



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**Cultura digital como alternativa de desarrollo para jóvenes  
emprendedores de la zona 7 de Lima. Año 2022**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE**

**Bachiller en Administración y Dirección de Negocios**

**Bachiller en Marketing e Innovación**

**PRESENTADO POR:**

Altamirano Cortez, Flavia Carolina - Marketing e Innovación

Flores Pillaca, Nayeli Lucero - Administración y Dirección de Negocios

Romero Polo, Christian Alejandro - Administración y Dirección de Negocios

**ASESOR:**

Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

(ORCID - 0000-0002-6930-3718)

**LIMA – PERÚ**

**2022**

## **ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR:**

Mg. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

### **MIEMBROS DEL JURADO**

Eduardo Haro  
Fernando Felipa

## **DEDICATORIA**

### **Christian Alejandro Romero Polo:**

Este trabajo va dedicado en primer lugar para mi abuelita que hoy ya no se encuentra con vida, pero me dejó muchas enseñanzas, ella siempre esperaba que sea profesional y hago esto porque le prometí que terminaría mi carrera, también para mi familia por su apoyo constante en especial mi hermana Alessia que es mi motor del día a día. Seré profesional por todos ellos, son el motivo por el cual me despierto en las mañanas a continuar luchando, los amo.

### **Nayeli Lucero Flores Pillaca:**

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mi familia, principalmente a mis padres, mi querida hermana Tamara y a mis tíos, Marlene y Efrain, que con su ayuda pude realizar mis estudios y me dieron la seguridad para no desistir. A mi abuela materna que demostró en vida ser un ejemplo de mujer emprendedora y que ningún problema es demasiado grande para uno a pesar de las circunstancias. A mi abuela paterna por su fortaleza y amor, que me muestra siempre que el trabajo bien hecho es el que vale la pena.

Con su ejemplo soy la persona que soy ahora, por lo que les doy las gracias por ser parte de ustedes.

### **Flavia Carolina Altamirano Cortez:**

El presente trabajo está dedicado principalmente a mi madre Yuli Cortez, la cual es mi guía, ella siempre me empujo a que sea mejor día a día. eres toda mi vida madre; también a mis abuelas Flavia y María, que gracias a ellas me he forjado correctamente, las amo con todo mi corazón.

Quiero también dedicar unas palabras a mi padre, el cual no está conmigo físicamente, pero sé que siempre ha sido mi principal guía y fuerza en esta montaña rusa llamada vida, gracias, papá por siempre cuidar de mí, por ser mi estrella.

Finalmente quiero agradecer a Dios, que sin él no estaría escribiendo estas pequeñas palabras, gracias, Dios por la fortaleza que me has dado todo este tiempo, no sé qué hubiese hecho sin ti.

## **AGRADECIMIENTOS**

Antes que nada deseamos agradecerle a Dios por un día más de vida que nos regala y por las fuerzas que nos brindó para poder realizar este trabajo de investigación, también a la profesora Roxana por su paciencia y su don de servicio en ayudar a nosotros los alumnos con las asesorías con mucha entrega y demostrando profesionalismo en su labor, y por último queremos darle las gracias a nuestras familias ya que ellos fueron las personas que nos criaron, nos acompañaron a lo largo de nuestras vidas y sobre todo que nos apoyaron a continuar con nuestras carreras profesionales, muchas gracias.

## ÍNDICE TEMÁTICO

Asesor y miembros del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Índice	v
Índice de tablas	viii
Índice de gráficos	ix
Resumen	x
Abstract	xii
Introducción	13
<b>I: INFORMACIÓN GENERAL</b>	<b>166</b>
1.1 Título del Proyecto	166
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	16
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	16
1.4 Alcance de la solución	17
<b>II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA</b>	<b>199</b>
2.1.1 Planteamiento del problema	199
2.1.2 Formulación del problema	244
2.1.2.1 Problema general	244
2.1.2.2 Problemas específicos	244
2.1.3 Objetivos de investigación	255
2.1.3.1 Objetivo general	255
2.1.3.2 Objetivos específicos	25
2.1.4 Justificación de la investigación	255
2.1.4.1 Justificación teórica	255
2.1.4.2 Justificación metodológica	266
2.1.4.3 Justificación práctica	266
2.1.5 Limitaciones de la investigación	277

2.1.6 Viabilidad de la investigación	288
<b>III: MARCO REFERENCIAL</b>	<b>30</b>
Antecedentes	30
Antecedentes nacionales	30
Antecedentes internacionales	322
Marco teórico	355
La cultura digital	355
Ingenio Learning	377
Conceptos de nativos digitales	40
La cultura digital y el emprendimiento	433
Características de los emprendedores	488
Emprendimientos de repostería y regalos	52
Galletas Nutri”H”	533
El Emprendimiento en América Latina	544
Definición de términos básicos	566
<b>IV: HIPOTESIS Y VARIABLES</b>	<b>577</b>
Formulación de hipótesis principales y derivadas	577
Hipótesis principal	577
Hipótesis derivadas	577
Operacionalización de variables	588
<b>V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>599</b>
Diseño metodológico	599
Diseño muestral	60
Población	61
Muestra	61
Técnica de recolección de datos	62
Técnicas estadísticas de procesamiento de la información	62
Resultados	63
Análisis descriptivo	633

Análisis ligados a las hipótesis	756
<b>VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN</b>	778
Alcance esperado	778
Descripción de la propuesta de innovación	778
Diagnóstico situacional	789
Procedimiento para la propuesta de mejora	81
Desarrollo del proyecto de innovación	81
Presupuesto	85
<b>VII: CONCLUSIONES</b>	857
<b>VIII: RECOMENDACIONES</b>	889
<b>IX: FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	90
	¡Error! Marcador no definido.
<b>X: ANEXOS</b>	96

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Población de jóvenes.....	58
Tabla N°2: Conocí emprendimientos por medio de las redes sociales.....	60
Tabla N° 3: Veo videos en YouTube para aprender materias nuevas, y si no lo hace por YouTube indique en dónde.....	61
Tabla N° 4: Utilicé alguna herramienta digital para: (pueda marcar más de una opción).....	62
Tabla N° 5: Alguna vez he declarado impuestos ante la Sunat.....	63
Tabla N° 6: Conozco cómo aperturar una empresa formalmente.....	64
Tabla N° 7: ¿Cuento con una idea de negocio para aplicarla? .....	65
Tabla N° 8: ¿Conozco personas que podrían ser mis socios de negocios?.....	66
Tabla N° 9: Utilizó las siguientes herramientas digitales.....	67 y 68
Tabla N° 10: He comprado artículos por Facebook.....	69
Tabla N° 10: Sé cómo iniciar una tienda virtual sin stock.....	70
Tabla N° 11: Matriz FODA del Simulador Journey.....	73
Tabla N° 12: Propuesta de Innovación.....	78
Tabla N° 13: Presupuesto del Proyecto.....	78 y 79



## ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico N°1: Conocí emprendimientos por medio de las redes sociales.....	60
Gráfico N°2: Veo videos en YouTube para aprender materias nuevas, y si no lo hace por YouTube indique en dónde.....	61
Gráfico N°3: Utilicé alguna herramienta digital para: (pueda marcar más de una opción).....	62
Gráfico N°4: Alguna vez he declarado impuestos ante la Sunat.....	63
Gráfico N°5: Conozco cómo aperturar una empresa formalmente.....	64
Gráfico N°6: ¿Cuento con una idea de negocio para aplicarla?.....	65
Gráfico N°7: ¿Conozco personas que podrían ser mis socios de negocios?...	66
Gráfico N°8: Utilizó las siguientes herramientas digitales.....	68
Gráfico N°9: He comprado artículos por Facebook.....	69
Gráfico N°10: Sé cómo iniciar una tienda virtual sin stock.....	70

## RESUMEN

Mediante esta investigación se tiene el propósito de dar conciencia sobre la importancia de la cultura digital y sobre todo de cómo puede ser beneficioso para promover el crecimiento en jóvenes emprendedores de la zona 7 en Lima, para ello se creará un simulador de buenas prácticas de emprendimiento digital informativo y práctico en el cual el usuario se beneficiará con todos los conocimientos que el simulador ofrecerá para que de esta manera pueda comenzar un emprendimiento con ayuda de la digitalidad.

La investigación cuenta con una metodología de tipo aplicada ya que se busca una propuesta de solución para los jóvenes de la zona 7, el enfoque de este estudio es descriptivo debido a que se cuenta con información necesaria y se dispone de una población amplia para la aplicación de la herramienta de recolección de datos, además el diseño a considerar es cuantitativo ya que se dará a conocer detalles y características aplicando una encuesta a 106 jóvenes de la zona 7.

El nivel que se está considerando en esta investigación es tipo correlacional, ya que se pretende determinar cómo se relacionan y unen un mismo patrón.

El objetivo principal es demostrar de qué manera la cultura digital influye en el desarrollo de jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022

La población que se está considerando es dividida en 5 distritos de Lima, tales como San Borja, San Isidro, La Molina, Surco y Miraflores, El total sumado de estos distritos es 129,569 jóvenes entre 18 y 29 años, por ello se determinó realizar 20 encuestas aproximadamente por distrito, dando una muestra total de 106 encuestas. La técnica de recolección de datos fue la recolección de encuestas y como herramienta principal se tiene la ficha de recolección de datos, la misma que está compuesta por 25 preguntas.

Entre los principales resultados se tiene que más del 90% de los encuestados afirma haber conocido un emprendimiento a través de las redes sociales, también se determina que el 80% de jóvenes acude a YouTube para aprender cosas nuevas. Se cuenta con más del 60% de jóvenes que no saben cómo declarar ante sunat y no tienen la menor idea de cómo apertura una empresa desde cero, pero contamos con más del 30% que, si les gustaría aprender, es por ello que se está implementando este proyecto, con el fin de llegar a más jóvenes emprendedores.

Al aportar hacia el crecimiento del emprendimiento en nuestro Perú, se da veracidad que el cambio empieza por uno mismo y es por eso por lo que se está empeñando el esfuerzo en los jóvenes que serán los profesionales del mañana.

Palabras claves: Cultura digital, cultura del emprendimiento, simuladores de negocio, negocios digitales

### **Abstract**

Through this research we have the purpose of raising awareness about the importance of digital culture and especially how it can be improved to promote growth in young entrepreneurs in zone 7 in Lima, for this a simulator of good practices of digital entrepreneurship will be created. informative and practical in which the user will benefit from all the knowledge that the simulator will present so that in this way they can start a business with the help of digitality.

The study was carried out within the basic type since own theories are built, its design is descriptive because it has necessary information in addition to having a large population for data collection, the level to be considered is correlational because it is It will seek to determine the relationship between two variables participating in the study and the quantitative analysis will be in a short time, depending on the breadth of the data obtained.

The population used were young people from zone 7 of Lima, which represents a total of 18, 659 people between 18-29 years of age, the sample considers 106 young people where the data collection tools were applied through a survey of 25 questions whose purpose was to analyze the technical knowledge of current entrepreneurship of young people, digital lifestyle and aspirations.

By contributing to the growth of entrepreneurship in our Peru, we give truth to the fact that change begins with oneself and that is why we commit our efforts to the young people who will be the professionals of tomorrow.

## INTRODUCCIÓN

La globalización, la presencia de los constantes cambios tecnológicos, la popularización de internet y las tecnologías asociadas, la Industria 4.0 y la transformación digital son algunos de los cambios que están experimentando las personas en diferentes regiones del mundo de manera desigual (De Hoyos, 2016). Es en esta línea, que los jóvenes, como colectivo dinámico y creativo, han incursionado de una forma empírica en algunos casos o en otras de manera mucho más organizada en el tema de culturizarse digitalmente, el cual es un proceso que ha creado generaciones denominadas internautas; es el marco de este contexto es que se decidió plantear el proceso de investigación denominado La cultura digital como alternativa de desarrollo de los jóvenes emprendedores de la zona 7 considerando distritos como Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina en la ciudad de Lima, puesto que la realidad económica y social en la cual se vienen desarrollando los jóvenes les exige a muchos la puesta en escena de sus habilidades creativas e innovadoras, dando inicio con ello a propuestas emprendedoras con un carácter más digital.

Es a través del uso de la tecnología y el acelerado desarrollo de esta , que se ha creado una cultura propia de los jóvenes alrededor del tema tecnológico que les permite no solamente estar comunicados con sus amigos o grupos de interés, sino que logran tener conexión a nivel global con otros jóvenes con los cuales comparten una cosmovisión particular. Podría decirse

entonces, que los jóvenes, el emprendimiento y la tecnología forman una fusión que contiene muchos de los componentes más apreciados en el mundo empresarial actual porque aportan: Dinamismo, ilusión, entretenimiento, novedad, cambio, disrupción, creatividad, y autonomía. Esta amalgama es un factor de desarrollo en las sociedades modernas y por tanto se espera con este estudio realizar una identificación de las características de los emprendimientos realizados por jóvenes actualmente en la zona 7 de Lima y cuántos de estos se han desarrollado considerando como base la cultura digital.

El capítulo 1 trata sobre la información general del proyecto el cual está compuesta por el título del proyecto, el área estratégica de desarrollo prioritario, la actividad económica en la cual se va a basar nuestra investigación y por último la población que tendrá este proyecto.

En el capítulo 2 se abordan temas como el planteamiento y formulación del problema, problemas específicos y el problema general a resolver mediante este trabajo de investigación, además presentaremos todos los objetivos, el general y los específicos.

En el capítulo 3 se da a conocer sobre el marco referencial de la investigación que estará compuesta por los antecedentes nacionales e internacionales, marco teórico y un caso de emprendimiento juvenil en el Perú.

En el capítulo 4 se explica acerca de la hipótesis de la investigación y sus variables que está conformada por la hipótesis general, hipótesis derivadas y la operacionalización de variables donde se presenta un cuadro con

indicadores, dimensiones y escala de medición para poder realizar la recolección de datos mediante la encuesta.

En el capítulo 5 se muestra la metodología de investigación donde se dará hincapié al diseño metodológico conformado por el tipo, diseño, enfoque, y nivel del proyecto de investigación, además estará presente el diseño muestral, la población, la muestra, la técnica de recolección de datos, técnicas estadísticas de procesamiento de la información, resultados, análisis descriptivo y el análisis ligado a la hipótesis.

El capítulo 6 está compuesto temas tales como el alcance esperado del proyecto, descripción de la propuesta de innovación, diagnóstico situacional que está compuesto por la reseña histórica, misión, visión y foda. Además, se encuentra el procedimiento para la propuesta de mejora que describe las fases que requerirá y por último se explica detalladamente el presupuesto.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones del proyecto de innovación.

## I: INFORMACIÓN GENERAL

### 1.1 Título del Proyecto

La cultura digital como alternativa de desarrollo de jóvenes emprendedores de la zona 7 en Lima

### 1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

El presente trabajo toma en consideración la línea de investigación de aplicaciones tecnológicas y transformación digital para el desarrollo de las buenas costumbres a la digitalización comercial en los emprendimientos de jóvenes empresarios, implementando métodos, herramientas, estrategias de marketing, análisis y desarrollo de procesos. Creación de plataforma de simulación práctica.

### 1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

El uso de las redes sociales en el país representa aproximadamente el 80% del Perú urbano en 2021 de usuarios de entre 18 a 70 años (IPSOS 2021). Además, la presencia de empresas digitalizadas con tenencia de páginas web en el 2021 fue del 81% a diferencia del año 2019 que era de 68%, como principales redes sociales que utilizan las empresas son: Facebook (72%), LinkedIn (34%), YouTube (29%), Twitter (27%), Instagram (26%) consecuencia de la participación del público en general en Facebook (74%), Youtube (56%), Instagram (54%), Tik Tok (38%), Twitter (25%) IPSOS (2021).

Incluso la inversión en las plataformas digitales ha ido en aumento en 3.4% respecto al 2019, incluyendo el market share 27.1% por el mayor uso de internet en el 2020 por el confinamiento en el que la población estuvo, colocando a las empresas en ambiente con nuevos retos y oportunidades para llegar al usuario CPI (2021)



Además, en el cuarto trimestre de 2021, el 95,3% de los hogares del país tienen al menos una Tecnología de Información y Comunicación, mientras que, en similar trimestre de 2020, en el 94,3% de hogares había al menos una TIC, habiéndose incrementado en 1,0 punto porcentual y respecto a similar trimestre del año 2019 (trimestre prepandemia), el 93,9% de los hogares tienen al menos una TIC, con un aumento de 1,4 puntos porcentuales. (INEI,2021)

Con relación al servicio de Internet, el 75,1% de los hogares de Lima Metropolitana disponen de este servicio, el 58,7% del resto urbano y el 18,5% de los hogares del Área rural. • Comparado con similar trimestre del año anterior, el servicio de Internet a nivel nacional se incrementó en 9,6 puntos porcentuales. Así, en los hogares de Lima Metropolitana, Resto urbano y el Área rural, se observan incrementos de 7,6, 10,8 y 8,4 puntos porcentuales, respectivamente. En relación con similar trimestre del año 2019, se aprecian incrementos en mayor proporción; a nivel nacional en 16,2 puntos porcentuales, Lima Metropolitana en 14,9 puntos porcentuales, el Resto urbano en 17,6 puntos porcentuales y el Área rural en 12,8 puntos porcentuales. (INEI, 2021)

#### **1.4 Alcance de la solución**

El público objetivo que se ve beneficiado por la investigación son los jóvenes de la zona 7 de Lima Metropolitana, comprendidos en los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina y la muestra de estudio considera al joven emprendedor de estos distritos que comparten características similares y son potenciales stakeholders del trabajo de investigación.

