



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN
ADMINISTRACIÓN**

**Cultura de emprendimiento y emprendimiento digital en el
expendio de parrillas y pollerías en la ciudad de Trujillo, 2022**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Doctora en Administración**

AUTORA

Pino Vasquez, Miluska Zulema (orcid.org/0000-0002-2808-6921)

ASESOR

Dr. Grados Vasquez, Martin Manuel (orcid.org/0000-0002-8620-7859)

CO-ASESOR

Dr. Neciosup Obando, Jorge Eduardo (orcid.org/0000-0002-4605-5475)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gerencias Funcionales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2023

Dedicatoria

A mis padres Luis Pino y Flor Vásquez, por su apoyo incondicional en mi camino de superación académicamente.

A mi abuelita Zulema Mendoza, quién es mi guía. Agradezco sus consejos para seguir adelante con mis proyectos.

A mi hermana Perla Michelle, a quién le dedico esta tesis, para que sea de ejemplo en su vida universitaria. Y a mi hermano Luis, por ser partícipe de mi tesis con su experiencia como empresario.

Agradecimiento

Al Doctor César Acuña Peralta, porque hace posible nuestro crecimiento profesional al brindarnos formación de calidad

Al Doctor Martín Manuel Grados Vásquez, por impartir sus conocimientos y sabiduría, por su paciencia y tolerancia frente a nuestras inquietudes, por haberme dado todo de sí para lograr la realización de mi tesis.

Al profesor Juan Carlos Franco Montoya de la Universidad de Colombia por su participación en la revisión del instrumento aplicado, y por brindarme su experiencia en la realización de mi tesis.

A los empresarios del expendio Parrilladas y Pollerías, por permitirme hacer posible esta investigación y brindarme información requerida.

Miluska Zulema Pino Vásquez.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. MÉTODO.....	12
3.1 Tipo y Diseño de Investigación.....	12
3.2 Variables y operacionalización.....	12
3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5 Procedimientos.....	18
3.6 Método de análisis de datos.....	18
3.7 Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS.....	19
4.1 DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS.....	19
4.2 PRUEBA DE NORMALIDAD.....	24
4.3 CONTRASTACIONES DE HIPÓTESIS.....	25
V. DISCUSIÓN.....	36
IV. CONCLUSIONES:.....	45
V. RECOMENDACIONES:.....	47
VI. PROPUESTAS:.....	48
IX. REFERENCIAS:.....	53
ANEXOS:.....	59

Índice de Tablas

Tabla 1. Niveles de la cultura de emprendimiento.....	19
Tabla 2. Niveles de las dimensiones de la cultura de emprendimiento.....	19
Tabla 3. Niveles del emprendimiento digital.....	20
Tabla 4. Niveles de las dimensiones del emprendimiento digital.....	21
Tabla 5. Prueba de Normalidad de Kolmogorov Smirnov.....	22
Tabla 6. La cultura de emprendimiento y su relación con el emprendimiento digital.....	23
Tabla 7. La cultura de emprendimiento y su relación con la interacción social.....	24
Tabla 8. La cultura de emprendimiento y su relación con la motivación y la fuerza interior.....	25
Tabla 9. La cultura de emprendimiento y su relación con la mejora e innovación.....	26
Tabla 10. La cultura de emprendimiento y su relación con lo ético humanista.....	27
Tabla 11. La cultura de emprendimiento y su relación con lo simbólico humanista.....	28
Tabla 12. La cultura de emprendimiento y su relación con la tecnología.....	29
Tabla 13. La cultura de emprendimiento y su relación con la gestión.....	30

Resumen

El Objetivo general de esta investigación, es determinar la Cultura de Emprendimiento ante el Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022.

La investigación es de tipo descriptiva con diseño no experimental porque fue ejecutada sin manipulación libre de las variables y donde se tomaron u observaron los sucesos tal y como se dieron para resultar consecutivamente a su estudio y valoración.

Para esta investigación se consideró como muestra a 84 establecimientos de parrillas y 34 pollerías legalmente registrados, a quienes se aplicó el cuestionario; y la data se analizó a través del programa IBM-SPSS V4 25, utilizándose para la contrastación de Hipótesis alterna y nula de spearman. Se logró demostrar que el coeficiente de correlación de spearman es $R_{ho} = 0.861$ (existiendo una alta relación positiva) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), la cual quiere decir que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la interacción social del emprendimiento digital en el expendio de Parrilladas, Trujillo 2022.

Palabras clave: Cultura de emprendimiento, emprendimiento digital, TIC, emprendedor, redes sociales.

Abstract

The general objective of this research is to determine the Culture of Entrepreneurship before Digital Entrepreneurship in the store of Grills and Poultry in the city of Trujillo 2022.

The research is of a descriptive type with a non-experimental design because it was carried out without free manipulation of the variables and where the events were taken or observed as they occurred to result consecutively to their study and assessment.

For this investigation, 84 legally registered grill establishments and 34 poultry shops were considered as a sample, to whom the questionnaire was applied; and the data was analyzed through the IBM-SPSS V4 25 program, being used to test Spearman's alternate and null hypotheses.

It was possible to demonstrate that the Spearman correlation coefficient is $Rho = 0.861$ (existing a high positive relationship) with a significance level of less than 1% ($p < 0.01$), which means that the culture of entrepreneurship is related directly and highly significant with the social interaction of digital entrepreneurship in the store of Grills and Poultry, Trujillo 2022.

Keywords: Entrepreneurship culture, digital entrepreneurship, ICT, entrepreneur, social networks.

I. INTRODUCCIÓN

El tema a tratar en este proyecto de investigación con las variables cultura de emprendimiento y emprendimiento digital; que en la actualidad han tomado efectos de emergencia sanitaria a raíz de esta pandemia a nivel mundial llamada Coronavirus o COVID-19.

El confinamiento y las medidas dadas por el gobierno peruano generaron el cierre de bares y restaurantes con plazo indefinido, esto continuó hasta que el gobierno autorizó el funcionamiento de los mismos; sin embargo, se inició con el aislamiento voluntario y con fuertes medidas de protección hacia los comensales. Ante esto, se generaron diversas oportunidades llegando a utilizar con frecuencia el delivery con los protocolos de seguridad.

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Lima (CCL), más de 200 mil restaurantes dan trabajo a nivel nacional a más de 1 millón de personas; debido a la cuarentena los restaurantes no generaron ingresos y por ende tuvieron que regalar su materia prima.

El Gobierno peruano mostró la cadena de pagos (capital para compras de insumos, pago de planillas y pago de alquileres) con el formato Reactiva Perú, para que los establecimientos en mayor o menor medida puedan mantenerse ante la situación, y puedan continuar operando. Por otro lado, los restaurantes dirigidos a otro target como: turistas extranjeros y segmento corporativo cortaron sus ingresos de representación, también aquellos negocios informales y que no deben ser ignorados, tanto por los dueños que generan empleos diariamente. El Gobierno peruano decidió que, a partir del 1 de julio del 2021, los restaurantes puedan atender dentro con un aforo limitado. Para ello, el ministro de Comercio Exterior y Turismo Edgard Vásquez en RPP Noticias, detalló el distanciamiento de dos metros entre mesas cuando haya pasillo de circulación y medio metro cuando no haya pasillo. Además, debe haber desinfección previa y posterior a contacto con el cliente, limpieza de calzado y toma de temperatura; y la persona que tome los pedidos debe llevar un traje especial y protector facial, para evitar contagios respetando la distancia establecida.

Cuando se dio inicio al delivery, los mismos consumidores exigían el cumplimiento del protocolo y el recojo esto ganó la confianza, tanto así que el sector informal se tuvo que adaptar porque todos necesitan que el delivery llegue con los protocolos establecidos.

Mientras avanza la pandemia, se van realizando nuevas medidas para los restaurantes, y ellos tuvieron que ser innovadores y confiar en la lealtad de sus clientes.

Empanacombis es un ejemplo, ya que ellos crearon la empanada del futuro, que consiste en comprar hoy un pack de empanadas y consumirlas cuando la empresa las pueda distribuir.

Otra forma creativa son las gift card para restaurantes. A su vez, la iniciativa a los restaurantes que participan en #YoConsumoLocal, que permitió obtener ingresos y generar liquidez.

Según Pro Web Design, agencia de marketing digital indica que muchas empresas en internet fracasan o abandonan sus proyectos online el primer año, aunque su inversión no sea grande, los costes en publicidad o anuncios digitales generan un coste significativo, por tal motivo es importante que la empresa cuente con una estrategia para guiar y obtener resultados económicos y dar seguimiento a los mismos.

Según la conferencia en Las Vegas dada por el fundador y CEO de Amazon Jeff Bezos, indica una receta para el éxito es importante tomar riesgos, fracasar, apasionarse y obsesionarse con el consumidor. Primero creer en una idea, desarrollarla y finalmente ejecutarla, requiere muchas veces de paciencia, firmeza ante el fracaso, pasión y adaptabilidad al cambio.

Los apellidos que han formado parte de la historia son Bezos, Zuckerberg, quienes no sólo por crear negocios exitosos, sino también por convertir la forma de comunicarnos y entablar fueron gracias a sus ideas de negocio y su capacidad para emprender.

Según el CCL, el 75% de emprendedores utilizan herramientas tecnológicas en su emprendimiento, en el Perú existen brechas tecnológicas para un grupo de empresarios, quienes no se sienten seguros en ser líderes digitales.

Los principales obstáculos ante la modernidad empresarial comprenden con un 50% la naturaleza tradicional del negocio, con un 13% la falta de capacitación digital del emprendedor, la dificultad de los clientes en entender las nuevas tecnologías del negocio, la inaccesibilidad y en un 12.3% el temor a la filtración de información privada de la empresa.

El consumidor peruano de zonas urbanas se volvió masivamente digital, en el sentido que la gran mayoría ya compra por internet y los que ya lo hacían han ampliado su uso. Sin embargo, aún no es el medio principal de adquisiciones. Según la CCL, el rubro de emprendimientos digitales comprende desde comida, bodegas, ropa y calzado, productos hechos a mano, productos importados, servicios profesionales, salud, entre otros, observando que el rango de edad de los emprendedores es de mayor porcentaje entre 26 a 60; donde prevalece el género femenino con un 59,76%.

En el territorio nacional, el emprendimiento digital ha aumentado y el director de GFK, Felipe Amijo Managin mencionó que el esfuerzo del mercado online peruano es fuerte. Asimismo, en el 2018 se ejecutaron eventos online llamados Cyberdays y CyberWow que generaron grandes ventas online debido al descuento. (Mercado Negro, 2019)

El Diario El Comercio (2021), nos dice que, según un estudio realizado por Microsoft, el 95 % de las Pymes peruanas aceleró su transformación digital debido a la pandemia del Covid-19, para ello los negocios se reinventaron; además, 6 de cada 10 pymes peruanas desarrollaron aplicaciones propias. Y Trujillo no es ajena a esta realidad pues motivo de la pandemia hemos visto que muchas pequeñas y micro empresas han tenido que insertarse en los medios digitales para comercializar sus productos; y estos negocios van desde bodegas, tiendas de electrodomésticos, tiendas de ropa y hasta negocios de servicios; donde las plataformas más utilizadas son el TikTok, Facebook, Instagram, WhatsApp y empresas con mayores recursos se han creado su página web. La digitalización de las empresas también se ha notado en que han incorporado nuevos medios de pago, como Pay Pal, transferencias bancarias, billetera digital, yape, código QR, etc.

Es oportuno ilustrar el caso del restaurante Estancia Muchik en la ciudad de Trujillo, debido a que este restaurante atendía en el mismo local, sólo contaba

con una web site clásica y fan page en Facebook para promociones y preguntas. Hoy, cuenta con una renovada web site (incluye carrito de compras) con pagos online o a domicilio, además de una APP Móvil adaptada para los sistemas Android y iOS (iPhone); quien ha podido lograr obtener el registro sanitario y certificado solicitado por el estado mediante esta coyuntura. Esta empresa ha sabido darle un buen uso a la tecnología y ahora, está recuperándose después de varios meses en cuarentena.

Pensar y actuar es un modo orientado a la generación de riqueza y oportunidades que forman parte de la cultura de emprendimiento, quien, a través de la conveniencia de oportunidades, se desarrolla una visión global con un liderazgo equilibrado, teniendo como resultado la creación de valor para los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad. (Guzmán, 2020) Las empresas y negocios que manejan medios digitales para vender sus productos o servicios son identificados como un emprendimiento digital debido a que se identifican por utilizar intensivamente las tecnologías como: Big Data, redes sociales, móviles y soluciones en la nube para optimizar los procesos, entre otras acciones. (Guzmán, 2020) y tomando de referencia a Peter F. Drucker, quién indica que maximizando las oportunidades da efectividad y eficiencia, así se considera al emprendimiento.

Se formula el siguiente problema: ¿Cuál es la relación entre La Cultura de Emprendimiento y El Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo?

Esta investigación se manifiesta de forma teórica según Schumpeter (1943), ya que ahonda en la importancia de los emprendedores como personas innovadoras, es decir, que desean cambiar las cosas o hacerlas de forma diferente o implementar una nueva idea.

Asimismo, se demuestra la metodología con un test debidamente aprobado. Finalmente, es de forma práctica, porque señala los resultados en estudio reconocerán y relacionarán a las variables: Cultura de Emprendimiento y Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo. Finalmente, los resultados servirán como fuente de consulta para investigaciones futuras.

El Objetivo general, es determinar la Cultura de Emprendimiento ante El Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022.

II. MARCO TEÓRICO

De acuerdo a la Constitución Política del Perú, se toma como referencia e importancia los artículos 58°, 59° y 60° que promueven pequeñas empresas y estimulan a la creación de riqueza en las mismas.

Ley N° 30056, 2013, art. 5 establece tres categorías empresariales, de acuerdo a las ventas anuales alcanzadas y en medida de las UIT, según el Decreto Supremo 380-2017-EF. En la Microempresa el monto máximo es de 150, en la Pequeña Empresa el UIT es mayor de 150 hasta 1700 y en Mediana Empresa el UIT es mayor de 1700 hasta 2300.

Birch (1981) en su artículo subraya el interés por entender el fenómeno del emprendimiento y la importancia de la creación de las mismas. Asimismo, se toman en cuenta otros aspectos para los productos y servicios como la evolución tecnológica e innovación.

Durante los noventa se ha señalado como una nueva disciplina académico el “entrepreneurship”, que es el estudio sobre el “entrepreneur”.

En 1981 se celebró la primera asamblea de Babson, que actualmente se celebra cada cinco años, en ella se publican libros como *Entrepreneurship 2000*.

De acuerdo a la investigación “El precariado en la generación de emprendimientos digitales y el fenómeno de los startups” realizada en Bogotá 2019, por Bernal Salazar Andrés, indica que, hay problemas económicos que ha empujado a la población a sobrevivir y emprender y ensamblar un startup, con un mínimo de esfuerzo y tener éxito.

Los Emprendedores Digitales se pueden definir como aquellos emprendimientos en los que algunas o todas sus partes se hacen en plataformas digitales en contraste a los formatos tradicionales Hull, C. E., Según Baroody, A. J. and Payne, B.R. (2007) el Emprendedor Digital es aquella persona que utiliza todas, o algunas aplicaciones disponibles en la web para pensar, diseñar, implementar y mantener en camino un negocio con el fin de obtener utilidades.

Tal como indica el experto en marketing Philip Kotler; el e-commerce nace con la era del internet, para ayudar en los procesos de compraventa apoyados por medios electrónicos que generarán una mayor red de consumidores (Kotler, Mercadotecnia y TIC, 2018). Como ejemplo Netflix o Mercado Libre quienes ofrecen y venden sus servicios por medio del internet.

Para Jeffrey A. Timmons (1989) el significado de emprendimiento es construir valor a partir de nada, tomando acciones humanas y creativas. También exhorta la destreza de tomar riesgos automatizados.

Según Peter F. Drucker (1985) el extender las oportunidades da efectividad, y se considera a la eficiencia como esencia del trabajo, a ello llamamos emprendimiento.

Para Cabello Díaz (2010), el emprendedurismo aparece con ímpetu y se apodera del espacio antes reservado a la academia.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) detalla que una persona inicia un negocio motivado por la oportunidad si desean independizarse y obtener ingresos o la necesidad si no tienen otra alternativa para ganarse la vida (Serida, Nakamatsu, Uehara: 2010).

El concepto de empresa digital; se considera la lógica de la negociación en Internet reflejado en la cadena de valor que quiebra con la vieja cadena analógica; esto permite no prestar solo el antiguo servicio analógico, sino también ampliar a otros aspectos que en el pasado demandaban de múltiples agentes, que generaban mayor costo. (Ruano, 2018)

Los canales digitales y el manejo de redes sociales ayudan a ver diversas opciones y detectar más oportunidades. (R. Parias, comunicación personal, 29 de junio de 2020).

Los emprendedores digitales basan su empresa en el comercio de herramientas y soluciones de TI, usando como principal medio la internet para realizar su publicidad, concretar ventas, dar soporte y comunicarse con el cliente. Del Toro (2015) considera que la capacidad de crear y desarrollar iniciativas innovadoras con la TIC está enfocada al emprendimiento digital.

