



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ARQUITECTURA**

“El ecosistema creativo y la incubadora startups en el distrito de la victoria, lima, 2020”.
caso de estudio: los emprendedores del emporio textil de gamarra.

**“CENTRO DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA
EMPRENDEDORES EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO

AUTORES:

Cordova Urbina, Mirella Anali (ORCID, 0000-0002-1900-068X)

Vargas Jimenez, Gerardo Alfonso (ORCID 0000-0002-1888-4380)

ASESOR PI:

Msc. Arq. Lazarte Reátegui, Henry Daniel (ORCID: 0000-0002-9455-1094)

ASESOR DPI:

Msc. Arq. Vila Zorogastua, Gisello Fortunato (ORCID 0000-0002-0917-2664)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ARQUITECTURA

LIMA NORTE – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A nuestros familiares, por el enorme apoyo que nos brindaron y la motivación para el proceso de la elaboración de nuestra tesis, para que sigamos progresando en la finalización de la investigación y todo el esfuerzo que nos dieron a lo largo del camino de nuestra carrera universitaria.

AGRADECIMIENTOS

Nuestro más sincero agradecimiento a nuestra familia por el apoyo y a nuestros compañeros, por brindarnos su tiempo y dedicación en cada uno de los momentos dubitativos que surgieron durante nuestra investigación.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo, determinar la relación entre Ecosistema Creativo y la Incubadora Startups, generando la innovación y productividad en los emprendedores del emporio textil de gamarra del distrito de la Victoria.

La investigación tiene características tipo básica, con un nivel de investigación descriptiva correlacional, en tiempo transversal o transaccional y con un diseño no experimental. Cuya población es de 6 226 emprendedores del emporio textil de gamarra con una muestra de 340 emprendedores, y un muestreo probabilístico aleatorio simple.

Se aplicó como técnica de recolección de datos la encuesta virtual y como instrumento, un cuestionario electrónico en escala de Likert. El cual fue validado por juicios de expertos, mediante el coeficiente V-Aiken para cuantificar la relevancia de los ítems, respecto a un dominio de contenido; y un constructo de ítem-test para validar por dimensiones. En cuanto a la confiabilidad cabe resaltar que se desarrolló por medio del método de Test-retest del estadístico R de Pearson y con una consistencia interna a través del estadístico Alpha de Cronbach, que fue aplicado a 20 emprendedores.

Los resultados entre las variables fueron favorables para la investigación, afirmando la correlación planteada por las hipótesis, medidos por el coeficiente Rho de Spearman. Como conclusión, se logró demostrar la relación entre ecosistema creativo y la incubadora startups, como complemento para una mayor productividad e innovación.

Palabra Clave: Ecosistema creativo, Incubadora Startups, Emporio textil de Gamarra, Victoria, 2020.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the relationship between the Creative Ecosystem and the Startups Incubator, generating innovation and productivity in the entrepreneurs of the Gamarra textile emporium in the Victoria district.

The research has basic characteristics, with a level of correlational descriptive research, in transverse or transactional time and with a non-experimental design. Whose population is 6,226 entrepreneurs from the Gamarra textile emporium with a sample of 340 entrepreneurs, and a simple random probability sampling.

The virtual survey was applied as a data collection technique and as an instrument, an electronic questionnaire on a Likert scale. Which was validated by expert judgment, using the V-Aiken coefficient to quantify the relevance of the items, with respect to a content domain; and an item-test construct to validate by dimensions. Regarding reliability, it should be noted that it was developed using the Test-retest method of Pearson's R statistic and with internal consistency through Cronbach's Alpha statistic, which was applied to 20 entrepreneurs.

The results between the variables were favorable for the investigation, affirming the correlation proposed by the hypotheses, measured by the Rho coefficient of Spearman. In conclusion, it was possible to demonstrate the relationship between the creative ecosystem and the startup incubator, as a complement to greater productivity and innovation.

Keywords: Creative Ecosystem, Incubator Startups, Textile Emporium of Gamarra, Victoria, 2020.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. MARCO TEÓRICO.....	4
3. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	9
3.2. Variables y operacionalización.....	9
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
3.5. Procedimiento.....	13
3.6. Método de análisis de datos.....	13
3.7. Aspectos éticos.....	14
4. RESULTADOS.....	15
5. DISCUSIONES.....	18
6. CONCLUSIONES.....	22
7. RECOMENDACIONES.....	23
8. REFERENCIAS.....	24
ANEXOS.....	27

Índice de tablas

Tabla 1: Matriz de Operacionalización

Tabla 2: Validación de Expertos

Tabla 3: Coeficiente de V de Aiken

Tabla 4: Coeficiente de Alfa de Combrach

Tabla 5: Coeficiente de R de Pearson

Tabla 6: Elaboración de Ítem Test por Dimensión

Tabla 7: Prueba de Hipótesis general

Tabla 8: Prueba de Hipótesis Específico 1

Tabla 9: Prueba de Hipótesis Específico 2

Tabla 10: Prueba de Hipótesis Específico 3

Tabla 11: Resultado dimensión 1

Tabla 12: Resultado dimensión 2

Tabla 13: Resultado dimensión 3

Tabla 14: Resultado dimensión 4

Tabla 15: Resultado dimensión 5

Tabla 16: Resultado dimensión 6

Figura 1: Características de las empresas del Emporio Textil de Gamarra ,2017

I. INTRODUCCION

Es un hecho que ya estamos inmersos a la transformación digital y es por eso que Japón da inicio en el año 2017 a la sociedad 5.0. En donde el centro de la transformación esta la persona, logrando así la integración de los humanos con la tecnología ya que ahora se fusionará la tecnología con la calidad de vida para el bienestar de las personas.

Es así, (Schulkin, 2018). Comenta que, “El emprendedor creativo japonés Minori Takechi creo un asistente virtual (GATEBOX), en donde fusiona la inteligencia virtual con internet de las cosas”. Es por eso que Japón es un país tecnológico con ecosistemas creativos y con grandes empresas Incubadoras. En nuestro país a raíz del COVID-19 nuestro ecosistema creativo viene diseñando en Ayacucho las mascarillas con textura andinas. Con el propósito de transmitir y difundir la cultura e identidad y respeto a la naturaleza el cual se vienen reinventando. (El Comercio, 2020). Así mismo el programa nacional llamado innova Perú, el cual ayuda a las Startups inyectándoles productividad y competitividad mediante un soporte tecnológico. (Innovate Peru, 2019)

¿Porque Gamarra?, Gamarra es un emporio textil que posee una potencialidad de recursos económicos y cuenta con ecosistemas creativos. Desde ese punto entendiendo que gamarra es un sistema complejo adaptativo (SCA), que está compuesto por varios actores de la sociedad (políticos, el estado, los emprendedores) estas a su vez forman redes de conexión y participación de distintos agentes, que, si se alteran estos elementos del sistema, estas reaccionan a cualquier fenómeno, estas acciones hacen ver a este emporio como un organismo vivo que se adapta a cualquier circunstancia que se presenta en el ecosistema creativo. Así mismo, (Orellana, 2008) Hace referencia a una organización que se da en una colonia de hormigas granívoras y su “increíble habilidad para generar comportamiento global coordinado a partir de interacciones locales”.

Este ecosistema creativo cuenta con 200 galerías y 14 mil locales de ventas de ropas, telas, entre otros. El cual aporta el 1% de PBI peruano. (Comercio, 2019) Asimismo estos emprendedores tuvieron un decrecimiento en el primer trimestre del año 2016, el cual registro el 30% de ventas al año, es por ello que estos ecosistemas creativos vienen atravesando la baja productividad. (Gestión, 2016). Por otro lado, gamarra brindaba una calidad de tela a buen precio, sin embargo, estas comenzaron a incrementar el costo de sus productos y perdiendo así lo que les diferenciaba de

los de más competidores ya que no tenían innovación en sus productos y esto afectó las exportaciones a países vecinos ya que bajaron al 10% es decir que vendían a 400 millones de soles ahora registran menos de 300 millones de soles. Además, en este confinamiento que genera COVID-19 actualmente esta industria textil dejó de producir.

Teniendo este enfoque, la incubadora startups “YNNOVADORES” se ha beneficiado por estos ecosistemas creativos ya que descubren emprendimientos de gran impacto, el cual facilita la difusión y conexión de éstas Startups con las grandes empresas que buscan procesos, servicios y productos innovadores a través de una metodología ágil, rápida, sencilla y tecnológica. En cuanto a la incubadora se encarga de materializar las ideas del emprendimiento en productos de alto impacto. Así mismo, esta incubadora Startups presta servicios de asesoramiento a través de las plataformas digitales y cuenta con recursos digitales.

Sin embargo, Gamarra no tiene una planificación para su crecimiento y productividad, por lo tanto, es difícil tener nuevos consumidores ya que la productividad de estos emprendedores del emporio textil de Gamarra ya venía con un decrecimiento. Es por ello que nos cuestionamos como se están desarrollando estos emprendedores creativos que más que ver sus espacios de trabajo ver el perfil de estos emprendedores. Entonces surge la interrogante inicial, ¿Qué es lo que impide a los emprendedores del emporio textil de Gamarra den el siguiente paso para su crecimiento y aumentar su productividad?

En vista a esta problemática descrito, la formulación del problema general es: ¿De qué manera se relaciona el Ecosistema Creativo con la Incubadora Startups en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020? A su vez los problemas específicos son: ¿De qué manera se relaciona la decisión del emprendimiento con el asesoramiento de las plataformas digitales en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020?; ¿De qué manera se relaciona el desarrollo de ideas creativas con los recursos digitales de los dispositivos tecnológicos en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020? y por último ¿De qué manera se relaciona la originalidad del producto con la eficiencia de la productividad digital en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020?

La presente investigación se realizará en base a una justificación práctica, ya que busca contribuir con conocimientos para futuras investigaciones, como también

fortalecer y dar a conocer a los futuros emprendedores que puedan mirar la innovación mediante una sociedad 5.0.

De tal manera, el objetivo general es: Determinar la relación entre el ecosistema creativo con la Incubadora Startups en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020. A su vez los objetivos específicos son: Determinar la relación entre la decisión del emprendimiento con el asesoramiento de las plataformas digitales en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020; Determinar la relación entre el desarrollo de ideas creativas con los recursos digitales de los dispositivos tecnológicos en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020; por último, Determinar la relación entre la originalidad de la innovación con la eficiencia de la productividad digital en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.

Además, la hipótesis general es: El ecosistema creativo se relaciona de manera favorable con la Incubadora Startups en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020. Asimismo, tenemos tres hipótesis específicas: La decisión del emprendimiento se relaciona de manera favorable con el Asesoramiento de las plataformas digitales en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020; El desarrollo de ideas creativas se relaciona de manera favorable con los recursos digitales de los dispositivos tecnológicos en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020; por último, La originalidad de la Innovación se relaciona de manera favorable con la eficiencia de la productividad digital en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.

Como alcances la investigación se trabajó enfocado a los emprendedores del emporio textil de gamarra ya que, en estos últimos años, se vio el decrecimiento de sus productos.

II. MARCO TEÓRICO.

Con respecto a los antecedentes tenemos:

Sandoval, L. (2015). Ha elaborado la tesis: “La creatividad en los mandos medios de distribuidora huehueteca, S. A”, su objetivo fue llegar a analizar el nivel de creatividad e ingenio que poseen los diversos trabajadores que pertenecen a sectores de nivel medio de la empresa Huehueteca, para la investigación utilizó una metodología descriptiva. Ha encontrado, que la distribuidora Huehueteca, S.A. han generado trabajos de creatividad a través de medios tecnológicos es así, encontrando un nivel creativo cotidiano que estas han sido favorecidas por los recursos digitales.

Córdoba, E. Castillo, J. Castillo, N. (2018). Ha elaborado la tesis: “Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial”, su objetivo fue analizar la creatividad e innovación como elementos claves del desarrollo empresarial. Su metodología de investigación documental de tipo cualitativa, analítica y descriptiva. Ha encontrado, que las dinámicas empresariales, de medianas y grandes empresas potencian su creatividad e innovación mediante los recursos digitales y esta es indispensable ya que permite que las empresas puedan competir en el mercado de una manera eficaz.

Vallmitjana, N. (2015). En su investigación denominada: “La actividad emprendedora de los graduados IQS”, tuvo como objetivo primordial analizar el emprendimiento de las personas en el índice en la formación de empresas. Utilizo una metodología de enfoque cuantitativo y llego a la conclusión que la cantidad de emprendedores IQS es significativa, y que las empresas que crearon, poseen elementos de asesoramiento tecnológico.

Alvarado, A. (2018). “La influencia de una red de emprendedores en el desarrollo de las iniciativas emprendedoras registradas en su aplicación web durante el 2016, Lima – Perú”. Su objetivo, explicar la influencia que ejerció la red de emprendedores en el desarrollo de las iniciativas emprendedoras registradas en su aplicación web durante el año 2016. Se justifica que la red de emprendedores en mención, trabajan de forma muy cercana debido a que esta última es una Pre incubadora. Con un diseño transversal o transeccional que es cuando “se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Concluye que el desarrollo de una iniciativa emprendedora, busca una constante de servicios gratuitos, entre los cuales encuentran las asesorías personalizadas para el desarrollo del emprendimiento.

Tello, M. (2017). En su artículo “Innovación y productividad en las empresas de servicios y manufactureras: el caso del Perú”. Cuyo objetivo principal consiste en analizar la relación entre la inversión en CTI, los resultados de la innovación y la productividad de las empresas del sector de servicios manufacturero. Se realizaron algunos estudios descriptivos sobre la innovación, en los que se destacaba el análisis de las actividades de ciencia, tecnología e innovación. Como resultado el sector manufacturero en el Perú debe innovar en sus productos y realizar cambios ciencia, tecnología e innovación (CTI) para competir con las empresas exportadoras y extranjeras.

Weinberger, K. (2019). En su artículo “Componentes del Ecosistema de Emprendimiento de Lima que Inciden en Crecimiento y Desarrollo de Startups”. Su objetivo el interés en estudiar los componentes del ecosistema de emprendimiento de Lima que inciden en el crecimiento y desarrollo de startups. Dado que el estudio de los ecosistemas de emprendimiento es un fenómeno complejo, se decidió explorar y comprender el fenómeno a través de un estudio de caso, se eligió el caso de los startups de Innóvate Perú, se concluye que el ecosistema de emprendimiento de Lima, se requiere desarrollar el componente social, para llevar a los startups de una situación inicial de supervivencia, a un crecimiento acelerado. Pero también es necesario desarrollar el componente material, para acelerar el crecimiento y mejorar la productividad y competitividad de los startups, es decir, la calidad de los emprendimientos, más que la cantidad de los mismos.

Montesinos, A., Ormeño, J. (2018). En su investigación: “El rol de las incubadoras de negocios universitarias dentro del ecosistema emprendedor peruano: Una aplicación para el sistema de incubación empresarial PUCP (SIE – PUCP)”. Su objetivo es buscar y su vez brindar un soporte de asesoramiento al emprendedor, de manera que potencializa para un desarrollo productivo. Se utilizó una investigación exploratoria y descriptiva. Concluye que, la incubadora de negocios SIE PUCP cumple con ofrecer un adecuado apoyo técnico y asesoramiento formativo al emprendedor a través de sus servicios de incubación.

Camayo, A., Vásquez, C., Zavaleta, L. (2017). En su investigación: “El análisis del ecosistema emprendedor latinoamericano y su impacto en el desarrollo de Startups”. Su objetivo es hacer un diagnóstico laboral realizado por los programas gubernamentales que promueven el desarrollo de Startups para medir su impacto en el desarrollo de un mejor ecosistema emprendedor latinoamericano. Así mismo en

esta investigación emplea el método lógico inductivo. Ha encontrado que, El ecosistema emprendedor ha sido beneficiado por los programas gubernamentales que promueven el desarrollo de las Startups y priorizan las brechas que consideran más importantes su ecosistema.

Silva, H. (2017). En su artículo “La innovación y educación: Variables claves para la competitividad de las empresas”. Su objetivo es determinar la educación como el motor de desarrollo económico, social y humano de las regiones. Cuya metodología usada es de tipo cualitativa y el material que se usó para recolectar los datos aplicados. Se concluye que los nuevos consumidores los productos o servicios forman parte de un proceso de innovación el cual lleva como objetivo que la educación trabaje bajo un solo objetivo y utilice las herramientas tecnológicas para el cambio y la prosperidad el cual traduzca una competitividad de manera eficiente.

Hernández, C. González, D. (2017). En su artículo “Estudio del ecosistema de emprendimiento tecnológico en Lima: Desafíos al 2030”. Esta investigación está dirigido al ecosistema con el objetivo de entender el año 2030 e intervenir mecanismos de prospectiva y utilizar el método Delphi en duración real. Se utilizó una investigación diseño cualitativo y cuantitativo ya que se utiliza un temario en escalas Likert, el cual permite dar deducción a lo recluido. Se concluye que todo el sector público tiene que apostar por mecanismos que estimulen el crecimiento de las nuevas tecnologías emergentes de cada nación y así habrá más oportunidades que los inversionistas financiaran más proyectos.

En base a la teoría de las variables, el Ecosistema Creativo. (Florida, 2005). Menciona que, “La creatividad es un factor muy importante ya que en estas últimas décadas se ha convertido en el impulsor de la economía, en factor productivo y el desarrollo del país”. Teniendo en cuenta lo que dice Florida que todo ser humano es creativo, la realidad es que debemos alimentar ese fuego creativo que existe en cada uno de nosotros. Por ello, reitera que todo ser humano es creativo sin importar si trabajas en granja, una fábrica, un servicio rutinario, preparando alimentos, conduciendo o haciendo cualquier tipo de actividades, es ahí donde la persona desarrolla su lado creativo. Para Richard es muy importante tener los tres factores, como talento, tecnología y tolerancia, el cual estimulen la creatividad e innovación para un desarrollo económico (Florida, R. 2002; 2005; 2012).

Así mismo la neurocientífica, (Tina Seeling, 2012) menciona que, “la creatividad es una cualidad no solo de individuos, sino también de grupos, organizaciones y comunidades enteras, en ese sentido, todas las variables,

incluyendo habilidades individuales, influyen en el entorno. Así mismo, Tina Seeling en su libro: *"InGenius: a crash course on creativity"* habla sobre el motor de la innovación, la creatividad y el emprendimiento, donde resalta como estos factores funcionan en la persona y se interrelacionan entre ellas mismas para lograr un ecosistema creativo.

El análisis teórico implementado a lo largo de la variable permite identificar, en los textos de autores, enfocados en el ecosistema creativo. Dejando claro que cada autor aborda su teoría desde un enfoque particular y para poder elaborar una visión integra del ecosistema creativo, el cual se proponen tres dimensiones básicas en la variable: emprendimiento, creatividad y la innovación.

(Moposita, E. Rivera, P. Morales, D. 2018). El emprendimiento es fundamental para el desarrollo económico de cada país y ha sido impulsado con mayor fuerza por organismos internacionales, creando de esta manera políticas de crecimiento, a través de nuevos emprendimientos. Así mismo, (Ferreiro, Del Campo y Camino 2015). "donde hay un espíritu emprendedor hay una gran probabilidad que existan ideas empresariales que puedan contribuir al crecimiento y desarrollo considerable de la economía".

(Monreal, 2015). "La creatividad se ha venido entendiendo como un concepto polisémico en el ser humano, en este sentido se hace referencia como la capacidad de utilizar la información y los conocimientos de nueva forma de encontrar soluciones a los problemas".

(Gonzales G. , 2014)." La innovación de proceso se define como la introducción de un proceso de producción o de distribución, nuevo o significativamente mejorado".

En cuanto a la segunda variable, tenemos a la Incubadoras Startups, Es una red de conocimiento tecnológico, el cual está formada por personas con distintos tipos de habilidades y que están en constante innovación de la mano con la tecnología. Así mismo, Peris, R. (2014). Menciona que, "los Startups provienen de aquellos organismos que están en una etapa de desarrollo y también se encuentran ligado al soporte tecnológico del emprendimiento."

"Estas incubadoras están consideradas como fuentes de éxito, ya que trabajan de la mano del emprendedor para poder sacar un producto". Como dice, Peris el cual caracteriza que aquellos emprendedores deberían tener innovación y creatividad para forjar una idea de negocio. (Peris, R. 2014, pág.12).

Pero esto va mucho más que un éxito garantizado ya que el empoderamiento de las personas será clave, para la tecnología que se está viviendo con la sociedad 5.0 serán las personas el centro de atracción ya que trabajaremos de la mano de

robot, Como dice Mantilla, L. (2015). Por general relacionada con el sector tecnológico una de las bases de los Startups es tener una idea innovadora y hacerlas en colaboración con nuevas tecnologías al servicio de las personas, dando así un soporte a las nuevas creaciones e innovaciones de productos.

Johnson, S. (2004). Comenta que “los sistemas de colonias de hormigas, ciudades y cerebro humano tienen un complejo comportamiento individual que surge de componentes de sistema que interactúan entre ellos, podemos deducir el comportamiento y la inteligencia colectiva ha sido fundamental para desarrollar las tecnologías de la información y el estallido de la inteligencia artificial.”

Por otro lado, “involucra un cambio de la fabricación moderna, así como una amplia gama de otros procesos, comerciales y no comerciales, ya que con esto permite que el hombre y maquina trabajen codo a codo, en colaboración mediante el uso de robots colaborativos conocidos como Cobots” Como dice Mantilla, L. (2015).

El análisis teórico implementado a lo largo de la variable permite identificar, en los textos de autores, enfocados en Incubadora Startups. Dejando claro que cada autor aborda su teoría desde un enfoque particular y para poder elaborar una visión integra de Incubadora Startups, el cual se proponen tres dimensiones básicas en la variable: Asesoramiento, Recursos digitales y Productividad digital.

(Palma, M. 2011). El asesoramiento facilita el acceso a una amplia gama de servicios financieros que hay disponibles para los emprendedores dependiendo de aspectos como: la temática del negocio, la etapa en la cual se encuentra la idea o el producto, el monto requerido, el perfil del equipo y las proyecciones a futuras.

En recurso digital, Anderson, P. (2007). La capacidad de usar el conocimiento y las destrezas relacionadas al desarrollo de elementos y procesos; haciendo uso de las destrezas, conocimiento, habilidades y aptitudes que permiten utilizar de manera eficaz y eficiente los instrumentos y recursos tecnológicos.

Por último, sobre la productividad digital, Gurria, A. (2019). La naturaleza transformadora de las tecnologías digitales es indudable, aun es materia de debate la forma exacta en que estas influyen en la economía y, en particular, el rol que juegan en el impulso de la productividad.

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación.

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, debido a que se ha seguido un proceso investigativo, que va de fase en fase, y secuencialmente, partiendo de un problema y una posible hipótesis. Así mismo se investigó para producir ciertos cambios en un determinado sector de la realidad, por lo que es de enfoque cuantitativo debido a que se hizo la recolección de datos mediante análisis estadísticos. De esta forma, se obtuvo la información requerida para probar las hipótesis según la metodología empleada. Por otro lado, “La investigación básica se apoya de un contexto teórico y tiene como propósito desarrollar investigación mediante amplias generalizaciones o principios, poco se preocupa de la aplicación de los hallazgos” (Lozada, 2014).

Así mismo, la investigación es de nivel descriptiva, considerando lo dicho “[...] este se refiere en base de las características, cualidades externas e internas, rasgos esenciales y propiedades de hechos y fenómenos de la realidad del contexto real”. (Carrasco Diaz, 2005, pág. 41)

Por el cual, el objetivo de estudio es “demostrar la relación entre el Ecosistema creativo y la Incubadora Startups en los emprendedores del emporio textil de gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.” El diseño de investigación es no experimental, la cual fue de tiempo transversal o transaccional correlacional.

Así mismo, es de diseño no experimental en donde “las variables independientes carecen de manipulación intencional, y no poseen grupos de control, ni mucho menos experimental. Se trata de analizar y estudiar los hechos y fenómenos lo que están pasando en la realidad después de su ocurrencia” (Carrasco Diaz, 2005, pág. 71) Por ello también señala que el tiempo transaccional correlacionales, tienen la particularidad la cual permite que un investigador analice y estudie una relación de fenómenos y hechos de la realidad en la cual se ve involucrada las variables y buscar el grado de relación.

3.2. Variables y Operacionalización

. 3.2.1 V1: Ecosistema Creativo

Parasekvi Tarani (2018). Plantea que los Ecosistemas Creativos son la concentración de actividades creativas y la evolución de redes colaborativas entre diferentes entes. El sistema consiste en recursos creativos conectados, como recursos humanos, hacedores de política, creadores, profesionales y empresarios,

intermediarios y canales de transmisión del conocimiento y también locales creativos, espacios de trabajo y plataformas físicas o digitales.

3.2.2. V2: Incubadora Startups

Las incubadoras Startups reúnen a las empresas y a emprendedores con ciertos requerimientos en ello se considera la tecnología con mecanismos que adquieren componentes de innovación, ya que ellas son una gran fuente de conocimiento el cual generan proyectos y estrategias de innovación. (Fuste, 2017)

Así mismo, las variables son cualitativas, por lo que midió sus cualidades y características y no fue expresada de forma numérica sus resultados. (Ver tabla 2, Matriz de operacionalización de variables)

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La población con la que se realizó la investigación fue: Los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria. En donde estos ecosistemas creativos se desarrollan en un espacio urbano. Cabe resaltar que este emporio, alberga una población de 6 228 emprendedores de rubro textil según INEI.

3.3.2 Muestra

Luego de aplicar con la formula conociendo el tamaño de población, se obtuvo como resultado 361 emprendedores de este emporio textil de gamarra, la cual a raíz de esta coyuntura era difícil llegar al encuestado. Debido a ello se realizó una reducción de muestra el cual se obtuvo como resultado 340 emprendedores y estas han sido encuestadas aleatoriamente. (Ver figura 1: Formula y desarrollo).