Asimismo, se segmenta a la población joven de 18 a 29 años ubicados en la zona 7 de Lima para poder tener un mejor detalle. Entre los resultados para el distrito de San Borja, son 18,659 jóvenes, San Isidro 8,060, Surco 62, 836, Miraflores 13, 958 y La Molina 26,056 teniendo un total de 129, 569 jóvenes

potenciales que este proyecto de investigación beneficiaría para que puedan seguir formándose en la independencia financiera mediante algún emprendimiento y de esta manera apoyar al Perú.

## II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

### 2.1 Descripción de la realidad problemática

#### 2.1.1 Planteamiento del problema

Hoy en día la era digital ha tomado poder no solo en las personas, sino que también tiene una gran influencia en las empresas. El uso de tecnologías digitales se convierte en una parte fundamental del entorno social, económico, familiar y profesional. Actualmente se está viviendo en un mundo cambiante, donde la transformación digital de negocios existentes en general y el desarrollo de la innovación de las tecnologías digitales, conduciendo a cambios en los modelos existentes y a la creación de nuevas ideas mucho más osadas y novedosas que años atrás, observándose un desarrollo a pasos agigantados de la economía digital.

La formación de emprendedores y nuevas empresas es una prioridad cuando se trata de promover el desarrollo económico y social de los países. El emprendimiento resulta importante por sus efectos positivos en la generación de empleos y en el crecimiento económico.

El emprendimiento es una característica estructural de las economías latinoamericanas, en parte, como respuesta a los altos niveles de desempleo que enfrenta la región y que a través del autoempleo se convierte en una alternativa para obtener ingresos. En América Latina, el 28.7% de la población económicamente activa es autoempleada, el 54.8% es asalariada y el 4% es empleadora (Corporación Andina de Fomento, 2013).

Particularmente, el 19% de los jóvenes latinoamericanos se encuentra dentro de un empleo informal, mientras que el 20% no estudia ni trabaja (OCDE/CEPAL/CAF, 2016). Bajo este panorama, el emprendimiento tiene un papel clave en el desarrollo del autoempleo. Un independiente

creativo que cuente con las motivaciones, capacidades e instrumentos necesarios pasa de auto empleado a emprendedor y desempeña actividades productivas de mayor valor, produce más, genera más ganancias y contrata a más empleados, esto permite la creación de más y mejor empleo.

El emprendimiento a nivel mundial es un factor muy relevante para la formación de profesionales aptos para afrontar la competencia del futuro, en la (UE) Unión Europea, se creó un programa piloto para jóvenes emprendedores bajo el nombre de ERASMUS, con el único fin de fomentar la competencia entre jóvenes con ideas de negocio y con ganas de crear para satisfacer las necesidades de las personas a las cuales se dirigieran, así como también formar jóvenes capaces de llevar una correcta administración de un negocio, capaces de crear y gestionar los recursos limitados que se les ofrecían. Este programa está orientado a mejorar el conocimiento de las experiencias para fortalecer el espíritu emprendedor (Cobo, 2012).

El emprendimiento a través del uso de herramientas digitales implica una creación de valor, que involucra bienes o servicios digitales, distribución digital, un lugar de trabajo digital, un mercado digital o alguna combinación de estos. Se podría decir que al estar insertos en una economía digital esta requiere modelos de negocio distintos a los que existen en el mundo físico y, por eso, deben ser estudiados desde una perspectiva particular (Castro, 2016 p. 1). Para los jóvenes es mucho más práctico la realización de emprendimientos utilizando las tecnologías para crear mercado, distribuir, transformar etc.

La capacidad emprendedora de los jóvenes es un factor indispensable para el desarrollo social y económico de cualquier país o región. El emprendimiento es un vocablo que proviene de la palabra francesa “entrepreneur” (emprendedor), y se refiere a la capacidad que dispone

una persona para movilizar sus esfuerzos para alcanzar una meta o un objetivo en un proyecto empresarial concreto (ISDEFE, 2014). Emprender significa poner en marcha una actividad, una obra o un negocio que requiere cierta capacidad de detección de oportunidades, de toma de decisiones y de asunción de riesgos moderados (Kahale,2017).

En las actuales circunstancias, el internet es el principal canal de venta de los emprendedores, más utilizado en Lima y transversal a todos los niveles socioeconómicos. Aun cuando la venta directa o presencial sigue siendo otro canal importante de comercialización, incluso, muchos han decidido salir a vender a las calles no puede pasar por alto que es a través de los canales digitales donde se ha movilizad o gran parte de los productos y servicios en el último año (DATUM, 2020).

Ahora bien, lo cierto es que, con la llegada de la pandemia y el aislamiento social, un gran porcentaje de jóvenes perdió su trabajo y actualmente continúa sin una fuente de ingresos estable. Y resulta aún más preocupante las cifras de empleo informal que ascienden a más del 70% de la población económicamente activa, donde la concentración de mujeres en la informalidad según cifras del Ministerio del trabajo y promoción del empleo, este alcanza el 71.5% (MTPE, 2020) Es por ello que la promoción del emprendimiento juvenil es fundamental para lograr un cambio y a esto se ajusta el hecho de que siendo una nueva generación hagan uso de la cultura digital para iniciar estos procesos y sostenerlos en el tiempo.

La digitalización es una de las grandes consecuencias de la pandemia, el 20% de peruanos trabajan actualmente bajo modalidad home office. Los emprendedores también son parte activa de este cambio, el medio digital (redes sociales) es el más utilizado para publicitar y comercializar su oferta de productos y servicios. En la actualidad, el 63% de peruanos tiene un emprendimiento y para el 55% es su única fuente de ingresos, estos son mayoritariamente informales y han sido una alternativa ante

situaciones de desempleo y necesidad de generación de ingresos. Cabe señalar que, el emprendimiento es transversal a todo nivel; aunque, quienes se han visto con una mayor necesidad de recurrir a esta actividad son los jóvenes y las personas mayores (INEI, 2020).

De acuerdo con datos del Proyecto de emprendedores globales, se aprecia que un grupo reducido de emprendedores peruanos utilizan dentro de su proceso de producción la tecnología más reciente (aquella con un año o menos de antigüedad). Esta es la situación del 7.3% de emprendedores en etapa temprana y del 5.7% de los establecidos. Este hecho afecta a la consolidación y crecimiento de la empresa en el mercado, ya que su nivel de productividad puede ser fácilmente superado por competidores internacionales con tecnologías más avanzadas. La baja productividad está asociada con bajos márgenes de rentabilidad, uso ineficiente de recursos y tiempos de respuesta más largos (Serida, Alzamora, Guerrero, Borda, & Morales, 2020).

Según datos del INEI (2020) se estableció que en el III trimestre del año 2020, el Comercio al por menor (30,7%) fue la actividad que presentó el mayor número de altas. Le siguieron comercio al por mayor (15,7%), otros servicios (9,8%), servicios prestados a empresas (8,7%), Y en el caso de las bajas actividad de comercio al por menor (34,8%), seguido de comercio al por mayor (16,0%), otros servicios (11,7%), transportes y almacenamiento (8,7%) y actividades de servicios de comidas y bebidas (7,8%), entre las más representativas, quedando los emprendimientos realizados por personas jóvenes ubicadas en las actividades de comercio al por menor y otros servicios que es dónde mayormente se utiliza la tecnología para llevar a cabo actividades de prestación de servicio o de oferta de productos (INEI, 2020)

De acuerdo con el crecimiento de la actividad emprendedora en América Latina y en particular en Perú un país donde cada día nacen nuevas y pequeñas ideas de negocios y considerado como un lugar con personas creativas y donde las oportunidades pueden crecer es que surge el

deseo de fundamentar la existencia de una cultura digital en función de alimentar y dar vida a los emprendimientos realizados por jóvenes.

El Emprendimiento es un término de moda desde los últimos 20 años. En la situación actual de crisis económica en los países de América Latina y considerando el crecimiento del desempleo en Perú producto de la pandemia así como de circunstancias estructurales mayores, emprender aparece como una solución a los problemas tanto desde la perspectiva de las personas individuales (como una solución de autoempleo o de iniciar un proyecto alternativo a trabajar por cuenta ajena) como desde la perspectiva general, ya que un nuevo tejido empresarial supone nuevos puestos de trabajo, crecimiento, dinamismo en la economía, etc.

Según el índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), desarrollado por el estudio de investigación GEM (Global Entrepreneurship Monitor) y el ESAN, el Perú se ubica en el tercer lugar a nivel mundial con la mayor cantidad de emprendimientos en fase temprana, con una tasa de 24.6%. Aquí, cabe aclarar que muchos de estos proyectos están siendo liderados por jóvenes.

De hecho, Perú es uno de los países con la tasa más alta de emprendimiento juvenil en la región, por lo que las microfinancieras están enfocando sus esfuerzos a este segmento y actualmente el 38% de los clientes de créditos son jóvenes entre 18 y 36 años (Plan, 2020). Si bien es cierto que el gobierno del país permite la formación de emprendimientos para robustecer el desarrollo económico y social de todas las regiones del país, existen una serie de factores que evitan que muchos jóvenes y adolescentes puedan iniciar sus propios negocios. Aquí hablamos de: La desigualdad de oportunidades, las brechas de género, los problemas para acceder a financiamiento, la falta de habilidades y el poco apoyo familiar que tienen (Plan,2020).

El rostro de los emprendedores peruanos antes y durante la pandemia ha cambiado. Mientras que, antes de la pandemia eran los hombres

adultos los que iniciaban emprendimientos; durante la pandemia, las mujeres, los jóvenes y personas de bajos recursos han apostado por esta aventura. Las redes sociales se convierten en el principal medio para dar a conocer la oferta de los emprendimientos; más aún, en circunstancias como las actuales donde la afluencia de público en las calles se ve restringida por la crisis sanitaria.

Lo que se espera con este proyecto es poder conocer la realidad que aqueja y las dificultades que tienen que enfrentar los jóvenes emprendedores, conocer como hasta el momento han realizado su proceso de incorporación al mundo empresarial utilizando las tecnologías de información y cómo la cultura digital les ha posibilitado el crecimiento y sostenibilidad empresarial. Se espera aportar información de forma que pueda ser utilizada como marco de referencia en la consolidación de sus emprendimientos y la incursión en nuevos segmentos de mercado.

## **2.1.2 Formulación del problema**

### **2.1.2.1 Problema general**

¿De qué manera la cultura digital influye en el desarrollo de jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022?

### **2.1.2.2 Problemas específicos**

¿De qué manera la cultura digital influye en la formalización de negocios de los jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022?

¿De qué manera la cultura digital influye en la creación de nuevos negocios de los jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022?



¿De qué manera la cultura digital influye en la independencia laboral de los jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022?

### **2.1.3 Objetivos de investigación**

#### **2.1.3.1 Objetivo general**

Demostrar de qué manera la cultura digital influye en el desarrollo de jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022

#### **2.1.3.2 Objetivos específicos**

Demostrar de qué manera la cultura digital influye en la formalización de negocios de los jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022.

Demostrar de qué manera la cultura digital influye en la creación de nuevos negocios de los jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022.

Demostrar de qué manera la cultura digital influye en la independencia laboral de los jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022.

### **2.1.4 Justificación de la investigación**

#### **2.1.4.1 Justificación teórica**

Con respecto a la relevancia del estudio se considera novedoso puesto que aun cuando existen antecedentes de estudios sobre el emprendimiento juvenil a nivel de Lima y otras regiones en el país, realmente no se ha trabajado el tema asociado con la cultura digital, estimándose con ello que la información generada como resultado del estudio dará nuevas luces sobre cómo realmente se desarrollan este tipo de iniciativas a la luz del uso de herramientas tecnológicas y sobre

todo en el marco del contexto de mejorar las condiciones de vida de los jóvenes en los distritos de incidencia. Con la literatura obtenida, se logrará un amplio desarrollo del contenido teórico de la investigación, generando conocimiento para esta área. Es valioso señalar que este tema se ha estimado de importancia puesto que aun cuando la tecnología en el país ya estaba siendo utilizada como una herramienta para emprender, definitivamente ha sido la pandemia la que aceleró este proceso y son los jóvenes los que han asumido un rol importante al momento de generar ingresos dentro de sus familias y sobre todo auxiliados de la mano de la tecnología, razón por la cual se estima el que estos hayan crecido en una era digitalizada les ha facilitado proponer de forma mucho más dinámica y expedita nuevos productos y servicios a sus clientes.

#### **2.1.4.2 Justificación metodológica**

Para la presente investigación se aplica una justificación mixta con enfoque descriptivo ya que se utiliza herramientas cuantitativas y cualitativas debido a que se recolecta información de proyectos de tesis pasadas y por el hecho que se desarrolla cuestionarios con indicadores para la mejora de buenas prácticas en el emprendimiento digital.

#### **2.1.4.3 Justificación práctica**

El aporte informativo que el trabajo de investigación aporta a los futuros jóvenes emprendedores es reconfortante ya que se utilizan diversas fuentes sólidas para concluir que el emprendimiento es la solución para impulsar la economía en esta era digital y también se estructura las habilidades y competencias que el emprendedor debe

poseer para que pueda desarrollar su negocio de manera efectiva siendo nativo digital o millennial.

Además de la amplia información que se presenta, se plantea crear un simulador de buenas prácticas de emprendimiento digital en forma de Ebook en el cual los jóvenes que deseen iniciarse en la independización de los negocios digitales podrán enriquecerse con todas las actividades interactivas, información, juegos y testimonios que el simulador en forma de ebook presentará. De esta manera el nuevo joven emprendedor podrá desarrollar su emprendimiento contando con información concreta de los retos y buenas prácticas que el emprender trae consigo y de esta manera se desarrolle con mayor facilidad y tenga más posibilidades de lograr el éxito.

### **2.1.5 Limitaciones de la investigación**

En la presente investigación se ha recolectado una amplia cantidad de datos y trabajos de temas similares sin dificultades, el tema fue seleccionado de tal manera que de manera sencilla se consiga información sobre la misma, es de esta manera que las limitaciones no entrarían por la parte de recopilación de información o datos sea actual o pasada, solo habría una limitación con respecto al presupuesto económico para poder desarrollar el simulador de buenas prácticas de emprendimiento digital que es el producto final y la solución para los jóvenes emprendedores de la zona 7 que inician su camino en los negocios digitales, por lo que se trabaja en un prototipo del mismo.

### **2.1.6 Viabilidad de la investigación**

#### **Técnica**

El estudio de la digitalización en Lima se considera sostenible al tener canales digitales para su desarrollo, con el uso de formularios con los cuales recolectar información real de los jóvenes emprendedores. Sobre las facilidades y/o problemas que han enfrentado para el surgimiento de sus propios negocios e impartirlos a su entorno con la ayuda de herramientas digitales, se darán métodos de mejora para los futuros jóvenes que tengan como objetivo desarrollar un nuevo emprendimiento y que valiéndose del gran uso de la tecnología que la población promovió en la pandemia la aprovechen de la mejor manera, por lo que los resultados del estudio serán publicados en una página web.

#### **Social**

El tema de investigación es viable pues se puede acceder a la muestra de estudio y así buscar soluciones relacionadas a la mejora de los métodos de reconocimiento digital para una mayor población buscando de ayuda para futuros estudios nacionales o internacionales y emprendedores en estado inicial. La sociedad como tal es la que ayudará al aportar sus conocimientos junto con sus experiencias en el cambio de novedoso a la tecnología en sus negocios y como estos los han ayudado a progresar, al existir el reconocimiento de la amabilidad y la disponibilidad de la población peruana para ayudar a otros su aporte en los cuestionarios serán de utilidad para la realización del estudio.

