



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA
EMPRESARIAL

Emprendimiento digital durante la pandemia COVID-19 de estudiantes
de una universidad privada 2020 – 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EMPRESARIAL

AUTOR:

Vilcachagua Padilla, Christian Martin (Orcid: [0000-0002-5777-191X](https://orcid.org/0000-0002-5777-191X))

ASESOR:

Mgtr. Trujillo Valdiviezo, Guido (Orcid: [0000-0002-3019-6599](https://orcid.org/0000-0002-3019-6599))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estrategias y Planeamientos

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria:

Este trabajo va dedicado a mis padres que me han apoyado en todo este largo camino y sin su gran apoyo no hubiera logrado estar donde estoy.

Agradecimiento:

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a todos mis docentes que he me han formado en todo el transcurso de mi formación profesional, y por último a todos mis familiares que me apoyaron en mi día a día de mi formación.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Resumen	v
Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN	
II. MARCO TEÒRICO	1
	4
III. METODOLOGÌA	8
3.1. Tipo y diseño de investigación	8
3.2. Categorías, Subcategorías, Matriz de categorización apriorística	8
3.3. Escenario de estudio	8
3.4. Participantes	8
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	8
3.6. Procedimiento	9
3.7. Rigor científico	9
3.8. Método de análisis de datos	9
3.9. Aspectos éticos	9
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	10
V. CONCLUSIONES	15
VI. RECOMENDACIONES	16
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Resumen

El objetivo de la investigación fue analizar el emprendimiento digital desde la experiencia de los estudiantes universitarios. Fue una investigación de enfoque cualitativa, tipo aplicada, de diseño fenomenológico debido a la descripción y análisis de las experiencias narradas por los participantes. El escenario de estudio estuvo constituido por una universidad privada ´donde se entrevistó a dos jóvenes emprendedores a quienes se les aplicó como instrumento una Guía de entrevista semiestructurada.

Los resultados evidenciaron que las tendencias a las actividades emprendedoras aplicadas para el desarrollo del emprendimiento digital fueron básicamente la capacitación virtual y ofrecer sus productos por las redes sociales como Facebook e Instagram; teniendo en cuenta la percepción de ineficacia por la presencia de riesgos que se superar el tomar decisiones asertivas. Respecto a aversión al riesgo es un riesgo en la inversión de capital que deben enfrentar tomando acertadas decisiones. Respecto a la propensión al riesgo es una constante ante los cambios que presenta la virtualidad y constituye una motivación para intentar nuevos proyectos de emprendimiento. Finalmente, las tendencias al cambio están básicamente en buscar soluciones a los problemas que se presentan y poseer una actitud de persona innovadora y abierta al cambio constante de la tecnología.

Palabras clave: Emprendimiento digital, universitarios, COVID-19

Abstract

The objective of the research was to analyze digital entrepreneurship from the experience of university students. It was an investigation of qualitative approach, applied type, of phenomenological design due to the description and analysis of the experiences narrated by the participants. The study scenario was constituted by a private university where two young entrepreneurs were interviewed and a semi-structured Interview Guide was applied as an instrument.

The results showed that the trends to entrepreneurial activities applied for the development of digital entrepreneurship were basically virtual training and offering their products through social networks such as Facebook and Instagram; taking into account the perception of ineffectiveness due to the presence of risks that are overcome when making assertive decisions. Regarding risk aversion is a risk in capital investment that they must face by making wise decisions. Regarding the propensity to risk, it is a constant in the face of the changes presented by virtuality and constitutes a motivation to try new entrepreneurship projects. Finally, the tendencies to change are basically in looking for solutions to the problems that arise and possessing an attitude of innovative person and open to the constant change of technology.

uKeywords: Digital entrepreneurship, university, COVID-19

I. INTRODUCCIÓN

En el Perú, así como en Latinoamérica y el Mundo la crisis sanitaria de la pandemia COVID-19 obligó al cierre de empresas haciendo que muchas familias se vean afectadas en los gastos de su canasta familiar y en los gastos destinados a estudios provocando que muchos jóvenes universitarios a punto de terminar sus carreras se vean afectados (Portillo & Marin, 2020); ante tal situación; los estudiantes, como una parte activa de este cambio, y que no eran vulnerables al contagio, iniciaron sus emprendimientos como una forma de impulsar la economía familiar y seguir estudiando; comenzaron a ofrecer productos y servicios usando las redes sociales como medio digital (online) para publicitar y comercializar sus ofertas que a la actualidad existe un 63% de jóvenes peruanos que tiene un emprendimiento y para el 55% es su única fuente de generación de ingresos (CAPECE, 2021).

“El Perú: país emprendedor” frase basada en el reconocimiento a la tasa de emprendurismo por la COVID-19 donde el 55% de población económicamente activa se dedica a esta actividad por necesidad (60%) utilizando las redes sociales (68%) para dar a conocer su producto o servicio, incluso utilizando aplicativos para facilitar transacciones de pago de sus clientes (Datum, 2020).

El Informe Mundial GEM mencionó que existe una brecha en el emprendimiento tecnológico donde el 84% son jóvenes y solo el 16% son adultos; que en la Unión Europea, de cada diez hombres emprendedores existen seis mujeres emprendedoras (Alarcos, 2021). Asimismo, en España se analizó la situación del emprendimiento durante la crisis de la COVID-19 por el cierre de empresas y la reinvención de otras, motivando a más personas emprendedoras a organizarse e innovarse para generar nuevas sinergias entre el ecosistema emprendedor, el corporativo y el académico (RED GEM ESPAÑA, 2020).

En Latinoamérica, el desarrollo de los emprendimientos enfrenta un importante desafío y es en el financiamiento para iniciarlo donde está el gran reto pues recurren a familiares y amigos para empezar; pero ello, es necesario que el

Estado brinde políticas públicas para su apoyo desde las etapas iniciales (CIPPEC, 2020). Por otro lado, en los países: Chile, Colombia, Perú y México pertenecientes a la Alianza del Pacífico, se observan brechas de emprendimiento; entre ellas, los impuestos altos que son aplicados a Pymes, ausencia de instrumentos públicos de financiamiento, simplificación de trámites y costos para exportación; incluso falta crear centros de desarrollo empresarial para ofrecer asesoramiento y capacitación a las pequeñas empresas (ASELA, 2018).

La Agenda 2030 establece se promueve el desarrollo de actividades productivas, la creación de puestos de trabajo, el emprendimiento, la creatividad y la innovación así como también fomentar la formalización de las micro y pequeñas empresas (ONU, 2015). Entonces, emprender en la actualidad es la mejor forma de tener un ingreso económico que sustente las necesidades de una familia, es por esto que se debe incentivar desde las universidades a los jóvenes para la realización de proyectos de emprendimiento que puedan ejecutar y se debe proporcionar los medios necesarios por parte de las universidades para que los estudiantes tengan una iniciativa de emprender un negocio (García, 2021). En tal sentido, el presente estudio plantea como pregunta de investigación: ¿Cuáles son las experiencias en emprendimiento digital realizadas por estudiantes universitarios? Jóvenes que emprendieron para crear su propio empleo y fomentar ingresos para sus familias y autofinanciar sus estudios.

Asimismo, tomando en cuenta el estudio realizado por Montufar (2020) se plantearon las subcategorías: Tendencia a las actividades emprendedoras, percepción de la ineficacia, aversión al riesgo, propensión al riesgo y tendencia al cambio; las mismas que conllevaron a plantear los objetivos específicos de nuestra investigación.

