado.
16	Presenta y defiende el proyecto de emprendimiento e innovación con claridad y persuasión utilizando herramientas audiovisuales.

IV. SUMILLA.

Abarca los siguientes Temas:

- I. Sociedad emprendedora. Factores claves para el desarrollo: generación de empleo, diversificación y reconstitución del tejido productivo. Canalización de energías y talento de la población.
- II. Propuesta de capitalización el potencial del sistema educativo de la ciencia, técnica para forjar vocaciones articulados al mundo empresarial.
- III. Capacidades emprendedoras: emprendimiento, liderazgo.
- IV. Emprendimiento Social y responsabilidad Social. Experiencias exitosas de emprendimiento en el Perú y el mundo



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



V. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD DE APRENDIZAJE	INDICADOR DE DESEMPEÑO	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Unidad 1. Fundamentos del emprendimiento y la innovación.	Comprende los conceptos fundamentales y principales características de la sociedad emprendedora a través de las tendencias en el país.	El estudiante identifica los conceptos básicos de emprendimiento e Innovación.
Unidad 2. Cultura de la innovación: retos y oportunidades.	Identifica los retos y oportunidades de la cultura de la innovación proponiendo estrategias para promover la innovación.	El estudiante reconoce los retos y oportunidades de la cultura del emprendimiento.
Unidad 3. Emprendimiento y Liderazgo	Demuestra habilidades de liderazgo y emprendimiento proponiendo actividades innovadoras en la aplicación de dinámicas de equipos.	El estudiante participa y reconoce actividades de liderazgo para el emprendimiento e innovación.
Unidad 4. Innovadores en el Perú: experiencias exitosas	Analiza y discute casos de éxito de emprendimientos peruanos, identificando las oportunidades de desarrollo económico.	El estudiante construye un recurso didáctico de los casos seleccionados.
Unidad 5. Diseño y planificación de proyecto de emprendimiento.	Identifica las necesidades sociales y oportunidades de intervención en el entorno local y desarrolla un modelo de negocio	El estudiante reconoce su interés en el planteamiento de un modelo lógico.
Unidad 6. Implementación y ejecución de proyectos	Plantea la visión y misión de un Plan de negocios para el crecimiento de un emprendimiento innovador.	El estudiante explica la visión y misión alcanzar en el proyecto.
Unidad 7. Desarrollo de un plan de negocio.	Establece la oportunidad de negocio identificando el perfil del cliente y/o beneficio del proyecto.	El estudiante expone las características del perfil del cliente en alcance y cantidad.
Unidad 8. Evaluación de impacto y resultados	Plantea la producción de servicios y bienes del proyecto emprendedor considerando aspectos éticos y de responsabilidad social.	El estudiante reconoce los recursos y actividades productivas del proyecto.
Unidad 9. Recursos Económicos y Tecnológicos	Establece los recursos económicos, tecnológicos para la implementación del proyecto identificando potenciales socios.	El estudiante reconoce los ingresos, egresos y flujos en el planteamiento del recurso económico y tecnológico.
Unidad 10. Herramientas y plataformas digitales	Analiza el impacto social del proyecto utilizando herramientas digitales en la gestión empresarial.	El estudiante valora el impacto social del proyecto de emprendimiento e innovación.
Unidad 11. Estrategias de marketing	Diseña estrategias de marketing digital efectivas a través de un plan de marketing integral.	El estudiante valora los tipos de estrategias de marketing digital.
Unidad 12. Innovación abierta y colaborativa	Desarrolla actividades de colaboración e innovación abierta presentando su proyecto.	El estudiante participa activamente en actividades de colaboración e innovación abierta presentando su proyecto.
Unidad 13. Emprendimiento social, sostenibilidad y responsabilidad social.	Comprende los dilemas éticos en el ámbito empresarial revisando los proyectos de los equipos de trabajo.	El estudiante valora los proyectos de emprendimiento de los colaboradores.
Unidad 14. Prácticas sostenibles, Impacto social y ambiental del emprendimiento	Aplica criterios técnicos en la selección de un proyecto emprendedor utilizando fichas de evaluación.	El estudiante reconoce los criterios técnico de un proyecto de emprendimiento.
Unidad 15. Comunicación y difusión de resultados.	Fomenta estrategias efectivas de comunicación mediante un plan de difusión del proyecto seleccionado.	El estudiante promueve el plan de difusión del proyecto.
Unidad 16. Presentación del proyectos de emprendimiento e innovación	Sustenta el proyecto de emprendimiento e innovación con claridad y persuasión utilizando herramientas audiovisuales.	El estudiante expone con claridad el proyecto de emprendimiento e innovación.