#### **Económico**

El desarrollo del presente estudio se realiza por los investigadores utilizando las herramientas tecnológicas a su disposición, las cuales

son gratuitas al usuario. La divulgación de nuestro material para el desarrollo del cuestionario también será de forma digital lo que nos ayudará a llegar a un mayor número de personas ubicadas en los distritos de interés en Lima y que estos no tengan un costo adicional por hacérselos llegar, analizando estos hechos se puede dar como viable el desarrollo del actual estudio.

### III: MARCO REFERENCIAL

#### 3.1 Antecedentes

A continuación, se mencionan los antecedentes que presentan al menos una variable como referencia.

##### 3.1.1 Antecedentes nacionales

Villacorta, H. (2020) en su tesis titulada “Estudio de las capacidades de emprendimiento digital de los alumnos de quinto nivel de la carrera de ingeniería de computación y sistemas de la UPS Iquitos – 2020”, cuyo objetivo fue determinar las capacidades de emprendimiento digital de los alumnos de Quinto Nivel de la Carrera Profesional de Ingeniería de Computación y Sistemas de la Universidad Privada de la Selva Peruana– UPS. En cuanto a la metodología utilizada se realizó: un estudio descriptivo con siete dimensiones de estudio de las capacidades de emprendimiento digital: interacción social, motivación y fuerza interior, mejora e innovación, ética humanista, Simbólico-comunicativa, tecnológico y de gestión. A una población compuesta por 26 alumnos de la carrera Profesional de Ingeniería de Computación y Sistemas de la UPS de Iquitos, por lo que no se realizó muestreo, se aplicó el Cuestionario de Capacidades de Emprendimiento digital, previamente validado por Juicio de Expertos. Los resultados muestran que 50% (13) capacidades de interacción social y Simbólico –Comunicativa, reportándose como bueno, en un 69% (18) su motivación y fuerza interior, en un 62% (16) su capacidad de mejora e innovación y Ético - humanista, en un 65% (17) el uso de tecnologías(tecnológicas) y en un 65% (17) la capacidad de gestión. Resultados que permiten concluir que estudiantes en estudio presentan una buena capacidad de emprendimiento lo que le permitirá ser exitosos en un mercado global competitivo y de esta manera poder afrontar todos los retos que la actual sociedad les pueda presentar.

Yezer'ska y Zeta de Pozo (2017) en su investigación de título: “Integración de la cultura digital en la formación de comunicadores en Perú”. Cuyo objetivo fue determinar el avance de la formación profesional de los comunicadores en Perú, a través de aplicación de planes académicos de las facultades de Comunicación y Periodismo a través del Internet. Con la intención de generar una base de datos completa de las escuelas de Comunicación y Periodismo. En cuanto a la metodología utilizada: se accedió a la base de datos de las universidades registradas SUNEDU donde se encuentre la facultad o programa de Comunicación, con cursos de pregrado y el uso de redes sociales. A una población compuesta por: un 51% de profesionales con formación básica digital observándose un 49% con formación especializada. Una muestra de 9 universidades públicas y 21 universidades privadas; 14 universidades en Lima (capital) y 16 universidades - en provincias. Los resultados mostraron que las universidades peruanas 59% (15 privadas y 2 públicas) tiene especialización digital en ciberperiodismo, y el 55% (14 privadas y 2 públicas) imparten comunicación audiovisual y multimedia , estos resultados permiten afirmar que la formación en comunicación digital en las universidades peruanas ha mejorado en la segunda década considerando que la enseñanza de la comunicación digital en las universidades peruanas ha pasado del nivel de alfabetismo digital al de alfabetismo multimedia.

Delgado y Núñez (2017) en su investigación de título: “Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel”. Cuyo objetivo fue: determinar las competencias emprendedoras desarrolladas por los alumnos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Señor de Sipán, con la intención de conocer la incidencia

en la generación de emprendedores y su participación. De igual manera se busca analizar en los estudiantes la presencia de competencias y capacidades de emprendimiento. En cuanto a la metodología utilizada se utilizó: Investigación de tipo descriptivo con la intención de dar a conocer la problemática que exhibe la institución en cuanto a las competencias emprendedoras en los alumnos de la Escuela profesional en estudio. Una población compuesta por: Todos los alumnos de la modalidad presencial de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Señor de Sipán, periodo 2015-II del cual lo conforman 1395 alumnos. Una muestra de 302 estudiantes. Los resultados mostraron que: Se reporta en la dimensión Interpersonal, el indicador “sociales” permitió observar una distribución del 52.3% de las encuestadas mujeres y 47.3% hombres; así también, sus edades fluctuaban en su mayoría, entre los 16 y 20 años con un 62.9% del total de los encuestados. El indicador “experiencia emprendedora y laboral” mostró que el 54% de los encuestados tiene al menos una relación indirecta con emprendimiento ya que el 39% (118) afirman que algún familiar o amigo es dueño de una empresa. En la tabla 46 se muestra que los alumnos con edades de 21 a 25 años (3.16) en promedio son los que tienen en promedio más experiencia emprendedora, mientras que los alumnos de entre 16 y 20 años (4.14) en promedio son quienes tienen una mayor percepción de sí mismos como emprendedores.

### **3.1.2 Antecedentes internacionales**

Villalta (2021). En su investigación de título: Transformación digital: “Alternativa de crecimiento para emprendedores universitarios” para el desarrollo de la transformación digital en los emprendimientos en emprendedores universitarios del Ecuador. Cuyo objetivo fue analizar la relación entre las variables transformación digital y emprendedores



universitarios del Ecuador. En cuanto a la metodología utilizaron un estudio de carácter exploratorio y descriptivo, integrando herramientas cuantitativas y cualitativas. A una población compuesta por estudiantes universitarios emprendedores de Ecuador de las ciudades Guayaquil, Quito y Cuenca, se registran 60 universidades y escuelas politécnicas, de las cuales 33 son públicas y 27 privadas. Una muestra de 384 universitarios la población para el estudio estaría formada por 228.980 estudiantes universitarios emprendedores. Los resultados mostraron que: la encuesta diseñada a partir del método Delphi, aplicada de forma online durante los meses de enero y febrero de 2021, el 78% de los encuestados reconocen la importancia de la transformación digital en los emprendimientos, sin embargo, esto no se ve reflejado en las operaciones de sus negocios, ya que el 66% mencionó que la principal fuente para emprender son los ahorros personales al no contar con otras fuentes de financiamiento para el inicio de sus operaciones muchos arriesgan su capital, notando la transformación digital como una estrategia para reinventar el modelo de negocio, para generar una ventaja competitiva que le permita a la organización sostenibilidad y crecimiento en el mercado.

Paz, Annherys (2020). En su investigación de título: “Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana”. Cuyo objetivo fue: Analizar el perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana. En cuanto a la metodología utilizada se utilizó un paradigma positivista, a través de una investigación descriptiva, diseño no experimental, transaccional, de campo. A una población compuesta por: 30 docentes y 366 alumnos cursantes de la cátedra de emprendimiento de las universidades privadas, localizadas en el municipio Maracaibo, del estado Zulia, Venezuela. Una muestra de 396 personas, con confiabilidad por alfa de Cronbach de 0,96, (96% de fiabilidad). Como resultado de la investigación: la categoría con promedio más alta (3,74) en promedio fue

la valentía que se considera como acción necesaria para el emprendimiento, otro de los indicadores estudiados y con 3.73 de promedio entre los encuestados como necesario fue la perseverancia, los siguientes fueron: Visión (3.53), liderazgo, (3.53), Creatividad (3.35), Orientación a los resultados (3.33) y por último la autoconfianza (2.97). Mostrando que se considera como característica predominante para el emprendedor venezolano la valentía, para enfrentar la incertidumbre del entorno, así como también el utilizar otros valores ayudan a aplicar nuevas prácticas para beneficiar las iniciativas en su grupo de trabajo.

Ochoa, C. (2019) en su tesis “El emprendimiento en la transformación digital en Colombia”. Cuyo objetivo fue el entender las capacidades emprendedoras fundamentales para realizar procesos de transformación digital al interior de las compañías colombianas mediante estudio de casos de éxito, permitiendo ver cómo un canal digital puede estar por encima de un canal tradicional. En cuanto a la metodología utilizada se utilizó un enfoque descriptivo con la intención de identificar los componentes de experiencia y vivencias de los empleados en diferentes empresas en Colombia a través de la aplicación de una encuesta con preguntas cerradas a través de Google forms. A una población compuesta por Facebook (1.072 miembros) y LinkedIn (1.081 miembros) buscando que se pueda volver viral con la acción compartir y que llegue a tres perfiles específicos en la jerarquía de empleados: gerentes de área, gerentes de mercadeo, y empleados con edades entre 23 y 55 años la misma tuvo un enfoque cuantitativo con la intención de obtener estadísticas basadas en la muestra objetivo, con una recolección de datos a través de una encuesta aplicada a una población finita. La encuesta estuvo en la red durante ocho días calendario, con una muestra de 63 respuestas.

Se reporta un alto porcentaje (73.9%) de uso de tecnología por parte de las compañías con actualizaciones en periodos de tiempo tolerables y

de fácil uso, sin embargo se observa una falta de comunicación de las nuevas iniciativas digitales hacia los clientes, y de igual manera se puede observar cómo aún los clientes identifican en un elevado porcentaje (87%) que sus empresas brindan más servicios de manera física que de forma digital, lo que refleja que aún no se ha asumido la cultura digital como un agente transformador del negocio con la intención de generar beneficios positivos a las empresas. Los resultados mostraron que no hay un claro conocimiento de los procesos internos en donde aplican herramientas digitales con transformación digital, con la ausencia de liderazgo digital por la ausencia de conocimientos asociados a las áreas de innovación de las empresas.

### **3.2 Marco teórico**

#### **La cultura digital**

La digitalización es conocida como el grupo de prácticas, hábitos y maneras de obtener interacción social o trabajarlas a criterio propio por medio del uso de medios digital según Amparo (2016):

“Los móviles, ordenadores, webs y aplicaciones no solo son mediadores de comunicaciones orales, escritas y visuales, también efectúan y guardan inscripciones, en forma de números, sonidos, imágenes y textos. Inscriben las comunicaciones, los mensajes, los contactos, nuestra apariencia; al tiempo que contribuyen a inscribir, configurar y guardar el rastro de subjetividades y relaciones interpersonales.” (p.16).

Según lo indicado por el autor, el uso de internet ha variado en gran medida puesto que el desarrollo de la misma ha estado en constante evolución a causa del cambio en el comportamiento humano al pasar los años, por lo que la cultura digital y sus técnicas, herramientas que utilizaba para conectar con los demás también fue cambiando. También se da veracidad que lo único que no cambia es el cambio, todos los años nuevas tecnologías y nuevos descubrimientos van sumando a la gran red de información global y es necesario que el joven emprendedor de hoy se encuentre con los conocimientos actualizados para que enriquezca su negocio con los nuevos métodos de hacer empresa que la digitalidad ofrece, un ejemplo, el dropshipping.

Además, con respecto a la definición de cultura digital como menciona Grillo (2019):

“Internet como parte del mundo es la otra visión, otra narrativa experta, que destaca que en la práctica Internet es con mayor frecuencia simplemente una herramienta y un espacio social que las personas usan para extenderse ellos mismos y extender sus relaciones.” (p. 22).

Se concluye que la cultura digital es un recurso que es bien utilizado por diferentes rubros en la sociedad por tener beneficios en su uso, tanto en la vida cotidiana como en la profesional, además la cultura es un término que presenta una diversidad de significados, según el contexto que se considere, sin embargo, son dos conceptos los que predominan. El primero, más específico, referido al conjunto de valores, conocimientos y experiencias de una persona, su "cultura" particular. El segundo un poco más amplio el cual define a la cultura como la suma de conocimientos, valores y prácticas vividas por un grupo en un tiempo definido y, no

necesariamente, el mismo espacio, siendo este el más asociado al término de Cultura digital. (Kenshi, 2018).

Se puede decir que el significado más cercano a lo que se refiere la cultura digital es el conjunto de experiencias y conocimientos que un grupo general de personas posee y puede llegar a compartir con otros. Es por eso que hoy en día en el Perú es necesario que los emprendimientos estén con los conocimientos digitales actualizados, en el presente país la informalidad es muy grande y con ayuda de la tecnología y la digitalidad estos negocios han podido sobrevivir a lo que vendría ser la pandemia COVID 19 ya que mediante las redes sociales han podido promover sus productos y con respecto al medio de pago, se han modernizado y la gran mayoría de negocios cuentan con yape, lukita, plin, etc. Esto beneficia al emprendimiento porque no cobra comisión y el dinero llega al instante, volviéndose más eficaces para el cliente. Esta información necesita llevarse a todo el Perú para que las zonas más lejanas en un futuro también puedan beneficiarse de la digitalidad y no solo la zona 7.

### **Ingenio Learning**

Según Ingenio Learning (2021) la cultura digital presenta imprescindibles características las cuales tienen como misión realizar contribuciones para la generación de contenido e interacción social entre las cuales se puede nombrar:

**Empleo masivo de la World Wide Web:** La red mundial a través de la cual se transmite información documentos, imágenes, hipertextos y vídeos a través de Internet, conocida como la navegación que se realiza a través de diversos sitios web, son muchos los que confunden a la World Wide Web con el Internet, siendo el Internet la infraestructura y conexión de cables submarinos, antenas y satélites para interconectar dispositivos de cómputo a nivel mundial.

### **Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)**

Al hablar de las TICs se refiere a la combinación de comunicaciones que combinan telecomunicaciones y sistemas de cómputo con la intención de tener acceso a información, a copiar, transferir y manejar cualquier tipo de información, por lo que se puede considerar TIC a todos aquellos equipos de comunicación como ordenadores personales, tablets y Smartphones, que a través de un software mejora la comunicación entre numerosos usuarios. (p.1.)

La cultura digital brinda un caudal de información, como textos, imágenes, videos entre otros que están dentro del World Wide Web y el internet es solo la conexión para que podamos acceder a todo esto, las TICs por su parte son cualquier medio que pueda acceder a esa información y utilizarla, como las computadoras, celulares, etc. La información que el autor ha proporcionado a

los usuarios es una gran oportunidad para que los emprendimientos que hoy en día no se encuentran digitalizados puedan tomar conciencia sobre la importancia y sobre todo de los grandes beneficios que las TICs pueden darle a sus negocios, de lo contrario tarde o temprano la competencia innovará, se adaptará y terminará por atender a los clientes más potenciales ya que estos acceden a mejores ofertas, facilidades en medios de pago, envío a domicilio, catálogo de productos por la web con simulación, etc.

Con respecto al empleo masivo de la World Wide Web se menciona como una oportunidad para la persona que no tiene experiencia laboral pueda conseguir información, testimonios, videos, imágenes de temas que puedan potenciar su desarrollo profesional independiente y de esta manera cuando desee iniciar su emprendimiento pueda aplicar todo lo aprendido y llevar su negocio al éxito.

### **Nativos digitales**

Los nativos digitales son aquellos individuos que desde su nacimiento se encuentran en contacto con las TICs. Tal como menciona Chávez (2017):

“Al hacer mención de estar dentro de la brecha generacional en el aspecto tecnológico da referencia de ciertos tipos de conocimientos que se han hecho del dominio de una parte importante de la población, y que le permiten interactuar en estos ambientes tecnológicos con cierta familiaridad y soltura.” (p.29).

Así como comenta el autor, se considera nativo digital a la persona que ha llegado a comprender los medios digitales por el uso constante que emplea a ellas, este grupo de personas puede variar en lo que se refiere a edades. En

el Perú por nuestra experiencia personal las personas nacidas desde el 2005 en adelante podrían considerarse nativos digitales ya que desde su nacimiento se encontraron en contacto con la tecnología y por ende han podido desarrollar su IQ más rápido que las personas nacidas años anteriores, además es necesario que todas estas personas puedan enriquecerse con los conocimientos adecuados para que no malgasten su tiempo en juegos de video o páginas web que no les traerán alguna clase de beneficio para su salud mental.

Para poder sumar apoyo a los nativos digitales es que se ha puesto en marcha este trabajo de investigación ya que ellos tienen todo el conocimiento actualizado y toda la inteligencia para poder impulsar la economía y el emprendimiento en nuestro país ya que son los futuros empresarios, negociantes, profesionales que en el mañana tendrán la decisión de aportar para bien o mal hacia nuestro país y está en nuestro deber como millenials darle las herramientas a estos jóvenes nativos digitales para que exploten todos sus conocimientos y creen un mejor Perú.

### **Conceptos de nativos digitales**

Por su parte Chávez (2017) menciona que los conceptos de nativos digitales e inmigrantes digitales han sido idealizados concediéndose características y habilidades que los identifican.