Para el margen de error la cual se desconoce, se consideró 5% (0.05), y para el nivel de confianza es el 95% la cual corresponde 1.96 según (Carrasco Diaz, 2005).

Donde:

n: Tamaño de muestra

N: Tamaño de la población de estudio = 6228

p: Probabilidad de éxito = 0.50

q: Probabilidad de fracaso = 0.50

E: Margen de error = 0.05

Z: Nivel de confiabilidad = 1.96

El tamaño de muestra obtenido con la fórmula para población conocida es 361, la división entre la población (0.55) es mayor que el margen de error (0.05)

“Se verifica si $n/N > E$ (0.05), si esto pasara se procede a utilizar la fórmula de ajustar muestra”, (ver figura 1: Formula y desarrollo) (Carrasco Diaz, 2005, pág. 253). Realizando los ajustes según el autor para la muestra se considera 340 emprendedores.

3.3.3 Muestreo

El tipo de muestreo utilizado en la presente investigación es probabilístico debido a que se conoce a la población elegida, la cual tienen la probabilidad de ser parte de la muestra, dentro de ello la técnica usada para hallar la muestra es el muestreo aleatorio simple, “cada miembro de la población tiene la misma posibilidad de ser seleccionado como muestra, igual porque no existe predisposición para escoger, independiente por que escoger a una persona no predispone a favor o en contra de escoger otra” (Carrasco Diaz, 2005, pág. 241).

En la presente investigación, y para hallar la muestra, se usó la fórmula con tamaño de población conocida que se muestra en la figura 1, “de ser el caso que el número de muestra obtenido dividido entre la población resulte ser mayor que el margen de error se procederá a otra fórmula de corrección” (Carrasco Diaz, 2005).

3.3.4 Criterios de selección

En la investigación, la principal característica tomada para poder elegir la muestra ha sido delimitada tomando en cuenta a las personas que sean emprendedores del emporio gamarra del rubro textil. Asimismo, implicó los factores de contexto presentado, por el tema del confinamiento.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se realizó las siguientes técnicas para poder recolectar información y que estas sean beneficiosas. Primero se observó a nivel lima metropolitano y se identificó a este emporio textil de gamarra ya que este es un eje económico y la potencialidad que posee a través de los emprendedores. Así mismo, se acudió a base de datos del INEI para identificar a estos emprendedores (figura 1), a su vez medios de la televisión, artículos, investigaciones que hablaban de este emporio textil de gamarra punto de partida para analizar la problemática en el emporio, para así tener una idea más concisa. Se considera la recopilación de información en base de fuentes bibliográficas, artículos, libros, diarios, noticieros, estudios, páginas web y otras plataformas digitales.

Para la redacción en la investigación y sin alterar las ideas de los autores citados, tanto en las teorías, conceptos y antecedentes, se utilizó el manual APA para realizar las citas. La cual implicaba en plasmar un fragmento, en algunos casos se hizo el parafraseo sin perder la idea principal del autor, respetando las normas de redacción y formato brindado por la universidad.

Así mismo en los antecedentes se priorizó que sean conceptos más actualizados posibles con un máximo de 5 años de antigüedad, y de preferencia las tesis de maestría y doctorados.

Se empleó una escala de Likert para evaluar las actitudes. Para Carrasco (2005, p. 296) esta escala presenta un conjunto de ítems en forma de proposiciones, en las que cada una de ellas debe contener una graduación escalonada de respuestas que vayan de lo más favorable a lo menos favorable, de manera que los resultados de las repuestas son objetivas y precisas. El cuestionario que se aplicó contiene 18 preguntas que se respondieron en base a la escala tipo Likert con cinco alternativas de respuestas para ambas variables 1 y 2:

5. Muy de acuerdo
4. De acuerdo
3. Indiferente
2. En desacuerdo
1. Muy en desacuerdo

Esta escala sirvió para medir las hipótesis y ver la relación entre la variable 1 y 2, donde las preguntas serán consideradas como ítems de los indicadores y dimensiones.

3.5. Validación y Confiabilidad

3.5.1 Validación

La validación y confiabilidad, se tomará en cuenta el juicio de expertos la cual se consideró tres expertos en el tema. Estos expertos no necesariamente son arquitectos, sino que se buscó que estén metidos en el tema: El ecosistema Creativo y la Incubadora Startups. (Ver tabla 3: Validación de expertos)

Una vez obtenido la validación por juicio de expertos, se procedió a hacer un análisis según sus observaciones o sugerencias en el instrumento de validación dado a cada uno de estos expertos. En este procedimiento se usó la técnica de V-Aiken. Se tomó lo marcado por ellos en la validación que son pertinencia, relevancia y claridad. En base a eso, se compararon las respuestas de cada uno por dimensión (6 dimensiones) dando un resultado de V-Aiken 0.75. (Ver tabla 4: Coeficiente V de Aiken). Con lo que respecta al coeficiente de V-Aiken se dice “Constituye una técnica para cuantificar la validez de contenido o relevancia del ítem respecto a un contenido evaluado en N jueces. [...] asume valores de 0 a 1, siendo el valor 1 la máxima magnitud posible.” (Pastor, 2018).

3.5.2 Confiabilidad:

Así mismo, se realizó una encuesta piloto dirigida a 20 emprendedores. Se realizó dos veces con los mismos emprendedores. Esto con el propósito de afinar y ver la confiabilidad de las preguntas y analizar cuanto varían las respuestas de los encuestados. Después de esto, se analizaron las respuestas mediante Alfa de Crombach y R de Pearson se comparó cuanto varían entre el primer Test y el Re-test. (Ver tabla 5: Alfa de Crombach Test y Re-test).

Cabe decir que hubo una variación entre el primer test y el rete-test a través de DRIVE se recolecto dichas encuestas, se consideró en el primer test su forma normal como se presentó en el instrumento de validación y que fue respondida de inmediato por los emprendedores del emporio textil con resultado regular. Por otro lado, cuando se realizó el Re-test antes de lanzar el cuestionario tuvimos una comunicación previa con los emprendedores mediante el WhatsApp y se les indico que se tomen el tiempo para responder a dichos cuestionarios. Antes de lanzar se hizo dichas estrategias con invertirlas negativamente y ponerla de forma aleatoria las pregunta, todo con el objetivo de comprobar si encontramos variación en las respuestas y efectivamente se demostró que hubo variación de respuesta de varios emprendedores. (Ver tabla 5: Test y Re-test).

3.5.3 Procedimientos

Se realizó encuestas virtuales con formularios Google a través de redes sociales Facebook, WhatsApp, en grupos cerrados focalizados y específicos a los emprendedores del caso de estudio, debido a la situación actual del país que impide la circulación o movilización de personas.

Del mismo modo se hizo el control calidad de repuestas, por parte administrativa del formulario virtual, así se pudo validar o eliminarlas en ese mismo momento. Por el cual, se eliminaron aquellas encuestas que no han sido marcado por los emprendedores. Del mismo modo se enviaron las encuestas a más personas para cubrir el número de encuestas que hayan sido eliminadas. Finalmente, al tener todas las encuestas validas, se serró el formulario, y se procesó la información mediante el software SPSS v24.

3.6. Métodos de análisis de datos

Se realizó base de datos de cada variable, en donde se utilizó algunos programas como el SPSS 24 y para los cálculos estadísticos el Excel, de tal manera que estas herramientas digitales han sido eficaz y verídica ya que los resultados se obtuvieron en tiempo real. Así mismo el Excel nos sirvió para hacer los métodos de

Alfa de Cronbach, R de Pearson y Rho Spearman. Finalmente demostrar los resultados arrojados por el SPSS.

Asimismo, estos resultados de nuestra investigación nos servirán para tener un análisis crítico y dar una posible respuesta a nuestras hipótesis.

3.7. Aspectos éticos

Esta investigación se realizó cumpliendo las normas APA, así como el uso de método científico, al momento de investigar se citó adecuadamente la información. De la misma forma, se encuestó a los emprendedores del emporio textil de gamarra con la cantidad establecida en el muestreo y no registran los nombres de los encuestados por privacidad, no se obliga y solo se trabaja con datos obtenidos en la encuesta.

Así mismo, esta investigación ha sido elaborada en base al Código Nacional de la Integridad Científica. Respetando los principios mencionados en el código, según Concytec (2019, p. 4) todas las fases de la investigación fueron conducidas en base a los principios de: integridad en las todas las actividades realizadas; honestidad intelectual; objetividad e imparcialidad.

IV. RESULTADOS

En este capítulo se han descrito los resultados de las encuestas que se realizaron mediante las plataformas digitales, en donde participaron en esencial los emprendedores del emporio textil de gamarra. Así mismo se han descrito los hechos más relevantes en base a las 18 preguntas de las cuales se asignaron a 340 emprendedores. Por último, los resultados se elaboraron de la tabla de interpretación los datos obtenidos del Rho de Spearman. Logrando así de la siguiente manera:

Descripción: Con relación a la encuesta aplicada a los emprendedores el emporio textil de gamarra, todas ellas ubicadas en el distrito de la Victoria, se determinó que el 59,12% respondieron muy de acuerdo, el 40% marcaron de acuerdo, y el 0.88% marcaron indiferente. **Interpretación:** contemplando que la variable “ecosistema creativo” cuenta con 3 dimensiones y manera de recuento se observa que a un 59,12% en su gran mayoría los emprendedores marcaron regularmente esto quiere decir que la intensidad es moderada en cuanto a la creatividad. (Ver tabla:3)

Descripción: Con relación a la encuesta aplicada a los emprendedores el emporio textil de gamarra, todas ellas ubicadas en el distrito de la Victoria, se determinó que el 62,94% respondieron muy de acuerdo, el 34,71% marcaron de acuerdo, y el 2.35% marcaron indiferente. **Interpretación:** Teniendo en cuenta que los resultados obtenidos de la dimensión “emprendimiento” es un resumen de las 3 preguntas que la compone. Por lo tanto, existen índices adecuados que representa el emprendimiento, es decir se viene desarrollando y tienen conocimiento de las decisiones y la toma de acciones de los emprendedores. (Ver tabla:4)

Descripción: Con relación a la encuesta aplicada a los emprendedores el emporio textil de gamarra, todas ellas ubicadas en el distrito de la Victoria, se determinó que el 58,82% respondieron muy de acuerdo, el 37,94% contestaron de acuerdo y el 3,24% marcaron indiferente. **Interpretación:** teniendo en cuenta que la dimensión “creatividad” se compone en cuatro preguntas y a manera de resumen se determinó que en su mayoría el 58,82% respondieron regularmente. Esto quiere decir se viene desarrollando moderadamente el desarrollo de habilidades creativas en los emprendedores. (Ver tabla:5)

Descripción: Con relación a la encuesta aplicada a los emprendedores el emporio textil de gamarra, todas ellas ubicadas en el distrito de la Victoria, se determinó que el 62,06% respondieron muy de acuerdo, el 35,29% contestaron de acuerdo y el 2,65% marcaron indiferente. **Interpretación:** teniendo en cuenta que la dimensión “innovación” se compone en cuatro preguntas y a manera de resumen se

determinó que en su mayoría el 62,06% respondieron regularmente. Esto quiere decir se viene desarrollando moderadamente el desarrollo de habilidades creativas y la innovación en los emprendedores. (Ver tabla:6)

Se observó en el resultado de la confiabilidad 0.899 de acuerdo al cuadro del Alfa de Cronbach el cual resulto un instrumento válido. Por lo tanto, el coeficiente de alfa es bueno. (Ver anexo: tabla). De acuerdo a la hipótesis se observó de la siguiente manera:

HG1: El ecosistema creativo se relaciona de manera favorable con la Incubadora Startups en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.

HO: El ecosistema creativo no se relaciona de manera favorable con la Incubadora Startups en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.

Dado los resultados de correlación de las dos variables: El ecosistema creativo y la Incubadora Startups en base al Rho de Spearman el coeficiente de correlación es de 0,754 (ver anexo: tabla), de acuerdo al baremo se observó una correlación alta, con una significancia de 0.000. Así mismo es menor al 0.05 y se acepta la hipótesis general y se rechaza la hipótesis nula. Con respecto a los resultados de correlación de las pruebas de hipótesis específicas se dieron los siguientes resultados:

HE2: La decisión del emprendimiento se relaciona de manera favorable con el Asesoramiento de las plataformas digitales en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.

HE0: La decisión del emprendimiento no se relaciona de manera favorable con el Asesoramiento de las plataformas digitales en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.

Dado los resultados de correlación de las dos dimensiones se observó en base al Rho de Spearman el coeficiente de correlación es de 0,600 (ver anexo: tabla), de acuerdo al baremo se observó una correlación moderada, con una significancia de 0.000, ya que es menor al 0.05, el cual se acepta la hipótesis específica 1 y se rechaza la hipótesis nula.

HE3: El desarrollo de ideas creativas se relaciona de manera favorable con los Recursos digitales de los dispositivos tecnológicos en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.

HE0: El desarrollo de ideas creativas no se relaciona de manera favorable con los Recursos digitales de los dispositivos tecnológicos en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.

Dado los resultados de correlación de las dos dimensiones se observó en base al Rho de Spearman el coeficiente de correlación es de 0,636 (ver anexo: tabla), de acuerdo al baremo se observó una correlación moderada, con una significancia de 0.000, ya que es menor al 0.05, el cual se acepta la hipótesis específica 1 y se rechaza la hipótesis nula.

HE4: La Originalidad de la Innovación se relaciona de manera favorable con la eficiencia de la productividad digital en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.

HE0: La Originalidad de la Innovación se relaciona de manera favorable con la eficiencia de la productividad digital en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.

Dado los resultados de correlación de las dos dimensiones se observó en base al Rho de Spearman el coeficiente de correlación es de 0,515 (ver anexo 2: tabla 1), de acuerdo al baremo se observó una correlación moderada, con una significancia de 0.000, ya que es menor al 0.05, el cual se acepta la hipótesis específica 1 y se rechaza la hipótesis nula.

V. DISCUSION

El Ecosistema Creativo, es el motor e impulsor de la economía que tiene cada ciudad, el cual se desarrollan en un espacio urbano, que a través del emprendimiento fomentan la creatividad e innovación en sus productos textiles, llagando a generar un valor económico al país, por ello es que tenemos como resultado la relación de manera favorable con la Incubadora Startups, ya que brinda un soporte tecnológico dando servicios de asesoramientos y productividad, todo ello para que los emprendedores puedan desarrollarse, adquirir conocimiento y crecer de manera eficaz en el mercado.

De acuerdo a nuestro objetivo general de nuestra investigación se determinó la relación entre ambas variables, obteniendo un resultado de nivel de correlación alta, ante ello (Montesinos, Ormeño, & Piña, 2018). En su investigación determinó que la participación de las incubadoras universitarias como centros formativos genera que los emprendedores den valor y calidad a sus productos, ya que estas incubadoras ofrecen espacios creativos y un adecuado soporte tecnológico a estos ecosistemas creativos, cabe resaltar que su estudio fue exploratoria y descriptiva ya que tiene respaldos teóricos, dicha información concuerda con los resultados de la investigación, entendiendo que la participación de las incubadoras es fundamental, en el ecosistema creativo el cual genera un valor y calidad en sus productos apoyadas de las incubadoras, así mismo les brinda espacio colaborativos, soporte tecnológico, asesoramiento y productividad, para un buen desarrollo del emprendimiento y finalmente puedan salir con un producto innovador al mercado, por consiguiente (Camayo, Vasquez, & Zavaleta, 2017)En su investigación determina que el ecosistema emprendedor ha sido beneficiado por los programas gubernamentales que promueven el desarrollo de las Startups y priorizan las brechas que consideran más importantes en el ecosistema, cabe resaltar que su investigación fue empleada el método lógico-inductivo el cual consideró tener leyes científicas y demostraciones, esto es cónsono con la investigación y se evidencia que, cada autor tiene distintos resultados, pero tienen los mismos conceptos y como Camayo resalta que el ecosistema de alguna u otra forma son beneficiadas por las startups ya que les brinda soporte tecnológico y espacios de trabajo en donde estos ecosistemas puedan desarrollarse y generar un producto innovador, no obstante, como sostiene (Weninber, 2019)en su artículo “Componentes del Ecosistema de Emprendimiento de Lima que Inciden en Crecimiento y Desarrollo de *Startups*” determina que el ecosistema de emprendimiento ubicado en territorio Lima metropolitano, requiere

desarrollar la interacción de personas con la tecnología para llevar a las Startups, a un crecimiento acelerado, pero también es necesario desarrollar el componente material, asimismo se resalta que la investigación fue tipo exploratorio el cual comprende desarrollar a través de un caso de estudio, es por ello la postura de los autores guardan relación con nuestra investigación ya que estos ecosistemas creativos se desarrollan dentro de un espacio urbano el cual buscan generar un ingreso económico a través de sus productos, sin embargo para tener crecimiento, productividad y la competitividad se requiere el uso de la tecnología, estas sean amigables y estén al servicio del emprendedor.

De acuerdo al objetivo específico 1, se determinó la relación entre el emprendimiento y el asesoramiento, ambas dimensiones obteniendo como resultado una correlación de nivel moderado, como señala (Hernández & Gonzáles, 2017) en su artículo “Estudio del ecosistema del emprendimiento tecnológico en Lima: Desafíos al 2030” determina que las incubadoras ofrecen un soporte tecnológico, asesoramiento, servicios de consultoría y espacio colaborativo para que un ecosistema emprendedor fomente la creatividad en sus productos asimismo se resalta que la investigación fue cuantitativo-cualitativo por la aplicación de un cuestionario y por las características que permiten a dar una interpretación de lo recogido, ya que el emprendimiento busca evaluar y poner en marcha una oportunidad mediante la creación de un producto a su vez necesitan ser asesorados mediante las plataformas digitales, así mismo, (Alvarado, 2018) señala que el desarrollo de una iniciativa emprendedora, busca una constante comunicación con sus equipos para que puedan apoyarlos a través de sus servicios gratuitos, entre los cuales se encuentran las asesorías personalizadas, este servicio es uno de los que más sirve en relación a las fases de inmersión e ideación del desarrollo de la iniciativa de emprendimiento, asimismo cabe resaltar que la investigación es ex post-facto descriptivo ya que establece las posibles relaciones de causa-efecto es por ello teniendo en cuenta con lo que define el autor el emprendimiento debe ser asesorada de manera personalizada y contar con espacios de interacción donde fomente el uso de las nuevas tecnologías, sin embargo , (Vallmitjana,2015) define que el emprendimiento de cada persona es la decisión que posee y explora uno mismo, dentro de ello resalta el recurso de ser asesorado mediante el desarrollo de una estrategia y organización de un nuevo proyecto empresarial, es por ello que los emprendedores crean nuevos negocios ,a su vez, las nuevas empresas aumentaron nuevos puestos de trabajo, cabe resaltar que la investigación es descriptivo ya que tienen respaldos teóricos, así mismo la investigación tiene relación con lo que

argumenta los autores ya que se evidencia claramente que los emprendedores necesitan asesoramiento mediante las plataformas digitales, video llamadas o aplicaciones en donde ellos puedan tener conocimiento de cómo pueden desempeñarse en el comercio textil situado en un espacio urbano, de tal modo que estas sean al beneficio y crecimiento del emprendedor.

De acuerdo al objetivo específico 2, se determinó la relación entre la creatividad y los recursos digitales, ambas dimensiones obteniendo como resultado una correlación de nivel moderado, como señala (Córdoba, E. Castillo, J. Castillo, N. 2018) en su investigación determinó que las dinámicas empresariales, de medianas y grandes empresas potenciaron su creatividad e innovación mediante los recursos digitales y esta es indispensable, ya que permite que las empresas puedan competir en el mercado de una manera eficaz, asimismo la investigación fue, analítica-descriptiva el cual examino y discutió con las teorías, ya que para potenciar la creatividad es importante adquirir conocimiento previo el cual genere un producto innovador y permita potenciarlo mediante los recursos digitales, para tener una mejor competitividad en el mercado, así mismo (Sandoval, 2015) en su investigación determina que la distribuidora Huehueteca, S.A. ha generado trabajos de creatividad a través de medios tecnológicos, encontrando un nivel creativo cotidiano ya que estas han sido favorecidas por los recursos digitales, cabe señalar que la metodología fue de tipo descriptiva ya que tiene respaldos de teóricos, asimismo la investigación tiene relación con lo que argumenta los autores ya que a pesar de ser distintos enfoques se evidencia el mismo resultado, por ello los emprendedores del comercio fomentan su creatividad mediante sus productos el cual requieren apoyo de los recursos digitales como base de datos, dispositivos tecnológicos o software mediante estos recursos se hagan más fácil y rápido de agilizar el negocio, de la misma forma que estos recursos estén al servicio del emprendedor.

Finalmente, el objetivo específico 3, se determinó la relación entre la innovación y la productividad digital, ambas dimensiones obteniendo como resultado una correlación de nivel moderado, como señala (Silva, 2017) en su artículo "La innovación y educación: Variables claves para la competitividad de las empresas" determina que los nuevos consumidores, deben tener innovación en sus productos ya que es una estrategia importante para alcanzar un nivel competitivo en el mercado implementando un proceso tecnológico, cabe resaltar que la investigación es descriptiva ya que cuenta con un respaldo teórico, es por ello que la innovación de un producto es muy importante para tener una mejor competitividad en el mercado mediante la colaboración de las nuevas tecnologías. Así mismo señala (Tello, 2017)

en su artículo “Innovación y productividad en las empresas de servicios y manufactureras: caso Perú” determina que el sector manufacturero del territorio peruano debe innovar en sus productos y realizar cambios en ciencia, tecnología e innovación (CTI) para competir con las empresas exportadoras y extranjeras, cabe resaltar que la investigación es descriptiva ya que tiene respaldo teórico, asimismo los autores mencionados guardan relación con los resultados de la investigación debido a que se evidenció claramente que los emprendedores del comercio tienen la innovación en sus productos el cual genera competitividad en el mercado, por ello se relaciona de manera favorable con la productividad digital ya que mediante las plataformas digitales puedan acelerar la venta de sus productos, así tener una mejor productividad y crecer como emprendedor.

Cabe resaltar que esta investigación se utilizó una metodología básica no experimental con tiempo transversal donde nos favoreció por el corto tiempo que se debe realizar la investigación, como fortaleza tenemos la validación que se hizo al instrumento por medio del V-aiken y también la validación del método ítem test de la misma forma se utilizó el test y el re-test para la calibración de las preguntas del cuestionario que se realizó con un piloto de 20 emprendedores, asimismo se añadió cuatro artículos científicos el cual nos sirvió como soporte para realizar la discusión de la investigación, como debilidades sin lugar a dudas podría referirse a la limitación en la que nos encontramos por la situación de pandemia (Covid-19), ya que limita de alguna forma recopilar información, en donde solo tuvimos la encuesta por vía virtual a lo mejor nos hubiera gustado tener entrevistas estructurada para entender mejor a estos emprendedores y así fortalecer nuestra investigación, de la misma forma nos hubiera gustado hacer una investigación de tipo aplicada con diseño experimental el cual se manipula deliberadamente una a más variables, para llevar una investigación mucho más profunda.

VI. CONCLUSIONES

Tras el análisis de los antecedentes, teorías y resultados de la aplicación del instrumento, se llegó a las siguientes conclusiones:

Mediante los estudios realizados dentro de nuestra investigación se determinó que el ecosistema creativo es un factor muy importante en una ciudad ya que se desarrollan en un espacio urbano que a través del emprendimiento, desarrollan la creatividad y la innovación de un producto ,así mismo contribuyendo en la economía del país ,es por ello se relaciona de manera positiva con la Incubadora Startups, ya que brinda el soporte tecnológico y un espacio colaborativo para el beneficio del emprendedor que a su vez tiene como finalidad brindar un producto de calidad, el cual se desarrollan mediante la estrategia de la tecnología dándole mayor uso a los recursos digitales para tener productividad y crecimiento acelerado en el mercado.

Asimismo como primera conclusión específica se determinó que el emprendimiento es la acción de crear un negocio, el cual se debe tener la decisión y la iniciativa hacia donde se pretende llegar ya que el ecosistema genera mecanismos de crecimiento acelerado en el comercio textil, es por ello que se relaciona de manera positiva con el asesoramiento mediante las plataformas digitales y el uso de las videollamadas, páginas web, redes sociales que brinda un soporte tecnológico mediante un asesoramiento personalizado para el beneficio del emprendedor.

Posteriormente como segunda conclusión específica se determinó que la creatividad es el motor e impulsor de economía de la ciudad el cual los ecosistemas generan un producto innovador, a través de la imaginación e inspiración es por ello, se relaciona de manera positiva con los recursos digitales ya que genera que los dispositivos tecnológicos como el software y la base de datos dan un desarrollo competitivo.

Finalmente, como tercera conclusión específica se determinó que la innovación de un producto es una estrategia para poder competir en el mercado a través de la tecnología, es por ello que se relaciona de manera positiva con la productividad digital, ya que brinda una mejor competitividad e implementando la originalidad para el crecimiento del emprendedor.

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones están en relación a los resultados de la investigación:

Se recomienda con respecto al Ecosistema Creativo y la Incubadora Startups, el desarrollo de investigaciones de tipo aplicada de nivel explicativo en donde pueda aumentar el conocimiento y poner más énfasis sobre la relación de estas dos variables, así mismo dando un mayor tiempo al desarrollo de teorías y conceptos que enriquezcan a lo investigado. Por ello se considera tener una vista más crítica y ver como se están desarrollando estos ecosistemas creativos en un espacio urbano, ya que cuando hablamos de ecosistemas creativos, las incubadoras startups y el emporio textil de gamarra, ya estamos hablando de procesos emergentes, el cual nos permitirá ver las potencialidades y el desarrollo del emprendimiento en el lugar, asimismo tener una buena planificación de la ciudad.