VI. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

6.1. UNIDAD DIDÁCTICA 1: Emprendimiento e Innovación desde el desarrollo socioeconómico del país.					
SUBCOMPETENCIA: Comprender los fundamentos del emprendimiento y la innovación en el contexto peruano, identificando el impacto en el desarrollo socioeconómico del país.					
SEMANA	TEMAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O DIDÁCTICAS	RECURSOS	LOGROS DE APRENDIZAJE
Semana 1:	Fundamentos del emprendimiento y la innovación.	El estudiante identifica los conceptos básicos de emprendimiento e Innovación.	Exposición dialogada: El docente presenta el sílabo, recoge a través de lluvias de ideas, elementos claves sobre emprendimiento e Innovación	Presentaciones en PowerPoint, Video personalizado por el docente.	Comprende los conceptos fundamentales y principales características de la sociedad emprendedora a través de las tendencias en el país.
Semana 2:	Cultura de la innovación: retos y oportunidades.	El estudiante reconoce los retos y oportunidades de la cultura del emprendimiento.	Análisis de casos: Los estudiantes examinan y desarrollan aspectos generales de Formato de Plan de Negocios PROCOMPITE	Organizadores gráficos Bibliografía recomendada.	Identifica los retos y oportunidades de la cultura de la innovación proponiendo estrategias para promover la innovación.
Semana 3:	Emprendimiento y Liderazgo	El estudiante participa y reconoce actividades de liderazgo para el emprendimiento e innovación.	Análisis de casos: Los estudiantes elaboran un idea de Plan de Negocio	Organizadores gráficos Bibliografía recomendada.	Demuestra habilidades de liderazgo y emprendimiento proponiendo actividades innovadoras en la aplicación de dinámicas de equipos.
Semana 4:	Modelos de negocio innovadores en el Perú: experiencias exitosas	El estudiante construye un recurso didáctico de los casos seleccionados.	Exposición : Los estudiantes conforman equipos de trabajo y presentan el análisis de un negocio.	Guía de contenido de preguntas y respuestas.	Analiza y discute casos de éxito de emprendimientos peruanos, identificando las oportunidades de desarrollo económico.

6.2. UNIDAD DIDÁCTICA 2: Gestión de Proyectos de Emprendimiento en el contexto actual.

SUBCOMPETENCIA: Desarrollar habilidades y competencias para gestionar proyectos emprendedores de manera efectiva, aplicando herramientas de planificación, organización y control.

SEMANA	TEMAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O DIDÁCTICAS	RECURSOS	LOGROS DE APRENDIZAJE
Semana 1:	Diseño y planificación de proyecto emprendimiento.	El estudiante reconoce su interés en el planteamiento de un modelo lógico.	Exposición dialogada: El docente expone la estructura de Plan de Emprendimiento	Presentaciones en PowerPoint, Video personalizado por el docente.	Identifica las necesidades sociales y oportunidades de intervención en el entorno local y desarrolla un modelo de negocio
Semana 2:	Implementación y ejecución de proyectos	El estudiante explica la visión y misión alcanzar en el proyecto.	Taller de aprendizaje colaborativo : Los estudiantes elaboran los objetivos y estrategias.	Canva ,repositorio Bibliografía recomendada.	Plantea la visión y misión de un Plan de negocios para el crecimiento de un emprendimiento innovador.
Semana 3:	Desarrollo de un plan de negocio	El estudiante expone las características del perfil del cliente en alcance y cantidad.	Taller de aprendizaje colaborativo : Los estudiantes elaboran el análisis de mercado	Canva, repositorio Bibliografía recomendada.	Establece la oportunidad de negocio identificando el perfil del cliente y/o beneficio del proyecto.
Semana 4:	Evaluación de impacto y resultados	El estudiante reconoce los recursos y actividades productivas del proyecto.	Exposición : Los estudiantes exponen su trabajo seleccionado.	Guía de contenido de preguntas y respuestas	Plantea la producción de servicios y bienes del proyecto emprendedor considerando aspectos éticos y de responsabilidad social.