“La juventud se entiende como un segmento social integrado por jóvenes



cambiantes, contradictorios, diversos, complejos, quienes cuentan con determinadas características según el contexto social y cultural donde se desenvuelven. Es una construcción social que adquiere condiciones propias debido a factores que la atraviesan: género, clase, religión, capital cultural y acceso a la educación (p.42)

Así que según el autor los nativos o inmigrantes digitales pueden tener una variedad de conceptos o definiciones porque no tendrán una misma acción o realizará solo una misma rutina de procesos, estos pueden cambiar de acuerdo al estado de ánimo del usuario o de lo que llegara a realizar en el día. La información que proporciona el autor tiene mucha verdad, todas las personas son diferentes y tienen un punto de vista distinto, es por eso que a algunos les gusta comprar, a otros crear, unos son pacientes, otros desean los resultados al instante y todo esto se aplica también a los negocios e influye mucho el estado de ánimo y sobre todo la salud mental y/o emocional del nativo digital.

Se puede deducir debido a la experiencia personal que, personas que tienen la tecnología como parte de su vida, muchas veces por tener toda la información y respuestas al alcance, pierden el interés sobre el seguir aprendiendo y sobre todo de innovando, a esto se le suma la salud emocional como la depresión y ansiedad. Sin embargo, con un correcto balance integral entre salud emocional, física y espiritual se puede crear a un nativo digital repotenciado en el cual va a aprovechar todos sus beneficios para dar vida a diversas ideas de negocio, emprendimientos, productos nuevos que beneficiaran a toda la sociedad, pero todo nace por la salud.

Para Sánchez (2019) los Millennials son los más ideales para ser nativos digitales.

“En la actualidad los Millennials son considerados como la generación que está mejor preparada y con el mayor dominio tecnológico de la historia. Esto debido a que consideran a la educación como el pilar fundamental del éxito laboral, la gran mayoría cuenta con una excelente formación académica.”. (p.92).

Con el apoyo del autor se puede decir que, en caso de los Millennials al estar en una constante búsqueda de emprender sus proyectos, tener creatividad para sus ideas son los más adaptables a los cambios y pueden utilizar la tecnología según sus propias necesidades sin mucho problema, además de que al crecer en medio de la formación de la cultura digital son los más cercanos a ser nativos digitales.

Según la teoría existente se confirma lo mencionado por el autor ya que los Millennials son testigos de los inicios de los celulares y la tecnología cuando eran niños y no les costó mucho el aprender a utilizarlos, es más, se puede afirmar que han crecido al mismo tiempo que la tecnología, es por eso que son los más cercanos a ser nativos digitales y saben utilizar los celulares más básicos hasta los más complicados, a esto se le suma el desarrollo de resolución de problemas que pudieron adquirir cuando el celular se malograba o cuando presenta algún desperfecto.

Trasladando estas habilidades y esta oportunidad a los negocios, se tiene mucha ventaja sobre las demás generaciones ya que se maneja la tecnología

y se resuelven problemas con mucha facilidad, las habilidades blandas están muy potenciadas y solo está en el millennial el tomar la decisión de seguir aprendiendo o conformarse con lo ya aprendido, la capacitación constante, es la mejor opción.

### **La cultura digital y el emprendimiento**

El buen asesoramiento es primordial para que un emprendimiento surja, ya que “El asesoramiento y acompañamiento en gestión empresarial es un factor de éxito que garantiza la sostenibilidad de los emprendimientos y por consiguiente generando empleabilidad a los habitantes de la zona”. (Becerra, E., Sañay I., Calle, O., 2018, p.11)

Se puede decir que el emprendimiento está en tendencia en la actualidad, lo cual impulsa la innovación progresiva del proyecto para hacerla realidad y que este pueda dar beneficios al territorio. Ampliando la investigación de Becerra se agrega que es vital la digitalidad en los negocios y/o emprendimientos ya que amplía la gama de oportunidades para que el mismo pueda crecer y desarrollarse de manera más efectiva, hoy en día el dinero en efectivo prácticamente ya está quedando en el pasado y todo es por comercio electrónico, los emprendimientos que continuarán su curso serán los que migren a una forma de pago digital y de esta manera sumarán ventas a sus negocios, asimismo con la negociación de proveedores, pago de tributos, publicidad, etc. Lo digital

es clave para que el negocio crezca, de lo contrario el emprendimiento en marcha, desaparecerá.

Las tendencias digitales generan en el ser humano nuevas oportunidades a nivel empresarial, por lo que “el emprendedor debe ser decisivo en las tomas estratégicas para el bien de las empresas, mostrando habilidad, experiencia, la buena gestión empresarial sustenta la buena comunicación en las relaciones de negocios, sin embargo, es necesario determinar los objetivos” (Reyes-Santamaria y Hidalgo-Ávila, 2020, p.102) . Se puede decir que con apoyo de las tendencias digitales se amplía el horizonte al empresario donde se presenta nuevas oportunidades de éxito, pero este se verá reflejado en su vida según sus acciones y práctica en el comercio.

Se considera que el emprendedor puede tener todas las herramientas necesarias para lograr que su negocio tenga éxito, pero necesita tener algo que el dinero no puede comprar y eso es la actitud, la pasión y el compromiso. Estas 3 habilidades son fundamentales para que un emprendimiento tenga aceptación y se da a notar por las acciones que toma el emprendedor, la manera en que realiza la publicidad, el velar por brindar un excelente servicio siempre solicitando un feedback del mismo, teniendo stock disponible y realizando innovaciones constantemente.

Una persona como cliente siempre desea un buen servicio, con un precio accesible y sobre todo que se resuelva su problema o necesidad, el emprendedor debe ser esa persona que rápidamente identifique ello y con

mucha actitud le dé al consumidor lo que desea, de esta manera genera fidelidad y abre las puertas al mejor marketing, la recomendación.

Gracias a la cultura digital, el comercio digital ha tomado otro nivel porque “Rompen frontera en muchos países permitiendo la conexión comercial de manera oportuna, las negociaciones para empresarios de grandes empresas han influido de manera constante, atrayendo la oportunidad comercial a nivel de países” (Reyes-Santamaria y Hidalgo-Ávila, 2020, p.93).

Según el autor el comercio electrónico abrió las puertas a que más empresas puedan comercializar sus productos o servicios internacionalmente, sin embargo, aún hay un grupo de pequeñas empresas que sienten desconfianza en utilizar el comercio electrónico provocando un atraso en su crecimiento empresarial, lo que otros emprendedores arriesgados utilizaron a su favor, utilizando las ventas por internet.

Es simple, la empresa o emprendimiento que no innove tendrá muchas complicaciones y es muy probable que fracase, muchas veces el miedo hace que se pierdan oportunidades, no solo en los negocios, sino también en la vida misma. Todas las personas sienten miedo porque está en la naturaleza del ser humano, pero está en el emprendedor y en los valientes, tomar ese miedo y convertirlo en fortaleza para poder desarrollarse y dar ese siguiente paso que traerá consigo grandes éxitos y beneficios.

Un gran ejemplo es el caso Kodak el cual fue una empresa gigante, líder del mercado fotográfico, sin embargo, la tendencia en un momento torno al ritmo digital y por ese temor de innovar, no continuaron como líderes y eso dio hincapié a la apertura de nuevas empresas que sí se arriesgaron por lo digital, una de ellas es Sony. El emprendedor debe ser esa persona osada que siente mucho temor por el fracaso pero que sabe dominarlo y toma decisiones con cordura e inteligencia en el cual estas mismas permitirán que su negocio se desarrolle y amplíe sus horizontes.

### **Emprendimiento**

El emprendimiento es entendido como la independización llevada a los negocios. Emprender requiere mucha madurez y conocimientos profesionales técnicos sumado a una cierta cantidad de habilidades blandas como negociación, ventas y relaciones públicas sociales para que la marca emprendida pueda llevarse con éxito, estos conocimientos no necesariamente son adquiridos en un salón de clases, muchas veces una persona ya posee esta serie de habilidades por naturaleza y otros lo aprenden en el camino del emprendimiento.

Según Villalba (2020) el “Entrepreneurship” es un término que se ha traducido de diferentes formas conociéndose entonces como empresario, emprendedorismo, empresarialidad, función empresarial y creación de empresas:

“En la actualidad, el emprendimiento es considerado como uno de los motores de crecimiento económico en los países, la relevancia que ha tomado el desarrollo de los emprendedores hace que el gobierno re direcciona las políticas hacia el incentivo del emprendimiento innovador,”  
(p.148)

Como menciona el autor, el emprendimiento es una fuente de desarrollo para el mundo, por lo que se necesitan mejores propuestas para este sector en el país como el Global Entrepreneurship Monitor, como se menciona en la investigación, a largo plazo será de beneficio tanto para la empresa como para la sociedad. Asimismo, el emprendimiento habilita una oportunidad para los jóvenes que no se encuentran cómodos laboralmente en una empresa tradicional con horarios de oficina, un sueldo fijo, reportes constantes, etc. El emprendimiento es la solución para todos aquellos jóvenes y personas en general que desean tener un mejor control de sus tiempos, ingresos, egresos y desarrollo laboral.

El emprendimiento también es fundamental hoy en día ya que gran cantidad de personas han perdido sus trabajos por recortes laborales debido a la presente pandemia COVID 19. Además, otro factor que impulsa a una persona a emprender es el salario, en el Perú el sueldo mínimo no es suficiente para los gastos que se requieren para poder llevar una vida cómoda y para poder ascender hay mucha competencia, se requieren diversos conocimientos adicionales y la responsabilidad es mayor, esto desanima al joven y es por eso que una alternativa es el emprendimiento e independización laboral.

### **Características de los emprendedores**

El emprender no es una tarea fácil porque conlleva muchos retos y dificultades desde el inicio, por eso “El emprendedor debe ser optimista y confiar en sí mismo. Ser positivo es básico para atraer el éxito y lidiar con los numerosos problemas que se van a presentar en su negocio”. (Economista, 2019, p. 1)

Se recopila del autor que las características para el buen emprendedor están enfocadas a la actitud, motivación, optimismo, resolución, iniciativa, tolerancia al fracaso y una constante creatividad, lo que lo impulsa a realizar un negocio bien estructurado y con un constante crecimiento.

El emprendedor es la persona que siente mucho deseo de crecer humana y profesionalmente de manera independiente, para ello debe mostrar mucha iniciativa, tener actitud que es la base de todo éxito, debe estar dispuesto a renunciar diversas actividades que solía hacer para concentrarse en su negocio y poner su plan en marcha, además no siempre un emprendedor cuando inicia tiene todos los conocimientos técnicos que se requieren para administrar un negocio pero si cuentan con una idea sólida y nuevamente se menciona la actitud, esto hará que el emprendedor busque las maneras de crecer, un gran ejemplo es Jhon Rockefeller, no contaba con estudios, sin embargo su actitud y empoderamiento logró que se pudiera relacionar con personas altamente capacitadas que decidieron trabajar con él y lograron una inmensa fortuna, así es el emprendedor.



### **Casos de emprendimiento juvenil en Perú**

En el Perú, el emprendimiento es considerado en estos últimos tiempos como una alternativa de solución al problema del desempleo y a la informalidad. En los últimos 2 años debido a la pandemia Covid 19 gran cantidad de personas perdieron sus trabajos por reducción de personal ya que los comercios estuvieron en stand by a excepción de los negocios que comercializaban productos alimenticios. Esto ocasionó que la mayor parte de empresas no generen ingresos y por lo tanto tuvieron que despedir o dar suspensión perfecta a muchos de sus colaboradores. Esta crisis trajo consigo una gran oportunidad para poder emprender de manera física o digital, muchos comercios cambiaron su giro de negocio y comenzaron a comercializar medicamentos, mascarillas, bombas de oxígeno, etc., y de esta manera poder hacer ingresos y sobrevivir a la pandemia ya que, sin dinero, no hay comida. El emprendimiento es el pasado, presente y futuro de todas aquellas personas que no cuentan con un trabajo o no se consideren identificados 8-10 horas en una oficina todos los días y en el Perú, hay gran cantidad de personas así.

“El Perú es el tercer país con la más alta percepción de oportunidades para emprender, el primero con la mayor percepción de facilidad para poner un negocio y el tercero con mayor percepción de capacidades para emprender.” es una frase fundamentada como parte del reconocimiento que se hace al Perú por tener una de las tasas más altas a nivel mundial como regional de emprendedurismo. (Global Entrepreneurship Monitor, 2019, p.25) Se puede

mencionar entonces que se reconoce al Perú como un país emprendedor, lo que nos da una imagen de negociadores innovadores.

En el Perú el 63 % de los jóvenes peruanos de 25 a 34 años tuvo un emprendimiento exclusivo o compartido en la cuarentena (mayo) y que en el reinicio de las actividades hubo un incremento del 67% del total de población, observándose que para julio del 2020 una reducción del 16 % de la población que trabajaba en una empresa por medio del teletrabajo, reflejándose así la crisis actual de desempleo en la que está inmersa Perú, de igual manera se reporta que el panorama en Perú antes de la pandemia cambió totalmente observándose para aquel tiempo que eran los hombres adultos los que estaban inmersos en proyectos de emprendimiento y que ahora son las mujeres, los jóvenes y personas de bajos recursos los que están experimentando esa nueva manera de tener negocios propios sitios web para sus negocios y compras online llevados por la necesidad del momento (Datum, 2020, p.8)

Por lo mencionado por la organización, se da a conocer un porcentaje alto de peruanos que se dedican al emprendimiento como su negocio de forma exclusiva y que los principales integrantes de estas son los jóvenes, que producto de la necesidad por la falta de trabajo vieron una salida en el emprendimiento. Además, la información resaltada confirma que el emprendimiento es la solución al desempleo, a la falta de oportunidades que brindan las empresas por no contar con títulos universitarios o conocimientos técnicos, también en un futuro apunta a ser la solución a la pobreza en las zonas extremas del Perú que solo se dedica al campo y sus productos que con tanto esfuerzo son cultivados y cosechados, son comercializados a las grandes

empresas por cantidades monetarias deficientes que no reflejan lo que como esfuerzo humano costó conseguirlo.

En el caso del apoyo a emprendedores jóvenes en Perú, según Plan International (2021). se ha visto en aumento desde el inicio de la emergencia sanitaria:

“El 94% promedio en ambas zonas desconocen instituciones que promuevan el emprendimiento (40% de hombres y 58% de mujeres en Maynas, y 40% de hombres y 56% de mujeres en Nauta). El 6% que sí dijo conocer, nombró en Maynas al Ministerio de Trabajo y a Jóvenes Productivos; en Nauta mencionaron al CETPRO del cual dijeron que promociona el emprendimiento en sus alumnos.” (p.40)

Según el artículo, hay un aumento de proyectos de apoyo para los jóvenes emprendedores en el Perú, aunque en el caso de Loreto el 94% de los emprendedores desconocía de las instituciones que tienen como objetivo educarlos, equiparlos para los negocios. Se considera que esta data es una oportunidad para formar un proyecto mediante esta investigación que pueda respaldar a este gran número de jóvenes que desconocen qué movimientos que promuevan el emprendimiento y además se confirma que en el Perú hay un gran número de jóvenes que desean emprender, crear negocios pero no saben cómo iniciar, está en responsabilidad de los futuros profesionales, brindar soporte a estos iniciantes para que puedan aportar a la lucha contra el desempleo y la informalidad.

En Perú son muchos los jóvenes entre 15 a 29 años que gracias a la emergencia sanitaria se vieron obligados a incursionar en el emprendimiento realizados con innovación y apoyo familiar como los de a continuación:

### **Emprendimientos de repostería y regalos**

En este sector se inició el emprendimiento conocido como Brina's Bakery dedicado al rubro de la repostería, y dirigido por Adriana Pacherras al terminar el colegio en 2019, siendo en San Valentín del 2021 cuando su negocio tuvo una mejora significativa, gracias a la red social Instagram a través de un modelo de cajita de "Cupcakes de Chanchito", siendo un ejemplo de superación, arriesgándose a salir adelante.

Por su parte el desarrollo de negocio conocido como Vavilais Detalles, siendo un emprendimiento dedicado al rubro de regalos, dirigido por Rosa Vargas, que "gracias a la motivación de su familia y el querer salir de su zona de confort", inició sin esperarse que se convertiría en un emprendimiento exitoso, una constante investigación para capacitarse la llevó a ser cada vez más responsable y generar confianza en sí misma.