Se recomienda que para el proceso del emprendimiento es importante tener un espacio virtual de asesoramiento mediante las plataformas digitales, videollamadas, el cual ayude a tener conocimiento sobre el uso de la tecnología para el beneficio del emprendedor

Se recomienda tener espacios creativos y tecnológicos el cual le brinde al emprendedor un lugar donde pueda fluir su imaginación, inspiración y darle uso adecuado a los recursos digitales como los dispositivos tecnológicos, base de datos que le brinda al emprendedor a potencializar su creatividad mediante la tecnología.

Finalmente, se recomienda que la innovación de un producto es fundamental, para tener competitividad y crecimiento en el mercado ya que, mediante el uso de las nuevas tecnologías, como el big data, inteligencia artificial genera que el producto innovador, acelere su productividad a un corto tiempo.

Referencias Bibliográficas

- Acevedo, J. (2015). KAANAS ACCESORIES. *Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA*. Bogota, Colombia.
- Alegre, M. (2018). Ecosistema Creativo en el area de metropolitana de Barcelona. *Universitat Politècnica de Catalunya*. Barcelona, España.
- Aliaga, A., Camargo, A., & Olivares, R. (2019). *La influencia de las incubadoras universitarias en la etapa de nacimiento de las Startups en el contexto peruano: Estudio de caso BIOINCUBA*. Lima, Peru.
- Alva, L., & Claudia, C. (2018). *El concurso Startups Peru en la gestion de desarrollo de emprendimientos innovadores: Un analisis de caso de las Percepciones de las Startups beneficiarias de la 1° a la 4° generacion*. Lima, Peru.
- Alva, S. (2014). Gamarra: El emporio comercial peruano más emprendedor de América Latina. *Blog cultural de Stephanie Alva*. Lima, Peru. Obtenido de <http://cronicasyentrevistasdestephaniealva.blogspot.com/2014/01/gamarra-el-emporio-comercial-peruano.html>
- Alvarado, C. (2018). La Influencia de una red de emprendedores en el desarrollo de las iniciativas emprendedoras registradas en su aplicación web durante el 2016, Lima-Perú. Lima, Perú.
- Camayo, W., Vasquez, C., & Zavaleta, L. (2017). *Analisis del ecosistema emprendedor Latinoamericano y su impacto en el desarrollo de Startups*. Lima, Peru.
- Carrasco Diaz, S. (2005). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA, Pautas y metodologias para elaborar el proyecto de investigaciòn*. Lima, Peru: San Marcos.
- Comercio. (2019). Gamarra: ¿cómo surgió el emporio comercial que hoy busca librarse de los ambulantes? PERU. Obtenido de <https://elcomercio.pe/somos/historias/gamarra-surgio-emporio-comercial-hoy-busca-librarse-ambulantes-noticia-nndc-616392-noticia/>
- Dario, I. (2015). Análisis del entorno de la economía cultural y de las industrias creativas enfocadas de la producción del contenido en Pereira”. Colombia.
- El Comercio. (2020). Coronavirus en Perú: Madre e hija ayacuchanas fabrican mascarillas con diseño de pollera sarhuina. Ayacucho, Peru. Obtenido de <https://elcomercio.pe/peru/coronavirus-en-peru-madre-e-hija-ayacuchanas-fabrican-mascarillas-con-diseno-de-pollera-sarhuina-nnpp-noticia/?ref=ecr>
- Garayar, V. (2020). Sociedad 5.0 de Japón: hoja de ruta para todos. *El Economista*. España. Obtenido de <https://www.eleconomista.es/opinion->

blogs/noticias/10302658/01/20/Sociedad-50-de-Japon-hoja-de-ruta-para-
todos.html?fbclid=IwAR3CezW9o-IBFx_nPQRArw_uCYD-
J_372HFjYqQuA2rNdaCfRouZ90wOYSA

- García, A. (2016). Gamarra en innovar o ser cambiado. *Gestion*. Lima, Peru. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/innovar-o-ser-cambiado/2016/10/gamarra-en-innovar-o-ser-cambiado.html/?ref=gesr>
- Gonzales, G. (2014). Efectos de la cooperación sobre el desarrollo de innovaciones organizativas. *Economía Industrial*. Madrid, España.
- Gonzales, M. (2019). Dinero. *Sociedad 5.0: La visión japonesa de la sociedad de la imaginación*. España. Obtenido de <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/sociedad-50-la-vision-japonesa-de-la-sociedad-de-la-imaginacion--por-maria-alejandra-gonzalez-perez/270493>
- Hernández, C., & Gonzáles, D. (2017). *Estudio del Ecosistema de emprendimiento tecnológico en Lima: Desafíos al 2030*. ALTEC. Obtenido de http://www.uam.mx/altec2017/pdfs/ALTEC_2017_paper_268.pdf
- Hernandez, H., & Pascual, A. (2017). VALIDACIÓN DE UN INSTRUMENTO DE INVESTIGACION PARA EL DISEÑO DE UNA METODOLOGÍA DE AUTOEVALUACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL. *Revista de investigación agraria y ambiental*, 9(1), 158-163. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6383705>
- INEI. (2014). Una mirada a Lima metropolitana. Lima, Peru: 1ra ed.
- Innovate Peru. (2019). PERU. Obtenido de <https://innovateperu.gob.pe/>
- Monreal, A. (2015). Qué es la creatividad. Madrid. Biblioteca nueva.
- Montesinos, A., Ormeño, J., & Piña, k. (2018). *El rol de las incubadoras de negocios universitarias dentro del ecosistema emprendedor peruano: Una aplicación para el sistema de incubación empresarial PUCP (SIE-PUCP)*. Lima, Peru.
- Municipalidad de la Victoria. (2020). La Victoria en la historia. *La Victoria es su gente*. Lima, Peru. Obtenido de <https://www.munilavictoria.gob.pe/index.php/la-victoria>
- Orellana, A. (2008). Steven Johnson Sistemas emergente. O qué tiene en comun hormigas, neuronas, ciudades y software. 142-145. Santiago: EURE. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612008000100008>
- Ortega, A. (2019). Real Instituto Elcano royal institute. *Sociedad 5.0: el concepto japonés para una sociedad superinteligente*. España. Obtenido de http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/economia+internacional/ari10-2019-ortega-sociedad-5-0-concepto-japones-sociedad-superinteligente
- Pastor, B. F. (14 de Febrero de 2018). Índice de validez de contenido: Coeficiente V de Aiken. *Pueblo continente*, 193-197.

- Ramirez, H., & Rodriguez, L. (2018). Desarrollo de la Propiedad Intelectual como pilar de la Economía Creativa en la Economía Colombiana". *Universidad Catolica de Colombia*. Bogota , Colombia.
- Roja, B. (2015). "La creatividad e innovación en las organizaciones". *UPEL*. Caracas, Venezuela .
- Sanchez, K. (2018). *Analisis de los bloques es del modelo de negocio de las START-UPS PERUANAS*. Lima, Peru.
- Schulkin, J. (2018). Gatebox, "la novia holográfica" que es furor en Japón. *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/tecno/2018/05/10/gatebox-la-novia-holografica-que-es-furor-en-japon/>
- Soja, E. (2004). Seis discursos sobre la postmetrópolis. *Lo urbano en veinte autores contemporáneos, 1*. Barcelona, España: Ediciones UPC.
- Takechi, M. (2017). Anímese y entable una relación con su asistente digital. *Gestion Tecnologica*. Lima, Peru. Obtenido de <https://gestion.pe/tecnologia/animese-entable-relacion-asistente-digital-134696-noticia/?ref=gesr>
- Vega, P. (2017). La dimensión urbana de las centralidades de Lima Norte: cambios y permanencias en la estructura metropolitana. *43(129-2017)*. Santiago, Chile: EURE. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/196/19652481001/html/index.html>
- Weninber, k. (2019). *Componentes del Ecosistema de Lima que inciden en el Crecimiento y Desarrollo de Startups*, 119-136. *Journal of technology management & innovation*. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242019000400119>
- Zarlenga, M. (2015). "Lugar y creatividad hacia una sociología de los procesos de creatividad cultural urbana". *Universitat Barcelona*. Barcelona, España.

ANEXOS

Figura 1: Formula y desarrollo con población finita o tamaño conocido

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N-1)E^2 + Z^2 pq} = \frac{304 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(304 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = 6226$$

n= (170)

Fuente: Elaboración propia

n: Tamaño de muestra

N: Tamaño de la población de estudio = 361

p: Probabilidad de éxito = 0.50

q: Probabilidad de fracaso = 0.50

E: Margen de error = 0.05

Z: Nivel de confiabilidad = 1.96

Figura 11: Formular para ajustar muestra

$$n_o = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}} = \frac{170}{1 + \frac{170-1}{340}} = 340$$

n^o = 340

Donde:

n^o= Muestra ajustada

n = Muestra inicial: 361 N= Población : 340

Matriz de Consistencia

Título: Ecosistema Creativo y la relación

Autor:

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>Problema General: ¿De qué manera se relaciona el Ecosistema Creativo con la Incubadora Startups en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020?</p> <p>Problemas Específicos: ¿De qué manera se relaciona la decisión del emprendimiento con el asesoramiento de las plataformas digitales en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020? ¿De qué manera se relaciona el desarrollo de las ideas creativas con los Recursos digitales de los dispositivos tecnológicos en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020? ¿De qué manera se relaciona la originalidad del producto con la eficiencia de la productividad digital en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre el ecosistema creativo y la Incubadora Startups en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la relación entre la decisión del emprendimiento con el asesoramiento de las plataformas digitales en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020. Determinar la relación entre el desarrollo de las ideas creativas con los Recursos digitales de los dispositivos tecnológicos en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020. Determinar la relación entre la originalidad de la innovación con la eficiencia de la productividad digital en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.</p>	<p>Hipótesis general: El ecosistema creativo se relaciona de manera favorable con la Incubadora Startups en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.</p> <p>Hipótesis específicas: La decisión del emprendimiento se relaciona de manera favorable con el Asesoramiento de las plataformas digitales en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020. El desarrollo de ideas creativas se relaciona de manera favorable con los Recursos digitales de los dispositivos tecnológicos en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020. La originalidad de la Innovación se relaciona de manera favorable con la eficiencia de la productividad digital en los emprendedores del emporio textil de Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, 2020.</p>	Variable 1: ECOSISTEMA CREATIVO				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Emprendimiento	Decisión Iniciativa Visión		Ordinal/Likert	1= Muy en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Indiferente 4=De acuerdo 5= Muy de acuerdo
			Creatividad	Conocimiento Imaginación Inspiración			
Innovación	Producto Proceso Competitividad						
Variable 2: INCUBADORA STARTUPS							
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos			
Asesoramiento Recursos Digitales Productividad Digital	Asistente Virtual Plataformas digitales Aplicativos Digitales Base de Datos Software Dispositivos Tecnológicos Eficiencia Acelerar Rendimiento		Ordinal/Likert	1= Muy en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Indiferente 4=De acuerdo 5= Muy de acuerdo			

Tabla 3: Validaciones de expertos

Validación 1

N°	Dimensiones / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: ECOSISTEMA CREATIVO								
DIMENSIÓN 1: Emprendimiento								
1	¿Considera usted que la toma de decisiones no es fundamental para lograr el éxito como emprendedor?	X		X		X		
2	¿Usted tiene la iniciativa para buscar soluciones y oportunidades para su crecimiento como emprendedor?	X		X		X		
3	¿Considera usted importante contar con visiones y metas para su desarrollo como emprendedor?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Creatividad								
4	¿Es importante tener conocimiento de moda, para generar diseños creativos?	X		X		X		
5	¿Considera usted que la imaginación es fundamental para el desarrollo de nuevas ideas?	X		X		X		
6	¿El entorno (espacio de trabajo) es una fuente de inspiración para generar nuevos diseños?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Innovación								
7	¿Es importante generar originalidad en tus productos como emprendedor?	X		X		X		
8	¿Considera que para el proceso de innovación es importante ejecutar nuevos diseños?	X		X		X		
9	¿Considera usted que la competitividad es la habilidad de todo emprendedor?	X		X		X		
VARIABLE 2: INCUBADORA STARTUPS								
DIMENSIÓN 1: Asesoramiento								
10	¿Considera usted importante ser asesorado por un asistente virtual mediante video llamadas?	X		X		X		
11	¿Es importante el uso de las plataformas digitales (páginas web) como medio de asesoramiento?	X		X		X		
12	¿Es importante utilizar las aplicaciones digitales como redes sociales (Facebook, Instagram) para obtener un asesoramiento digital?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Recursos Digitales								
13	¿Considera usted que la base de datos (Excel y Alvéndi) no es un recurso importante para el adecuado registro de su producto?	X		X		X		
14	¿Utilizas software como programas y aplicaciones (Excel, Word) en su espacio de trabajo?	X		X		X		
15	¿Es importante tener los dispositivos tecnológicos (computadoras, Tablet, Smartphone entre otros, en su espacio de trabajo)?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Productividad Digital								
16	¿Se considera eficiente cuando tiene un adecuado uso de los dispositivos tecnológicos (Smartphone, Tablet, computadora)?	X		X		X		
17	¿Considera usted que para acelerar su productividad es favorable tener a su disposición tecnología digital (Facebook, Instagram, Excel, entre otros)?	X		X		X		
18	¿Considera usted que su esfuerzo es fundamental para mejorar el rendimiento como emprendedor?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: SAENZ MORI, ISAAC DISRAELI

DNI: 09341154

Especialidad del validador: REHABILITACION URBANA

10.....de...JUNIO.....del 2020

Validación 2

N°	Dimensiones / Ítems	Firma del Experto Informante				Claridad ³		Sugerencias
						Si	No	
VARIABLE 1: ECOSISTEMA CREATIVO								
DIMENSIÓN 1: Emprendimiento								
1	¿Considera usted que la toma de decisiones no es fundamental para lograr el éxito como emprendedor?	X		X		X		
2	¿Usted tiene la iniciativa para buscar soluciones y oportunidades para su crecimiento como emprendedor?	X		X		X		
3	¿Considera usted importante contar con visiones y metas para su desarrollo como emprendedor?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Creatividad								
4	¿Es importante tener conocimiento de moda, para generar diseños creativos?	X		X		X		
5	¿Considera usted que la imaginación es fundamental para el desarrollo de nuevas ideas?	X		X		X		
6	¿El entorno (espacio de trabajo) es una fuente de inspiración para generar nuevos diseños?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Innovación								
7	¿Es importante generar originalidad en tus productos como emprendedor?	X		X		X		
8	¿Considera que para el proceso de innovación es importante ejecutar nuevos diseños?	X		X		X		
9	¿Considera usted que la competitividad es la habilidad de todo emprendedor?	X		X		X		
VARIABLE 2: INCUBADORA STARTUPS								
DIMENSIÓN 1: Asesoramiento								
10	¿Considera usted importante ser asesorado por un asistente virtual mediante video llamadas?	X		X		X		
11	¿Es importante el uso de las plataformas digitales (páginas web) como medio de asesoramiento?	X		X		X		
12	¿Es importante utilizar las aplicaciones digitales como redes sociales (Facebook, Instagram) para obtener un asesoramiento digital?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Recursos Digitales								
13	¿Considera usted que la base de datos (Excel y Alvéndi) no es un recurso importante para el adecuado registro de su producto?	X		X		X		
14	¿Utilizas software como programas y aplicaciones (Excel, Word) en su espacio de trabajo?	X		X		X		
15	¿Es importante tener los dispositivos tecnológicos (computadoras, Tablet, Smartphone entre otros, en su espacio de trabajo?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Productividad Digital								
16	¿Se considera eficiente cuando tiene un adecuado uso de los dispositivos tecnológicos (Smartphone, Tablet, computadora)?	X		X		X		

17	¿Considera usted que para acelerar su productividad es favorable tener a su disposición tecnología digital (Facebook, Instagram, Excel, entre otros)?	X		X		X	
18	¿Considera usted que su esfuerzo es fundamental para mejorar el rendimiento como emprendedor?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador: ZELA VILLEGAS, VICTOR ROBERTO

DNI: 42700795

Especialidad del validador: EMPRESARIO

17.....de...JUNIO.....del 2020

Firma del Experto Informante

VALIDACION 3:

N°	Dimensiones / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: ECOSISTEMA CREATIVO								
DIMENSIÓN 1: Emprendimiento								
1	¿Considera usted que la toma de decisiones no es fundamental para lograr el éxito como emprendedor?	X		X		X		
2	¿Usted tiene la iniciativa para buscar soluciones y oportunidades para su crecimiento como emprendedor?	X		X		X		
3	¿Considera usted importante contar con visiones y metas para su desarrollo como emprendedor?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Creatividad								
4	¿Es importante tener conocimiento de moda, para generar diseños creativos?	X		X		X		
5	¿Considera usted que la imaginación es fundamental para el desarrollo de nuevas ideas?	X		X		X		
6	¿El entorno (espacio de trabajo) es una fuente de inspiración para generar nuevos diseños?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Innovación								
7	¿Es importante generar originalidad en tus productos como emprendedor?	X		X		X		
8	¿Considera que para el proceso de innovación es importante ejecutar nuevos diseños?	X		X		X		
9	¿Considera usted que la competitividad es la habilidad de todo emprendedor?	X		X		X		
VARIABLE 2: INCUBADORA STARTUPS								
DIMENSIÓN 1: Asesoramiento								
10	¿Considera usted importante ser asesorado por un asistente virtual mediante video llamadas?	X		X		X		
11	¿Es importante el uso de las plataformas digitales (páginas web) como medio de asesoramiento?	X		X		X		
12	¿Es importante utilizar las aplicaciones digitales como redes sociales (Facebook, Instagram) para obtener un asesoramiento digital?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Recursos Digitales								
13	¿Considera usted que la base de datos (Excel y Alveti) no es un recurso importante para el adecuado registro de su producto?	X		X		X		
14	¿Utilizas software como programas y aplicaciones (Excel, Word) en su espacio de trabajo?	X		X		X		
15	¿Es importante tener los dispositivos tecnológicos (computadoras, Tablet, Smartphone entre otros, en su espacio de trabajo)?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Productividad Digital								
16	¿Se considera eficiente cuando tiene un adecuado uso de los dispositivos tecnológicos (Smartphone, Tablet, computadora)?	X		X		X		
17	¿Considera usted que para acelerar su productividad es favorable tener a su disposición tecnología digital (Facebook, Instagram, Excel, entre otros)?	X		X		X		
18	¿Considera usted que su esfuerzo es fundamental para mejorar el rendimiento como emprendedor?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X]

Aplicable después de corregir []

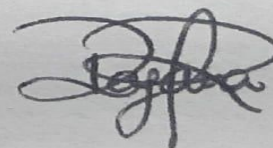
No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: DAJANA NICOLL FERRER ROJAS

DNI: 75083962

Especialidad del validador: EMPRESARIA

22 de JUNIO del 2020



Firma del Experto Informante

Tabla 4: Cuadros de coeficiente V de Aiken

DIMENSION 1		ARQ.SAENZ			EMP.VICTOR			EMP.DAJAN			RESUMEN			TOTAL	V de AIKEN	Condicion
		Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.			
1	¿Considera usted que la toma de decisiones no es fundamental para lograr el éxito como emprendedor?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
2	¿Usted tiene la iniciativa para buscar soluciones y oportunidades para su crecimiento como emprendedor?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
3	¿considera usted importante contar con visiones y metas para su desarrollo como emprendedor?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido

DIMENSION 2		ARQ.SAENZ			EMP.VICTOR			EMP.DAJANA			RESUMEN			TOTAL	V de AIKEN	Condicion
		Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.			
1	¿Es importante tener conocimiento de moda, para generar diseños creativos?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
2	¿Considera usted que la imaginación es fundamental para el desarrollo de nuevas ideas?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
3	¿El entorno (espacio de trabajo) es una fuente de inspiración para generar nuevos diseños?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido

DIMENSION 3		ARQ.SAENZ			EMP.VICTOR			EMP.DAJANA			RESUMEN-TOTAL			Total	V de AIKEN	Condicion
		Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Rel.	Clar.	Clar.			
1	¿Es importante generar originalidad en tus productos como emprendedor?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
2	¿Considera que para el proceso de innovación es importante ejecutar nuevos diseños?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
3	¿Considera usted que la competitividad es la habilidad de todo emprendedor?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido

DIMENSION 4		ARQ. SAENZ			EMP.VICTOR			EMP.DAJANA			RESUMEN-TOTAL			Total	V de AIKEN	Condicion
		Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.			
1	¿Considera usted importante ser asesorado por un asistente virtual mediante video llamadas?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
2	¿Es importante el uso de las plataformas digitales (páginas web) como medio de asesoramiento?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
3	¿Es importante utilizar las aplicaciones digitales como redes sociales (Facebook, Instagram) para obtener un asesoramiento digital?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido

DIMENSION 5		Arq. Saenz			EMP. VICTOR			EMP.DAJANA			RESUMEN-TOTAL			Total	V de AIKEN	Condicion
		Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.			
1	¿Considera usted que la base de datos (Excel y Alvendi) no es un recurso importante para el adecuado registro de su producto?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
2	¿Utilizas software como programas y aplicaciones (Excel, Word) en su espacio de trabajo?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
3	¿Es importante tener los dispositivos tecnológicos (computadoras, Tablet, Smartphone entre otros, en su espacio de trabajo?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido

DIMENSION 6		ARQ. SAENZ			EMP.VICTOR			EMP.DAJANA			RESUMEN			Total	V de AIKEN	Condicion
		Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.	Per.	Rel.	Clar.			
1	¿Se considera eficiente cuando tiene un adecuado uso de los dispositivos tecnológicos (Smartphone, Tablet, computadora)?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
2	¿Considera usted que para acelerar su productividad es favorable tener a su disposición tecnología digital (Facebook, Instagram, Excel, entre otros)?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido
3	¿Considera usted que su esfuerzo es fundamental para mejorar el rendimiento como emprendedor?	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	0.75	Valido

N	Dimensión
1	ARQ. SAENZ
2	EMPR. VICTOR ZELA
3	EMPR.DAJANA FERRER

N	Dimensiones	V Aiken
1	Emprendimiento	0.75
2	Creatividad	0.75
3	Innovación	0.75
4	Asesoramiento	0.75
5	Recursos Digitales	0.75
6	Productividad Digital	0.75

Se concluye que luego de haber realizado este análisis de los resultados de los tres expertos por medio del V de Aiken, el instrumento de validación obtuvo esas puntuaciones visibles en el cuadro. Cabe decir que ese resultado es producto de una formula donde:

$V = \frac{S}{n(c-1)}$
siendo:
S = la sumatoria de si
si = valor asignado por el juez
n = número de jueces
c = número de valores de la escala de valoración

Este desarrollo se dio con el propósito de comprobar la pertinencia, relevancia y claridad los ítems de manera individual. Además, de demostrar lo confiable que son al momento de aplicarlos, Por lo que, al analizarlos resultados de cada dimensión, este demuestra estar cerca de la unidad lo más posible por lo que se da a entender que si cumple con los criterios dichos.

Tabla 5: Estadística de confiabilidad Alfa de Crombach Test y Re-test

Estadística de confiabilidad de alfa de Crombach en SPSS del primer test

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	20	100,0	,827	18
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	20	100,0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Este valor se obtuvo mediante la aplicación de la fórmula siguiente:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] * \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Dónde:

k= Número de Ítems

$\sum S_i^2$ = Suma de las varianzas de cada ítem

S_T^2 = Varianza Total

George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach, citado por (Hernandez & Pascual, 2017).

- Coeficiente alfa >.9 es excelente
- Coeficiente alfa >.8 es bueno
- Coeficiente alfa >.7 es aceptable
- Coeficiente alfa >.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa >.5 es pobre
- Coeficiente alfa <.5 es inaceptable

Interpretación: Según la tabla presentada, el coeficiente de alfa obtenido en el primer test realizado con un resultado de 0.827 (es bueno), así mismo se realizaron las preguntas con un orden determinado y los resultados fueron plasmados en programa Excel para mejor entendimiento del alfa de Cronbach y el SPSS para la confirmación de lo realizado en el Excel. Así mismo decir que para la confirmación de la confiabilidad se realizó un re test alterando el orden de las preguntas en aleatorias donde se busca confundir un poco al encuestado, creando posibilidades de no caer en respuestas memorizadas o el simple hecho de cumplirlas.

Tabla 5: Estadística de confiabilidad de alfa de en SPSS del Re-test

Cronbach

Resumen de procesamiento de casos		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,928	18

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach, citado por (Hernandez & Pascual, 2017).

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable

Interpretación: Según la tabla presentado, el coeficiente de alfa obtenido en el re test realizado con un resultado de 0.928 (es excelente), la cual el re-test fue realizado alterando el orden de las preguntas en aleatoria, así mismo en el ítem 1 y 13 se invirtió de manera negativa haciendo que la pregunta sea no favorable, donde se busca confundir un poco al encuestado y que sean respondidas de manera responsable. Como resultado la confiabilidad es favorable para la investigación y podemos decir que el instrumento es aplicable para la muestra. Por lo tanto, pasa la prueba y no es necesario reestructurar o modificar alguna u otra.

Tabla 5: Estadística de confiabilidad de alfa de R Pearson del Test y Re-test en SPSS

		1.TEST	2. RE-TEST
1.TEST	Correlación de Pearson	1	,778**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
2. RE-TEST	Correlación de Pearson	,778**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

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

(Stats SOS,2015) Sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar r de Pearson.

$r = 1$	correlación perfecta.
$0'8 < r < 1$	correlación muy alta
$0'6 < r < 0'8$	correlación alta
$0'4 < r < 0'6$	correlación moderada
$0'2 < r < 0'4$	correlación baja
$0 < r < 0'2$	correlación muy baja
$r = 0$	correlación nula

Interpretación: Según la tabla presentado, el coeficiente de R de Pearson obtenido un resultado de 0.778 (correlación alta), este resultado es el reflejo de las respuestas de positivo a negativo o un cambio brusco. Así mismo se realizaron las preguntas con un orden determinado y los resultados fueron plasmados en programa Excel y el SPSS. Así mismo decir que para la confirmación de la confiabilidad se realizó un re test alterando el orden de las preguntas en aleatorias y así mismo en el ítem 1 y 13 se invirtió de manera negativa haciendo que la pregunta sea no favorable, en donde se buscó confundir un poco al encuestado (los emprendedores), creando posibilidades de no caer en respuestas memorizadas.

Tabla 4 : Estadística de confiabilidad de alfa de Crombach en Excel del primer test

TEST	VARIABLE 1									VARIABLE 2									TOTAL Vi
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	
karen2204mt@gmail.com	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	4	2	2	2	5	72
rickyjhan@hotmail.com	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	2	1	5	74
estherloayza.3007@gmail.com	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
verohuamancosme@gmail.com	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	82
jscb.0610@gmail.com	1	5	5	3	4	4	5	4	4	3	4	5	2	5	5	4	5	5	73
bayronnberry@outlook.com	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	84
jgmayra0312@gmail.com	2	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	4	3	5	65
cielo.romero01816@gmail.com	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	84
mayte.bea10@gmail.com	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	77
jakira2001r@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	5	5	3	4	4	5	79
vanessamonroysuarez86@gmail	1	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	74
alexandra_37_22@hotmail.com	5	5	5	4	4	3	5	4	3	3	3	4	5	5	5	4	5	5	77
jairosneyder197@gmail.com	5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	84
geraldinesanchezvarillas@gmail.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	89
blasmeylin@gmail.com	2	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	4	4	67
mariaperezterrones@gmail.com	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	87
noeliaabanto151112@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
cynthia06ms@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	89
pro.adrian@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
anelizalegre@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	87
	80	95	96	93	95	89	95	94	91	86	87	91	82	90	86	86	85	92	
VARIANZA	2.53	0.197	0.168	0.45	0.197	0.58	0.3	0.33	0.576	0.642	0.661	0.366	2.095	0.474	1.3789	0.853	1.25	0.568	

FÓRMULA ALFA DE CRONBACH

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

K	18	PREGUNTAS
	$\sum V_i$	SUMA DE VARIANZA
V_t	62.239474	VARIANZA TOTAL

SECCION 1	1.0588235
SECCION 2	0.7813623
ABSOLUTO S2	0.7813623
α	0.8273248

ESCALA DE LIKERT	
MUY DE ACUERDO	5
DE ACUERDO	4
INDIFERENTE	3
EN DESACUERDO	2
MUY EN DESACUERDO	1

Tabla 4 : Estadística de confiabilidad de alfa de Crombach en Excel del Re- test

RETEST	VARIABLE 1									VARIABLE 2									TOTAL vi	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18		
karen2204mt@gmail.com	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	3	3	5	78
rickyhan@hotmail.com	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
estherloayza.3007@gmail.com	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
verohuamancosme@gmail.com	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
jscb.0610@gmail.com	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	5	5	5	3	5	5	77
bayronnbbermy@outlook.com	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	86
jgmayra0312@gmail.com	2	3	5	5	4	3	3	4	3	3	3	5	2	3	3	3	4	2	2	59
cielo.romero01816@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
mayte.bea10@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
jakira2001r@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	87
vanessamonroysuarez86@gmail.com	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	84
alexandra_37_22@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
jairosneyder197@gmail.com	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87
geraldinesanchezvarillas@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
blasmeylin@gmail.com	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	5	72
mariaperezterreros@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	87
noeliaabanto151112@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
cynthia06ms@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
pro.adrian@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
anelizalegre@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
	95	95	97	94	96	92	94	95	95	93	96	92	90	95	97	95	95	97		
VARIANZA	0.61842	0.303	0.239	0.537	0.168	0.463	0.432	0.303	0.4079	0.45	0.274	0.6737	0.8947	0.408	0.239	0.408	0.618	0.45		

FÓRMULA ALFA DE CRONBACH

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

K	18	PREGUNTAS
$\sum V_i$	7.88684	SUMA DE VARIANZA INDIVIDUAL
V_t	63.8184	VARIANZA TOTAL

SECCION 1	1.0588235
SECCION 2	0.8764175
ABSOLUTO S2	0.8764175
α	0.9279714

ESCALA DE LIKERT	
MUY DE ACUERDO	5
DE ACUERDO	4
INDIFERENTE	3
EN DESACUERDO	2
MUY EN DESACUERDO	1

Tabla 5 :Cuadro de comparación del (Test y Re-test)

VARIABLE 2	P10		P11		P12		P13		P14		P15		P16		P17		P18	
	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST
Dirección de correo electrónico																		
karen2204mt@gmail.com	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	5	2	3	2	3	5	5
rickyjhan@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	1	5	2	5	1	5	5	5
estherloayza.3007@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
verohuamancosme@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
jscb.0610@gmail.com	3	3	4	4	5	3	2	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5
bayronnnberny@outlook.com	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
jgmayra0312@gmail.com	3	3	3	5	4	2	5	3	3	3	3	3	4	3	2	5	2	5
cielo.romero01816@gmail.com	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
mayte.bea10@gmail.com	4	5	4	5	4	5	2	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
jakira2001r@hotmail.com	3	5	3	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5
vanessamonroysuarez86@gmail.com	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
alexandra_37_22@hotmail.com	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
jairosneyder197@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
geraldinesanchezvarillas@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
blasmeylin@gmail.com	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	5	5	4	5	4	5	4	5
mariapezterrones@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
noeliaabanto151112@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
cynthia06ms@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
pro.adrian@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
anelizalegre@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5

Tabla 5 :

VARIABLE 1	P1		P2		P3		P4		P5		P6		P7		P7		P9	
	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST	TEST	RETEST
Dirección de correo electrónico																		
karen2204mt@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
rickyjhan@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
estherloayza.3007@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
verohuamancosme@gmail.com	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
jscb.0610@gmail.com	1	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
bayronnnberny@outlook.com	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
jgmayra0312@gmail.com	2	2	4	3	5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
cielo.romero01816@gmail.com	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
mayte.bea10@gmail.com	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
jakira2001r@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
vanessamonroysuarez86@gmail.com	1	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
alexandra_37_22@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	3	5	5
jairosneyder197@gmail.com	5	5	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
geraldinesanchezvarillas@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
blasmeylin@gmail.com	2	3	5	5	4	3	4	3	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3
mariapezterrones@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
noeliaabanto151112@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
cynthia06ms@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
pro.adrian@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
anelizalegre@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Estadística de confiabilidad de alfa de R Pearson del Test y Re-test en Excel

TEST	VARIABLE 1									VARIABLE 2									TOTAL VI
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	
karen2204mt@gmail.com	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	4	2	2	2	5	72
rickyjhan@hotmail.com	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	2	1	5	74
estherloayza.3007@gmail.com	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
verohuamancosme@gmail.com	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	82	
jscb.0610@gmail.com	1	5	5	3	4	4	5	4	4	3	4	5	2	5	5	4	5	73	
bayronnberry@outlook.com	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	84	
jgmayra0312@gmail.com	2	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	4	3	65	
cielo.romero01816@gmail.com	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	84	
mayte.bea10@gmail.com	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	77	
jakira2001r@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	5	5	3	4	4	79	
vanessamonroysuarez86@gmail.com	1	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	74	
alexandra_37_22@hotmail.com	5	5	5	4	4	3	5	4	3	3	3	4	5	5	5	4	5	77	
jairosneyder197@gmail.com	5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	84	
geraldinesanchezvarillas@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	89	
blasmeylin@gmail.com	2	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	4	67	
mariaferretterrones@gmail.com	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	87	
noeliaabanto151112@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
cynthia06ms@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	89	
pro.adrian@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
anelizalegre@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	87	
VARIANZA	80	95	96	93	95	89	95	94	91	86	87	91	82	90	86	86	85	92	
VARIANZA	2.53	0.197	0.168	0.45	0.197	0.58	0.3	0.33	0.576	0.642	0.661	0.366	2.095	0.474	1.3789	0.853	1.25	0.568	

R PERSON 0.77835842

RETEST	VARIABLE 1									VARIABLE 2									TOTAL VI
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	
karen2204mt@gmail.com	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	3	3	5	78
rickyjhan@hotmail.com	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
estherloayza.3007@gmail.com	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
verohuamancosme@gmail.com	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
jscb.0610@gmail.com	5	5	5	3	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	5	3	5	77	
bayronnberry@outlook.com	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	86	
jgmayra0312@gmail.com	2	3	5	5	4	3	3	4	3	3	5	2	3	3	3	4	2	59	
cielo.romero01816@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
mayte.bea10@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
jakira2001r@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	87	
vanessamonroysuarez86@gmail.com	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	84	
alexandra_37_22@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
jairosneyder197@gmail.com	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87	
geraldinesanchezvarillas@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
blasmeylin@gmail.com	3	5	3	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	72	
mariaferretterrones@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	87	
noeliaabanto151112@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
cynthia06ms@gmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
pro.adrian@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
anelizalegre@hotmail.com	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
VARIANZA	95	95	97	94	96	92	94	95	95	93	96	92	90	95	97	95	95	97	
VARIANZA	0.61842	0.303	0.239	0.537	0.168	0.463	0.432	0.303	0.4079	0.45	0.274	0.6737	0.8947	0.408	0.239	0.408	0.618	0.45	

Tabla: Estadística de los ítems

Estadísticas de total de elemento				
	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
1. ¿Considera usted que la toma de decisiones no es fundamental para lograr el éxito como emprendedor?	9,60	,463	,787	-,341 ^a
2. ¿Usted tiene la iniciativa para buscar soluciones y oportunidades para su crecimiento como emprendedor?	9,60	1,200	,349	,570
3. ¿Considera usted importante contar con visiones y metas para su desarrollo como emprendedor?	9,50	1,421	,226	,704

a. El valor es negativo debido a una covarianza promedio negativa entre elementos. Esto viola los supuestos del modelo de fiabilidad. Podría desea comprobar las codificaciones de elemento.

Interpretación: Según la tabla presentada, se observa que en las 3 primeras preguntas se pasan del 0.25 de correlación Por lo tanto, pasa la prueba y no es necesario reestructurar o modificar.

Estadísticas de total de elemento				
	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
4. ¿Es importante tener conocimiento de moda, para generar diseños creativos?	9,40	,779	,358	,378
5. ¿Considera usted que la imaginación es fundamental para el desarrollo de nuevas ideas?	9,30	1,379	,240	,550
6. ¿El entorno (espacio de trabajo) es una fuente de inspiración para generar nuevos diseños?	9,50	,789	,435	,213

Interpretación: Según la tabla presentada, se observa que en las preguntas 4, 5,6 pasan del 0.25 de correlación Por lo tanto, pasa la prueba y no es necesario reestructurar o modificar.

Estadísticas de total de elemento

	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
7. ¿Es importante generar originalidad en tus productos como emprendedor?	9,50	1,316	,768	,920
8. ¿Considera que para el proceso de innovación es importante ejecutar nuevos diseños?	9,45	1,524	,794	,898
9. ¿Considera usted que la competitividad es la habilidad de todo emprendedor?	9,45	1,208	,919	,784

Interpretación: Según la tabla presentada, se observa que en las preguntas 7, 8,9 pasan del 0.25 de correlación Por lo tanto, pasa la prueba y no es necesario reestructurar o modificar.

Estadísticas de total de elemento

	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
10. ¿Considera usted importante ser asesorado por un asistente virtual mediante vídeo llamadas?	9,40	1,095	,885	,269
11. ¿Es importante el uso de las plataformas digitales (páginas web) como medio de asesoramiento?	9,25	2,197	,204	,977
12. ¿Es importante utilizar las aplicaciones digitales como redes sociales (Facebook, Instagram) para obtener un asesoramiento digital?	9,45	,892	,788	,378

Interpretación: Según la tabla presentada, se observa que en las preguntas 10, 11,12 pasan del 0.25 de correlación Por lo tanto, pasa la prueba y no es necesario reestructurar o modificar.

Estadísticas de total de elemento

	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
13. ¿Considera usted que la base de datos (Excel y Alveti) no es un recurso importante para el adecuado registro de su producto?	9,60	,989	,615	,691
14. ¿Utilizas software como programas y aplicaciones (Excel, Word) en su espacio de trabajo?	9,35	1,503	,723	,490

15. ¿Es importante tener los dispositivos tecnológicos (computadoras, Tablet, Smartphone entre otros, en su espacio de trabajo?	9,25	2,092	,502	,755
---	------	-------	------	------

Interpretación: Según la tabla presentada, se observa que en las preguntas 13, 14,15 pasan del 0.25 de correlación Por lo tanto, pasa la prueba y no es necesario reestructurar o modificar.

Estadísticas de total de elemento

	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
16. ¿Se considera eficiente cuando tiene un adecuado uso de los dispositivos tecnológicos (Smartphone, Tablet, computadora)?	9,60	1,937	,474	,897
17. ¿Considera usted que para acelerar su productividad es favorable tener a su disposición tecnología digital (Facebook, Instagram, Excel, entre otros)?	9,60	1,095	,896	,433
18. ¿Considera usted que su esfuerzo es fundamental para mejorar el rendimiento como emprendedor?	9,50	1,632	,645	,742

Interpretación: Según la tabla presentada, se observa que en las preguntas 16, 17,18 pasan del 0.25 de correlación Por lo tanto, pasa la prueba y no es necesario reestructurar o modificar.

Tabla: Estadística de confiabilidad Alfa de Crombach de la muestra

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	340	100,0	,899	18
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	340	100,0		

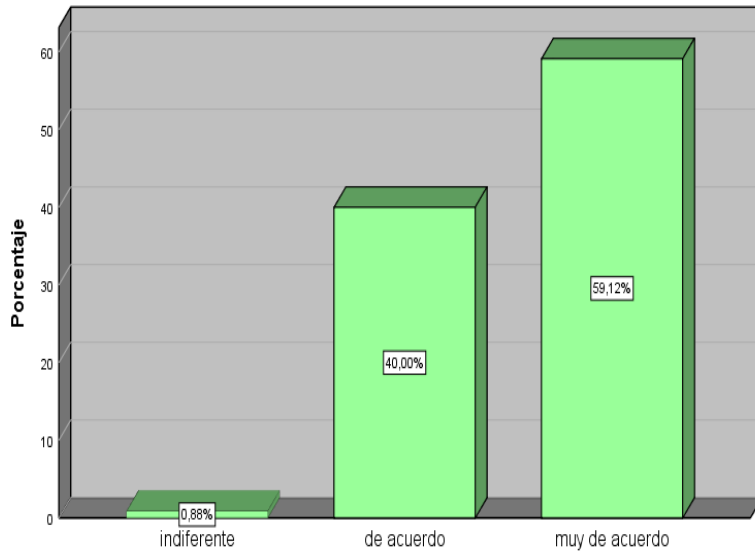
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Crombach, citado por (Hernandez & Pascual, 2017).

Tabla 3: Ecosistema Creativo

ECOSISTEMA CREATIVO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	indiferente	3	,9	,9	,9
	de acuerdo	136	40,0	40,0	40,9
	muy de acuerdo	201	59,1	59,1	100,0
	Total	340	100,0	100,0	



Tabla

4:

Emprendimiento

EMPRENDIMIENTO

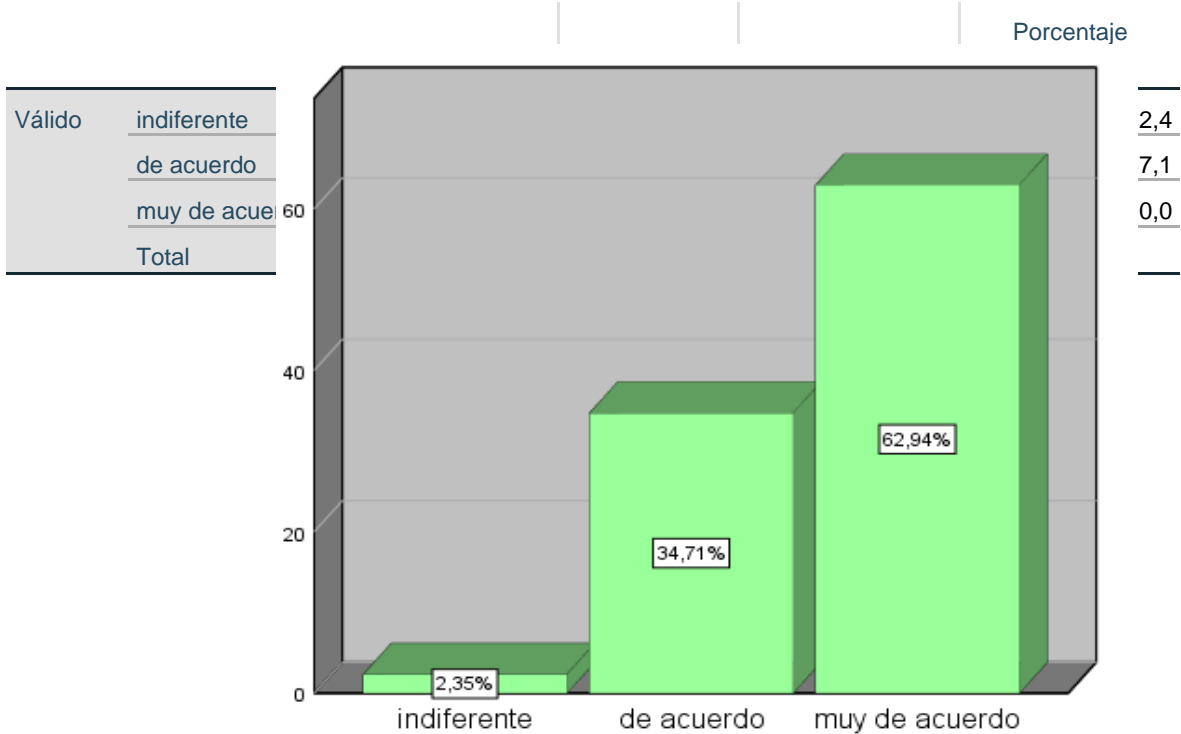


Tabla 5:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	indiferente	11	3,2	3,2	3,2
	de acuerdo	129	37,9	37,9	41,2
	muy de acuerdo	200	58,8	58,8	100,0
	Total	340	100,0	100,0	

Creatividad

CREATIVIDAD

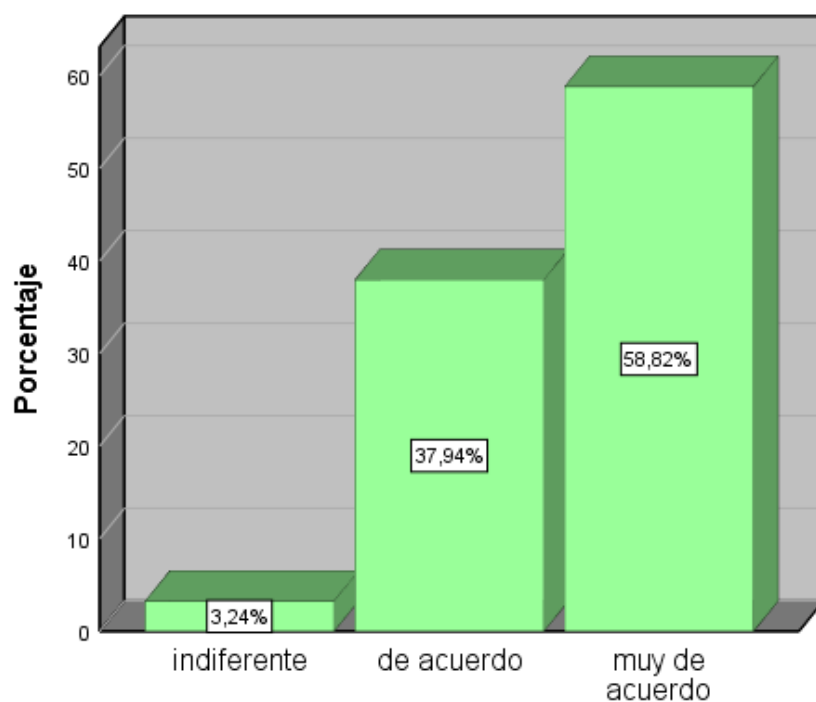


Tabla 6:

Innovación

INNOVACION

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	indiferente	9	2,6	2,6	2,6
	de acuerdo	120	35,3	35,3	37,9
	muy de acuerdo	211	62,1	62,1	100,0
	Total	340	100,0	100,0	

INNOVACION

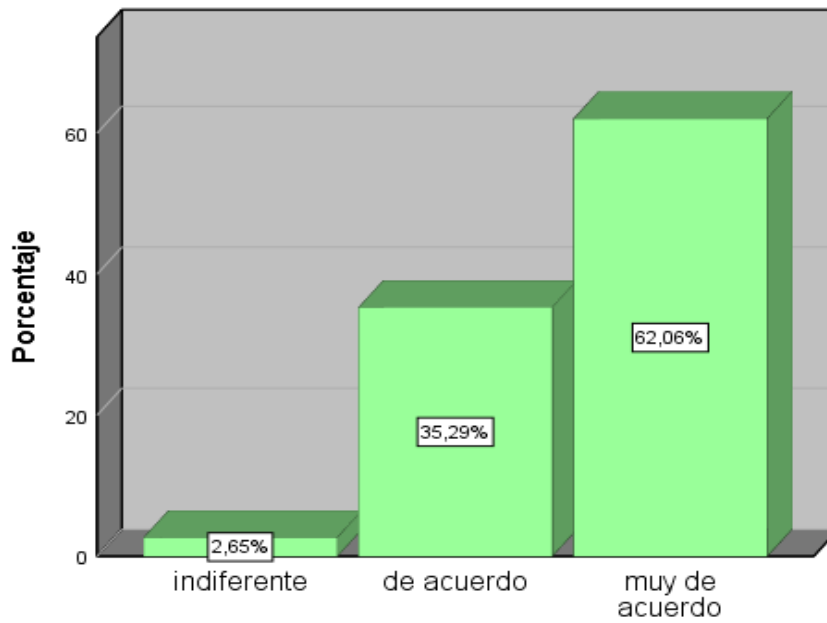


Tabla 6:

Incubadora Startups

INCUBADORA STARTUPS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	indiferente	4	1,2	1,2	1,2
	de acuerdo	116	34,1	34,1	35,3
	muy de acuerdo	220	64,7	64,7	100,0
Total		340	100,0	100,0	

INCUBADORA STARTUPS

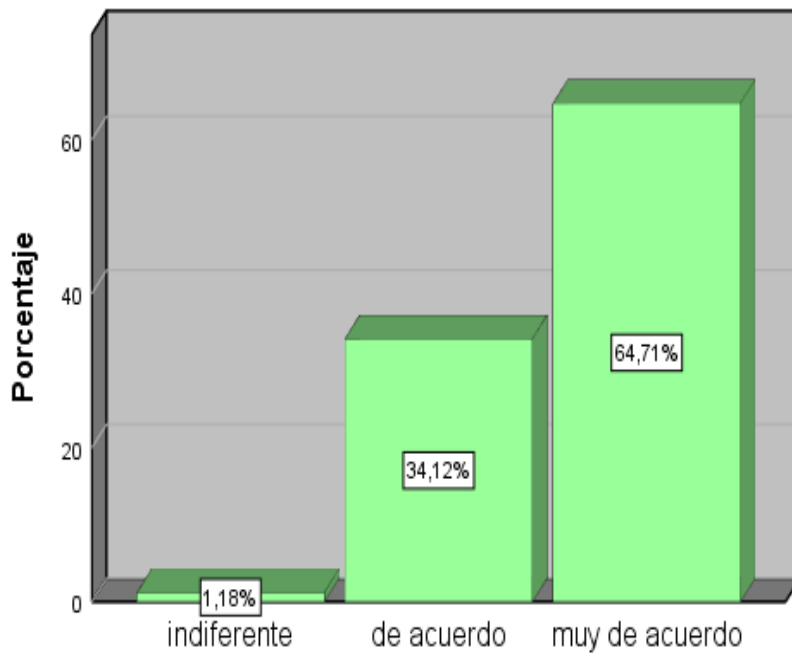


Tabla 7:

Asesoramiento

ASESORAMIENTO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	indiferente	11	3,2	3,2	3,2
	de acuerdo	105	30,9	30,9	34,1
	muy de acuerdo	224	65,9	65,9	100,0
	Total	340	100,0	100,0	

ASESORAMIENTO

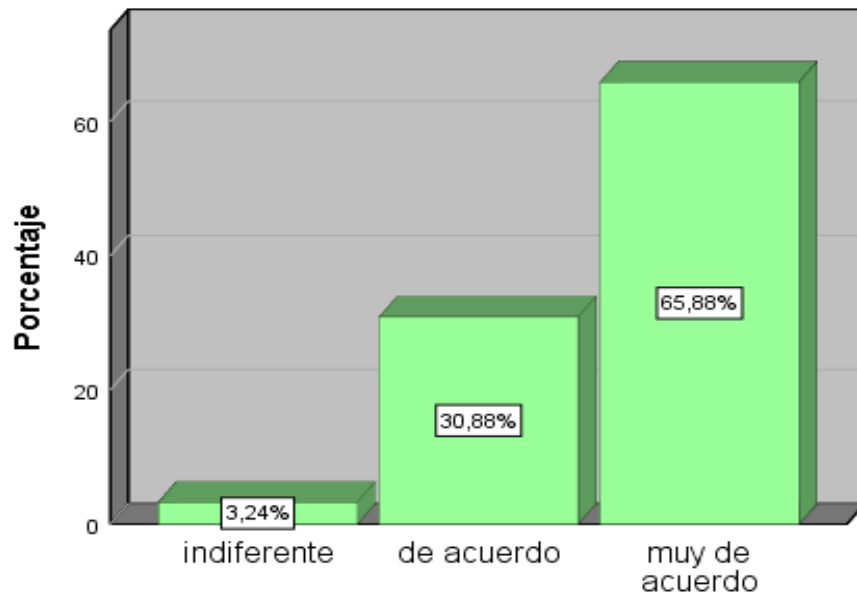


Tabla 8: Recursos Digitales

RECURSOS DIGITALES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	indiferente	14	4,1	4,1	4,1
	de acuerdo	126	37,1	37,1	41,2
	muy de acuerdo	200	58,8	58,8	100,0
Total		340	100,0	100,0	

RECURSOS DIGITALES

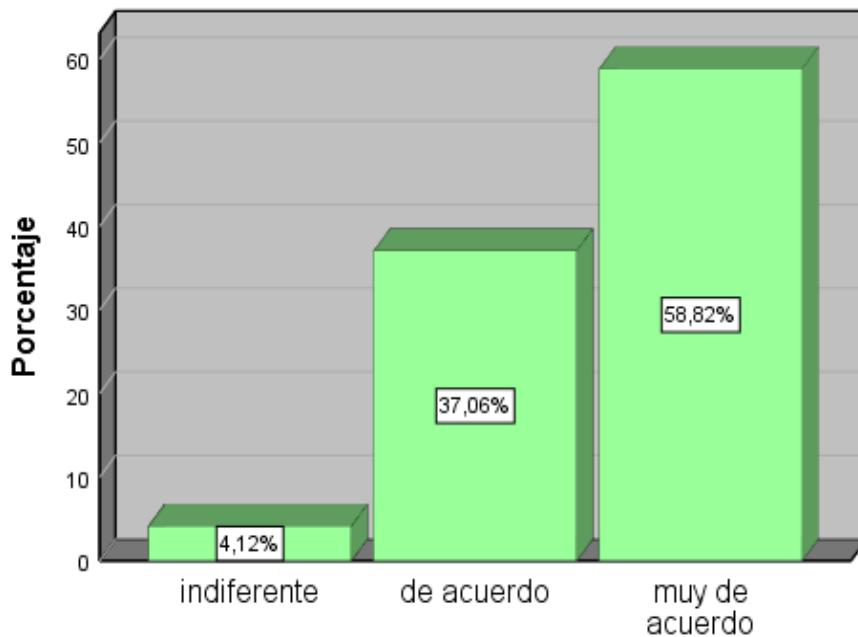
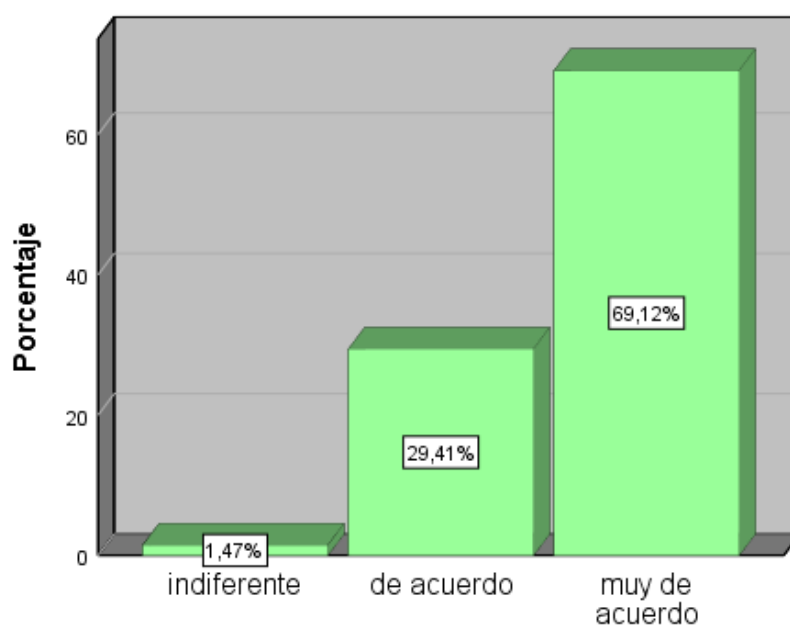


Tabla 9: Productividad Digital

PRODUCTIVIDAD DIGITAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	indiferente	5	1,5	1,5	1,5
	de acuerdo	100	29,4	29,4	30,9
	muy de acuerdo	235	69,1	69,1	100,0
	Total	340	100,0	100,0	

PRODUCTIVIDAD DIGITAL



Rho de Spearman		INCUBADORA STARTUPS	
			,754**
			,000
		N	340
		N	340
	INCUBADORA STARTUPS	Coeficiente de correlación	,754**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	340

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

Rho de Spearman		DIM1		DIM4	
	DIM1	Coeficiente de correlación	1,000	,600**	
		Sig. (bilateral)	.	,000	
		N	340	340	
	DIM4	Coeficiente de correlación	,600**	1,000	
		Sig. (bilateral)	,000	.	
		N	340	340	

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

Tabla: Correlación de Rho de Spearman

Correlaciones

			DIM2	DIME5
Rho de Spearman	DIM2	Coeficiente de correlación	1,000	,636**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	340	340
	DIME5	Coeficiente de correlación	,636**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	340	340

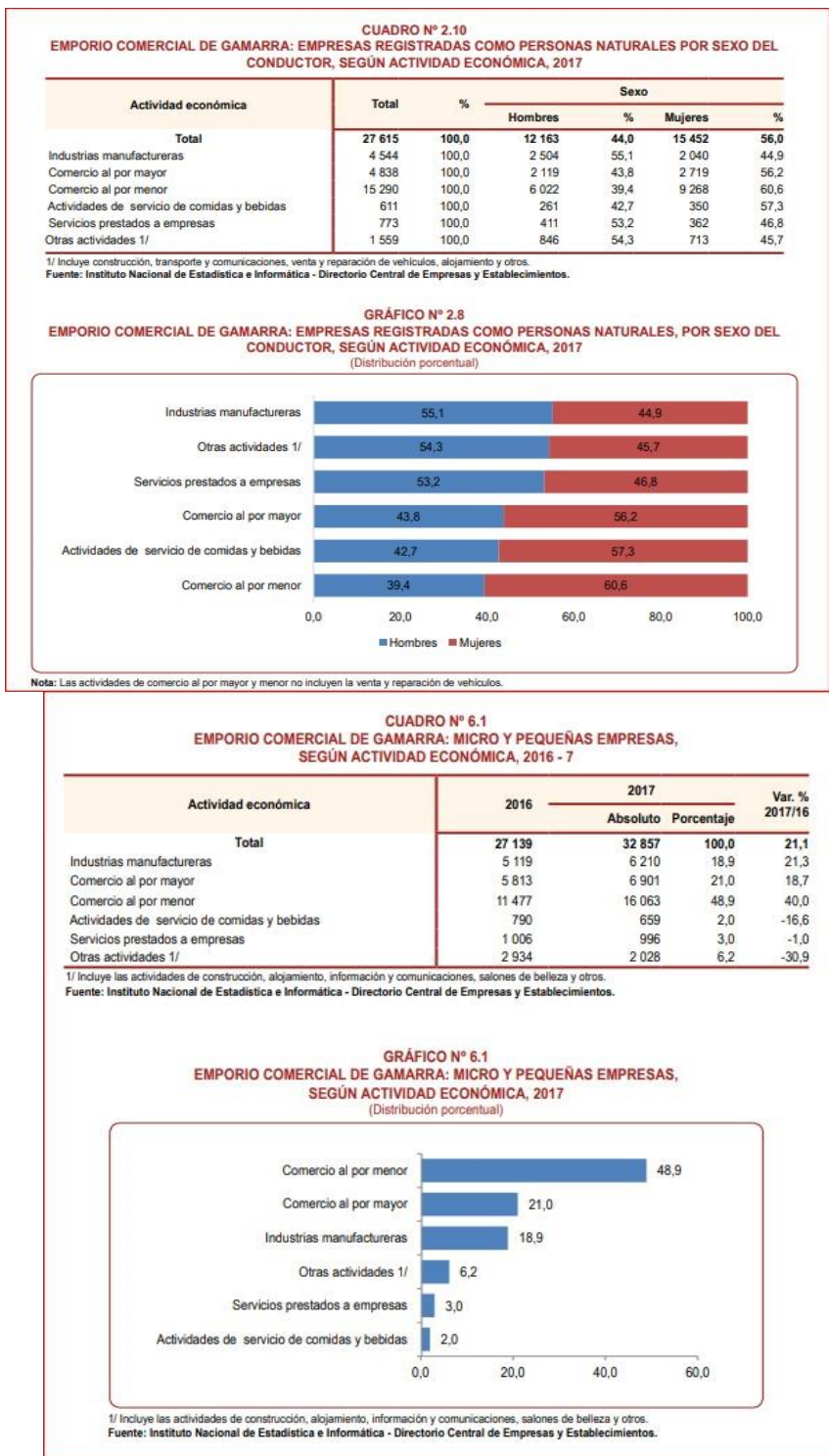
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

			DIM3	DIME6
Rho de Spearman	DIM3	Coeficiente de correlación	1,000	,515**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	340	340
	DIME6	Coeficiente de correlación	,515**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	340	340

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

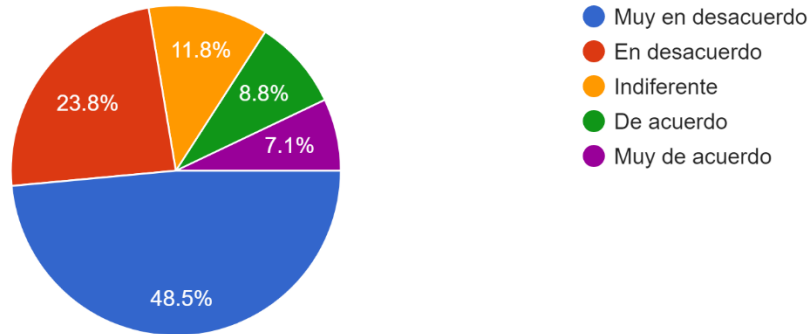
FIGURA 1: CARACTERISTICAS DE LAS EMPRESAS DEL EMPORIO TEXTIL DE GAMARRA



ENCUESTA DE 340 EMPRENDEDORES

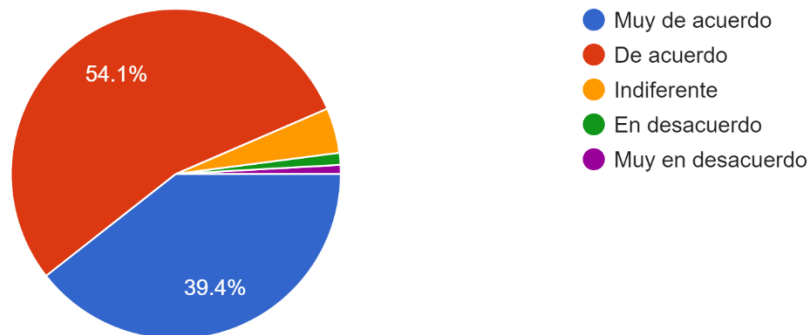
1. ¿Considera usted que la toma de decisiones no es fundamental para lograr el éxito como emprendedor?

340 respuestas



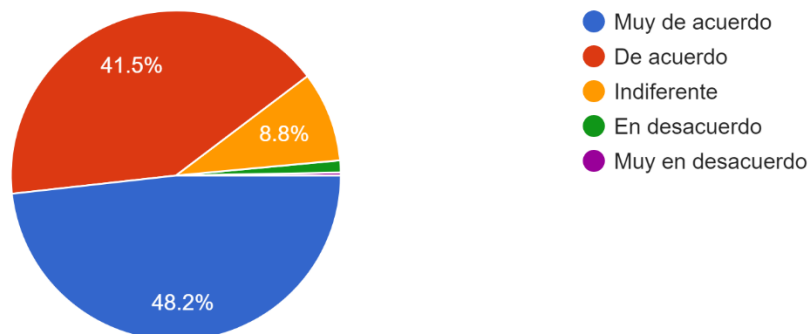
2. ¿Usted tiene la iniciativa para buscar soluciones y oportunidades para su crecimiento como emprendedor?

340 respuestas



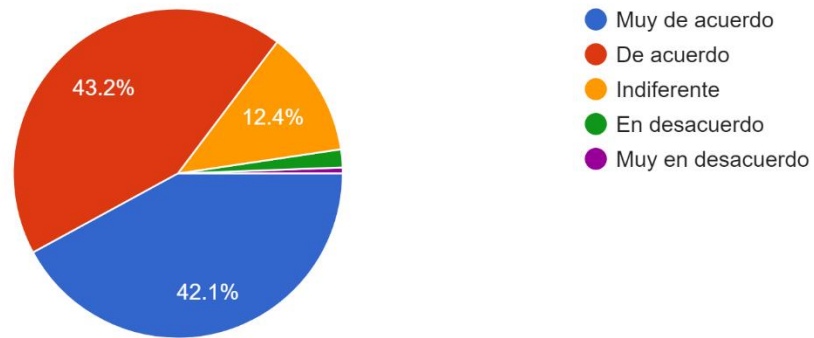
3. ¿Considera usted importante contar con visiones y metas para su desarrollo como emprendedor?

340 respuestas



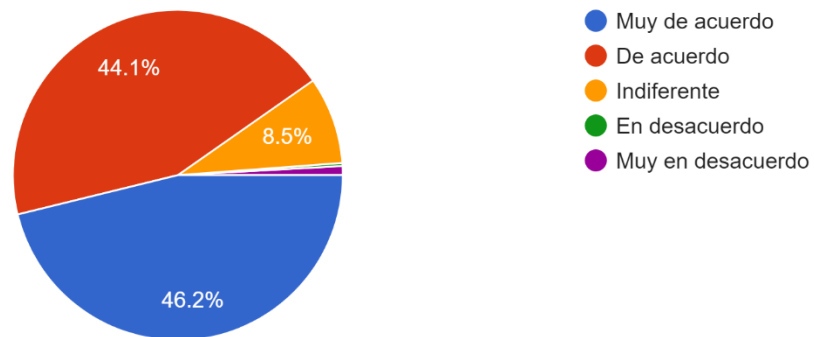
4. ¿Es importante tener conocimiento de moda, para generar diseños creativos?

340 respuestas



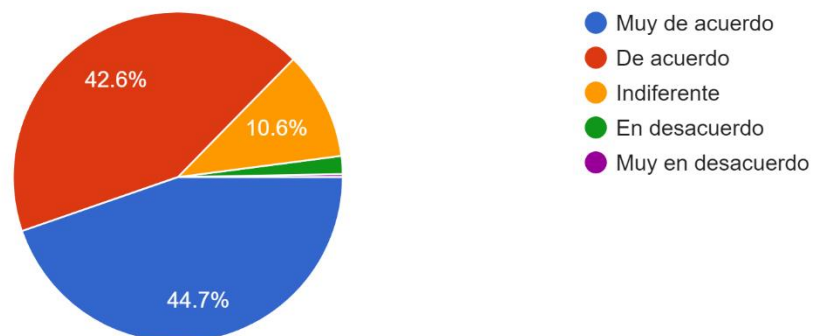
5. ¿Considera usted que la imaginación es fundamental para el desarrollo de nuevas ideas?

340 respuestas



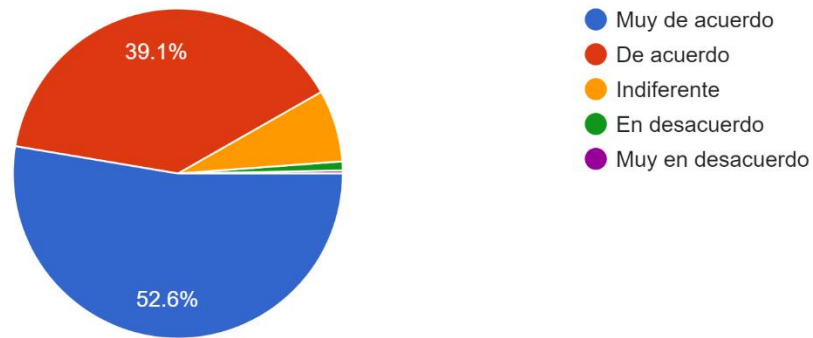
6. ¿El entorno (espacio de trabajo) es una fuente de inspiración para generar nuevos diseños?

340 respuestas



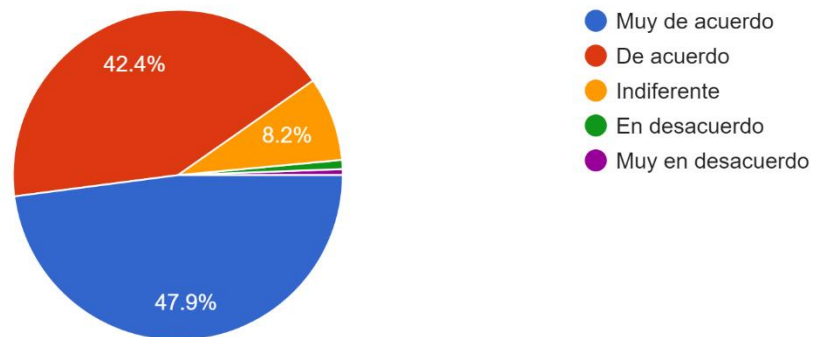
7. ¿Es importante generar originalidad en tus productos como emprendedor?

340 respuestas



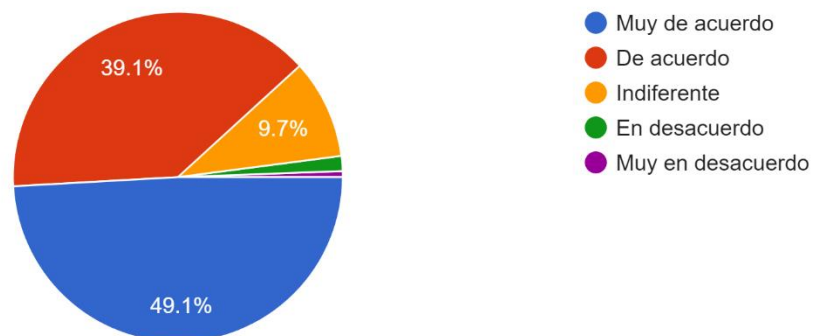
8. ¿Considera que para el proceso de innovación es importante ejecutar nuevos diseños?

340 respuestas



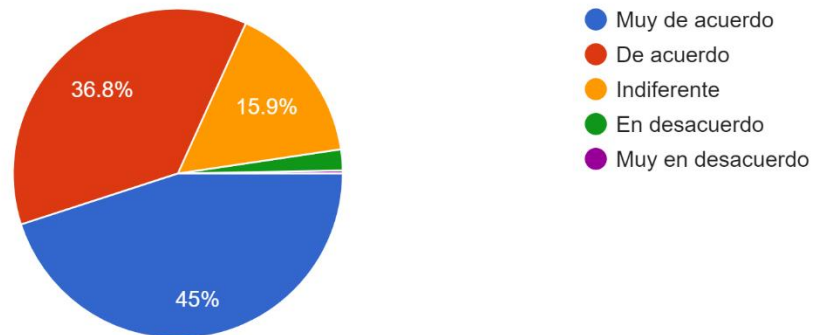
9. ¿Considera usted que la competitividad es la habilidad de todo emprendedor?

340 respuestas



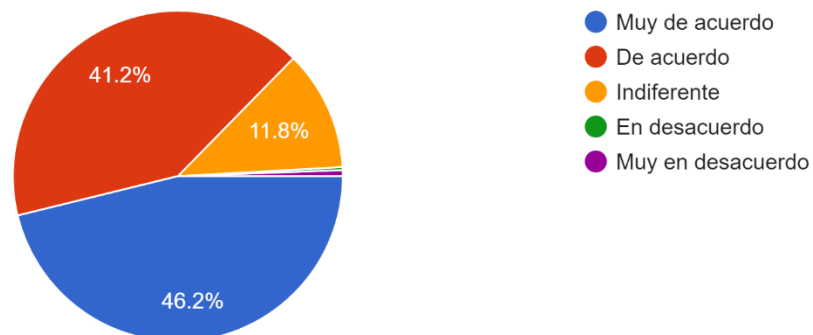
10. ¿Considera usted importante ser asesorado por un asistente virtual mediante vídeo llamadas?

340 respuestas



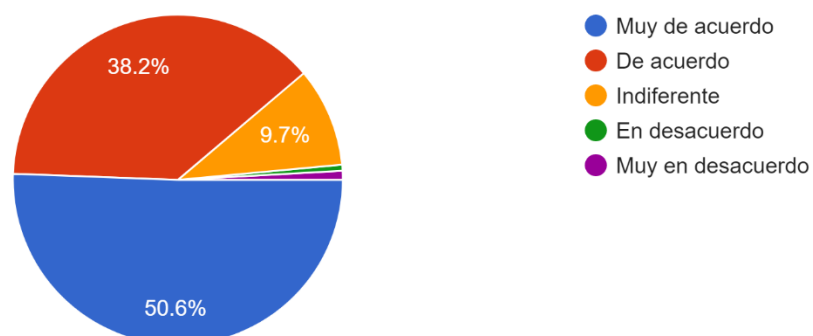
11. ¿Es importante el uso de las plataformas digitales (páginas web) como medio de asesoramiento?

340 respuestas



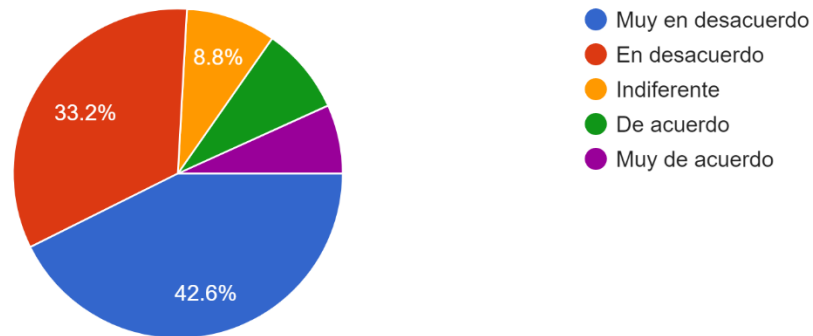
12. ¿Es importante utilizar las aplicaciones digitales como redes sociales (Facebook, Instagram) para obtener un asesoramiento digital?

340 respuestas



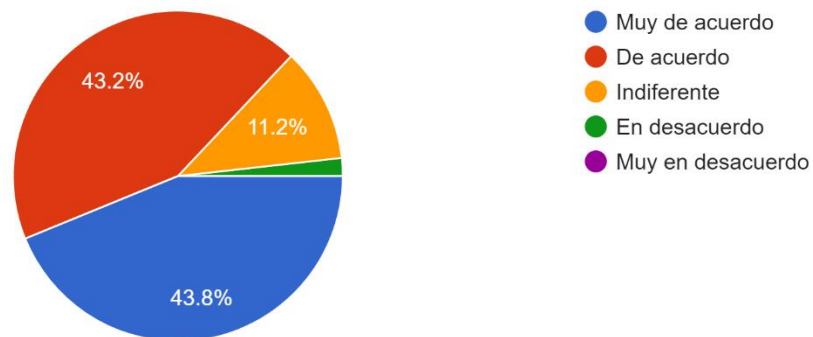
13. ¿Considera usted que la base de datos (Excel y AlveDi) no es un recurso importante para el adecuado registro de su producto?

340 respuestas



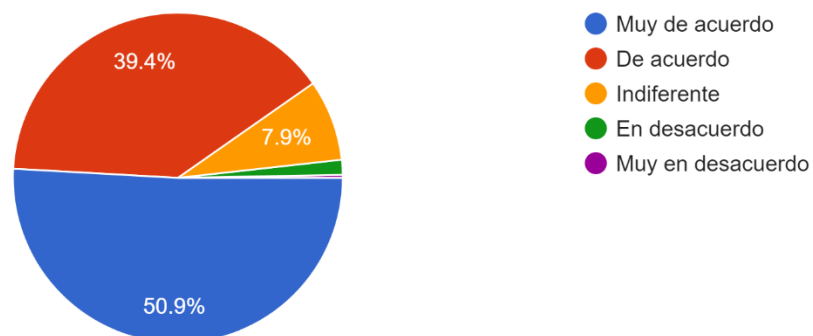
14. ¿Utilizas software como programas y aplicaciones (Excel, Word) en su espacio de trabajo?

340 respuestas



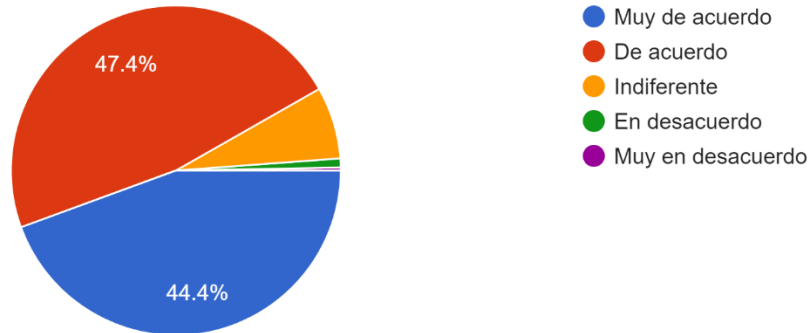
15. ¿Es importante tener los dispositivos tecnológicos (computadoras, Tablet, Smartphone entre otros, en su espacio de trabajo?

340 respuestas



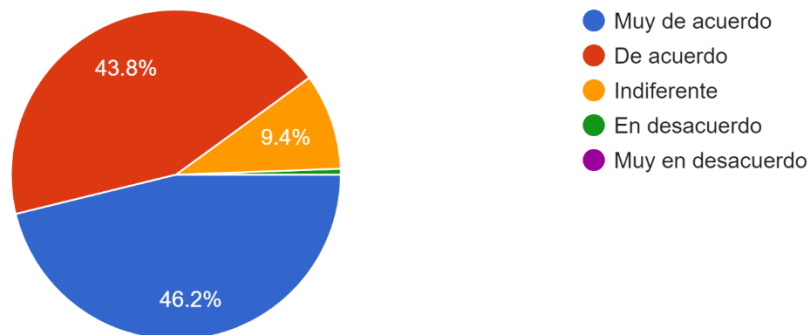
16. ¿Se considera eficiente cuando tiene un adecuado uso de los dispositivos tecnológicos (Smartphone, Tablet, computadora)?

340 respuestas



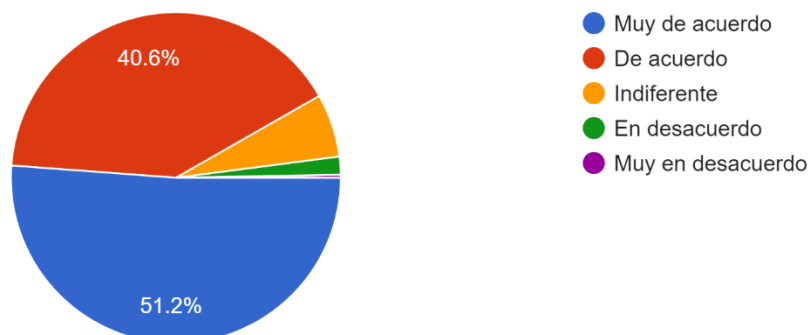
17. ¿Considera usted que para acelerar su productividad es favorable tener a su disposición tecnología digital (Facebook, Instagram, Excel, entre otros)?

340 respuestas



18. ¿Considera usted que su esfuerzo es fundamental para mejorar el rendimiento como emprendedor?

340 respuestas





SOCIEDAD 5.0: "El Ecosistema Creativo la Incubadora Startups en el distrito de la Victoria, Lima, 2020." Caso de Estudio: Los emprendedores del emporio textil de Gamarra

Descripción del formulario

1. ¿Considera usted que la toma de decisiones no es fundamental para lograr el éxito como emprendedor?

Muy en desacuerdo

En desacuerdo



RESUMEN

El desarrollo de proyecto de investigación tiene como objetivo, generar un equipamiento el cual brinde capacitaciones y permita un aprendizaje constante del usuario y así contribuya en la formación de las empresas que serán formadas por los emprendedores de Los Olivos.

El proyecto de investigación Centro de formación empresarial es un equipamiento de gran importancia pues está dirigido a contribuir con la formación y el desarrollo de los emprendedores para que puedan generar ingresos y así mismo reducir el desempleo en el país.

MEMORIA DESCRIPTIVA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1 Concepción de la Propuesta Urbano Arquitectónica

El proyecto “Centro de Formación Empresarial para emprendedores de Los Olivos”, responde al tema económico ya que siempre ha sido de gran importancia, el porcentaje de desempleo en este o la carencia de formación académica es lo que ocasiona que la pobreza aumente. Es por ello por lo que el Centro de formación empresarial es un equipamiento de gran importancia pues esta dirigido a contribuir con la formación y el desarrollo de los emprendedores para que puedan generar ingresos y así mismo reducir el desempleo en el país.

Actualmente el distrito de Los Olivos no tiene un equipamiento donde fortalezca el desarrollo formativo de los emprendedores es por ello se plantea ubicar este equipamiento con el propósito de ayudar a crear emprendedores con ideas innovadoras.

2.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA URBANO ARQUITECTÓNICA

2.2.1. Objetivo General

Generar un equipamiento el cual brinde capacitaciones y permita un aprendizaje constante del usuario y así contribuya en la formación de las empresas que serán formadas por los emprendedores y así mismo fortalezca la economía generando bienestar para ellos como para sus familias.

2.2.2. Objetivos específicos

Apoyar al usuario mediante el asesoramiento tecnológico, legal y comercial para el desarrollo correspondiente de sus empresas.

Entender la necesidad del usuario, para concebir espacios que contribuyan a las mismas con el propósito de integrar a la población del espacio público realizado.

Crear eventos emprendedores el cual incentive al emprendedor a generar su propio negocio y comercialicen sus propios productos innovadores.

Incrementar la población económicamente activa y descender en el desempleo para prosperar la situación económica del país.

Originar nuevos puestos de trabajo con aquellas empresas que salgan formadas del equipamiento.

2.3. ASPECTOS GENERALES

2.3.1. Ubicación

Es uno de los ocho distritos que tiene Lima Norte, estando ubicada en la parte central de la Provincia de Lima (Municipalidad Distrital de los Olivos, 2016, p.15). Así también limita con los siguientes distritos:

- Por el Norte con el distrito de Puente Piedra.
- Por el Sur con el distrito de San Martín de Porres.
 - Por el Este con el distrito de Independencia y Comas.
- Por el Oeste con el distrito de San Martín de Porres.

Superficie:

El distrito de Los Olivos cuenta con una superficie de 1825 Has. (18,25 Km²)

Altitud y Latitud:

La altitud en el distrito es de 60 metros, así también tiene el distrito una Latitud Sur de 11° 59´ 30´´ y una Longitud de 77°04´14´´. (CODISEC, 2016)

Atmósfera:

Las estaciones climáticas que posee los olivos son dos, el verano que empieza de diciembre hasta abril, el invierno húmedo de mayo hasta noviembre, el cual posee un clima templado seco.

Clima:

El distrito de los Olivos según la ordenanza N° 356-CDLO-Plan Distrital de Manejo y Gestión de Residuos Sólidos Los Olivos 2011-2013. (2011), “el clima en el Distrito es tropical, la temperatura promedio anual es de 18.5 a 19°C, en verano tiene un rango de 21 a 28°C y en invierno de 12 a 14°C y tiene una precipitación promedio anual de 7mm”.

Relieve:

“Es plano, escasamente accidentado, en su mayoría está constituido por tierra óptima para la construcción” (Huaicha y Pillman, 2006, p.9). 9.1.5.

Hidrografía

“El río Chillón en su límite norte, separa a Los Olivos del distrito de Puente Piedra” (Huaicha y Pillman, 2006, p.9).

UBICACIÓN



LOS OLIVOS



El terreno tiene 43000 m2 se encuentra con 4 frentes. El frente principal se encuentra ubicado en la Av. Tomas Valle, mientras que el segundo se encuentra en Av. Alfa, el tercer frente se encuentra en el Jr. Antonio de Cabo.



2.3.2. Características del Área de Estudio (Síntesis del Análisis del Terreno)

Estructura urbana:

En sus inicios Los Olivos pertenecía al distrito de San Martín de Porres, formando una gran red de haciendas, en las cuales era común la plantación de productos como alfalfa, algodón, caña, etc.; así mismo también era común la crianza de caballos, como la realizada en la Hacienda Santa Rosa, lugar donde se ubicará la propuesta “Centro de Formación para Emprendedores”. Luego con el transcurrir de los años fueron emergiendo diversos asentamientos humanos que vendrían a urbanizarse por alrededor de 1970.

Red Vial Del Sector De Estudio:

Respecto al sector, encontramos diferentes tipos de vías; como la Av. Panamericana Norte que es una vía con relevancia nacional, regional y primaria pues facilita el traslado de grandes masas. Así también se encuentra la Av. Alfredo Mendiola, que es muy importante para el tránsito de vehículos. También se encuentra una vía arterial como la avenida Universitaria, y vías colectoras como la Av. Angélica Gamarra y la Av. Tomas Valle.

En cuanto al terreno seleccionado donde se realizará la propuesta de intervención, se puede observar que tiene conexión inmediata con una vía arterial (Av. Angelica Gamarra), dos vías locales (Av. Alfredo Mendiola) y (Av. Gerardo Unger), otras aledañas como la Av. Tomas Valle.

Respecto a los tipos de manzana del sector de estudio, se encontró diversas manzanas urbanas

Manzana Rectangular: Es aquella que permite dividir los lotes de manera regular.

Manzana cuadrada: La manzana cuadrada permite lotizar de modo más sencillo.

Procesos De Ocupación Del Sector De Estudio:

Este sector se fue consolidando en diferentes etapas:

1965: Este sector luego de formar parte de la Santa Rosa, por el crecimiento poblacional que se dio en Lima, empezó a poblarse dando lugar a asentamientos

humanos, como Villa el Sol, pasado el tiempo se fueron sumando una serie de asentamientos como Santa Luisa (Carpeta Pedagógica, 2018).

1970: En este año, el sector se consolida a través de la organización de vecinos de El Trébol y Sol de Oro, mediante el comité denominado "Rosa de América"; además se formaron urbanizaciones como Villa el Sol I, II IV etapa, urb. Santa Luisa II etapa.

1976: En este año se llegan a sumar viviendas que se instalan en zonas de reglamentación especial debido a la interrupción del funcionamiento que se dio en la antigua carretera Panamericana Norte, lo que hoy es la Av. Gerardo Unger (Tácnan, 2018).

1977: Se consolida la urbanización Santa Isolina I etapa, y la urbanización San Eulogio, estas pertenecientes al distrito de Comas (Tácnan, 2018). Con las organización y unión de demás urbanizaciones como Mercurio, Villa Los Angeles, las Palmeras, Parque Naranjal, dio puertas a fundar en 1977 un mayor comite respecto al alcance de "Rosa de America"

Hitos Y Nodos Del Sector De Estudio:

En el área estudiada se encontraron aproximadamente 8 elementos representativos los cuales nos sirven como hitos para la población del sector, dentro de los más representativos están el Estadio Guadalupano, El cerro Mercurio, el Gran Mercado Mayorista Gonzac identificado en Lima Norte, la oficina principal de Serpost, El Instituto Columbia sede Los Olivos, el Policlínico de Essalud El Trébol, Plaza Vea de la Av Universitaria, La Municipalidad de Los Olivos.

Por otro lado, se identificó 4 puntos nodales dentro de ellos los más relevantes son aquellos que surgen en la plaza de la municipalidad de Los Olivos, el paradero frente de Plaza Norte, el Mercado Gonzac, dado que gran confluencia de personas que se da a diario.

Centralidades:

En estos últimos años el sector de la Urbanización se ha convertido en una buena centralidad para todo Lima Norte, pues es un gran punto de afluencia de personas de diferentes edades para realizar diferentes actividades recreativas

Colindantes Del Predio:

Por la parte Norte: Tiene conexión directa con la Av. Universitaria próxima a las vías existen edificaciones de vivienda que varían entre 1 y 3 piso de altura.

Por el lado Sur: Tiene conexión directa con la Ignacio Torote, próxima a las vías existen edificaciones de vivienda que varían entre 1 y 3 piso de altura.

Por el lado Oeste: se encuentra el Jr. Isaac Newton y un predio colindante que pertenece al Estadio Guadalupano

Por el lado Este: Tiene conexión directa con la vía local (Av., Gerardo Unger), próxima a la vía existen edificaciones de uso residencial de densidad media, en su mayoría edificaciones que varían entre 2 y 4 pisos de altura.

ESTRUCTURA URBANA

VÍAS

- * VÍAS METROPOLITANAS
- * VIAS PRINCIPALES
- * VIAS SECUNDARIAS

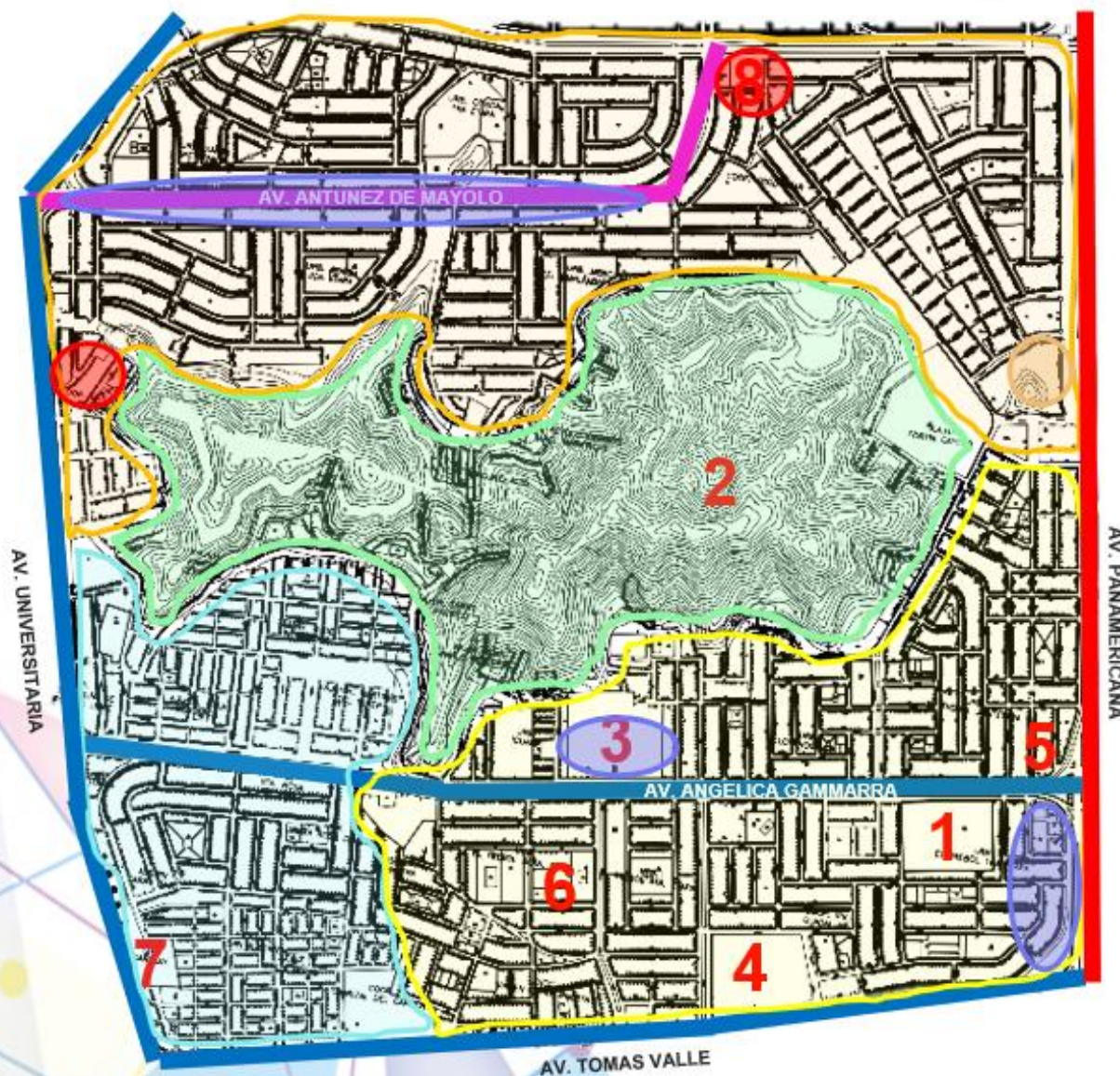


HITOS

1. ESTADIO GUADALUPANO
2. CERRO MERCURIO
3. MERCADO MAYORISTA GONZAC
4. OFICINA PRINCIPAL SERPOST
5. INSTITUTO COLUMBIA
6. POLICLINICO ESSALUD
7. PLAZA VEA UNIVERSITARIA
8. MUNICIPALIDAD DE LOS OLIVOS



ESTRUCTURA URBANA



CONFORMACIÓN COMITES JUNTAS VECINALES:

- COMITÉ 9
- COMITÉ 10
- COMITÉ 11
- COMITÉ 12

NODOS

NODOS COMERCIALES



NODOS EDUCATIVOS



NODOS RECREACION



Sistema Urbano:

El sistema urbano, el cual se inserta en el ámbito de estudio tiene un alcance interdistrital y está basado en su volumen y densidad demográfica de las cuales va determinando ciertas distancias entre ellas, además se ve la conexión de un sistema de transporte y comunicaciones las cuales incrementan el factor económico y social entre ciertos puntos. Los Olivos es un distrito policéntrico, considerando la red de servicios que brinda se encuentran esparcidos en diferentes puntos del distrito, esto crea distintos centros urbanos con caracterizaciones únicas, algunas netamente de comercio, otras de educación como también de salud o servicios.

Analizando el sistema urbano de Los Olivos la principal red de transporte vial a nivel regional es la Panamericana Norte en donde se crea la captación de núcleos urbanos, los olivos se caracterizan por brindar servicios esto lo convierte en un espacio con mayor influencia, sobre su entorno trayendo consigo un gran número de trabajadores, compradores y otros.

Así mismo, el crecimiento poblacional y el desarrollo de la infraestructura vial como la Av. Universitaria, la Panamericana Norte, Av. Angelica Gamarra y Av. Tomás Valle hace referencia a una red que permite la articulación entre distritos, de manera positiva.

Vialidad, accesibilidad, transporte:

El sistema vial del distrito de los olivos se encuentra definido por 8 vías principales, de las cuales como vía regional está la Panamericana Norte, Vías arteriales la Av. Universitaria, Av. Canta Callao y la Av. Tomas Valle. También se encuentran Vías Colectoras como son Av. Palmeras, Av. Izaguirre, Av. Angélica Gamarra y Av. Alisos.

Cuenta con vías que conectan con distintos distritos de Lima Norte, obteniendo una accesibilidad directa de norte a sur por el panamericano norte que conecta con los distritos de Puente Piedra, Independencia y San Martin De Porres. La Av. Universitaria conecta Comas con los olivos y San Martin De Porres. La Av. Canta callao, La Av. Las palmeras, la Av. Izaguirre, Av. angélica gamarra Av. Alisos y la Av. Tomas valle conectan con el distrito de San Martin De Porres.

El distrito de Los Olivos al encontrarse ubicada en el centro de Lima Norte cuenta con servicios de entidades públicas, como la Superintendencia Nacional de registros públicos (SUNARP), INDECOPI, Cámara De Comercio De Lima, OSITEL además cuenta con los servicios educativo de todos los niveles, en el ámbito recreativo parque zonal, viviendas unifamiliares y multifamiliar algunas zonas industriales, comercio zonal y vecinal. Esto hace que la población de los distritos aledaño promueva el flujo vial del distrito, enmarcando algunas vías principales donde son más concurrentes como son la Panamericano Norte y la Av. Universitaria.

SISTEMA URBANO



LEYENDA:

- INDUSTRIA (Orange circle)
- TERMINAS AEREO TERRESTRE (Pink circle)
- POLITICO ADMINISTRATIVO (Blue circle)
- COMERCIO (Red circle)
- CENTRO DE SALUD (Yellow circle)
- EDUCACION (Dark blue circle)
- PARQUE ZONAL (Green circle)
- LIMITES DE DISTRITOS (Red line)
- VIAS PRINCIPALES (Black line)



Accesibilidad y Transporte:

El distrito de Los olivos al ser un distrito de gran conectividad cuenta con diversos accesos para un mejor desenvolvimiento vial en Lima Norte ya que su posición centralizada permite que sea un distrito de paso a diario por los transeúntes, vehículos privados y públicos* Norte La accesibilidad con la que cuenta el área de estudio, viene con mayor frecuencia por la Panamericana Norte, esta vía es muy transitada por la conexión que lleva hacia el centro y sur de Lima.

*Sur-Oeste La segunda accesibilidad con mayor frecuencia es por la Av. Universitaria, es usada por los distritos de Comas y Carabayllo con dirección al Sur. Cuenta con una ciclo vía

*Sur Por la Tomas Valle, la cual se conecta con la Antigua Panamericana hoy conocida Av. Túpac Amaru hasta el aeropuerto de Lima.

*Este Por la Av. Angelica Gamarra tiene conexión desde la Avenida Tupac Amaru hasta la Av Faucett.

Ciclo vías:

A lo largo de la av. Universitaria, existe 14 km de ciclo vía donde comienza en la Av. La Marina hasta la Av. Metropolitana, relacionando 6 distritos de Lima, San Miguel, Pueblo Libre, Cercado De Lima, San Martin, Los Olivos y Comas. En el área de estudio no se ubicó la existencia de una estación de ciclo vía.

El transporte público:

Hace dinámica la relación con los demás distritos, por lo cual existe un desarrollo sobre ofertas (demasiado ofertantes), esto trae consigo servicios de transporte inadecuados como son las combis, transporte informal colectivos debido a la demanda de la población. Como consecuencia trae una congestión vial, según el análisis se genera en los paraderos Plaza Norte, Senati, Mega plaza, de manera que la Panamericana Norte se ve obstruida creando el tráfico además añadiendo la contaminación sonora que esta emite.

Morfología Urbana:

Trama

La trama urbana es una red de conectores de sitios, conformado por las calles y edificaciones de una ciudad de una ciudad esto por el incremento de la poblacional y la necesidad de vivienda, a medida que pasa el tiempo sometidas a sufrir diversos cambios de acuerdo al apogeo y decadencia de la ciudad (Vega, 2013). En nuestro sector de estudio se encontró una trama de tipo ortogonal ya que existen dos grandes vías dispuestas en forma paralela (Av. Panamericana Norte, Av. Angelica Gamarra) y otra vía dispuesta perpendicularmente (Av. Universitaria), de modo que se llega a presentar una trama en forma de damero.

Usos De Suelo:

Dentro del sector de estudio encontramos 8 diferentes usos de suelo.

- Residencial de densidad media (RDM)
- Educación Básica (E1)
- Vivienda Taller (VT)
- Comercio Zonal (CZ)
- Comercio Vecinal (CV)
- Zona de Recreación Pública (ZRP)
- Industria Liviana (I2)
- Zona de Reglamentación Especial (ZRE)

Plano De Alturas De Edificación Del Sector De Estudio:

En sector de estudios se ha identificado edificaciones con diferentes tipos de alturas que varían desde 1 piso hasta la altura máxima de 12 pisos, existen además predios en condición de terrenos

Economía Urbana:

Los Olivos apoya al micro y pequeñas empresas mediante la ley N° 28015- ley de promoción y formalización de micro y pequeña empresa, promocionando la competitividad, formalización y desarrollo para generar un mayor empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, esto repercute en su contribución a la recaudación tributaria.

Los Olivos registra 11500 centros de establecimientos del sector PYME'S, ubicándolo en el tercer lugar después de Comas y San Martín de Porres con un 18.2%. En el área de estudio se genera un dinamismo económico de los tres sectores como industria, servicio y comercio

Aspectos climatológicos

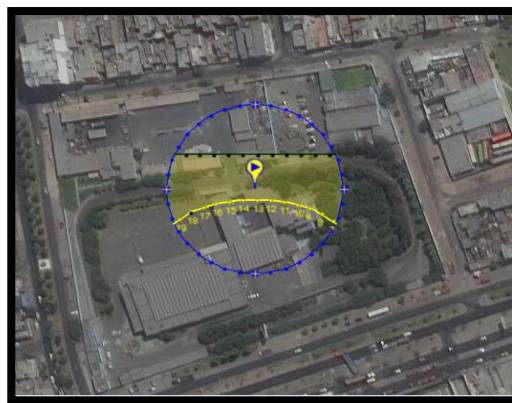
Para el equipamiento se tendrá como consideración la trayectoria del sol, desde la mañana hasta que se oculta, además se considera las estaciones del año. El recorrido del sol es de Este a Oeste, es por ello que el equipamiento tendrá en consideración la dirección del sol, desde que sale hasta que se oculta, además de las estaciones que presenta el año.

Trayectoria del Predio ubicado en Av. Angelica Gamarra / Panamericana Norte en las distintas estaciones del año.

Verano: del 22 de diciembre al 21 de marzo

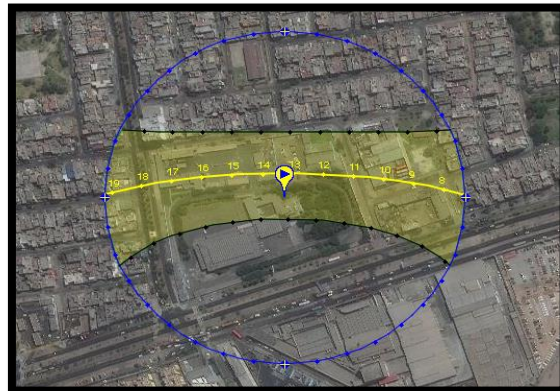
Latitud y Longitud: 12.008884°S 77.0676166°W

Coordenadas: -12.008884, -77.0676166



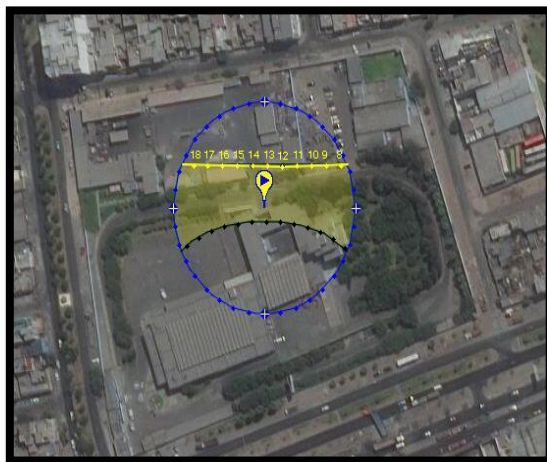
Elaboración: SunEarthTools (trayectoria del sol verano)

Otoño: del 22 de marzo al 21 de junio
Latitud y Longitud: 12.0088840°S 77.0676166°W
Coordenadas: -12.008884, -77.0676166



Elaboración: SunEarthTools (trayectoria del sol otoño)

Invierno: del 22 de junio al 22 septiembre
Latitud y Longitud: 12.0088630°S 77.0678902°W
Coordenadas: -12.008863, -77.0678902



Elaboración: SunEarthTools (trayectoria del sol invierno)

Primavera: del 22 de septiembre al 21 de diciembre
Latitud y Longitud: 12.0089204° S 77.0679116° w
Coordenadas: -12.0089204, -77.0679116



Elaboración: SunEarthTools (trayectoria del sol primavera)

Vientos

La dirección de los vientos es proveniente del suroeste al noreste.



Fuente: SunEarthTools

2.3.4. Estudio de casos análogos

<p>PROYECTO CENTRO DE INCUBACION</p> <p>Ubicación: Daventry, Northamptonshire NN11, UK Autor: Consarc Architects</p> <p>El equipamiento es un centro de innovación, el cual tiene un procedimiento constructivo que impide emisiones de carbono. Tiene un diseño con varios espacios que conducen a un área desarrollada que detalla el proyecto.</p>	
<p>DISTRIC HALL, BOSTON'S PUBLIC INNOVATION</p> <p>Ubicación: Boston, MA Autor: Hacin+Associates</p> <p>El centro de innovación pública el cual reúne a varios emprendedores y ejecutivos el cual generan un espacio de intercambio de ideas, también consideran un restaurante al público en general con espacios flexibles, el cual el usuario genera su propio espacio.</p>	
<p>CENTRO INTERNACIONAL SANTANDER EMPRENDIMIENTO</p> <p>Ubicación: Santander, España Autor: Angel Blanco, Jacobo Gomis</p> <p>Este proyecto genera espacios curvos el cual crea movimiento tanto al interior y exterior donde fomentan que estos espacios se mezclen entre si donde fomentan una plaza central el cual los emprendedores interactúan entre ellos.</p>	

2.3.5. Leyes, Normas y Reglamentos aplicables en la Propuesta Urbano

En lima la normativa edificatoria respecto de cualquier tipo de construcción parte de la zonificación en la cual se encuentre el terreno donde se construirá un proyecto.

- Plano de Zonificación de Lima metropolitana. Ordenanza 620 MML

La zonificación en lima está regulada por un plan metropolitano, la cual contempla un conjunto de normas urbanísticas para el uso del suelo, apoyados en demandas de la economía y sociedad (MML, 2006).

Para nuestro proyecto de investigación el terreno sobre el cual se realizará la intervención se encuentra ubicada en la zonificación I3 .

- Área de tratamiento Normativo. ORDENANZA N° 1099-MML

Se establecen las normas edificatorias de acuerdo al plano de zonificación del distrito, es decir de acuerdo a la zonificación correspondiente, se establecen normativas constructivas, como son, los usos permitidos, altura de edificaciones, frente mínimo, área libre mínima, estacionamientos, etcétera de acuerdo al tipo correspondiente.

- Reglamento Nacional de Edificaciones.

Así mismo existe un reglamento a considerar, con disposiciones a la hora de realizar un proyecto. Dado que en el Perú no existe una normativa de zonificación exclusiva que catalogue a los centros financieros y/o edificaciones empresariales, se toman las consideraciones del RNE para proyectos de tipo empresarial y financiero, apoyados en la compatibilidad de uso comercial.

Edificio corporativo: construcción de uno o varios pisos orientada al uso empresarial, que puede ser destinada al uso de una o varias entidades.

Así mismo se refiere a todas las condiciones de habitabilidad que debe cumplir el proyecto, haciendo cumplimiento a todo lo determinado por:

La Norma A.010 “Consideraciones Generales de Diseño”

Todas estas normas de diseño en los proyectos tienen que ser acatadas a la hora de la elaboración del proyecto arquitectónico, que luego pasara por una comisión que lo revisara en el municipio correspondiente, así se procura que toda edificación en la ciudad cuente con las condiciones necesarias de habitabilidad para los usuarios y que este a su vez no rompa con la imagen urbana.

La Norma A 050 “Salud”

Las edificaciones de salud están destinados a desarrollar tareas de promoción, prevención, diagnóstico, recuperación y rehabilitación de la salud de las personas, la actual norma tiene como objetivo establecer las condiciones que deben cumplir las construcciones de salud en aspectos de habitabilidad y seguridad. entre los tipos de edificaciones de salud según la presente norma están: hospital, centro de salud, puesto de salud y centro hemorador.

La Norma A. 080 “Oficinas”

La actual ley tiene como objetivo establecer las características que deben poseer todas las construcciones designadas a oficinas, entre los tipos de oficina de la presente norma están: la oficina independiente y edificio corporativo. las condiciones de habitabilidad y función se refieren a aspectos de uso o edificaciones deberán contar con accesibilidad, ventilación e iluminación ya sea natural o artificial.

La Norma A. 120 “Accesibilidad para personas con discapacidad y de las personas adultas mayores”

la presente norma es de uso obligatorio para toda la elaboración de proyectos y ejecución de obras de edificación donde se presten servicios de atención al público, de propiedad pública o privada, esto con el fin de hacerlas accesibles a las personas con discapacidad y/o adultas mayores. se deberán crear ambientes y rutas accesibles que permitan el desplazamiento y la atención de las personas con discapacidad, en las mismas condiciones que el público en general.

La Norma A. 130 “Requisitos de Seguridad”

Las construcciones de edificaciones de acuerdo con su uso, deben cumplir con las condiciones de seguridad y precaución de cualquier accidente teniendo como objetivo proteger las vidas humanas, y la continuidad de la obra. la actual norma no es aplicable para edificaciones existentes, excepto que haya algún trámite municipal para su cambio de uso, remodelaciones y/o ampliaciones Arquitectónica.

2.3.6. Procedimientos Administrativos aplicables a la Propuesta Urbano Arquitectónica.

Procedimientos Administrativos General Ley N°27444

Requisitos:

- Formato de solicitud con carácter declaración jurada.
- Ubicación solicitada.
- 2 fotografías tamaño pasaporte.
- 18 años.
- Carnet de sanidad.
- Inscrito en sistema de focalización de hogares.
- Pago por derecho al trámite.

Procedimiento: La Municipalidad con la unidad orgánica competente la cual revisará en orden de presentación de las solicitudes, luego se verán estudiadas y verificadas la documenta

Ordenanza N°.341 Sistema Vial Metropolitano De Lima

La Municipalidad Metropolitana De Lima está a cargo de la ejecución y mantenimiento de las vías en donde se trabajará puntos de ampliación, mejoramiento, rehabilitación, recuperación, semaforización, señalización vertical y horizontal, mobiliario, ornato.

Esto se da en coordinación con Las Municipalidades Distritales, dependiendo de la jurisdicción del lugar de trabajo.

Procedimiento que se da: La Municipalidad Distrital tendrá que solicitar a La Municipalidad Metropolitana De Lima la emisión de una Autorización por Delegación, la cual será expedida por la Gerencia Municipal Metropolitana, previo informe técnico favorable de la gerencia de desarrollo urbano o la gerencia de transporte urbano, la solicitud será resuelta en 30 días hábiles, contados a partir de su presentación.

Las Municipalidades Distritales deberán solicitar las Autorizaciones Especificas, con el propósito de ejecución de obra e interferencia de vías mediante la Gerencia De Transporte Urbano o Gerencia De Desarrollo Urbano, esto se dará en un plazo máximo improrrogable de 30 días hábiles contados a partir de la presentación de la solicitud. Según Sistema Vial Metropolitano De Lima (2012).

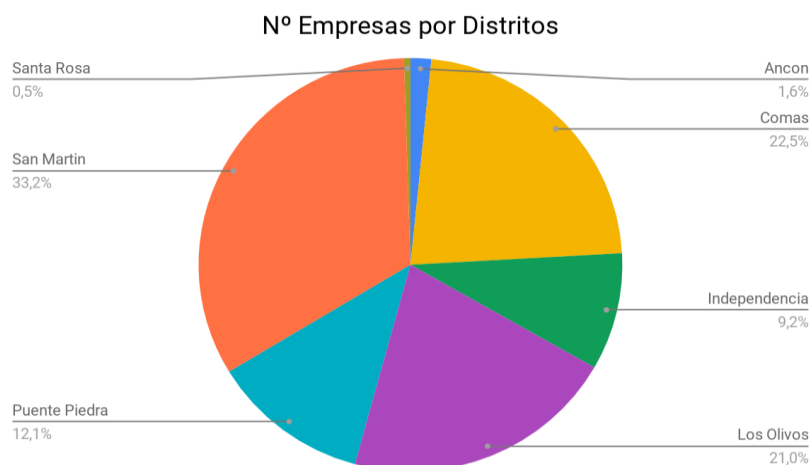
2.4. PROGRAMA URBANO ARQUITECTÓNICO

2.4.1. Definición de los usuarios (síntesis de las necesidades sociales)

Lima Norte se ha convertido en un eje muy importante al ser la segunda mayor zona geográfica (detrás de Lima Centro) donde se encuentra el mayor número de empresas con el 20,9% lo que representa 231 545 empresas; a su vez el segmento empresarial de microempresas representa el 21,5% con un total de 222 mil 719 empresas y pequeñas empresas representa el 13,6% con un total de 8102 empresas. (INEI 2018)

El distrito de Los Olivos está ubicado en el Cono Norte de Lima Metropolitana, su población asciende a 286549 personas, de las cuales el 51.6% son mujeres y por consiguiente el 48.4 hombres.

Los Olivos es el tercer distrito de Lima Norte que cuenta con mayor número de empresas constituidas con un total de 43 914 unidades empresariales, lo que representa el 21%.



Elaboración: Propia

Este distrito es mayoritariamente joven, según el cuadro de la estructura poblacional por edades indica que el grupo quinquenal con mayor prevalencia está conformado por jóvenes entre 15 – 24 años representando el 23.2% del total; y también la edad promedio de los habitantes de Los Olivos es 29 años.

La Población Económicamente Activa (PEA) se calcula en 94 933 personas las cuales representan el 46.5 % de la población en Edad de Trabajar (PET de 14 años a más). De la PEA, el 92.5% se encuentra empleado, mientras que el 7.5% se encuentra en situación de desempleo.

La Población Económicamente Inactiva (PEI) está dada por el 53.5% de la PET; de los cuales el 94.5% son inactivos plenos y el 5.5% son desempleados ocultos. Según INEI (2017) la población juvenil del país ascendió en promedio 8 millones de jóvenes entre 15 y 29 años de edad lo que representa el 28% de la población total; así mismo en el Perú, de cada 3 desempleados, 2 son jóvenes con edades entre 15 y 29 años. Esto se explica pues en la mayoría de las situaciones, los jóvenes egresan de las escuelas sin tener las habilidades técnicas, académicas,

personales e incluso tecnologías las cuales les faciliten obtener un buen puesto de trabajo donde desenvolverse.

Características de los usuarios:

1. Emprendedor consolidado (aprox 10 años de experiencia)
 - Sociodemográficas: En la mayoría son personas con origen migrante, además tienen una familia compuesta.
 - Características étnico-culturales: La mayoría no logra visualizarse como sector socioeconómico.
 - Por edad: Emprendedores de 25 años a más.
 - Por distancia: Emprendedores que viven en el distrito de Los Olivos y emprendedores que viven en Lima Norte.
 - Buscan capacitarse en las nuevas técnicas empresariales.

2. Emprendedores (aprox 2 años a más)
 - Sociodemográficas: La mayoría son de origen migrante con una familia compuesta.
 - El promedio de duración de estas empresas debe pasar 3.5 años para convertirse en una empresa consolidada.
 - Por edad: Los emprendedores de 25-35 aproximadamente.
 - Por distancia: Emprendedores que viven en el distrito de Los Olivos y emprendedores que viven en Lima Norte.
 - Uno de cuatro peruanos mayores de edad, ya es dueño de un negocio con menos de 3 años de funcionamiento.
 - Buscan información acerca del rubro empresarial.

3. Iniciativa emprendedora
 - Sociodemográficas: La mayoría son jóvenes solteros
 - Socioeconómica: Tienen limitaciones económicas, ya que tienen temor a invertir y la mayoría no tienen un capital que les respalde.

- Por edad: Emprendedores de 18 - 25 años
- Por distancia: Emprendedores que viven en el distrito de Los Olivos y emprendedores que viven en Lima Norte.

Clientes

Tabla 1: Identificación del Usuario Público general

USUARIOS	ASISTENCIA POR EDADES	ASISTENCIA DE POBLACIÓN SEGÚN ESCALA GEOGRÁFICA	ASISTENCIA SEGUN SEXO
	Edad escolar: 15 - 17 años	Sector: vecinos inmediatos a la urbanización Santa Rosa	Mujeres:
	Edad de formación profesional- técnica: 18 - 25 años		51%
	Edad de desarrollo laboral: 27 - 50 años	Distrital: Urbanizaciones del distrito. Distritos de Lima Norte	Hombres:
	Edad de desarrollo pleno: 51 a más		49%

Elaboración: Propia

Los usuarios de la edificación variarán según la función que se le dé al equipamiento, considerando que el equipamiento tiene que capacitar a los emprendedores.

Tabla 2: Análisis Del Usuario Para La Programación

USUARIOS	PERMANENTES	Personal Administrativo	Aquellos cuyas labores se relacionan con tareas propias de oficina tales como, redacción, documentación y recepción.
		Vendedores del Emprendimiento Comercial	Personal encargado de realizar las exposiciones y ventas comerciales.
		Personal Seguridad	Los vigilantes de seguridad llevan a cabo sus funciones ejerciendo la vigilancia y protección

			de los establecimientos.
		Personal Académico	Personal que desarrolla las funciones de enseñanza en las incubadoras y desarrollo empresarial.
		Personal de las oficinas coworking	Personal que se desarrolla en las oficinas de trabajo compartido.
	TEMPORALES	Ciudadanos del distrito	Ciudadanos de los Olivos,
		Ciudadanos de otros distritos	Ciudadanos de distritos aledaños
		Estudiantes	Estudiantes que generan ideas para emprender.
		Mypes	Las Mypes que alquilen las salas de usos múltiples.
		Clientes	Persona que compra en un establecimiento comercial o público, especialmente la que lo hace regularmente.

Elaboración: Propia

2.4.2. Descripción de Necesidades Arquitectónicas

Para la preparación de cuadro de áreas se determinó la elaboración del cuadro de áreas el cual se identificó las necesidades de nuestro usuario objetivo, conocerlo en las diferentes funciones y enseñanzas conocer las funciones y actividades que realizan. Además, se estudió a los diferentes usuarios que habitaran el equipamiento, así mismo se analizó las dimensiones del mobiliario respetando la normativa dando como solución un resultado adecuado para los ambientes del Centro de formación para emprendedores de los Olivos.

2.4.3. Cuadro de Ambientes y Áreas PROGRAMACION

ZONA	AMBIENTE	SUB-AMBIENTES	FUNCION	ACTIVIDAD	MOBILIARIO + EQUIPAMIENTO	M2 X PERSONA	N° DE PERSONA		AFORO	NORMATIVA	CANTIDAD	AREA M2	AREA M2 TOTAL
							TEM.	PER.					
RECEPCION	INFORMACION GENERAL Y SERVICIOS	RECEPCION	ATENDER Y PROPORCIONARLE INFORMACION AL PUBLICO	RECIBIR, ATENDER, INFORMAR	ESCRITORIO, SILLA, ESTANTES	1.5	4	2	6	RNE A.010	1	39.55M ²	142.55M ²
		ESPERA	ESPACIO CONFORTABLE PARA LA ESPERA Y ATENCION DE LOS VISITANTES	DESPLAZARSE Y SENTARSE	MUEBLE DE RECEPCION + 2 SALA DE ESTAR + MASETERO	1.5	27	-	27	RNE A.010	1	40M ²	
		SSHH	ASEO PERSONAL Y FISIOLÓGICOS	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	INODOROS + LAVADERO + URINARIO	1.5	-	-	-	RNE A.080	1	48M ²	
		CAJA	ATENCION Y PAGOS	SENTARSE Y COBRAR	MUEBLES HORIZONTAL + SILLA	1.5	-	1	1	RNE A.010	1	15M ²	

ADMINISTRATIVA	GERENCIA	OFICINA DEL GERENTE	ADMINISTRAR EL CENTRO DE INCUBACION EMPRESARIAL	DESPLAZARSE Y SENTARSE	ESCRITORIO + SILLAS GIRATORIAS + SOFA + MASETERO	9.5	4	2	6	RNE A.080	1	5.88 m ²	205.24 m ²
		SECRETARIA	INFORMAR	DESPLAZARSE Y SENTARSE	ESCRITORIO + SILLA GIRATORIA + SILLA TRIPLE + SILLAS INDIVIDUALES	9.5	2	2	4	RNE A.080	1	24.4 m ²	
		LOGISTICA	SUPERVISAR LAS ACTIVIDADES DIARIAS	SUPERVISAR, GESTIONAR Y DIRIGIR	ESCRITORIO, SILLA, ESTANTE	9.5	4	2	6	RNE A.080	1	19.64 m ²	
		SALA DE ESPERA	ESPACIO CONFORTABLE PARA LA ESPERA Y ATENCION	ESPERAR, SENTARSE, LEER	SIILLONES Y MESA	1.5	12	-	12	RNE A.010	1	24.4 m ²	
		SSHH	ASEO PERSONAL Y FISIOLÓGICOS	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	INODOROS + LAVADERO + URINARIO	1.5	-	-	-	RNE A.080	1	6 m ²	
		OFICINA CONTABILIDAD	LLEVAR LAS CUENTAS DEL CENTRO DE INCUBACION	DESPLAZARSE Y SENTARSE	2 ESCRITORIOS + SILLAS GIRATORIAS + SALA DE ESPERA	9.5	2	2	4	RNE A.080	1	15.74 m ²	
		SALA DE REUNIONES	REUNION DE PERSONAL	DESPLAZARSE Y SENTARSE	MESA GRANDE + SILLAS + ESTANTERIA	1.5	8	-	8	RNE A.080	1	20.20 m ²	
		KITCHENET ADMINISTRATIVO	REFRIGERIO ADMINISTRACION	DESPLAZARSE Y SENTARSE	LAVADERO + CAFETERA	1.5	4	-	4	RNE A.010	1	7.50 m ²	
		FINANZAS	EJECUTAR LOS PROCESOS DE CONTABILIDAD	DESPLAZARSE Y SENTARSE	ESCRITORIO, SILLA, ESTANTE	9.5	2	2	4	RNE A.080	1	15.74 m ²	

		RECURSOS HUMANOS	DIRIGIR Y EVALUAR EL RENDIMIENTO DEL PERSONAL	DESPLAZARSE Y SENTARSE	ESCRITORIO, SILLA, ESTANTE	9.5	2	2	4	RNE A.080	1	15.74 m2	
		ARCHIVO	ORGANIZADOR DE DOCUMENTACION	DESPLAZARSE	LIBREROS METALICOS	3	-	2	2	RNE A.010	2	20 m2	
		TOPICO	CUIDADO A LA SALUD	DESPLAZARSE ,SENTARSE Y ECHARSE	ESCRITORIO,SILLAS , CAMILLA,MAQUINA DE OXIGENO	1.5	-	1	-	RNE A.050 SALUD	1	30 m2	

INCUBACION DE IDEA	CAPACITACION EMPRESARIAL	RECEPCION	CONTROL DEL TALLER	DESPLAZARSE Y SENTARSE	MUEBLE DE RECEPCION	1.5	4	2	6	RNE A.0.10	1	39.55M2	2.097.35M2
		SALA DE REUNIONES	REUNION DE MAESTROS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	MESA GRANDE + SILLAS + ESTANTERIA	1.5	12	.	12	RNE A.0.40	1	48.08m2	
		SALA DE IMPRESIÓN Y COPIADO	IMPRIMIR INFORMES Y DOCUMENTOS NECESARIOS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	ESCRITORIO	1.5	2	-	2	RNE A.0.80	1	15m2	
		SSHH	ASEO PERSONAL Y FISIOLÓGICOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	INODOROS + LAVADERO + URINARIO	1.5	-	.	-	RNE A.080	1	35M2	
		SALA ABIERTAS	ESPACIO PARA TRABAJO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	SIILLONES , SILLA, MESA, ESCRITORIOS	1.5	100	-	100	RNE A.0.40	1	150m2	
		SALA CERRADAS	ESPACIO PARA TRABAJO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	MESA GRANDE + SILLAS + ESTANTERIA	1.5	7	-	7	RNE A.0.40	10	160m2	
		TALLER DE GENERACION Y FORTALECIMIENTO DE IDEAS	ANALISIS DE IDEAS DE NEGOCIO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	5	29	1	30	RNE A.0.40	1	150M2	
		TALLER DE DISEÑO	CREACIÓN DEL PRODUCTO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	5	29	1	30	RNE A.0.40	1	150M2	
		LABORATORIO DE PROYECTO CREATIVO	DESARROLLO DE PROYECTO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	5	38	2	40	RNE A.0.40	1	150M2	
		TALLER DE PROTOTIPO	CREANDO PARA VALIDAR LA IDEA	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	5	29	1	30	RNE A.0.40	1	150M2	
		TALLER DE MOTIVACIONAL	MOTIVAR Y CONDUCIR	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	5	29	1	30	RNE A.0.40	1	150M2	

		TALLER LIDERA EQUIPOS	GENERAR EL TRABAJO EN EQUIPO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS, ERECRAN PARA PROYECTOR	5	29	1	30	RNE A.0.40	1	150 M2
		AULA PRODUCTIVIDAD PERSONAL	HERRAMIENTA Y PROCESOS QUE TE AYUDAN A GENERAR PRODUCTIVO.	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS, ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	29	1	30	RNE A.0.40	1	90m2
		SALON DE USOS MULTIPLES	ESPACIO PARA EVENTOS O PRESENTACIONES.	DESPLAZARSE Y SENTARSE	SILLAS ,MESAS	1	30	-	30	RNE A.0.40	1	80m2
		TALLER HABILIDADES BLANDAS	ESTILOS DE LIDERAZGO EMPRESARIAL	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS, ERECRAN PARA PROYECTOR	5	29	1	30	RNE A.0.40	1	150M2
		TALLER PENSAMIENTO CRITICO	DESCUBRE TUS HABILIDADES	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS, ERECRAN PARA PROYECTOR	5	29	1	30	RNE A.0.40	1	150M2
		AULA DE ADMINISTRACION Y OPTIMIZACION DE RECURSOS	MEJORA DE LAS FORMAS DE UTILIZACIÓN DE RECURSOS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS, ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	29	1	30	RNE A.0.40	1	90m2
		AULA FACTORES DE CAMBIO	ANALIZAR INDICADORES FORMALES DE MEJORA PRODUCTIVA	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS, ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	29	1	30	RNE A.0.40	1	90m2
		AULA DE PARTIDAS PRESUPUESTALES	ANALIZAR PRESUPUESTO DE GASTOS E INGRESOS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS, ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	29	1	30	RNE A.0.40	1	90m2
		SSHH	ASEO PERSONAL Y FISIOLÓGICOS PERSONAL	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	INODOROS + LAVADERO + URINARIO	1.5	-	.	-	RNE A.080	2	133M2

DESARROLLO EMPRESARIAL	COWORKING	RECEPCION + SALA ESPERA	INFORMAR	DESPLAZARSE Y SENTARSE	MUEBLE DE RECEPCION + 2 SALA DE ESTAR + MASETERO	1.5	8	1	9	RNE A.0.10	1	29M2	2488.34M2
		SALA DE IMPRESIÓN Y COPIADO	IMPRIMIR INFORMES Y DOCUMENTOS NECESARIOS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	ESCRITORIO	1.5	2	.	2	RNE A.0.80	1	15M2	
		SALA REUNIONES	ESPACIO PARA TRABAJO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	MESA GRANDE + SILLAS + ESTANTERIA	1.5	12	.	12	RNE A.0.40	1	48.08m2	
		OFICINA ABIERTAS	ESPACIO PARA TRABAJO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	SIILLONES , SILLA, MESA, ESCRITORIOS	9.5	-	16	16	RNE A.0.80	2	157M2	
		OFICINAS CERRADAS	ESPACIO PARA TRABAJO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	SILLA, MESA, ESCRITORIOS	9.5	5	-	5	RNE A.0.80	3	48M2	
		CUBICULOS DE TRABAJO	ESPACIO DE TRABAJO PARCIALMENTE CERRADO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	ESCRITORIO +SILLA	1.5		1	1	RNE A.0.80	7	3m2	

	SALAS ENTRETENIMIENTO	SERVICIOS DE DISTRACCION	DESCANZAR, SENTARSE	MUEBLES,AREA VIDEO JUEGOS , PUF,	1.5	15	-	15	RNE A.0.10	3	30m2
	KITCHENET	REFRIGERIO ADMINISTRACION	DESPLAZARSE Y SERVIRSE	LAVADERO + CAFETERA	1.5	6	-	6	RNE A.0.10	1	11.51m2
	SSHH	ASEO PERSONAL Y FISIOLÓGICOS	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	INODOROS + LAVADERO + URINARIO	1.5	-	-	-	RNE A.0.80	2	35M2
	AULA ASESORIA DE IMPACTO EN MERCADO	VALORACION Y DIRECCION DE ESTRATEGIAS DE INVERSION	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	25	1	26	RNE A.0.40	1	48m2
	AULA CAPACITACION FINANCIERA	ASPECTOS DE BALANCE , INDICADORES FINANCIEROS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	25	1	26	RNE A.0.40	1	48m2
	AULA DE ANALISIS ESTRATEGICOS	HERRAMIENTAS GERENCIALES QUE GARANTICEN SOSTENIBILIDAD	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	25	1	26	RNE A.0.40	1	48m2
	AULA PROPUESTA DE VALOR	SATISFACER LA NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	25	1	26	RNE A.0.40	1	48m2