Hotmart (2022) indica que crear y vender un producto o servicio en línea no necesita invertir en espacios físicos como cursos on line, e-commerce, blogs y marketing de afiliación’.

Domínguez (2019) indica que las herramientas digitales son las que ayudan a un emprendedor digital a conocer los costumbres y el comportamiento de sus clientes; el emprendedor podrá descubrir las nuevas oportunidades e implementar nuevos modelos de negocio’.

Martínez (2022) lo define como “uno de los tantos tipos de emprendimiento que existen y el campo donde se desarrolla es el entorno digital”.

Peralta (2018) afirma que empleando las TIC que no sea necesario el contacto físico entre comprador y vendedor es emprendimiento digital.

Somalo (2019) indica que es el movimiento de actividades comerciales, gubernamentales o personales vía redes de telecomunicaciones.

Hernández (2021) afirma que es un tipo de transacción comercial que se realiza de forma digital, tales como PC, tablets, celulares, entre otros.

Steven (2018) define al emprendimiento digital como una actividad que se usa algún tipo de comunicación electrónica, para realizar el intercambio, publicidad, distribución y pago de bienes y servicios.

Según Richard Cantillon (1755), alguien que compra a un precio, y lo vende a un precio diferente es un emprendedor, y consecuentemente, asume el riesgo del negocio. Se entiende que en la economía el riesgo se distingue de la incertidumbre.

Jean-Baptiste Say (1821). Indica que un creador de componentes de producción en áreas de escasa productividad sus recursos económicos (trabajadores, habilidades, educación y capital) de gran productividad y rentabilidad es un emprendedor. Esta función de coordinador por parte del emprendedor tiene un riesgo a pesar de que no proporciona el financiamiento para la empresa. Consecuentemente, hace hincapié en otras funciones como reunir y regular los recursos.

Según Knight (1921) quien calcula, toma el riesgo, maneja la inseguridad y asume la responsabilidad de los resultados positivos y/o negativos es llamado emprendedor.

Joseph Schumpeter (1943). Considera que aquellos que desean cambiar las cosas o hacerlas diferentes e innovadoras son llamados emprendedores. Puede suceder en organismos con y sin fines de lucro, la combinación de medios de producción realizado a través de la introducción de nuevos bienes o productos, nuevo proceso, nuevo mercado, u obtener una nueva fuente de materias primas (incluyendo el financiamiento).

Peter Mathias (1983) sustenta que, en el siglo XIX con la revolución industrial, fueron pocos los precursores de grandiosas innovaciones o propios inventos que tenían el juicio de nuevas técnicas y lograron aplicarlas para satisfacer necesidades del mercado efectivamente, consecuentemente, tuvieron un importante rol en la administración de recursos diversos.

Low y MacMillan (1988) resguardan la idea de poner en marcha cualquier tipo de investigación sobre emprendimiento, definiéndolo de forma global como creación de nuevas empresas y tratando de incluir las diferentes propuestas de los investigadores para lograr explicar y proporcionar el fomento del desarrollo económico a las nuevas empresas.

Mark Casson (1990). Afirma que quien debe controlar los recursos, teniendo el capital necesario, el tomar decisiones y usar los recursos escasos es el emprendedor.

Gibbs (citado por Varela, 2007), indica que la integración y conocimiento de diversas disciplinas forman parte de un conjunto de acciones que ayudan en las oportunidades en la educación en emprendimiento. Además; el proceso de fortalecimiento es dado desde la práctica a la escasez de manejar diligentemente los insumos, es así que la enseñanza del emprendimiento se debe darse desde el inicio como un nuevo enfoque en los sistemas educativos.

Carlos, Contreras, Silva & Liquidano (2015) indican que las actitudes, objetivos, valores y prácticas caracterizan a una compañía o a un grupo de personas, a eso se llama cultura emprendedora, en la cual se desarrolla el espíritu emprendedor (p. 47).

A su vez, Hernández & Arano (2015) indican que, en la búsqueda de una oportunidad de negocio, el pensar, razonar y actuar puede resultar la generación de mejora y renovación de valor, que incluye dos ejes importantes, aprovechar una oportunidad, y la toma de decisiones para hacerla real. Además, dentro de

la cultura emprendedora la innovación del valor brinda un sentido más amplio al valor económico y social, para sus propietarios y su stakeholders (p. 36). Asimismo, se puede desarrollar en un negocio fuerte y en crecimiento, una cadena de oportunidades y de generación de capital, generando para sus empleados y proveedores oportunidades laborales.

Los valores corporativos son perfectos y colectivos que guían a las personas y grupos de personas que forman parte de una organización (Martínez & Milla, 2005) la empresa lleva a cabo sus acciones trazando el marco ético-social (Francés, 2006). Son importantes en el ambiente laboral las actitudes y comportamientos de las personas.

Romero (2009) afirma que la misión, objetivos y metas se enfocan en los valores empresariales, los cuales no pueden desvincularse para lograr mejores resultados de los valores personales, morales, filosóficos y hasta religiosos. Castro, J. y Andoni, J. (2011), presentan la experiencia del Programa GAZE para fomentar en la educación superior la cultura emprendedora, en el que presentan una guía de universidades y se diferencian dos dimensiones de la cultura emprendedora: el sentido de la iniciativa y el emprendimiento. Se estudian las experiencias curriculares de aptitudes a partir de las dificultades con la colaboración en el aula de funcionarios reales del entorno.

Cruz, G.; Carreón, J.; Hernández, J.; Mendoza, D.; Mejía, S.; y Quintana, L. (2015), en su investigación mencionan al emprendimiento digital como una causa de oportunidades, innovaciones, responsabilidades y capacidades de forma externa a Internet, por tanto, han descrito las diferencias entre usuarios respecto a las dimensiones del conocimiento y el emprendedurismo en Internet. *Emprende Rioja España*, sintetiza las actitudes y aptitudes que debe tener un emprendedor antes de iniciar. Los problemas vienen solos una vez que pones en marcha tu propia idea de negocio, pero si tu compromiso, responsabilidad, la pasión, la financiación, la estrategia la innovación y la rentabilidad están en tu punto de mira todo va a ser mucho más fácil.

Hidalgo (2015), según la investigación enfocada en el estudio de la cultura y métodos empresariales, muestra al emprendedor como un individuo que identifica y pone en marcha una oportunidad de negocio. Los elementos que

darán soporte a las características del emprendedor desarrollan valores para los futuros empresarios emprendedores.

Pulgarin, S. y Cardona, M. (2011), en su estudio de investigación, manifiesta el progreso de aptitudes en los emprendedores.

Para esto, se necesita información adecuada que valide cuáles serían esas aptitudes necesarias a desenvolver, para ello, el instrumento debe medir en un momento del tiempo variables que consientan identificar cuál es el perfil o el comportamiento como emprendedores de los estudiantes, con el fin de planear en un determinado periodo los fines de progreso de esos perfiles.

Sanclemente, J. (2010), refiere en su investigación refleja la distancia de diversos compendios en el cometido de los emprendedores regionales para enfrentar los actuales desafíos económicos, por lo que se propone rescatar el proceso de la función de la educación y la interacción de los actores implicados a la competencia.

Serrano, A.; Pérez, M.; Palma, M. y López, M. (2016), según su artículo de investigación, en el cual se recopilaron 387 artículos publicados, dando a conocer los tipos, métodos y deferencias geográficas, además de una representación de los principales temas encontrados en cada una de ellas. Lo que hace reflexión sobre el cambio actual de oportunidades de investigación para ayudar al desarrollo de este tema.

Silveira, P.; Cabeza, D. y Fernández, V. (2016), en su artículo analizan la investigación del sector no estatal cubano y los tipos de emprendimientos en el servicio de hospedaje turístico y sus bienes sobre el valor que dan los clientes internacionales. Según la muestra aleatoria simple señaló que los propietarios cubanos no estatales pueden ser emprendedores que su mayor propósito emprendedor no se encuentra restringido por sus variables sociodemográficas o culturales.

Toca (2010), propone en su artículo el emprendimiento y su importancia para la mejora eficiente y competitivo de las sociedades, una reflexión con la finalidad de resaltar su representación transdisciplinar.

Tovar, Y.; García, F. y Mendoza, J. (2015), clasificaron las 2 dimensiones específicas referentes una a la innovación y a la correlación con el

emprendimiento en las regiones de México. Para esto se empleó una metodología de estudio factorial para comprobar las extensiones en que se integran. A partir de lo indicado, se lograron obtener 5 grupos regionales en relación con la conducta innovadora.

Vargas, C. y Velásquez, J. (2015), resume las consecuencias del estudio en el cual se identificaron en los docentes y alumnos las cualidades en la educación frente al emprendimiento, así como la misión en relación con el tema. Asimismo; de los antecedentes primordiales se muestran parámetros de preocupación y acciones futuras.

Yokoi, K. (2018), indica que el emprendimiento nace de un impulso desde una plataforma, el propósito de vida nace de ser responsable; otros quieren emprender para no tener que trabajar y ese es de los peores pensamientos del emprendimiento. El saber ser un empleado, bueno, malo, excelente; eso da buenos cimientos de un buen emprendedor.

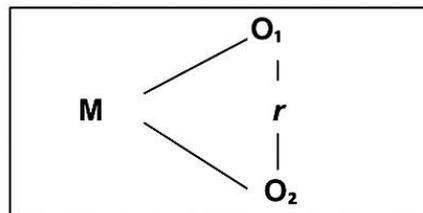
III. MÉTODO

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

Tipo de Investigación: De acuerdo al reglamento de CONCYTEC (2018) la investigación es Aplicada.

Diseño de Investigación: Tiene un diseño no experimental, con un enfoque cuantitativo y correlacional entre las variables. (Hernández, Fernández & Baptista, 2018).

Esquema:



Dónde:

M = Propietarios de establecimientos de venta de parrillas.

O₁ = Cultura de Emprendimiento.

O₂ = Emprendimiento Digital.

r = Relación de las variables de estudio.

3.2 Variables y operacionalización

V1: Cultura de Emprendimiento

- Autoeficacia emprendedora
- Personalidad emprendedora
- Propensión al riesgo
- Intención emprendedora

Digital

- Interacción social
- Motivación y la fuerza interior
- Mejora e innovación
- Ético humanista
- Simbólico humanista
- Tecnologías
- Gestión

V2: Emprendimiento

A continuación, presento su Operacionalización:

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
V1: Cultura de Emprendimiento	La efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo son fundamentales para maximizar las oportunidades en el emprendimiento. La formación para el emprendimiento, busca la mejora de la cultura del emprendimiento con acciones basadas en la formación de competencias básicas, laborales, habitantes y empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal. Drucker, P. (1985)	Se tomará como técnica para recoger información, un Cuestionario a los propietarios de los restaurantes del giro Parrilladas de la ciudad de Trujillo. El cuestionario fue dividido en dos etapas, de acuerdo a las dos variables: El cuestionario de la variable independiente: Cultura de emprendimiento, estuvo compuesto por 4 dimensiones: Autoeficacia emprendedora, Personalidad emprendedora, Propensión al riesgo, e Intensión emprendedora; con un total de 15 ítems. El cuestionario de la variable dependiente: Emprendimiento digital, está compuesto por 7 dimensiones: Interacción social, Motivación y la fuerza interior, Mejora e innovación, Ético humanista, Simbólico humanista, Tecnologías, y Gestión; con un total de 56 ítems.	Autoeficacia emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del entorno • Conocimiento del mercado • Conocimiento del cliente 	Nominal
			Personalidad emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades de mercado. 	
			Propensión al riesgo	<ul style="list-style-type: none"> • Afrontar riesgos. • Probabilidades. 	
			Intensión emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad emprendedora. • Capacidad de delegar tareas. 	
V2: Emprendimiento Digital	El emprendimiento digital; se analiza la lógica de la negociación en Internet enfatizando sobre los efectos en la cadena de valor que rompe con la vieja cadena analógica prescindiendo de intermediarios y posibilitando el contacto directo y rápido entre el proveedor de un servicio y el cliente final; esto permite no proporcionar sólo el antiguo servicio analógico, sino también ampliar a otros aspectos que antes requerían de múltiples agentes, desplazamientos físicos y	El cuestionario de la variable dependiente: Emprendimiento digital, está compuesto por 7 dimensiones: Interacción social, Motivación y la fuerza interior, Mejora e innovación, Ético humanista, Simbólico humanista, Tecnologías, y Gestión; con un total de 56 ítems.	Interacción social	<ul style="list-style-type: none"> • Buena relación con los demás. • Uso adecuado de las TICs. • Habilidades artísticas. 	Nominal
			Motivación y la fuerza interior	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación. • Uso de aplicaciones informáticas. 	
			Mejora e innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación en hacer y crear. • Transformar ideas. • Iniciativa creadora. 	
			Ético humanista	<ul style="list-style-type: none"> • Valores humanos. • Ecología de los espacios. 	
			Simbólico humanista	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación constante. 	

	que tenían mucho mayor costo. (Ruano, 2018)		Tecnologías	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de aplicaciones ofimáticas. • Administrar un dominio y página web. • Uso de medios de pago digitales. • Uso de videoconferencias. 	
			Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de herramientas de planificación estratégicas. • Capital de trabajo. • Gestión de la cadena de valor. 	

3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1 Población

Fue compuesta por 84 establecimientos de parrillas y 34 pollerías obtenidos del reporte municipal al 31 de julio 2022, dicha población fue consultada a través del instrumento enviado mediante Google Form. Esta población por ser accesible nos permitió aplicar los instrumentos en estudio, logrando una cobertura total de 88 propietarios.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas

Para el proceso de recolección de datos se empleará la técnica de la encuesta.

Test: Es usada con el propósito de conseguir información proporcionada de acuerdo a la muestra en estudio, y recolectar datos cuantitativos para poder exponer mejor el problema planteado. Con esta investigación sirvió para recoger datos de los propietarios de expendios de parrillas y pollerías en la Ciudad de Trujillo.

3.4.2 Instrumentos

El cuestionario: Es un medio de comunicación escrita que indaga mediante de una serie de preguntas específicas y preparadas. Luego, se recogerá información de las variables cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, así como de sus dimensiones respectivas.

El cuestionario de la variable independiente: Cultura de emprendimiento, fue compuesto por 4 dimensiones: Autoeficacia emprendedora, Personalidad emprendedora, Propensión al riesgo, e Intensión emprendedora; con un total de 15 ítems.

El cuestionario de la variable dependiente: Emprendimiento digital, está compuesto por 7 dimensiones: Interacción social, Motivación y la fuerza interior, Mejora e innovación, Ético humanista, Simbólico humanista, Tecnologías, y Gestión; con 56 ítems en total.

3.4.3 Validez y confiabilidad

a. Validez de contenido

Estimada como un acercamiento a la autenticidad de las proposiciones, inferencias o conclusiones. Esta validez determina la legitimidad de los ítems que forman parte de los cuestionarios para estudiar a ambas variables, que están referidas al grado en el que un instrumento mide realmente la variable. Para la validez de contenido se usó la aplicación del coeficiente de V de Aiken, obteniéndose el valor de 1, para lo cual se consideró las evaluaciones de cinco expertos:

Dr. Morales Salazar Pedro Otoniel (Metodólogo)

Dr. Oré Leiva Julián (Marketing Digital)

Lic. Paytan Condori Diana (Fotografía Profesional Digital)

Téc. Pino Vásquez, Luis Alejandro (Publicista)

Dr. Yache Cuenca Eduardo (Asesor Estadístico)

b. Confiabilidad

Se consideró conveniente aplicar el coeficiente de Alpha de Cronbach, para lo cual se utilizó el paquete estadístico SPSS para el cálculo. En cuanto a la variable cultura de emprendimiento se obtuvo:

Tabla 1

Alpha de Cronbach para la variable cultura exportadora

Variable	Dimensiones	Alfa de Cronbach
Cultura de emprendimiento Alfa: 0.934	Autoeficacia emprendedora	0.838
	Personalidad emprendedora	0.675
	Propensión al riesgo	0.744
	Intensión emprendedora	0.765

Nota: Elaboración propia

En cuanto a la variable emprendimiento digital se obtuvo:

Tabla 2

Alpha de Cronbach para la variable desempeño exportador

Variable	Dimensiones	Alfa de Cronbach
Emprendimiento digital Alfa: 0.978	Interacción social	0.878
	Motivación y la fuerza interior	0.892
	Mejora e innovación	0.845
	Ético humanista	0.847
	Simbólico humanista	0.906
	Tecnologías	0.909
	Gestión	0.851

Nota: Elaboración propia

3.5 Procedimientos

Para la ejecución de esta investigación se desplegaron las siguientes actividades:

- A través del Test se recopiló la información, en donde se tuvo como instrumento el cuestionario. Para la aplicación del instrumento se consideró la autorización y coordinación de cada participante.
- Se obtuvo la base de datos de ambas variables y sus dimensiones.
- Los datos cuantitativos se procesaron por medio de tablas usando el software estadístico para ciencias sociales (SPSS V25).
- Se interpretaron las tablas y se elaboró la discusión de los resultados con la teoría y antecedentes previamente escogidos para la obtención de conclusiones.

3.6 Método de análisis de datos

a) Estadística descriptiva

- Elaboración de la matriz de base de datos sobre las variables.