Como menciona el artículo, los jóvenes de 15 a 19 años son los que con mucha valentía y ganas de emprender comenzaron con sus propios negocios, como en el rubro de la pastelería entre otros como en el caso de Brina's Bakery, Vavilais Detalles. (Corresponsales Escolares, 2021, p.1)

Estos datos reflejan lo que la pandemia como oportunidad trajo consigo, el emprendimiento y cómo con ayuda de la digitalidad se puede crecer en el emprendimiento. Hoy en día las redes sociales son utilizadas como herramienta de trabajo para los emprendimientos, sitios web como Facebook, Instagram, Tik Tok que más allá de ofrecer entretenimiento, aportan al desarrollo de negocios mediante sus plataformas de Marketplace y por el desarrollo de la app en sí misma, está diseñada para postear fotos, vídeos, comentarios, etc. Si estas herramientas son utilizadas de manera correcta, puede ser un impulsador muy grande en el negocio, la digitalidad es una realidad y es el acelerador del emprendimiento.

### **Galletas Nutri”H”**

En Perú uno de los emprendedores más exitosos como lo es el Ingeniero Julio Garay proveniente de la Comunidad de Quimpitiriki en el VRAE ubicado en Huanta - Ayacucho, el cual pudo crear una forma innovadora para combatir la anemia, conocido como galletas “Nutri H” presente en la actualidad en diferentes provincias del mercado peruano.

Referente al artículo, nos recuerda el caso de éxito de nuestro joven compatriota emprendedor, Julio Garay, que con el fin de ayudar a los niños que sufrían de anemia en el Perú, desarrolló las “Nutri H”, una propuesta innovadora para combatir la anemia. (UPLA, 2019, p.1)

Este gran proyecto que más allá de generar ingresos tiene como propósito resolver un gran problema que hay en el Perú que es la anemia en los niños,

hace tomar conciencia en el emprendedor con respecto a la responsabilidad social y el buen gobierno corporativo que deben tener los negocios. El dinero es consecuente al problema resuelto y diversas zonas en el país están abandonadas, sin recursos para poder recibir una alimentación de calidad, esto afecta al crecimiento del niño tanto física como intelectualmente. El presente proyecto de investigación alienta y tiene como propósito enseñar a los futuros jóvenes emprendedores que los próximos negocios tienen que tener esta gama de cobertura de soluciones de problemas para que de esta manera podamos formar un mejor Perú.

### **El Emprendimiento en América Latina**

En América Latina hay países con prospectos de países emprendedores como Ecuador “que se ubica como se dijo, en el año 2015 como el primer país más emprendedor de la mencionada región, estando delante de Chile, Colombia, Perú, etc.” (Aguirre, 2018, p.117)

Como denota el autor, el Perú tiene una gran tendencia de desarrollo de emprendimiento siguiendo los pasos de los países vecinos.

Se cuenta en el Perú con gran potencial de crecimiento para los emprendedores ya que existen actualmente diversos problemas como la desnutrición, la pobreza extrema, el desempleo, la informalidad, etc. Estos son problemas que traen consigo oportunidades para los jóvenes que deseen iniciar

un camino de la independencia financiera y comenzar su propio negocio para resolver estos problemas.

Según OECD et al (2021) América Latina, como el resto del mundo, el 2020 fue el año donde se experimentó una de las peores crisis económicas de la historia, pero con esto también se abren más oportunidades para la negociación:

“El fomento del comercio intrarregional, la creación de cadenas regionales de valor y la mejora de la participación de la región en las cadenas mundiales de valor, a través de la conexión de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas con el comercio internacional son objetivos clave de política pública en el contexto post-COVID-19.” (p.20)

Con apoyo del autor se afirma que, aunque se tuvo un gran impacto negativo con la emergencia sanitaria dejada por la pandemia en el 2020, esto impulsó a grandes pasos la digitalización empresarial por sus soluciones a la comunicación y negociación con el usuario y proveedores. Además, hoy en día se cuenta con redes sociales en las cuales son oportunidades para poder contactar clientes potenciales, publicar fotos o videos de los productos que se comercializa y además los bancos aportando a la digitalidad, han aperturado medios de pago sin comisión e inmediato, una de ella es Yape que tiene el respaldo del BCP.

Este aplicativo puede ser utilizado con tan solo contar con el DNI o el CE en la cual el usuario puede transferir dinero a otros usuarios que también tengan

Yape ya sea con cuenta bancaria o con documento de identidad, de esta manera el pago se realiza de manera más eficiente y sin cargos extra. Con respecto al envío de los productos aplicativos tales como Rappi, glovo, Uber eats apoyan a los emprendedores para que la entrega de lo comercializado se concrete de manera exitosa. De esta manera se comprueba que la digitalidad es el socio más importante del joven emprendedor.

### 3.3 Definición de términos básicos

**Nativo digital:** Individuo que ha nacido en plena industrialización digital por la cual cuenta con los conocimientos digitales, se desarrolla intelectualmente con mayor facilidad que las generaciones anteriores a él y aprende de manera más rápida nuevas habilidades consecuentes a la tecnología.

**Cultura digital:** Cultura que usa, enseña y promueve las herramientas digitales tales como la internet, los aplicativos y las redes sociales.

**Emprendedor:** Persona que desea independizarse profesionalmente e inicia una empresa o negocio con o sin capital para poder administrar mejor su dinero y tiempos.

**Digitalidad:** Herramienta que puede ser utilizada para recreación como para los negocios, está compuesta de internet, aplicativos, redes sociales, páginas web, etc. Hoy en día está presente en el día a día de la gran mayoría de personas en todo el mundo.



#### **IV: HIPOTESIS Y VARIABLES**

#### **4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas**

##### **4.1.1 Hipótesis principal**

La Cultura Digital influye directamente en el desarrollo de jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022

##### **4.1.2 Hipótesis derivadas**

La Cultura Digital influye directamente en formalización de negocios de los jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022

La Cultura Digital influye directamente en la creación de nuevos negocios de los jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022

La Cultura Digital influye directamente en la independencia laboral de los jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022

## 4.2 Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS
<b>VI: Cultura Digital</b>	Es conocida como la formación de habilidades y prácticas de una persona o grupo de personas hacia las herramientas digitales.	Se relaciona a la cultura digital por ser un producto de esta, sus dimensiones como las siguientes: uso de las redes sociales, usos de las redes y uso de internet.	Redes Sociales	Utilizo las redes sociales para: trabajo, ver noticias, entretenimiento, trabajo, encontrar productos Conoci emprendimientos por medio de las redes sociales Utilizo con frecuencia estas redes sociales	OPCION MULTIPLE	1
			Usos de las Tics	Suelo publicar (textos, fotos, sucesos, noticias) La mayoría de empresas y emprendimientos publican ( productos, videos, promociones, memes) Utilizo las siguientes herramientas digitales (Canva, Power Point, Miro, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc) Utilizo alguna herramienta digital para ( trabajo, diversion, curiosidad)		2
			Uso de internet	Motivo por el cual entro a internet Conozco sobre juegos inteligentes en internet Veo videos en youtube para aprender materias nuevas Estudio cursos cortos en línea		3
						4
						5
						6
						7
						8
						9
						10
						11
<b>VD: Desarrollo de jóvenes emprendedores</b>	Relacionado a la construcción de habilidades y conocimientos que sean de ayuda para que sigan creciendo de forma empresarial.  Para llegar al desarrollo definitivo para los jóvenes emprendedores se derivan a 3 dimensiones		Formalización de negocios	Conozco como aperturar una empresa formalmente Alguna vez he declarado impuestos ante la Sunat Cual es mi nivel en conocimientos sobre importación y exportación de productos Se como comenzar iniciar una tienda virtual sin stock He comprado artículos por Facebook Conozco y se para que sirven los siguientes aplicativos (Amazon, Mercado Libre, Alibaba)	OPCION MULTIPLE	12
			Creación de nuevos negocios	Suelo ahorrar el 10% de mis ingresos por mes Conozco cuales son los 4 cuadrantes del flujo del dinero y en que consisten Cual es mi grado de instrucción Cuento con una idea de negocio para aplicarla Cuento con experiencia laboral Conozco personas que podrian ser mis socios de negocios Tengo presente el motivo por el cual iniciaré mi negocio		13
						14
						15
						16
						17
						18
						19
						20
						21
						22
						23
						24
						25

## V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1 Diseño metodológico

#### **Tipo:**

La presente investigación es de tipo aplicada, porque se presenta una propuesta de solución para el joven y/o nativo digital que desea iniciar un negocio o emprendimiento en la cual no cuenta con las herramientas ni con los conocimientos requeridos para que pueda desenvolverse y desarrollarse de la mejor manera. Es un aplicativo simulador de buenas prácticas de emprendimiento que será diseñado específicamente con información teórica, práctica y una sección de autoevaluación para poder medir el conocimiento.

#### **Diseño**

El enfoque del estudio es de tipo descriptivo debido a que se cuenta con información necesaria además de disponer de una población amplia para la aplicación de la herramienta de recolección de datos, específicamente la población de la zona 7 de Lima, que está compuesta por 5 distritos que son Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina. Al clasificar la investigación y segmentarla para este público, nos permitirá describir las características existentes de este segmento y presentar una propuesta sólida para que los jóvenes de estos distritos se enriquezcan con los conocimientos e información valiosa que contará el simulador.

#### **Enfoque**

El diseño a considerar es de tipo cuantitativo debido a que para poder conocer detalles y características de los jóvenes de la zona 7 se ha tenido que desarrollar una encuesta y de esta manera analizar los resultados de manera numérica. Son aproximadamente 100 jóvenes a los cuales se les

aplicó una herramienta de recolección de datos y que en la cual pudieron responder a preguntas como si cuentan con conocimientos de importación y exportación de productos, si ahorran el 10% de sus ingresos, cuánto capital cuenta, etc. Esta información ha sido valiosa para poder desarrollar las matrices gráficas cuantitativas y sacar conclusiones.

### **Nivel**

El nivel a considerar es de tipo correlacional debido a que se buscará determinar la relación existente entre las dos variables participantes en el estudio. Esta información que se mide es importante tenerla en cuenta ya que con los resultados podremos ofrecer un mejor producto para la sociedad y de esta manera cumplir con los objetivos propuestos y el objetivo general.

## **5.2 Diseño muestral**

La muestra seleccionada para este estudio es una muestra por conveniencia según la necesidad de los autores debido a que se trata de una población bastante extensa y que permitirá extrapolar cada una de estas características que presenta este pequeño hacia los demás jóvenes que presentan el mismo perfil. Se aplicó un muestreo aleatorio debido a que esta es una técnica que permite obtener una muestra representativa de la población, fundamentada en el concepto de probabilidad, el cual marca que cualquier elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido y que la elección de cada elemento es independiente de cualquier selección previa.

## **5.3 Población**

De acuerdo con los datos del INEI (2021) la población joven de los distritos que formarán parte del estudio (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)

**Tabla N° 1:**

*Población de jóvenes*

<b>Distrito</b>	<b>Población joven (18-29 años)</b>
<b>San Borja</b>	18,659
<b>San Isidro</b>	8,060
<b>Surco</b>	62,836
<b>Miraflores</b>	13,958
<b>La Molina</b>	26,056
<b>Total</b>	<b>129,569</b>

Fuente: Elaboración propia

## **5.4 Muestra**

Bernal (2006) señala que la población es la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia. Mientras que la muestra es la parte de esa población que se selecciona y sobre la cual se efectuará la medición y observación de las variables. Cómo se realizará una muestra por conveniencia según la necesidad de los investigadores, se espera recolectar los resultados de 100 encuestas que corresponden a 20 encuestas por distrito.

## **5.5 Técnica de recolección de datos**

Para la presente investigación se tiene como técnica de recolección a la encuesta la cual se aplicará a 100 personas dentro de los distritos objeto de análisis. Como herramienta principal de la investigación, se tiene la ficha de recolección de datos, compuesta por 25 preguntas para ambas variables de la investigación.

Estas preguntas están diseñadas para medir tanto el conocimiento técnico de los jóvenes de la zona 7 con respecto al emprendimiento digital como también su educación financiera y apertura de negocios formales. En ese sentido, se podrá determinar el nivel de conocimiento y los temas a reforzar para que mediante nuestro aplicativo simulador podamos darles énfasis a tales temas y enriquecerlos con la información. Estas herramientas cuentan con validez externa, para lo cual, se solicitó a través del juicio de expertos la debida consistencia.

## **5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información**

Se contó con la aprobación de validez externa del cuestionario a aplicar a través del juicio de expertos donde se procedió a su distribución a la muestra objeto de estudio, empleando la herramienta de formularios de Google para recoger la información de forma más rápida y activa. Se compartió vía correo electrónico a las personas que viven por la zona.

Posterior a ello, se realizó el análisis de la data obtenida a través del Excel donde se aplicarán los criterios necesarios para lograr la validez de las hipótesis de investigación, así como también las frecuencias necesarias para determinar cómo la cultura digital influye en los emprendimientos de los jóvenes habitantes de la zona 7 de Lima.

## 5.7 Resultados

A continuación, presentaremos los resultados de la encuesta que fue distribuida y contestada por 106 jóvenes de la zona 7 de Lima donde se analizará las 10 preguntas más resaltantes que demostrarán la validez de la hipótesis.

### 5.7.1 Análisis descriptivo

Tabla N°2:

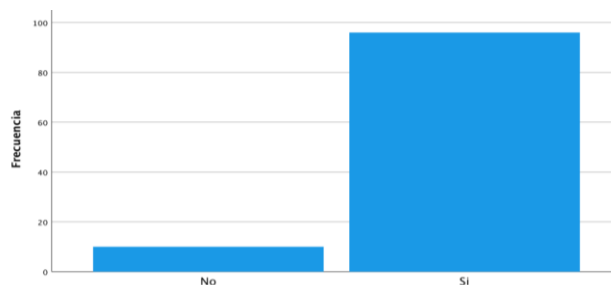
*Conocí emprendimientos por medio de las redes sociales*

	N	%
No	10	9,4%
Si	96	90,6%

Nota: Información sobre el conocimiento de emprendimientos a través de redes sociales

Gráfico N°1:

*Conocí emprendimientos por medio de las redes sociales*



Nota: Gráfico indicando el índice de respuesta sobre el conocimiento de emprendimientos mediante las redes sociales actuales

Se demuestra que de 106 personas 96 indican que mediante las redes sociales han conocido el emprendimiento, este dato da validez a la importancia del conocimiento de plataformas digitales para la creación de nuevos emprendimientos por lo cual podemos inferir que, las personas actualmente usan las redes sociales y también las plataformas de pago para cubrir sus necesidades comerciales dentro de su emprendimiento.

**Tabla N° 3:**

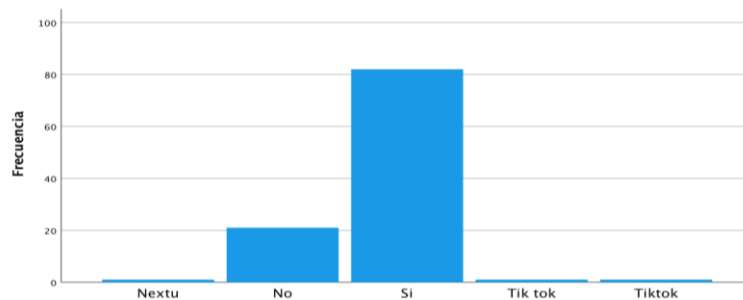
*Veo videos en YouTube para aprender materias nuevas, y si no lo hace por YouTube indique en donde*

	N	%
<b>No</b>	<b>21</b>	<b>20%</b>
<b>Si</b>	<b>82</b>	<b>80%</b>

Nota: Información sobre la utilización de YouTube para aprender materias nuevas

**Gráfico N°2:**

*Veo videos en YouTube para aprender materias nuevas, y si no lo hace por YouTube indique en donde*



Nota: Gráfico indicando el índice de respuesta sobre la utilización de YouTube u otras plataformas para aprender cosas nuevas



De acuerdo a la pregunta se deja en claro que, de 106 personas, 82 de ellas utilizan el medio digital de Youtube para aprender materias nuevas y que el futuro es netamente es de inteligencia artificial, con lo cual se deduce que las personas prefieren una autoformación a través del uso de tutoriales rápidos y que le permitan un desarrollo mucho más ágil con respecto a sus negocios. Por ejemplo, se destaca el uso de tiktok en la gran mayoría de encuestados por ser una plataforma de fácil acceso y dinámica en sus contenidos.