	AULA ESTUDIO TECNICO OPERATIVO	ANALISIS DEL PROCESO DEL PRODUCTO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	25	1	26	RNE A.0.40	1	48m2
	AULA DE NEGOCIACION	GESTION DE NEGOCIOS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	25	1	26	RNE A.0.40	1	48m2
	AULA DE CONSOLIDACION DE PRODUCTO	LA SOLIDEZ DEL PRODUCTO	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	25	1	26	RNE A.0.40	1	48m2
	AULA ASESORIA LEGAL	CONDICIONES LEGALES	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	25	1	26	RNE A.0.40	1	48m2
	AULA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS	ASESORIA DEL USO DE HERRAMIENTAS INTELIGENTES	DESPLAZARSE Y SENTARSE	CARPETAS, SILLAS, PIZARRAS,ERECRAN PARA PROYECTOR	1.5	25	1	26	RNE A.0.40	1	48m2
	SSHH	ASEO PERSONAL Y FISIOLÓGICOS	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	INODOROS + LAVADERO + URINARIO	1.5	-	-	-	RNE A.0.80	1	66.50M2

		AUDITORIO	ESCUCHAR, Y OBSERVAR EVENTO O PRESENTACION DE TEMATICA SOCIAL EDUCATIVA Y CIENTIFICA	DESPLAZARSE Y SENTARSE	BUTACAS ,	1.5	200	2	202	RNE A.0.40	1	381.25M2
OFICINAS DE ALQUILER	OFICINA A	REALIZAR REUNIONES Y COORDINACIONES MYPES	DESPLAZARSE Y SENTARSE	2 MUEBLES DE OFICINA + 2 SILLAS EJECUTIVAS+2 SILLAS PARA CLIENTE +1 SOFA DE DOS CUERPOS + MESA	9.5	-	3	3	RNE A.0.80	2	35M2	
	OFICINA B	REALIZAR REUNIONES Y COORDINACIONES MYPES	DESPLAZARSE Y SENTARSE	2 MUEBLES DE OFICINA + 2 SILLAS EJECUTIVAS+2 SILLAS PARA CLIENTE +1 SOFA DE DOS CUERPOS + MESA	9.5	-	8	8	RNE A.0.80	2	85M2	
	OFICINA C	REALIZAR REUNIONES Y COORDINACIONES MYPES	DESPLAZARSE Y SENTARSE	2 MUEBLES DE OFICINA + 2 SILLAS EJECUTIVAS+2 SILLAS PARA CLIENTE +1 SOFA DE DOS CUERPOS + MESA	9.5	-	10	10	RNE A.0.80	2	100M2	
	OFICINA D	REALIZAR REUNIONES Y COORDINACIONES MYPES	DESPLAZARSE Y SENTARSE	2 MUEBLES DE OFICINA + 2 SILLAS EJECUTIVAS+2 SILLAS PARA CLIENTE +1 SOFA DE DOS CUERPOS + MESA	9.5	-	15	15	RNE A.0.80	2	150M2	
	SALON DE USOS MULTIPLES	REALIZAR REUNIONES Y COORDINACIONES MYPES	DESPLAZARSE Y SENTARSE	SILLA + MESAS	1	-	60	60	RNE A.0.80	1	40M2	
	SALON DE USOS MULTIPLES	REALIZAR REUNIONES Y COORDINACIONES MYPES	DESPLAZARSE Y SENTARSE	SILLA + MESAS	1	-	40	40	RNE A.0.80	2	60M2	

ZONA COMERCIAL	EMPRESARIADO COMERCIAL	INFORMES	INFORMES DE LAS TIENDAS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	MUEBLE DE INFORMES	1.5		1	1		1	20M2
		TIENDA TIPO A 40 M2	EXPONER Y VENDER PRODUCTOS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	1 MOSTRADOR CAJA , 1 SILLA EJECUTIVA , MUEBLES, MESA CUADRADA , 8 SILLAS , DEPOSITO	2.0	18	2	20	RNE 0.70 COMERCIO	5	200M2
		TIENDA TIPO B 45 M2	EXPONER Y VENDER PRODUCTOS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	1 MOSTRADOR CAJA , 1 SILLA EJECUTIVA , MUEBLES, DEPOSITO	2.0	20	2	22	RNE 0.70 COMERCIO	5	225M2
		SHOWROOM A 15M2	EXPONER Y VENDER PRODUCTOS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	1 MOSTRADOR CAJA , 1 SILLA EJECUTIVA , MUEBLES, MESA REDONDA , 6 SILLAS	2.0	6	1	7	RNE 0.70 COMERCIO	5	75M2
		SHOWROOM B 20 M2	EXPONER Y VENDER PRODUCTOS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	1 MOSTRADOR CAJA , 1 SILLA EJECUTIVA ,	2.0	8	2	10	RNE 0.70 COMERCIO	5	100M2
1060M2												

					MUEBLES, MESA CUADRADA, 8 SILLAS								
		SHOWROOM C 40M2	EXPONER Y VENDER PRODUCTOS	DESPLAZARSE Y SENTARSE	1 MOSTRADOR CAJA, 1 SILLA EJECUTIVA, MUEBLES, ANAQUELES, MUEBLES DE PISO, MESA CENTRAL 14 SILLAS	2.0	18	2	20	RNE 0.70 COMERCIO	5	200M2	
		SSH.	ASEO PERSONAL Y FISIOLÓGICOS	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	INODOROS + LAVADERO + URINARIO	1.5	-	-	-	RNE 0.70 COMERCIO	5	240M2	

ZONA DE SERVICIOS GENERALES	RESTAURANTE	COCINA	PREPARACION DE ALIMENTOS	DESPLAZAR Y COCINAR	ALACENA, COCINA, LADEROS, HORNOS, MESA	9.3	-	4	4	RNE 0.70 COMERCIO	1	89M2	368M2
		PATIO DE COMIDA	BRINDAR ALIMENTO AL PÚBLICO	DESPLAZAR Y SENTARSE	MESAS, SILLAS	1.5	100	1	101	RNE 0.70 COMERCIO	1	180M2	
		ALMACEN	CONSERVAR ALIMENTOS	DESPLAZARSE		1.5	0	1	1	RNE 0.70 COMERCIO	1	35M2	
		SERVICIOS HIGIENICOS	ASEO PERSONAL Y FISIOLÓGICOS	NECESIDADES FISIOLÓGICAS	LAVADERO, URINARIO	1.5	-	-		RNE 0.70 COMERCIO	1	64M2	
	AREA DE SERVICIO	CUARTO DE MAQUINA	PROPORCIONAR ENERGIA ELECTRICA	RECIBIR Y DISTRIBUIR ENERGIA	TRANSFORMADORES, BOMBA, TABLERO ELECTRICO	1.5	-	3	3	RNE A.090 SERV. COMUNALES	1	31.35M2	45.35m2
		CASETA DE CONTROL	CONTROLAR Y VIGILAR AL CENTRO	CONTROLAR	MESA, SILLAS, REPISA, ESTANTE	1.5	1	1	2	RNE A.090 SERV. COMUNALES	1	14M2	
	AREA DE MANTENIMIENTO Y ASEO	CUARTO DE LIMPIEZA	GUARDAR Y SACAR IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA	ALMACENAR Y GUARDAR	ANAQUELES	1.5	-	2	2	RNE A.090 SERV. COMUNALES	1	14.74M2	99M2
		DEPOSITO DE BASURA	RECOLECTAR LA BASURA	RECOLECTAR, BOTAR Y SACAR	CONTENEDORES, CONCUCHARAS	1.5	-	2	2	RNE A.090 SERV. COMUNALES	1	14.74M2	
		CAMERINO Y SSH DE	ASEO PERSONAL Y FISIOLÓGICOS	NECESIDADES	LOCKER, LAVADEROS, INODOROS, URINARIOS, BANCAS	1.5	-	-	-	RNE 0.70 COMERCIO	1	69.17M2	

		HOMBRES Y MUJERES		FISIOLOGICAS									
	TOPICO	SALA ESPERA	ESPERAR ATENCION	DESPLAZARSE Y SENTARSE	, SILLA , ESCRITORIO	1.5	9	1	10	RNE A.050 SALUD	1	13.50M2	25M2
		CONSULTORIO	CUIDADO A LA SALUD	DESPLAZARSE ,SENTARSE Y ECHARSE	ESCRITORIO,SILLAS , CAMILLA,MAQUINA DE OXIGENO	6	1	1	2	RNE A.050 SALUD	1	12M2	

AFORO	1237	224	1460
AREA PARCIAL 5,235,227			
CIRCULACION X 25 % (muros y circulación) 3,926.420			
ESTACIONAMIENTO 1 CADA 15 ESTUDIANTES 750 (50 ESTACIONAMIENTOS)			
ESTACIONAMIENTO 1 CADA 50 M2 1960 (39 ESTACIONAMIENTOS)			
ESTACIONAMIENTO COMERCIO 1 PERSONA / 10M2 100 (10 ESTACIONAMIENTOS)			
TOTAL ESTACIONAMIENTO 99 ESTACIONAMIENTOS			

2.5. CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO URBANO ARQUITECTÓNICO

1.5.1. Esquema conceptual

1.5.2. Idea rectora y partido arquitectónico

IDEA CONCEPTUAL

CONCEPTO: PROGRESIÓN



CONCEPTUALIZACIÓN:

El proyecto toma como punto de partida la palabra **progresión**, característica fuertemente vinculada a los emprendedores del distrito de Los Olivos y también a los primeros migrantes del distrito, con el fin de asegurar su convivencia y desarrollo pacífico



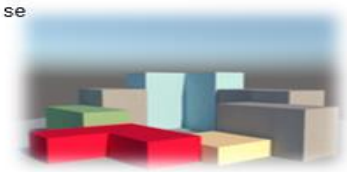
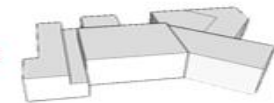
IDEA RECTORA:

La palabra **Chakana** es de origen quechua, dado que fue un símbolo ampliamente utilizado por la cultura inca, se refiere claramente al concepto de "escalera", el símbolo en sí es un "tawa chakana", o sea una escalera de cuatro (lados).



PARTIDO ARQUITECTÓNICO:

El proyecto se abstraen sus formas y luego es llevado al área en donde se interviene.



2.6 DESCRIPCION DEL PROYECTO

2.6.1 Memoria Descriptiva del Proyecto

ARQUITECTURA

1. UBICACIÓN

Departamento : LIMA
Distrito : LOS OLIVOS

El terreno se encuentra ubicado en el distrito de Los Olivos, a dos cuadras de una avenida principal de la ciudad, la Avenida Panamericana Norte. El lote cuenta con linderos en la Av. Tomas Valle y calle Corrientes (Alfa).

CARACTERÍSTICAS DEL LOTE

Característica básica: lote frente a vía

colectora Área total: 808.41 m²

Linderos:

- Por el Norte con el distrito de Puente Piedra.
- Por el Sur con el distrito de San Martín de Porres.
- Por el Este con el distrito de Independencia y Comas.
- Por el Oeste con el distrito de San Martín de Porres.

ANEXOS

Feedback Studio - Google Chrome
https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?c=-1462668867&BDS=18&u=-11116395578/lang-es&student_user=1

feedback studio MIRELLA ANALI CORDOVA URBINA CENTRO DE FORMACION EMPRESARIAL PARA EMPRENDEDORES DE LOS OLIVOS , LIMA 2020

Resumen de coincidencias

19 %

Se están viendo Fuentes estándar
Ver Fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

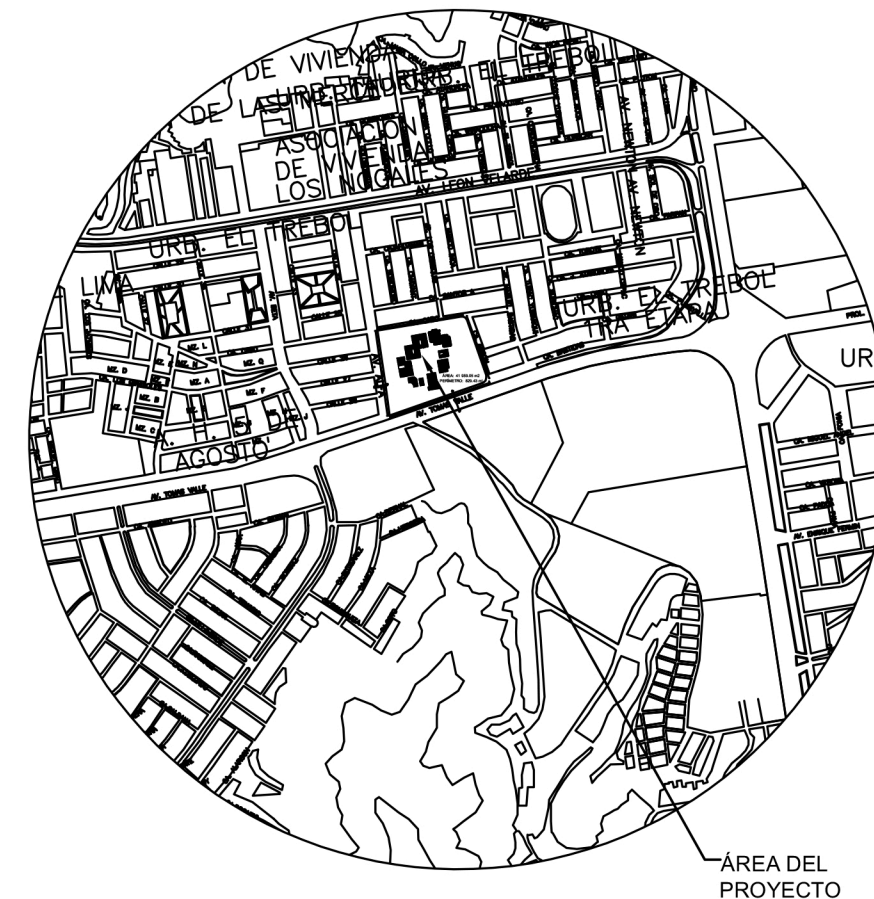
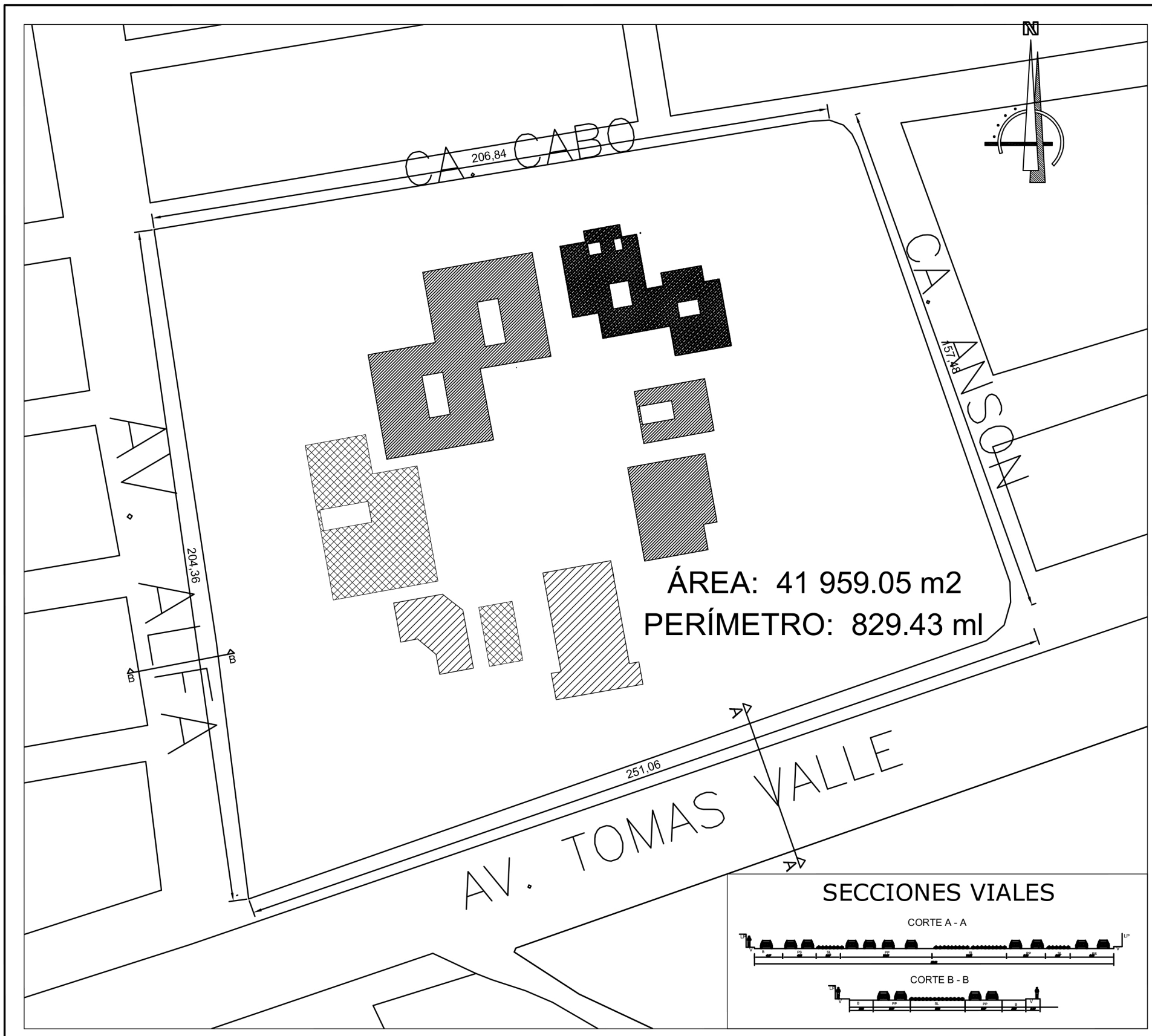
1	repositorio.ucv.edu.pe	4 %
2	hdl.handle.net	2 %
3	Entregado a Universid...	1 %
4	docplayer.es	1 %
5	www.jctmi.org	1 %
6	scielo.conicyt.cl	1 %

Página: 1 de 29 Número de palabras: 8992 Text-only Report High Resolution Activado

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

SOCIEDAD 5.0:
"El Ecosistema Creativo y La Incubadora Startups en el distrito de la Victoria, Lima, 2020".
Caso de Estudio: Los emprendedores del emporio textil de Gamarra.

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO



ZONIFICACION : OTROS USOS
 AREA DE ESTRUCTURACION URBANA : ---

ESQUEMA DE LOCALIZACIÓN ESC 1 / 20000

DEPARTAMENTO : LIMA
 PROVINCIA : LIMA
 DISTRITO : LOS OLIVOS
 URBANIZACION : EL TREBOL
 MANZANA :
 LOTE :
 SUB - LOTE : ---
 CALLE : AV TOMAS VALLE
 N° : ---

PLANO DE UBICACIÓN

ESC 1 / 1500

CUADRO NORMATIVO		
PARÁMETROS	NORMATIVO	PROYECTO
USOS	OTROS USOS.	CENTRO INSTITUCIONAL
DENSIDAD MÁXIMA	---	---
COEFICIENTE DE EDIFICACIÓN	---	---
ÁREA LIBRE	SE MANTIENEN ÁREAS LIBRES	40%-
ALTURA MÁXIMA (PERMISIBLE)	CONFORMIDAD CON EL ENTORNO	6 pisos
RETIRO MÍNIMO	FRONTAL 3 ML DE LA AVENIDA	3 ML DE LA AVENIDA
ESTACIONAMIENTO	1 c/ 50m2	138 ESTACIONAMIENTOS

CUADRO DE ÁREAS (m2)

ÁREAS	EXISTENTE	DEMOLICIÓN	NUEVA	PARCIAL	TOTAL ÁREA TECHADA
AUDITORIO	---	---	840.97 m2	840.97 m2	840.97 m2
ÁREA INCUBACION EMPRESARIAL	---	---	1092.41 m2	1092.41 m2	1092.41 m2
ÁREA COMERCIAL	---	---	1332.77 m2	1332.77 m2	1332.77 m2
ÁREA EMPRESARIAL	---	---	1992.30 m2	1992.30 m2	1992.30 m2
ÁREA ADMINISTRACION	---	---	550.57 m2	550.57 m2	550.57 m2
ÁREA DE SERVICIOS	---	---	990.83 m2	990.83 m2	990.83 m2
ÁREA TOTAL SEGUN LEVANTAMIENTO				6799.85 m2	6799.85 m2
ÁREA ÚTIL ACTUAL				28.799.85 m2	28.799.85 m2
PERÍMETRO ÚTIL				749.84 m2	749.84 m2

PROYECTO: **CENTRO DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA EMPRENDEDORES EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS, LIMA 2020**

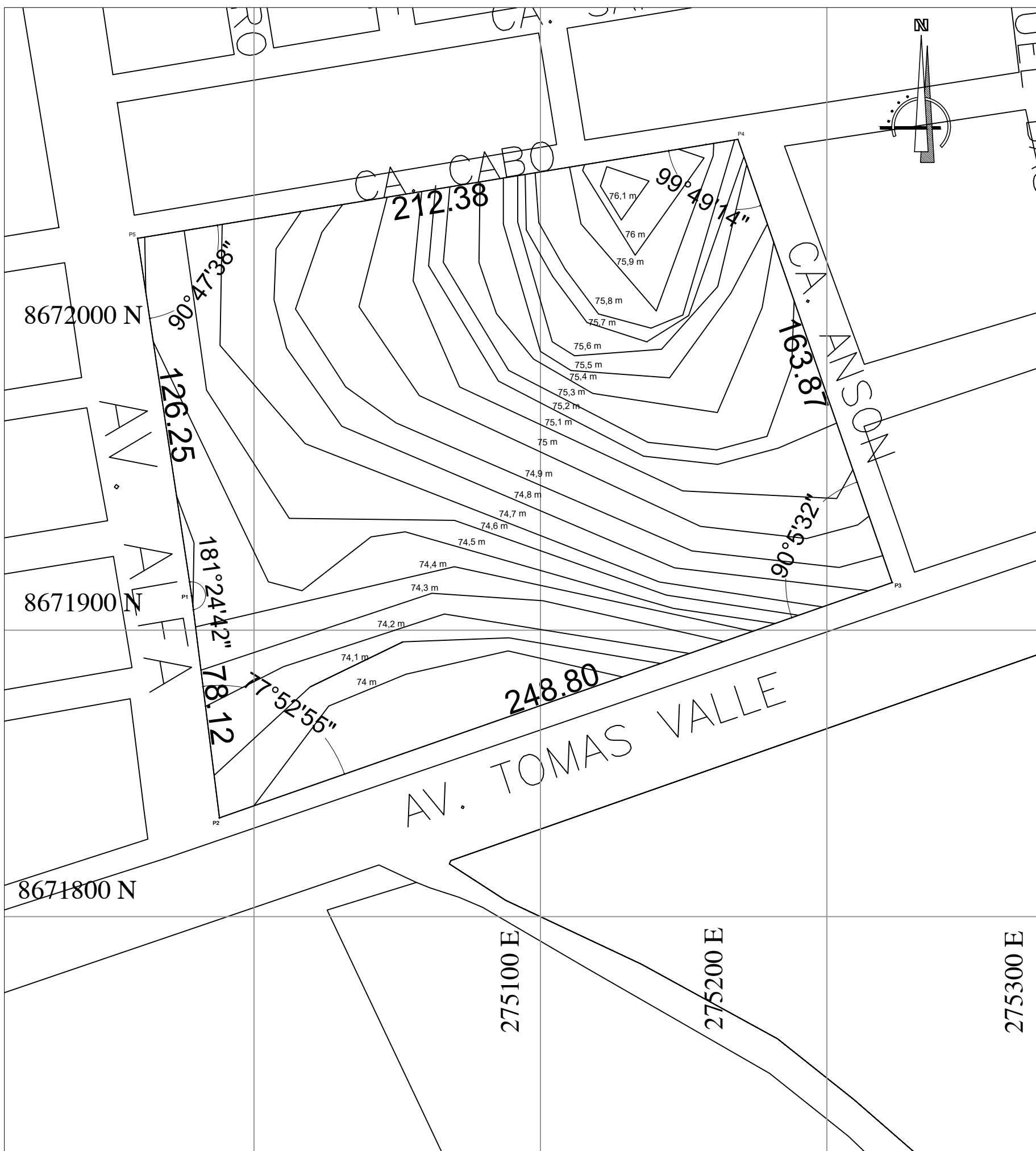
ALUMNOS: **CÓRDOVA URBINA, MIRELLA ANALÍ
 VARGAS JIMENEZ, GERARDO ALFONSO**

ESPECIALIDAD: **ARQUITECTURA**

PLANO: **PLANO DE UBICACIÓN**

UBICACION: **DISTRITO DE LOS OLIVOS**

LAMINA:
PU-01
 ESCALA: INDICADA DATUM: WGS 84



DEPARTAMENTO : LIMA
 PROVINCIA : LIMA
 DISTRITO : LOS OLIVOS
 URBANIZACION : EL TRÉBOL
 MANZANA : ---
 CALLE : AV. TOMÁS VALLE
 N° : ---

CUADRO DE COORDENADAS					
VERTICE	LADO	DIST.	ANGULO	ESTE	NORTE
P1	P1 - P2	78.12	181°24'42"	21915.6262	10318.1247
P2	P2 - P3	248.80	77°52'55"	21925.3703	10322.7794
P3	P3 - P4	163.87	90°5'32"	22160.2129	10322.7794
P4	P4 - P5	212.38	99°49'14"	22106.3446	10477.5441
P5	P5 - P1	126.25	90°47'38"	21896.7973	10442.9633

Area: 41959.05 m²
 Area: 4.19591 ha
 Perimetro: 829.43 ml

PROYECTO: **CENTRO DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA EMPRENDEDORES EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS, LIMA 2020**

ALUMNOS: **CÓRDOVA URBINA, MIRELLA ANALÍ
 VARGAS JIMENEZ, GERARDO ALFONSO**

ESPECIALIDAD: **ARQUITECTURA**

PLANO: **PLANO TOPOGRÁFICO**

UBICACIÓN: **DISTRITO DE LOS OLIVOS**

LAMINA:
PT-01
 ESCALA: INDICADA DATUM: WGS 84