Debido a la naturaleza de la investigación, la **justificación práctica** por ser una investigación aplicada dirigida fundamentalmente hacia un objetivo práctico y específico empleando los conocimientos ya establecidos (Reyes, 2019); asimismo, está determinada por las experiencias vividas por los estudiantes respecto al emprendimiento digital desarrollado en el contexto de la pandemia

COVID-19 que les ayudo en un autoempleo (Salgado, 2007). La relevancia de la **justificación teórica** del presente estudio radica en los conocimientos ya establecidos sobre emprendimiento digital y el impacto que ha causado (Ñaupas et al., 2018). Asimismo, se **justifica metodológicamente** debido al instrumento que es una guía de entrevista semiestructura para analizar y describir las situaciones vividas por los directivos; instrumento que servirá para futuras investigaciones del mismo diseño (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Ante tal situación el objetivo general de la presente investigación es analizar el emprendimiento digital desde la experiencia de los estudiantes universitarios; como objetivos específicos: (1) describir las tendencias a las actividades emprendedoras; (2) describir la percepción de ineficacia aplicada en el emprendimiento digital (3) describir la aversión al riesgo requerido en el emprendimiento digital; (4) describir la propensión al riesgo requerido en el emprendimiento digital; y (5) describir las tendencias al cambio requeridas en el emprendimiento digital. La guía de entrevista semi estructura que se aplicará está adaptada en base a las actitudes de emprendimiento del autor Montufar (2020).

II. MARCO TEÓRICO

El estudio presenta investigaciones previas a nivel internacional como la desarrollada por Montiel et al., (2021) quienes analizaron bajo el paradigma la experiencia de tres emprendedores jóvenes que comenzaron el camino del emprendimiento en pandemia mediante relatos de vida; los resultados indicaron que la juventud es resiliente, detecta oportunidades y ven el futuro de manera positiva, esto tuvo un gran impacto al momento de realizar algún emprendimiento de negocio dentro de la crisis que estamos viviendo. La investigación evidenció que los emprendedores tienen en común la misma motivación y limitación de otros grupos de emprendedores que afrontan la pandemia nivel mundial.

También se tiene como antecedente el estudio de Carbajal et al., (2021) que analizaron los impactos, reacciones y redes de apoyo personal y digital de emprendimientos frente al COVID-19 según comportamiento de la población de acuerdo a la actividad que desempeñan. Fue una revisión bibliográfica que utilizando el método analítico con el propósito de valorar la actividad de cada emprendimiento y en sus resultados encontraron que la pandemia de COVID-19 provocó impactos considerables en el emprendimiento como principal actividad económica y también a nivel humanitario.

Moldes (2021) describió que las secuelas inesperadas de la pandemia de Covid-19 han suscitado al teletrabajo como principal transformación acontecida y ha favorecido una transición digital inclusiva sobre la que sustentar el orden social ante la pandemia cuyos efectos más destacados han sido la extensión de la precariedad laboral y el aumento de la incertidumbre vital. Concluyó que el Coronavirus fue un factor de aceleración en el cambio al trabajo flexible, caracterizado por la mercantilización de las relaciones laborales para el crecimiento económico en la economía digital sustentada en la modalidad del “trabajo de plataformas”.

Sumba-Bustamante et al., (2020) analizó la situación los emprendimientos en el actual contexto de covid-19 desarrollados por medios electrónicos, identificando fortalezas y limitaciones; utilizó un diseño metodológico descriptivo. En sus resultados, encontraron que los emprendimientos son de suma importancia puesto que permiten crecer económicamente de manera personal,

familiar e institucional cuando se basa en la creatividad e innovación como forma de captar la atención y mayor demanda de los consumidores, de esta manera se convierten en altos ingresos por venta realizada y permite crear nuevos empleos que repercuten en el progreso de la sociedad.

Nicolás & Rubio (2020) mediante un estudio cuantitativo, realizó una investigación a una muestra de 236 emprendedores de España, de la cual analizaron la forma en que ellos afrontan la situación económica originada por la pandemia. Sus resultados evidenciaron que la adaptación al cambio fue uno de los factores que les permitió enfrentarse al desafío que trajo consigo la crisis económica: la carencia de capital, carencia de fuerza laboral, la digitalización y la visión de nuevas alternativas que se transforman en pequeños emprendimientos realizables como medida de respuesta a la crisis mundial.

En el ámbito nacional, las investigaciones previas, se tiene a Huapaya (2020) quien realizó un estudio respecto a las estrategias de publicidad digital aplicada a un emprendimiento, creado durante el contexto del COVID-19, en repostería saludable a fin de persuadir a los usuarios a través de un blog en Instagram. Realizó una investigación mixta, en la cual se realizó entrevistas semiestructuradas a las fundadoras de los negocios, se realizaron encuestas a sus clientes y se analizó el feedback a través de las estrategias implementadas en esta red social. Como resultado, identificaron que las publicaciones efectuadas por los emprendedores resultan tener un impacto positivo en sus seguidores gracias a la frecuencia de las interacciones y publicaciones. Además, las publicaciones de carácter informativo como lo son: temas sobre una vida saludable resultó ser un factor determinante para la fidelidad de sus seguidores, por estas acciones los pequeños emprendimientos mostraron un aumento en ventas.

Los investigadores Cahuana et al., (2020) recabaron información de una muestra de 271 emprendedores mediante una ficha de registro respecto al impacto positivo que tienen las redes sociales en las ventas de los emprendedores ante esta situación pandémica. De acuerdo a los resultados, concluyeron que las redes sociales han representado un factor de gran

importancia para las ventas en el contexto actual, evidencia que ha favorecido a los nuevos emprendimientos de una provincia comprobándose la existencia de una correlación positiva alta.

Por su parte Villacorta (2020) realizó una investigación de diseño no experimental de tipo transversal descriptivo sobre las capacidades de emprendimiento digital en estudiantes universitarios de una universidad privada en la selva peruana. Trabajó con una población de 26 alumnos de la carrera de Computación y Sistemas de los cuales se determinó que la capacidad que lideraba en los alumnos con un 69% era la de la automotivación a través de emociones y creencias positivas, en segundo lugar, se obtuvo que el 65% de los encuestados indicaron tener capacidades en tecnologías de la información. El autor concluye que las capacidades de emprendimiento en los alumnos de la carrera de Computación y Sistemas son relativamente altas lo que les permitirá realizar emprendimientos con éxito en el mercado.

Zapata (2021) en su investigación “Diseño e implementación de la Ruta Emprendedora para alumnos de pregrado en la incubadora de emprendimientos de una Universidad peruana, en la cual diseñó e implementó una ruta emprendedora a los estudiantes de esta universidad. Concluye que los conocimientos adquiridos durante la carrera profesional han influido en la visión emprendedora de los estudiantes UDEP.

Deza (2021) realizó una investigación cuantitativa, aplicada, cuasi experimental con un enfoque cuantitativo en la cual analizó las competencias de emprendimiento en universitarios peruanos. Se aplicó un cuestionario a una muestra de 42 estudiantes en donde los resultados más relevantes indicaron que el 80% de los estudiantes manifestaban ser persistentes, el 71% ingeniosos y el 75% tenían la capacidad de aversión al riesgo. Concluyó que cerca 68% de los estudiantes universitarios encuestados (42) poseen un alto nivel en las competencias de emprendimiento.

Respecto a la fundamentación científica, se tiene la **Teoría de redes** que visualizan el proceso emprendedor en redes sociales como fenómeno empresarial para facilitar publicidad, enlaces entre emprendedores, clientes, proveedores, recursos, empresas similares y oportunidades de negocio que es una corriente de relaciones sociales de pequeños y grandes empresarios y determinan el éxito del producto o servicio en cuya red social puede extenderse entre lo informal (familia y amigos) y las formales (empresas, bancos, etc.) y cuyo éxito se mide en términos de accesibilidad al cliente, densidad y diversidad de nexos en red donde se aprovechan de los contactos para las ventas (Vallmitjana, 2014).

Asimismo, la Teoría “networking on line” o también denominadas prácticas de conexión en red de contactos como manera económica y eficaz de ventas en un emprendimiento para iniciar empresa, promocionar servicios o productos, mejorar posición o expandir sacar ventaja de los recursos externos, obtener asesoramiento, obtener financiamiento, subir ventas, etc. (Jarillo, 1989). Por otro lado, el estudio se fundamenta en Supuestos axiológicos por ser la axiología la naturaleza del valor y que pone en cuestión los valores del ser, sobre qué estados humanos deben ser valorados en todos los contextos sociales, que afectan a su florecimiento de alguna manera (Deroncele-Acosta, 2020). Finalmente, en Supuestos metodológicos: por ser un sistema de principios y formas generales de organizar y estructurar la actividad teórica y práctica de la investigación con una metodología de acuerdo con el objetivo planteado que seguirá un sistema de reglas y normas socialmente aprobadas de la actividad intelectual y práctica (Hincapié, 2017).

En cuanto al marco conceptual se menciona que el emprendimiento está claro que el emprendimiento y su continuidad en el tiempo hacen crecer la competencia, generar mejores autoempleos, innovar negocios y provocar una extensa diversificación productiva (Zamora, 2018). Actualmente, tecnología es atractiva para todo emprendedor y cliente debido a que ha modificado la forma de hacer negocios, ahorra tiempo, facilita el desarrollo de actividades, forjan satisfacción y bienestar, mejoran la atención de los clientes que disponen de las 24 horas del día las ofertas de los productos y servicios que les facilita

accesibilidad desde su hogar u oficina (González, 2017). En coherencia, Díez (2016) menciona que el emprendimiento genera empleo ayuda en el crecimiento económico, garantiza oportunidades de negocio con autoeficacia y actitud de emprendimiento.

Las dimensiones del estudio se tomaron de la investigación realizada por (Montufar, 2020). Primera, la Autoeficacia percibida referida a la convicción de poseer habilidades de organización para encausar acciones requeridas hacia el logro de resultados planificados siendo una guía orientada a las metas futuras que se tiene la convicción de llegar. En coherencia, Reyes-Santamaria & Hidalgo-Avila (2020) argumentó que la autoeficacia da paso a que el emprendedor adquiera una actitud positiva para innovar estrategias y asumir riesgos en la negociación.

Respecto al Riesgo, (Montufar, 2020) hace alusión a la tendencia de los emprendedores para admitir indiscutibles niveles de inseguridad en sus actividades que facilitarán la obtención de una meta que involucra excelentes beneficios contrastando posibles consecuencias negativas; debido a que cuando una persona emprendedora arriesgada aprovecha las oportunidades en contextos inciertos. Tercero, la Innovación, siendo un factor que consiente el desarrollo de nuevos servicios, productos y modelos de negocios en las instituciones está considerada como la actitud del emprendedor hacia la búsqueda de nuevas maneras de hacer las cosas, lo que le impulsa y mueve en las diferentes oportunidades para salir exitoso y lo motiva a seguir en el esfuerzo.

Finalmente, las actividades relacionadas con el emprendimiento que pueden estar influenciada por una imagen externa de otras personas que se consideran emprendedoras; esto, Así, guarda relación con la praxis respecto a lo que implica ser un emprendedor con un cierto grado de compromiso de un nuevo emprendimiento y ver otras alternativas atractivas según la intención de invertir tiempo y recursos para lograrlo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación es de tipo aplicada; según Concytec (2018) una investigación es aplicada cuando están dirigidas fundamentalmente hacia un objetivo práctico y específico empleando los conocimientos ya establecidos y esta es original; asimismo, lo menciona (Reyes, 2019).

Según Trujillo et al. (2019) es un estudio de enfoque cualitativo debido a la naturaleza de la investigación y de diseño fenomenológico-hermenéutico, respecto a la búsqueda de la verdad de los hechos en términos objetivos al analizar fenómenos sociales que conciernen a lo subjetivo del individuo construido y estructurado en su propio contexto social para así abordar el problema desde la fenomenología del enfoque cualitativo (Sánchez, 2019) en el cual se describen y se analizan las experiencias de los individuos participantes respecto a un fenómeno como eje principal (Salgado, 2007).

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización:

El estudio de la Categoría y subcategorías fue analizado tomando en cuenta en estudio de Montufar (2020) conforme se puede observar en el Anexo 1.

3.3. Escenario de estudio

El escenario del presente estudio es una Universidad Privada donde se ha observado que los estudiantes han desarrollado emprendimientos debido a la situación económica que atravesaban dada la pandemia que aún se sigue viviendo en nuestro país.

3.4. Participantes

Los participantes son dos estudiantes universitarios que cuentan con emprendimientos y fueron entrevistados con el objetivo de que narren sus experiencias vividas a fin de analizarlas haciendo una discusión de resultados que conllevará a conclusiones y recomendaciones.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica a utilizada fue la entrevista; una técnica está referida a la institución de las reglas y procesos que admiten la relación con sujeto del estudio (H. Sánchez et al., 2018). Es el medio usado como instrumento para proceder a recoger datos de investigación fue una Guía de entrevista semi estructurada (Hernández et al., 2014).

3.6. Procedimientos

Para la obtención de la información, se aplicó la entrevista, previo consentimiento del participante, mediante una sesión de Zoom y se grabó con dictado de voz; luego los datos serán organizados y analizados de acuerdo con los objetivos establecidos

3.7. Rigor científico

Con el fin de precisar la información los resultados descubiertos fueron sometidos a los criterios de rigor científico propuestos por Erazo (2011). El Valor de verdad, relacionado a la credibilidad significa la evaluación de la investigación y sus condiciones para considerarse creíble, siendo esta considerada en todo el proceso de la investigación; la aplicabilidad, dado los resultados de otros contextos o fenómenos estudiados, los resultados no son transferibles en cualquier estudio, solo forman parte de referencias para herramientas y etapas de investigación en otros contextos; la Consistencia, que es la coherencia forma parte solidad en la que el instrumento debe generar resultados compactos para que estos sean muy significativos; y la Neutralidad, aquella objetividad en la existencia de la información obtenida de las herramientas aplicadas, sin ninguna manipulación personal.

3.8. Aspectos éticos

El estudio está sustentado en los principios éticos del Código de Ética en la Universidad (RCU N^o0340-2021/UCV, 2021); asimismo, se solicitará autorización y consentimiento informado a los directivos participantes asumiendo el

compromiso de guardar la confidencialidad de la información. Se respeta la autoría de los autores agregando las citas y referencias correspondientes según las normas APA (Moreno & Carrillo, 2019).

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El estudio fue orientado a conocer y analizar las experiencias en emprendimiento digital realizado por estudiantes universitarios y mediante la aplicación de la Guía de entrevista semiestructurada a dos estudiantes, se analizaron las respuestas y cuyos resultados presentamos siguiendo el orden de las subcategorías establecidas y los objetivos de estudio.

Subcategoría 1: Tendencia a las actividades emprendedoras

En esta subcategoría se planteó como objetivo: Describir las tendencias a las actividades emprendedoras aplicadas en el emprendimiento digital. En tal sentido, la participante 1 menciona que el contexto de la pandemia que conllevó a problemas económicos familiares por la falta de oportunidades laborales hizo que desarrollara su emprendimiento como oportunidad de negocio; para ello, se apoyó en capacitaciones virtuales y videos sobre negocio en línea que sumado a las capacidades de dirección y liderazgo son importantes para el inicio de un emprendimiento debido a que siempre existen dificultades tal fue su caso a la hora de comprar materia prima más que todo porque en este contexto de pandemia las tiendas estaban cerradas o también había precios más elevados.

El participante 2, expresó que ante la pandemia ya nadie podía hacer compras, entonces se dio la oportunidad para nosotros de vender los productos del emprendimiento por redes sociales y así poder llegar a la casa del cliente; para lo cual se capacitó mediante cursos para vender por Facebook, para vender por Instagram, publicitar sus productos y estar comprometido al cien para que funcione con una buena dirección, planificación de los objetivos de la empresa que es súper importante. Respecto a la tendencia de un espíritu emprendedor se caracteriza principalmente por la actitud permanente que motiva a generar

resultados de la actividad que se desarrolla principalmente de los jóvenes universitarios (Lozano et al., 2019).

Finalmente, se puede observar que ambos participantes coinciden en que invirtieron mucho tiempo al inicio de su emprendimiento; asimismo, que se apoyaron capacitaciones virtuales para sus ventas incluso en capacidades de dirección y que la pandemia fue una oportunidad para su emprendimiento.

El análisis de los resultados en esta subcategoría demuestran que los estudiantes universitarios desarrollaron actividades emprendedoras con alto nivel en sus competencias en concordancia con el estudio realizado por (Deza-Loyaga et al., 2021). Asimismo, el emprendimiento por las redes sociales tienen una eficacia muy significativa durante la pandemia COVID-19 en especial para los pequeños emprendimientos conforme lo asevera (Cahuana et al., 2020).

Subcategoría 2: Percepción de ineficacia

El objetivo planteado en esta subcategoría fue: Describir la percepción de ineficacia aplicada en el emprendimiento digital. Al respecto, la primera participante manifestó que por trabajar desde casa tuvo tendencia a procrastinar en ocasiones por distracción de las redes sociales que hicieron que se deje de hacer tareas por hacer otras cosas. En tal sentido, Montiel et al., (2021) menciono que tres jóvenes emprendedores muy resilientes a tomar oportunidades dentro de una crisis y dejar de procrastinar. Por su parte, el participante 2 mencionó que le invadió el temor de ineficacia en muchas oportunidades debido al riesgo que conlleva todo negocio cuando se está iniciando; sin embargo, procuro siempre no dejar de hacer tareas correspondientes a su emprendimiento. En cuanto a las ventajas y desventajas para desarrollar su emprendimiento digital; la participante

1 tiene como ventaja el hecho de proceder inmediatamente sin un consenso y no depender de terceras personas para tomar decisiones; pero, esto a su vez se convierte en desventaja por necesitar opiniones para contrarrestar puntos de vista; en contraste, el participante 2 tiene como principal ventaja el contar con su socio aliado para el éxito de su emprendimiento y entre ambos toman las decisiones. En consecuencia, el impacto de la revolución tecnológica respecto al mercado laboral conlleva a que las personas innoven sus capacidades digitales

para mantener un empleo tecnológico con tareas de rutina útiles para su desempeño (CEPAL, 2020).

Sobre la percepción de ineficacia, ambos participantes manifestaron haber sentido temor para emprender digitalmente debido al riesgo de fracaso; además, el hecho de tomar decisiones rápidas también los riesgos que asumen; por un lado, el participante 1 no depende terceras personas para tomar decisiones a diferencia del participante 2 que cuenta con un socio y entre ambos toman las decisiones.

Subcategoría 3: Aversión al riesgo

En esta subcategoría se planteó como Objetivo: Describir la aversión al riesgo requerido en el emprendimiento digital. Sobre el tema, la participante 1 mencionó que le preocupa las situaciones de riesgo en su emprendimiento digital por el hecho de poder equivocarse al tomar una mala decisión debido a que se pone en riesgo un capital al invertir en la adquisición de productos con cercana fecha de vencimiento, por ejemplo; por ello, debe tomar rápidas medidas de solución apoyándose en consulta a los asesores vía internet. Las situaciones preocupantes para el participante 2 también es tomar una mala decisión que pueda conllevar a la quiebra su emprendimiento y poner en riesgo su capital invertido y por ello busca alternativas de solución considerando otro plan para enfrentar situaciones de riesgo que se presente en su emprendimiento digital. Al respecto, Terán-Yépez & Guerrero-Mora, (2020) mencionaron que todo emprendedor debe ser capaz de lidiar con las dificultades e incertidumbres que implica; además, tener imaginación, optimismo, contar con información relevante y poseer capacidades de liderazgo.

Los participantes mencionaron que tienen como principal preocupación tomar una mala decisión y que afecte su emprendimiento; frente a ello, el participante uno se apoya en la búsqueda de información en redes sociales y el segundo busca alternativas de solución junto a su socio. Es preciso mencionar a Sandoval et al., (2020) cuyo estudio en jóvenes universitarios derivó a que no poseen capacidades de emprendimiento por consiguiente existe una gran necesidad de

formarlos con estrategias para potenciar sus habilidades emprendedoras y no ser propensos al riesgo.

Subcategoría 4: Propensión al riesgo

El objetivo planteado en esta subcategoría fue: Describir la propensión al riesgo requerida en el emprendimiento digital; al respecto, para la participante 1 el riesgo que implica emprender un negocio sí es parte de una motivación a pesar de que se corre un riesgo en ello; además, ya con la experiencia se puede aventurar a nuevos proyectos de emprendimiento a pesar de que puede presentarse inseguridades de posible fracaso; sin embargo, precisa que todo emprender debe estar en constante cambio y adecuación de la tecnología que apoyan a la publicidad de los productos y servicios que se ofrecen. En coherencia, Guzmán- Pérez et al., (2020) señalaron que es importante que los emprendedores minimicen los riesgos asociados a su negocio con apoyo de expertos. Para el participante 2, también es motivante el correr riesgo debido a que está presente la rentabilidad que implica la inversión en el emprendimiento y también aventurarse en nuevas propuestas de negocio como oportunidad de crecer y adaptarse al cambio constante de una generación digitalizada donde la tecnología tiene tendencia a cambio constante. En tal sentido, Borrayo et al., (2019) mencionaron que emprender conlleva a implicaciones e incertidumbres desde la inversión de dinero, tiempo y esfuerzo con visión a futuro para recoger lo invertido donde no hay garantía de buenos resultados, incluso se presentan dificultades que deben ser superadas.

Comparativamente, los participantes consideran motivante el hecho de correr riesgo en aventurarse en un emprendimiento digital y aun así siguen adelante en su proyecto que les genera satisfacción debido a: “El que no lo intenta no gana” como manifestó el primer participante; además, deben estar en constante cambio en vanguardia con la tecnología. Al respecto, Araya-Pizarro, (2021) mencionó que se aumenta la intención emprendedora cuando se perciben resultados en la utilidad de formarse como emprendedor y ser capaces de tener éxito; por ello, es importante la actitud optimista y de autoconfianza.

Subcategoría 5. Tendencia al cambio

En esta subcategoría se planteó como Objetivo: Describir las tendencias al cambio requeridas en el emprendimiento digital; se puede mencionar que la participante 1 explica que ante un posible problema busca diversas formas de solución para superarlos; además, que a futuro es pensar en los nuevos cambios con ideas y personas innovadoras para abrirse a otras propuestas de emprendimiento aprovechando la tecnología. En ese sentido, para el participante 2 la resolución de un problema lo enfrenta con la búsqueda de varias alternativas a manera de hacer las cosas diferentes para resultados diferentes siempre con el asesoramiento de su socio que es una persona abierta al cambio e innovadora que plantea nuevas ideas con miras al futuro como es implementar la tecnología acorde a los países desarrollados en ventas por redes sociales. Al respecto, Carbajal et al., (2021) concluyó que las redes sociales tienen gran impacto en los emprendimientos digitales con reacciones favorables del público consumidor. Asimismo, se constituyó como un trabajo en plataformas frente al aislamiento social provocado por la pandemia COVID-19 (Moldes, 2021).

Comparativamente, ambos participantes coinciden en deben buscar alternativas de solución ante el surgimiento de un problema de tal manera que deben superarlo con actitud emprendedora; también, es importante el trabajo de cambio con personas abiertas al cambio constante que incurre la virtualidad.

Finalmente, en lo que corresponde a las perspectivas de futuro, el participante 1 menciona que desea importar materia prima innovadora; para el participante dos, a futuro desea que se maneje dinero digital como forma de pago. Por otro lado, las fortalezas encontradas en su emprendimiento digital es justamente el uso de las redes sociales gratuitas como un aliado para promocionar y vender sus productos. Entre las dificultades encontradas; primero, que la virtualidad no permite verificar la calidad del producto; segundo, que las personas aún tienen dudas de comprar por internet y temen ser estafados.

V. CONCLUSIONES

Primera: Las tendencias a las actividades emprendedoras aplicadas para el desarrollo del emprendimiento digital fueron básicamente la capacitación virtual y ofrecer sus productos por las redes sociales como Facebook e Instagram. Es importante mencionar que un emprendedor universitario tiene conocimientos previos y asume riesgos que implica emprender un negocio en tiempos difíciles y cambiante respecto a la tecnología.

Segunda: La percepción de ineficacia ante el emprendimiento digital está presente por los riesgos que se presentan al dejar de hacer tareas en favor del emprendimiento; sin embargo, el tomar decisiones asertivas ayuda a superar este aspecto de ineficacia.

Tercera: La aversión al riesgo requerido en el emprendimiento digital está presente siempre; primero, que es un riesgo la inversión de capital es una situación de riesgo que deben enfrentar tomando acertadas decisiones.

Cuarta: La propensión al riesgo es una constante en el emprendimiento digital ante los cambios que presenta la virtualidad y constituye una motivación para intentar nuevos proyectos de emprendimiento a pesar de los riesgos que pueden presentarse.

Quinta: Las tendencias al cambio requeridas en el emprendimiento digital están básicamente en buscar soluciones a los problemas que se presentan y poseer una actitud de persona innovadora y abierta al cambio constante de la tecnología.

VI. RECOMENDACIONES

Primera: Vista los resultados encontrados con dos participantes, se recomienda que se realice una investigación entrevistando a más universitarios de dos universidades para hacer un estudio comparativo.

Segunda: Recomendar a las autoridades universitarios que el emprendimiento sea una experiencia curricular con más horas y créditos entre la formación general para fomentar jóvenes profesionales con visión emprendedora a fin de que formen su autoempleo como respuesta pertinente a la problemática social.

Tercera: Es de vital importancia que se capacite al estudiante con herramientas modernas sobre riesgos reales y actualizados a la época ante un emprendimiento moderno como el digital, especialmente para mejorar la toma de decisiones.

Cuarta: Es importante que se desarrolle un estudio cuantitativo a nivel de los estudiantes de diversas carreras profesionales considerando la actitud emprendedora, cultura innovadora, resiliencia al riesgo y tolerancia al estrés que implica un emprendimiento digital.

Quinta: Se tendría que insertar en la malla curricular la cultura al cambio constante de la tecnología, para que el estudiante pueda adaptarse a problemas reales que se evidencian en su día a día de su emprendimiento digital.

REFERENCIAS

- Alarcos, T. M. (2021). *El emprendimiento digital femenino en España: Situación y prospección Mujeres, tecnología y sociedad digital* (p. 86). https://www.igualdadenlaempresa.es/actualidad/endestacado/docs/El_emprendimiento_digital_femenino_Situacion_y_prospeccion.pdf
- Araya-Pizarro, S. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento: impulsores clave de la intención emprendedora. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 12(2), 63–81. <https://doi.org/10.18861/cied.2021.12.2.3091>
- ASELA. (2018). Brechas para el Emprendimiento en la Alianza del Pacífico. In *Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico*. <https://asep.pe/wp-content/uploads/2019/01/Brechas-para-el-Emprendimiento-en-la-Alianza-del-Pacífico-2018-ene.pdf>
- Borrayo, C. L., Valdez, A., & Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, XXV(3), 72–87. <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/html/>
- Cahuana, K. Y., Marcos, A. V., & Mendoza, A. L. (2020). *Las redes sociales como vehículo de ventas en el marco de la pandemia COVID-19 y su eficacia en los pequeños emprendimientos de la ciudad de Chincha, año 2020* [Universidad Autónoma de Ica, Perú]. <http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/autonomadeica/785>
- CAPECE. (2021). Impacto del COVID - 19 en el comercio electrónico en Perú y perspectivas al 2021. In *Reporte oficial de la industria del ecommerce en Perú 2020* (p. 100). CAPECE. <https://www.capecce.org.pe/wp-content/uploads/2021/03/Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021.pdf>
- Carbajal, V., Nogueira, D., Lemoine, F. Á., & Mielles, V. P. (2021). Emprendimientos frente al COVID-19: Impactos, reacciones y redes de apoyo personal y digital. *Uleam. Bahía Magazine*, 2(3), 1–13. https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine
- CEPAL. (2020). *Educación, juventud y trabajo. Habilidades y competencias necesarias en un contexto cambiante* (p. 115). https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46066/4/S2000522_es.pdf
- CIPPEC. (2020). *Emprendimientos digitales. Una experiencia de acompañamiento en ciudades argentinas* (pp. 1–88). Programa de Ciudades de CIPPEC. <https://www.cippec.org/publicacion/emprendimientos-digitales-una-experiencia-de-acompanamiento-en-ciudades-argentinas/>
- Concytec. (2018). Reglamento De Calificación, Clasificación Y Registro De Los Investigadores Del Sistema Nacional De Ciencia, Tecnología E Innovación Tecnológica - Reglamento Renacyt. In *Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica* (p. 12). https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_fi

nal.pdf

- Datum. (2020). *Emprendedores en contexto COVID-19* (pp. 1–16). Datum Internacional.
[https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Emprendedores en contexto COVID-19_201216071732.pdf](https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Emprendedores_en_contexto_COVID-19_201216071732.pdf)
- Deroncelle-Acosta, C. A. (2020). Paradigmas de investigación científica. Abordaje desde la competencia epistémica del investigador. *Arrancada*, 20(37), 1–15.
<https://revistarrancada.cujae.edu.cu/index.php/arrancada/article/view/331>
- Deza-Loyaga, W. F., Aparicio-Ballena, J. A., Pérez-Arboleda, P. A., & Hidalgo-Lama, J. A. (2021). Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios en Perú: metodología para su desarrollo. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1172–1188. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.11>
- Erazo, M. S. (2011). Rigor científico en las prácticas de investigación cualitativa. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, XXII(42), 107–136.
<https://www.redalyc.org/pdf/145/14518444004.pdf>
- García, B. (2021). Emprendimiento universitario. Aspectos generales. *ResearchGate. Universidad Técnica de Manabí, July*.
https://www.researchgate.net/profile/Bryan-Garcia-26/publication/353598567_UNIVERSIDAD_TECNICA_DE_MANABI/links/6104d3e71ca20f6f86ed00fd/UNIVERSIDAD-TECNICA-DE-MANABI.pdf
- González, M. (2017). Emprendimiento digital. In *Areandina, Fundación Universitaria del Área Andina*. Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. <https://doi.org/10.33132/9789585459885>
- Guzmán-Pérez, D.-S., Torres-Flórez, D., & Hernández-Gracia, T. J. (2020). *Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: caso Pachuca, México*. 113–143.
http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica6_1/9GUZMAN_TORRES_HERNANDEZ.pdf
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (McGrawHill Education/Interamericana Editores SA DE C.V. (ed.); Sexta edic).
- Hincapié, J. P. (2017). Elementos ontológicos y metodológicos para la construcción de un Marco Teórico De Estudio De Los Activos Intangibles. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(45), 86–109.
<https://doi.org/https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-45.eoem>
- Huapaya, C. B. (2020). *Estudio de caso de las estrategias de publicidad digital de los emprendimientos de respostería saludable “Fit Cake” en el contexto COVID-19* [Universidad Científica del Sur, Perú].
<https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/1671>
- Jarillo, J. C. (1989). Entrepreneurship and growth: the strategic use of external

- resources. *Journal of Business Venturing*, 4(2), 133–147. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(89\)90027-X](https://doi.org/10.1016/0883-9026(89)90027-X)
- Lozano Chaguay, L., Caicedo Sánchez, F., Fernández Bayas, T., & Espinoza García, M. (2019). Tendencia de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento e innovación social. *Journal of Science and Research*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3598484%0AAUTORES>:
- Moldes, R. (2021). Pandemia Covid-19 y nuevo contrato social: la regulación del teletrabajo como nexo entre la transición digital y la transformación en el significado del trabajo. *Revista Internacional y Comparada de RELACIONES LABORALES Y DERECHO DEL EMPLEO*, 9(1), 325–350. http://ejcls.adapt.it/index.php/rlde_adapt/article/view/955
- Montiel, O. J., Flores, A., Avila, E., & Sierra, S. J. (2021). “Tengo que sobrevivir”: Relato de vida de tres jóvenes microemprendedores bajo COVID-19. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 23(1), 67–84. <https://doi.org/10.36390/telos231.06>
- Montufar, A. R. (2020). Diseño y validación de una escala para medir las actitudes hacia el emprendimiento. *Revista de Psicología y Ciencias Del Comportamiento de La Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 11(2), 132–146. <https://doi.org/10.29059/rpcc.20201215-121>
- Moreno, D. y, & Carrillo, J. (2019). Normas APA 7.a edición. Guía de citación y referenciación. *Esta Es Una Publicación de La Coordinación Editorial de La Universidad Central, Basada En La Reciente Publicación de La Séptima Edición Del Publication Manual of the American Psychological Association*, 25. <https://doi.org/10.1037/0000165-000>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. In E. de la U (Ed.), *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Nicolás, C., & Rubio, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53–66. <https://doi.org/10.26784/sbir.v4i2.279>
- ONU. (2015). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe. In *Publicación de las Naciones Unidas/Cepal* (p. 93). <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Portillo, T. F., & Marin, A. M. (2020). Emprendimiento y Mipymes en época de emergencia sanitaria. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (pp. 1–13). Universidad Católica de Colombia, Bogotá D.C. <https://n9.cl/jzvo>
- RCU N° 0340-2021/UCV, U. (2021). *Resolución De Consejo Universitario N° 0126-2017/Ucv* (pp. 1–16). Universidad César Vallejo. <https://www.ucv.edu.pe/datafiles/CÓDIGO DE ÉTICA.pdf>
- RED GEM ESPAÑA. (2020). *Situación del Emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19. Análisis y recomendaciones* (pp. 1–27). Observatorio del Emprendimiento de España. <https://www.gem-spain.com/wp->

content/uploads/2020/05/InformeGEM-COVID-19-2020.pdf

- Reyes-Santamaria, J. R., & Hidalgo-Avila, A. A. (2020). Actitud emprendedora desde una perspectiva digital. *593 Digital Publisher CEIT*, 5–1(5), 90–106. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.326>
- Reyes, C. E. G. (2019). (2019). Estrategia metodológica para elaborar el estado del arte como un producto de investigación educativa. *Medisan*, 23(3), 1–14. <https://doi.org/10.19137/praxiseducativa-2019-230307>
- Salgado, A. C. (2007). Investigación Cualitativa: Diseños, Evaluación Del Rigor Metodológico Y Retos. *Liberabit*, 13, 71–78. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009
- Sánchez, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 13(1), 102–122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. In *Universidad Ricardo Palma Vicerrectorado de Investigación*. <http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1480/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sandoval Caraveo, M. del C., Surdez Pérez, E. G., & Pérez Sandoval, A. G. (2020). Nivel de la capacidad para el emprendimiento en estudiantes de ingeniería y arquitectura de una universidad pública del sureste de México. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 11(21). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.757>
- Sumba-Bustamante, R. Y., Almendariz-Gonzalez, S. M., Baque-Chancay, C. L., & Aliatis-Bravo, V. G. (2020). Emprendimientos en tiempo de covid-19: De lo tradicional al comercio electrónico. *P&CAIP Capacitación. Investigación Publicación*, 5(4), 137–164. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.300>
- Terán-Yépez, E. F., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(07), 7. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Trujillo, C., Naranjo, M., Lomas, K., & Merlo, M. (2019). *Investigación Cualitativa - Epistemología, Consentimiento Informado, Entrevistas en Profundidad*.
- Vallmitjana, N. (2014). La Actividad Emprendedora De Los Graduados IQS [Universitat Ramon Llull, Barcelona]. In *Universitat Ramon Llull*. <https://www.tesisenred.net/handle/10803/145034>
- Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(07), 1–12. <https://w.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

ANEXO 1: MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

TITULO: Emprendimiento digital durante la pandemia COVID-19 de estudiantes de una universidad privada 2020 - 2021

Ámbito temático	Problema de investigación	Pregunta de investigación	Objetivo general	Objetivos específicos	Subcategoría	Indicadores
Emprendimiento digital	El emprendimiento digital resultó un acelerante para transitar a la transformación empresarial y laboral de manera digital mediante un plan de negocio.	¿Cuáles han sido las experiencias en emprendimiento digital realizado por estudiantes universitarios?	Analizar el emprendimiento digital desde la experiencia de los estudiantes universitarios	Describir las tendencias a las actividades emprendedoras aplicadas en el emprendimiento digital	Tendencias a las actividades emprendedoras	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo invertido en emprendiendo - Proyectos de emprendimiento - Capacitaciones - Capacidad de dirección - Oportunidades de negocio
				Describir la percepción de ineficacia aplicada en el emprendimiento digital	Percepción de ineficacia	<ul style="list-style-type: none"> - Tendencia a procrastinar - Incapacidad para tomar decisiones - Dependencia para emprender
				Describir la aversión al riesgo requerido en el emprendimiento digital	Aversión al riesgo	<ul style="list-style-type: none"> - Tendencia a la preocupación - Evadir situaciones de riesgo - Incapacidad para tomar riesgos
				Describir la propensión al riesgo requerida en el emprendimiento digital	Propensión al riesgo	<ul style="list-style-type: none"> - Asumir riesgos - Motivación a nuevos proyectos - Apertura a nuevas experiencias
				Describir las tendencias al cambio requeridas en el emprendimiento digital	Tendencias al cambio	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación y cambio - Nuevas formas de resolver problemas - Trabajar con personas innovadoras - Emprendimiento como opción

Nota: Adaptado de Montufar, A. R. (2020)

ANEXO 2: Guía de entrevista semiestructurada

Emprendimiento digital durante la pandemia COVID-19 de estudiantes de una universidad privada 2020 - 2021

Tipo de estudio	: Aplicada
Enfoque	: Cualitativo
Diseño de estudio	: Estudio hermenéutico fenomenológico
Técnica	: Entrevista en profundidad
Instrumento	: Guía de entrevista semiestructurada
Participantes	: Estudiantes universitarios
Modalidad	: Plataforma zoom
Responsable	: Christian Martin Vilcachagua Padilla

Subcategoría	Preguntas
I: Tendencias a las actividades emprendedoras - Tiempo invertido en emprendiendo - Capacitaciones en Proyectos de emprendimiento - Capacidad de dirección - Oportunidades de negocio	1. En el actual contexto de pandemia, ¿cuáles con las dificultades al inicio de su emprendimiento respecto al tiempo invertido? 2. ¿Su tendencia a desarrollar el emprendimiento fue apoyado en capacitaciones recibidas cómo explicaría dicha tendencia? 3. ¿Considera que son importantes las capacidades de dirección en un emprendimiento y por qué? 4. ¿Qué lo hizo desarrollar su emprendimiento como oportunidad de negocio?
II: Percepción de ineficacia - Tendencia a procrastinar - Incapacidad para tomar decisiones - Dependencia para emprender	5. ¿Considera que siente o ha sentido el temor a dejar de hacer tareas y no intentarlas para hacer otras? 6. ¿Podría explicarnos las ventajas y desventajas de tomar decisiones para el desarrollo de su emprendimiento? 7. ¿Depende de terceras personas para tomar decisiones en su proyecto de emprendimiento?
III: Aversión al riesgo - Tendencia a la preocupación - Evadir situaciones de riesgo - Incapacidad para tomar riesgos	8. ¿Qué situaciones de riesgo le preocupan en su emprendimiento respecto a la toma de decisiones? 9. ¿Cómo enfrenta las situaciones de riesgo que se presentan en su emprendimiento? 10. ¿Considera que poner en riesgo un capital para un emprendimiento, es una probabilidad que se corre? ¿Por qué?
IV. Propensión al riesgo - Asumir riesgos - Motivación a nuevos proyectos - Apertura a nuevas experiencias	11. ¿El riesgo que implica emprender un negocio es parte de su motivación para intentarlo? ¿Por qué? 12. ¿Le agrada aventurarse en nuevos proyectos de emprendimiento muy a pesar del factor fracaso? ¿Por qué? 13. ¿Qué opinión le merece el estar en constante cambio en el emprendimiento a pesar de los riesgos que incurre?
V. Tendencias al cambio - Innovación y cambio a nuevas formas de resolver problemas - Trabajar con personas innovadoras	14. ¿Podría explicarnos cómo hace las cosas de diferente modo cada vez que le es posible hacerlo en la resolución de un problema? 15. ¿Qué opina de poder desarrollar su emprendimiento con personas innovadoras abiertas al cambio?
Perspectivas del futuro Aplicación de mejoras para el futuro	16. En su posición de emprendedor, ¿A futuro, ¿cuál sería su propuesta como perspectivas de cambio? 17. ¿Cuáles serían las fortalezas y dificultades en un emprendimiento digital?

ANEXO 3: ENTREVISTA A PARTICIPANTES

SUBCATEGORÍA	PREGUNTA	PARTICIPANTE 1	PARTICIPANTE 2	Convergencias y divergencias entre participantes (comparativo)	CONCLUSION
Tendencias a las actividades emprendedoras	¿En actual contexto de la pandemia cuáles son las dificultades al inicio de su emprendimiento respecto al tiempo invertido?	El principal problema que hemos tenido a la hora de comenzar este proyecto ha sido a la hora de comprar materia prima más que todo porque en este contexto de pandemia las tiendas estaban cerradas o también había precios más elevados.	Respecto al tiempo invertido bueno con él con respecto al tiempo invertido y la dificultad que se tiene que enfocar del cien por cien y bueno la pandemia nos permitió estar todo el tiempo en casa y enfocarnos y como que se toma bastante tiempo porque para que funcione tienes que estar comprometido al cien para que funcione.	Ambos participantes coinciden en que invirtieron mucho tiempo al inicio de su emprendimiento; asimismo, que se apoyaron capacitaciones virtuales para sus ventas incluso en capacidades de dirección y que la pandemia fue una oportunidad para su emprendimiento.	Las tendencias a las actividades emprendedoras aplicadas para el desarrollo del emprendimiento digital fueron básicamente la capacitación virtual y ofrecer sus productos por las redes sociales como Facebook e Instagram
	¿Su tendencia a desarrollar el emprendimiento fue apoyado en capacitaciones recibidas cómo explicaría dicha tendencia?	Ya básicamente como estamos en plena pandemia no puede haber clases presenciales de uso de máquinas que utilizamos lo que nos ha ayudado ha sido capacitaciones virtuales que hemos recibido por medio de videos clases virtuales que hemos encontrado en la web básicamente esas capacitaciones.	Obviamente por la pandemia se vendían todo por la computadora digital particularmente, me capacité mediante cursos para vender por Facebook, para vender por Instagram, como publicitar mi marca como publicitar mis productos sí de todas maneras es necesario porque esto es algo nuevo para nosotros		
	¿Considera que son importantes las capacidades de dirección en un emprendimiento ¿Por qué?	Yo creo que la capacidad de ser una empresa es tener capacidad de dirección de la empresa yo creo que es importante ya que una empresa necesita liderazgo para saber a qué dirección se va o qué quieres tomar entonces si es necesario es	En toda empresa cuando se entra a un negocio en la planificación eso implica llevar a cabo o sea que yo tenga que haya una buena dirección implica que llevemos a cabo todo el proceso de la planificación de los objetivos de la empresa entonces sí me parece que es		

		importante la capacidad de dirección.	súper importante y me parece que debemos saberlo muy bien.		
	¿Que lo hizo desarrollar su emprendimiento como oportunidad de negocio?	Básicamente por el contexto de la pandemia como ya he dicho antes la falta de oportunidades laborales los problemas económicos que surgido en el país y en la familia básicamente.	Bueno la oportunidad que vi es que bajo la pandemia ya nadie podía hacer compras, entonces se dio la oportunidad de poder nosotros vender por redes sociales, de poder llegar a la casa del cliente y es como que un boom es mejor porque nadie sale en su casa, te lo llevan a tu casa tu producto con el protocolo de seguridad pagas por transferencia o efectivo pero es una oportunidad porque ya puede llegar a más personas porque puedes presentar tus productos en redes sociales yo lo vi como una oportunidad de negocio.		
Percepción de ineficacia	¿Considera que siente o ha sentido el temor a dejar de hacer tareas y no intentarlas por hacer otras cosas?	Claro porque cómo trabajamos en casa ahora todo se hace desde casa creo que el hábito de procrastinar se da este con esta tecnología porque tenemos toda la mano tenemos el celular la computadora el televisor y creo que es demasiado fácil distraerse en unos segundos entonces sí creo que ha sido un temor que he intentado evitar.	Claro sí he sentido mucho temor, en muchas oportunidades, pero es como que esa cosa por no dejar de hacer otras cosas para hacer las cosas que realmente tú crees que te van a llevar a la que tú quieras obviamente siento mucho temor y más que todo tenía que arriesgar porque siempre todo negocio hay un riesgo y el riesgo que genera rentabilidad.	Ambos participantes manifestaron haber sentido temor para emprender digitalmente debido al riesgo de fracaso; además, el hecho de tomar decisiones rápidas también los riesgos que asumen; por un lado, el participante 1 no depende terceras personas para tomar decisiones a diferencia del participante 2 que cuenta con un socio y entre ambos toman las decisiones.	La percepción de ineficacia ante el emprendimiento digital está presente por los riesgos que se presentan al dejar de hacer tareas en favor del emprendimiento; sin embargo, el tomar decisiones asertivas ayuda a superar este aspecto de ineficacia.
	¿Podría explicar las ventajas y desventajas para el desarrollo de su	A ver, la principal ventaja que tengo es cómo hacer estoy ahorita yo se toma de manera rápida no	Sí en realidad en las decisiones que tomamos siempre creo que todo el tiempo el ser		

	<p>emprendimiento?</p> <p>¿Depende de terceras personas para tomar decisiones en su proyecto de emprendimiento?</p>	<p>necesito un consenso para entre varias personas entonces se toma de manera inmediata, pero creo que de ahí también viene su principal desventaja que es que no tengo otras opiniones para contrarrestar la mía u otro punto de vista creo que es la desventaja que tengo.</p> <p>En este caso no dependo de terceras personas puedo a veces en casos puedo preguntar a familiares o consultar en otros lados, pero al final la decisión depende de mí.</p>	<p>humano toma decisiones, pero qué pasa cuando tomas una mala decisión en tu emprendimiento entonces puedes perderlo todo como puede que tomes una buena decisión y te lleve al éxito, entonces siempre hay un temor en qué puedo hacer para que esto funcione entonces tomar una decisión y bueno seguir tu instinto y ganas de salir adelante.</p> <p>Bueno en realidad depende de mi socio y yo, estoy con una persona en el emprendimiento no soy única entonces los dos somos los que tomamos las decisiones.</p>		
<p>Aversión al riesgo</p>	<p>¿Qué situaciones de riesgo le preocupan en su emprendimiento respecto a la toma de decisiones?</p>	<p>Claro, lo que más me preocupa es al final no tener este soporte o alguien que me dé una opinión que sea diferente a la mía entonces es como que solo tengo mi opinión y no tengo algo más no tengo más ideas y es como que me preocupa que hacer una opinión solo mía es terrada y no poder ver otros.</p>	<p>Me preocupa el tema de que tomé una mala decisión y eso podría llevar a que la empresa que vaya a la quiebra entonces este si me preocupa que tome la decisión sin embargo pongo en una balanza las situaciones y tengo que tomarla de todas maneras, sino no voy a seguir surgiendo.</p>	<p>Los participantes mencionaron que tienen como principal preocupación tomar una mala decisión y que afecte su emprendimiento; frente a ello, el participante uno se apoya en la búsqueda de información en redes sociales y el segundo busca alternativas de solución junto a su socio.</p>	<p>La aversión al riesgo requerido en emprendimie digital presente sie, primero, que es un riesgo la inversión de capital es una situación de riesgo que deben enfrentar tomando acertadas decisiones.</p>
	<p>¿Como enfrenta las situaciones de riesgo que se presentan en su emprendimiento?</p>	<p>Tomando medidas rápidas por ejemplo se manda un equipo y tengo que buscar soluciones ya sea en internet foros en redes sociales consulta de expertos</p>	<p>Bueno busco alternativas de solución, veo las fortalezas que tiene mi emprendimiento y si tengo algunos riesgos, veo las alternativas de solución, siempre</p>		

		<p>buscar información buscar ayuda en otros medios.</p>	<p>tenemos un plan B en todo caso para cualquier situación que se pueda presentar, creo que siempre las hay pero ahí estamos, siempre adelante, avanzando.</p>		
	<p>¿Considera que poner en riesgo un capital para un emprendimiento es una probabilidad que se corre? ¿Por qué?</p>	<p>Sí considero que sí, porque a ver claro que se pone en riesgo porque puedes comprar demás o comprar material que resulta estar en mal estado o al comprar alimentos que tienen fecha de vencimiento y no se venden al momento se malogran entonces si se pone en riesgo el capital. corres el riesgo de no recuperar, pero es un riesgo.</p>	<p>De hecho, que sí creo que, si tú vas a poner tu dinero y eso tiene que rendir frutos no, entonces es un riesgo que obviamente se va a correr, puede que pierdas tu capital como puede que tengas frutos entonces obviamente que sí, si corremos un riesgo invirtiendo dinero en una empresa.</p>		
<p>Propensión al riesgo</p>	<p>¿El riesgo que implica emprender un negocio es parte de su motivación para intentarlo? ¿Por qué?</p>	<p>Como sea una motivación lo que considero es que es como una motivación de evitar el riesgo una fortaleza poner plasmarle evitar los riesgos y eso sí considera que sea una motivación más no el riesgo.</p>	<p>El factor fracaso siempre está, pero para mí es una motivación porque yo sé que el riesgo siempre genera rentabilidad para una empresa y yo siempre he querido surgir, crecer entonces no me importa arriesgarme para poder generar mayor rentabilidad y así lograr mis objetivos y mis metas.</p>	<p>Los participantes consideran el hecho de correr riesgo en un emprendimiento digital y aun así siguen adelante en su proyecto que les genera satisfacción debido a: "El que no lo intenta no gana" como manifestó el primer participante; además, deben estar en constante cambio en vanguardia con la tecnología</p>	<p>La propensión al riesgo es una constante en el emprendimiento digital ante los cambios que presenta la virtualidad y constituye una motivación para intentar nuevos proyectos de emprendimiento a pesar de los riesgos que pueden presentarse.</p>
	<p>¿Le agrada aventurarse en nuevos proyectos de emprendimiento muy a pesar del factor fracaso? ¿Por qué?</p>	<p>Claro yo creo que como dices "El que no lo intenta no gana" entonces habría que intentar para saber si va a funcionar mi proyecto o no entonces sí me agrada aventurarme.</p>	<p>Creo que si, nadie se arriesgaría nadie podría lograr nada y obviamente que hay mucha gente que ha arriesgado y ha fracasado sin embargo seguido intentando hasta entonces lograr el éxito, obviamente</p>		

			que el fracaso está en nuestra mente, pero creo que si nadie tomaría la oportunidad de poder crecer, nadie sería exitoso.		
	¿Qué opinión le merece el estar en constante cambio en el emprendimiento a pesar de los riesgos que incurre?	A ver, yo creo que por las épocas de las que estamos viviendo ahora la época modernizada por redes sociales y todos los cambios van a ser constantes van a ser en cuestión de días cuál va a haber un nuevo estado que estén a la moda amerita estar en un cambio constante es un reto que como empresa tendríamos que tener siempre estar constante al cambio.	En la actualidad este el mundo ahora es muy cambiante, todo cambia, la misma gente que de un momento a otro pasamos una pandemia y nuestra vida cambió, giro 180 grados, entonces creo que tenemos que avanzar, es importante la adaptación creo que nuestra generación ya está como que más apta como para ejercer los cambios entonces lo veo algo normal, algo que es, algo que es la tendencia.		
Tendencias al cambio	¿Podría explicarnos cómo hace las cosas de diferente modo cada vez que le es posible hacerlo en resolución de un problema?	Ya a ver cómo le dije antes por ejemplo ha surgido un problema tengo que buscar nuevas formas de realizar por ejemplo se malogra algo tengo que buscar nuevas formas de reemplazar eso que no está bien para poder cambiar los problemas que puedan ir surgiendo, ir superando los problemas.	Claro creo que si quiero resolver un problema y no me sale por el plan A busco otra alternativa de solución y hay una frase que decía que si quieres cosas diferentes hay que hacer cosas diferentes, tomar diferentes caminos, entonces yo si algo no me sale bien también y busco alternativas de solución, busco asesorarme con personas, busco opiniones también, con eso puedo seguir.	Ambos participantes coinciden en deben buscar alternativas de solución ante el surgimiento de un problema de tal manera que deben superarlo con actitud emprendedora; también, es importante el trabajo de cambio con personas abiertas al cambio constante que incurre la virtualidad.	Las tendencias al cambio requeridas en el emprendimiento digital están básicamente en buscar soluciones a los problemas que se presentan y poseer una actitud de persona innovadora y abierta al cambio constante de la tecnología.
	¿Qué opina de poder desarrollar su	Yo creo que eso es pensando a futuro, por ejemplo, ahorita	A me encantaría tener cerca de mí personas que		

	<p>emprendimiento con personas innovadoras abiertas al cambio?</p>	<p>trabajo yo solo en este emprendimiento, pero para poder progresar siempre es bueno abrirse a nuevos cambios entonces si contar con el apoyo de personas que te den más ideas para progresar es una meta que se plantea.</p>	<p>siempre estén dispuestas al cambio sean innovadoras porque creo que ese es el futuro entonces me encantaría que todas las personas que trabajan conmigo, estén abiertas al cambio, sean innovadores, plateen nuevas ideas, todo con miras al futuro, creo que es lo de ahora.</p>		
<p>Perspectivas del futuro</p>	<p>¿En su posición de emprendedor, a futuro, ¿cuál sería su propuesta como perspectivas a cambio?</p>	<p>Por ejemplo, mi perspectiva cambio actual que tengo como empresa sería comenzar a importar la materia prima de no quedarme solo e las cosas que vendan por acá sino traer material nuevo e innovador que venga de otros lados importar material.</p>	<p>Bueno yo siempre tengo en mi mente una propuesta al cambio que he visto que en otros países, ya no usa mucho el efectivo para hacer compras, entonces yo en mi emprendimiento quería lanzar un descuento, promociones, con la opción de que los clientes siempre paguen a través de tarjetas, aplicativos como yape o plin, ahora todo lo hacen por el celular, algunos tienen con QR se puede pagar, entonces mi propuesta es eso, me gustaría que en el futuro él Perú solo maneje dinero en digital yo sé que es complicado porque somos un país que todavía está con miras a eso pero a mí me encantaría eso, por eso es que yo creo que eso es el futuro.</p>	<p>Respecto a las perspectivas de futuro, el participante 1 menciona que desea importar materia prima innovadora; para el participante dos, a futuro desea que se maneje dinero digital como forma de pago. Por otro lado, las fortalezas encontradas en su emprendimiento digital es justamente el uso de las redes sociales gratuitas como un aliado para promocionar y vender sus productos. Entre las dificultades encontradas; primero, que la virtualidad no permite verificar la calidad del producto; segundo, que las personas aun tienen dudas de comprar por internet y temen ser estafados</p>	
	<p>17. ¿Cuáles serían las fortalezas y dificultades en un emprendimiento</p>	<p>La fortaleza que veo con la digitalización que tenemos ahora ese día más que todo en el ámbito de</p>	<p>Fortalezas en el emprendimiento digital es que todos usan las redes, tik tok, Instagram,</p>		

	digital?	<p>la llegada que tiene tu producto puedes llegar a más partes del mundo, a más personas o redes sociales por pero al final una dificultad sería que es que no solo tú estás usando ese metro sino varias personas entonces como que surge más competencia más diferencia de precios y otra dificultad que otra dificultad que vería es que hacer todo digitalizado no puedes comparar el material por ejemplo tú puedes estar aquí buen material pero otro lo vende en un material más bajo ya bajo precio entonces eso no se puede ver digitalmente creo que esta es la principal dificultad que hay.</p>	<p>Facebook, y tú puedes consultar por ahí tú producto de manera gratuita, al menos en tik tok tú puedes publicitar y es gratis, en Instagram si quieres pagas publicidad para que sea más grande o que más gente lo vea, igual en Facebook, pero de igual manera pero ya está más accesible a nosotros que somos los emprendedores, entonces esa es la fortaleza y la debilidad de un emprendimiento digital es que la gente acá al menos en el Perú tiene mucho miedo a comprar por internet por el tema de estafa, de que no le llega el producto, o porque cuando compra un producto no le llega como esperaba.</p>	
--	----------	---	---	--