**Tabla N° 4:**

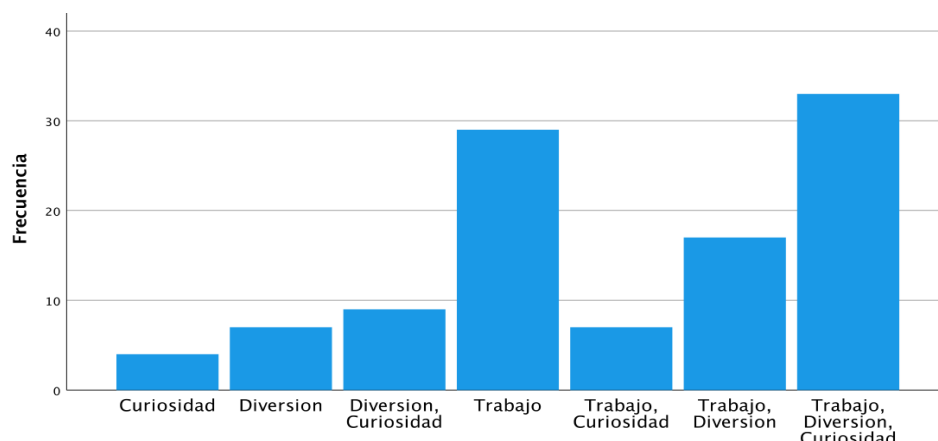
*Utilicé alguna herramienta digital para: (pueda marcar más de una opción)*

	N	%
<b>Curiosidad</b>	<b>4</b>	<b>3,8%</b>
<b>Diversión</b>	<b>7</b>	<b>6,6%</b>
<b>Diversión, Curiosidad</b>	<b>9</b>	<b>8,5%</b>
<b>Trabajo</b>	<b>29</b>	<b>27,4%</b>
<b>Trabajo, Curiosidad</b>	<b>7</b>	<b>6,6%</b>
<b>Trabajo, Diversión</b>	<b>17</b>	<b>16,0%</b>
<b>Trabajo, Diversión, Curiosidad</b>	<b>33</b>	<b>31,1%</b>

Nota: Información sobre el uso de las herramientas digitales

**Gráfico N°3:**

*Utilicé alguna herramienta digital para: (pueda marcar más de una opción)*



Nota: Gráfico indicando el índice de resultados de la razón de uso de las herramientas digitales

Los resultados de la presente pregunta demuestran que el joven actual utiliza las herramientas digitales para trabajar, por diversión y por curiosidad, este dato representa una gran oportunidad para presentar nuestra propuesta de valor, el joven al querer divertirse y ser curioso se amolda perfecto a un proyecto innovador donde el joven aprende de manera recreativa.

**Tabla N° 5:**

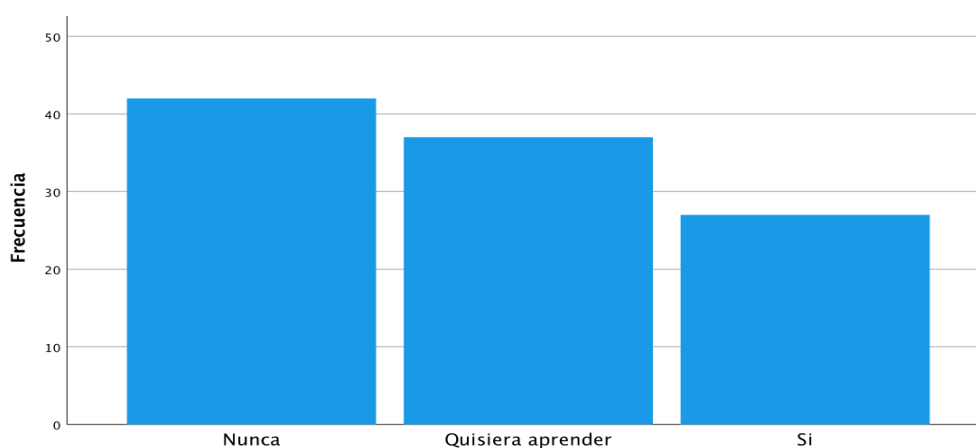
*Alguna vez he declarado impuestos ante la Sunat*

	N	%
<b>Nunca</b>	<b>42</b>	<b>39,6%</b>
<b>Quisiera aprender</b>	<b>37</b>	<b>34,9%</b>
<b>Si</b>	<b>27</b>	<b>25,5%</b>

Nota: Información sobre conocimientos de declaración de impuestos ante la Sunat

**Gráfico N°4:**

*Alguna vez he declarado impuestos ante la Sunat*



Nota: Gráfico indicando el índice de resultados del conocimientos en declaración de impuestos

La presente pregunta indica que de los 106 encuestados, sólo 27 personas saben cómo declarar impuestos ante la Sunat, esto representa una gran oportunidad para la propuesta de valor que se presenta para poder educar al joven ya que indican también los resultados que les gustaría aprender a cómo realizarlo.

**Tabla N° 6:**

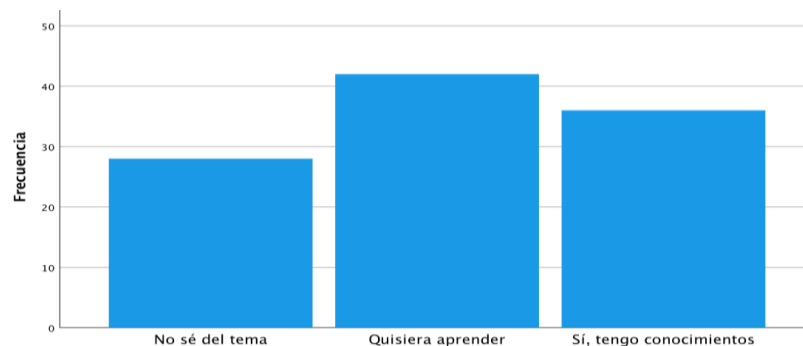
*Conozco cómo aperturar una empresa formalmente*

	N	%
No sé del tema	28	26,4%
Quisiera aprender	42	39,6%
Sí, tengo conocimientos	36	34,0%

Nota: Información sobre conocimientos para comenzar una empresa de forma formal

**Gráfico N°5:**

*Conozco cómo aperturar una empresa formalmente*



Nota: Gráfico indicando el índice de resultados del conocimiento para aperturar una empresa de forma formal

Para poder emprender se necesita conocimientos de cómo aperturar una empresa formal lo cual es la idea de este proyecto y combatir la informalidad, los resultados indican que, de 106 personas, solo 36 saben cómo realizarlo, 42 desean aprender y 28 no saben del tema. Es una gran oportunidad para impulsar el proyecto que tiene como propósito educar al joven.

**Tabla N° 7:**

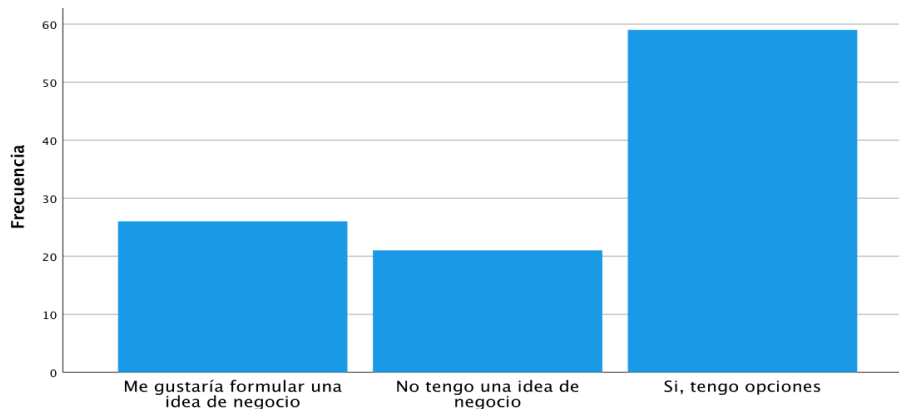
*¿Cuento con una idea de negocio para aplicarla?*

	N	%
<b>Me gustaría formular una idea de negocio</b>	<b>26</b>	<b>24,5%</b>
<b>No tengo una idea de negocio</b>	<b>21</b>	<b>19,8%</b>
<b>Si, tengo opciones</b>	<b>59</b>	<b>55,7%</b>

Nota: Información sobre si se cuenta con una idea de negocio

**Gráfico N°6:**

*¿Cuento con una idea de negocio para aplicarla?*



Nota: Gráfico indicando el índice de resultados sobre tener una idea de negocio para aplicarla

El primer paso para poder iniciar el camino del emprendimiento es contar con una idea de negocio el cual se pueda aplicar, según los resultados de 106 personas, 59 si presentan una idea, esto da hincapié para poder brindar soporte, conocimientos y herramientas que puedan serles útiles a los jóvenes para que sus ideas de negocios puedan llevarse de la mejor manera y estén más propensos a tener éxito.

**Tabla N° 8:**

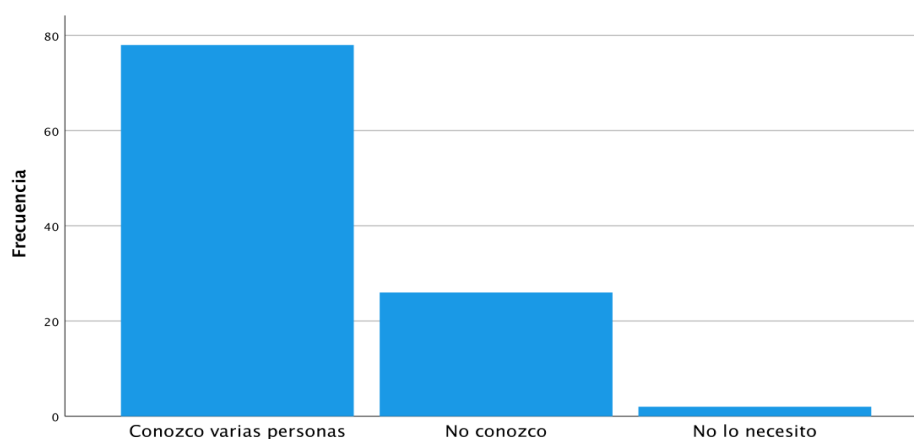
*¿Conozco personas que podrían ser mis socios de negocios?*

	N	%
<b>Conozco varias personas</b>	<b>78</b>	<b>73,6%</b>
<b>No conozco</b>	<b>26</b>	<b>24,5%</b>
<b>No lo necesito</b>	<b>2</b>	<b>1,9%</b>

Nota: Información sobre tener una idea sobre los socios que tendría para una empresa

**Gráfico N°7:**

*¿Conozco personas que podrían ser mis socios de negocios?*



Nota: Gráfico indicando el índice de resultados sobre tener socios pensados para una empresa

Hoy en día al analizar a las empresas más exitosas del mundo tales como Amazon, Facebook, Google, etc; se puede llegar a la conclusión que estas tuvieron un inicio donde no solo una persona trabajó, fueron 2 o más y demuestra que el trabajo en equipo tiene grandes beneficios si es aplicado de la manera correcta, es por eso que esta pregunta tiene mucha importancia porque para que un negocio llegue lejos, debe tener socios de confianza que empeñen su tiempo y conocimientos para hacer crecer el emprendimiento. Según los resultados del total de la muestra, 78 personas conocen socios que podrían ser sus aliados, este dato es un gran aporte a favor ya que solo faltaría conocimientos y poner en marcha el emprendimiento.

**Tabla N° 9:**

*Utilizó las siguientes herramientas digitales*

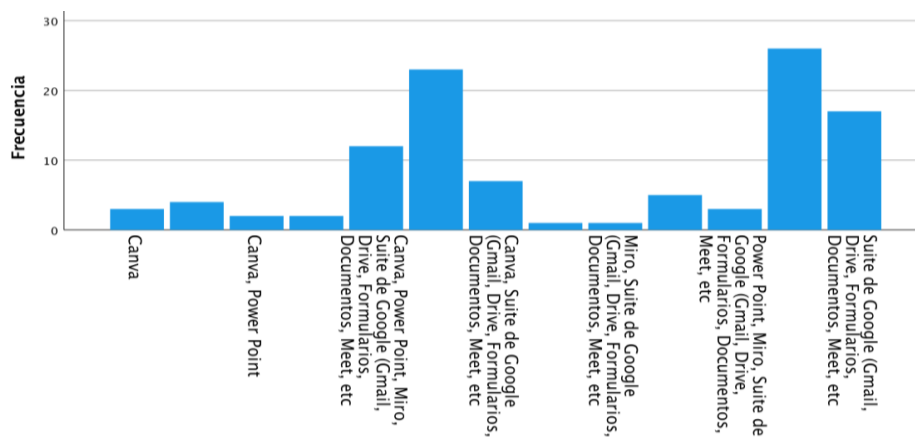
	N	%
Canva	3	2,8%
Canva, Miro, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc	4	3,8%
Canva, Power Point	2	1,9%
Canva, Power Point, Miro	2	1,9%
Canva, Power Point, Miro, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc	12	11,3%
Canva, Power Point, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc	23	21,7%
Canva, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc	7	6,6%
Miro	1	0,9%

Miro, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc	1	0,9%
Power Point	5	4,7%
Power Point, Miro, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc	3	2,8%
Power Point, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc	26	24,5%
Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc	17	16,0%

Nota: Información sobre qué herramientas digitales usan

### Gráfico N°8:

Utilizó las siguientes herramientas digitales



Nota: Gráfico indicando el índice de resultados de que herramientas digitales se usa



Actualmente se puede afirmar que la empresa que no innova, se va atrasar y para poder hacer esto realidad es necesario contar con los conocimientos técnicos digitales actualizados, el joven emprendedor debe ser muy disciplinado en su aprendizaje constante, es por eso que esta pregunta tiene vital importancia ya que nos da a conocer sobre el nivel del que los jóvenes presentan en cuanto a las herramientas digitales más usadas hoy en día, los resultados nos dan a entender que el 100% de ellos manejan, conocen y saben utilizar las herramientas digitales tales como Canva, Power Point, Miro, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc), es un gran punto a favor para el inicio del emprendimiento digital.

**Tabla N° 10:**

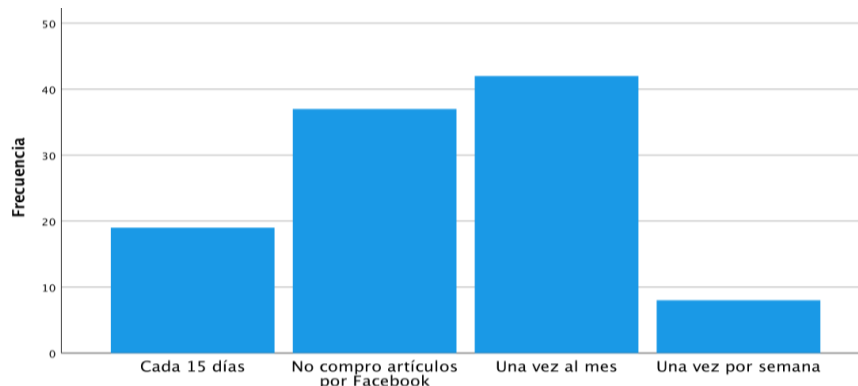
*He comprado artículos por facebook*

	N	%
<b>Cada 15 días</b>	<b>19</b>	<b>17,9%</b>
<b>No compro artículos por Facebook</b>	<b>37</b>	<b>34,9%</b>
<b>Una vez al mes</b>	<b>42</b>	<b>39,6%</b>
<b>Una vez por semana</b>	<b>8</b>	<b>7,5%</b>

Nota: Información sobre la frecuencia de compra en facebook

**Gráfico N°9:**

*He comprado artículos por facebook*



Nota: Gráfico indicando el índice de resultados sobre la frecuencia comprando artículos por facebook

Cada año nuevas tendencias aparecen y una de ellas es el marketplace, esta plataforma incorporada por Facebook ha permitido que muchas personas puedan comprar y vender productos y/o servicios en línea la cual representa una gran oportunidad para los emprendimientos emergentes que necesitan mostrar su mercadería a las personas sin costo alguno, los resultados de la pregunta si han comprado artículos por esta plataforma indican que el 64,9% si lo ha realizado lo cual es muy beneficioso porque el joven actual está enterado de las últimas tendencias que podrá aplicar cuando emprenda su negocio digital.

**Tabla N° 10:**

*Sé como iniciar una tienda virtual sin stock*

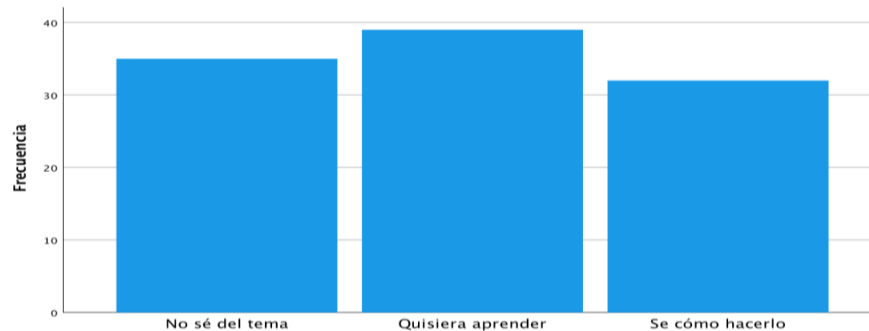
	N	%
No sé del tema	35	33,0%
Quisiera aprender	39	36,8%

Se cómo hacerlo	32	30,2%
-----------------	----	-------

Nota: Información sobre el conocimiento para iniciar una tienda virtual

**Gráfico N°10:**

*Sé cómo iniciar una tienda virtual sin stock*



Nota: Gráfico indicando el índice de resultados sobre el conocimiento para iniciar una tienda virtual sin tener stock

Hoy en día uno de los factores por el cual los jóvenes se resisten a iniciar un emprendimiento es la falta de capital, al no contar con grandes ingresos que los negocios tradicionales los requieren, no tiene como empezar para comprar los requerimientos bases como materia prima, licencias, marca, etc. Es por ello que se creó el dropshipping que es la solución para todas aquellas personas que desean iniciar un negocio digital sin tener stock alguno. La pregunta de esta encuesta nos muestra los resultados de que de 106 personas, solo 32 conocen como iniciar su tienda virtual sin stock, el resto de ellas o desconocen o quisieran aprender, el presente proyecto de investigación va dirigido para todas aquellas personas que no contaban con esta información.