- Se construyó las tablas de distribución de frecuencias e interpretación (con el Programa Excel).
- Elaboración de figuras estadísticas (con el Programa Excel).
- Para el procesamiento y obtención de los resultados de los estadísticos descriptivos se utilizó el software de estadística para ciencias sociales (SPSS V25).

b) Estadística inferencial

- Para el procesamiento y obtención de los resultados de la contrastación de las hipótesis, se utilizó el software de estadística para ciencias sociales (SPSS V25).
- Se usó la Prueba de Kolmogorov – Smirnov con grado de significancia al 5%, para especificar la repartición de la muestra en las variables como en sus respectivas dimensiones.
- Se utilizó el Coeficiente Rho Spearman para la contrastación de las hipótesis de investigación.
- Se aplicó el procedimiento estadístico de regresión logística ordinal para estudiar la repercusión de la cultura de emprendimiento en el emprendimiento digital.

3.7 Aspectos éticos

Se solicitarán permisos especiales a los propietarios de parrillas y pollerías para la ejecución de la investigación

IV. RESULTADOS

4.1 DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

Tabla 1

Niveles de la cultura de emprendimiento en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Nivel	Intervalo	Nº	%
Bajo	15 - 30	1	1.1%
Medio bajo	31 - 45	14	15.9%
Medio alto	46 - 60	49	55.7%

Alto	61 - 75	24	27.3%
Total		88	100%

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

Tabla 2

Niveles de las dimensiones de la cultura de emprendimiento en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Nivel	Autoeficacia emprendedora		Personalidad emprendedora		Propensión al riesgo		Intensión emprendedora	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	3	3.4%	2	2.3%	1	1.1%	2	2.3%
Medio bajo	14	15.9%	13	14.7%	16	18.2%	17	19.3%
Medio alto	49	55.7%	51	58.0%	47	53.4%	47	53.4%
Alto	22	25.0%	22	25.0%	24	27.3%	22	25.0%
Total	88	100%	88	100%	88	100%	88	100%

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

Tabla 3

Niveles del emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Nivel	Intervalo	Nº	%
Bajo	56 - 115	0	0.0%
Medio bajo	116 - 170	2	2.3%

Medio alto	171 - 225	52	59.1%
Alto	226 - 280	34	38.6%
Total		88	100%

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

Tabla 4

Niveles de las dimensiones del emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Nivel	Interacción social		Motivación y la fuerza interior		Mejora e innovación		Ético humanista		Simbólico humanista		Tecnologías		Gestión	
	N _o	%	N _o	%	N _o	%	N _o	%	N _o	%	N _o	%	N _o	%
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	6	6.8%	3	3.4%	4	4.5%	3	3.4%	2	2.3%	1	1.1%	2	2.3%
Medio alto	5	58.0%	5	56.8%	5	60.2%	5	59.1%	5	61.4%	5	64.8%	5	59.1%
Alto	1	35.2%	3	39.8%	3	35.2%	3	37.5%	3	36.4%	3	34.1%	3	38.6%
Total	8	100%	8	100%	8	100%	8	100%	8	100%	8	100%	8	100%

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

4.2 PRUEBA DE NORMALIDAD

Tabla 5

Prueba de Normalidad de Kolmogorov Smirnov de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Variables	Pruebas de normalidad		
	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura de emprendimiento	0.076	88	0.200
Emprendimiento digital	0.073	88	0.200
Interacción social	0.138	88	0.000
Motivación y la fuerza interior	0.149	88	0.000
Mejora e innovación	0.158	88	0.000
Ético humanista	0.135	88	0.000
Simbólico humanista	0.129	88	0.001
Tecnologías	0.123	88	0.002
Gestión	0.114	88	0.007

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

4.3 CONTRASTACIONES DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS GENERAL

Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y *Pollerías*, Trujillo 2022.

Tabla 6

La cultura de emprendimiento y su relación con el emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Emprendimiento digital	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto		N _o	%
	N _o	%	N _o	%	N _o	%	N _o	%		
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
Medio alto	0	0.0%	1	15.4%	3	40.9%	2	25.3%	5	59.0%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	2	25.3%	3	39.0%
Total	1	1.1%	1	15.4%	4	55.3%	2	25.3%	8	100.0%

CORRELACIÓN DE PEARSON		Emprendimiento digital
	Correlación de Pearson R	0.912**
Emprendimiento digital	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y la interacción social en el expendio de Parrillas y *Pollerías*, Trujillo 2022.

Tabla 7

La cultura de emprendimiento y su relación con la interacción social en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Interacción social	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto		Nº	%
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Bajo	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
		%		%		%		%		%
Medio bajo	1	1.1	5	5.7	0	0.0	0	0.0	6	6.8
		%		%		%		%		%
Medio alto	0	0.0	9	10.2	4	45.5	2	23.3	5	58.3
		%		%		%		%		%
Alto	0	0.0	0	0.0	9	100.0	2	25.0	3	37.5
		%		%		%		%		%
Total	1	1.1	14	15.7	13	55.0	4	27.3	8	100.0
		%		<u>9%</u>		<u>7%</u>		<u>3%</u>		<u>%</u>

CORRELACIÓN DE SPEARMAN

Emprendimiento digital

Interacción social	Correlación de Spearman R_{ho}	0.861**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y la motivación y la fuerza interior en el expendio de Parrillas y *Pollerías*, Trujillo 2022.

Tabla 8

La cultura de emprendimiento y su relación con la motivación y la fuerza interior en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Motivación alto	Cultura de emprendimiento				Total y la fuerza		Bajo	Medio bajo	Medio		
	Alto interior	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo		0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo		1	1.1%	2	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.4%
Medio alto		0	0.0%	12	13.6%	36	40.9%	2	2.3%	50	56.8%
Alto		0	0.0%	0	0.0%	13	14.8%	22	25.0%	35	39.8%
Total		1	1.1%	14	15.9%	49	55.7%	24	27.3%	88	100%
CORRELACIÓN DE SPEARMAN								Emprendimiento digital			
Correlación de Spearman R_{ho}								0.879**			
Motivación y la fuerza interior								Sig. (bilateral)			
								0.000			
N								88			

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y la mejora e innovación en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Tabla 9

La cultura de emprendimiento y su relación con la mejora e innovación en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Mejora e innovación	Cultura de emprendimiento						Total	
	Bajo	bajo	alto	Alto	ión	ión	N	%
	N	%	N	%	N	%	N	%
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	3	3.4%	0	0.0%	4	4.5%
Medio alto	0	0.0%	1	12.5%	4	45.0%	5	60.0%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	9	100.0%	9	100.0%
Total	1	1.1%	4	15.4%	13	100.0%	18	100.0%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
	Correlación de Spearman R_{ho}	0.858**
Mejora e innovación	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4

Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y lo ético humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Tabla 10

La cultura de emprendimiento y su relación con lo ético humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Ético humanista	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto			
	Nº		Nº		Nº		Nº			
Bajo	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
%		%		%		%		%		%
Medio bajo	1	1.1	2	2.3	0	0.0	0	0.0	3	3.4
		%		%		%		%		%
Medio alto	0	0.0	1	13.	3	43.	2	2.3	5	59.
		%	2	6%	8	2%	2	%	2	1%
Alto	0	0.0	0	0.0	1	12.	2	25.	3	37.
		%	0	%	1	5%	2	0%	3	5%
Total	1	1.1	1	15.	4	55.	2	27.	8	100
		%	4	9%	9	7%	4	3%	8	%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN

Emprendimiento digital

Ético humanista	Correlación de Spearman R_{ho}	0.840**
Sig. (bilateral)	0.000 a	
N		88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 5

Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y lo simbólico humanista en el expendio de Parrillas y *Pollerías*, Trujillo 2022.

Tabla 11

La cultura de emprendimiento y su relación con lo simbólico humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Simbólico humanista	Cultura de emprendimiento						Total			
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Medio alta		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.3%
Medio alto	0	0.0%	1	14.3%	3	44.4%	2	23.3%	5	61.1%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	2	25.0%	3	36.4%
Total	1	1.1%	1	15.0%	4	55.0%	2	27.0%	8	100%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
Simbólico humanista	Correlación de Spearman R_{ho}	0.866**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 6

Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y la tecnología en el expendio de Parrillas y *Pollerías*, Trujillo 2022.

Tabla 12

*La cultura de emprendimiento y su relación con la tecnología en el expendio de Parrillas y *Pollerías*, Trujillo 2022.*

Tecnologías	Cultura de emprendimiento								Total	
	Medio	Medio	gías	Bajo	bajo	alto	Alto	N	%	N
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
Medio alto	0	0.0%	1	15.4%	4	46.1%	2	23.1%	5	64.2%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	8	91.0%	2	25.0%	3	34.1%
Total	1	1.1%	1	15.4%	4	55.2%	2	27.3%	8	100%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
	Correlación de Spearman R _{no}	0.864**
Tecnologías	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 7

Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y la gestión en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Tabla 13

La cultura de emprendimiento y su relación con la gestión en el expendio de Parrillas y Pollerías, Trujillo 2022.

Gesti	Cultura de emprendimiento								Total	
	Medio		Medio ón		Bajo		Alto		N	%
	N	%	N	%	N	%	N	%		
Bajo	0	0.0 %	0	0.0 %	0	0.0 %	0	0.0 %	0	0.0 %
Medio bajo	1	1.1 %	1	1.1 %	0	0.0 %	0	0.0 %	2	2.3 %
Medio alto	0	0.0 %	1	14.8 %	3	42.0 %	2	2.3 %	5	59.1 %
Alto	0	0.0 %	0	0.0 %	1	13.6 %	2	25.0 %	3	38.6 %
Total	1	1.1 %	1	15.9 %	4	55.7 %	2	27.3 %	8	100 %

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
Correlación de Spearman R_{ho}		0.867**
Gestió	Sig. (bilateral)	0.000
n		
N		88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

v. DISCUSIÓN

La discusión de resultados está basada en la información que se obtuvo de las diversas teorías, ideas, encuesta aplicada a los propietarios de pollerías y parrillas de la ciudad de Trujillo, apreciaciones de los expertos, del investigador, trabajos de investigación, problema de investigación, objetivos, los cuales nos han autorizado utilizar como base de esta, que son:

La cultura de emprendimiento se comprende el nivel medio alto (55.7%), continuado del nivel alto (27.3%) y el nivel medio bajo (15.9%) (Ver Tabla 1).

Con respecto a las dimensiones de la cultura de emprendimiento; la dimensión autoeficacia emprendedora se comporta de nivel medio alto (55.7%), seguido del nivel alto (25.0%); la dimensión personalidad emprendedora se comporta de nivel medio alto (58.0%), seguido del nivel alto (25.0%); la dimensión propensión al riesgo se comporta de nivel medio alto (53.4%), seguido del nivel alto (27.3%); la dimensión intensidad emprendedora se comporta de nivel medio alto (53.4%), seguido del nivel alto (25.0%). En base a estos resultados, se observa que la dimensión personalidad emprendedora es la que predomina. (Ver Tabla 2).

Según Dehter (2001), afirma que la forma de hacer las cosas es un tipo de cultura y esto distingue a los emprendedores de los empresarios. Indica también que este entorno cultural favorece el desarrollo de proyectos emprendedores, llamados también procesos de fundación de actividades, para empresas lucrativas o no, y de índole económica, política, social, que también se refiere a procesos existentes para su renovación o reingenierías.

El emprendimiento digital, se comporta de nivel medio alto (59.1%), seguido del nivel alto (38.6%) y el nivel medio bajo (2.3%) (Ver Tabla 3). Con respecto a las dimensiones del emprendimiento digital; la dimensión interacción social se comporta de nivel medio alto (58.0%), seguido del nivel alto (35.2%); la dimensión motivación y fuerza interior se comporta de nivel medio alto

(56.8%), seguido del nivel alto (39.8%); la dimensión mejora e innovación se comporta de nivel medio alto (60.2%), seguido del nivel alto (35.2%); la

dimensión ético humanista se comporta de nivel medio alto (59.1%), seguido del nivel alto (37.5%), la dimensión simbólico humanista se comporta de nivel medio alto (61.4%), seguido del nivel alto (36.4%), la dimensión tecnología se comporta de nivel medio alto (64.8%), seguido del nivel alto (34.1%), la dimensión gestión se comporta de nivel medio alto (59.1%), seguido del nivel alto (38.6%) (Ver Tabla 4).

Para Espinoza (2018), el emprendimiento va evolucionando y este concepto se ha adaptado desde hace mucho tiempo en los negocios, tal como sucede con la transformación digital. Existen dos formas de desarrollar el emprendimiento digital, uno es crear nuevos productos o servicios tecnológicos utilizando las TIC, y la otra forma es utilizar las tecnologías digitales fuera del sector de las TIC, pero empleándolas como nuevas herramientas innovadoras.

Al cruzar los niveles de la cultura de emprendimiento con el emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el 40.9% de los restaurantes obtienen nivel medio alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel medio alto sobre el emprendimiento digital, el 25.0% de los restaurantes obtienen nivel alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre el emprendimiento digital, en tanto que el 15.9% de los restaurantes obtienen nivel medio bajo sobre la cultura de emprendimiento y nivel medio alto sobre el emprendimiento digital (Ver Tabla 6).

Al cruzar los puntajes de la cultura de emprendimiento con el emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el valor del coeficiente de correlación de Pearson es $R = 0.912$, la cual se deduce que la relación entre las variables cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital es muy alto; con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), ello demuestra que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con el emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y Pollerías; es decir, si hay un alto nivel de cultura de

emprendimiento, entonces se espera que exista un alto nivel de emprendimiento digital, y viceversa (Ver Tabla 6).

Segundo Galindo (2011), mencionan dos rasgos que caracterizan a la cultura de emprendimiento; el espíritu emprendedor forma parte de la primera característica, que identifica la capacidad para razonar y actuar con visión global a las oportunidades, y guiadas mediante un liderazgo equilibrado con buena gestión de un riesgo computado. El concepto emprendimiento es adaptado en los negocios, va evolucionando y, por ende, lo ha hecho de la mano de la transformación digital.

Al cruzar los niveles de la cultura de emprendimiento con la interacción social en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el 45.5% de los restaurantes obtienen nivel medio alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel medio alto sobre la interacción social, el 25.0% de los restaurantes obtienen nivel alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre la interacción social, en tanto que el 10.2% de los restaurantes obtienen nivel medio bajo sobre la cultura de emprendimiento y nivel medio alto sobre la interacción social (Ver Tabla 7).

Al cruzar los puntajes de la cultura de emprendimiento con la interacción social en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el valor del coeficiente de correlación de spearman es $Rho = 0.861$, la cual se deduce que la relación entre la variable cultura de emprendimiento y la dimensión interacción social es alto; con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), ello demuestra que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la interacción social en el expendio de Parrillas y Pollerías; es decir, si hay un alto nivel de cultura de emprendimiento, entonces se espera que exista un alto nivel de interacción social, y viceversa (Ver Tabla 7).

Para Simmel (2007), asevera que la comprensión e interacción de las grandes tareas de la sociología y la gente, es reconocido por sus contribuciones a la comprensión interaccional son las diferentes formas de interacción social.

Al cruzar los niveles de la cultura de emprendimiento con la motivación y fuerza interior en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el 40.9% de los restaurantes obtienen nivel medio alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel medio alto sobre la motivación y fuerza interior, el 25.0% de los restaurantes obtienen nivel alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre la motivación y fuerza interior, en tanto que el 14.8% de los restaurantes obtienen nivel medio alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre la motivación y fuerza interior (Ver Tabla 8).

Al cruzar los puntajes de la cultura de emprendimiento con la motivación y fuerza interior en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el valor del coeficiente de correlación de spearman es $Rho = 0.879$, la cual se deduce que la relación entre la variable cultura de emprendimiento y la dimensión motivación y fuerza interior es alto; con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), ello demuestra que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la motivación y fuerza interior en el expendio de Parrillas y Pollerías; es decir, si hay un alto nivel de cultura de emprendimiento, entonces se espera que exista un alto nivel de motivación y fuerza interior, y viceversa (Ver Tabla 8).

Según Montserrat (2020), dialogar de fuerza interior es hablar de la capacidad de resistir a los momentos difíciles, para la psicología es la capacidad de ser feliz a pesar de las adversidades que el mundo experimenta y tratar de encontrar la energía para seguir adelante en medio de las dificultades.

Al cruzar los niveles de la cultura de emprendimiento con la mejora e innovación en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el 45.5% de los restaurantes obtienen nivel medio alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel medio alto sobre la mejora e innovación, el 25.0% de los restaurantes obtienen nivel alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel

alto sobre la mejora e innovación, en tanto que el 12.5% de los restaurantes obtienen nivel medio bajo sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre la mejora e innovación (Ver Tabla 9).

Al cruzar los puntajes de la cultura de emprendimiento con la mejora e innovación en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el valor del coeficiente de correlación de spearman es $Rho = 0.858$, la cual se deduce que la relación entre la variable cultura de emprendimiento y la dimensión mejora e innovación es alto; con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), ello demuestra que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la mejora e innovación en el expendio de Parrillas y Pollerías; es decir, si hay un alto nivel de cultura de emprendimiento, entonces se espera que exista un alto nivel de mejora e innovación, y viceversa (Ver Tabla 9).

La innovación radica en aprender y explorar las necesidades, tecnologías, modelos de negocio), sobre algo que no conocemos con una decisión sensata, de la dirección o de los intraemprendedores. La mejora consiste en colocar algo para que funcione mejor, y buscar perfeccionar el servicio y/o producto, la mejora es necesaria; si no mejoras, se pierde rápidamente la competitividad.

Al cruzar los niveles de la cultura de emprendimiento con lo ético humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el 43.2% de los restaurantes obtienen nivel medio alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel medio alto sobre lo ético humanista, el 25.0% de los restaurantes obtienen nivel alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre lo ético humanista, en tanto que el 13.6% de los restaurantes obtienen nivel medio bajo sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre lo ético humanista (Ver Tabla 10).

Al cruzar los puntajes de la cultura de emprendimiento con lo ético humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el valor del coeficiente

de correlación de spearman es $Rho = 0.840$, la cual se deduce que la relación entre la variable cultura de emprendimiento y la dimensión ético humanista es alto; con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), ello demuestra que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con lo ético humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías; es decir, si hay un alto nivel de cultura de emprendimiento, entonces se espera que exista un alto nivel lo ético humanista, y viceversa (Ver Tabla 10).

Para Mendoza (2016), la ética absorbente es la que determina las leyes y normas de conducta y establece lo que es bueno para el hombre; y en la Ética Humanista es él quien da las normas como fuente formal o agente regulador sujeto de su materia.

Al cruzar los niveles de la cultura de emprendimiento con lo simbólico humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el 44.3% de los restaurantes obtienen nivel medio alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel medio alto sobre lo simbólico humanista, el 25.0% de los restaurantes obtienen nivel alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre lo simbólico humanista, en tanto que el 14.8% de los restaurantes obtienen nivel medio bajo sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre lo simbólico humanista (Ver Tabla 11).

Al cruzar los puntajes de la cultura de emprendimiento con lo simbólico humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el valor del coeficiente de correlación de spearman es $Rho = 0.866$, la cual se deduce que la relación entre la variable cultura de emprendimiento y la dimensión simbólico humanista es alto; con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), ello demuestra que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con lo simbólico humanista en el expendio de Parrilladas; es decir, si hay un alto nivel de cultura de emprendimiento, entonces se espera que exista un alto nivel lo simbólico humanista, y viceversa (Ver Tabla 11).

Según Kristeller (1986) asegura que el símbolo oficial de la humanidad es ser feliz, considerado universalmente un símbolo del humanismo secular, que es una filosofía de la vida ética y democrática, que asevera que los seres humanos tienen el derecho y son responsables de formar y dar sentido a sus propias vidas.

Al cruzar los niveles de la cultura de emprendimiento con la tecnología en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el 46.6% de los restaurantes obtienen nivel medio alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel medio alto sobre la tecnología, el 25.0% de los restaurantes obtienen nivel alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre la tecnología, en tanto que el 15.9% de los restaurantes obtienen nivel medio bajo sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre la tecnología (Ver Tabla 12).

Al cruzar los puntajes de la cultura de emprendimiento con la tecnología en el expendio de Parrilladas, se encontró que el valor del coeficiente de correlación de spearman es $Rho = 0.864$, la cual se deduce que la relación entre la variable cultura de emprendimiento y la dimensión tecnología es alto; con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), ello demuestra que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la tecnología en el expendio de Parrillas y Pollerías; es decir, si hay un alto nivel de cultura de emprendimiento, entonces se espera que exista un alto nivel la tecnología, y viceversa (Ver Tabla 12).

Los elementos y conocimientos científicos que maneja el ser humano forman parte de la tecnología para lograr un objetivo, y que puede ser la solución de un problema específico o la satisfacción de alguna de sus necesidades. La cual surgió del hombre como una necesidad de remplazar las aspiraciones individuales y colectivas utilizando conocimientos científico y técnicas para resolver problemas y satisfacer sus necesidades.

Al cruzar los niveles de la cultura de emprendimiento con la gestión en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el 42.0% de los restaurantes

obtienen nivel medio alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel medio alto sobre la gestión, el 25.0% de los restaurantes obtienen nivel alto sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre la gestión, en tanto que el 14.8% de los restaurantes obtienen nivel medio bajo sobre la cultura de emprendimiento y nivel alto sobre la gestión (Ver Tabla 13).

Al cruzar los puntajes de la cultura de emprendimiento con la gestión en el expendio de Parrillas y Pollerías, se encontró que el valor del coeficiente de correlación de spearman es $Rho = 0.867$, la cual se deduce que la relación entre la variable cultura de emprendimiento y la dimensión gestión es alto; con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), ello demuestra que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la gestión en el expendio de Parrillas y Pollerías; es decir, si hay un alto nivel de cultura de emprendimiento, entonces se espera que exista un alto nivel la gestión, y viceversa (Ver Tabla 13).

Para Pérez (2021), la noción de gestión, se basa en el conjunto de trámites que se llevan a cabo para solucionar un asunto o sintetizar un proyecto. La gestión, también es la administración o dirección de un negocio o de una compañía.

IV. CONCLUSIONES:

1. La cultura de emprendimiento en el expendio de Parrillas y Pollerías predomina el nivel medio alto (55.7%). Respecto a las dimensiones de la cultura de emprendimiento en promedio se comporta de utilizó nivel medio alto (80.7%).
2. El emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y Pollerías predomina el nivel medio alto (59.1%). Respecto a las dimensiones del emprendimiento digital en promedio se comporta de nivel medio alto (96.6%).
3. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con el Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R = 0.912$; $p < 0.01$).
4. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con la interacción social en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.861$; $p < 0.01$).
5. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con la motivación y la fuerza interior en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.879$; $p < 0.01$).
6. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con la mejora e innovación en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.858$; $p < 0.01$).
7. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con el ético humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.840$; $p < 0.01$).
8. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con lo simbólico humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.866$; $p < 0.01$).
9. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con la tecnología en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.864$; $p < 0.01$).

10. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con la gestión en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.867$; $p < 0.01$).

V. RECOMENDACIONES:

- Se debería realizar más investigaciones sobre el giro de restaurantes y afines, con la finalidad de comprender el marketing en todos sus aspectos.
- El marketing digital debe ser considerado de forma estratégica.

VI. PROPUESTAS:

1. NOMBRE DE LA PROPUESTA

Plan de Plataformas virtuales para mejorar el emprendimiento digital.

2. DATOS INFORMATIVOS

2.1 Sector: Expendio de parrillas y pollerías.

2.2 Departamento: La Libertad.

2.3 Participantes: Emprendedores.

- **Investigador:** Pino Vásquez Miluska Zulema.
- **Asesor:** Dr. Grados Vásquez Martin Manuel.

3. FUNDAMENTACIÓN

El sector de las parrillas y pollerías, se asemeja por ser negocios innovadores que brinda opciones de cartas ya listos para parrillas y pollerías orientado a todo el público que apetece hacer su consumo, y la vez da la opción a las clientelas de elegir sus servicios y armar su propia cartera de clientes, siendo la opción digital dirigido a todo público que use aplicativos virtuales para conseguir el servicio de las parrillas y pollerías ya sea de manera presencial o por delivery.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo general

Diseñar un Plan de Plataformas virtuales que permita mejorar el emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y Pollerías de Trujillo.

4.2. Objetivos específicos

- Realizar una evaluación general para establecer y llevar a cabo decisiones en el Plan de Plataformas virtuales.
- Evaluar las estrategias de Plataformas virtuales que ofrecen las competencias y sus estrategias de marketing.
- Trazar la Propuesta del Plan de Plataformas virtuales con el objetivo de mejorar el emprendimiento digital, adaptándose a situaciones de pandemia.

5. METODOLOGÍA

5.1 Método

El método utilizado para la elaboración de la propuesta es aplicado, que tiene por finalidad, emplear las Plataformas virtuales que permita promover mejoras en el emprendimiento digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo.

5.2 Medios y materiales

Los medios y materiales que se usarán para el desarrollo de la propuesta serán principalmente herramientas informáticas y plataformas digitales.

6. PASOS PARA LA CONCRECIÓN DE LA PROPUESTA

6.1. Identificación del problema

Después de realizar el procedimiento de recopilación y análisis de la información obtenida en el desarrollo de la investigación se han identificado los siguientes problemas.

- Ausencias de páginas webs.
- Falta de plataformas virtuales robustas.
- Herramientas digitales insuficientes.
- Carencia de un servicio digital.

6.2 Justificación de la propuesta

La presente propuesta consiste en generar alternativas de solución a los problemas establecidos en el expendio de las parrillas y pollerías, en donde existen diversos problemas de digitalización que se adapte a situaciones de pandemia.

Por tanto, la propuesta sobre el Plan de Plataformas virtuales busca mejorar el emprendimiento digital mediante las herramientas digitales que deben realizar los emprendedores del sector de las parrillas y pollerías, dado que se busca estar a la vanguardia de los requerimientos de los consumidores.

6.3 Diseño de la propuesta

Plan de Plataformas virtuales para mejorar el emprendimiento digital.

N°	Actividades	Sector	Responsable	Duración(h)	Capacitador
1	Taller de interacción social	Parrillas y Pollerías	Experto digital	4 h semanales	Capacitador externo
2	Taller de motivación y fuerza interior	Parrillas y Pollerías	Experto digital	4 h semanales	Capacitador externo
3	Taller de mejora e innovación	Parrillas y Pollerías	Experto digital	4 h Semanales	Capacitador externo
4	Taller sobre lo ético humanista	Parrillas y Pollerías	Experto digital	4 h Semanales	Capacitador externo
5	Taller de la simbología digital	Parrillas y Pollerías	Experto digital	4 h Semanales	Capacitador externo
6	Taller de tecnologías digitales	Parrillas y Pollerías	Experto digital	4 h Semanales	Capacitador externo
7	Taller de gestión digital	Parrillas y Pollerías	Experto digital	4 h Semanales	Capacitador externo

Cronograma de actividades

Actividades	Ene-23				Feb-23				Mar-23				Abr-23			
	Semanas				semanas				semanas				semanas			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

1	Diseño del Plan de Plataformas digitales	X	X	X	X	X	X		
2	Taller sobre el uso de las Plataformas digitales					X	X	X	X
3	Aplicación y evaluación de las Plataformas digitales							X	X

6.4 Beneficiarios

Emprendedores del sector de Parrillas y Pollerías.

6.5 Validación

La propuesta fue validada por el Dr. Grados Vásquez Martin Manuel.

6.6 Socializaciones la propuesta

La propuesta será socializada para el investigador para los emprendedores de las Parrillas y Pollerías en la Ciudad de Trujillo.

7. RESPONSABLE

Pino Vásquez Miluska Zulema.

8. PRESUPUESTO

El total requerido es de S/. 13,650.00 Soles.

Estos recursos serán previstos por el investigador y contará con el apoyo de expertos en digitalización.

9. MONITOREO Y EVALUACIÓN

El monitoreo será realizado de manera semanal y estará a cargo de Miluska Pino Vásquez, en coordinación con los emprendedores de Parrillas y Pollerías de la Ciudad de Trujillo.

En cuanto a la evaluación se hará a la culminación de cada sub proceso.

10. SOSTENIBILIDAD Y EMPRENDIMIENTO

Tener en cuenta las deficiencias digitales en el Sector de las Parrillas y Pollerías, las mismas que fueron reconocidas en el sector, según la información se podrá identificar las necesidades de los emprendedores. La información reunida ayudará a los emprendedores a revisar sus servicios con el fin de satisfacer de la mejor manera las expectativas de los clientes. La implementación de las Plataformas digitales permitirá que los emprendedores manejen un mecanismo de relación con sus clientes de manera continua. Así mismo, dar a los clientes la opción de evaluar las plataformas digitales de los emprendedores de las Parrillas y Pollerías.

IX. REFERENCIAS:

- Aldana, E.; Tafur, J.; Gil, I. y Mejía, C. (2016). Práctica pedagógica de emprendimiento en docentes de educación superior en Institución Educativa Universitaria de Barranquilla. <https://search.proquest.com/docview/2260017837/F2CA4FA0FB1D4E5EPQ/9?accountid=37408>
- Alderete, M. V., & Jones, C. (2019). Towards social commerce: the value of social networks for Micro and SME from Córdoba, Argentina. *Entramado*, 15(1), 48–60.
- Álvarez, Á.; González, A., Díaz, J. y Vergara, L. (2016). El emprendimiento en la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, 2006-2015. *Revista Clío América*. 126-138. <https://search.proquest.com/docview/2103097823/F2CA4FA0FB1D4E5EPQ/7?accountid=37408>
- Arango, P. Z., González, D. V., & Valencia, J. A. (2020). El comercio electrónico Business to Consumer y su adopción en el consumidor de la ciudad de Manizales - Colombia. *Novum*, 1(10), 10–24. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/80109>
- Argilés-Bosch, J. M., Somoza, A., Ravenda, D., & García-Blandón, J. (2020). An empirical examination of the influence of e-commerce on tax avoidance in Europe. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 41.
- Bargsted A., M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar*, 13 (25), 121. <https://doi.org/10.22518/16578953.133>
- Caicedo, G.; Quintero, L.; Pertuz, V. y Navarro A. (2015). Estrategias para el fomento de la cultura de emprendimiento universidades de Valledupar, Colombia. *Revista de Educación y Desarrollo Social*; Bogotá. 38-57. <https://search.proquest.com/docview/1824695298/F10F38FCE7464458PQ/1?accountid=37408>
- Cardozo, L.; Correa, C.; Salazar, A. y Torres, T. (2017). Promover una cultura de Emprendimiento. <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3341/CUL>

- TURA%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
Castro, J.; Barrenechea, J. y Ibarra A. (2011). Cultura Emprendedora, Innovación y Competencias en la Educación Superior Caso GAZE. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura. 207-212.
<http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1428/1436>
- Costa, A. (2017). Empresas turísticas, redes sociales y negocios electrónicos. Universidad Federal do Piauí - Parnaíba, Brasil. 626-643.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000300007&lang=es
- De la Torre, T.; Ruiz, E.; Escolar, M.; Baños, V.; Gañán, Á.; Corbí, M. y Santos, G. (2015). Impacto de la Educación en la Cultura del Emprendimiento (estudio cualitativo). International Journal of Developmental and Educational Psychology. 117-128.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349851784011>
- Díaz, I. (2017). Emprendimiento en Cuba: análisis sobre su desenvolvimiento.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/2433/243354741025/index.html>
- Ealde (2019), 5 teorías del emprendimiento para conocer el significado de “emprender”. Recuperado de:
<https://www.ealde.es/teoriasemprendimiento-emprender/>
- Galindo, M.; Méndez, M. y Castaño, M. (2016). Crecimiento, progreso económico y emprendimiento.
<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2444569X16000081?token=7720E5917F7128DFA3C8FF8C19BC3C423F9CF119E251200CC503EA4DF6C12C97BC8727B9C80809234DF6F44380143DD2>
- Galvez Albarracin, E. J., Guauña Aguilar, R. A., & Ravina Ripoll, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. Revista Universidad y Empresa, 22(38), 79.
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>
- García, C.; Carreón, J.; Hernández, J.; Mendoza, D.; Mejía, S.; Quintana, L. (2015). Emprendimiento digital: estudio de caso con universitarios de comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de México -

- UAEM. Visión Gerencial. 287-300.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545899003>
- Guarnizo, C. y Velásquez, J. (2015). La cultura del emprendimiento y la empresarialidad en instituciones educativas de Colombia: realidades y Oportunidades. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*. 227-234.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=517751486008>
- Guarnizo, C.; Velásquez, J.; Guzmán, J. y Álzate, B. (2019). Educación para el emprendimiento: análisis y aportes a la política pública de educación en Colombia desde la sistematización de experiencias en instituciones de educación básica y media. *Revista Complutense de Educación*. 225-243.
<https://search.proquest.com/docview/2239795087/F2CA4FA0FB1D4E5EPQ/6?accountid=37408>
- Gutiérrez, F. (2006). Desarrollo Social - Endógeno y el papel de las Universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios Socio deprimidos. *Redalyc*. 139-152.
<https://www.redalyc.org/pdf/761/76102207.pdf>
- Hidalgo, L. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552357189003>
- Latinoamerica, N.C. (2022). Microsoft. Obtenido de
<https://news.microsoft.com/es-xl/aceleracion-digital-mas-del-94-de-laspymes-peruanas-invirtio-en-tecnologia-en-el-ultimo-ano/>
- León-Mendoza, J. C. (2019). Emprendimiento empresarial y crecimiento económico en Perú. *Estudios Gerenciales*, 35, 429-439.
<https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.153.3331>
- León Mendoza, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 34, 19–33.
<https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>
- Maquen, G. y Díaz, R. (2013). Modelo de inserción de la cultura emprendedora en el Diseño Curricular de Educación Básica Regular en la Región Lambayeque. UCV-HACER. *Revista de Investigación y Cultura*. 65-77. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521752181008>

- Markin, E.; Gabrielle, R. y Marshal. D. (2016). ¿Quién conduce al autobús? Un análisis de las contribuciones de autores e instituciones a la investigación sobre el emprendimiento.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X16300142>
- Martin, M.; Flores, F.; Giusto, C. (2019). Instrumentos de evaluación de la cultura emprendedora.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3498/349861666045/index.html>
- Marulanda, F.; Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/206/20649705002/index.html>
- Matíz, F. y Fracica, G. (2011). Emprendimiento Creación de empresas Financiación de nuevas empresas Venture capital. Revista EAN. 118-130. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n70/n70a10.pdf>
- Ocampo, D. (2016). El emprendimiento social en la formación integral.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/206/20649705011/index.html>
- Orozco, J. y Arraut, L. (2013). El entorno competitivo para el emprendimiento en la región Caribe de Colombia. Revista EAN. 86-105. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n74/n74a07.pdf>
- Padilla, M.; Quispe, A.; Noguera, D. y Hernández, A. (2016). Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360443665009ç>
- Peralta, J. D. (2019). Regional development and entrepreneurship: Evidence for Colombia. Trimestre Economico, 86 (342), 467-490. <https://doi.org/10.20430/ete.v86i342.656>
- Pulgarín, S. y Cardona, M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de Administración de la Universidad del Rosario. Revista EAN. 22-39. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n71/n71a03.pdf>
- Regalado Pezúa, O. (2020). *Restaurantes: problemas, retos y soluciones en medio de la pandemia*. Diario Gestión.
- Rojas, G.; Quintero, L.; Pertuz, V. y Navarro, A. (2015). Estrategias para el fomento de la cultura de emprendimiento universidades de Valledupar, Colombia. Revista de Educación y Desarrollo Social; Bogotá. 38-57.

<https://search.proquest.com/docview/1824695298/F10F38FCE7464458PQ/1?accountid=37408>

Ruano, L. y Velasco, R. (2018). Emprendimiento en el entorno digital. El lanzamiento de un startup. Barcelona, España.

Sánchez, Y.; García, F. y Mendoza, J. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. *European Research on Management and Business Economics*. 243-252. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592315000315>

Sanclemente, J. (2010). La colonización antioqueña, el emprendimiento y su aporte a la competitividad regional y nacional. *European Research on Management and Business Economics*. 119-147. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592310701054>

Sanmartín, G., Zhigue, R y Alaña, T. (2017). El reciclaje, un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista. *Revista Universidad y Sociedad*. 36-40. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100005&lang=es

Sánchez, Y.; García, F. y Mendoza, J. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. *European Research on Management and Business Economics*. 243-252. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592315000315>

Segura, U.; Novoa, H. y Burbano, M. (2019). Hacia un modelo educativo para el emprendimiento. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/206/20663246010/index.html>

Serrano, A.; Pérez, M.; Palma, M. y López, M. (2016). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. *European Research on Management and Business Economics*. 82-95. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592315000625>

Sierra, Gloria. (2016). *Revista EAN*. 111-129. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n81/n81a06.pdf>

Silveira, Y; Cabeza, D. y Fernández, V. (2016). Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research on Management and Business Economics*. 70-77.

- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252315000490>
- Tabarquino-Muñoz, Raúl Andrés. (2018). El servicio público de las Tecnologías de la Información (TIC) en Colombia. *Entramado*. 166-181. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/2654/265459295012/265459295012.pdf>
- Terán, E. y Guerrero, A. (2019), Entrepreneurship theories: A critical review of the literature and future research suggestions. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Terán-Yépez, E. & Guerrero-Mora, A. (2019). ¿Emprendimiento por oportunidad o por necesidad? Estudio comparativo entre países. *Mikarimin Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(2), 77-88.
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *European Research on Management and Business Economics*. 41-60. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592310701339>
- Torres Mancera, Daniel; Gago Saldaña, David. (2014). Los MOOCS y su papel en la creación de comunidades de aprendizaje. *RIED*. 13-34. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*. <https://www.redalyc.org/pdf/3314/331429941002.pdf>
- Vargas, M. y Utterman, G. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29063559024/index.html>
- Velasco, M. (2013). Redes sociales, lo público y lo político en construcción. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*. 81-87. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057411013>
- Welter F., Gartner W. B., & Wright, M. (eds.), *A Research Agenda for Entrepreneurship and Context* (pp. 1-15). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Young, F. (1971). A Macro Sociological Interpretation of Entrepreneurship in Peter Kilby (ed.), *Entrepreneurship and Economic Development* (pp. 139-149). New York: Free Press.

ANEXOS:

ANEXO 1

CUESTIONARIO DE CULTURA DE EMPRENDIMIENTO

El presente cuestionario tiene por objetivo determinar la repercusión de la cultura de emprendimiento en el emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrillas en la Ciudad de Trujillo. Este instrumento es completamente privado y la información que de él se obtenga es totalmente reservada y válida sólo para los fines académicos de la presente investigación. En su desarrollo debes ser objetivo, honesto y sincero en sus respuestas.

Se agradece por anticipado tu valiosa participación.

INSTRUCCIONES:

Debes marcar con absoluta objetividad con un **aspa (X)** en la columna que correspondiente de cada una de las interrogantes. La equivalencia de su respuesta tiene el siguiente puntaje:

Nunca **1**

Casi nunca **2**

A veces **3**

Casi siempre **4**

Siempre **5**

N°	CULTURA DE EMPRENDIMIENTO	ALTERNATIVA				
		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
	Autoeficacia emprendedora					
1	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos					
2	Mantengo bajo control el proceso de creación de un emprendimiento innovador					
3	Mantengo relaciones favorables con potenciales inversores					
4	Tengo la idea de un emprendimiento definido plenamente					
5	Creo y pongo en funcionamiento de una nueva idea de emprendimiento a pesar de los cambios inesperados					
6	Me relaciono con personas claves para realizar un nuevo emprendimiento					
	Personalidad emprendedora					
7	Estoy constantemente buscando nuevas maneras de mejorar mi vida					
8	Me encanta luchar por mis ideas, incluso contra la oposición de los demás					
9	Me siento impulsado a hacer la diferencia en mi comunidad					

10	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos					
-----------	---	--	--	--	--	--

Propensión al riesgo		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
11	Me gusta afrontar y superar los riesgos que se presentan en mi camino					
12	No importa las probabilidades, si creo en algo voy a hacer que eso suceda					
Intención emprendedora		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
13	Tengo la disposición a esforzarme lo que sea necesario para ser emprendedor					
14	Creo que mi formación académica contribuye al fortalecimiento de mi capacidad emprendedora					
15	Considero que tengo la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas					

ANEXO 2

CUESTIONARIO DE EMPRENDIMIENTO DIGITAL

El presente cuestionario tiene por objetivo determinar la repercusión de la cultura de emprendimiento en el emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrillas en la Ciudad de Trujillo. Este instrumento es completamente privado y la información que

de él se obtenga es totalmente reservada y válida sólo para los fines académicos de la presente investigación. En su desarrollo debes ser objetivo, honesto y sincero en sus respuestas.

Se agradece por anticipado tu valiosa participación.

INSTRUCCIONES:

Debes marcar con absoluta objetividad con un **aspa (X)** en la columna que correspondiente de cada una de las interrogantes. La equivalencia de su respuesta tiene el siguiente puntaje:

Totalmente desacuerdo 1

En desacuerdo 2

Indiferente 3

De acuerdo 4

Totalmente de acuerdo 5

N°	EMPREDIMIENTO DIGITAL	ALTERNATIVA				
		Totalmente Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Interacción social						
1	A través de mi forma de comunicarme suelo establecer buenas relaciones con los demás.					
2	Tengo buena capacidad para calcular y anticipar lo que quiero conseguir o lograr en cada situación social.					
3	Cuando me relaciono con gente suelo ser consciente del espacio donde estamos y cómo influye en la relación.					
4	Utilizo eficazmente las tecnologías de la información y redes sociales para potenciar mis relaciones con los demás.					
5	Suelo construir mis relaciones con los demás en base a valores, para que sean buenas y de calidad.					
6	Me relaciono bien con personas que comparten mis habilidades artísticas y la cultura en general.					
7	Me gusta aprender de los demás y crear con ellos diversos productos parrilleros.					
8	Tengo valor y empuje para iniciar relaciones sociales y conocer gente nueva, superando la timidez social.					
Motivación y la fuerza interior		Totalmente Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
9	Suelo dialogar y reflexionar conmigo mismo/a de forma positiva, dándome mensajes de ánimo y éxito.					
10	Tengo buena capacidad para medir los resultados de mis esfuerzos y calcular las claves de éxito en mis tareas.					
11	Tengo en cuenta el sitio o espacio en donde estoy y cómo puede facilitar o dificultar el logro de mis objetivos.					
12	A menudo utilizo aplicaciones informáticas para hacer más cosas y mejorarlas, y eso me gusta y me motiva.					
13	Generalmente estoy motivado/a por mejorar el mundo y las cosas que no funcionan: pobreza, hambre, marginación.					

14	Me gusta el arte y la cultura allá donde voy, además me apetece expresar mis ideas de algún modo artístico.					
15	Me gusta mejorar y superarme, me motiva poder aprender cosas nuevas y ser más hábil y profesional cada vez.					
16	Procuro realizarme como persona y desarrollar mi potencial, con esfuerzo y buscando motivación para ello.					
Mejora e innovación		Totalmente Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
17	Me gusta innovar las cosas, hacer o crear algo nuevo y además tengo facilidad para comunicarlo y escribirlo.					
18	Tengo facilidad para transformar mis ideas y creaciones en productos acabados, concretos y aptos para ser producidos.					
19	Me gusta interaccionar con los espacios y sitios donde estoy, recreándolos, cambiándolos y mejorándolos incluso.					
20	Me gusta crear cosas y productos con la informática, buscando aplicaciones para ello o incluso creándolas yo.					
21	Además de ayudar a los demás y mejorar el mundo, me gusta proponer ideas nuevas y eficaces para ello.					
22	Me gusta crear productos parrilleros, cultivar diversas habilidades gastronómicas y experimentar con ellas.					
23	Además de inventar, me intereso por aprender a inventar mejor, me fijo en otros chefs para mejorar mi creatividad.					
24	Suelo tener iniciativa creadora e inventiva, no me dejo llevar por lo fácil y cómodo, o lo que hace la mayoría.					
Ético humanista		Totalmente Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
25	Además de asumir unos valores humanos, tengo facilidad para transmitirlos y compartirlos con los demás.					
26	Utilizo las matemáticas y el cálculo para hacer operaciones justas y equitativas, para redistribuir bien las cosas.					
27	Me fijo en la ecología de los espacios y sitios donde estoy, incluso propongo sencillas mejoras medioambientales.					
28	Utilizo las redes sociales y en general internet para transmitir y compartir valores humanos y solidaridad.					
29	Procuro practicar mis valores y opciones en mis relaciones sociales, trato de hacer una sociedad mejor y más justa.					
30	Utilizo diversas manifestaciones artísticas para transmitir valores humanos y sensibilizar socialmente.					
31	Me intereso por aprender a ayudar mejor, a ser más eficaz en proyectos solidarios, a aprender de los humanistas.					
32	Tengo valor y seguridad a la hora de afirmar mis valores humanos y opciones, o defender lo que considero justo.					
Simbólico humanista		Totalmente Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
33	Me intereso por comunicarme mejor, con más estilo y eficacia, utilizando varias herramientas comunicativas.					
34	Elaboro discursos y mensajes desde la lógica, con recursos lingüísticos o un hilo conductor, buscando la eficacia.					
35	Adapto mi mensaje y mi comunicación al sitio o lugar donde estoy, incluso utilizo el lugar para comunicar.					

36	Utilizo las tecnologías de la comunicación (redes sociales, internet) para comunicarme más rápido y mejor.					
37	Utilizo buenos recursos comunicativos para expresar actitudes y valores humanos y sociales.					
38	Me gusta comunicar ideas en varios formatos a través del arte y la cultura: pintura, poesía, música, imagen, danza.					
39	Me intereso por mejorar mi capacidad comunicativa, tanto verbal como no verbal, me gusta comunicar más y mejor.					
40	Me lanzo a comunicar superando incluso algunas barreras, como el miedo o la timidez, tengo iniciativa para hablar.					
Tecnologías		Totalmente Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
41	Empleo las aplicaciones ofimáticas (procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones en tareas de oficina.					
42	No tengo problemas en administrar mis correos de negocios masivos para mis clientes.					
43	Puedo crear sin problemas material audiovisual en apoyo a difundir mi negocio.					
44	Se adquirir y administrar un dominio web para mi negocio.					
45	Administro un servidor web y publico contenidos en páginas web para mi negocio.					
46	Puedo gestionar las redes sociales en apoyo a mi negocio.					
47	Puedo implementar cualquier medio de pago digital que requiera mi negocio.					
48	Puedo administrar las videoconferencias y organizar reuniones con mis proveedores, clientes y socios.					
Gestión		Totalmente Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
49	Me siento cómodo empleando herramientas de planificación estratégica.					
50	Puedo desarrollar un plan de negocio adecuado a mi proyecto o idea de negocio.					
51	Me siento confiado acerca del manejo del dinero como recurso empresarial.					
52	Puedo proyectar mis necesidades de capital de trabajo.					
53	Aplico el lienzo de negocio con facilidad y me ayuda en clarificar mi idea de negocio.					
54	Puedo estimar el punto de equilibrio de mi negocio.					
55	Puedo determinar los atributos de valor de mi producto o servicio.					
56	Puedo gestionar la cadena de valor de mi producto o servicio.					

**ANEXO 3 CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
QUE MIDE LA VARIABLE: CULTURA DE EMPRENDIMIENTO**

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Claridad ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: Autoeficacia emprendedora								
1	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos	X		X		X		
2	Mantengo bajo control el proceso de creación de un emprendimiento innovador	X		X		X		
3	Mantengo relaciones favorables con potenciales inversores	X		X		X		
4	Tengo la idea de un emprendimiento definido plenamente	X		X		X		
5	Creo y pongo en funcionamiento de una nueva idea de emprendimiento a pesar de los cambios inesperados	X		X		X		
6	Me relaciono con personas claves para realizar un nuevo emprendimiento	X		X		X		
DIMENSIÓN: Personalidad emprendedora								
7	Estoy constantemente buscando nuevas maneras de mejorar mi vida	X		X		X		
8	Me encanta luchar por mis ideas, incluso contra la oposición de los demás	X		X		X		
9	Me siento impulsado a hacer la diferencia en mi comunidad	X		X		X		
10	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos	X		X		X		
DIMENSIÓN: Propensión al riesgo								
11	Me gusta afrontar y superar los riesgos que se presentan en mi camino	X		X		X		
12	No importa las probabilidades, si creo en algo voy a hacer que eso suceda	X		X		X		
DIMENSIÓN: Intensión emprendedora								
13	Tengo la disposición a esforzarme lo que sea necesario para ser emprendedor	X		X		X		
14	Creo que mi formación académica contribuye al fortalecimiento de mi capacidad emprendedora	X		X		X		
15	Considero que tengo la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Pino Vásquez Luis Alejandro DNI: 42384592

Especialidad del validador: Técnico Publicista

Fecha:02/06/2022

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

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

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

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



.....
Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE
MIDE LA VARIABLE: CULTURA DE EMPRENDIMIENTO**

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Claridad ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: Autoeficacia emprendedora								
1	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos	X		X		X		
2	Mantengo bajo control el proceso de creación de un emprendimiento innovador	X		X		X		
3	Mantengo relaciones favorables con potenciales inversores	X		X		X		
4	Tengo la idea de un emprendimiento definido plenamente	X		X		X		
5	Creo y pongo en funcionamiento de una nueva idea de emprendimiento a pesar de los cambios inesperados	X		X		X		
6	Me relaciono con personas claves para realizar un nuevo emprendimiento	X		X		X		
DIMENSIÓN: Personalidad emprendedora								
7	Estoy constantemente buscando nuevas maneras de mejorar mi vida	X		X		X		
8	Me encanta luchar por mis ideas, incluso contra la oposición de los demás	X		X		X		
9	Me siento impulsado a hacer la diferencia en mi comunidad	X		X		X		
10	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos	X		X		X		
DIMENSIÓN: Propensión al riesgo								
11	Me gusta afrontar y superar los riesgos que se presentan en mi camino	X		X		X		
12	No importa las probabilidades, si creo en algo voy a hacer que eso suceda	X		X		X		
DIMENSIÓN: Intensión emprendedora								
13	Tengo la disposición a esforzarme lo que sea necesario para ser emprendedor	X		X		X		
14	Creo que mi formación académica contribuye al fortalecimiento de mi capacidad emprendedora	X		X		X		

Opinión de
Apellidos y nombres
Especialidad del

15	Considero que tengo la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas	X		X		X		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia:

aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable [] del juez validador: Paytan Condori Diana DNI: 45137893 validador: Licenciada en Administración (Fotografía profesional digital)

Fecha:02/06/2022

1Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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


 Firmado por el Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE
MIDE LA VARIABLE: CULTURA DE EMPRENDIMIENTO**

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Claridad ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: Autoeficacia emprendedora								
1	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos	X		X		X		
2	Mantengo bajo control el proceso de creación de un emprendimiento innovador	X		X		X		
3	Mantengo relaciones favorables con potenciales inversores	X		X		X		
4	Tengo la idea de un emprendimiento definido plenamente	X		X		X		
5	Creo y pongo en funcionamiento de una nueva idea de emprendimiento a pesar de los cambios inesperados	X		X		X		
6	Me relaciono con personas claves para realizar un nuevo emprendimiento	X		X		X		
DIMENSIÓN: Personalidad emprendedora								
7	Estoy constantemente buscando nuevas maneras de mejorar mi vida	X		X		X		
8	Me encanta luchar por mis ideas, incluso contra la oposición de los demás	X		X		X		
9	Me siento impulsado a hacer la diferencia en mi comunidad	X		X		X		

Opinión de
Apellidos y nombres
Especialidad del

10	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos	X		X		X		
DIMENSIÓN: Propensión al riesgo								
11	Me gusta afrontar y superar los riesgos que se presentan en mi camino	X		X		X		
12	No importa las probabilidades, si creo en algo voy a hacer que eso suceda	X		X		X		
DIMENSIÓN: Intensión emprendedora								
13	Tengo la disposición a esforzarme lo que sea necesario para ser emprendedor	X		X		X		
14	Creo que mi formación académica contribuye al fortalecimiento de mi capacidad emprendedora	X		X		X		
15	Considero que tengo la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia:

aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No

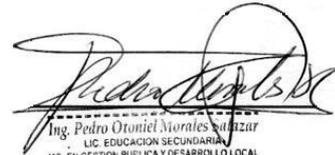
aplicable [] del juez validador: Morales Salazar Pedro DNI:

17910106

validador: Doctor en Administración de la Educación (Metodólogo)

Fecha:02/06/2022

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE
MIDE LA VARIABLE: CULTURA DE EMPRENDIMIENTO**



Ing. Pedro Otomiel Morales Sotolongo
LIC. EDUCACION SECUNDARIA
MG. EN GESTION PUEBLICA Y DESARROLLO LOCAL
DOCTOR EN ADMINISTRACION DE LA EDUCACION

Firma del Experto Informante

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Claridad ²		Relevancia ³		Sugerencias

Opinión de
Apellidos y nombres
Especialidad del

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

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

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

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

		Si	No	Si	No	Si	No
DIMENSIÓN: Autoeficacia emprendedora							
1	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos	X		X		X	
2	Mantengo bajo control el proceso de creación de un emprendimiento innovador	X		X		X	
3	Mantengo relaciones favorables con potenciales inversores	X		X		X	
4	Tengo la idea de un emprendimiento definido plenamente	X		X		X	
5	Creo y pongo en funcionamiento de una nueva idea de emprendimiento a pesar de los cambios inesperados	X		X		X	
6	Me relaciono con personas claves para realizar un nuevo emprendimiento	X		X		X	
DIMENSIÓN: Personalidad emprendedora							
7	Estoy constantemente buscando nuevas maneras de mejorar mi vida	X		X		X	
8	Me encanta luchar por mis ideas, incluso contra la oposición de los demás	X		X		X	
9	Me siento impulsado a hacer la diferencia en mi comunidad	X		X		X	
10	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos	X		X		X	
DIMENSIÓN: Propensión al riesgo							
11	Me gusta afrontar y superar los riesgos que se presentan en mi camino	X		X		X	
12	No importa las probabilidades, si creo en algo voy a hacer que eso suceda	X		X		X	
DIMENSIÓN: Intensión emprendedora							
13	Tengo la disposición a esforzarme lo que sea necesario para ser emprendedor	X		X		X	
14	Creo que mi formación académica contribuye al fortalecimiento de mi capacidad emprendedora	X		X		X	
15	Considero que tengo la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia:

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE
MIDE LA VARIABLE: CULTURA DE EMPRENDIMIENTO**

aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No

aplicable del juez validador: Yache Cuenca Eduardo

DNI: 41645161

validador: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad (Asesor Estadístico)

Fecha:02/06/2022



Firma del Experto Informante

Opinión de

Apellidos y nombres

Especialidad del

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

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

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

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

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Claridad ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: Autoeficacia emprendedora								
1	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos	X		X		X		
2	Mantengo bajo control el proceso de creación de un emprendimiento innovador	X		X		X		
3	Mantengo relaciones favorables con potenciales inversores	X		X		X		
4	Tengo la idea de un emprendimiento definido plenamente	X		X		X		
5	Creo y pongo en funcionamiento de una nueva idea de emprendimiento a pesar de los cambios inesperados	X		X		X		
6	Me relaciono con personas claves para realizar un nuevo emprendimiento	X		X		X		
DIMENSION: Personalidad emprendedora								
7	Estoy constantemente buscando nuevas maneras de mejorar mi vida	X		X		X		
8	Me encanta luchar por mis ideas, incluso contra la oposición de los demás	X		X		X		
9	Me siento impulsado a hacer la diferencia en mi comunidad	X		X		X		
10	Reconozco oportunidades en el mercado y en el entorno para nuevos emprendimientos	X		X		X		
DIMENSIÓN: Propensión al riesgo								
11	Me gusta afrontar y superar los riesgos que se presentan en mi camino	X		X		X		
12	No importa las probabilidades, si creo en algo voy a hacer que eso suceda	X		X		X		
DIMENSIÓN: Intensión emprendedora								
13	Tengo la disposición a esforzarme lo que sea necesario para ser emprendedor	X		X		X		

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE
MIDE LA VARIABLE: CULTURA DE EMPRENDIMIENTO**

14	Creo que mi formación académica contribuye al fortalecimiento de mi capacidad emprendedora	X		X		X		
15	Considero que tengo la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia:

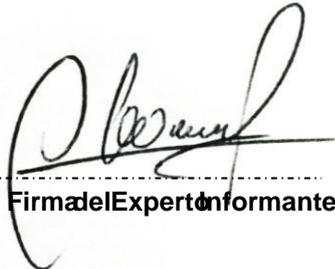
aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

del juez validador: Oré Leiva Julián

DNI: 00507457

validador: Doctor en Ciencias Empresariales (Marketing digital)

Fecha:02/06/2022



Firma del Experto Informante

Opinión de

Apellidos y nombres

Especialidad del

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

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

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

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

**ANEXO 4 CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL
INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: EMPRENDIMIENTO DIGITAL**

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Claridad ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: Interacción social								
1	A través de mi forma de comunicarme suelo establecer buenas relaciones con los demás.	X		X		X		
2	Tengo buena capacidad para calcular y anticipar lo que quiero conseguir o lograr en cada situación social.	X		X		X		
3	Cuando me relaciono con gente suelo ser consciente del espacio donde estamos y cómo influye en la relación.	X		X		X		
4	Utilizo eficazmente las tecnologías de la información y redes sociales para potenciar mis relaciones con los demás.	X		X		X		
5	Suelo construir mis relaciones con los demás en base a valores, para que sean buenas y de calidad.	X		X		X		
6	Me relaciono bien con personas que comparten mis habilidades artísticas y la cultura en general.	X		X		X		
7	Me gusta aprender de los demás y crear con ellos diversos productos parrilleros.	X		X		X		
8	Tengo valor y empuje para iniciar relaciones sociales y conocer gente nueva, superando la timidez social.	X		X		X		
DIMENSION: Motivación y la fuerza interior								
9	Suelo dialogar y reflexionar conmigo mismo/a de forma positiva, dándome mensajes de ánimo y éxito.	X		X		X		
10	Tengo buena capacidad para medir los resultados de mis esfuerzos y calcular las claves de éxito en mis tareas.	X		X		X		
11	Tengo en cuenta el sitio o espacio en donde estoy y cómo puede facilitar o dificultar el logro de mis objetivos.	X		X		X		
12	A menudo utilizo aplicaciones informáticas para hacer más cosas y mejorarlas, y eso me gusta y me motiva.	X		X		X		
13	Generalmente estoy motivado/a por mejorar el mundo y las cosas que no funcionan: pobreza, hambre, marginación.	X		X		X		

14	Me gusta el arte y la cultura allá donde voy, además me apetece expresar mis ideas de algún modo artístico.	X		X		X		
15	Me gusta mejorar y superarme, me motiva poder aprender cosas nuevas y ser más hábil y profesional cada vez.	X		X		X		
16	Procuro realizarme como persona y desarrollar mi potencial, con esfuerzo y buscando motivación para ello.	X		X		X		
DIMENSIÓN: Mejora e innovación								
17	Me gusta innovar las cosas, hacer o crear algo nuevo y además tengo facilidad para comunicarlo y escribirlo.	X		X		X		
18	Tengo facilidad para transformar mis ideas y creaciones en productos acabados, concretos y aptos para ser producidos.	X		X		X		
19	Me gusta interaccionar con los espacios y sitios donde estoy, recreándolos, cambiándolos y mejorándolos incluso.	X		X		X		
20	Me gusta crear cosas y productos con la informática, buscando aplicaciones para ello o incluso creándolas yo.	X		X		X		
21	Además de ayudar a los demás y mejorar el mundo, me gusta proponer ideas nuevas y eficaces para ello.	X		X		X		
22	Me gusta crear productos parrilleros, cultivar diversas habilidades gastronómicas y experimentar con ellas.	X		X		X		
23	Además de inventar, me intereso por aprender a inventar mejor, me fijo en otros chefs para mejorar mi creatividad.	X		X		X		
24	Suelo tener iniciativa creadora e inventiva, no me dejo llevar por lo fácil y cómodo, o lo que hace la mayoría.	X		X		X		
DIMENSIÓN: Ético humanista								
25	Además de asumir unos valores humanos, tengo facilidad para transmitirlos y compartirlos con los demás.	X		X		X		
26	Utilizo las matemáticas y el cálculo para hacer operaciones justas y equitativas, para redistribuir bien las cosas.	X		X		X		
27	Me fijo en la ecología de los espacios y sitios donde estoy, incluso propongo sencillas mejoras medioambientales.	X		X		X		
28	Utilizo las redes sociales y en general internet para transmitir y compartir valores humanos y solidaridad.	X		X		X		

29	Procuro practicar mis valores y opciones en mis relaciones sociales, trato de hacer una sociedad mejor y más justa.	X		X		X		
30	Utilizo diversas manifestaciones artísticas para transmitir valores humanos y sensibilizar socialmente.	X		X		X		
31	Me intereso por aprender a ayudar mejor, a ser más eficaz en proyectos solidarios, a aprender de los humanistas.	X		X		X		

32	Tengo valor y seguridad a la hora de afirmar mis valores humanos y opciones, o defender lo que considero justo.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

DIMENSIÓN: Simbólico humanista

33	Me intereso por comunicarme mejor, con más estilo y eficacia, utilizando varias herramientas comunicativas.	X		X		X		
34	Elaboro discursos y mensajes desde la lógica, con recursos lingüísticos o un hilo conductor, buscando la eficacia.	X		X		X		
35	Adapto mi mensaje y mi comunicación al sitio o lugar donde estoy, incluso utilizo el lugar para comunicar.	X		X		X		
36	Utilizo las tecnologías de la comunicación (redes sociales, internet) para comunicarme más rápido y mejor.	X		X		X		
37	Utilizo buenos recursos comunicativos para expresar actitudes y valores humanos y sociales.	X		X		X		
38	Me gusta comunicar ideas en varios formatos a través del arte y la cultura: pintura, poesía, música, imagen, danza.	X		X		X		
39	Me intereso por mejorar mi capacidad comunicativa, tanto verbal como no verbal, me gusta comunicar más y mejor.	X		X		X		
40	Me lanzo a comunicar superando incluso algunas barreras, como el miedo o la timidez, tengo iniciativa para hablar.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Tecnologías

41	Empleo las aplicaciones ofimáticas (procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones en tareas de oficina).	X		X		X		
42	No tengo problemas en administrar mis correos de negocios masivos para mis clientes.	X		X		X		
43	Puedo crear sin problemas material audiovisual en apoyo a difundir mi negocio.	X		X		X		
44	Se adquirir y administrar un dominio web para mi negocio.	X		X		X		

45	Administro un servidor web y publico contenidos en páginas web para mi negocio.	X		X		X		
46	Puedo gestionar las redes sociales en apoyo a mi negocio.	X		X		X		
47	Puedo implementar cualquier medio de pago digital que requiera mi negocio.	X		X		X		
48	Puedo administrar las videoconferencias y organizar reuniones con mis proveedores, clientes y socios.	X		X		X		
DIMENSIÓN: Gestión								
49	Me siento cómodo empleando herramientas de planificación estratégica.	X		X		X		
50	Puedo desarrollar un plan de negocio adecuado a mi proyecto o idea de negocio.	X		X		X		
51	Me siento confiado acerca del manejo del dinero como recurso empresarial.	X		X		X		
52	Puedo proyectar mis necesidades de capital de trabajo.	X		X		X		
53	Aplico el lienzo de negocio con facilidad y me ayuda en clarificar mi idea de negocio.	X		X		X		
54	Puedo estimar el punto de equilibrio de mi negocio.	X		X		X		
55	Puedo determinar los atributos de valor de mi producto o servicio.	X		X		X		
56	Puedo gestionar la cadena de valor de mi producto o servicio.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: Pino Vásquez Luis Alejandro DNI: 42384592

Especialidad del validador: Diseñador Publicitario

Fecha:02/06/2022

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

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

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

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



Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE
MIDE LA VARIABLE: EMPRENDIMIENTO DIGITAL**

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Claridad ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: Interacción social								
1	A través de mi forma de comunicarme suelo establecer buenas relaciones con los demás.	X		X		X		
2	Tengo buena capacidad para calcular y anticipar lo que quiero conseguir o lograr en cada situación social.	X		X		X		
3	Cuando me relaciono con gente suelo ser consciente del espacio donde estamos y cómo influye en la relación.	X		X		X		
4	Utilizo eficazmente las tecnologías de la información y redes sociales para potenciar mis relaciones con los demás.	X		X		X		
5	Suelo construir mis relaciones con los demás en base a valores, para que sean buenas y de calidad.	X		X		X		
6	Me relaciono bien con personas que comparten mis habilidades artísticas y la cultura en general.	X		X		X		
7	Me gusta aprender de los demás y crear con ellos diversos productos parrilleros.	X		X		X		
8	Tengo valor y empuje para iniciar relaciones sociales y conocer gente nueva, superando la timidez social.	X		X		X		
DIMENSION: Motivación y la fuerza interior								
9	Suelo dialogar y reflexionar conmigo mismo/a de forma positiva, dándome mensajes de ánimo y éxito.	X		X		X		

10	Tengo buena capacidad para medir los resultados de mis esfuerzos y calcular las claves de éxito en mis tareas.	X		X		X		
11	Tengo en cuenta el sitio o espacio en donde estoy y cómo puede facilitar o dificultar el logro de mis objetivos.	X		X		X		
12	A menudo utilizo aplicaciones informáticas para hacer más cosas y mejorarlas, y eso me gusta y me motiva.	X		X		X		
13	Generalmente estoy motivado/a por mejorar el mundo y las cosas que no funcionan: pobreza, hambre, marginación.	X		X		X		
14	Me gusta el arte y la cultura allá donde voy, además me apetece expresar mis ideas de algún modo artístico.	X		X		X		
15	Me gusta mejorar y superarme, me motiva poder aprender cosas nuevas y ser más hábil y profesional cada vez.	X		X		X		

16	Procuro realizarme como persona y desarrollar mi potencial, con esfuerzo y buscando motivación para ello.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

DIMENSIÓN: Mejora e innovación

17	Me gusta innovar las cosas, hacer o crear algo nuevo y además tengo facilidad para comunicarlo y escribirlo.	X		X		X		
18	Tengo facilidad para transformar mis ideas y creaciones en productos acabados, concretos y aptos para ser producidos.	X		X		X		
19	Me gusta interaccionar con los espacios y sitios donde estoy, recreándolos, cambiándolos y mejorándolos incluso.	X		X		X		
20	Me gusta crear cosas y productos con la informática, buscando aplicaciones para ello o incluso creándolas yo.	X		X		X		
21	Además de ayudar a los demás y mejorar el mundo, me gusta proponer ideas nuevas y eficaces para ello.	X		X		X		
22	Me gusta crear productos parrilleros, cultivar diversas habilidades gastronómicas y experimentar con ellas.	X		X		X		
23	Además de inventar, me intereso por aprender a inventar mejor, me fijo en otros chefs para mejorar mi creatividad.	X		X		X		
24	Suelo tener iniciativa creadora e inventiva, no me dejo llevar por lo fácil y cómodo, o lo que hace la mayoría.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Ético humanista

25	Además de asumir unos valores humanos, tengo facilidad para transmitirlos y compartirlos con los demás.	X		X		X		
26	Utilizo las matemáticas y el cálculo para hacer operaciones justas y equitativas, para redistribuir bien las cosas.	X		X		X		
27	Me fijo en la ecología de los espacios y sitios donde estoy, incluso propongo sencillas mejoras medioambientales.	X		X		X		
28	Utilizo las redes sociales y en general internet para transmitir y compartir valores humanos y solidaridad.	X		X		X		
29	Procuro practicar mis valores y opciones en mis relaciones sociales, trato de hacer una sociedad mejor y más justa.	X		X		X		
30	Utilizo diversas manifestaciones artísticas para transmitir valores humanos y sensibilizar socialmente.	X		X		X		
31	Me intereso por aprender a ayudar mejor, a ser más eficaz en proyectos solidarios, a aprender de los humanistas.	X		X		X		
32	Tengo valor y seguridad a la hora de afirmar mis valores humanos y opciones, o defender lo que considero justo.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Simbólico humanista

33	Me intereso por comunicarme mejor, con más estilo y eficacia, utilizando varias herramientas comunicativas.	X		X		X		
34	Elaboro discursos y mensajes desde la lógica, con recursos lingüísticos o un hilo conductor, buscando la eficacia.	X		X		X		
35	Adapto mi mensaje y mi comunicación al sitio o lugar donde estoy, incluso utilizo el lugar para comunicar.	X		X		X		
36	Utilizo las tecnologías de la comunicación (redes sociales, internet) para comunicarme más rápido y mejor.	X		X		X		
37	Utilizo buenos recursos comunicativos para expresar actitudes y valores humanos y sociales.	X		X		X		
38	Me gusta comunicar ideas en varios formatos a través del arte y la cultura: pintura, poesía, música, imagen, danza.	X		X		X		
39	Me intereso por mejorar mi capacidad comunicativa, tanto verbal como no verbal, me gusta comunicar más y mejor.	X		X		X		
40	Me lanzo a comunicar superando incluso algunas barreras, como el miedo o la timidez, tengo iniciativa para hablar.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Tecnologías								
41	Empleo las aplicaciones ofimáticas (procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones en tareas de oficina.	X		X		X		
42	No tengo problemas en administrar mis correos de negocios masivos para mis clientes.	X		X		X		
43	Puedo crear sin problemas material audiovisual en apoyo a difundir mi negocio.	X		X		X		
44	Se adquirir y administrar un dominio web para mi negocio.	X		X		X		
45	Administro un servidor web y publico contenidos en páginas web para mi negocio.	X		X		X		
46	Puedo gestionar las redes sociales en apoyo a mi negocio.	X		X		X		
47	Puedo implementar cualquier medio de pago digital que requiera mi negocio.	X		X		X		
48	Puedo administrar las videoconferencias y organizar reuniones con mis proveedores, clientes y socios.	X		X		X		
DIMENSIÓN: Gestión								
49	Me siento cómodo empleando herramientas de planificación estratégica.	X		X		X		
50	Puedo desarrollar un plan de negocio adecuado a mi proyecto o idea de negocio.	X		X		X		
51	Me siento confiado acerca del manejo del dinero como recurso empresarial.	X		X		X		
52	Puedo proyectar mis necesidades de capital de trabajo.	X		X		X		
53	Aplico el lienzo de negocio con facilidad y me ayuda en clarificar mi idea de negocio.	X		X		X		
54	Puedo estimar el punto de equilibrio de mi negocio.	X		X		X		
55	Puedo determinar los atributos de valor de mi producto o servicio.	X		X		X		
56	Puedo gestionar la cadena de valor de mi producto o servicio.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Paytan Condori Diana DNI: 45137893

Especialidad del validador: Licenciada en Administración (Fotografía profesional digital)

Fecha:02/06/2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



Firma del Experto Informante

ING. PEDRO MANUEL MORALES VIQUEZ
MAG. EN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO LOCAL
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: EMPRENDIMIENTO DIGITAL

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Claridad ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: Interacción social								
1	A través de mi forma de comunicarme suelo establecer buenas relaciones con los demás.	X		X		X		
2	Tengo buena capacidad para calcular y anticipar lo que quiero conseguir o lograr en cada situación social.	X		X		X		
3	Cuando me relaciono con gente suelo ser consciente del espacio donde estamos y cómo influye en la relación.	X		X		X		
4	Utilizo eficazmente las tecnologías de la información y redes sociales para potenciar mis relaciones con los demás.	X		X		X		
5	Suelo construir mis relaciones con los demás en base a valores, para que sean buenas y de calidad.	X		X		X		
6	Me relaciono bien con personas que comparten mis habilidades artísticas y la cultura en general.	X		X		X		
7	Me gusta aprender de los demás y crear con ellos diversos productos parrilleros.	X		X		X		
8	Tengo valor y empuje para iniciar relaciones sociales y conocer gente nueva, superando la timidez social.	X		X		X		

DIMENSION: Motivación y la fuerza interior

9	Suelo dialogar y reflexionar conmigo mismo/a de forma positiva, dándome mensajes de ánimo y éxito.	X		X		X		
10	Tengo buena capacidad para medir los resultados de mis esfuerzos y calcular las claves de éxito en mis tareas.	X		X		X		
11	Tengo en cuenta el sitio o espacio en donde estoy y cómo puede facilitar o dificultar el logro de mis objetivos.	X		X		X		
12	A menudo utilizo aplicaciones informáticas para hacer más cosas y mejorarlas, y eso me gusta y me motiva.	X		X		X		
13	Generalmente estoy motivado/a por mejorar el mundo y las cosas que no funcionan: pobreza, hambre, marginación.	X		X		X		
14	Me gusta el arte y la cultura allá donde voy, además me apetece expresar mis ideas de algún modo artístico.	X		X		X		
15	Me gusta mejorar y superarme, me motiva poder aprender cosas nuevas y ser más hábil y profesional cada vez.	X		X		X		

16	Procuro realizarme como persona y desarrollar mi potencial, con esfuerzo y buscando motivación para ello.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

DIMENSIÓN: Mejora e innovación

17	Me gusta innovar las cosas, hacer o crear algo nuevo y además tengo facilidad para comunicarlo y escribirlo.	X		X		X		
18	Tengo facilidad para transformar mis ideas y creaciones en productos acabados, concretos y aptos para ser producidos.	X		X		X		
19	Me gusta interaccionar con los espacios y sitios donde estoy, recreándolos, cambiándolos y mejorándolos incluso.	X		X		X		
20	Me gusta crear cosas y productos con la informática, buscando aplicaciones para ello o incluso creándolas yo.	X		X		X		
21	Además de ayudar a los demás y mejorar el mundo, me gusta proponer ideas nuevas y eficaces para ello.	X		X		X		
22	Me gusta crear productos parrilleros, cultivar diversas habilidades gastronómicas y experimentar con ellas.	X		X		X		
23	Además de inventar, me intereso por aprender a inventar mejor, me fijo en otros chefs para mejorar mi creatividad.	X		X		X		

24	Suelo tener iniciativa creadora e inventiva, no me dejo llevar por lo fácil y cómodo, o lo que hace la mayoría.	X		X		X		
DIMENSIÓN: Ético humanista								
25	Además de asumir unos valores humanos, tengo facilidad para transmitirlos y compartirlos con los demás.	X		X		X		
26	Utilizo las matemáticas y el cálculo para hacer operaciones justas y equitativas, para redistribuir bien las cosas.	X		X		X		
27	Me fijo en la ecología de los espacios y sitios donde estoy, incluso propongo sencillas mejoras medioambientales.	X		X		X		
28	Utilizo las redes sociales y en general internet para transmitir y compartir valores humanos y solidaridad.	X		X		X		
29	Procuro practicar mis valores y opciones en mis relaciones sociales, trato de hacer una sociedad mejor y más justa.	X		X		X		
30	Utilizo diversas manifestaciones artísticas para transmitir valores humanos y sensibilizar socialmente.	X		X		X		
31	Me intereso por aprender a ayudar mejor, a ser más eficaz en proyectos solidarios, a aprender de los humanistas.	X		X		X		
32	Tengo valor y seguridad a la hora de afirmar mis valores humanos y opciones, o defender lo que considero justo.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Simbólico humanista								
33	Me intereso por comunicarme mejor, con más estilo y eficacia, utilizando varias herramientas comunicativas.	X		X		X		
34	Elaboro discursos y mensajes desde la lógica, con recursos lingüísticos o un hilo conductor, buscando la eficacia.	X		X		X		
35	Adapto mi mensaje y mi comunicación al sitio o lugar donde estoy, incluso utilizo el lugar para comunicar.	X		X		X		
36	Utilizo las tecnologías de la comunicación (redes sociales, internet) para comunicarme más rápido y mejor.	X		X		X		
37	Utilizo buenos recursos comunicativos para expresar actitudes y valores humanos y sociales.	X		X		X		
38	Me gusta comunicar ideas en varios formatos a través del arte y la cultura: pintura, poesía, música, imagen, danza.	X		X		X		
39	Me intereso por mejorar mi capacidad comunicativa, tanto verbal como no verbal, me gusta comunicar más y mejor.	X		X		X		

40	Me lanzo a comunicar superando incluso algunas barreras, como el miedo o la timidez, tengo iniciativa para hablar.	X		X		X		
DIMENSIÓN: Tecnologías								
41	Empleo las aplicaciones ofimáticas (procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones en tareas de oficina.	X		X		X		
42	No tengo problemas en administrar mis correos de negocios masivos para mis clientes.	X		X		X		
43	Puedo crear sin problemas material audiovisual en apoyo a difundir mi negocio.	X		X		X		
44	Se adquirir y administrar un dominio web para mi negocio.	X		X		X		
45	Administro un servidor web y publico contenidos en páginas web para mi negocio.	X		X		X		
46	Puedo gestionar las redes sociales en apoyo a mi negocio.	X		X		X		
47	Puedo implementar cualquier medio de pago digital que requiera mi negocio.	X		X		X		
48	Puedo administrar las videoconferencias y organizar reuniones con mis proveedores, clientes y socios.	X		X		X		
DIMENSIÓN: Gestión								
49	Me siento cómodo empleando herramientas de planificación estratégica.	X		X		X		
50	Puedo desarrollar un plan de negocio adecuado a mi proyecto o idea de negocio.	X		X		X		
51	Me siento confiado acerca del manejo del dinero como recurso empresarial.	X		X		X		
52	Puedo proyectar mis necesidades de capital de trabajo.	X		X		X		
53	Aplico el lienzo de negocio con facilidad y me ayuda en clarificar mi idea de negocio.	X		X		X		
54	Puedo estimar el punto de equilibrio de mi negocio.	X		X		X		
55	Puedo determinar los atributos de valor de mi producto o servicio.	X		X		X		
56	Puedo gestionar la cadena de valor de mi producto o servicio.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Morales Salazar Pedro DNI: 17910106

Especialidad del validador: Doctor en Administración de la Educación (Metodólogo)

Fecha:02/06/2022

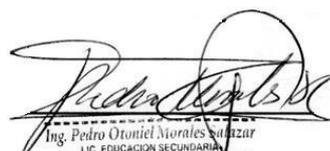
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para

medir la dimensión



Ing. Pedro Otoniel Morales Salazar
LIC. EDUCACION SECUNDARIA
Mg. EN GESTION PUEBLICA Y DESARROLLO LOCAL
DOCTOR EN ADMINISTRACION DE LA EDUCACION

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: EMPRENDIMIENTO DIGITAL

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Claridad ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: Interacción social								
1	A través de mi forma de comunicarme suelo establecer buenas relaciones con los demás.	X		X		X		
2	Tengo buena capacidad para calcular y anticipar lo que quiero conseguir o lograr en cada situación social.	X		X		X		
3	Cuando me relaciono con gente suelo ser consciente del espacio donde estamos y cómo influye en la relación.	X		X		X		

4	Utilizo eficazmente las tecnologías de la información y redes sociales para potenciar mis relaciones con los demás.	X		X		X		
5	Suelo construir mis relaciones con los demás en base a valores, para que sean buenas y de calidad.	X		X		X		
6	Me relaciono bien con personas que comparten mis habilidades artísticas y la cultura en general.	X		X		X		
7	Me gusta aprender de los demás y crear con ellos diversos productos parrilleros.	X		X		X		
8	Tengo valor y empuje para iniciar relaciones sociales y conocer gente nueva, superando la timidez social.	X		X		X		

DIMENSION: Motivación y la fuerza interior

9	Suelo dialogar y reflexionar conmigo mismo/a de forma positiva, dándome mensajes de ánimo y éxito.	X		X		X		
10	Tengo buena capacidad para medir los resultados de mis esfuerzos y calcular las claves de éxito en mis tareas.	X		X		X		
11	Tengo en cuenta el sitio o espacio en donde estoy y cómo puede facilitar o dificultar el logro de mis objetivos.	X		X		X		
12	A menudo utilizo aplicaciones informáticas para hacer más cosas y mejorarlas, y eso me gusta y me motiva.	X		X		X		
13	Generalmente estoy motivado/a por mejorar el mundo y las cosas que no funcionan: pobreza, hambre, marginación.	X		X		X		
14	Me gusta el arte y la cultura allá donde voy, además me apetece expresar mis ideas de algún modo artístico.	X		X		X		
15	Me gusta mejorar y superarme, me motiva poder aprender cosas nuevas y ser más hábil y profesional cada vez.	X		X		X		

16	Procuro realizarme como persona y desarrollar mi potencial, con esfuerzo y buscando motivación para ello.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

DIMENSIÓN: Mejora e innovación

17	Me gusta innovar las cosas, hacer o crear algo nuevo y además tengo facilidad para comunicarlo y escribirlo.	X		X		X		
18	Tengo facilidad para transformar mis ideas y creaciones en productos acabados, concretos y aptos para ser producidos.	X		X		X		

19	Me gusta interaccionar con los espacios y sitios donde estoy, recreándolos, cambiándolos y mejorándolos incluso.	X		X		X		
20	Me gusta crear cosas y productos con la informática, buscando aplicaciones para ello o incluso creándolas yo.	X		X		X		
21	Además de ayudar a los demás y mejorar el mundo, me gusta proponer ideas nuevas y eficaces para ello.	X		X		X		
22	Me gusta crear productos parrilleros, cultivar diversas habilidades gastronómicas y experimentar con ellas.	X		X		X		
23	Además de inventar, me intereso por aprender a inventar mejor, me fijo en otros chefs para mejorar mi creatividad.	X		X		X		
24	Suelo tener iniciativa creadora e inventiva, no me dejo llevar por lo fácil y cómodo, o lo que hace la mayoría.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Ético humanista

25	Además de asumir unos valores humanos, tengo facilidad para transmitirlos y compartirlos con los demás.	X		X		X		
26	Utilizo las matemáticas y el cálculo para hacer operaciones justas y equitativas, para redistribuir bien las cosas.	X		X		X		
27	Me fijo en la ecología de los espacios y sitios donde estoy, incluso propongo sencillas mejoras medioambientales.	X		X		X		
28	Utilizo las redes sociales y en general internet para transmitir y compartir valores humanos y solidaridad.	X		X		X		
29	Procuro practicar mis valores y opciones en mis relaciones sociales, trato de hacer una sociedad mejor y más justa.	X		X		X		
30	Utilizo diversas manifestaciones artísticas para transmitir valores humanos y sensibilizar socialmente.	X		X		X		
31	Me intereso por aprender a ayudar mejor, a ser más eficaz en proyectos solidarios, a aprender de los humanistas.	X		X		X		
32	Tengo valor y seguridad a la hora de afirmar mis valores humanos y opciones, o defender lo que considero justo.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Simbólico humanista

33	Me intereso por comunicarme mejor, con más estilo y eficacia, utilizando varias herramientas comunicativas.	X		X		X		
34	Elaboro discursos y mensajes desde la lógica, con recursos lingüísticos o un hilo conductor, buscando la eficacia.	X		X		X		

35	Adapto mi mensaje y mi comunicación al sitio o lugar donde estoy, incluso utilizo el lugar para comunicar.	X		X		X		
36	Utilizo las tecnologías de la comunicación (redes sociales, internet) para comunicarme más rápido y mejor.	X		X		X		
37	Utilizo buenos recursos comunicativos para expresar actitudes y valores humanos y sociales.	X		X		X		
38	Me gusta comunicar ideas en varios formatos a través del arte y la cultura: pintura, poesía, música, imagen, danza.	X		X		X		
39	Me intereso por mejorar mi capacidad comunicativa, tanto verbal como no verbal, me gusta comunicar más y mejor.	X		X		X		
40	Me lanzo a comunicar superando incluso algunas barreras, como el miedo o la timidez, tengo iniciativa para hablar.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Tecnologías

41	Empleo las aplicaciones ofimáticas (procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones en tareas de oficina.	X		X		X		
42	No tengo problemas en administrar mis correos de negocios masivos para mis clientes.	X		X		X		
43	Puedo crear sin problemas material audiovisual en apoyo a difundir mi negocio.	X		X		X		
44	Se adquirir y administrar un dominio web para mi negocio.	X		X		X		
45	Administro un servidor web y publico contenidos en páginas web para mi negocio.	X		X		X		
46	Puedo gestionar las redes sociales en apoyo a mi negocio.	X		X		X		
47	Puedo implementar cualquier medio de pago digital que requiera mi negocio.	X		X		X		
48	Puedo administrar las videoconferencias y organizar reuniones con mis proveedores, clientes y socios.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Gestión

49	Me siento cómodo empleando herramientas de planificación estratégica.	X		X		X		
50	Puedo desarrollar un plan de negocio adecuado a mi proyecto o idea de negocio.	X		X		X		
51	Me siento confiado acerca del manejo del dinero como recurso empresarial.	X		X		X		
52	Puedo proyectar mis necesidades de capital de trabajo.	X		X		X		

53	Aplico el lienzo de negocio con facilidad y me ayuda en clarificar mi idea de negocio.	X		X		X		
54	Puedo estimar el punto de equilibrio de mi negocio.	X		X		X		
55	Puedo determinar los atributos de valor de mi producto o servicio.	X		X		X		
56	Puedo gestionar la cadena de valor de mi producto o servicio.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Yache Cuenca Eduardo DNI: 41645161

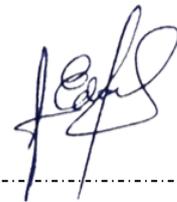
Especialidad del validador: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad (Asesor Estadístico)

Fecha:02/06/2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo **³Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE
MIDE LA VARIABLE: EMPRENDIMIENTO DIGITAL**

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Claridad ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN: Interacción social								
1	A través de mi forma de comunicarme suelo establecer buenas relaciones con los demás.	X		X		X		
2	Tengo buena capacidad para calcular y anticipar lo que quiero conseguir o lograr en cada situación social.	X		X		X		
3	Cuando me relaciono con gente suelo ser consciente del espacio donde estamos y cómo influye en la relación.	X		X		X		
4	Utilizo eficazmente las tecnologías de la información y redes sociales para potenciar mis relaciones con los demás.	X		X		X		
5	Suelo construir mis relaciones con los demás en base a valores, para que sean buenas y de calidad.	X		X		X		
6	Me relaciono bien con personas que comparten mis habilidades artísticas y la cultura en general.	X		X		X		
7	Me gusta aprender de los demás y crear con ellos diversos productos parrilleros.	X		X		X		
8	Tengo valor y empuje para iniciar relaciones sociales y conocer gente nueva, superando la timidez social.	X		X		X		
DIMENSION: Motivación y la fuerza interior								
9	Suelo dialogar y reflexionar conmigo mismo/a de forma positiva, dándome mensajes de ánimo y éxito.	X		X		X		
10	Tengo buena capacidad para medir los resultados de mis esfuerzos y calcular las claves de éxito en mis tareas.	X		X		X		
11	Tengo en cuenta el sitio o espacio en donde estoy y cómo puede facilitar o dificultar el logro de mis objetivos.	X		X		X		
12	A menudo utilizo aplicaciones informáticas para hacer más cosas y mejorarlas, y eso me gusta y me motiva.	X		X		X		
13	Generalmente estoy motivado/a por mejorar el mundo y las cosas que no funcionan: pobreza, hambre, marginación.	X		X		X		
14	Me gusta el arte y la cultura allá donde voy, además me apetece expresar mis ideas de algún modo artístico.	X		X		X		

15	Me gusta mejorar y superarme, me motiva poder aprender cosas nuevas y ser más hábil y profesional cada vez.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

16	Procuro realizarme como persona y desarrollar mi potencial, con esfuerzo y buscando motivación para ello.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

DIMENSIÓN: Mejora e innovación

17	Me gusta innovar las cosas, hacer o crear algo nuevo y además tengo facilidad para comunicarlo y escribirlo.	X		X		X		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

18	Tengo facilidad para transformar mis ideas y creaciones en productos acabados, concretos y aptos para ser producidos.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

19	Me gusta interaccionar con los espacios y sitios donde estoy, recreándolos, cambiándolos y mejorándolos incluso.	X		X		X		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

20	Me gusta crear cosas y productos con la informática, buscando aplicaciones para ello o incluso creándolas yo.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

21	Además de ayudar a los demás y mejorar el mundo, me gusta proponer ideas nuevas y eficaces para ello.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

22	Me gusta crear productos parrilleros, cultivar diversas habilidades gastronómicas y experimentar con ellas.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

23	Además de inventar, me intereso por aprender a inventar mejor, me fijo en otros chefs para mejorar mi creatividad.	X		X		X		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

24	Suelo tener iniciativa creadora e inventiva, no me dejo llevar por lo fácil y cómodo, o lo que hace la mayoría.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

DIMENSIÓN: Ético humanista

25	Además de asumir unos valores humanos, tengo facilidad para transmitirlos y compartirlos con los demás.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

26	Utilizo las matemáticas y el cálculo para hacer operaciones justas y equitativas, para redistribuir bien las cosas.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

27	Me fijo en la ecología de los espacios y sitios donde estoy, incluso propongo sencillas mejoras medioambientales.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

28	Utilizo las redes sociales y en general internet para transmitir y compartir valores humanos y solidaridad.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

29	Procuro practicar mis valores y opciones en mis relaciones sociales, trato de hacer una sociedad mejor y más justa.	X		X		X		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

30	Utilizo diversas manifestaciones artísticas para transmitir valores humanos y sensibilizar socialmente.	X		X		X		
31	Me intereso por aprender a ayudar mejor, a ser más eficaz en proyectos solidarios, a aprender de los humanistas.	X		X		X		
32	Tengo valor y seguridad a la hora de afirmar mis valores humanos y opciones, o defender lo que considero justo.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Simbólico humanista

33	Me intereso por comunicarme mejor, con más estilo y eficacia, utilizando varias herramientas comunicativas.	X		X		X		
34	Elaboro discursos y mensajes desde la lógica, con recursos lingüísticos o un hilo conductor, buscando la eficacia.	X		X		X		
35	Adapto mi mensaje y mi comunicación al sitio o lugar donde estoy, incluso utilizo el lugar para comunicar.	X		X		X		
36	Utilizo las tecnologías de la comunicación (redes sociales, internet) para comunicarme más rápido y mejor.	X		X		X		
37	Utilizo buenos recursos comunicativos para expresar actitudes y valores humanos y sociales.	X		X		X		
38	Me gusta comunicar ideas en varios formatos a través del arte y la cultura: pintura, poesía, música, imagen, danza.	X		X		X		
39	Me intereso por mejorar mi capacidad comunicativa, tanto verbal como no verbal, me gusta comunicar más y mejor.	X		X		X		
40	Me lanzo a comunicar superando incluso algunas barreras, como el miedo o la timidez, tengo iniciativa para hablar.	X		X		X		

DIMENSIÓN: Tecnologías

41	Empleo las aplicaciones ofimáticas (procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones en tareas de oficina.	X		X		X		
42	No tengo problemas en administrar mis correos de negocios masivos para mis clientes.	X		X		X		
43	Puedo crear sin problemas material audiovisual en apoyo a difundir mi negocio.	X		X		X		
44	Se adquirir y administrar un dominio web para mi negocio.	X		X		X		
45	Administro un servidor web y publico contenidos en páginas web para mi negocio.	X		X		X		

46	Puedo gestionar las redes sociales en apoyo a mi negocio.	X		X		X		
47	Puedo implementar cualquier medio de pago digital que requiera mi negocio.	X		X		X		
48	Puedo administrar las videoconferencias y organizar reuniones con mis proveedores, clientes y socios.	X		X		X		
DIMENSIÓN: Gestión								
49	Me siento cómodo empleando herramientas de planificación estratégica.	X		X		X		
50	Puedo desarrollar un plan de negocio adecuado a mi proyecto o idea de negocio.	X		X		X		
51	Me siento confiado acerca del manejo del dinero como recurso empresarial.	X		X		X		
52	Puedo proyectar mis necesidades de capital de trabajo.	X		X		X		
53	Aplico el lienzo de negocio con facilidad y me ayuda en clarificar mi idea de negocio.	X		X		X		
54	Puedo estimar el punto de equilibrio de mi negocio.	X		X		X		
55	Puedo determinar los atributos de valor de mi producto o servicio.	X		X		X		
56	Puedo gestionar la cadena de valor de mi producto o servicio.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Oré Leiva Julián

DNI: 00507457

Especialidad del validador: Doctor en Ciencias Empresariales (Marketing digital)

Fecha:02/06/2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo **³Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante

ANEXO 5 CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO SOBRE LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO

Nº	Autoeficacia emprendedora						Personalidad emprendedora				Propensión al riesgo		Intensión emprendedora		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	4	3	1	1	5	2	3	3	3	5	1	2	5	3	2
2	4	5	3	3	4	5	2	4	3	4	1	5	5	2	1
3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
4	2	2	2	2	3	1	2	1	1	3	1	1	2	3	2
5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5
7	1	2	1	5	4	3	2	3	2	4	2	1	5	4	3
8	2	4	3	4	3	1	5	2	4	1	1	4	5	4	1
9	1	3	2	3	2	4	1	5	3	5	2	5	3	3	2
10	1	2	4	5	1	1	2	1	2	5	1	5	4	3	5
11	1	1	1	2	3	2	3	1	1	2	1	1	1	2	1
12	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2
13	3	5	3	3	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5

14	3	5	5	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
15	3	1	2	2	4	3	2	2	4	2	3	4	2	5	4

Fuente: Muestra piloto.

1. Prueba de Confiabilidad del Instrumento que evalúa la cultura de emprendimiento

“α” Alfa de Cronbach.

$$\alpha_t = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dónde:

α: Coeficiente de Confiabilidad K:

Número de ítems

S_i^2 : Varianza de cada ítem

S_t^2 : Varianza del total de ítems

∑: Sumatoria

Cálculo de los datos:

K = 15

$\sum S_i^2 = 33.495$

$S_t^2 = 260.810$

Reemplazando:

$$\alpha = \frac{15}{15-1} \times \left(1 - \frac{33.495}{260.810} \right) = 0.934 > 0.70 \Rightarrow \text{Confiable}$$

CONFIABILIDAD TOTAL:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,934	15

Salida SPSS versión 26.0

Estadísticas de total de elemento

Ítems	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta1	45,6667	238,524	,517	,933
Pregunta2	45,0667	221,495	,810	,926
Pregunta3	45,4667	225,552	,757	,927
Pregunta4	45,0000	231,714	,590	,932
Pregunta5	44,8000	240,457	,514	,933
Pregunta6	45,1333	221,267	,770	,927
Pregunta7	45,4000	240,114	,507	,933
Pregunta8	45,2667	219,638	,777	,926
Pregunta9	45,3333	231,381	,730	,928
Pregunta10	44,7333	241,352	,401	,936
Pregunta11	45,7333	211,638	,853	,924
Pregunta12	44,7333	217,924	,744	,927
Pregunta13	44,4667	222,981	,739	,927
Pregunta14	44,6667	233,952	,709	,929
Pregunta15	45,2000	226,029	,650	,930

Salida SPSS versión 26.0

ANEXO 6 CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO SOBRE EL EMPRENDIMIENTO DIGITAL

Nº	Interacción social								Motivación y la fuerza interior								Mejora e innovación								Ético humanista								Simbólico humanista								Tecnologías								Gestión								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	
1	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	5	5	5	3						
2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	3	1	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2					
3	3	2	5	3	3	5	5	3	3	2	1	1	5	5	1	4	1	3	3	1	5	1	2	5	4	2	3	2	4	5	2	2	4	2	1	1	1	2	5	4	3	2	3	5	1	1	3	3	3	2	2	2	5	5			
4	4	3	5	1	3	3	1	1	4	5	3	3	4	1	5	2	1	3	5	5	3	2	2	3	2	4	5	3	3	2	3	1	5	3	5	5	1	5	2	4	1	4	3	5	1	1	4	2	1	2	1	1	3	1	4	2	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4				
6	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	3	2	2	3	3	2	2	1	1	2	2	3	2	2	3	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	3	1	3	2	3	2	1	2	3	1	2	2	2	1	3		
7	3	4	3	2	5	2	3	3	5	1	5	1	2	3	4	2	3	4	3	5	1	1	4	4	5	5	2	2	3	1	1	2	5	3	4	5	3	4	2	3	3	2	4	3	3	1	2	3	4	3	5	4	1	3	4	2	
8	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	3	1	2	1	3	3	1	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	1		
9	5	2	4	5	1	2	3	5	3	4	5	3	4	4	5	3	4	1	3	1	2	4	3	3	3	1	3	2	2	2	4	5	3	4	2	1	1	2	4	4	3	5	4	4	5	5	4	3	1	1	4	2	1	4	2	1	
10	3	4	5	2	1	5	5	1	3	5	3	5	3	2	5	4	3	2	5	3	1	2	1	3	4	4	5	2	1	5	5	4	5	4	4	2	4	3	4	3	4	2	4	2	1	1	1	1	5	2	2	1	1	4	1	3	
11	4	3	3	5	5	3	3	5	3	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	3	5	3	5	3	5	3	3	5	5	5	4	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	3	5	3	3	5	4	5	3		
12	4	1	5	5	3	2	3	5	4	1	3	4	2	3	2	4	1	2	5	3	2	3	3	3	3	4	2	1	3	2	4	1	2	4	5	4	3	3	1	2	3	3	1	4	2	2	1	4	3	4	5	2	5	5	2	4	
13	5	5	5	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
14	3	2	3	3	4	2	4	5	3	3	1	3	5	5	1	1	1	5	2	4	5	2	5	5	3	1	5	1	2	2	2	4	4	5	2	2	2	1	2	2	1	1	3	4	3	3	2	1	3	4	1	4	4	5	4	5	
15	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2

Fuente: Muestra piloto.

2. Prueba de Confiabilidad del Instrumento que evalúa el emprendimiento digital

“ α ” Alfa de Cronbach.

$$\alpha_t = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum S_{i^2}}{S^2} \right)$$

Dónde:

α : Coeficiente de Confiabilidad K:

Número de ítems

S_{i^2} : Varianza de cada ítem

S_t^2 : Varianza del total de ítems

Σ : Sumatoria

Cálculo de los datos:

$K = 56$

$\sum S_{i^2} = 116.257$

$S_t^2 = 2976.410$

Reemplazando:

$$\alpha = \frac{56}{56-1} \times \left(1 - \frac{116.257}{2976.410} \right) = 0.978 > 0.70 \Rightarrow \text{Confiable}$$

CONFIABILIDAD TOTAL:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,978	56

Salida SPSS versión 26.0

Estadísticas de total de elemento

Ítems	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta1	169,3333	2873,810	,840	,978
Pregunta2	170,0667	2847,924	,803	,978
Pregunta3	169,2000	2911,029	,479	,978
Pregunta4	169,8667	2856,695	,683	,978
Pregunta5	169,7333	2845,067	,756	,978
Pregunta6	169,9333	2885,495	,622	,978
Pregunta7	169,5333	2872,410	,681	,978
Pregunta8	169,8000	2850,457	,642	,978
Pregunta9	169,6667	2889,095	,662	,978
Pregunta10	169,8667	2894,124	,528	,978
Pregunta11	169,6667	2859,524	,683	,978
Pregunta12	169,8000	2832,600	,794	,978
Pregunta13	169,4667	2858,267	,721	,978
Pregunta14	169,6667	2828,238	,784	,978
Pregunta15	169,4667	2852,838	,655	,978
Pregunta16	169,8000	2833,886	,833	,978
Pregunta17	170,2667	2874,781	,638	,978
Pregunta18	169,6000	2884,400	,629	,978
Pregunta19	169,3333	2891,524	,594	,978
Pregunta20	169,9333	2879,924	,591	,978
Pregunta21	169,8000	2865,743	,621	,978
Pregunta22	170,3333	2861,238	,752	,978
Pregunta23	169,8000	2875,171	,668	,978
Pregunta24	169,6000	2891,971	,601	,978
Pregunta25	169,7333	2906,352	,567	,978
Pregunta26	169,7333	2897,067	,531	,978
Pregunta27	169,4667	2875,695	,656	,978
Pregunta28	170,0667	2856,067	,750	,978
Pregunta29	169,8000	2874,314	,732	,978

Pregunta30	170,0000	2871,429	,637	,978
Pregunta31	169,5333	2880,267	,628	,978
Pregunta32	170,0667	2877,638	,611	,978
Pregunta33	169,4000	2859,686	,689	,978
Pregunta34	169,4667	2858,267	,804	,978
Pregunta35	169,6667	2846,952	,717	,978
Pregunta36	169,7333	2843,638	,688	,978
Pregunta37	170,4000	2868,971	,727	,978
Pregunta38	170,0667	2894,638	,589	,978
Pregunta39	169,7333	2864,781	,702	,978
Pregunta40	169,6667	2853,524	,859	,978
Pregunta41	170,0000	2820,143	,881	,978
Pregunta42	169,6000	2891,114	,582	,978
Pregunta43	169,6667	2871,095	,765	,978
Pregunta44	169,3333	2881,524	,667	,978
Pregunta45	170,1333	2896,410	,545	,978
Pregunta46	170,0667	2886,210	,538	,978
Pregunta47	170,0000	2891,714	,620	,978
Pregunta48	170,0667	2841,067	,820	,978
Pregunta49	169,8000	2867,886	,691	,978
Pregunta50	169,8667	2915,981	,483	,978
Pregunta51	170,0667	2890,781	,509	,978
Pregunta52	170,3333	2911,238	,560	,978
Pregunta53	169,7333	2871,210	,600	,978
Pregunta54	169,6000	2884,971	,601	,978
Pregunta55	169,4667	2866,552	,669	,978
Pregunta56	169,8667	2908,981	,446	,978

Salida SPSS versión 26.0



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GRADOS VASQUEZ MARTIN MANUEL, docente de la ESCUELA DE POSGRADO DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Cultura de Emprendimiento y Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo, 2022", cuyo autor es PINO VASQUEZ MILUSKA ZULEMA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 09 de Enero del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GRADOS VASQUEZ MARTIN MANUEL DNI: 18206812 ORCID: 0000-0002-8620-7859	Firmado electrónicamente por: MMGRADOSV el 12- 01-2023 01:00:08

Código documento Trilce: TRI - 0514118