6.3. UNIDAD DIDÁCTICA 3: Innovación Tecnológica en los procesos de elaboración del proyecto.					
SUBCOMPETENCIA: 3. Analizar el papel de la innovación tecnológica y la digitalización en el ámbito empresarial, identificar tendencias tecnológicas relevantes y desarrollar habilidades digitales para el emprendimiento.					
SEMANA	TEMAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O DIDÁCTICAS	RECURSOS	LOGROS DE APRENDIZAJE
Semana 1:	Recursos Económicos y Tecnológicos	El estudiante reconoce los ingresos, egresos y flujos en el planteamiento del recurso económico y tecnológico.	Exposición dialogada: El docente expone la estructura de Plan de Producción de bien o servicio	Presentaciones en PowerPoint, Video personalizado por el docente.	Establece los recursos económicos, tecnológicos para la implementación del proyecto identificando potenciales socios.
Semana 2:	Herramientas para valorar el impacto social	El estudiante valora el impacto social del proyecto de emprendimiento e innovación.	Taller de aprendizaje colaborativo : Los estudiantes desarrollan el requerimiento de la inversión	Canvas, repositorio de almacenamiento Bibliografía recomendada.	Analiza el impacto social del proyecto utilizando herramientas digitales en la gestión empresarial.
Semana 3:	Rentabilidad económica y estrategias de marketing	El estudiante valora los tipos de estrategias de marketing digital.	Taller de aprendizaje colaborativo : Los estudiantes elaboran la rentabilidad económica.	Canvas, repositorio de almacenamiento Bibliografía recomendada.	Diseña estrategias de marketing digital efectivas a través de un plan de marketing integral.
Semana 4:	Innovación abierta y colaborativa	El estudiante participa activamente en actividades de colaboración e innovación abierta presentando su proyecto.	Exposición : Los estudiantes exponen su trabajo seleccionado	Guía de contenido de preguntas y respuestas	Desarrolla actividades de colaboración e innovación abierta presentando su proyecto.

6.4. UNIDAD DIDÁCTICA 4: Emprendimiento y responsabilidad Social empresarial

SUBCOMPETENCIA: Interpreta la importancia del emprendimiento y la responsabilidad social empresarial como herramientas para abordar desafíos sociales y ambientales, desarrollando proyectos emprendedores con impacto positivo en la comunidad.

SEMANA	TEMAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O DIDÁCTICAS	RECURSOS	LOGROS DE APRENDIZAJE
Semana 1:	Emprendimiento social, sostenibilidad y responsabilidad social	El estudiante valora los proyectos de emprendimiento de los colaboradores.	Debate: Los estudiantes elaboran y revisan el cronograma de ejecución	Canvas, repositorio de almacenamiento Bibliografía recomendada.	Comprende los dilemas éticos en el ámbito empresarial revisando los proyectos de los equipos de trabajo.
Semana 2:	Prácticas sostenibles, Impacto social y ambiental del emprendimiento	El estudiante reconoce los criterios técnico de un proyecto de emprendimiento.	Análisis de información: Los estudiantes conforman equipos de trabajo y identifican indicadores de resultados	Canvas, repositorio de almacenamiento Bibliografía recomendada.	Aplica criterios técnicos en la selección de un proyecto emprendedor utilizando fichas de evaluación.
Semana 3:	Comunicación y difusión de resultados	El estudiante promueve el plan de difusión del proyecto.	Organización de Contenido: Los estudiantes exponen sus avances de Planes de Negocios.	Redes Sociales de las instituciones aliadas.	Fomenta estrategias efectivas de comunicación mediante un plan de difusión del proyecto seleccionado.
Semana 4:	Presentación del proyectos de emprendimiento e innovación	El estudiante expone con claridad el proyecto de emprendimiento e innovación.	Exposición : Los estudiantes realizan la presentación del Plan de Negocios.	Rúbricas de evaluación y bibliografía recomendada	Sustenta el proyecto de emprendimiento e innovación con claridad y persuasión utilizando herramientas audiovisuales.



VII. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

MEDIOS Y PLATAFORMAS VIRTUALES	MEDIOS INFORMATICOS
Línea de Internet Plataformas virtuales. youtube Videos tutoriales de temas seleccionados Inteligencia Artificial: Chatgpt, DeepSeek	Computadora Lap Top Tablet Celular Smart Pizarra digital

VIII. EVALUACIÓN

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

5.1. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

5.2. Evidencia de Desempeño.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

5.3. Evidencia de Producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final. Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	30 %	El ciclo académico comprende 4 unidades didácticas
Evaluación de Producto	35%	
Evaluación de Desempeño	35 %	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)

$$PF = \frac{PM1+PM2+PM3+PM4}{4}$$



UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



IX. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB.

UNIDAD DIDACTICA I:

1. AA. VV. (2020). *Emprendimiento e innovación en el Perú: Ocho experiencias peruanas de emprendimiento e innovación*. SMART BOOK.
2. Vives, A. (2014). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.
3. Cortina, A. (2000). *Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial*. Editorial Trotta.
4. Drucker, P. F. (2006). *La gerencia: Tareas, responsabilidades y prácticas*. Editorial Sudamericana.
5. Kliksberg, B. (2003). *Ética y gerencia social: La filosofía de la empresa en tiempos de globalización*. Fondo de Cultura Económica.
6. Martínez Echevarría, M. A. (2012). *Filosofía de la empresa: Una teoría de la acción directiva*. Eunsa.

UNIDAD DIDACTICA II:

1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.
2. Ries, E. (2011). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Deusto.
3. Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2017). *Emprendimiento*. McGraw-Hill Education.
4. Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2019). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures* (6th ed.). Pearson.
5. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Emprendimiento*. McGraw-Hill Education.
6. Kuratko, D. F. (2021). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (11th ed.). Cengage Learning.
7. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Diseñando la propuesta de valor*. Deusto.
8. Ries, E. (2011). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Deusto.

UNIDAD DIDACTICA III:

1. Drucker, P. F. (2015). *La innovación y el empresario innovador*. Editorial Grupo Planeta.
2. Schumpeter, J. A. (2003). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo de Cultura Económica.
3. Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Gestión de la innovación: Integrando el cambio tecnológico, de mercado y organizacional*. Reverté.
4. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.

UNIDAD DIDACTICA IV:

1. Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
2. Drucker, P. F. (2007). *La innovación y el emprendimiento*. Editorial Edhasa.



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



3. Vives, A. (2014). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.
4. Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2017). *Emprendimiento*. McGraw-Hill Education.
5. Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
6. Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (6.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.
7. Gutiérrez, H. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. McGraw-Hill.
8. Ross, S. A., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2016). *Administración financiera* (10.ª ed.). McGraw-Hill.

REFERENCIA WEB:

1. Álvarez, S., & Barney, J. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 11–26. <https://doi.org/10.1002/sej.4>
2. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). *Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible en América Latina*. Naciones Unidas. <https://repositorio.cepal.org>
3. Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2017). *La responsabilidad social empresarial y el trabajo decente*. OIT. <https://www.ilo.org>
4. Banco Mundial. (2020). *Emprendimiento, innovación y desarrollo sostenible en América Latina*. Banco Mundial
5. KPMG Perú. (2024). *Tendencias sobresalientes en consumo y retail en América del Sur*. KPMG. <https://kpmg.com/pe/es/home/insights/2024/09/tendencias-sobresalientes-en-consumo-y-retail.html>
6. Deloitte Perú. (2025). *Tendencias Globales de Capital Humano 2025: Convertir las tensiones en triunfos*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/pe/es/pages/human-capital/articles/tendencias-globales-de-capital-humano-2025.html>
7. Defontana. (2025). *Tendencias empresariales que marcarán el rumbo en Perú en 2025*. Defontana. <https://www.defontana.com/blog/pe/tendencias-empresariales-que-marcar%C3%A1n-el-rumbo-en-per%C3%BA-en-2025>

Huacho, Julio del 2026

UNIV. NAC. JOSÉ F. SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

M(a) RODOLFO DEL PILAR ÁLVAREZ GARCÍA
DOCENTE