### 5.7.1.1 Análisis ligados a las hipótesis

Para la presente investigación se realizó una encuesta conformada por 25 preguntas en la cual tenía como propósito conocer el nivel de conocimiento digital y los temas a reforzar de los jóvenes para que mediante el simulador

Ebook se pueda dar énfasis a tales temas y enriquecer a los usuarios con la información que se brindará. De esas preguntas se seleccionaron las más importantes siendo 10 el número de preguntas analizadas para que se pueda dar validez a la hipótesis planteada que es “La Cultura Digital influye directamente en el desarrollo de jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022”.

Los resultados analizados en el punto anterior demuestran que la hipótesis planteada es válida ya que el joven actual vive, se relaciona y muestra como necesidad la digitalidad para realizar su día a día e influye directamente para que pueda iniciar un emprendimiento. Se analizó la tendencia digital a través de la herramienta de recolección y todos los datos indican que el futuro es netamente para y por la tecnología, es por ello que el joven necesita estar con los conocimientos actualizados para poder sobrellevar este hecho que ya es una realidad en gran cantidad de países del primer mundo y que pronto con el trabajo de todos, en el Perú también lo será.

## **VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN**

### **6.1 Alcance esperado**

Se espera poder alcanzar a la gran mayoría de jóvenes de la zona 7 de Lima que se encuentra conformada por los distritos de Miraflores, Surco, San Isidro, La Molina y San Borja que son personas entre 18-29 años. Usuarios potenciales para el objetivo de la presente investigación que es enriquecer de información al futuro joven emprendedor para que logre tener una mejor base a lo que se refiere a iniciar un emprendimiento digital con o sin capital inicial. El objetivo es lograr un 30% de beneficiarios para estos primeros 3 años.

### **6.2 Descripción de la propuesta de innovación**

Journey es un simulador que inició del emprendimiento juvenil digital en la cual tendrá como presentación un Ebook, sus principales funciones son brindar información teórica tales como definiciones de conceptos, pasos para realizar una importación y exportación de productos, declaración de impuestos, la apertura una empresa formal desde 0 y que pasos se debe seguir, tips de BGC, listado de libros sobre crecimiento personal y educación financiera para que el joven pueda tener al alcance y refuerce su aprendizaje, ejercicios para poner en práctica lo aprendido, listado de links de charlas motivacionales y/o financieras, juegos recreativos, conceptos sobre el cuadrante del flujo del dinero y metacognición; y se explicará cómo se puede iniciar un negocio digital sin stock (Dropshipping).

### **6.3 Diagnóstico situacional**

Journey fue creado en el año 2022 a raíz de la identificación de una oportunidad para poder mejorar el emprendimiento juvenil digital en el país y promover la formalidad de los futuros negocios, dado esto, un grupo conformado por 3 jóvenes que pusieron en marcha un emprendimiento en el cual brindarían información valiosa para el usuario con respecto al emprender y los conocimientos requeridos para evitar grandes fracasos en el camino por errores evitables. Este Ebook que se ofreció tuvo como particularidad que es 100% digital lo cual tuvo gran aceptación por su público ya que fue fácil de adquirir y utilizar. Hoy en día es una herramienta muy utilizada por el joven y recomendado por profesores de las mejores universidades del país que tienen como propósito incentivar la independencia laboral.

Misión:

Brindar conocimientos técnicos sobre emprendimiento juvenil digital para que el joven pueda tener seguridad de emprender y formalizar negocios en el Perú.

Visión:

Estar presente en la vida estudiantil del joven aspirante a emprendedor.

Matriz Foda:

**Tabla N° 11:**

*Matriz FODA del Simulador Journey*

Fortalezas	Debilidades:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuenta con el capital requerido para la formación del Ebook.</li> <li>• Se cuenta con el conocimiento técnico digital para la creación del simulador.</li> <li>• El producto a presentar es 100% digital y estará al alcance de tan solo contar con un smartphone o tablet.</li> <li>• Precio accesible para el usuario al ser un producto netamente digital.</li> <li>• No se necesita almacén físico ni materia prima para la creación del producto final, esto permite ahorrar costos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser nuevos en el mercado y eso genera desconfianza en muchos clientes.</li> <li>• Incertidumbre respecto al simulador.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento del desempleo debido a la pandemia covid 19.</li> <li>• Surgimiento de medios de pago gratuitos digitales tales como Yape, Plin y Lukita.</li> <li>• La tendencia actual indica que para el año 2030 se reducirá el personal de las empresas al contar con inteligencia artificial.</li> <li>• Actualmente en el Perú gran porcentaje de informalidad impacta en la economía del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualmente en los colegios y/o universidades la metodología de estudio está orientada para que el alumno trabaje dependientemente para una empresa y no para iniciar un emprendimiento.</li> <li>• Alto y constante ritmo de innovaciones en el mercado.</li> <li>• Nichos de mercado que aún no se adaptan a las nuevas tecnologías.</li> <li>• Que la competencia nos copie rápidamente.</li> <li>• Contar en la actualidad con una economía incierta.</li> </ul>

Nota: Información sobre el análisis del entorno del simulador

## **6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora**

### **6.4.1 Desarrollo del proyecto de innovación**

#### **Propuesta de mejora**

Fase 1:

- Planificación de contenido

Este subproceso es uno de los más importantes porque es determinante del éxito de nuestra propuesta de mejora. Se tendrá una junta con los accionistas de Journey para decidir qué información será la que se brindará en el Ebook, estos podrán ser Presentaciones de PPT descargables, casos propios o existentes, imágenes y contenido teórico, enlaces de videos de charlas motivacionales, crecimiento personal, educación financiera, dinámica de autoaprendizaje, etc. El contenido deberá ser correctamente citado de ser necesario y planificado de tal manera que resulte atractivo y fácil de entender.

- Diseño de Ebook

Se proponen reuniones con la agencia de diseño y se le indicará la idea de Ebook, se solicitará utilicen herramientas de inteligencia artificial tales como Canva y Miro.

Se agendará nuevamente con la agencia para que nos muestran el prototipo final, nosotros procederemos a dar el visto bueno o pedir que realicen mejoras.

- Recolección de información

Al brindar un producto netamente digital, la información que se utilizará también deberá ser de esa misma gama, es por ello que la información que se recolectarán será de elaboración propia y



los ejemplos de autores que se podrán utilizar serán citas de la manera correcta para evitar sanciones y/o plagios.

- Creación de redes sociales

En Journey se utilizarán las redes sociales de Instagram y Tik Tok, actualmente estas son las redes con mayor aceptación del público y las más utilizadas, es por ello que esta propuesta de mejora tendrá sus canales activos posteando fotos, videos creativos, memes y tips de emprendimiento como el famoso “Sabías que?”.

#### Fase 2:

- Desarrollo de página web

En esta sub fase se propone organizar reuniones con los desarrolladores web, donde se brinda toda la información sobre el proyecto y se indica lo que más debe resaltar en la web, tal como reseña histórica, misión, visión, valores y el producto a ofrecer. Este proyecto cuenta con una pasarela de pagos, así estará al alcance de todos.

Se debe determinar qué dominio usar ya que eso será una clave fundamental porque es una identidad que usaremos para siempre, también debemos determinar con el desarrollador con que hosting trabajaremos.

- Junta de accionistas capitales

En esta sub fase los accionistas capitales de Journey se juntarán mediante una reunión para determinar el importe monetario que

aportarán hacia el proyecto y de esta manera se dividirá el porcentaje de acciones que cada uno tendrá de acuerdo con su aporte.

- Constituir la empresa
  - Reservar el nombre de la empresa en SUNARP.
  - Elegir una notaría para que nos ayude con todo el proceso, debemos acercarnos los tres accionistas y solicitar que empiecen el trámite de la minuta.
  - Elegir un gerente general y cómo será dividido el capital social.
  - La notaría llevará la minuta a escritura pública.
  - Acercarnos con la hoja de registros públicos al banco para que nos aperturen una cuenta. con nuestra razón social y abonar nuestro capital.
  - Ir a SUNAT con toda la documentación, para que nos registren, nos brinden el número de RUC y clave SOL.

### Fase 3:

- Lanzamiento de Ebook

El lanzamiento del Ebook se realizará desde su misma página web donde se habilitará el contenido para el usuario donde contará con un descuento del 15% en los primeros 3 días, de esta manera el público podrá adquirirlo de manera masiva ya que el producto final no contará con un precio elevado.

#### Fase 4:

- Implementación de publicidad BTL

Utilizaremos la publicidad BTL que usa canales más directos para conectar con tus clientes potenciales. Puede ser: correo electrónico, llamada telefónica, evento en el punto de venta, redes sociales, etc. A diferencia de la publicidad ATL, los costos de BTL pueden ser más bajos y se adecuan a nuestros requerimientos como emprendimiento.

#### Fase 5:

- Medición de resultados

Al haber lanzado al público el producto del Ebook, después de los 3 primeros meses analizaremos las ventas realizadas y la cantidad de descargas que tendrá el producto, de esta manera podremos saber cuántas personas han adquirido el material y nos dará la oportunidad de crear herramientas de feedback para que de esta manera podremos trabajar en una actualización de mejora.

- Junta de accionistas para implementar mejoras a futuro

Se realizará una reunión con los accionistas ya con los resultados de las ventas y descargas del Ebook de los 3 primeros meses para que de esta manera podremos tomar decisiones como organizar un focus group, encuestas, entrevistas, etc y así poder actualizar el Ebook según la necesidad del usuario.

## 6.4.2 Presupuesto

En base a todos los requerimientos para la creación del Ebook Journey se realizó una planificación del presupuesto.

**Tabla N° 12:**

*Propuesta de Innovación*

PROPUESTA DE INNOVACIÓN					
OBJETIVO	DETALLE	CANTIDAD	UM	SERVICIO	COSTO
Investigación de proyecto	Laptop	3	unidad	uso de producto	Asumida por los investigadores
	Internet	-	-	uso de servicio	
	Luz	-	-	uso de servicio	
	Asesorías	-	-	uso de servicio	Brindado por ISIL

Nota: Información sobre materiales que se necesitan para realizar la propuesta de innovación

**Tabla N° 13:**

Presupuesto del Proyecto

PRESUPUESTO DEL PROYECTO						TOTAL
OBJETIVO	DETALLE	CANTIDAD	UM		SERVICIO	
Diseño e implementación de proyecto	Gastos notariales	1	unidad	Notaria encargada de la minuta	S/. 800.00	S/. 800.00
	Diseñador	1	unidad	Prototipo de Ebook	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00
	Programación	1	unidad	Diseño y maquetación de la página web	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00.

	Testear QA	1	unidad	Pruebas de Testeo	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00
	Gastos de registro	1	unidad	Reserva y registro de nombre	S/. 27.00	S/. 27.00
	Publicidad en redes	10	unidad	Pago por pautas en redes sociales	S/. 562.50	S/. 5,625.00
	Gasto de hosting	1	unidad	Costo que se paga anual por el alojamiento de nuestra web en un servidor	S/. 383	S/. 383
	Gasto de dominio	1	unidad	Costo que se paga anual por denominación de nuestra web	S/. 110.00	S/. 110.00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>						<b>S/15.945,00</b>

Nota: Información sobre el presupuesto general para el proyecto de innovación

## VII: CONCLUSIONES

Se concluye en primer lugar que la cultura digital sí influye positivamente en el desarrollo de los jóvenes emprendedores de la zona 7 de Lima debido a que la tecnología es parte de sus vidas, les facilita crear contactos, obtener información, aprender materias nuevas y además de esta manera han podido tener contacto, conocer y consumir los productos/servicios que emprendimientos digitales en las redes sociales e internet ofrecen. Es por ello que afirmamos que la cultura digital si influye en el desarrollo de jóvenes emprendedores.

El nativo digital y el Millennial son el futuro del país donde se tiene una responsabilidad grande por su educación financiera para que de esta manera puedan desarrollarse de manera inteligente y tomar buenas decisiones con respecto a la puesta en marcha de un emprendimiento. Además, la cultura digital influye en el joven para la formalización de negocios ya que al tener la información al alcance sobre la apertura de una empresa formal, este tiende a realizarlo y de esta manera apoyar al País.

Las redes sociales hoy en día tienen vital importancia con respecto a la promoción de emprendimientos debido a que gran cantidad de jóvenes utilizan su tiempo en navegar por estas y están disponibles para observar productos y servicios por parte de los negocios digitales, un gran ejemplo es el de Marketplace y recientemente la plataforma Tik Tok que en muy poco tiempo ha podido abarcar mundialmente una amplia aceptación por el público joven.

La cultura digital si influye en la creación de nuevos negocios debido a que el joven al estar en contacto mediante las redes con diversos emprendimientos, crea curiosidad y pasión por generar ingresos de manera creativa y cómoda que es lo digital, conocen la gama de la digitalidad y el poder que puede tener

en un emprendimiento al usarlo de manera correcta, es por ello que la gran mayoría de emprendimientos, tienen redes sociales.

El emprendedor necesita desarrollar sus habilidades blandas de manera eficiente ya que el camino del emprendedor es comprobadamente más complicado que un trabajador dependiente, entre las principales habilidades se rescatan la disciplina y la resiliencia. Es por ello que se concluye que la cultura digital si influye en la independencia laboral de los jóvenes emprendedores porque hoy en día con apoyo de la digitalidad se tienen en internet diversos testimonios de emprendedores que explican lo que conlleva a optar por ser independiente laboral y mediante sus experiencias motivan a las personas a poder emprender sabiendo lo que esto requiere, el joven tiene esta información y si influye en sus decisiones.

## VIII: RECOMENDACIONES

Ante lo investigado y según las respuestas obtenidas por la encuesta a los más de 100 jóvenes se puede recomendar a los colegios la importancia de las habilidades blandas y que sean temas abordados a los alumnos.

Se sugiere tomar en cuenta los resultados, ya que refleja que más del 50% de los encuestados no tiene conocimiento de cómo abrir una empresa desde cero, lo ideal es que en los colegios abarquen y den a conocer estas herramientas, con el fin que los estudiantes tengan un conocimiento adecuado y cuenten con la cultura de emprender.

Se recomienda que los colegios, institutos y universidades fomenten el valor de emprender a lo largo de su educación, que enseñen cursos asociados al mundo empresarial donde transmitan las herramientas y metodologías necesarias para emprender una empresa.

Se aconseja a los colegios que deben fomentar cursos de innovación y liderazgo, con el fin que los estudiantes se vayan formando y proyectándose a construir un negocio.

También exhortamos a los centros educativos puedan incluir cursos para el futuro, es decir cursos el cual los estudiantes de avalen y puedan buscar un trabajo mucho más fácil o empiecen a emprender por las enseñanzas dadas.

Por último, se pide al gobierno puedan dar recursos a las personas que no cuentan con un trabajo estable, la ciudadanía necesita recursos y herramientas para que puedan aprender y emprender.



## IX: FUENTES DE INFORMACIÓN

Lasén, A., y Puente, H. (2016). *La cultura digital*. UOC Universitat Oberta de Catalunya. [https://www.academia.edu/27037780/La\\_cultura\\_digital](https://www.academia.edu/27037780/La_cultura_digital)

Aguirre, J. C. (2018). Emprendimiento en América Latina. Espejismo o realidad. *Innova Research Journal*, 3(8), 110-125.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6777799>

Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (2a ed.). Pearson Educación  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=h4X\\_eFai59oC&oi=fnd&pg](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=h4X_eFai59oC&oi=fnd&pg)

Becerra, E., Sañay, I., Calle, O. (2018). Desarrollo del marketing digital para impulsar el emprendimiento, en el cantón Gualaceo-Azuay-Ecuador. *Recimundo: Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 2(4), 90-113.  
[https://doi.org/10.26820/recimundo/2.\(4\).octubre.2018.90-113](https://doi.org/10.26820/recimundo/2.(4).octubre.2018.90-113)

Chávez, B., González, R., y Lay, I. (coordinadores.). (2017) *Desafíos de la cultura digital para la educación*. Biblioteca UDG VIRTUAL  
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1836/1/Desaf%C3%ADos%20de%20la%20cultura%20digital%20para%20la%20educaci%C3%B3n.pdf>

Corresponsales Escolares. (2021, 15 julio). Emprendedores adolescentes: el camino al éxito en plena pandemia. *El Comercio*.  
<https://elcomercio.pe/corresponsales-escolares/historias/emprendedores-adolescentes-el-camino-al-exito-en-plena-pandemia-lima-noticia/>

De Hoyos, R., Rogers, H., y Székely, M.(2016).Ninis en América Latina: 20 millones de jóvenes en busca de oportunidades. Grupo Banco Mundial <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/20.500.12799/3921>

Delgado, A., y Núñez, P. (2017). Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS.  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4156/Delgado%20Caramutti%20-%20Nu%C3%B1ez%20Vera%20Pierina%20Mirella.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Datum Internacional. (2020, agosto). Comportamiento online ante coyuntura covid-19 [Diapositivas en PDF].  
[https://www.datum.com.pe/new\\_web\\_files/files/pdf/2020%20Comportamiento%20online%20ante%20coyuntura%20Covid-19.pdf](https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/2020%20Comportamiento%20online%20ante%20coyuntura%20Covid-19.pdf)

Equipo Técnico de Gestión de la Información. (2021). Estadística Poblacional. **Minsa**  
[https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/poblacion\\_estimada.asp=PR13&](https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/poblacion_estimada.asp=PR13&)

[ots=vWICm6reu5&sig=VmogRa6KFfBRZXnHNhJEWy1MX\\_k#v=onepage&q&f=false](#)

Las diez características básicas que comparten los emprendedores (2019, 22 abril). Eleconomista.es. <https://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/4622264/02/13/10-caracteristicas-basicas-que-comparten-los-emprendedores.html>

Grillo, O. (2019). Itinerarios de la antropología y su mirada sobre el mundo digital. En Ana Laura Rivoir, y María Julia Morales, Tecnologías digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina (pp.21-34). CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctvt6rmh6.4>

Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., y Morales, O.(2018-2019). *Global Entrepreneurship Monitor*. Universidad ESAN. <https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2070/GEM%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Infografía Ipsos. (2022). Empresas e instituciones en el entorno digital [Infografía]. IPSOS. <https://www.ipsos.com/es-pe/empresas-e-instituciones-en-el-entorno-digital>

Infografías Ipsos. (2021). Redes sociales 2021 [Infografía]. IPSOS. <https://www.ipsos.com/es-pe/redes-sociales-2021>

En el 2021 año del Bicentenario de la Independencia el Perú contará con una población de 33 millones 35 mil 304 habitantes. (2019, 21 junio). Inei.gob.pe <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-2021-ano-del-bicentenario-de-la-independencia-el-peru-contara-con-una-poblacion->

[de-33-millones-35-mil-304-habitantes-11624/#:~:text=En%20el%20a%C3%B1o%202021%2C%20el,sobre%20la%20base%20de%20los](#)

¿Qué es la Cultura digital y cuáles son sus características e impacto?. (2021)

Ingenio.edu.pe <https://ingenio.edu.pe/blog/cultura-digital/>

Kenski, V. (2018). Cultura digital [Texto en pdf].

[https://www.academia.edu/43844286/Verbete CULTURA DIGITAL](https://www.academia.edu/43844286/Verbete_CULTURA_DIGITAL)

Market Report (2021). Evolución de las inversiones publicitarias en los medios de comunicación. CPI.

[https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_inversion\\_publicitaria\\_2021\\_1.pdf](https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_inversion_publicitaria_2021_1.pdf)

Ochoa, V. (2019). El emprendimiento en la transformación digital en Colombia.

[Tesis de pregrado, Universidad de San Buenaventura]. Repositorio

[http://www.bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/6545/1/Emprendimiento\\_Transformacion\\_Digital\\_Ochoa\\_2019.pdf](http://www.bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/6545/1/Emprendimiento_Transformacion_Digital_Ochoa_2019.pdf)

OECD et al. (2021), *Perspectivas económicas de América Latina 2021:*

*Avanzando juntos hacia una mejor recuperación*, OECD Publishing, Paris,

<https://doi.org/10.1787/2958a75d-es>.

Paz, A. , Salóm, J., García, J., y Suarez, H. (2020). Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*. 26(1), 161-174 <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31317>

Reyes, J., y Hidalgo, A. (2020). Actitud emprendedora desde una perspectiva digital. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 5(5-1), 90–106.

<https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.326>

Plan International. (2021). Condiciones de empleo y oportunidades laborales para las y los jóvenes en Loreto. INPET

[https://f.hubspotusercontent20.net/hubfs/4390725/Publicaciones/Dise%C3%B1o%20de%20estudio%20Loreto%20%5Balta%20resoluci%C3%B3n%5D\\_compressed.pdf](https://f.hubspotusercontent20.net/hubfs/4390725/Publicaciones/Dise%C3%B1o%20de%20estudio%20Loreto%20%5Balta%20resoluci%C3%B3n%5D_compressed.pdf)

Ruiz, R. (2022). Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación en los hogares. Inei.gob.pe

<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-tic-i-trimestre-2022.pdf>

Sánchez, D.(2019). Millennials y emprendimiento: desafío académico en el nuevo escenario digital. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales* vol. 25, issue 52, 91-98

[https://econpapers.repec.org/article/nmprfaces/v\\_3a25\\_3ay\\_3a2019\\_3ai\\_3a52\\_3ap\\_3a91-98.htm](https://econpapers.repec.org/article/nmprfaces/v_3a25_3ay_3a2019_3ai_3a52_3ap_3a91-98.htm)

UPLA: emprendedor Julio Garay en Conferencia (2020, 1 diciembre)

Upla.edu.pe <https://upla.edu.pe/upla-emprendedor-julio-garay-en-conferencia/>

Villacorta, H. (2020). Estudio de las capacidades de emprendimiento digital de los alumnos de quinto nivel de la carrera de ingeniería de computación y sistemas de la UPS Iquitos – 2020. [Tesis de pregrado,

UPS]

<http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/116/Informe%20Final%20Tesis-Hemerson%20Villacorta%20Manihuari.pdf>

Villalba, M. (2020). La cultura del emprendimiento de Ecuador en relación a Perú. *Visionario Digital*, 4(3), 147-169.

<https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v4i3.1340>

Lyudmyla, R. (2017). Integración de la cultura digital en la formación de comunicadores en Perú. *Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 8(1), 61-80.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6057560>

X: ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA			
TÍTULO: LA CULTURA DIGITAL COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO DE JÓVENES EMPRENDEDORES DE LA ZONA 7 EN LIMA			
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	VARIABLE INDEPENDIENTE: Cultura Digital
		Dimensiones	Indicadores
¿De qué manera la cultura digital influye en el desarrollo de jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022?	Demostrar de qué manera la cultura digital influye en el desarrollo de jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022	La Cultura Digital influye directamente en el desarrollo de jóvenes emprendedores de la zona 7 en el año 2022	Utilizo las redes sociales para: trabajo, ver noticias, entretenimiento, trabajo, encontrar productos
			Reconozco la publicidad de los jóvenes emprendimientos de las redes sociales
			Conozco emprendimientos por medio de las redes sociales
			Presto atención y reacciono a una publicación si me es interesante
			Conozco las siguientes redes sociales
			Utilizo con frecuencia estas redes sociales
			Deje de utilizar la siguiente red social
			Suelo publicar (textos, fotos, sucesos, noticias)
			Reacciono a publicaciones de
			La mayoría de empresas y emprendimientos publican (productos, videos, promociones, memes)
Por promedio cuentas publicaciones de emprendimientos, sin importar la red social, puede llegar a ver al día.			
Utilizo las siguientes herramientas digitales (Canva, Power Point, Miro, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc)			
Utilizo alguna herramienta digital para (trabajo, diversion, curiosidad)			
Considero que estas son útiles para un negocio del siglo XXI			
Motivo por el cual entro a internet			
Tiempo de permanencia en internet por día			
Utilizo el internet de manera productiva			
Conozco sobre juegos inteligentes en internet			
Leo videos en youtube para aprender materias nuevas			
Estudio cursos cortos en línea			
		Redes Sociales	Interacción con redes sociales de emprendimientos
			Uso de cuentas creadas
			Tipo de información publicada
	Usos de las Tics		Herramientas utilizadas
			Páginas web
	Uso de internet		Recreación productiva

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS				
<b>VI: Cultura Digital</b>	Es conocida como la formación de habilidades y prácticas de una persona o grupo de personas hacia las herramientas digitales.	Se relaciona a la cultura digital por ser un producto de esta, sus dimensiones como las siguientes: uso de las redes sociales, usos de las tics y uso de internet.	Redes Sociales	Utilizo las redes sociales para: trabajo, ver noticias, entretenimiento, trabajo, encontrar productos Conoci emprendimientos por medio de las redes sociales Utilizo con frecuencia estas redes sociales	OPCION MULTIPLE	1				
			Usos de las Tics	Suelo publicar (textos, fotos, sucesos, noticias) La mayoría de empresas y emprendimientos publican ( productos, videos, promociones, memes) Utilizo las siguientes herramientas digitales (Canva, Power Point, Miro, Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc) Utilizo alguna herramienta digital para ( trabajo, diversion, curiosidad)		2				
			Uso de internet	Motivo por el cual entro a internet Conozco sobre juegos inteligentes en internet Veo videos en youtube para aprender materias nuevas Estudio cursos cortos en línea		3				
			<b>VD: Desarrollo de jóvenes emprendedores</b>	Relacionado a la construcción de habilidades y conocimientos que sean de ayuda para que sigan creciendo de forma empresarial.		Para llegar al desarrollo definitivo para los jóvenes emprendedores se derivan a 3 dimensiones	Formalización de negocios	Conozco como aperturar una empresa formalmente Alguna vez he declarado impuestos ante la Sunat Cual es mi nivel en conocimientos sobre importación y exportación de productos	OPCION MULTIPLE	4
							Creación de nuevos negocios	Se como comenzar iniciar una tienda virtual sin stock He comprado artículos por Facebook Conozco y se para que sirven los siguientes aplicativos( Amazon, Mercado Libre, Alibaba)		5
							Independencia Laboral	Suelo ahorrar el 10% de mis ingresos por mes Conozco cuales son los 4 cuadrantes del flujo del dinero y en que consisten Cual es mi grado de instrucción Cuento con una idea de negocio para aplicarla Cuento con experiencia laboral Conozco personas que podrían ser mis socios de negocios Tengo presente el motivo por el cual iniciaré mi negocio		6
										7
										8
										9
										10
						11				
		12								
		13								
		14								
		15								
		16								
		17								
		18								
		19								
		20								
		21								
		22								
		23								
		24								
		25								

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



## LA CULTURA DIGITAL COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO DE JÓVENES EMPRENDEDORES DE LA ZONA 7 EN LIMA

Estimado joven, la información que presente es totalmente anónima y se mantendrá una absoluta confidencialidad sobre la misma. Este instrumento forma parte de un trabajo de investigación y servirá para identificar parámetros de medición de la cultura digital la cual es utilizada por los jóvenes emprendedores de la zona 7 en lima.

¿En que distrito reside? \*

- La Molina
- San Isidro
- San Borja
- Miraflores
- Surco

Género: \*

- Masculino
- Femenino

¿Cuántos años tiene? \*

- 18 - 20
- 21 - 23
- 23 - 26
- 27 - 29

1. Utilizó las redes sociales para: (pueda marcar mas de una opción) \*

- Trabajo
- Ver noticias
- Entretenimiento
- Encontrar productos

2. Conocí emprendimientos por medio de las redes sociales \*

- Si
- No

3. ¿Con cuánta frecuencia uso las redes sociales? \*

- 2 horas por día
- Más de 5 horas
- 10 horas a más

4. Suelo publicar: (pueda marcar mas de una opción) \*

- Textos
- Fotos
- Noticias
- Opiniones

5. La mayoría de empresas y emprendimientos publican: (pueda marcar mas de una opción) \*

- Productos
- Videos
- Promociones
- Memes

6. Utilizó las siguientes herramientas digitales: (pueda marcar mas de una opción) \*

- Canva
- Power Point
- Miro
- Suite de Google (Gmail, Drive, Formularios, Documentos, Meet, etc)

7. Utilizó alguna herramienta digital para: (pueda marcar mas de una opción) \*

- Trabajo
- Diversion
- Curiosidad

8. Motivo por el cual entro a internet: (pueda marcar mas de una opción) \*

- Recreación
- Trabajo
- Tareas e investigación

9. Conozco sobre juegos inteligentes en internet \*

- Conozco algunos
- No conozco
- Quisiera conocer

10. Veo videos en youtube para aprender materias nuevas, y si no lo hace por youtube indique en donde: \*

- Si
- No
- Otros: \_\_\_\_\_

11. ¿Estudio cursos cortos en línea? Y si no, indique el porque: \*

Sí

Otros: \_\_\_\_\_

12. Conozco como aperturar una empresa formalmente \*

Sí, tengo conocimientos

No sé del tema

Quisiera aprender

13. Alguna vez he declarado impuestos ante la Sunat \*

Sí

Nunca

Quisiera aprender

14.Cuál es mi nivel en conocimientos sobre importación y exportación de productos \*

Nulo

Básico

Intermedio

Avanzado

15. Sé como iniciar una tienda virtual sin stock \*

No sé del tema

Se cómo hacerlo

Quisiera aprender

16. He comprado artículos por Facebook

- Una vez al mes
- Una vez por semana
- Cada 15 días
- No compro artículos por Facebook

17. Conozco y se para que sirven los siguientes aplicativos: (pueda marcar mas \*  
de una opción)

- Amazon
- Mercado Libre
- Alibaba
- Wix
- Lineo
- Aliexpress

18. Suelo ahorrar el 10% de mis ingresos por mes \*

- No cuento con ingresos mensuales
- Ahorro el 10% de mis ingresos
- Ahorro más del 10% de mis ingresos
- Tengo ingresos pero no ahorro

19. Conozco cuáles son los 4 cuadrantes del flujo del dinero y en que consisten \*

- Los conozco
- No los conozco
- Me gustaría aprender de ello

20. ¿Cuál es mi grado de instrucción? \*

- Primaria Completa
- Secundaria Completa
- Universitario
- Técnico
- No cuento con estudios superiores

21. ¿Cuánto es el promedio de capital con el que cuento? \*

- Menos de 500 soles
- 1000 soles a más
- Más de 3000 soles
- Menos de 5000 soles

22. ¿Cuento con una idea de negocio para aplicarla? \*

- Si, tengo opciones
- No tengo una idea de negocio
- Me gustaría formular una idea de negocio

23. Cuento con experiencia laboral \*

- Mas de 6 meses
- Menos de 6 meses
- Un año o más
- No cuento con experiencia laboral

24. Conozco personas que podrian ser mis socios de negocios \*

- Conozco varias personas
- No conozco
- No lo necesito

25. Tengo identificado el motivo por el cual iniciaré mi negocio \*

- Lo tengo identificado
- No lo tengo identificado
- Me gustaría identificarlo

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

## **INFORME DE JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

### I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Mg. Bib. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente – ISIL - UNMSM
1.3. Nombre del instrumento:	Encuesta para medir la digitalización en la zona 7 de Lima
1.4. Autor del instrumento:	Christian Romero, Nayeli Flores, Flavia Altamirano
1.5. Título de la investigación	Cultura Digital como alternativa de desarrollo para jóvenes emprendedores de la zona 7 de Lima. Año 2022

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					x
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.	x				
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					x
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						90%



**PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	x		
Ítem 2	x		
Ítem 3	x		
Ítem 4	x		
Ítem 5	x		
Ítem 6	x		
Ítem 7	x		
Ítem 8	x		
Ítem 9	x		
Ítem 10	x		
Ítem 11	x		
Ítem 12	x		
Ítem 13	x		
Ítem 14	x		
Ítem 15	x		
Ítem 16	x		
Ítem 17	x		
Ítem 18	x		
Ítem 19	x		
Ítem 20	x		
Ítem 21	x		
Ítem 22	x		
Ítem 23	x		
Ítem 24	x		
Ítem 25	x		
Ítem 26	x		
Ítem 27	x		
Ítem 28	x		

III. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

IV.   90  %. V: **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

( x ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

(   ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 03.07.2022

DNI N° 41981490

Firma del experto



Mg. Bib. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio