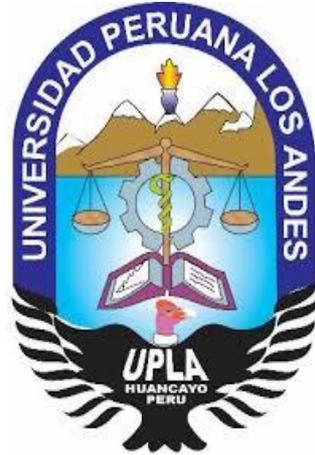


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

**La Utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y
Comunicación y La Capacidad Emprendedora de los
Microempresarios del Emporio Comercial de Gamarra en el Año
2019**

Para Optar : Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor : Bach. Trelles Suca José Luis

Asesor : Mg. Santana Camargo Walter Rubén

Línea de Investigación
Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y
Culminación : 21.08.2021 – 20.08.2022

Huancayo – Perú
2022

Asesor:

Mg. Walter Rubén Santana Camargo

DEDICATORIA

Todo este trabajo ha sido posible a Dios, por darme la vida, a mis padres Ramon y Rosaura, a mis tías Rosa, Lucha y Maruja quienes me apoyaron desde mi adolescencia, a mi gran familia por su amor incondicional y su fortaleza y a mí adorada esposa, Yanet por su comprensión.

EL AUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis maestros de Universidad Peruana de los Andes quienes compartieron sus conocimientos y experiencia en cada día impartido en las aulas.

Así mismo, agradezco a la empresa “ARQUITECTURA SAN RAMON CIA SAC” por el apoyo y la confianza que tuvo al aceptar realizar la investigación para mi tesis.

JOSE LUIS TRELLES SUCA

INDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	i
JURADOS	ii
ASESOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
INDICE DE CONTENIDO	vi
CONTENIDO DE TABLAS	ix
CONTENIDO DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Delimitación del problema	6
1.3 Formulación del problema	6
1.3.1 Problema general	6
1.3.2 Problemas específicos	7
1.4 Justificación	7
1.4.1 Social	7
1.4.2 Teórica	8
1.4.3 Metodológica	8
1.5 Objetivos	9
1.5.1 Objetivo general	9
1.5.2 Objetivos específicos	9

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes (nacionales e internacionales)	10
2.2 Bases teóricas o Científicas	17
2.3 Marco Conceptual (de las dimensiones)	28

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General	39
3.2 Hipótesis específicas	39
3.3 Variables (definición conceptual y operacionalización)	40

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Método de Investigación	43
4.2 Tipo de Investigación	44
4.3 Nivel de Investigación	45
4.4 Diseño de la Investigación	45
4.5 Población y muestra	46
4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	48
4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	52
4.8 Aspectos éticos de la investigación	52

CAPÍTULO V

RESULTADOS	54
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	73
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	84
ANEXOS	91
Matriz de consistencia	92
Matriz de operacionalización de variables	94
Matriz de operacionalización del instrumento	97
Instrumentos de investigación	104
Registros de Datos del Trabajo de Campo	111
Matriz de Datos de Relación de Variables y dimensiones para la Prueba de Hipótesis	130
Autorización de la empresa para hacer la investigación	132
Fotos	133

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1. Actividad emprendedora en cada etapa del proceso emprendedor por tipo de economía y país.	2
Tabla 2. Operacionalización de la variable “Los Aplicativos de las TIC”	41
Tabla 3. Operacionalización de la variable “La capacidad emprendedora”	42
Tabla 4. Distribución de frecuencias de la Variable 1: La utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación.	55
Tabla 5. Distribución de frecuencias de la Dimensión 1: Red Social Facebook.	56
Tabla 6. Distribución de frecuencias de la Dimensión 2: Social Media.....	57
Tabla 7. Distribución de frecuencias de la Dimensión 3: Sistemas de Ubicación Geográfica. ...	58
Tabla 8. Distribución de frecuencias de la Dimensión 4: YouTube.....	59
Tabla 9. Distribución de frecuencias de la Dimensión 5: Aplicativos para Celulares Móviles. ..	60
Tabla 10. Distribución de frecuencias de la Variable 2: Capacidad Emprendedora.....	61
Tabla 11. Distribución de frecuencias de la Dimensión 6: Capacidad de Realización.....	62
Tabla 12. Distribución de frecuencias de la Dimensión 7: Capacidad de Planificación.....	63
Tabla 13. Distribución de frecuencias de la Dimensión 8: Capacidad de Realizarse Socialmente.	64
Tabla 14. Criterios para las pruebas de normalidad de la utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad Emprendedora.....	66
Tabla 15. Criterios para las pruebas de normalidad de la utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad Realización.	66
Tabla 16. Criterios para las pruebas de normalidad de la utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad de Planificación.....	66
Tabla 17. Criterios para las pruebas de normalidad de la utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad de Relacionarse Socialmente.....	67
Tabla 18. Criterios para evaluación del coeficiente de correlación.....	67

Tabla 19. Resultados de la prueba de correlación del Rho de Spearman V1V2: La utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad Emprendedora.	68
Tabla 20. Resultados de la prueba de correlación del Rho de Spearman V1D6: La utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad de Realización.	69
Tabla 21. Resultados de la prueba de correlación del Rho de Spearman V1D7: La utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad de Planificación.	70
Tabla 22. Resultados de la prueba de correlación del Rho de Spearman V1D8: La utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad de Relacionarse Socialmente.	71

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1. Emporio comercial de Gamarra: MYPES según actividad económica (Distribución Porcentual).	3
Figura 2. Compras por Internet según lugar de preferencia. Adaptado de “9 de cada Shopper compra textil en un mes”, por Kantar Worldpanel, 2016	4
Figura 3. Representación gráfica del diseño de investigación.	46
Figura 4. Representación gráfica de la población y muestra de estudio.....	47
Figura 5. Nivel de conocimiento de aplicativos de las tecnologías de información y comunicación.	55
Figura 6. Nivel de conocimiento de la Red Social Facebook.	56
Figura 7. Nivel de conocimiento de Social Media (Twitter y LinkedIn).	57
Figura 8. Nivel de conocimiento de Sistemas de ubicación geográfica.	58
Figura 9. Nivel de conocimiento de YouTube.....	59
Figura 10. Nivel de conocimiento de aplicativos para celulares móviles.....	60
Figura 11. Nivel de capacidad emprendedora.....	61
Figura 12. Nivel de capacidad de realización.	62
Figura 13. Nivel de capacidad de planificación.....	63
Figura 14. Nivel de capacidad de realizarse socialmente.....	64

RESUMEN

El problema de la presente investigación fue ¿cuál es la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad emprendedora de los microempresarios del comercio de Gamarra en el año 2019? para el cual se planteó como objetivo general: evaluar la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de información y comunicación y la capacidad emprendedora de los microempresarios y, así mismo en sus tres dimensiones: capacidad de realización, planificación y relacionarse socialmente. La metodología que se aplicó fue hipotética-deductiva, descriptiva y correlacional. La muestra estuvo conformada por 180 microempresarios entre propietarios, administradores y gerentes de microempresas, seleccionados a partir de un muestreo probabilístico de una población finita de 338 microempresas. El instrumento aplicado para medir fue el cuestionario perfil del potencial emprendedor de García (2001) adaptado por Peralta (2010). Para el procesamiento de los datos se utilizó el software SPSS en su versión 25. Los resultados demostraron que existe una correlación directa Rho de Spearman de 0.874 indicando que efectivamente existe una relación positiva alta entre las dos variables: la utilización de aplicativos de las tecnologías de información y comunicación y la capacidad emprendedora, a un grado de significancia de 0.000. A partir de ello, se recomienda fomentar la utilización de diversos aplicativos para incrementar las ventas y los ingresos de los microempresarios y desarrollar un aplicativo para tres segmentos de mercado: comerciantes, compradores y anunciantes, que incluya una propuesta de valor de tienda ordenada que brinde comodidad y permita comprar de forma segura y rápida.

Palabras clave: Aplicativos, tecnologías de información y comunicación y capacidad emprendedora.

ABSTRACT

The problem of the present investigation was what is the relationship between the use of information and communication technologies applications and the entrepreneurship of the microentrepreneurs of the Gamarra commercial emporium in the year 2019? for which the general objective was raised: to evaluate the relationship between the use of information and communication technologies applications and the entrepreneurship of microentrepreneurs and, likewise, in its three dimensions: capacity for realization, planning and social relations. The methodology applied was hypothetical-deductive, descriptive and correlational. The sample consisted of 180 microentrepreneurs among owners, administrators, and managers of microenterprises, who were chosen from a probability sampling of a finite population of 338 microenterprises. the instrument applied to measure was the Profile Questionnaire entrepreneurial potential of Garcia (2001) adapted by Peralta (2010). SPSS version 25 software was used for data processing. The results showed that there is a direct Spearman's Rho correlation of 0.874, indicating that there is indeed a high positive relationship between the two variables: the use of information and communication technologies applications and the entrepreneurship, at a degree of significance of 0.000. Based on this, it is recommended to promote the use of various applications to increase sales and income of microentrepreneurs and develop an application for three market segments: merchants, buyers and advertisers, which includes a value proposition for an ordered store that provides comfort and allow you to buy safely and quickly.

Keywords: Applications, Information and Communication Technologies and entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

Desde el 2008, nuestro país se coloca en una buena posición dentro de las economías mundiales, permanece con índices económicos consolidados. Como consecuencia a su desarrollo económico consecutivo a partir del año 2001, gracias al desarrollo de directivas económicas estables.

Este desarrollo activo de su economía, se verifican en diversas instituciones de negocios que se cohesionan en forma directa. En este entorno, ubicamos a diversas empresas y microempresas del rubro textil y de manufacturación en el populoso distrito de La Victoria, llamado Emporio Comercial de Gamarra. Es el más importante lugar comercial donde encontramos empresarios y microempresarios emprendedores, la mayoría gente provinciana con anécdotas de resiliencia y emprendimiento, muchos exitosos en mercados nacionales e internacionales.

Este entorno de emprendimiento ha estado de la mano con la tecnología y por ende es un lugar importante del rubro textil originando una filosofía de productividad por cantidad. Explorando hoy en día nuevas formas de administración, tomando en cuenta otras áreas como la gestión del conocimiento. Por ello, el conocimiento es una pieza vital en las diversas empresas y microempresas de forma que investigadores de otros países, como indica que en un lugar de la tierra donde la incertidumbre se consolida entonces en consecuencia el saber conocer es una excepcional forma de diferenciación en el tiempo (Nonaka, 2007).

En consecuencia, la competencia de emprendimiento es la fortaleza de una nación o empresa para propiciar ganancias. De esta forma, los nuevos empresarios y microempresarios se están orientando en sofisticar los negocios, que sus padres algún momento iniciaron, cediendo a sus progenitores, que diseñen nuevas marcas, nuevos estilos y diseños, hagan más exportaciones, capaciten a sus colaboradores en diversas áreas que antes la ocupaban personas de confianza.

Vemos emprendedores de éxitos que se han desarrollado en Gamarra como el caso de la familia Flores y su marca Topy Top. Actualmente es una de las gigantes empresas exportadoras peruanas y que se ha posicionado sólidamente en diversos países latinoamericanos.

Los expertos señalan que es vital mirar el mercado local como punto inicial para crear y posicionar una marca. De otro modo en el Perú, diversas áreas y rubros relacionados a la manufacturación se están mejorando con el uso de las tecnologías de información como los procesamientos de fabricación, la creación de sitios WEB con fines publicitarios, los intercambios de materia prima y diversos con proveedores en diversas plataformas digitales y las transacciones interbancarias y comerciales en plataformas electrónicas.

Millones de internautas han navegado diversos sitios web y diversos espacios de redes sociales gratuitos permitiendo con ello, compartir sus contenidos, relacionarse con nuevas personas, esta acción proactiva se fomenta en reconocidas y exitosas plataformas como Facebook, YouTube y Twitter. Algunos emprendimientos se han consolidado en base a la publicidad online. Ahora hacer publicidad, ventas y consumos es tan exitoso en las redes sociales con ello también estamos viendo cambios relevantes en formas de estilos de vida a causa de la habilidad de navegar por la web y a la prontitud de explicar los saberes adquiridos electrónicamente y crear significancia tanto en forma mundial y regional emergiendo estilos en comunidades digitales que propicien el mejoramiento común.

Las redes de conocimiento e información, las redes sociales, los procesos y las transacciones comerciales y económicas, que colaboran y compiten; son actualmente definidas como partes orgánicas. La definición de "ecosistema digital" relacionada a la definición de ecosistema de negocios crea la nueva definición "Ecosistema de Negocios Digital". Cuyo marco conceptual de la investigación científica, los espacios sociales-económicos y tecnológicos dan pie al presente proyecto de tesis.

Por eso que la siguiente investigación para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración tendrá como objetivo determinar la relación entre la utilización de aplicativos TIC y el desarrollo de la capacidad emprendedora de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra ubicado en el distrito de La Victoria de Lima, Perú.

El presente trabajo de investigación tiene la siguiente estructura:

El capítulo I se describe el planteamiento del problema tomando en cuenta la realidad problemática delimitada como objeto de la investigación, la formulación del problema tanto el general como los específicos, la justificación social, teórica y metodológica y los objetivos.

El capítulo II bajo el título de Marco Teórico, comprende los antecedentes nacionales e internacionales de la investigación, las bases teóricas o científicas, el marco conceptual de las variables y dimensiones.

El capítulo III se formula y propone las hipótesis, las variables y la operacionalización de la utilización de la tecnología de la información y la capacidad emprendedora.

El capítulo IV con el epígrafe de Metodología se explica el método científico, el método hipotético deductivo, descriptivo y estadístico, el tipo de investigación básica cuantitativa, en el nivel correlacional, el diseño no experimental y estrategias de la investigación, así mismo la descripción de la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas de procesamientos y análisis de datos, así como los aspectos éticos.

Por último, el capítulo V con el título de Resultados, se describe las técnicas de procesamiento, los resultados descriptivos por variables y dimensiones, las pruebas de normalidad de Kolmogorov Smirnov para evidenciar si los datos de las variables y sus dimensiones se ajustan o no a una distribución normal, la contrastación de hipótesis a través del análisis estadístico del Rho de Spearman, el análisis y discusión de los resultados obtenidos, conclusiones y recomendaciones.

Seguido de las referencias bibliográficas y los anexos donde se incluyen la matriz de consistencia, la matriz de operacionalización de variables, la matriz de operacionalización del instrumento, el cuestionario de evaluación de aplicativos TIC, el cuestionario de perfil del potencial emprendedor adecuado, el consentimiento informado y fotografías que evidencian la labor investigadora.

El Autor

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

The WEF en el reporte 2011-2012, posiciona a nuestro país en el rango de país de crecimiento de clúster de negocios en el nivel 63, adelante va Colombia (nivel 39), Chile (nivel 26) y Brasil (nivel 25). De igual forma, el informe de TIC Global 2010-2011 en el rubro de aplicación TIC en bienes y servicios, Perú está en el nivel 52, por delante están Colombia (49), Uruguay (39), Chile (27), Brasil (24). En el rubro de Internautas está en el nivel 70, en el rubro Redes Sociales, el Perú está en el nivel 81 y en el rubro Ancho de Banda de Internet, el Perú está en el nivel 54, adelante están Colombia (50) y Chile (48). En este rubro, nuestro país se ubica en una situación interesante en su crecimiento de la cobertura de Internet. (The World Economic Forum, 2011-2012)

En el comercio mundial, los emprendedores peruanos son muy reconocidos según datos del GEM, indica que nuestro país es uno con altos índices en potencial emprendedor una actividad emprendedora en etapa temprana de 24,6%, lo que significa que cuatro de cada diez conciudadano asimilan capacidad alguna en un

emprendimiento. El 2018 nuestro país fue sobrepasado solamente por Ecuador (29.6%) y luego por Guatemala (24.8%). (Global Entrepreneurship Monitor GEM, 2018)

Tabla 1. Actividad emprendedora en cada etapa del proceso emprendedor por tipo de economía y país.

Tipo de economía	Países	Emprendedores nacientes		Emprendedores nuevos		Actividad emprendedora en etapa temprana (TEA)	
		Posición, 54 países	Porcentaje	Posición, 54 países	Porcentaje	Posición, 54 países	Porcentaje
Economías basadas en recursos	India	31	4.9	26T	4.6	31	9.3
	Kazajistán	20	8.0	33T	3.8	26	11.3
	Madagascar	8	10.9	6	11.2	7	21.8
	Vietnam	51T	2.5	1	20.8	6	23.3
	Total		6.6		10.1		16.4
Economías basadas en eficiencia	Sudáfrica	21	7.5	33T	3.8	27	11.0
	Arabia Saudita	32	4.8	12T	6.9	25	11.5
	Argentina	41	3.9	46T	2.1	47	6.0
	Bosnia-Herzegovina	51T	2.5	52T	1.4	52	4.0
	Brasil	36T	4.4	2	16.3	10	20.3
	Bulgaria	54	1.8	48T	2.0	54	3.7
	Chile	4	14.7	8	9.7	5	23.8
	China	42	3.7	17T	6.4	29T	9.9
	Colombia	9	10.8	9T	8.1	13	18.7
	Croacia	28	6.1	41	2.9	34T	8.9
	Ecuador	1	21.2	7	9.8	1	29.6
	Egipto	25	6.5	11	7.0	19T	13.3
	Eslovaquia	19	8.2	33T	3.8	24	11.8
	Guatemala	5	13.8	5	11.7	2	24.8
	Indonesia	43T	3.6	31T	3.9	41	7.5
	Irán	22	6.8	12T	6.9	19T	13.3
	Letonia	15T	9.4	22T	5.1	16	14.2
	Libano	17	8.6	3	16.0	4	24.1
	Malasia	3	15.4	15	6.6	8T	21.6
	Marruecos	38	4.2	26T	4.6	37	8.8
	México	11T	10.6	37	3.6	17	14.1
	Panamá	13	10.1	17T	6.4	14	16.2
	PERÚ	2	18.7	16	6.5	3	24.6
	Polonia	23T	6.7	45	2.2	34T	8.9
	Tailandia	11T	10.6	4	12.1	8T	21.6
	Uruguay	10	10.7	29	4.3	15	14.7
Total		8.7		6.5		14.9	

T: Indica la existencia de un empate entre dos o más países.

Fuente: GEM Global Report 2017-2018, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Los indicadores comerciales muestran que Gamarra es el clúster de negocios, uno de los más relevantes de la textilería peruana. Este clúster peruano tiene 39,630 locales donde se desarrollan actividades económicas de confección y comercialización de prendas de vestir, 10% se dedican al comercio al por mayor, 54.8% al comercio al por menor y 24% son fabricantes; la cantidad de trabajadores

es de 80,183 entre los cuales, el 70% son vendedores en tienda. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017)

Razón por la cual, en Sudamérica es el emporio comercial más grande. Existe un total de 33,002 empresas en Gamarra de las cuales el 94.5% (31,176) son microempresas (donde el 88.7% se dedican a las actividades de comercio al por menor, comercio al por mayor y manufactura) y el 5.1% son pequeñas empresas y la diferencia son empresas medianas. Estas están conformadas por asociaciones y suman 8,4% del total de ventas (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017).

Por tipo de industria manufacturera, las cuales representan el 18,8% (6,228) de empresas en Gamarra, la fabricación de prendas de vestir concentró a 4,118 empresas (66,1%), seguido de la fabricación de productos textiles con 1,742 empresas (28,0%). Estas dos actividades también concentraron el mayor monto de ventas con S/.1,309 millones juntas y emplearon a 16,832 trabajadores.

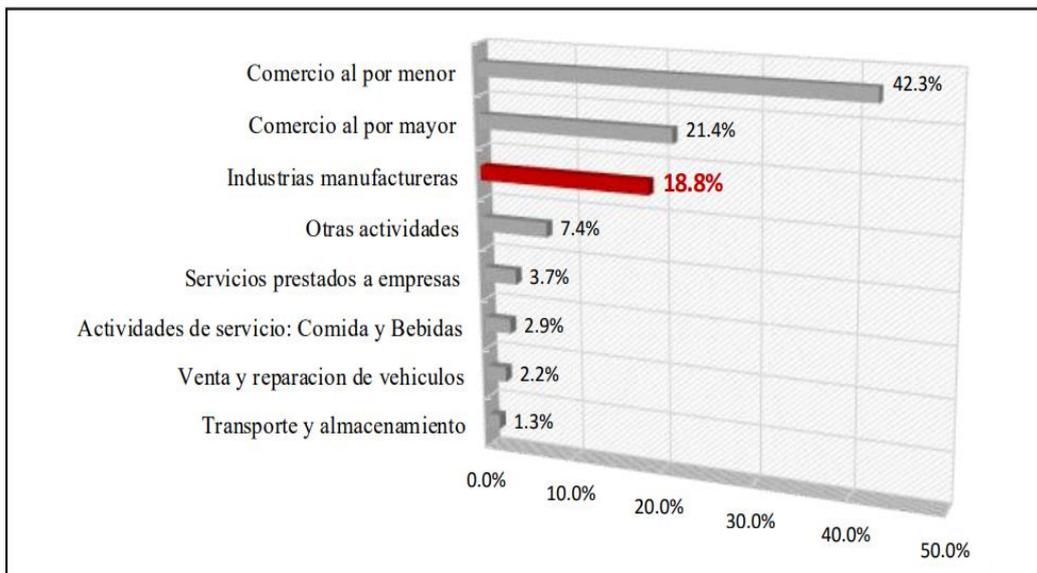


Figura 1. Emporio comercial de Gamarra: MYPES según actividad económica (Distribución Porcentual).

Fuente: INEI 2017 – Directorio central de empresas y establecimientos.

En cuanto a ingresos, la facturación anual total generada por las unidades productivas ascendió a S/8.294 millones en el 2017, con lo que registró una variación positiva de 6,7% en comparación con la cifra del 2016 (S/7.774 millones).

Además, las ventas totales anuales por empresa que se genera en el comercio comercial de Gamarra son de S/210.000, lo que representa en promedio ventas mensuales por empresa de S/18.000. Las ventas promedio mensuales que genera la microempresa es S/5.600, la pequeña empresa S/119.200, y la mediana y gran empresa S/1,3 millones. El 0,4% de empresas medianas y grandes genera el 34,9% de las ventas totales, mientras que las mypes genera el 65,0% de las ventas totales.

En este comercio victoriano, se puede observar dos detalles importantes de su desarrollo (41% de las personas que viven en Lima compran en este comercio, logrando transacciones de 1,200 millones de dólares por año) gracias al esfuerzo y el espíritu emprendedor de sus microempresarios y activos como edificios, maquinarias y equipos.

Si vemos el comportamiento de compra por la categoría textil a nivel canales, Gamarra es el principal canal, concentrando en 26% del gasto de la categoría, mientras que tiendas por departamento se queda con el segundo lugar con 22% de importancia (Kantar World Panel, 2016).



Figura 2. Compras por Internet según lugar de preferencia. Adaptado de “9 de cada Shopper compra textil en un mes”, por Kantar Worldpanel, 2016

En esta situación de apogeo que se encuentra Gamarra, se evidencia también su estancamiento de su progreso social y económico, los indicadores de progreso de las personas de este emporio casi no varían.

Se nota, la falta de una organización entre el emporio Gamarra y diversos rubros económicos especializados a pesar de la cercanía. Los diversos servicios que se dan, sirven solo para los limeños con escaso nivel de relación con la producción y el comercio, se deja notar la falta de gremios consolidados económicamente en el distrito de La Victoria. El activo por parte de la comunidad es escaso, se observan mínimas mejoras de la infraestructura inmobiliaria e índices elevados de actos delictivos.

Existen iniciativas de valoración al distrito como comercial y emprendedor para fomentar la comunicación entre el gobierno central, el municipio, empresarios, comunidad y recursos, pero no se ha llegado a un buen acuerdo.

De igual manera se ha imposibilitado la introducción de las TIC para operaciones productivas y comerciales, a causa de diversas variables como la brecha digital y la cultura tecnológica de los microempresarios.

El crecimiento de la base tecnológica para comercializar productos nos avizora muchas posibilidades de progreso para los empresarios emprendedores. El impacto de la transformación digital en las empresas para los intercambios comerciales podría sumar en más de 1,25 billones de euros lo que muestra un aumento del 2,3% respecto a las actuales estimaciones, según FO (Fundación Orange TM, 2016).

Las diversas apps, programas, software y plataformas interactivas que nos brinda la web 2.0 es vasta, por lo que es importante que el empresario de Gamarra

conozca y utilice las diversas herramientas tecnológicas en sus negociaciones de comercio, entendiendo mejor la aplicación de la potencia tecnológica.

La experiencia profesional del investigador aplicada por años a través de diversas actividades de negocios aplicando tecnologías, le ha permitido observar que la utilización de las mismas se tendría resultados buenos en el progreso social y económico de los miles de microempresarios de Gamarra.

1.2. Delimitación del problema

Vemos el contexto de este estudio con un enfoque más de gestión con la tecnología que en el campo social. Está dirigido a evaluar la relación entre el uso de aplicativos de las TIC y la capacidad emprendedora de los microempresarios del comercio comercial de Gamarra.

Asimismo, en este estudio se utiliza como variable la capacidad emprendedora como observación sistemática para determinar su potencialidad y relacionarlo con la tecnología como medio transformador para la mejora económica, social y tecnológica de los microempresarios.

En la práctica profesional del analista de este estudio, esto es una razón preocupante más aún si sabemos que actualmente tenemos muchos beneficios que nos da la utilización de las tecnologías.

1.3. Formulación del problema

I.3.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad emprendedora de los microempresarios del comercio comercial de Gamarra en el año 2019?

I.3.2 Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad de realización de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019?

¿Cuál es la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad de planificación de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019?

¿Cuál es la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019?

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Social

La relevancia social de esta investigación será trascendente al beneficiar a las microempresas textiles y sus derivadas del emporio comercial de Gamarra a comercializar sus productos tanto en el mercado interno como en el extranjero a través de tecnologías de la información y comunicación diversa como las páginas Webs, redes sociales, blogs, videos u proyectos similares al marketing digital.

Esta investigación resulta importante también, ya que se observará las capacidades emprendedoras personales del microempresario, conociendo sus cualidades y su preparación en el manejo de la tecnología para aplicarlo en sus estrategias comerciales que puede constituir en una ventaja competitiva en el mundo de los negocios.

1.4.2. Teórica

La relevancia teórica de esta investigación capta la atención pues permite desagregar y analizar las variables: la utilización de aplicativos o programas informáticos y la capacidad emprendedora en sus diferentes dimensiones e indicadores, abordándolas en forma específica y estableciendo sus diversas conjugaciones para visualizar sus distintos efectos para el aporte de valor e incremento de ventas de los emprendimientos o negocios de productos o servicios textiles. En este análisis nos centraremos específicamente en estas relaciones porque consideramos que permiten entender la manera en que los microempresarios y emprendedores pueden aumentar sus ingresos con el apoyo constante de la innovación tecnológica en la propuesta de valor de sus emprendimientos. Para la comprensión de las variables y sus dimensiones se tomó en cuenta algunas bases teóricas como respaldo.

Esta investigación representa un aporte en el campo empresarial y tecnológico, puesto que se va a establecer la correlación de dichas variables; será una tesis que puede ser tomada en cuenta para las futuras investigaciones de negocios basados en tecnologías, emprendimientos, transacciones electrónicas, comercio electrónico y cualquier otra que necesite la aplicación de tecnologías para la innovación de la propuesta de valor en bienes o servicios.

1.4.3. Metodológica

La relevancia metodológica de esta investigación es necesaria para verificar la data que se visualiza en sitios o páginas Web o informes acerca de las microempresas textiles y derivados que funcionan en Gamarra y que resultados reales existen como respuesta a la utilización de herramientas tecnológicas que se analizarán en esta investigación, siendo muy objetivos para detallar con plena exactitud el

problema de fondo para dar luego sugerencias, recomendaciones y/o soluciones posibles con los datos resultantes que se obtengan, por dicha razón se espera que este estudio indique a los microempresarios que saberes y recursos tecnológicos podrán utilizar.

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Establecer la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad emprendedora de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.

1.5.2 Objetivos específicos

Establecer la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad de realización de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.

Establecer la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad de planificación de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.

Establecer la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes (nacionales e internacionales)

En este análisis se tomó en cuenta información de estudios relacionados a las variables y sus dimensiones que son muy relevantes de nuestra investigación, los cuales son buenos referentes que son base importante para construirla.

Antecedentes nacionales

Del Carpio & Gilvonio (2019) desarrollaron una tesis de título “Los principales factores que influyen en el uso del e-Commerce en las Mypes del sector textil - confecciones en el Emporio de Gamarra en el periodo del 2013 al 2018” donde abordaron las influencias más relevantes para la utilización del comercio electrónico en la micro y pequeñas empresas textil y manufactureras del Emporio de Gamarra. En la actualidad, muchos organismos como la Cámara de Comercio de Gamarra fomentan la comunicación y competitividad de Gamarra, a través de profesionales de tecnologías innovadoras para aumentar las ventas. En nuestro país, el comercio electrónico se desarrolla en forma lenta y de forma precaria en algunas empresas.

Alarcón (2017) realizó una tesis de maestría de título “Estudio del impacto de las herramientas TIC con conexión a internet, como parte del proceso inicial de las Start-Ups y emprendimientos en el Perú” donde incluye un estudio exploratorio, cuyo objetivo es enumerar las herramientas de tecnologías y comunicación que son utilizadas en las primeras etapas de crecimiento de los emprendimientos y/o Start-Ups peruanos, y su relevancia que tiene cada mecanismo dentro de las primeras fases de crecimiento. Inicia de la conjetura que establece una correlación entre los recursos de tecnologías de la información y comunicación y la capacidad empresarial. Se establece una sucesión de desarrollos para las microempresarios y emprendedores. Se estudia que recursos se establecen en cada fase de avance y se da la validación del modelo en base a cuestionarios hechos a empresarios emprendedores. Con la data estudiada y analizada se implementa un registro de prestaciones. Con el registro implementado, se consolida la relevancia que tienen los recursos tecnológicos para una organización empresarial y emprendedora y se demuestra su importancia como fase del plan estratégico del proceso de crecimiento.

La Rosa, Panduro, Pretell y Valdivia (2017) realizaron una tesis de maestría de título “Planeamiento Estratégico para la Industria Peruana de la Tecnología de Información y Comunicaciones (TIC)” donde abordan la posición de las tecnologías como opciones más eficientes para obtener buenas escalas de progreso, rentabilidad y empleabilidad de las actividades extractivas más reconocidas del país para aumentar su competencia económica de cara al bicentenario nacional. Esta investigación accedió establecer la envergadura de las tecnologías en la industria y visualizar las necesidades que se deben tomar en cuenta para lograr el éxito.

En su primera parte muestran el entorno actualizado de nuestro país con respecto a las TIC, en su segunda fase se hacen la presentación de la misión, visión, códigos éticos y valores. A partir de allí y usando un plan metodológico estratégico, elaboran un estudio local y externo, las bases para clarificar y establecer objetivos de largo y corto plazo utilizando mecanismos de control y monitoreo.

Pereyra (2017) realizó una tesis de maestría de grado de título “Capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016” donde aborda una investigación que cuya meta es comprobar las habilidades emprendedoras de los empresarios minoristas de la Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016, para ello aplico una investigación descriptiva, transversal y sin experimentación, el universo poblacional incluyo a 450 microempresarios y el muestreo ascendió a 269 microempresarios, se utilizó como herramienta de recojo de información el cuestionario, que fueron procesadas en el programa Excel y se graficaron la data resultante a través de tablas contraponiéndose desde las hipótesis fijadas determinando que las habilidades emprendedoras de los microempresarios trujillanos a escala media.

Sánchez (2017) desarrollo una tesis de maestría titulada “Habilidades sociales y actitud emprendedora en estudiantes del quinto de secundaria del distrito de Chilca” donde analiza la relación entre estas habilidades y la capacidad emprendedora de los estudiantes del último año de secundaria. La investigación fue de tipo aplicada, descriptiva con un diseño correlacional. El muestreo fue conformado por 165 estudiantes. Se aplico el cuestionario perfil del potencial emprendedor de García (2001) adaptado por Peralta (2010), y para las habilidades sociales se usó la escala

de Gismero (2000). La resultante de este estudio demostró que hay una correlación directa y significativa entre dichas habilidades y la capacidad de emprendimiento; así mismo las dimensiones de las habilidades sociales: comunicación, autoestima y toma de decisiones, con la capacidad de emprendimiento, existe una correlación directa y significativa entre las habilidades sociales relacionadas con la comunicación y la capacidad de emprendimiento; entre las habilidades sociales relacionadas con la autoestima y la capacidad de emprendimiento y entre las habilidades sociales relacionadas con la toma de decisiones y la capacidad de emprendimiento. Esto nos demuestra que el Perú tiene rangos altos en capacidad emprendedora en etapas jóvenes de la vida.

Antecedentes internacionales

Ayaviri, Chucho, Romero & Quispe (2017) elaboraron un artículo científico llamado “Emprendimientos y clúster empresarial. Un estudio en la Provincia Chimborazo, Ecuador” en la revista “Perspectivas” cuyo objeto de estudio fue la capacidad emprendedora con un buen dinamismo tomando en cuenta el aspecto de la macroeconomía y el espíritu empresarial. La mayoría de ecuatorianos tiene una actitud emprendedora, competitiva, innovadora y capacidad empresarial. Este estudio analizó los emprendimientos que aportan al desarrollo los clústers de la ciudad de Riobamba, para ello aplicaron una encuesta. Los resultados indicaron que los clústers han permitido mejorar las actividades de los emprendimientos y las sociedades comerciales permiten también la innovación y un mejor desarrollo emprendedor.

Barrera (2017) desarrolló un artículo científico cuyo título fue “Relación de Capacitación con Adopción de Internet y E-Commerce: Diferencias entre Microemprendedores de Chile” en esta investigación correlaciona el adiestramiento en microempresarios en Chile en la utilización de las tecnologías de Internet y e-Commerce. Además, analiza la influencia de la edad, género, nivel de educación del microempresario, la cantidad de miembros de la sociedad comercial y recursos financieros para el adiestramiento de tecnologías. Este trabajo se realizó con testeos de supuestos y regresiones logísticas. Los resultados mostraron la correlación entre el adiestramiento y las tecnologías mencionadas con excepción de la transacción de bienes. Añadió también que las microemprendedoras con menor edad y con un nivel académico mayor adoptan tecnologías en sus negocios y realizan comercio electrónico. Finalmente, demostró que los negocios con más socios y que utilizan sus propios recursos económicos en capacitaciones para sus trabajadores utilizan estas tecnologías, menciona también que el adiestramiento y la actitud de sus trabajadores influye en la incorporación de estas tecnologías.

Serrano, Brito, Riofrío & Sotomayor (2016) elaboraron un artículo de investigación llamado “La Capacidad Emprendedora y Limitantes en la Generación de Emprendimientos: Una Mirada desde la Condición de Género” para la revista científica “Revista Científica Europea (ESJ)” del Instituto Científico Europeo (ESI) donde muestran un estudio estadístico de la habilidad de emprendimiento de hombres y mujeres. El aporte de esta investigación visualiza en el uso del estudio de la covarianza llamada ANCOVA con dimensiones y variables de escala de razón y con dos alternativas, aplicándoles la escala de Likert a los reactivos de la habilidad de emprendimiento, datos que fueron recogidos a través de un cuestionario de 20

interrogantes. El fin de la investigación fue determinar las habilidades emprendedoras entre hombres y mujeres de la ciudad de Machala, Ecuador. Verificando las subvariables a través del instrumento de escalas de la capacidad emprendedora validado por Flores (2003), se recogió data a través de entrevistas y se utilizó la regresión lineal con variables duales. Los datos resultantes describen que los hombres tienen una mayor capacidad emprendedora que las mujeres. Se valida que este estudio forma la base de futuras investigaciones acerca de las habilidades emprendedoras desde el enfoque de género en diferentes espacios geográficos, así como los límites que han obstaculizado la era de emprendedores incluyendo a las personas con grandes habilidades de emprendimiento.

Rahayu & Day (2017) escribieron un artículo llamado “Adopción de tecnologías de comercio electrónico para microempresas en países en desarrollo – Evidencia de Indonesia” donde mostraron de cómo se puede aplicar entrevistas online tomando en consideración las características de la población, geografía y la oportunidad de apertura de la tecnología del e-Commerce en el mercado. De igual forma, mencionan que las fortalezas en la adopción de esta tecnología son la eficiencia del tiempo de transformación de la materia prima y procesamientos, comunicación e imagen de la empresa mejorada, aumento de la eficiencia de los colaboradores, apertura de mercados globales, disminución de los diversos costos, aumento de ventas, aceleración de la producción de bienes y la fidelización de los consumidores. Indicaron también que existen limitadas investigaciones acerca de la adopción de la tecnología del comercio electrónico por parte de las microempresas, sobre todo en los países en vías de desarrollo. Además, indican que muchos de los estudios de comercio electrónico se basan más en situaciones preliminares: para ver

las variables que posibilitan su incorporación, o las dificultades que se enfrentan, en vez de situaciones futuras: como sus ventajas posteriores a su incorporación. Delimitando su comprensión total. Indonesia fue escogida para aplicar una encuesta a 292 pymes, aquellas que usan esta tecnología para marketing y compras. La utilización de artículo es relevante en nuestro análisis porque nos permite visualizar el aporte de la tecnología del e-Commerce en otros mercados y como se podría aplicar en el Perú.

Puetate (2013) realizó una tesis de título “La tecnología de la información y comunicación y las Pymes en la ciudad de Tulcán” en este estudio estableció la influencia del bajo nivel de saberes acerca de la tecnología de la información y comunicación al desarrollo de las pequeñas y microempresas. La muestra fue de 168 microempresas. Se incluyó a 263 pobladores de la ciudad de Ipiales como conglomerado por conveniencia.

Concluyéndose que el 57.60% de las pequeñas y las microempresas analizadas están listas para implementar elementos de la tecnología de la información y comunicación. El 62.35% de los potenciales clientes de las pequeñas y las microempresas están preparadas a comprar y vender a través de la Internet y un 13% han comprado por este medio digital. De este muestreo de pequeñas y microempresas tomadas, el 57.60% tienen facilidades de recursos para el uso de la tecnología de la información y comunicación sobre todo las pequeñas empresas de ventas de colchas y sábanas. Primordialmente para aplicar un sistema de la tecnología de la información y comunicación en una pequeña o microempresa, se debe verificar sus transacciones comerciales, tanto en la fase interna como externa, también sus estrategias de mercadeo y promoción. A continuación, se deberá establecer los recursos de

software y hardware para la implementación de un sitio web de comercialización y del sistema de finanzas proyectado.

2.2 Bases teóricas o Científicas

DEFINICIONES DE LAS VARIABLES: Utilización de Aplicativos de las Tecnologías de la Información y Comunicación y la Capacidad Emprendedora de los Microempresarios del Emporio Comercial de Gamarra.

A continuación, en este trabajo de investigación se presenta las bases teóricas enfocadas en la relación de las variables, fundamentadas en fuentes de información de apoyo tomando este análisis desde el punto de vista y experiencia del emprendedor.

UTILIZACION DE APLICATIVOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)

Es el empleo de aplicativos o apps para móviles y programas de microcomputadoras como las hojas de cálculos, bases de datos, programas de negocios, aplicativos para videoconferencias, programas de ofimáticas, software educativo comercial, sistemas operativos entre otros para la adquisición, producción, registro, transmisión y visualización de data en modo de texto, voz, imágenes y contenidos. La convergencia de aplicativos lo puede hacer un individuo como usuario, cliente o microempresario en entornos comerciales, laborales entre otros, para ello utiliza dispositivos electrónicos móviles para poder tener comunicación desde cualquier espacio geográfico y en cualquier circunstancia, siempre que exista conexión a Internet.

Es el manejo también de las comunicaciones que integran las líneas telefónicas y las redes inalámbricas con las computadoras, los dispositivos de interconexión, los teléfonos celulares, radio, televisión, los satélites o robots así como también el software necesario como los sistemas operativos, los sistemas de almacenamiento, correo electrónico, programas audiovisuales y videoconferencias entre otros para que los usuarios puedan interactuar, almacenar, comunicar y manipular información en forma electrónica. Estas comunicaciones se pueden dar a través de redes alámbricas o inalámbricas de forma local (LAN) o remota (WAN).

A continuación, se presenta las definiciones de algunos autores de la utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y sus aplicativos.

De acuerdo al Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica [CONCYTEC], la utilización de las tecnologías se clasifican en: programas o aplicativos, servicios, recursos de hardware y las interconexiones de comunicación, ellos se cohesionan en los sistemas de información para administrar data, procesos e información con el objetivo de mejoramiento de los estilos de vida de las personas basándose en la eficiente capacidad laboral de nuestros compatriotas, gobierno central y las organizaciones empresariales (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, 2016).

Desde hace años, el comercio de las tecnologías es la base relevante para el desarrollo de las macroeconomías, las tecnologías realizan la interconexión con los demás países, mejoran las etapas del aprendizaje y la enseñanza con ello también se apoya la inclusión de la sociedad creando gran competencia y producción en tres frentes de desarrollo: personal, empresarial y a nivel país pues se cambian las costumbres empresariales, sociales y educativas teniendo un incremento en la

comunicación e interacción que al final relaciona a los emprendedores del Perú con la urbe globalizada (Fernández, 2013).

a) La utilización de aplicativos o software de las TIC

Es el manejo de líneas de mandatos programadas que administran y relacionan los elementos de hardware de un dispositivo electrónico como la computadora con un sistema informático según Laudon & Laudon (2012) y no solamente se habla de los programas informáticos para la oficina pues desde hace un buen tiempo, estos se relacionan el entorno laboral con la vida diaria de las personas, quienes además de su labor en la oficina solucionan en la mayoría de casos de tareas de automatización y relaciona sus quehaceres diarios con la utilización de software a través de los diferentes aplicativos y hardware con dispositivos fijos y móviles para la comunicación en cualquier circunstancia y espacio remoto con el apoyo de Internet (Fernández, 2013). De forma particular los aplicativos son recursos que admiten mejorar la minimización de gastos, la eficiencia en la gestión y el mejoramiento de los bienes y servicios, incrementando en los entes empresariales, su competencia y la satisfacción de los proveedores y clientes (Tagua, García, & Marianetti, 2016).

Los programas pueden clasificarse según el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (2016b); y Fernández (2013) de la siguiente forma:

- Aplicativos u programas son los que posibilitan a los usuarios hacer tareas específicas como hojas de cálculos, programas médicos, aplicativos para videoconferencias, programas de ofimáticas, software educativo, entre otros).

- Programas bases permiten que los recursos físicos del computador funcionen como los sistemas operativos, drivers, programas de diagnóstico, programas de optimización y corrección, utilitarios y servidores.
- Software de programación son los cuales permiten al usuario crear aplicaciones para móviles, otro software informático y lenguajes de programación (entornos de desarrollo integrado, enlazadores, depuradores, editores de texto, compiladores e intérpretes).

La gestión efectiva de los datos, información y procesos a través de las TIC

Según el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica [CONCYTEC] (2016b) las TIC administran de forma eficiente los datos, información y procedimientos con ello se da el mejoramiento del rendimiento laboral de la ciudadanía, los entes gubernamentales y las organizaciones empresariales. Según Fernández (2013) el área que esta progresando con las TIC es la tercerización de servicios para empresas [BPO]. Se define así a todo proveedor externo de servicios de procesos informáticos de una empresa. Entre las tercerizaciones más destacadas tenemos a:

- Administración de las relaciones con los clientes (CRM)
- Atención al cliente, quejas, sugerencias, reclamaciones, etc.
- Análisis financieros y mercado bursátil
- Reclutamiento de personal y sus diversos procesos
- Asesoría legal y servicios de patentes.
- Sistemas de gestión de data: Transferencia de data y data base, recursos de hardware como móviles inteligentes, interconexión, recursos inalámbricos y automóbiles.

b) La utilización de los Servicios de TI

La aplicación de los servicios de TI son muy importantes en cualquier comercio, área o tamaño en los que funciona una organización empresarial: las centrales telefónicas son responsables de gestionar los aspectos vinculados a la atención al usuario usando la telefonía y otras vías electrónicas, de acuerdo a Laudon y Laudon (2012); la colocación de programas al disco duro del ordenador y configurarlos de forma correcta para su buen funcionamiento; la supervisión, la gestión y mantenimiento de diversos grandes computadores como servidores, e interconexión se refiere al soporte preventivo de la parte física de los componentes de hardware implementado; el trabajo remoto desde la casa u otro lugar; el testeo y helpdesk de los sistemas, que da soporte y soluciona las dificultades de los colaboradores y la mercadotecnia electrónica cuya actividad en el mundo se incrementado en forma relevante en la última década y que en nuestro país se proyecta en su presupuesto entre 20% y 30% para promocionar bienes y servicios (Quispe, 2017).

c) La utilización del Hardware como parte de las TIC.

El manejo del Hardware se refiere a los elementos físicos y solidos de la computadora como los electrónicos, mecánicos, eléctricos y electromecánicos y también los dispositivos accesorios, de acuerdo a Fernández (2013), que hace referencia a las más importantes corporaciones como Sun Microsystems de Oracle, HP, IBM, Dell y a fabricantes de procesadores como IBM, Intel y AMD. De igual manera, en cuanto a microprocesadores, el mercado estima Intel como el fabricante estándar, con exclusión especial para los grandes computadores Linux y Unix, que utilizan grandes procesadores IBM Unix o Sun. Con relación los recursos físicos de

interconexión, las corporaciones más relevantes son Juniper Networks, Cisco, Nortel y Alcatel-Lucent. Además entre las preferencias de recursos físicos tenemos a las Tablets, lectores e-books, la computación en malla e integrada con redes y bases de datos administradas por diferentes instituciones, la virtualización, la Green computing, microprocesadores de alta gama de ahorro de energía y el cloud computing, que puede ser de naturaleza privada o pública (Laudon & Laudon, 2012).

d) La utilización de las Redes de Telecomunicación

El uso de las redes se refiere a la internet, telefonía y a la transmisión de data según Laudon y Laudon (2012); su desarrollo se consolidado desde el año 2007 y se proyecta que bordea aproximadamente cinco mil millones de dólares, en base a las empresas operadoras como Movistar, Bitel, Claro y Entel y ubicándose por debajo del mercado sureño de Chile. Una métrica demuestra que el nivel de este rubro es el indicador de incursión en cierta área geográfica (Klaus, 2016).

Hay que señalar que el capital invertido en estructuras tecnológicas con el apoyo de políticas estatales, se convergen en variables importantes para la minimización de condiciones precarias de la población y el subdesarrollo económico compartido pues aumentar en 10% la conectividad del ancho de banda muestra en promedio, aumentar 1,4 % en el progreso macroeconómico de las naciones del tercer mundo.

LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA.

Es el desarrollo progresivo con aptitud para iniciar un emprendimiento en personas de cualquier sexo y edad con una gran confianza de búsqueda de situaciones oportunas aplicando el riesgo y la creatividad para concretarlas aceptando el riesgo o fracaso en un espacio en el comercio de Gamarra. Sin conocer el futuro, los microempresarios transforman una idea en algo sólido, utilizando en forma eficiente los elementos físicos y humanos cercanos. Este desarrollo se concreta en el espacio de vida de cada uno muchas veces y concediéndoles en crear emprendimientos nuevos.

García (2001) estudia a las habilidades de emprendimiento como una capacidad con estudios hechos por Anzola (2009), Filión (1986), Jasse (1982) y Shapiro (1975).

Las habilidades de emprendedor de acuerdo con Anzola (2009) que indica: “las personas deben tener un perfil y desarrollar ciertas características y actitudes como el positivismo, la innovación, la valentía y la capacidad que lo impulsen a lograr sus propósitos y metas” (p. 7).

De igual modo, Filion (1986), explica: “es la capacidad de fijarse metas, y objetivos, de percibir y detectar las oportunidades en potencial y de tomar decisiones oportunas” (p.11).

De otro lado Jasse (1982), indica a las habilidades de emprendedor a “la apropiación y gestión de recursos humanos y materiales dentro de una visión de crear, de desenvolverse y de implantar resoluciones permanentes de atender las necesidades de los individuos” (p.11).

Las habilidades emprendedoras llamadas también como capacidades espirituales emprendedoras es explicado por Shapiro (1975), “como al comportamiento que se manifiesta en tomar decisiones, organizar o reorganizar mecanismos para transformar recursos y situaciones que den cuentas prácticas, así como aceptar el riesgo y el fracaso” (p.14).

Kets de Vries (citado por García, 2001), indica que:

Las habilidades de emprendimiento a esas capacidades que gestionan, innovan, organizan y comprometen riesgos. De igual manera se indica que las personas emprendedoras definen y trazan metas, aceptan retos que pueden ir en contra de actividades diarias, son creativos con grandes fortalezas y con una gran persistencia e inteligencia que cohesiona con la naturaleza de permitir riesgos medidos y pensados, adoptándoles continuamente en convertir sus ideas en algo concreto. Las personas emprendedoras tienen habilidades con vibras positivas que entusiasman a otras personas en una organización.

En el Diccionario de Ciencias Sociales (1964, citado por García, 2001), se define una persona emprendedora como “el individuo que ejercita total o parcialmente funciones de: iniciar, coordinar, controlar e instituir cambios grandes en el negocio de la empresa y asume riesgos que resulten de la naturaleza dinámica de la sociedad y del conocimiento imperfecto del futuro” (p. 9).

Del mismo modo el Ministerio de Educación (2008) define emprendedor “como la persona que asume iniciativas individuales y colectivas para solucionar problemas, que tengan incidencia en su proyecto de vida” (p.34).

En conclusión, definimos habilidades emprendedoras a aquellas que tienen los individuos, hombre o mujer de diverso nivel socio-económico, de cualquier edad para lograr metas, usando las actividades oportunas que se le presentan en el entorno que se encuentre, usando eficientemente elementos materiales y humanos cercanos para lograr emprendimientos planeados previamente.

Hay que señalar, las personas que son constantes, logran sus metas, avasallando situaciones difíciles y visionando mejores tiempos para él y su entorno. La juventud peruana tiene la más grande posibilidad de ser ciudadanos emprendedores con más aptitud para la aceptación de saberes y habilidades para sus primeras experiencias empresariales y prosperidad de sus metas personales.

Microempresario

El microempresario es un individuo que tiene la capacidad de emprender una o varias microempresas (MYPE), como propietario tiene activa participación en su crecimiento, en otras palabras, es un colaborador más.

Micro y Pequeña Empresa (MYPE)

En el Perú, las microempresas son negocios que no superan las 150 unidades impositivas tributarias (UIT) de ingresos anuales (Congreso del Perú, 2008) y representan la mayor porción del universo empresarial formal en el Perú (95 %), además de generar empleo a más de un millón 300 mil personas, que equivale al 48 % del total de personal empleado (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017).

De acuerdo con la Ley N° 28015 - Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, una Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Como por ejemplo bodegas, restaurantes, Minimarkets, talleres de confecciones, etc.

Artículo 1.-Objeto de la Ley. Esta norma legal tiene como objetivo el fomento de ventajas competitivas, regularización y progreso de las MYPE para aumentar la actividad laborable mantenida en el tiempo, su producción y utilidad económica, su aporte al PBI, el aumento del comercio local y la exportación de productos, y su aporte con impuestos y tributos.

Artículo 2.-Definición de la micro y pequeña empresa. La MYPE es el ente económico en base a una persona natural o jurídica, en las diferentes maneras de administración organizada o como empresa controlada bajo leyes actuales, cuyo objetivo es fomentar prestaciones de extracción, procesamiento, elaboración, ventas y compras de productos o servicios. En este marco legal se menciona la sigla MYPE, se refiere a las Micro y Pequeñas Empresas, tienen un igual trato en este marco legal, con salvedad al reglamento del trabajo que es utilizado para las Microempresas.

Artículo 3.-Características de las MYPE. Las MYPE deben tener los siguientes requisitos a tomar en cuenta: - El número total de trabajadores: -Microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive. -Pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores inclusive.

Decreto Legislativo N° 1086 La Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.

Título I

Disposiciones Generales:

Artículo 1°.-Objeto. Esta norma legal tiene como objetivo el fomento de ventajas competitivas, regularización y progreso de las MYPE para el aumento del comercio local y la exportación de productos de éstas, en base del fomento de la formalización de la economía, inclusión social y el empleo para la gradual accesibilidad a la oportunidad de trabajo bajo buenas condiciones.

Artículo 2°.- Modificación del artículo 3° de la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa Modifíquese el artículo 3° de la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, quedando redactado de la forma siguiente:

Artículo 3°.-Características de las MYPE

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes: Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (Huaman, 2009).

2.3 Marco conceptual de las dimensiones de cada una de las variables.

Facebook: Portal Web, al cual es posible tener acceso mediante una variedad de aparatos conectados a Internet, como PC, la portátil, Tablet y el Smartphone. Los clientes deben estar registrados para poder crear un perfil personalizado donde indican sus datos como su nombre, profesión, lugares de estudios, etc. Los clientes tienen la posibilidad de añadir a diferentes clientes como «amigos», intercambio de mensajería, publicación de actualización de estados, compartir fotos, video y páginas, utilizar diferentes aplicaciones y recibir la notificación de actividades de los demás clientes. Asimismo, los clientes tienen la opción de integrarse a un conjunto de clientes con intereses comunes ordenados por puesto laboral, colegio, aficiones y demás actividades además de clasificar las amistades en listados tales como “Personas del trabajo” o “Amigos cercanos”.

FanPage: Página Web de seguidores creada en Facebook. A diferencia de los perfiles de usuarios, estas páginas son espacios que reúnen a personas interesadas en un asunto en común, personaje en común, empresa o emprendimiento.

Facebook Audience Insights: Informe globalizado de 2 agrupaciones de individuos (uno de aquellos que están enlazados a tu página y el que está integrado por individuos en Facebook) de manera tengas la posibilidad de elaborar temas que cautiven su interés y encuentres con facilidad individuos semejantes a tu público o cliente potencial. Esta herramienta de red social dispone a los profesionales del marketing digital, conocidos como los Community Managers de perfiles para realizar seguimiento, análisis general de las estadísticas y documentar los movimientos de la red para facilitar la lectura de los datos arrojados para futuras campañas de ventas.

Social Media: Los mecanismos de difusión pública son interfaces como los blogs, foros, la comunidad web, servicio de internet, aplicaciones de internet, página de redes sociales, hospedaje de video, wikis, plantillas, etiquetas, marcadores y geolocalización, en que el tema ha sido elaborado por los mismos clientes por medio de la utilización de tecnología Web 2.0, la cual posibilita la publicación, difusión y el canje de información.

Twitter: Esta plataforma posibilita a los clientes, el envío y publicación corta de mensajería, por lo general solamente en forma textual con límite de 280 caracteres los que son mostrados en el sitio web del cliente. Los clientes tienen la posibilidad de registrarse en los tweets de diferentes clientes convirtiéndose en seguidor.

Los usuarios pueden twitear desde la app del Smartphone, La Website, o mediante el SMS. Esta prestación es gratuita, pero tener acceso a esta interface a través del SMS puede haber algún cobro por parte del proveedor de telefonía móvil.

LinkedIn: Es otra de las redes sociales, pero que está diseñada para la oportunidad de empleo, uso corporativo y del negocio. Se parte del perfil de cada usuario, quien en forma libre deja ver su experiencia profesional y laboral además de sus habilidades, con ello se contacta con millones de empresas y colaboradores.

Sistema de Ubicación Geográfica (SIG): Software de uso laboral para almacenar, consultar, administrar y análisis de data geográfica, así como de los elementos geolocalizados de la situación en el espacio y también ordena niveles de los informes para ser visualizados, usando mapas y escenarios 3D

Google Maps: Es un servicio de aplicativos de mapa en internet. Proporciona representaciones deslizables de mapas, también fotos vía satelital del planeta inclusive el recorrido de las diversas ubicaciones o representaciones de calles con Google Street View, la congestión vehicular al momento de suceder (google Traffic) y una calculadora de recorrido a pie, en automóvil, bici (beta) y transporte colectivo y navegación GPS, Google Maps Go.

Google My Business: Instrumento gratuito y sencillo de utilizar donde las empresas e instituciones puedan administrar en forma virtual la producción de Google, búsqueda y mapas. Se puede verificar y editar el informe de tu institución, de forma que pueda ayudar a los usuarios a encontrarla y narrarles tu historia.

Google Street View: Presentación de Google Maps y de Google Earth la cual nos da una vista panorámica de calles (360° de giro horizontal y 290° de giro vertical), esto permite al cliente mirar parte de la ciudad seleccionada y superficies próximas metropolitanas. Puede realizar la navegación por medio de estas representaciones usando el cursor de las teclas del dispositivo o por medio del mouse. Las fotos en su totalidad son transformadas previamente antes de haber sido publicada finalmente, difuminando rostros y matrículas, esto es por la política de privacidad en el interior de aquellos países donde estos servicios están presentes.

Google Earth: Es un software de informática el cual expone un mundo virtual que representa una cartografía múltiple, en base a representaciones del satélite. El mapa de Google Earth se compone de una serie de imágenes superpuestas extraídas por representaciones del satélite, fotos aéreas, informes geográficos que provienen del

modelo de datos SIG en todo el planeta y patrones hechos por el ordenador. El software tiene disponibilidad en numerosas licencias, sin embargo, la más conocida es la versión que es gratis, utilizable para celulares, tablets y ordenadores personales. Varios clientes usan el aplicativo con el fin de agregar sus datos propios, dándole uso por medio de diversas fuentes, como son el Bulletin Board Systems o blogs. Google Earth tiene la capacidad de enseñar diferentes recubrimientos de imágenes sobre la base siendo igualmente un usuario de validez para un Web Map Service. Google Earth por medio de archivos .kml tienen soporte de datos del geo espacio en tercera dimensión

YouTube: Página dedicada a mostrar videos. Tiene una diversidad de videos de filmes, programación de tv y videos de música, también tiene temas de aficionados entre los que están el video, blog y Youtube Gaming. La gente que elabora temas para este sitio web por lo general se les conoce con el nombre de youtubers.

You tube utiliza un dispositivo de reproducción on line que se basa en HTML5, el cual se integró luego que W3C sea presentado al cual los exploradores de internet que son más conocidos le dan soporte. Las páginas de video de You Tube podrían insertarse de la misma forma en blogs y lugares informáticos particulares utilizando API o colocando el código HTML.

Canal de YouTube: Lugar que elaboramos en el momento que colocamos un video o una lista de reproducción con la finalidad de que otros usuarios puedan observarlos. El canal podría tener una personalización y en ellos podríamos hallar algún video creado por nosotros, en favoritos, en suscripción y comentarios.

Youtube para empresas: Aplicación de estrategias de marketing para empresas es un instrumento efectivo para mostrar lo nuevo y noticias importantes referentes a tu producto o servicio, tu sello digital y las alternativas que inventes para concitar la atención y tener muchas vistas en tu canal y lograr un alto índice de público los cuales podrían transformarse en futuros clientes. Mediante el resurgimiento del video Marketing, se encuentra la oportunidad de tener un medio de difusión gratis logrando en pocos meses, un exitoso trampolín en el ciberespacio. Además, es posible hacer publicidad a tu empresa colocando publicidad en tu canal. Esta opción es muy utilizada por empresas por ser muy provechoso. Se debe tener una estrategia que pueda marcar una diferencia de tu empresa con las demás empresas que compiten en el mercado para lograr más gente que te siga y que su uso tenga sus utilidades.

Youtube Analytics: Medio donde se analizan las actividades del usuario relativo a los videos que subimos y canales en YouTube. Actualmente este instrumento está compuesto en Creator Studio, nombre con el que es conocido el principal tablero de mando de You Tube. El saber de la resonancia que adquieren los videos que ponemos a nuestro canal es de suma importancia para saber la conveniencia en nuestra planificación de mercadeo de contenido, SEO Y SEM, esto permite calcular cuando retornara lo invertido (ROI) y el grado de efectividad de las actividades de social media en medio nuestra planificación total de mercadeo on line.

Aplicativos para celulares móviles: Aplicativos o pequeños programas informáticos que tienen funciones como el chateo con amistades, la edición de fotografías, oír gratuitamente la música, revisar lo último de la noticia, verificar tu saldo en el banco, jugar, calcular, para el directorio, glosario, programación didáctica,

presentación o lista de instituciones. Estos aplicativos son utilitarios muy utilizados por los usuarios y clientes hoy en día. Se pueden crear aplicativos segmentados a potenciales clientes y clientes consumidores. Según el rubro del negocio puedes elaborar un aplicativo para cubrir la necesidad o resolver un problema de tu público objetivo. Esto es una buena estrategia para vender, visualizando el problema y la necesidad a cubrir de los consumidores. Un teléfono inteligente debe ser aprovechado eficientemente utilizando la gran cantidad de apps que están disponibles en Google Play o el App Store para iPhones. A continuación, listamos algunos aplicativos divididos en varias categorías diseñadas:

Sistemas operativos para Smartphones: Programas elaborados con lenguajes de código máquina que habilita la administración de la parte física de los smartphones y facilita el uso de los aplicativos. Estos sistemas son sencillos de utilizar e incluyen conexión Wifi, multimedia y diversas formas de ingresar data en ellos. Los smartphones incluyen sistemas operativos como Windows Phone, iOS o Android.

IOS: Sistema operativo de marca Apple. Elaborado para el iPhone, el iPod touch y el iPad. El iOS es de uso exclusivo para estos dispositivos.

Windows Mobile: Sistema operativo de Microsoft fabricado para Smartphones. Es semejante a la versión para computadores personales o laptops. Actualmente, una gran cantidad de smartphones con Windows Mobile vienen con un lápiz electrónico utilizado para ingresar datos y mandatos desde la pantalla.

Android: Sistema operativo fabricado por Google. Fue elaborado para smartphones con pantalla táctil, tabletas, relojes inteligentes (Wear OS), Android Auto y Android TV. Es el sistema operativo más utilizado en el mundo, con 80% del mercado.

WhatsApp Messenger: App para mensajes gratuitos, que admite recibir y enviar mensajes de textos, imágenes fotográficas, vídeos cortos y grabación de voz, también con acceso a llamar de forma telefónica y videollamadas.

Instagram: App de redes sociales para editar fotos, añadir efectos a tus imágenes y compartir vídeos.

Netflix: App de películas y series con un amplio repertorio de películas originales y adquiridas. Necesitas una suscripción como usuario y haber adquirido un plan de pago, esta app se descarga gratis.

Spotify: App de canciones continuas que puedes descargar. Es gratuito, pero puedes suscribirte como usuario Premium con muchas más opciones para descubrir nuevos artistas y álbumes.

Amazon Kindle: App para usarla en la plataforma Android con accesibilidad a miles de e-Books (libros electrónicos), consultándolas desde el móvil.

Flickr: App de red social para compartir utilizando una plataforma profesional para mostrar fotos sobre un portafolio fotográfico.

Google Apps: App de productividad donde los smartphones se convierten en microcomputadores con aplicaciones de oficina, permitiendo laborar desde la tranquilidad del hogar u otro lugar, adjunta aplicaciones e-mails, calendar, hojas de cálculo, procesadores de textos y herramientas Web como el Gmail, Google Calendar, Google Drive, Google Docs y Google Analytics.

EBay: App de compras de productos de segunda mano al mejor precio. Se accede desde los móviles para consultas vía Web.

Yape: Es una app del banco BCP segmentada para jóvenes que accede a transacciones de envío de dinero con el número del móvil del destinatario.

Apps para prototipar: Aplicaciones para desarrollar modelos ejemplos de aplicativos con funciones primarias. La programación de una app combina la innovación, creatividad y el diagrama. El modelo ejemplo u boceto es la base de dicho diagrama en una App, donde se incluye líneas y ángulos con colores, diseños y gráficos. El objeto de este modelo es proyectar las áreas de espacio, los contenidos, y las funciones básicas. Con ello se puede reducir los costos de diagramación y de creación, y a aumentar la lluvia de ideas. En la siguiente lista se mostrará los programas más utilizados para elaborar modelos ejemplos de App.

PopApp: App que accede a la cámara del celular para la toma de fotos de tus prototipos desde una página y le da movimiento para interactuar por diversas pantallas. Incluye la recepción en el móvil de herramientas, links y movimientos.

Marvel: Herramienta que permite elaborar modelos de aplicativos con funciones a bases de bocetos. Transforma los bocetos borradores en modelos de aplicativos con elementos diversos incluidos, enlazados a otras páginas que hayamos diagramado, teniendo como resultante una app con los requerimientos proyectados. Se puede incluir imágenes desde la galería de fotos para obtener una app más personalizada. Después de haber linkeado todas las páginas de la app, tendremos un modelo de app finalizada comprobada en vista previa. Esta sincronizado con la nube Dropbox y da accesibilidad a dispositivos remotos. Otro detalle es que se puede exportar el modelo app como si fuera un .apk para programadores en Android.

Proto.io: Aplicación para diseñar aplicativos de grandes proporciones, tiene muchas funciones de diseño. Tiene una base de datos de animaciones para aplicativos de celulares. Accede a darle a animación a diversos elementos que detecte la cámara del móvil con el uso de “timelines” para configurar la duración de la animación. Tiene un Website de acceso rápido con un diagrama sencillo de administrar.

JustInMind: Aplicativo que diagnostica previamente dificultades de uso o definiciones con los usuarios la etapa de elaboración. Este aplicativo es de fácil uso y está conformado por 2 elementos primordiales como los cuadros interactivos y los eventos. Los primeros acceden a colocar diversos componentes en un mismo entorno, con esto se puede hacer una simulación con botones, pestañas u otros elementos dinámicos. Los eventos nos indican acciones e interacciones con las partes de nuestro diseño.

Fluid: Herramienta para prototipar las partes más importantes de una app, estas se pueden conectar a controles de otras vistas, realizando una visualización amigable muy parecida al prototipo final. En su panel de control cuenta con diversos WireFrame para las diferentes plataformas. De manera gratis se pueden crear prototipos de hasta 10 vistas. Después deberás contratar alguna suscripción mensual.

Balsamiq: Herramienta sencilla y rápida para crear prototipos de apps llamados mockup, estos modelos no tienen opciones de interacciones.

Capacidad de realización.

Fortaleza para avasallar dificultades y riesgos, es el afán a imponerse a conseguir objetivos con la finalidad de apoyar a individuos del entorno. Al implementar metas debes tener compromiso contigo mismo y con los demás, pro actividad, oportunidades a conseguir, resiliencia, constancia, eficacia entre otros detalles en tu perfil para concretarlos.

Capacidad de planificación.

Elaboración de un planeamiento para que seguidamente ponerlo en ejecución o plan estratégico estructurado y organizado de acciones acerca de un entorno próximo. Con este plan se define los objetivos y fines a lograr, ordenar las preferencias en fases organizadas, fijar los elementos tangibles e intangibles con mayor performance para la aplicación de los objetivos propuestos y avalar el mejor uso de dichos elementos no perdiendo las opciones oportunas que se visualicen y escatimando dificultades que aparezcan. La ejecución de un plan se debe tomar atención al mecanismo del mismo, el monitoreo, la supervisión, la búsqueda de información, la fijación de metas, el uso adecuado de productos bancarios entre otras.

Capacidad de relacionarse socialmente.

Actividad de fomentar espacios mentales y también armoniosos con vibras positivas en otros individuos que se transformen en amistades concretas para la implementación de actividades emprendedoras u organizaciones empresariales. Fomentando entre las personas y los organismos empresariales como aporte un progreso a base de una fluida comunicación. En las plataformas sociales de comunicación se establecen los tangibles comerciales, la permutación de acciones y

coparticipación. En estas amistades se normalizan la idiosincrasia de personas y su cambio a base de procesos de socialización. Dentro de estas amistades podemos diversas como familiares, laborales, amicales y académicas.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la capacidad emprendedora de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.

3.2 Hipótesis específicas

Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la capacidad de realización de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.

Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la capacidad de planificación de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.

Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.

3.3 Variables (definición conceptual y operacionalización)

Variable 01: Según la Fundéu RAE (2012) se puede decir aplicativo o aplicación.

Los aplicativos de las TIC son programas para móviles y microcomputadoras como las hojas de cálculos, bases de datos, programas de negocios, aplicativos para videoconferencias, programas de ofimáticas, software educativo comercial, sistemas operativos entre otros para la adquisición, producción, registro, transmisión y presentación de información, en forma de texto, voz, imágenes y datos contenidos., para ello utiliza dispositivos electrónicos móviles y disponibles con los que puede interactuar en cualquier momento y desde cualquier lugar, siempre que exista conexión a Internet (Ministerio de Economía y Finanzas del Perú, 2022).

Variable 02: La capacidad emprendedora es la aptitud de comenzar un proyecto de emprendimiento propio por parte de individuos de cualquier edad y sexo teniendo una autoconfianza positiva con la decisión de accionar en pro de oportunidades e inquietudes con mucha tenacidad y creatividad para materializarlas en un hecho tomando en cuenta la aceptación de riesgo o fracaso (Suárez-Álvarez & Pedrosa, 2016).

Operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de la variable “Los Aplicativos de las TIC”

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	
Las aplicativos de las tecnologías de la información	Facebook	Fan Page	1, 2, 3, 4, 5, 6	
		Facebook Audience Insights	7, 8, 9, 10, 11, 12	
	Social Media	Twitter, LinkedIn	13, 14, 15	
		Google Maps	16, 17, 18, 19, 20, 21, 22	
	Sistema de Ubicación Geográfica	Google My Business	23, 24, 25, 26, 27	
		Google Street View Google Earth	28, 29, 30, 31, 32, 33	
		Canal YouTube	34, 35, 36, 37, 38	
	YouTube	YouTube para empresas	39, 40, 41, 42, 43, 44, 45	
		YouTube Analytics	46, 47, 48, 49, 50, 51	
	Aplicativos para celulares móviles	Sistemas Operativos		52, 53, 54
			Comercio Electrónico	55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63
		Apps para prototipar		64, 65, 66, 67, 68, 69

Definiciones detalladas en la lista del marco conceptual de las variables y dimensiones.

Tabla 3. Operacionalización de la variable “La capacidad emprendedora”

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
La capacidad emprendedora	Capacidad de realización	Exigencia de la calidad	1, 2, 3, 4, 5
		Iniciativa	6, 7, 8, 9, 10, 11
		Búsqueda de oportunidades	12, 13, 14, 15, 16, 17
		Persistencia	18, 19, 20, 21, 22
		Independencia	23, 24, 25, 26, 27
		Eficacia	28, 29, 30, 31
		Compromiso	32, 33, 34, 35, 36, 37
		Resolución de problemas	38, 39, 40, 41, 42, 43
		Búsqueda de información	44, 45, 46, 47, 48, 49
		Monitoreo	50, 51, 52, 53, 54
	Capacidad de planificación	Utilización de recursos financieros	55, 56, 57, 58, 59, 60
		Planificación sistemática	61, 62, 63, 64, 65
		Establecimiento de metas	66, 67, 68, 69
		Persuasión	70, 71, 72, 73, 74, 75
	Capacidad de relacionarse socialmente	Optimización de la red de contactos	76, 77, 78, 79
Autoconfianza		80, 81, 82, 83, 84, 85	

Definiciones detalladas en la lista del marco conceptual de las variables y dimensiones.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Método de Investigación

En el siguiente estudio se utilizó como método general al método científico y como método específico al método Hipotético Deductivo. El método científico, que según Sanz (1987), “es el estudio científico sistemático, controlado, empírico y crítico de proposiciones, hipotéticas acerca de presuntas relaciones entre varios fenómenos”. (p. 34).

El método Hipotético Deductivo según Popper (2008) y Hurtado & Toro (2005), “Consiste en la generación de hipótesis a partir de dos premisas, una universal (leyes y teorías científicas, denominada: enunciado nomológico) y otra empírica (denominada enunciado entimemático, que sería el hecho observable que genera el problema y motiva la indagación), para llevarla a la contrastación empírica”. (p. 254; p. 56). Por ello, se analizó la relación entre dos variables definidas y observadas en la realidad, a partir de hipótesis generadas.

4.2 Tipo de investigación

Por otro lado, se siguió una investigación básica con un aspecto cuantitativo, a través de fases sistematizadas y planificadas que comprendieron, entre otros detalles, un recojo de información a través de la técnica de encuestas, un cuestionario como instrumento de recojo de datos, una transformación a base de datos, un proceso estadístico de la data para tener resultados sobre el muestreo a considerar y un grupo de testeos estadísticas para determinar la existencia, tipo y fuerza de relación entre las variables y dimensiones definidas verificando la validez de las hipótesis y dando respuestas a los problemas de investigación planteadas, cumpliendo con los objetivos del estudio. Todo ello, se encuentra sustentada teóricamente por:

Investigación Básica. Vara (2012) denota lo siguiente: “investiga la relación entre variables o constructos, diagnostica alguna realidad empresarial, prueba y adapta teorías, genera nuevas formas de entender los fenómenos empresariales y construye o adapta instrumentos de medición.” (p.202).

Enfoque Cuantitativo. Hernández, Fernández, & Baptista et al (2014), indica lo siguiente: “el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (p.5).

Leyton (2012) indica lo siguiente: “bajo la perspectiva cuantitativa, la recolección de datos es equivalente a medir.” (p. 41). Siendo que se ejecutó un estudio de la data numérica recogida, mediante instrumentos, para poder determinar y generalizar los datos hallados en una población de estudio.

4.3 Nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptivo-correlacional teniendo como base el enfoque cuantitativo de la data recolectada Hernández, Zapata y Mendoza, (2013, pág., 75); refieren que los análisis de relación son utilizados para determinar, medir y evaluar con precisión la existencia, fuerza, nivel, tipo y grado de relación entre dos o más categorías, variables, conceptos y dimensiones que antes ha sido planteadas en los problemas, objetivos e hipótesis de una investigación. Esta relación podría ser positiva o negativa. Es adecuada para observar el comportamiento de variable, concepto o dimensión y también de la otra variable relacionada. Se explica claramente.

Hernández, Fernández, & Baptista et al (2014, pág. 92) dicen que las investigaciones descriptivas detallan propiedades y características que se manifiesten como relevantes de cualquier fenómeno que se estudie. El objetivo del investigador es describir los sucesos, situaciones, fenómenos y contextos.

4.4 Diseño de la investigación

Esta investigación tiene un diseño no experimental acorde a la labor que se realizó, limitándola solo a recoger data y sin afectar las respuestas de las personas del muestreo.

Para finalizar, este estudio es de corte transversal como consecuencia de que la data fue recolectada en un único momento por cada persona del muestreo. El diseño presentado se muestra en el diagrama siguiente:

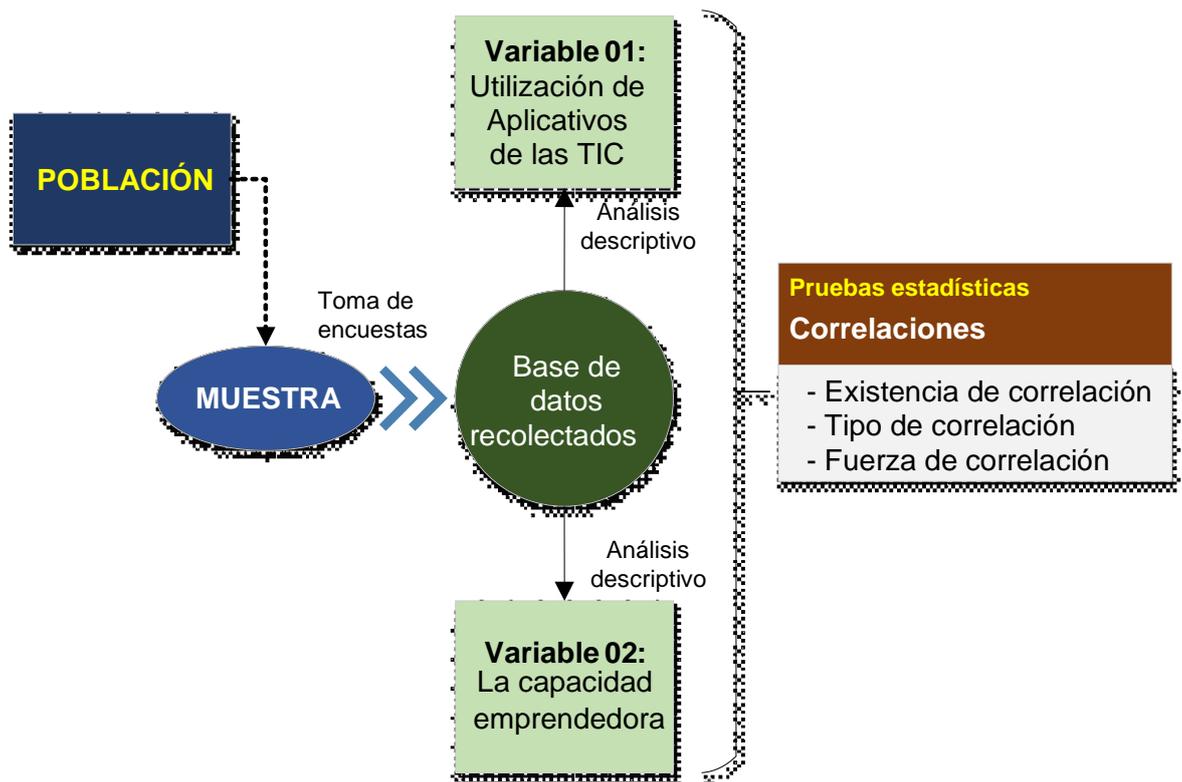


Figura 3. Representación gráfica del diseño de investigación.

4.5 Población y muestra

El universo poblacional finito, objeto de estudio fue de 338 emprendedores de Gamarra, emporio ubicado en el distrito limeño de La Victoria.

Muestra

El tamaño de la muestra se determinó, considerando el muestreo probabilístico para una población total 338 emprendedores entre propietarios, administradores y gerentes de empresas ubicadas en Gamarra, definida por intervenciones por días y horas en que los mismos facilitaron la accesibilidad al experto de la investigación y a la disposición que tuvieron para hacerles las entrevistas. Para esta muestra, se trabajó con un nivel de confianza al 95%, en la diversidad del universo de la población se trabajó con una probabilidad de éxito al 50% y con un margen de error

del 5%. La muestra fue de 180 microempresarios y se obtuvo calculando con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_o^2 p \cdot q N}{e^2 (N-1) + Z_o^2 p \cdot q}$$

Donde:

N = Población o universo =	338
Z = Nivel de confianza =	1.96
p = Probabilidad de acierto =	50%
q = Probabilidad de no acierto =	50%
e = Margen de error =	5%
n = Muestra	

Reemplazando:

$$n = \frac{324.62}{1.80} = 180$$

Las especificaciones del universo poblacional y muestreo se detallan en el siguiente diagrama:



Figura 4. Representación gráfica de la población y muestra de estudio.

Criterios de Inclusión y Exclusión

Se aplicó como criterio de inclusión a todos los empresarios, gerentes y administradores que se dedican al comercio mayorista, minorista, manufacturero y servicios textiles que encuentren en el momento de la realización de la encuesta.

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta. Esta técnica comprendió el uso de dos cuestionarios, cada uno evaluó una de las variables en estudio. Los mencionados cuestionarios tienen las siguientes características:

Cuestionario 01: Utilización de Aplicativos de la Tecnología de la Información y Comunicación

- Cantidad de preguntas: 69.
- Preguntas por dimensión:
 - Facebook: 12 preguntas.
 - Social Media: 3 preguntas.
 - Sistema de Ubicación Geográfica: 18 preguntas.
 - YouTube: 18 preguntas.
 - Apps para Smartphone: 18 preguntas
- Tipo de respuesta: cerrada, de escala Likert.
- Respuestas disponibles:
 - Nunca
 - Raras veces
 - Algunas veces
 - La mayoría de veces
 - Siempre
- Tiempo estimado: 15 minutos.

Cuestionario 02: La capacidad emprendedora de los microempresarios del comercio comercial de Gamarra

- Cantidad de preguntas: 85.
- Preguntas por dimensión:
 - Capacidad de realización: 42 preguntas.
 - Capacidad de planificación: 16 preguntas.
 - Capacidad de relacionarse socialmente: 27 preguntas.
- Tipo de respuesta: cerrada, de escala Likert
- Respuestas disponibles:
 - Nunca
 - Raras veces
 - Algunas veces
 - La mayoría de veces
 - Siempre
- Tiempo estimado: 15 minutos.

Validación y confiabilidad de los instrumentos aplicados

Validez

Oseda, Chenet, Hurtado, Chávez, Patiño y Oseda (2015) en su libro Metodología de la Investigación, mencionan que la validez es el nivel o grado que afirma que el instrumento mide las variables a investigar (p. 177).

El investigador indica que debe existir tres tipos de validaciones como son de: validez de contenido, de criterio y de constructo.

En el presente estudio se aplicó la validación por juicio de expertos siendo profesionales experimentados con grado de magister, quienes validaron cada uno de los ítems (indicadores) del cuestionario aplicado a la muestra (Vara, 2012, p. 302).

Confiabilidad

La confiabilidad es el grado en que la aplicación repetida de un instrumento al mismo sujeto, objeto o situación produce los mismos resultados (Vara, 2012, p. 297). Para este estudio de confiabilidad del instrumento, se utilizó al estadístico Alfa de Cronbach, porque cada ítem presenta alternativas múltiples con la escala de Likert de 01 a 05.

Los valores con los cuales se cotejaron los coeficientes resultantes después del cálculo respectivo fueron:

Baja confiabilidad (No aplicable):	0.01 a 0.60
Moderada confiabilidad	: 0.61 a 0.75
Alta confiabilidad	: 0.76 a 0.89
Muy Alta confiabilidad	: 0.90 a 1.00

Para la variable Utilización de aplicativos

ALFA DE CRONBACH V1

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

		VARIABLE 1 Utilización de Aplicativos TIC	
		K=	69
		$\sum Vi=$	34.79
Donde:		$Vt=$	893.58
α = coeficiente de fiabilidad.		$\sum Vi/Vt$	0.04
K = es el número de preguntas o ítems.		K/K-1	1.01
V_i = es la varianza de cada ítem.		$1-\sum Vi/vt$	0.96
V_t = es la varianza de los valores total			
Σ = es la sumatoria.		VALOR ABSOLUTO	0.96
		α	0.975

Como vemos y considerando los 69 ítems del cuestionario se dio la confiabilidad con el alfa de Cronbach, siendo el resultado del 0,975 esto cotejado significa que el instrumento es de muy alta confiabilidad.

Para la variable Capacidad emprendedora

ALFA DE CRONBACH V2

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

		VARIABLE 2 La Capacidad Emprendedora	
		K=	85
		$\sum Vi=$	38.51
Donde:		$Vt=$	956.32
α = coeficiente de fiabilidad.		$\sum Vi/Vt$	0.04
K = es el número de preguntas o ítems.		K/K-1	1.01
V_i = es la varianza de cada ítem.		$1-\sum Vi/vt$	0.96
V_t = es la varianza de los valores tota			
Σ = es la sumatoria.		VALOR ABSOLUTO	0.96
		α	0.971

Y para la segunda variable, considerando los 85 ítems del cuestionario se dio la confiabilidad con el alfa de Cronbach, siendo el resultado del 0,971 esto cotejado significa que el instrumento es de muy alta confiabilidad.

Por lo que se reafirma, según el criterio de confiabilidad que los datos recogidos por la encuesta tomada son altamente confiables (0.76) variable 1 (0.975) variable 2 (0.971) ya que superan el 0.76.

4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

La data recolectada fue traspasada a una data base con el software para la estadística llamado IBM SPSS Statistics versión 25. Como primer paso la data tuvo un procesamiento para determinar los datos cuantitativos de las variables con sus correspondientes subvariables. Luego se generó tablas de frecuencia, que comprenden mediciones descriptivas como moda y media, también se generaron las gráficas en formas de barras. Par finalizar se realizó cálculos estadísticos que ayudaron a determinar la existencia, fuerza y tipo de correlación entre las variables y subvariables planteadas en las hipótesis del análisis, concluyendo en la aceptación o rechazo con la Prueba de Correlación de Spearman.

4.8 Aspectos éticos

El estudio realizado cumple con el principio fundamental de igualdad de género, raza y religión, evitando cualquier tipo de discriminación de los entrevistados. De igual forma, la data recolectada paso por un proceso estadístico, tal como fueron proporcionada, apartando diversas formas de manipulación casual o intencional. Por otro lado, se respetó la confidencialidad de los datos de los microempresarios comprendidos en este estudio sin informar acerca de sus datos

personales. Para finalizar se consideró el libre pensamiento, la autoría de cada uno de los estudiosos incluidos para la construcción del marco teórico, referenciando en forma bibliográfica, hemerográfica o electrónica con citas, a cada uno de ellos.

Con estas normas aplicadas a esta investigación se da solidez a la ética como la base fundamental para evitar el plagio.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

Los resultados fueron obtenidos usando MS Excel 2019 y el software estadístico SPSS versión 25. El registro de datos del trabajo de campo (Anexo 05) y la matriz de datos (Anexo N.º 6) nos brindaron información para la estadística descriptiva e inferencial. Se muestra a continuación los resultados descriptivos por variables y dimensiones. Posteriormente se muestra los resultados inferenciales relacionados a las pruebas de hipótesis por cada uno de los objetivos.

V1: La Utilización de Aplicativos TIC

D1: Red Social Facebook

D2: Social Media

D3: Sistema de Ubicación Geográfica

D4: YouTube

D5: Apps para Celulares Móviles

V2: La Capacidad Emprendedora

D6: Capacidad de Realización

D7: Capacidad de Planificación

D8: Capacidad de Realizarse Socialmente

5.1 Estadística Descriptiva

Tabla 4. Distribución de frecuencias de la Variable 1: La utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Bajo	0	0%	0%
Medio	97	54%	54%
Alto	83	46%	100%
Total	180	100%	

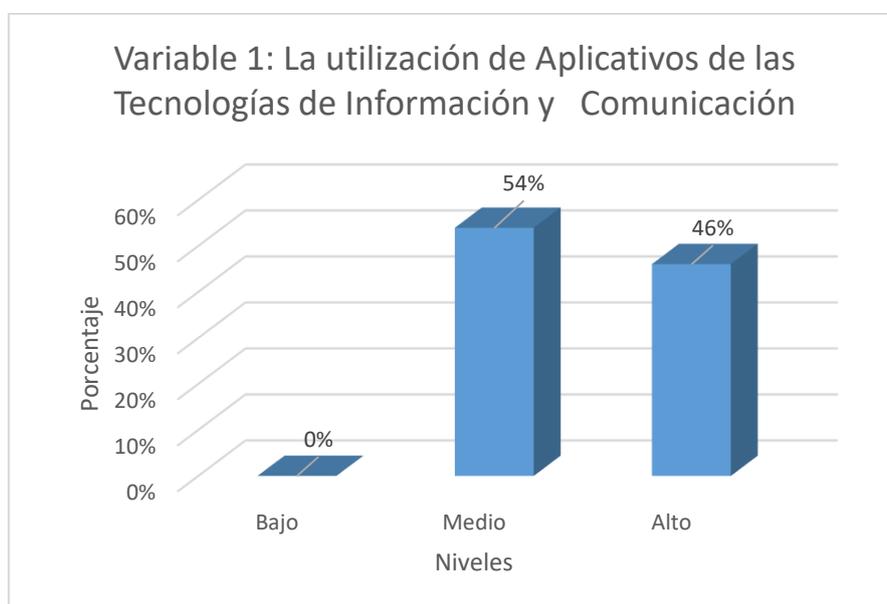


Figura 5. Nivel de conocimiento de aplicativos de las tecnologías de información y comunicación.

El cuadro anterior nos muestra el nivel de conocimiento de los encuestados sobre la utilización de aplicativos de las tecnologías de información y comunicación. Las respuestas mostraron un nivel de conocimiento bajo en un 0%, medio en un 54% y alto en un 46%. Se concluyó que el 100% conoce de manera general los diversos aplicativos de las tecnologías de información y comunicación.

Tabla 5. Distribución de frecuencias de la Dimensión 1: Red Social Facebook.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Bajo	4	2%	2%
Medio	108	61%	62%
Alto	68	38%	100%
Total	180	100%	

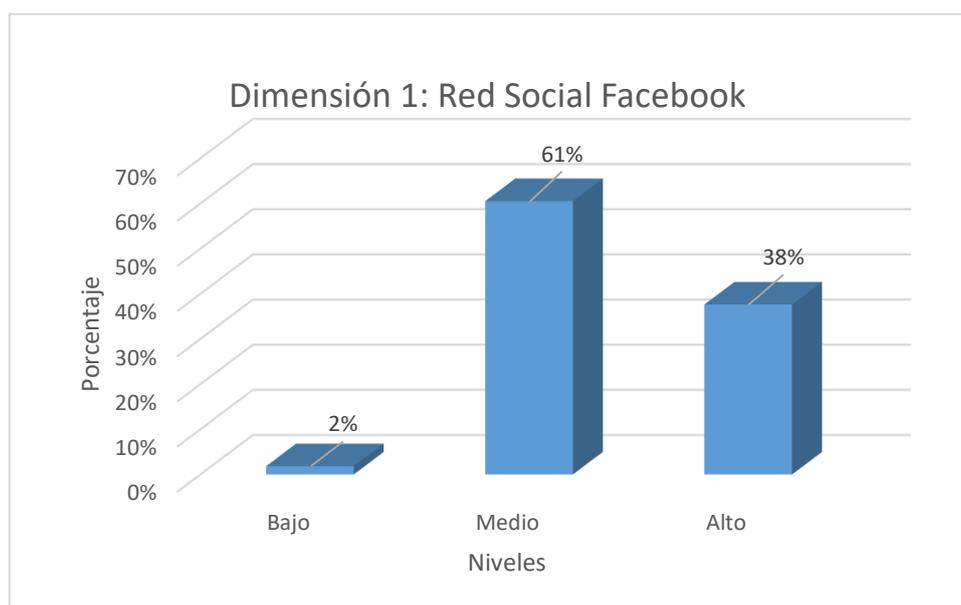


Figura 6. Nivel de conocimiento de la Red Social Facebook.

El cuadro anterior nos muestra el nivel de conocimiento de los encuestados sobre la red social Facebook. Las respuestas mostraron un nivel de conocimiento bajo en un 2%, medio en un 61% y alto en un 38%. Se concluyó que el mayor número de encuestados conoce de manera general la red social Facebook y sus elementos.

Tabla 6. Distribución de frecuencias de la Dimensión 2: Social Media.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Bajo	39	22%	23%
Medio	97	54%	76%
Alto	44	24%	100%
Total	180	100%	

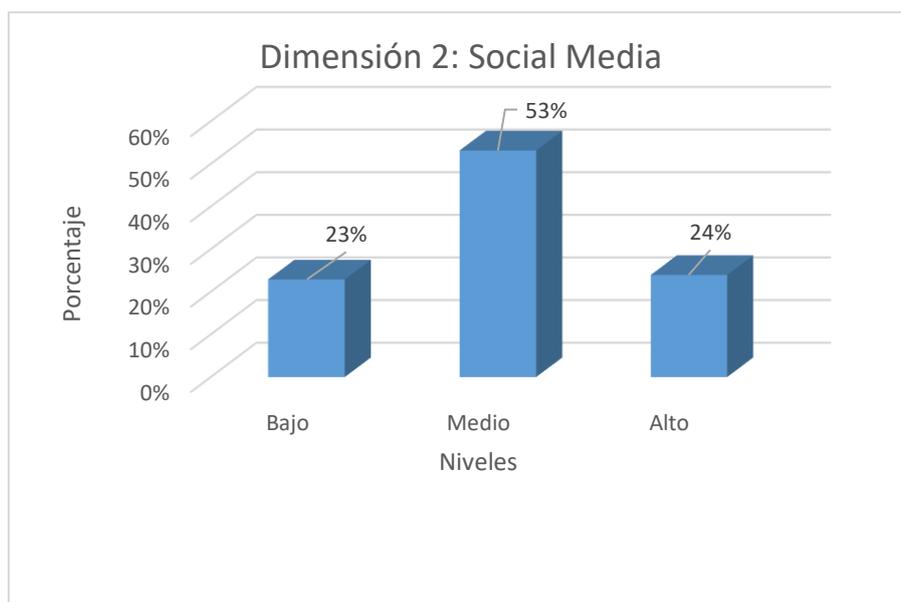


Figura 7. Nivel de conocimiento de Social Media (Twitter y LinkedIn).

El cuadro anterior nos muestra el nivel de conocimiento de los encuestados sobre Social Media (Twitter y LinkedIn). Las respuestas mostraron un nivel de conocimiento bajo en un 23%, medio en un 53% y alto en un 24%. Se concluyó que los encuestados no están tan familiarizadas con social media (Twitter y LinkedIn) como con Facebook.

Tabla 7. Distribución de frecuencias de la Dimensión 3: Sistemas de Ubicación Geográfica.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Bajo	0	0%	0%
Medio	84	47%	47%
Alto	96	53%	100%
Total	180	100%	

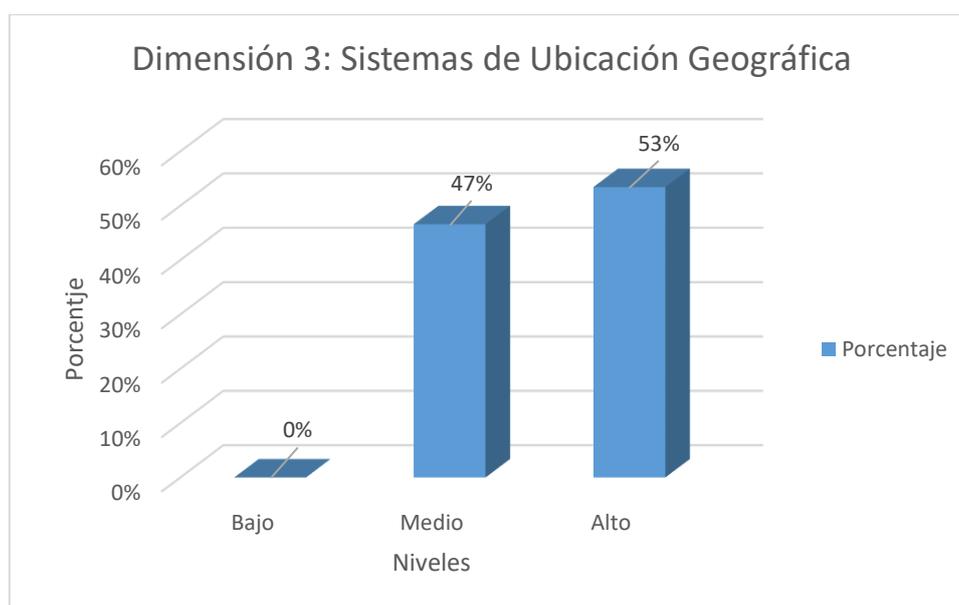


Figura 8. Nivel de conocimiento de Sistemas de ubicación geográfica.

El cuadro anterior nos muestra el nivel de conocimiento de los encuestados sobre Sistemas de ubicación geográfica (Google Maps, Google my Business, Street View, Google Earth). Las respuestas mostraron un nivel de conocimiento bajo en un 0%, medio en un 47% y alto en un 53%. Se concluyó que los encuestados tienen conocimientos generales del sistema de ubicación geográfica.

Tabla 8. Distribución de frecuencias de la Dimensión 4: YouTube.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Bajo	0	0%	0%
Medio	84	47%	47%
Alto	96	53%	100%
Total	180	100%	

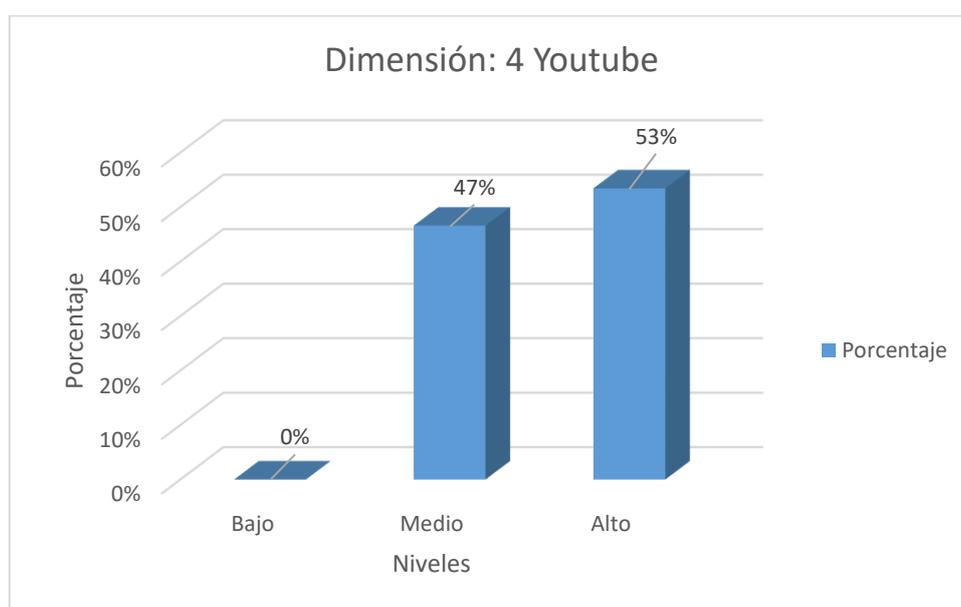


Figura 9. Nivel de conocimiento de YouTube.

El cuadro anterior nos muestra el nivel de conocimiento de los encuestados sobre YouTube. Las respuestas mostraron un nivel de conocimiento bajo en un 0%, medio en un 47% y alto en un 53%. Se concluyó que los encuestados tienen un 100% conocimientos generales sobre YouTube.

Tabla 9. Distribución de frecuencias de la Dimensión 5: Aplicativos para Celulares Móviles.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Bajo	0	0%	0%
Medio	78	43%	43%
Alto	102	57%	100%
Total	180	100%	

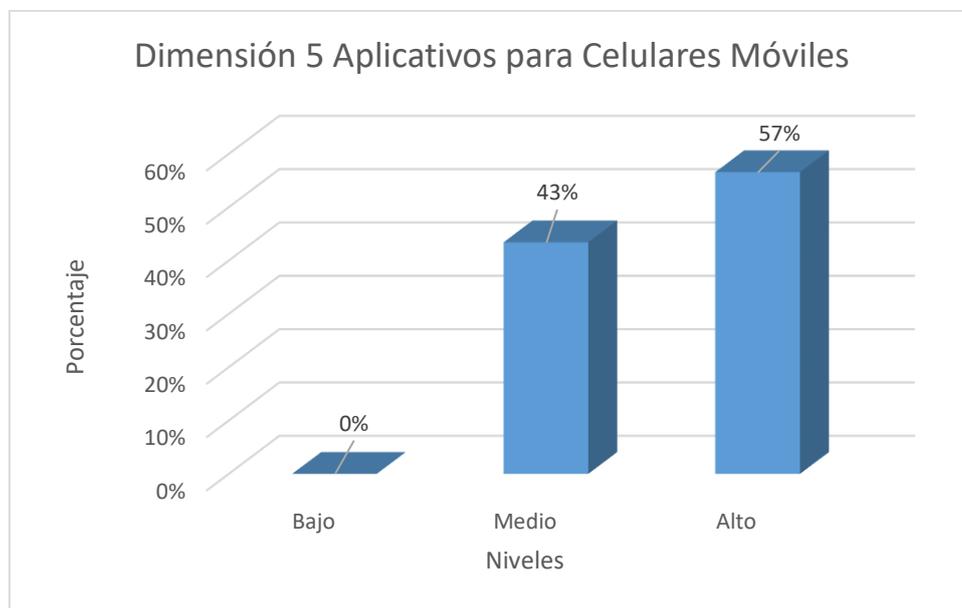


Figura 10. Nivel de conocimiento de aplicativos para celulares móviles.

El cuadro anterior nos muestra el nivel de conocimiento de los encuestados sobre Aplicativos para celulares móviles (sistemas operativos, comercio electrónico, apps para prototipar). Las respuestas mostraron un nivel de conocimiento bajo en un 0%, medio en un 43% y alto en un 57%. Se concluyó que los encuestados poseen un conocimiento general sobre aplicativos para celulares móviles.

Tabla 10. Distribución de frecuencias de la Variable 2: Capacidad Emprendedora.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Bajo	24	13%	13%
Medio	102	57%	70%
Alto	54	30%	100%
Total	180	100%	

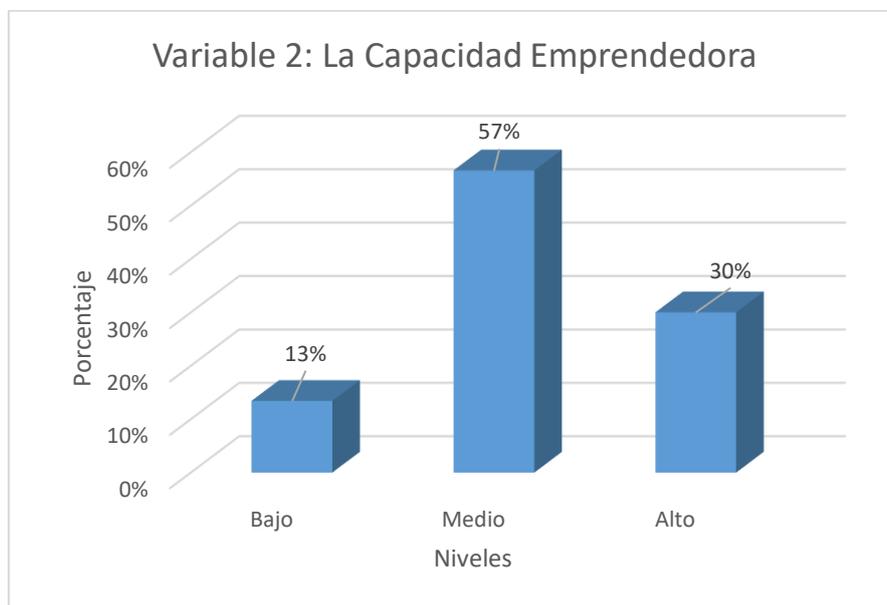


Figura 11. Nivel de capacidad emprendedora.

El cuadro anterior nos muestra el nivel de capacidad emprendedora de los encuestados. Las respuestas mostraron un nivel de dicha variable bajo en un 13%, medio en un 57% y alto en un 30%. Se concluyó que los encuestados poseen una capacidad emprendedora de un 87% entre media y alta.

Tabla 11. Distribución de frecuencias de la Dimensión 6: Capacidad de Realización.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Bajo	24	13%	13%
Medio	102	57%	70%
Alto	54	30%	100%
Total	180	100%	

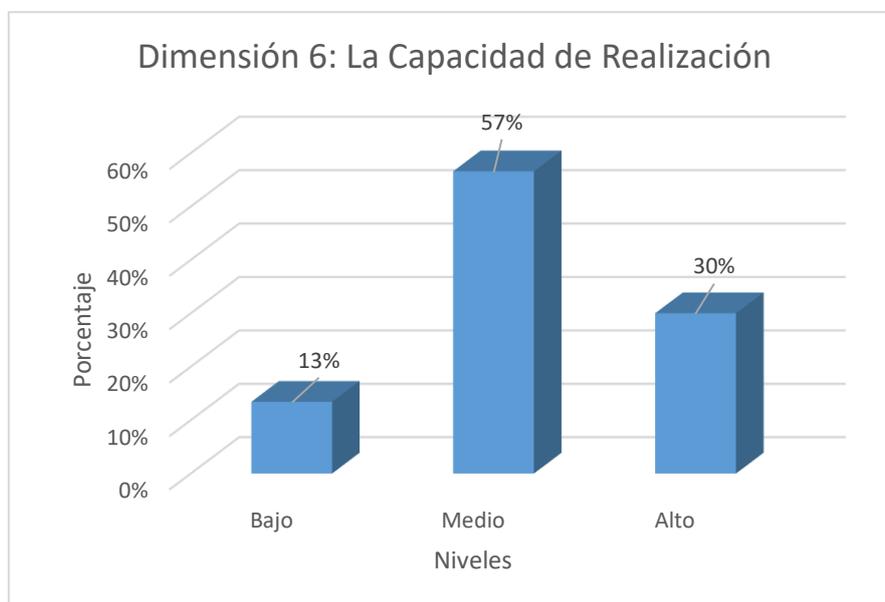


Figura 12. Nivel de capacidad de realización.

El cuadro anterior nos muestra el nivel de la capacidad de realización de los encuestados. Las respuestas mostraron un nivel de dicha dimensión bajo en un 13%, medio en un 57% y alto en un 30%. Se concluyó que los encuestados poseen una capacidad de realización destacable entre media y alta frente al nivel bajo.

Tabla 12. Distribución de frecuencias de la Dimensión 7: Capacidad de Planificación.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Bajo	24	13%	13%
Medio	84	47%	60%
Alto	72	40%	100%
Total	180	100%	

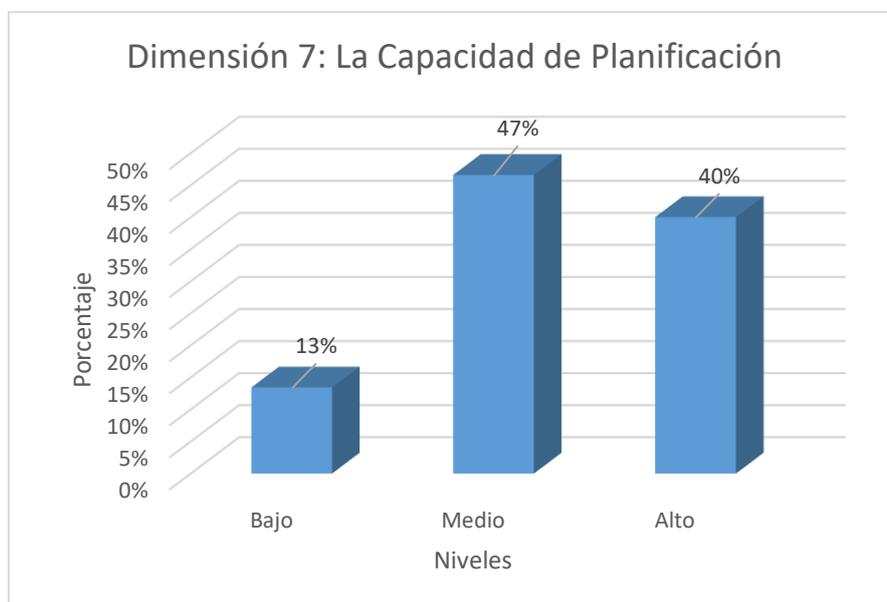


Figura 13. Nivel de capacidad de planificación.

El cuadro anterior nos muestra el nivel de la capacidad de planificación de los encuestados. Las respuestas mostraron un nivel de dicha dimensión bajo en un 13%, medio en un 47% y alto en un 40%. Se concluyó que los encuestados poseen una capacidad de planificación destacable entre media y alta frente al nivel bajo.

Tabla 13. Distribución de frecuencias de la Dimensión 8: Capacidad de Realizarse Socialmente.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Bajo	30	17%	17%
Medio	96	53%	70%
Alto	54	30%	100%
Total	180	100%	

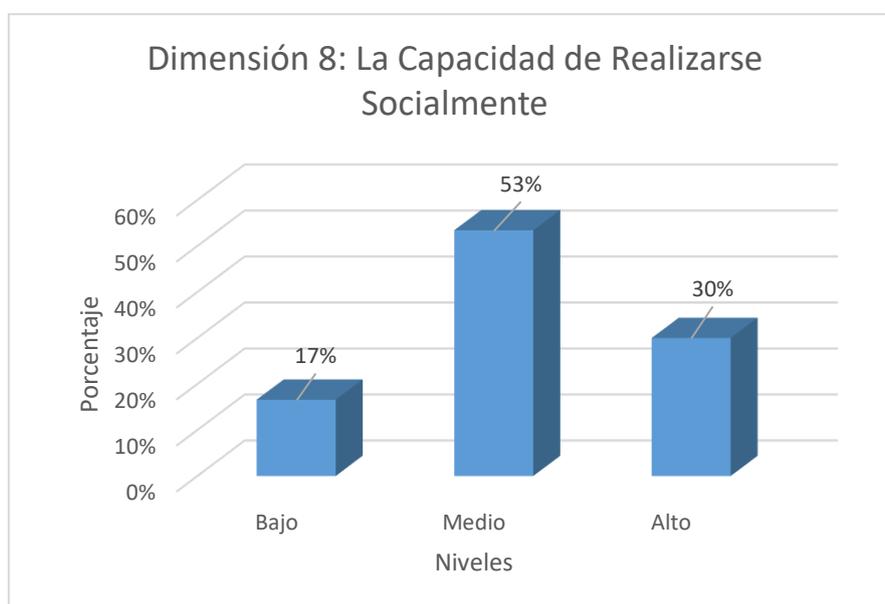


Figura 14. Nivel de capacidad de realizarse socialmente.

El cuadro anterior nos muestra el nivel de la capacidad de realizarse socialmente de los encuestados. Las respuestas mostraron un nivel de dicha dimensión bajo en un 17%, medio en un 53% y alto en un 30%. Se concluyó que los encuestados poseen una capacidad de realizarse socialmente destacable entre media y alta frente al nivel bajo.

5.2 Estadística Inferencial

5.2.1 Pruebas de Normalidad

Se realizaron las pruebas de normalidad de Kolmogorov Smirnov (muestra > 50 elementos) para evidenciar la normalidad de los pares de conjunto de datos de las hipótesis planteadas.

Los datos tienen distribución normal si $p \geq 0.05$

Los datos no tienen distribución normal si $p < 0.05$

Donde p es el valor de significancia encontrado en la prueba de normalidad respectiva.

Todas las pruebas arrojaron datos de distribución no normal con lo que se concluyó usar pruebas paramétricas para comprobar las hipótesis planteadas de la investigación (rho de Spearman).

V1: La Utilización de Aplicativos TIC

- D1: Facebook
- D2: Social Media
- D3: Sistema de Ubicación Geográfica
- D4: YouTube
- D5: Apps para Celulares Móviles

V2: La Capacidad Emprendedora

- D6: Capacidad de Realización
- D7: Capacidad de Planificación
- Capacidad de Realizarse
- D8: Socialmente

Prueba de Normalidad V1V2:

Tabla 14. Criterios para las pruebas de normalidad de la utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad Emprendedora.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1_Uso_Aplicativos_TICs	0.144	180	0.000	0.939	180	0.000
V2_Capacidad_Emprendedora	0.169	180	0.000	0.924	180	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

El valor de significancia de la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov fue de 0.000 < 0.05 por ende los datos No siguen una distribución normal

Prueba de Normalidad V1D6:

Tabla 15. Criterios para las pruebas de normalidad de la utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad Realización.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1_Uso_Aplicativos_TICs	0.144	180	0.000	0.939	180	0.000
D6_Capacidad_Realización	0.143	180	0.000	0.933	180	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

El valor de significancia de la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov fue de 0.000 < 0.05 por ende los datos No siguen una distribución normal

Prueba de Normalidad V1D7:

Tabla 16. Criterios para las pruebas de normalidad de la utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad de Planificación.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1_Uso_Aplicativos_TICs	0.144	180	0.000	0.939	180	0.000
D7_Capacidad_Planificación	0.126	180	0.000	0.914	180	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

El valor de significancia de la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov fue de 0.000 < 0.05 por ende los datos No siguen una distribución normal

Prueba de Normalidad V1D8:

Tabla 17. Criterios para las pruebas de normalidad de la utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad de Relacionarse Socialmente.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1_Uso_Aplicativos_TICs	0.144	180	0.000	0.939	180	0.000
D8_Capacidad_Relacionarse_Socialmente	0.136	180	0.000	0.928	180	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

El valor de significancia de la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov fue de 0.000 < 0.05 por ende los datos No siguen una distribución normal.

5.2.2 Contrastación de Hipótesis

El estadístico usado fue el Rho de Spearman el cual es un coeficiente que permitió establecer la correlación entre dos variables cuando las mediciones se realizan en una escala ordinal, o cuando no existe distribución normal (como en nuestro caso). Toma valores entre -1 y 1. El valor numérico indica la magnitud de la correlación (Castro, 2020).

Nivel de significancia de la prueba: 0.05. Nivel de confianza 95%.

Si el P valor (Sig) de Rho de Spearman es > 0.05 se acepta la hipótesis nula que no existe relación entre las variables.

Si el P valor (Sig) de Rho de Spearman es <= 0.05 se acepta la hipótesis alterna que existe relación entre las variables.

Tabla 18. Criterios para evaluación del coeficiente de correlación.

Valor	Significado
[-1.00]	Correlación negativa perfecta
<-1.00 — -0.90]	Correlación negativa muy alta
<-0.90 — -0.70]	Correlación negativa alta
<-0.70 — -0.40]	Correlación negativa moderada
<-0.40 — -0.20]	Correlación negativa baja
<-0.20 — - 0.00>	Correlación negativa muy baja
[0.00]	Correlación nula

<0.00 — 0.20>	Correlación positiva muy baja
[0.20 — 0.40>	Correlación positiva baja
[0.40 — 0.70>	Correlación positiva moderada
[0.70 — 0.90>	Correlación positiva alta
[0.90 — 1.00>	Correlación positiva muy alta
[1.00]	Correlación positiva perfecta

Correlaciones deseadas: positiva alta, muy alta o perfecta.

Hipótesis General

Ho: No existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad emprendedora de los microempresarios del comercio de Gamarra en el año 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad emprendedora de los microempresarios del comercio de Gamarra en el año 2019.

Tabla 19. Resultados de la prueba de correlación del Rho de Spearman V1V2: La utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad Emprendedora.

			V1_Uso_Aplicativos_TICs	V2_Capacidad_Emprendedora
Rho de Spearman	V1_Uso_Aplicativos_TICs	Coefficiente de correlación	1.000	,874**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	180	180
	V2_Capacidad_Emprendedora	Coefficiente de correlación	,874**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	180	180

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

P valor (Sig) $0.000 < 0.05$ por lo tanto existe relación entre las variables. Se acepta entonces la H_a . Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad emprendedora de los microempresarios del comercio comercial de Gamarra en el año 2019. Además, esta correlación es directa de 0.874 ó 87.4% la cual se considera como positiva alta.

Hipótesis Específica 1

H₀: No existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de realización de los microempresarios del comercio comercial de Gamarra en el año 2019.

H₁: Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de realización de los microempresarios del comercio comercial de Gamarra en el año 2019.

Tabla 20. Resultados de la prueba de correlación del Rho de Spearman VID6: La utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad de Realización.

			V1_Uso_Aplicativos_TI Cs	D6_Capacidad_Realización
Rho de Spearman	V1_Uso_Aplicativos_TICs	Coefficiente de correlación	1.000	,877**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	180	180
	D6_Capacidad_Realización	Coefficiente de correlación	,877**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	180	180

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

P valor (Sig) $0.000 < 0.05$ por lo tanto existe relación entre los elementos. Se acepta entonces la H_a . Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de realización de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019. Además, esta correlación es directa de 0.877 ó 87.7% la cual se considera como positiva alta.

Hipótesis Específica 2

H₀: No existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de planificación de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.

H₂: Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de planificación de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.

Tabla 21. Resultados de la prueba de correlación del Rho de Spearman VID7: La utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad de Planificación.

			V1_Uso_Aplicativos_TI Cs	D7_Capacidad_Planificaci ón
Rho de Spearman	V1_Uso_Aplicativos_TICs	Coefficiente de correlación	1.000	,888**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	180	180
D7_Capacidad_Planificación	D7_Capacidad_Planificación	Coefficiente de correlación	,888**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	180	180

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

P valor (Sig) $0.000 < 0.05$ por lo tanto existe relación entre los elementos. Se acepta entonces la H_a . Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de planificación de los microempresarios del comercio de Gamarra en el año 2019. Además, esta correlación es directa de 0.888 ó 88.8% la cual se considera como positiva alta.

Hipótesis Específica 3

H₀: No existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del comercio de Gamarra en el año 2019

H₃: Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del comercio de Gamarra en el año 2019.

Tabla 22. Resultados de la prueba de correlación del Rho de Spearman VID8: La utilización de Aplicativos de las Tecnologías de Información y Comunicación y la Capacidad de Relacionarse Socialmente.

	V1_Uso_Aplicativos_TICs		V1_Uso_Aplicativos_TICs	D8_Capacidad_Relacionarse_Socialmente
Rho de Spearman	V1_Uso_Aplicativos_TICs	Coefficiente de correlación	1.000	,777**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	180	180
	D8_Capacidad_Relacionarse_Socialmente	Coefficiente de correlación	,777**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	180	180

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

P valor (Sig) $0.000 < 0.05$ por lo tanto existe relación entre los elementos. Se acepta entonces la H_a . Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019. Además, esta correlación es directa de 0.777 ó 77.7% la cual se considera como positiva alta.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la presente investigación se formuló el objetivo general de la manera siguiente: Establecer la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad emprendedora de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019. Según la Tabla 19, indica que existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad emprendedora con una correlación directa positiva alta. de $r= 0.874$ (87.4%). Se demuestra que existe suficiente evidencia muestral que permite afirmar a un nivel de significancia menor a 0,05 que si existe una relación significativa.

La explicación de este análisis se da desde la relación entre elementos de software y hardware de las TIC utilizadas por microempresas textiles de Gamarra. A esto se asemeja con la tesis de título “Los principales factores que influyen en el uso del e-Commerce en las Mypes del sector textil - confecciones en el Emporio de Gamarra en el periodo del 2013 al 2018” de Del Carpio y Gilvonio (2019) donde estudian los elementos que influyen para la utilización del e-Commerce como son los diversos dispositivos electrónicos y programas o aplicaciones de software por parte de Mypes manufactureras del Emporio de Gamarra. Por ello la Cámara de Comercio de Gamarra aparte de fomentar la comunicación y competitividad de Gamarra, también lo hace en la capacitación de estos elementos influyentes para aumentar las ventas.

De igual modo, La Rosa, Panduro, Pretell y Valdivia (2017) realizaron una tesis de maestría de título “Planeamiento Estratégico para la Industria Peruana de la Tecnología de Información y Comunicaciones (TIC)” donde analizan la posición de las tecnologías como elementos más eficientes para obtener progreso, rentabilidad y empleabilidad de

las actividades extractivas más reconocidas del país para aumentar su competencia económica. A partir de allí y usando un plan metodológico estratégico, elaboran un estudio local y externo, las bases para clarificar y establecer objetivos de largo y corto plazo utilizando elementos tecnológicos de control y monitoreo.

Por el contrario, Puetate (2013) realizó una tesis de título “La tecnología de la información y comunicación y las Pymes en la ciudad de Tulcán” en este estudio estableció el bajo nivel de conocimientos acerca de la tecnología de la información y comunicación al desarrollo de 168 mypes entre pequeñas y microempresas. Concluyéndose que solo el 57.60% de las mypes estudiadas están listas para implementar elementos de la tecnología de la información y comunicación. El 62.35% de los potenciales clientes de las pequeñas y las microempresas están preparados para comprar y vender a través de la Internet y un 13% han comprado por este medio digital. De este muestreo de pequeñas y microempresas tomadas, el 57.60% tienen facilidades de recursos para el uso de la tecnología de la información y comunicación sobre todo las pequeñas empresas de ventas de colchas y sábanas. Principalmente para aplicar un sistema de la tecnología de la información y comunicación en mypes, se debe tener conocimientos de elementos de tecnologías, transacciones comerciales tanto en la fase interna como externa, también sus estrategias de mercadeo y promoción y a continuación, se deberá establecer los recursos de software y hardware para la implementación de un sitio web de comercialización y del sistema de pago proyectado.

Sin duda que es muy relevante la participación significativa de las aplicaciones, apps, programas y diversos softwares para la organización y la durabilidad de emprendimientos como entes comerciales.

El primer objetivo específico se formuló de la siguiente manera: Establecer la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad de realización de los microempresarios del comercio comercial de Gamarra en el año 2019. Según la Tabla 20, indica que existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de realización con una correlación directa positiva alta $r=0.877$ (87.7%). Se demuestra que existe suficiente evidencia muestral que permite afirmar a un nivel de significancia menor a 0,05 que si existe una relación significativa.

De acuerdo al análisis obtenido, el nivel de conocimiento de los encuestados sobre la utilización de aplicativos de las tecnologías de información y comunicación mostró un nivel de 0%, 54% y 46%, bajo, medio y alto respectivamente. Análogamente, en el mismo orden, la dimensión Red Social Facebook mostró 2%, 61% y 38%, la dimensión Social Media mostró 23%, 53% y 24%, la dimensión Sistema de Ubicación Geográfica 0%, 47% y 53%, la dimensión YouTube mostró 0%, 47% y 53% y la dimensión Aplicativos para Celulares Móviles mostró 0%, 43% y 57% en nivel bajo, medio y alto respectivamente en cada caso mencionado. Esto implica que todos los encuestados tienen conocimiento de la utilización de los aplicativos de las TICs, sin embargo, prevalece el nivel medio de Facebook, frente a al nivel alto en YouTube. Social media mostró un mayor nivel bajo comparado con todas las demás dimensiones (menor conocimiento de Twitter y LinkedIn) y Sistema de Ubicación Geográfica (Google Maps) similar a YouTube. Finalmente, en nivel alto se ubicó la dimensión aplicativos para celulares móviles, pues prácticamente son conocidos por todos los emprendedores, gerentes y administradores de los diversos negocios en Gamarra.

Estos datos se asemejan a los obtenidos por Alarcón (2017) en su tesis “Estudio del impacto de las herramientas TIC con conexión a internet, como parte del proceso inicial de las Start-Ups y emprendimientos en el Perú” en su objetivo de investigar cuales eran las herramientas que ofrecen las TIC, en el desarrollo de una empresa, emprendimiento y/o StartUp peruana, en sus primeros años, analizó 8 emprendimientos, encuestando a sus representantes, y estos en la gran mayoría indicaron que conocían y usaban herramientas como Excel, CRM, Survey Monkey, fan page, aplicaciones de redes sociales, MailChimp, office 365, WhatsApp y Google forms. Claro algunos funcionan en la nube y otros en el escritorio de las computadoras personales.

Con respecto a la capacidad de realización de emprendimientos, Serrano, Brito-Gaona, Riofrío y Sotomayor (2016) elaboraron un artículo de investigación llamado “La Capacidad Emprendedora y Limitantes en la Generación de Emprendimientos: Una Mirada desde la Condición de Género” para la revista científica “Revista Científica Europea (ESJ)” del Instituto Científico Europeo (ESI) donde muestran un estudio estadístico de la habilidad de emprendimiento de hombres y mujeres. Esta investigación visualiza en el uso del estudio de la covarianza llamada ANCOVA con dimensiones y variables de escala de razón y con dos alternativas, aplicándoles la escala de Likert. El objeto de estudio fue determinar las habilidades emprendedoras entre hombres y mujeres de la ciudad de Machala, Ecuador. Verificando las subvariables a través del instrumento de escalas de la capacidad emprendedora validado por Flores (2003), se recogió data a través de entrevistas y se utilizó la regresión lineal con variables duales. Los datos resultantes describen que los hombres tienen una mayor capacidad de realización de emprendimientos que las mujeres. Se valida que este estudio forma la base de futuras investigaciones acerca de las habilidades emprendedoras desde el enfoque de género en diferentes espacios geográficos, así como los límites de obstáculos. Es relevante indicar

que la capacidad de realización es avasallar dificultades y riesgos al momento de emprender, dependerá mucho de tener compromiso con uno mismo y con los demás con resiliencia, constancia y eficacia entre otros detalles en tu perfil para concretarlos.

El segundo objetivo específico se formuló de la siguiente manera: Establecer la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad de planificación de los microempresarios del comercio de Gamarra en el año 2019. Según la Tabla 21, indica que existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de planificación con una correlación directa positiva alta $r=0.888$ (88.8%). Se demuestra que existe suficiente evidencia muestral que permite afirmar a un nivel de significancia menor a 0,05 que si existe una relación significativa.

De acuerdo a los resultados de las tablas de frecuencia y las figuras obtenidas, el nivel de la variable capacidad emprendedora mostró un nivel de 13%, 57% y 30% bajo, medio y alto respectivamente. Análogamente, en el mismo orden, la dimensión capacidad de realización mostró 13%, 57% y 30%, la dimensión capacidad de realizarse socialmente mostró 17%, 53% y 30% y la dimensión capacidad de planificación mostró 13%, 47% y 40%, en nivel bajo, medio y alto respectivamente en cada caso mencionado.

En este caso los niveles bajo, medio y alto de la variable capacidad emprendedora coincidieron con la dimensión capacidad de realización (exigencia de calidad, iniciativa, búsqueda de oportunidades, persistencia, independencia, eficacia, compromiso y resolución de problemas) ambas mayores en el nivel medio y alto comparada con la dimensión capacidad de planificación (búsqueda de información, monitoreo, utilización de recursos financieros, planificación sistemática, establecimiento de metas). Cabe mencionar que de todas las dimensiones la capacidad de realizarse socialmente mostró el mayor nivel bajo respecto a las otras dimensiones, esto denota ligeros ajustes por efectuar

en capacidad de persuasión, óptima red de contactos y autoconfianza que manejan los gerentes y administradores del emporio Gamarra. Esto contrasta con lo que dice Pereyra (2017) en su tesis “Capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016”, donde obtuvo para la capacidad emprendedora un nivel medio de 51% y alto de 49%. En este trabajo se evaluó como dimensiones la iniciativa, trabajo en equipo, creatividad, perseverancia y autoconfianza. Las dos últimas perseverancia y autoconfianza fueron empleadas como parte de la dimensión capacidad de relacionarse socialmente. Sus niveles de capacidad emprendedora medio y alto, oscilan de manera similar con los valores obtenidos.

Los resultados de la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad de planificación indican claramente que para lograr un adecuado manejo de las herramientas TIC es necesario planificar talleres de adiestramiento para emprendedores esto se respalda con la teoría de Barrera (2017) quien desarrollo una tesis de postgrado cuyo título fue “Relación de Capacitación con Adopción de Internet y E-Commerce: Diferencias entre Microemprendedores de Chile” donde analiza la relación del adiestramiento en microempresarios en Chile en la utilización de las tecnologías de Internet y e-Commerce. Además, analizo la influencia de la edad, género, nivel de educación del microempresario, la cantidad de miembros de la sociedad comercial y recursos financieros para el adiestramiento de tecnologías. Los resultados mostraron la correlación entre el adiestramiento y las tecnologías mencionadas con excepción de la transacción de bienes. Añadió también que las microemprendedoras con menor edad y con un nivel académico mayor planifican la adopción de tecnologías en negocios. Finalmente, demostró que los negocios con más socios y que utilizan sus propios recursos económicos en capacitaciones previamente planificadas para sus

trabajadores, menciona también que el adiestramiento y la actitud de sus trabajadores influye en la incorporación de estas tecnologías.

El tercer objetivo específico se formuló de la siguiente manera: Establecer la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019. Según la Tabla 22, indica que existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente con una correlación directa positiva alta $r= 0.777$ (77.7%). Se demuestra que existe suficiente evidencia muestral que permite afirmar a un nivel de significancia menor a 0,05 que si existe una relación significativa.

El análisis de este resultado nos indica que la mayoría de los emprendedores son personas que tienen la capacidad de tener relaciones sociales e interpersonales, esto se asemeja a la tesis de Sánchez (2017) quien desarrollo una tesis de maestría titulada “Habilidades sociales y actitud emprendedora en estudiantes de secundaria del distrito de Chilca” donde analiza la relación entre estas habilidades y la capacidad emprendedora. La investigación fue de tipo aplicada, descriptiva con un diseño correlacional. El muestreo fue conformado por 165 estudiantes. Se aplico el cuestionario perfil del potencial emprendedor de García (2001) adaptado por Peralta (2010), y para las habilidades sociales se usó la escala de Gismero (2000). La resultante de este estudio demostró que hay una correlación directa y significativa entre dichas habilidades sociales de relacionarse interpersonalmente y la capacidad de emprendimiento; así mismo con las dimensiones de las habilidades sociales como la comunicación, autoestima y toma de decisiones. Esto nos demuestra que el Perú tiene rangos altos en capacidad emprendedora con estas habilidades en etapas jóvenes de la vida.

Asimismo, estos resultados de la capacidad de relacionarse socialmente tienen similitud por los obtenidos por Ayaviri, Chucho, Romero y Quispe (2017) quienes elaboraron un artículo científico llamado “Emprendimientos y clúster empresarial. Un estudio en la Provincia Chimborazo, Ecuador” en la revista “Perspectivas” cuyo objeto de estudio fue la capacidad emprendedora con un buen dinamismo tomando en cuenta el aspecto de la macroeconomía y el espíritu empresarial. Los resultados indicaron que los clústers han permitido mejorar las sociedades comerciales y las actividades de emprendimientos aplicando la innovación y un mejor desarrollo emprendedor. Este estudio analizó los emprendimientos que aportan desarrollo a los clústers de la ciudad de Riobamba.

Sin lugar a duda es muy relevante la utilización de herramientas de tecnologías como aplicativos, elementos de e-Commerce, dispositivos electrónicos, componentes de software y hardware para hacer más rápido y eficiente las diferentes transacciones comerciales pero sobre todo la capacitación en el manejo de los mismos por parte de los emprendedores y microempresarios de Gamarra usando el espíritu emprendedor y una buena actitud en su participación significativa sobre todo de los líderes emprendedores consiguiendo con ello transmitir a sus colaboradores de la organización los valores y los roles organizacionales, que cada uno debe tener para aportar valor innovador la propuesta comercial.

CONCLUSIONES

El estudio realizado lleva a las siguientes conclusiones:

1. Se estableció que existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad emprendedora de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019. Esta correlación es directa positiva alta. $r= 0.874$ (87.4%), por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación (H_a).
2. Se estableció que existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de realización de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019. Esta correlación es directa positiva alta $r=0.877$ (87.7%), por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación (H_1).
3. Se estableció que existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de planificación de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019. Esta correlación es directa positiva alta $r=0.888$ (88.8%), por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación (H_2).
4. Se estableció que existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019. Esta correlación es directa positiva alta $r= 0.777$ (77.7%), por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación (H_3).

RECOMENDACIONES

Es relevante nombrar las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda la creación y desarrollo un aplicativo móvil con la finalidad de incrementar las ventas y los ingresos de los microempresarios de Gamarra. El aplicativo se podrá configurar a usuarios de tres segmentos de mercado: comerciantes, compradores y anunciantes y además se podrá implementar en diversos dispositivos electrónicos como tabletas, laptops, móviles y computadores personales. La propuesta de valor del aplicativo es ofrecer en pantalla, una tienda en línea, ordenada y detallada, que brinde comodidad y permita comprar de forma segura y rápida, poniendo al alcance de más personas los productos de Gamarra; asimismo, permita al microempresario llegar a más clientes fuera del canal tradicional, ayude a incrementar sus ventas y generar mayores ingresos.
- Se recomienda crear y desarrollar una interfaz amigable en el aplicativo, para lo cual, los usuarios y los microempresarios se tendrán que registrar antes del lanzamiento. Además, para la implementación del aplicativo se estima un plazo de seis meses para su desarrollo y tres meses de operación de la versión beta, el cual deberá tener mantenimiento y actualización constante para asegurar que funcione adecuadamente.
- Se recomienda el adiestramiento de los microempresarios respecto al funcionamiento de la aplicación para que puedan ingresar sus productos, y así incentivar su utilización. También capacitaciones en los programas, aplicativos y softwares gratuitos existentes en el mercado. En este sentido, se tendrá que

implementar aulas virtuales para realizar capacitaciones constantes con simulaciones de transacciones de venta y compra a través de tiendas virtuales y videos instructivos que permitan absolver las dudas del microempresario mientras ingresa sus productos a la aplicación, introduce las descripciones, obtiene un reporte de ventas, o realiza otras operaciones. Se sugiere luego publicar de los resultados de los capacitados y así como también la entrega de diplomas.

- Se recomienda generar alianzas estratégicas con operadores logísticos con la finalidad de expandir el mercado y poder llegar a más ciudades; de esta manera con el aplicativo se podrá realizar envíos entre los distritos de Lima Metropolitana, y de acuerdo a la demanda se podrá expandir a provincias y realizar envíos internacionales.
- Se recomienda asociarse con una incubadora de emprendimientos o startups que brinde apoyo y asesoramiento para el desarrollo exitoso del proyecto. Con el objetivo de acelerar el proceso de crecimiento del negocio, Por ejemplo, Startup Perú podría ser una opción, debido a que la solución propuesta contará con dos de los requisitos indispensables que solicitan: un producto mínimo viable y ventas superiores a S/120, 000.00
- Se recomienda incluir inversionistas ángeles quienes provean, además de fondos, experiencias, ideas y consejos; y Venture capital que daría el soporte y respaldo de una empresa estable al nuevo emprendimiento como fuentes de financiamiento para desarrollo de emprendimientos. Sugiere tener a bien estas fuentes por su experiencia en el soporte en estos tipos de emprendimientos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, F. (2017). *Estudio del Impacto de las Herramientas TIC con conexión a internet. Como parte del proceso inicial de las Start-Ups y emprendimientos en Perú. (Tesis de Maestría), p 1-62*. Lima, Perú. Recuperado el 2018, de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/10052/ALARCON_ROJAS_ESTUDIO_IMPACTO_DE_LAS_HERRAMIENTAS_TIC_CON_CONEXION_A_INTERNET.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayaviri, V., Chucho, D., Romero, M., & Quispe, G. (2017). Emprendimientos y clúster empresarial. Un estudio en la Provincia Chimborazo, Ecuador. Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas - Universidad Nacional de Chimborazo. *Perspectivas*. Recuperado el 2018, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332017000200003&lang=es
- Barrera, G. (2017). Relación de Capacitación con Adopción de Internet y E-Commerce: Diferencias entre Microemprendedores de Chile. *Información Tecnológica*, 28(6), 61-70. doi:10.4067/S0718-07642017000600008
- Congreso del Perú. (2008). *Ley Mype*. Lima, Perú. Obtenido de https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL07332-20210315.pdf
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (2016). *Memoria Institucional*. Recuperado el 2019, de https://portal.concytec.gob.pe/images/publicaciones/memoria_institucional_2016.pdf

- Del Carpio, D., & Gilvonio, H. (2019). *Los principales factores que influyen en el uso del E- Commerce en las Mypes del sector textil - confecciones en el Emporio de Gamarra en el periodo del 2013 al 2018 (Tesis de Grado)*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú. Recuperado el 2019, de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626108/DelCarpio_HD.pdf?sequence=9&isAllowed=y
- Fernández, J. (2013). *El mercado de las TIC en Perú*. Recuperado el 2019, de <http://docplayer.es/16076366-El-mercado-de-las-tic-en-peru-diciembre-2013.html>
- Flores, P. (2003). *Capacidad emprendedora en estudiantes ingresantes a la Universidad Inca Garcilazo de la Vega. (Tesis de Maestría)*.
- Fundación Orange TM. (2016). *La transformación digital en el sector Retail*. Fundación Orange. Recuperado el 2019, de https://www.fundacionorange.es/wp-content/uploads/2016/07/eE_La_transformacion_digital_del_sector_retail.pdf
- Fundéu RAE. (2012). Buscador urgente de dudas. Aplicativos o Aplicaciones. España. Obtenido de <https://www.fundeu.es/consulta/aplicativo-27424/>
- García, F. (2001). *Manual del saber emprender*. Brasil: SEBRAE.
- Global Entrepreneurship Monitor GEM. (2018). Recuperado el 2019, de <https://asep.pe/wp-content/uploads/2019/05/GEM-2017-2018-PERU-Estudio-Emprendimiento.pdf>
- Hernández, R., Fernández, R., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación. (6ta edición)*. (Sexta ed.). México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 2019, de

<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Hernández, R., Zapata, & Mendoza. (2013). *Metodología de la investigación: enfoque por competencias*. México: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado el 2020

Huaman, J. (15 de Diciembre de 2009). *Las Mypes en el Perú*. Recuperado el 2019, de <https://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/>

Hurtado, I., & Toro, J. (2005). *PARADIGMAS Y METODOS DE INVESTIGACION* (Quinta ed.). Valencia, Carabobo, Venezuela: Episteme Consultores Asociados C. A. Recuperado el 2019, de <https://epinvestsite.files.wordpress.com/2017/09/paradigmas-libro.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2017*. Jesús María, Lima. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/1/>

Kantar World Panel. (2016). Obtenido de <https://www.kantarworldpanel.com/pe/Noticias/9-de-cada-10-shoppers-compran-textiles-en-un-mes>

Klaus, S. (2016). La Cuarta Revolución Industrial. Foro Económico Mundial. *Economía*, *XLI*(81), 172 - 197. Recuperado el 2019, de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/economia/article/view/20360/20303>

- La Rosa, B., Panduro, C., Pretell, M., & Valdivia, A. (2017). *Planeamiento Estratégico para la Industria Peruana de la Tecnología de Información y Comunicaciones TIC. (Tesis de Maestría)*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Surco, Lima, Perú. Recuperado el 2017, de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9027/LAROSA_PANDURO_PLANEAMIENTO_TIC.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Laudon, K., & Laudon, J. (2012). *Sistemas de Información Gerencial* (12 ed.). (S. d. Pearson Educación de México, Trad.) México DF.: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Reg. núm. 1031. Recuperado el 2019, de <http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/1420/1/sistemas-de%20informaci%C3%B3n%20gerencial.pdf>
- Leyton, A. (2012). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://investigacionestodo.wordpress.com/2012/05/19/clases-y-tipos-de-investigacion-cientifica/>
- Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. (2022). *Aplicaciones Informáticas*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/en/?option=com_content&language=en-GB&Itemid=100360&lang=en-GB&view=category&id=675
- Ministerio de Educación & Ministerio de Trabajo. (2008). *Propuesta para un consenso político en la promoción de una educación emprendedora. La Educación Emprendedora como Políticas para el Desarrollo del País*. Perú. Recuperado el 2019
- Nonaka, I. (2007). *La empresa creadora de conocimiento. (Spanish)*. Harvard Business Review América Latina, 3. Recuperado el 2018, de

https://materialesdecatedras.files.wordpress.com/2016/03/nonaka_la-empresa-creadora-de-conocimiento.pdf

Oседа, D., Hurtado, D., Chenet, M., Patiño, A., Chavez, A., & Oседа, M. (2015).

Metodología de la Investigación (Quinta ed.). Huancayo: Soluciones Gráficas.

Pereyra, M. (2016). *Capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016. (Tesis de Grado).*

Universidad Cesar Vallejo. Perú. Recuperado el 2018, de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/512/pereyra_rm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Popper, K. (2008). *La lógica de la investigación científica*. (V. S. ZAVALA, Trad.)

Madrid: Tecnos S.A. Recuperado el 2019, de

<http://www.raularagon.com.ar/biblioteca/libros/Popper%20Karl%20-%20La%20Logica%20de%20la%20Investigacion%20Cientifica.pdf>

Puetate, G. (2013). *La tecnología de la información y comunicación y las Pymes en la ciudad de Tulcán. (Tesis de grado).*

Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Ecuador. Recuperado el 2019, de

<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/61/1/039%20EL%20COMERCIO%20ELECTR%20Y%20LAS%20PYMES%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20TULCA%20-%20PUETATE%20GLORIA%20CARMEN.pdf>

Quispe, M. (2017). Empresas destinan entre 20% a 30% de su presupuesto de

marketing a versión digital | VIDEO. *La República*. Recuperado el 2019, de

<https://larepublica.pe/economia/850459-entre-20-30-del-presupuesto-de-marketing-de-empresas-lo-destinan-version-digital/>

- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business*, 25- 41.
doi:10.1007/s40821-016-0044-6
- Sánchez, D. (2017). *Habilidades sociales y actitud emprendedora en estudiantes del quinto de secundaria del distrito de Chilca. (Tesis de maestría). Universidad Nacional del Centro del Perú*. Huancayo. Recuperado el 2018, de <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/4473>
- Sanz, J. (1987). *Introducción a la ciencia. p.34-39*. Lima, Perú: Amaru Editores.
Recuperado el 2019
- Serrano, B., Brito, L., Riofrío, Ó., & Sotomayor, G. (2016). Capacidad Emprendedora Y Limitantes En La Generación De Emprendimientos: Una Mirada Desde La Condición De Género. *European Scientific Journal - ESJ*, 12(31), 96. doi:10.19044
- Suárez-Álvarez, J., & Pedrosa, I. (2016). EVALUACIÓN DE LA PERSONALIDAD EMPRENDEDORA: situación actual y líneas de futuro. *Papeles del psicologo*, 37(1), 62-68. Recuperado el 2019, de <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/2663.pdf>
- Tagua, M., García, C., & Marianetti, O. (2016). *Las TIC, su importancia en la actualidad y el mercado laboral. Universidad Nacional de Cuyo*, 23-30.
(Unidiversidad. El sistema de medios de la UNCUYO) Recuperado el 2019, de <https://www.unidiversidad.com.ar/las-tic-su-importancia-en-la-actualidad-y-el-mercado-laboral>
- The World Economic Forum. (2011-2012). Recuperado el 2018, de https://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf

Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*

(Segunda ed.). Perú: Fondo editorial Universidad San Martín de Porres.

Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/283724138_Desde_la_Idea_hasta_la_sustentacion_siete_pasos_para_una_tesis_exitosa_Un_metodo_efectivo_para_las_ciencias_empresariales

ANEXOS

<p>información y la comunicación y la capacidad de planificación de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019?</p>	<p>información y la comunicación y la capacidad de planificación de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019</p>	<p>de la información y la comunicación y la capacidad de planificación de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.</p>		<p>M= Muestra: O_{vx} = Variable 01: Aplicativos de las TIC.</p>
<p>¿Cuál es la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019?</p>	<p>Establecer la relación entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019</p>	<p>Existe relación significativa entre la utilización de aplicativos de las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de relacionarse socialmente de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra en el año 2019.</p>		<p>O_{vy} = Variable 02: La capacidad emprendedora. r = Relación entre variables</p> <p>Población El número total de microempresarios tomados del emporio comercial de Gamarra es de 338 microempresas</p> <p>Muestra Probabilística donde el muestreo es de 180 microempresarios</p>

Anexo N.º 2. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES ó CATEGORIAS	INDICADORES	PREGUNTA QUE DARÍA RESPUESTA O MEDIRÍA LA VARIABLE.	INSTRUMENTO DE ACOPIO
LA UTILIZACION DE APLICATIVOS TIC	<p>Según la Fundéu RAE se puede decir aplicativo o aplicación. Es el empleo de software como apps para móviles y programas de microcomputadoras como las hojas de cálculos, bases de datos, programas de negocios, aplicativos para videoconferencias, programas de ofimáticas, software educativo comercial, sistemas operativos entre otros para la adquisición, producción, registro, transmisión y visualización de datos en formato audio, gráficos, textual, imágenes y en contenidos. La convergencia de aplicativos lo puede hacer un individuo como</p>	<p>La manera en que se puede medir el uso de aplicativos Tics en las diversas actividades comerciales de los microempresarios de Gamarra es aplicando el Cuestionario “Aplicativos TIC” cuyas respuestas determinaran si siempre, la mayoría de veces, algunas veces, rara vez o nunca utilizan programas de software en sus transacciones comerciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Social Media • Sistema de Ubicación Geográfica • YouTube • Aplicativos para celulares móviles 	<ul style="list-style-type: none"> • Fanpage • Facebook Audience Insights • Twitter • LinkedIn • Google Maps • Google My Businnes • Google Street View • Google Earth • Canal YouTube • YouTube para empresas • YouTube Analytics 	<p>¿De qué manera se puede medir el uso de aplicativos Tics en las diversas actividades comerciales de los microempresarios de Gamarra?</p>	CUESTIONARIO DE ENCUESTA

	<p>usuario, cliente o microempresario en entornos comerciales, laborales entre otros, para ello utiliza dispositivos electrónicos móviles, con los cuales puede acesar las 24 horas del día y desde cualquier punto geográfico con conexión a Internet (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022).</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas Operativos • Comercio Electrónico • Apps para prototipar 		
<p>LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA</p>	<p>Es el desarrollo progresivo de la aptitud para iniciar un emprendimiento en personas de cualquier sexo y edad con una gran confianza de búsqueda de situaciones oportunas aplicando el riesgo y la creatividad para concretarlas aceptando el riesgo o fracaso (Suárez y Pedrosa, 2016).</p>	<p>La manera en que se puede medir la capacidad emprendedora de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra es aplicando el Cuestionario del Perfil del Potencial Emprendedor Adecuado, cuyas respuestas determinaran si siempre, la mayoría de veces, algunas veces, rara veces o nunca se dan dichas capacidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de realización 	<ul style="list-style-type: none"> • Exigencia de la calidad • Iniciativa • Búsqueda de oportunidades • Persistencia • Independencia • Eficacia • Compromiso • Resolución de problemas 	<p>¿De qué manera se puede medir la capacidad emprendedora de los microempresarios del emporio comercial de Gamarra?</p>	<p>CUESTIONARIO DE ENCUESTA</p>

			<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de planificación • Capacidad de relacionarse socialmente 	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de información • Monitoreo • Utilización de recursos financieros • Planificación sistemática • Establecimiento de metas • Persuasión • Optimización de la red de contactos • Autoconfianza 		
--	--	--	---	--	--	--

Anexo N.º 3. Matriz de operacionalización del instrumento

NOMBRE DE LA VARIABLE	SUBVARIABLES O DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O REACTIVOS	ESCALA VALORATIVA	INSTRUMENTO
<p style="text-align: center;">VI. La Utilización de Aplicativos TIC</p>	<p style="text-align: center;">Red Social Facebook</p>	<p>FanPage</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook es un portal Web al cual se puede acceder desde una PC, laptop, Tablet y Smartphone. 2. Facebook tuvo como público objetivo inicialmente jóvenes entre 18 y 24 años aproximadamente. 3. FanPage es un sitio Web de mercadotecnia para las microempresas y empresas porque permite conectar a posibles clientes. 4. Puede crear una FanPage para su empresa con su misma cuenta de perfil como propietario o administrador de la cuenta. 5. Al momento de crear su FanPage debe añadir una dirección web. Se sugiere que use el nombre de su emprendimiento. Por ejemplo: https://www.youtube.com/ñapancha/ 6. El menú para añadir nuevos usuarios y roles en una FanPage está en: Configuración y de ahí ingresar a Roles de página. Ahí podremos nombrar nuevos administradores, editores, moderadores, anunciantes o analistas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Rara veces 3. Algunas veces 4. La mayoría de veces 5. Siempre 	<p>CUESTIONARIO DE ENCUESTA</p>
		<p>Facebook Audience Insights</p>	<ol style="list-style-type: none"> 7. Público objetivo es la capacidad de un producto, una marca, un blog o una aplicación de crear relaciones sólidas y duraderas con sus usuarios generando ese compromiso. 8. Facebook FanPage es un espacio que reúne a personas interesadas en un asunto en común, personaje en común, empresa o emprendimiento. 9. Facebook Audience Insights permite informar en forma globalizada de 2 agrupaciones de individuos (uno de aquellos que están enlazados a tu página y el otro que está integrado por individuos en Facebook). 10. Facebook Insights permite analizar y comprender la demografía de los seguidores y monitorear a la competencia. 11. Sabiendo tu target tienes la posibilidad de elaborar temas que cautiven su interés y encuentres con facilidad individuos semejantes a tu público o cliente potencial. 12. Facebook Insights nos permite rastrear las actualizaciones individualmente. Aquí se puede ver si tienen éxito, qué tipo de noticias son las que más se comparten o comentan, entre otros. 		
	<p>Social Media</p>	<p>Twitter</p>	<ol style="list-style-type: none"> 13. Twitter te permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 280 caracteres a tus clientes potenciales. 14. Para conseguir que los usuarios lleguen a la página de tus productos y los compren, puedes utilizar Twitter con seguidores para comunicar ofertas y promociones. 		
		<p>LinkedIn</p>	<ol style="list-style-type: none"> 15. LinkedIn es una red social orientada al uso empresarial, a los negocios y al empleo. 		
			<ol style="list-style-type: none"> 16. La importancia que ha adquirido los aplicativos como Google Maps porque proporcionan representaciones deslizables de mapas, también fotos vía satelital del planeta inclusive el recorrido de las diversas ubicaciones o representaciones de calles. 		

		Google Maps	<p>17. Con Google Maps, los usuarios pueden visualizar la congestión vehicular al instante.</p> <p>18. Google Maps incluye una calculadora de recorrido a pie, en automóvil, bici (beta) y transporte colectivo.</p> <p>19. Google Maps presenta tres opciones de vista de mapas: nominal, satelital y terreno.</p> <p>20. Con Google Maps no podrá compartir la URL o dirección web de la ubicación del negocio.</p> <p>21. Con la opción Zoom de acercamiento que ofrece Google Maps, la persona podrá ubicarse exactamente donde se encuentra el negocio.</p> <p>22. Google Maps Go. incluye una navegación GPS permitiendo información instantánea las 24 horas.</p>		
	Sistema de Ubicación Geográfica	Google My Busines	<p>23. Con Google My Business no se pueden incluir en forma virtual la producción de Google, búsquedas y mapas.</p> <p>24. Google My Business no es gratis y no es efectivo ya que de igual modo el negocio no aparecerá en Google.</p> <p>25. Con Google My Business se puede verificar y editar el informe de tu microempresa de forma que pueda ayudar a los usuarios a encontrarla y narrarles tu historia.</p> <p>26. Google My Business es un instrumento gratuito y sencillo de utilizar donde las empresas e instituciones tienen presencia en internet sin ni siquiera disponer de página web.</p> <p>27. Google My Business incluye mapas turísticos y comunica a tus clientes, la ubicación exacta de tu negocio.</p>	<p>1. Nunca</p> <p>2. Rara veces</p> <p>3. Algunas veces</p> <p>4. La mayoría de veces</p> <p>5. Siempre</p>	<p>CUESTIONARIO DE ENCUESTA</p>
		Google Street View	<p>28. Google Street View es un servicio de presentación de Google Maps y de Google Earth la cual nos da una vista panorámica de calles de 360° de giro horizontal y 290° de giro vertical.</p> <p>29. Con Google Street View puede realizar la navegación por medio de estas representaciones usando el cursor de las teclas del dispositivo o por medio del mouse.</p> <p>30. Google Maps Views nos permite conectar entre sí nuestras fotografías esféricas para crear una constelación que nos ofrecerá recorridos Street View.</p> <p>31. Para crear nuestro Street View lo primero que tenemos que hacer es tomar las fotografías esféricas geotiquetadas de nuestro recorrido y subirlas a Google Maps.</p>		
		Google Earth	<p>32. Google Earth es un programa informático que muestra un globo terráqueo virtual que permite visualizar múltiple cartografía, basado en imágenes satelitales.</p> <p>33. El mapa de Google Earth está compuesto por una superposición de imágenes satelitales, fotografías aéreas, información geográfica proveniente de modelos de datos SIG de todo el mundo y modelos creados por computadora.</p>		
	Youtube		<p>34. YouTube tiene una diversidad de videos de filmes, programación de tv y videos de música, también tiene temas de aficionados entre los que están el video, blog y Youtube Gaming.</p>		

		Canal YouTube	<p>35. Un canal de YouTube es el lugar en que elaboramos y subimos un video o una lista de reproducción con la finalidad de que otros usuarios puedan observarlos.</p> <p>36. Los canales de YouTube pueden ser personalizado y en ellos podríamos hallar algún video creado por nosotros, en favoritos, en suscripción y comentarios.</p> <p>37. Los videos en YouTube son 53 veces más eficaces para alcanzar los primeros puestos de la primera página de Google, que una página de texto.</p> <p>38. Más de tres mil millones de videos son vistos al día en YouTube. Se suben más videos a YouTube en un mes que el total de materiales audiovisuales que han creado las tres principales cadenas televisivas de Estados Unidos en 60 años.</p>	<p>1. Nunca</p> <p>2. Rara veces</p> <p>3. Algunas veces</p> <p>4. La mayoría de veces</p> <p>5. Siempre</p>	<p>CUESTIONARIO DE ENCUESTA</p>
	YouTube para empresas	<p>39. Cada día se reproducen 500 horas de video en YouTube a través de Facebook y más de 700 videos de YouTube son vistos y compartidos en Twitter cada minuto.</p> <p>40. Aplicación de estrategias de marketing para empresas, es un instrumento efectivo para dar a conocer un producto o servicios, aunque sus precios no son aptos para negocios modestos.</p> <p>41. Mediante el resurgimiento del video Marketing, se encuentra la oportunidad de tener un medio de difusión gratis logrando en pocos meses, un exitoso trampolín en el ciberespacio, un enganche y posicionamiento de tu marca.</p> <p>42. En YouTube para empresas se debe tener una estrategia que pueda marcar una diferencia de tu empresa con las demás empresas que compiten en el mercado para lograr más gente que te siga y que su uso tenga sus utilidades.</p> <p>43. Debemos de captar la atención del espectador en los primeros segundos, por lo que debemos ser claros e ir directo al mensaje que queremos transmitir.</p> <p>44. Es imprescindible que escuchemos a nuestra audiencia cada vez que publiquemos un video. Los comentarios que hacen son muy útiles a la hora de crear el siguiente video. No olvidemos, por tanto, añadir siempre una llamada a la acción.</p> <p>45. En video marketing funciona muy bien contar una historia (anécdota, empleados, clientes, etc.) ligada al mensaje y ser posible con un toque de humor.</p>			
	YouTube Analytics	<p>46. YouTube Analytics permite analizar las actividades del usuario relativo a los videos que subimos y los canales en YouTube.</p> <p>47. YouTube Analytics actualmente está compuesto en Creator Studio, nombre con el que es conocido el principal tablero de mando de YouTube.</p> <p>48. YouTube Analytics nos permite saber la resonancia que adquieren los videos que ponemos a nuestro canal, es de suma importancia para saber la conveniencia en nuestra planificación de mercadeo de contenido en SEO Y SEM.</p>			

			<p>49. Para que YouTube Analytics evalúe campañas de productos o servicios, debemos configurarlo, según esto permitirá calcular cuando y cuanto retornara lo invertido (ROI).</p> <p>50. YouTube Analytics evalúa el grado de efectividad de los videos en actividades de social media en medio nuestra planificación total de mercadeo on line.</p> <p>51. YouTube Analytics mide y analiza la interacción de los potenciales usuarios con los videos que subimos acerca de un producto o servicio.</p>		
	Apps para Móviles	Sistemas Operativos	<p>52. iOS es un sistema operativo móvil solo para dispositivos Apple. Originalmente desarrollado para el iPhone, después se ha usado en iPod touch y el iPad.</p> <p>53. Windows 10 Mobile es un sistema operativo fabricado por Microsoft disponible para teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras.</p> <p>54. Android es un sistema operativo móvil desarrollado por Google para dispositivos móviles con pantalla táctil, como teléfonos inteligentes, tabletas, relojes inteligentes (Wear OS), automóviles (Android Auto) y televisores (Android TV).</p>	<p>1. Nunca</p> <p>2. Rara veces</p> <p>3. Algunas veces</p> <p>4. La mayoría de veces</p> <p>5. Siempre</p>	CUESTIONARIO DE ENCUESTA
		Comercio Electrónico	<p>55. Con WhatsApp Messenger se puede recibir y enviar mensajes de textos, imágenes fotográficas, videos cortos y grabación de voz, también con acceso a llamar de forma telefónica y videollamadas.</p> <p>56. Con Instagram puedes editar fotos, añadir efectos a tus imágenes y compartir videos en tus redes sociales.</p> <p>57. Netflix cuenta con un amplísimo catálogo de películas y series originales y compradas. Necesitas tener una cuenta y estar abonado a uno de sus planes de pago, aunque la aplicación se puede descargar gratuitamente.</p> <p>58. Es Spotify es una App de música en streaming por excelencia. Puedes utilizarlo de manera gratuita u optar por su cuenta Premium con muchas más prestaciones para descubrir nuevos artistas y álbumes.</p> <p>59. Amazon Kindle es una App para Android nos permite tener acceso a miles de libros electrónicos desde tu smartphone.</p> <p>60. Flickr es una App de red social para compartir fotos sobre un portafolio fotográfico.</p> <p>61. Google Apps convierten a los smartphones en microcomputadores, gracias a las aplicativos de ofimática que permiten trabajar de manera cómoda cuando estás fuera de la oficina.</p> <p>62. eBay es una App de compras de productos de segunda mano al mejor precio desde la página web y sus teléfonos móviles.</p> <p>63. Una de las Apps más conocidas del BCP es Yape que permite realizar transferencias sin conocer el número de cuenta de destino ni tener token. Según la entidad bancaria, solo es necesario conocer el número de celular del destinatario.</p>		
		Apps para prototipar	<p>64. El WireFrame o boceto, es el esqueleto del diseño de la App, que puede ser fotografiado desde una cámara del móvil utilizando PopApp.</p> <p>65. En caso de que el cliente quisiera realizar cambios en el diseño será mucho más fácil hacerlos desde la herramienta de prototipado conocida</p>		

			<p>como Marvel. Incluso podemos convertir los borradores en prototipos con objetos insertados en links web.</p> <p>66. Con Proto.io se puede crear prototipos de app con animaciones desde su sitio web para diversos elementos que detecte la cámara del móvil y usar "timelines" para configurar la duración de la animación.</p> <p>67. JustInMind, una aplicación que permite identificar problemas de usabilidad. Maneja paneles dinámicos y los eventos, de modo que podemos trabajar desde cualquier lugar.</p> <p>68. Fluid incorpora un editor con diferentes Wireframe para diversas plataformas. De forma gratuita puedes crear proyectos de hasta 10 plantillas.</p> <p>69. Balsamiq Mockups es una herramienta que permite diseñar de forma rápida y sencilla maquetas de interfaz para webs y aplicativos móviles.</p>	<p>1. Nunca 2. Rara veces 3. Algunas veces 4. La mayoría de veces 5. Siempre</p>	CUESTIONARIO DE ENCUESTA
<p>V2. La Capacidad Emprendedora</p>	<p>Capacidad de realización</p>	<p>Exigencia de la calidad</p>	<p>1. Me fortalezco cada para avasallar dificultades y riesgos y lograr mis objetivos diariamente con seguridad. 2. Comparo mis logros con mis expectativas. 3. Tengo afán de imponerme a conseguir objetivos con la finalidad de apoyar a individuos de mi entorno y ser una mejor persona cada día. 4. Me molesto conmigo mismo cuando pierdo tiempo. 5. Implemento metas y compromisos conmigo mismo para asegurar la calidad en mi trabajo diario.</p>	<p>1. Nunca 2. Rara veces 3. Algunas veces 4. La mayoría de veces 5. Siempre</p>	<p>CUESTIONARIO DE ENCUESTA</p>
		<p>Iniciativa</p>	<p>6. Hago lo que es necesario, sin que otros tengan que pedírmelo. 7. Mi pro actividad hace que busque diversas formas para poder hacer las cosas cuando tengo dificultades. 8. Cuando visualizo oportunidades para conseguir objetivos, verifico antes el mejor proceso a seguir. 9. Mi resiliencia me lleva a resistirme a estar de acuerdo con las experiencias de otras personas. 10. Mi constancia hace que busque soluciones para el bien común. 11. Busco eficacia entre otros detalles en mi día a día para concretar mis metas.</p>		
		<p>Búsqueda de oportunidades</p>	<p>12. A cada cosa que es necesaria que se haga, las hago. 13. Saco ventajas de las oportunidades que surgen. 14. Tengo fascinación por los nuevos retos y otras oportunidades. 15. Busco formas de hacer las cosas más rápidamente. 16. Estoy atento(a) a las oportunidades para hacer cosas nuevas. 17. Intento hacer cosas nuevas y diferentes de las que siempre he hecho.</p>		
		<p>Persistencia</p>	<p>18. Mi insistencia hace que otros individuos hagan lo que deseo. 19. Me disgusto conmigo mismo cuando las cosas no se hacen bien. 20. El éxito en mis logros se basa en la confianza que me tengo. 21. Me esfuerzo mucho para realizar mi trabajo. 22. Comunicar a otras personas sobre los indicadores de desempeño que no han alcanzado es importante para mí.</p>		
		<p>Independencia</p>	<p>23. Mis acciones dependen de los mandatos que reciba de mis superiores. 24. Mi resultado en el trabajo es mejor que el de otras personas. 25. Me adelanto a momentos de dificultad que puedan presentarse y avizoro lo que haría en caso de que aparezca.</p>		

			26. Tengo muchos proyectos en mente. 27. Tuve fracasos en el pasado.		
		Eficacia	28. Intento varias formas de superar los obstáculos que complican la realización de mis objetivos. 29. Me gusta la forma ordenada y coherente de hacer las cosas. 30. No uso mi tiempo de la mejor manera posible 31. Analizo con cuidado las ventajas y las desventajas de las varias formas de realizar las tareas.	1. Nunca 2. Rara veces 3. Algunas veces 4. La mayoría de veces 5. Siempre	CUESTIONARIO DE ENCUESTA
		Compromiso	32. Separo mis actividades laborales de mis actividades familiares o personales. 33. Hago lo que sea necesario para cumplir mi trabajo. 34. Cuando estoy trabajando con una fecha de entrega, verifico regularmente si puedo terminar el trabajo dentro del plazo fijado. 35. Me enfado conmigo mismo cuando no consigo hacer lo que quiero. 36. Como responsable del grupo de trabajo siempre estoy al tanto de la ejecución de las funciones de las personas. 37. Para culminar mis actividades laborales en el tiempo establecido hago un esfuerzo personal.		
		Resolución de problemas	38. Si una determinada manera de resolver un problema no resulta, busco otra. 39. Invierto el tiempo necesario para solucionar una situación dificultosa. 40. Para absolver problemas, diseño diferentes alternativas de solución. 41. Cuando aparecen situaciones problemáticas, los enfrento en forma instantánea. 42. Para convencer a los demás, no me tomo mucho tiempo para pensarlo. 43. Para dar solución a los problemas, pienso en diversas alternativas.		
	Capacidad de planificación	Búsqueda de información	44. Cuando estoy conversando con una persona, la escucho con mucha atención. 45. Busco diferentes fuentes de información que me ayuden en mis trabajos y proyectos. 46. Muchas veces, actúo sin buscar información. 47. Para lograr mis metas, hago las cosas con lo mejor de mí. 48. Para hacer las cosas, busco las mejores alternativas económicas. 49. Busco asesoramiento de personas que conocen las características y/o necesidades de mis proyectos productivos.	1. Nunca 2. Rara veces 3. Algunas veces 4. La mayoría de veces 5. Siempre	CUESTIONARIO DE ENCUESTA
		Monitoreo	50. Cuando mi trabajo esta satisfactorio, no invierto más tiempo en mejorarlo. 51. Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona, me esfuerzo para que quede muy satisfecha con el resultado. 52. Con respecto a las personas que saben que hacer, se me hace difícil darles órdenes. 53. Realizo las cosas sin tener un resultado claro en mente. 54. Hago las cosas antes que se vuelvan urgentes.		
		Utilización de recursos financieros	55. Sé cuánto dinero es necesario para desarrollar mis proyectos o actividades. 56. Mis recursos económicos, los administro adecuadamente.		

			<p>57. La mayor parte del dinero que utilizo en mi proyecto o trabajo, lo tomo prestado.</p> <p>58. Mis proyectos incluyen cuestiones financieras.</p> <p>59. Al planificar mis proyectos productivos, se cuánto dinero tendré como utilidad.</p> <p>60. Al poner en marcha mis actividades, no me interesan las consecuencias económicas que tengan.</p>	<p>1. Nunca</p> <p>2. Rara veces</p> <p>3. Algunas veces</p> <p>4. La mayoría de veces</p> <p>5. Siempre</p>	<p>CUESTIONARIO DE ENCUESTA</p>
	Planificación sistemática	<p>61. Cuando no se algo, no tengo problemas en admitirlo.</p> <p>62. Dividiendo en varias partes pequeñas un trabajo para mí es una buena planificación.</p> <p>63. Hago las cosas incluso antes de tener claro cómo se deben hacer.</p> <p>64. Cuando encuentro una gran dificultad, busco realizar otras actividades.</p> <p>65. Cuando tengo que realizar un trabajo para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro (a) que entendí lo que la persona desea.</p>			
	Establecimiento de metas	<p>66. Cuando comienzo un trabajo o proyecto, reúno toda la información posible</p> <p>67. Me establezco metas.</p> <p>68. Para mí lo más importante es cumplir con mis objetivos.</p> <p>69. No sé cuánto me falta para conseguir mis objetivos.</p>			
Capacidad de relacionarse socialmente	Persuasión	<p>70. Mis puntos de vista son muy importantes, por ello consigo que otras personas los apoyen.</p> <p>71. Les digo a las personas lo que tienen que hacer, aunque no lo quieran hacer.</p> <p>72. No consigo que personas con firmes puntos de vista cambien su forma de pensar.</p> <p>73. Soy muy persuasivo(a) con los demás.</p> <p>74. Mis ideas tienen buen argumento para convencer a otros.</p> <p>75. Tengo la capacidad de ejecutar lo que me propongo hacer por ello lo utilizarlo para convencerlos.</p>	<p>1. Nunca</p> <p>2. Rara veces</p> <p>3. Algunas veces</p> <p>4. La mayoría de veces</p> <p>5. Siempre</p>	<p>CUESTIONARIO DE ENCUESTA</p>	
	Optimización de la red de contactos	<p>76. Desarrollo estrategias para influir a otros.</p> <p>77. A veces saco ventajas de alguien.</p> <p>78. Identifico que personas son capaces de ayudarme a alcanzar mis objetivos.</p> <p>79. Si estoy enfadado(a) con alguien, se lo hago saber.</p>			
	Autoconfianza	<p>80. Tengo una visión clara de mi futuro.</p> <p>81. Cuando otras personas no estén de acuerdo con mis decisiones, yo me mantengo firme.</p> <p>82. Ya no cambio la alternativa de solución si una vez fue la mejor.</p> <p>83. Si otras personas no están de acuerdo con mis puntos de vista, yo cambio mi forma de reflexionar.</p> <p>84. Mi confianza en el éxito hace que haga alguna cosa difícil o desafiante.</p> <p>85. Las cosas arriesgadas son mis favoritas.</p>			

Anexo N.º 4. Instrumentos de investigación

CUESTIONARIO 01 DE LA UTILIZACIÓN DE APLICATIVOS DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

OBJETIVO: Gracias señor (ita) emprendedor(a) por brindarnos su tiempo para resolver este conjunto de preguntas o afirmaciones de forma anónima (69), describen la utilización de aplicativos TICs. Sus respuestas deben marcarla con mucha libertad y responsabilidad.

SUGERENCIAS: Lea en forma clara y con mucha atención cada una de las preguntas o afirmaciones y elija en una escala de cinco opciones, la cual describa mejor su conocimiento. Marque con X. Sea lo más realista posible.

1	2	3	4	5
Nunca	Rara veces	Algunas veces	La mayoría de veces	Siempre

Nº	PREGUNTA	Nunca	Rara veces	Algunas veces	La mayoría	Siempre
1.	Facebook es un portal Web al cual se puede acceder desde una PC, laptop, Tablet y Smartphone.	1	2	3	4	5
2.	Facebook tuvo como público objetivo inicialmente jóvenes entre 18 y 24 años aproximadamente.	1	2	3	4	5
3.	FanPage es un sitio Web de mercadotecnia para las microempresas y empresas porque permite conectar a posibles clientes.	1	2	3	4	5
4.	Puede crear una FanPage para su empresa con su misma cuenta de perfil como propietario o administrador de la cuenta.	1	2	3	4	5
5.	Al momento de crear su FanPage debe añadir una dirección web. Se sugiere que use el nombre de su emprendimiento. Por ejemplo: https://www.youtube.com/ñapancha/	1	2	3	4	5
6.	El menú para añadir nuevos usuarios y roles en una FanPage está en: Configuración y de ahí ingresar a Roles de página. Ahí podremos nombrar nuevos administradores, editores, moderadores, anunciantes o analistas.	1	2	3	4	5
7.	Público objetivo es la capacidad de un producto, una marca, un blog o una aplicación de crear relaciones sólidas y duraderas con sus usuarios generando ese compromiso.	1	2	3	4	5
8.	Facebook FanPage es un espacio que reúne a personas interesadas en un asunto en común, personaje en común, empresa o emprendimiento.	1	2	3	4	5
9.	Facebook Audience Insights permite informar en forma globalizada de 2 agrupaciones de individuos (uno de aquellos que están enlazados a tu página y el otro que está integrado por individuos en Facebook).	1	2	3	4	5
10.	Facebook Insights permite analizar y comprender la demografía de los seguidores y monitorear a la competencia.	1	2	3	4	5
11.	Sabiendo tu target tienes la posibilidad de elaborar temas que cautiven su interés y encuentres con facilidad individuos semejantes a tu público o cliente potencial.	1	2	3	4	5
12.	Facebook Insights nos permite rastrear las actualizaciones individualmente. Aquí se puede ver si tienen éxito, qué tipo de noticias son las que más se comparten o comentan, entre otros.	1	2	3	4	5
13.	Twitter te permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 280 caracteres a tus clientes potenciales.	1	2	3	4	5

14.	Para conseguir que los usuarios lleguen a la página de tus productos y los compren, puedes utilizar Twitter con seguidores para comunicar ofertas y promociones.	1	2	3	4	5
15.	Linkedin es una red social orientada al uso empresarial, a los negocios y al empleo.	1	2	3	4	5
16.	La importancia que ha adquirido los aplicativos como Google Maps porque proporcionan representaciones deslizables de mapas, también fotos vía satelital del planeta inclusive el recorrido de las diversas ubicaciones o representaciones de calles.	1	2	3	4	5
17.	Con Google Maps, los usuarios pueden visualizar la congestión vehicular al instante.	1	2	3	4	5
18.	Google Maps incluye una calculadora de recorrido a pie, en automóvil, bici (beta) y transporte colectivo.	1	2	3	4	5
19.	Google Maps presenta tres opciones de vista de mapas: nominal, satelital y terreno.	1	2	3	4	5
20.	Con Google Maps no podrá compartir la URL o dirección web de la ubicación del negocio.	1	2	3	4	5
21.	Con la opción Zoom de acercamiento que ofrece Google Maps, la persona podrá ubicarse exactamente donde se encuentra el negocio.	1	2	3	4	5
22.	Google Maps Go. incluye una navegación GPS permitiendo información instantánea las 24 horas.	1	2	3	4	5
23.	Con Google My Business no se pueden incluir en forma virtual la producción de Google, búsquedas y mapas.	1	2	3	4	5
24.	Google My Business no es gratis y no es efectivo ya que de igual modo el negocio no aparecerá en Google.	1	2	3	4	5
25.	Con Google My Business se puede verificar y editar el informe de tu microempresa de forma que pueda ayudar a los usuarios a encontrarla y narrarles tu historia.	1	2	3	4	5
26.	Google My Business es un instrumento gratuito y sencillo de utilizar donde las empresas e instituciones tienen presencia en internet sin ni siquiera disponer de página web.	1	2	3	4	5
27.	Google My Business incluye mapas turísticos y comunica a tus clientes, la ubicación exacta de tu negocio.	1	2	3	4	5
28.	Google Street View es un servicio de presentación de Google Maps y de Google Earth la cual nos da una vista panorámica de calles de 360° de giro horizontal y 290° de giro vertical.	1	2	3	4	5
29.	Con Google Street View puede realizar la navegación por medio de estas representaciones usando el cursor de las teclas del dispositivo o por medio del mouse.	1	2	3	4	5
30.	Google Maps Views nos permite conectar entre sí nuestras fotografías esféricas para crear una constelación que nos ofrecerá recorridos Street View.	1	2	3	4	5
31.	Para crear nuestro Street View lo primero que tenemos que hacer es tomar las fotografías esféricas geoetiquetadas de nuestro recorrido y subirlas a Google Maps.	1	2	3	4	5
32.	Google Earth es un programa informático que muestra un globo terráqueo virtual que permite visualizar múltiple cartografía, basado en imágenes satelitales.	1	2	3	4	5
33.	El mapa de Google Earth está compuesto por una superposición de imágenes satelitales, fotografías aéreas, información geográfica proveniente de modelos de datos SIG de todo el mundo y modelos creados por computadora.	1	2	3	4	5
34.	YouTube tiene una diversidad de videos de filmes, programación de tv y videos de música, también tiene temas de aficionados entre los que están el video, blog y Youtube Gaming.	1	2	3	4	5
35.	Un canal de YouTube es el lugar en que elaboramos y subimos un video o una lista de reproducción con la finalidad de que otros usuarios puedan observarlos.	1	2	3	4	5

36.	Los canales de YouTube pueden ser personalizado y en ellos podríamos hallar algún video creado por nosotros, en favoritos, en suscripción y comentarios.	1	2	3	4	5
37.	Los videos en YouTube son 53 veces más eficaces para alcanzar los primeros puestos de la primera página de Google, que una página de texto.	1	2	3	4	5
38.	Más de tres mil millones de videos son vistos al día en YouTube. Se suben más videos a YouTube en un mes que el total de materiales audiovisuales que han creado las tres principales cadenas televisivas de Estados Unidos en 60 años.	1	2	3	4	5
39.	Cada día se reproducen 500 horas de video en YouTube a través de Facebook y más de 700 videos de YouTube son vistos y compartidos en Twitter cada minuto.	1	2	3	4	5
40.	Aplicación de estrategias de marketing para empresas, es un instrumento efectivo para dar a conocer un producto o servicios, aunque sus precios no son aptos para negocios modestos.	1	2	3	4	5
41.	Mediante el resurgimiento del video Marketing, se encuentra la oportunidad de tener un medio de difusión gratis logrando en pocos meses, un exitoso trampolín en el ciberespacio, un enganche y posicionamiento de tu marca.	1	2	3	4	5
42.	En YouTube para empresas se debe tener una estrategia que pueda marcar una diferencia de tu empresa con las demás empresas que compiten en el mercado para lograr más gente que te siga y que su uso tenga sus utilidades.	1	2	3	4	5
43.	Debemos de captar la atención del espectador en los primeros segundos, por lo que debemos ser claros e ir directo al mensaje que queremos transmitir.	1	2	3	4	5
44.	Es imprescindible que escuchemos a nuestra audiencia cada vez que publiquemos un video. Los comentarios que hacen son muy útiles a la hora de crear el siguiente video. No olvidemos, por tanto, añadir siempre una llamada a la acción.	1	2	3	4	5
45.	En vídeo marketing funciona muy bien contar una historia (anécdota, empleados, clientes, etc.) ligada al mensaje y ser posible con un toque de humor.	1	2	3	4	5
46.	YouTube Analytics permite analizar las actividades del usuario relativo a los videos que subimos y los canales en YouTube.	1	2	3	4	5
47.	YouTube Analytics actualmente está compuesto en Creator Studio, nombre con el que es conocido el principal tablero de mando de You Tube.	1	2	3	4	5
48.	YouTube Analytics nos permite saber la resonancia que adquieren los videos que ponemos a nuestro canal, es de suma importancia para saber la conveniencia en nuestra planificación de mercadeo de contenido en SEO Y SEM.	1	2	3	4	5
49.	Para que YouTube Analytics evalúe campañas de productos o servicios, debemos configurarlo, según esto permitirá calcular cuando y cuanto retornara lo invertido (ROI).	1	2	3	4	5
50.	YouTube Analytics evalúa el grado de efectividad de los videos en actividades de social media en medio nuestra planificación total de mercadeo on line.	1	2	3	4	5
51.	YouTube Analytics mide y analiza la interacción de los potenciales usuarios con los videos que subimos acerca de un producto o servicio.	1	2	3	4	5
52.	iOS es un sistema operativo móvil solo para dispositivos Apple. Originalmente desarrollado para el iPhone, después se ha usado en iPod touch y el iPad.	1	2	3	4	5
53.	Windows 10 Mobile es un sistema operativo fabricado por Microsoft disponible para teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras.	1	2	3	4	5
54.	Android es un sistema operativo móvil desarrollado por Google para dispositivos móviles con pantalla táctil, como teléfonos inteligentes, tabletas, relojes inteligentes (Wear OS), automóviles (Android Auto) y televisores (Android TV).	1	2	3	4	5

55.	Con WhatsApp Messenger se puede recibir y enviar mensajes de textos, imágenes fotográficas, vídeos cortos y grabación de voz, también con acceso a llamar de forma telefónica y videollamadas.	1	2	3	4	5
56.	Con Instagram puedes editar fotos, añadir efectos a tus imágenes y compartir vídeos en tus redes sociales.	1	2	3	4	5
57.	Netflix cuenta con un amplísimo catálogo de películas y series originales y compradas. Necesitas tener una cuenta y estar abonado a uno de sus planes de pago, aunque la aplicación se puede descargar gratuitamente.	1	2	3	4	5
58.	Es Spotify es una App de música en streaming por excelencia. Puedes utilizarlo de manera gratuita u optar por su cuenta Premium con muchas más prestaciones para descubrir nuevos artistas y álbumes.	1	2	3	4	5
59.	Amazon Kindle es una App para Android nos permite tener acceso a miles de libros electrónicos desde tu smartphone.	1	2	3	4	5
60.	Flickr es una App de red social para compartir fotos sobre un portafolio fotográfico.	1	2	3	4	5
61.	Google Apps convierten a los smartphones en microcomputadores, gracias a las aplicativos de ofimática que permiten trabajar de manera cómoda cuando estás fuera de la oficina.	1	2	3	4	5
62.	eBay es una App de compras de productos de segunda mano al mejor precio desde la página web y sus teléfonos móviles.	1	2	3	4	5
63.	Una de las Apps más conocidas del BCP es Yape que permite realizar transferencias sin conocer el número de cuenta de destino ni tener token. Según la entidad bancaria, solo es necesario conocer el número de celular del destinatario.	1	2	3	4	5
64.	El WireFrame o boceto, es el esqueleto del diseño de la App, que puede ser fotografiado desde una cámara del móvil utilizando PopApp.	1	2	3	4	5
65.	En caso de que el cliente quisiera realizar cambios en el diseño será mucho más fácil hacerlos desde la herramienta de prototipado conocida como Marvel. Incluso podemos convertir los borradores en prototipos con objetos insertados en links web.	1	2	3	4	5
66.	Con Proto.io se puede crear prototipos de app con animaciones desde su sitio web para diversos elementos que detecte la cámara del móvil y usar “timelines” para configurar la duración de la animación.	1	2	3	4	5
67.	JustInMind, una aplicación que permite identificar problemas de usabilidad. Maneja paneles dinámicos y los eventos, de modo que podemos trabajar desde cualquier lugar.	1	2	3	4	5
68.	Fluid incorpora un editor con diferentes Wireframe para diversas plataformas. De forma gratuita puedes crear proyectos de hasta 10 plantillas.	1	2	3	4	5
69.	Balsamiq Mockups es una herramienta que permite diseñar de forma rápida y sencilla maquetas de interfaz para webs y aplicativos móviles.	1	2	3	4	5

CUESTIONARIO 02 DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA

OBJETIVO: Gracias señor(ita) emprendedor(a) por brindarnos su tiempo para resolver este conjunto de preguntas o afirmaciones de forma anónima (85), describen reacciones y conductas ante circunstancias diarias de trabajo. Las respuestas deben expresarla libremente, pero con mucha responsabilidad.

SUGERENCIAS: Lea en forma clara y con mucha atención cada una de las preguntas o afirmaciones y elija en una escala de cinco opciones, la cual describa mejor su conocimiento. Marque con X. Sea lo más realista posible.

1	2	3	4	5
Nunca	Rara veces	Algunas veces	La mayoría de veces	Siempre

Nº	PREGUNTA	Nunca	Rara veces	Algunas veces	La mayoría de veces	Siempre
1.	Me fortalezco cada para avasallar dificultades y riesgos y lograr mis objetivos diariamente con seguridad.	1	2	3	4	5
2.	Comparo mis logros con mis expectativas.	1	2	3	4	5
3.	Tengo afán de imponerme a conseguir objetivos con la finalidad de apoyar a individuos de mi entorno y ser una mejor persona cada día.	1	2	3	4	5
4.	Me molesto conmigo mismo cuando pierdo tiempo.	1	2	3	4	5
5.	Implemento metas y compromisos conmigo mismo para asegurar la calidad en mi trabajo diario.	1	2	3	4	5
6.	Hago lo que es necesario, sin que otros tengan que pedírmelo.	1	2	3	4	5
7.	Mi pro actividad hace que busque diversas formas para poder hacer las cosas cuando tengo dificultades.	1	2	3	4	5
8.	Cuando visualizo oportunidades para conseguir objetivos, verifico antes el mejor proceso a seguir.	1	2	3	4	5
9.	Mi resiliencia me lleva a resistirme a estar de acuerdo con las experiencias de otras personas.	1	2	3	4	5
10.	Mi constancia hace que busque soluciones para el bien común.	1	2	3	4	5
11.	Busco eficacia entre otros detalles en mi día a día para concretar mis metas.	1	2	3	4	5
12.	A cada cosa que es necesaria que se haga, las hago.	1	2	3	4	5
13.	Saco ventajas de las oportunidades que surgen.	1	2	3	4	5
14.	Tengo fascinación por los nuevos retos y otras oportunidades.	1	2	3	4	5
15.	Busco formas de hacer las cosas más rápidamente.	1	2	3	4	5
16.	Estoy atento(a) a las oportunidades para hacer cosas nuevas.	1	2	3	4	5
17.	Intento hacer cosas nuevas y diferentes de las que siempre he hecho.	1	2	3	4	5
18.	Mi insistencia hace que otros individuos hagan lo que deseo.	1	2	3	4	5
19.	Me disgusto conmigo mismo cuando las cosas no se hacen bien.	1	2	3	4	5
20.	El éxito en mis logros se basa en la confianza que me tengo.	1	2	3	4	5
21.	Me esfuerzo mucho para realizar mi trabajo.	1	2	3	4	5
22.	Comunicar a otras personas sobre los indicadores de desempeño que no han alcanzado es importante para mí.	1	2	3	4	5
23.	Mis acciones dependen de los mandatos que reciba de mis superiores.	1	2	3	4	5
24.	Mi resultado en el trabajo es mejor que el de otras personas.	1	2	3	4	5

25.	Me adelanto a momentos de dificultad que puedan presentarse y avizoro lo que haría en caso de que aparezca.	1	2	3	4	5
26.	Tengo muchos proyectos en mente.	1	2	3	4	5
27.	Tuve fracasos en el pasado.	1	2	3	4	5
28.	Intento varias formas de superar los obstáculos que complican la realización de mis objetivos.	1	2	3	4	5
29.	Me gusta la forma ordenada y coherente de hacer las cosas.	1	2	3	4	5
30.	No uso mi tiempo de la mejor manera posible	1	2	3	4	5
31.	Analizo con cuidado las ventajas y las desventajas de las varias formas de realizar las tareas.	1	2	3	4	5
32.	Separo mis actividades laborales de mis actividades familiares o personales.	1	2	3	4	5
33.	Hago lo que sea necesario para cumplir mi trabajo.	1	2	3	4	5
34.	Cuando estoy trabajando con una fecha de entrega, verifico regularmente si puedo terminar el trabajo dentro del plazo fijado.	1	2	3	4	5
35.	Me enfado conmigo mismo cuando no consigo hacer lo que quiero.	1	2	3	4	5
36.	Como responsable del grupo de trabajo siempre estoy al tanto de la ejecución de las funciones de las personas.	1	2	3	4	5
37.	Para culminar mis actividades laborales en el tiempo establecido hago un esfuerzo personal.	1	2	3	4	5
38.	Si una determinada manera de resolver un problema no resulta, busco otra.	1	2	3	4	5
39.	Invierto el tiempo necesario para solucionar una situación dificultosa.	1	2	3	4	5
40.	Para absolver problemas, diseño diferentes alternativas de solución.	1	2	3	4	5
41.	Cuando aparecen situaciones problemáticas, los enfrento en forma instantánea.	1	2	3	4	5
42.	Para convencer a los demás, no me tomo mucho tiempo para pensarlo.	1	2	3	4	5
43.	Para dar solución a los problemas, pienso en diversas alternativas.					
44.	Cuando estoy conversando con una persona, la escucho con mucha atención.	1	2	3	4	5
45.	Busco diferentes fuentes de información que me ayuden en mis trabajos y proyectos.	1	2	3	4	5
46.	Muchas veces, actúo sin buscar información.	1	2	3	4	5
47.	Para lograr mis metas, hago las cosas con lo mejor de mí.	1	2	3	4	5
48.	Para hacer las cosas, busco las mejores alternativas económicas.	1	2	3	4	5
49.	Busco asesoramiento de personas que conocen las características y/o necesidades de mis proyectos productivos.	1	2	3	4	5
50.	Cuando mi trabajo esta satisfactorio, no invierto más tiempo en mejorarlo.	1	2	3	4	5
51.	Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona, me esfuerzo para que quede muy satisfecha con el resultado.	1	2	3	4	5
52.	Con respecto a las personas que saben que hacer, se me hace difícil darles órdenes.	1	2	3	4	5
53.	Realizo las cosas sin tener un resultado claro en mente.	1	2	3	4	5
54.	Hago las cosas antes que se vuelvan urgentes.	1	2	3	4	5
55.	Sé cuánto dinero es necesario para desarrollar mis proyectos o actividades.	1	2	3	4	5
56.	Mis recursos económicos, los administro adecuadamente.	1	2	3	4	5
57.	La mayor parte del dinero que utilizo en mi proyecto o trabajo, lo tomo prestado.	1	2	3	4	5
58.	Mis proyectos incluyen cuestiones financieras.	1	2	3	4	5
59.	Al planificar mis proyectos productivos, se cuánto dinero tendré como utilidad.	1	2	3	4	5
60.	Al poner en marcha mis actividades, no me interesan las consecuencias económicas que tengan.	1	2	3	4	5
61.	Cuando no se algo, no tengo problemas en admitirlo.	1	2	3	4	5
62.	Dividiendo en varias partes pequeñas un trabajo para mí es una buena planificación.	1	2	3	4	5

63.	Hago las cosas incluso antes de tener claro cómo se deben hacer.	1	2	3	4	5
64.	Cuando encuentro una gran dificultad, busco realizar otras actividades.	1	2	3	4	5
65.	Cuando tengo que realizar un trabajo para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro (a) que entendí lo que la persona desea.	1	2	3	4	5
66.	Cuando comienzo un trabajo o proyecto, reúno toda la información posible	1	2	3	4	5
67.	Me establezco metas.	1	2	3	4	5
68.	Para mí lo más importante es cumplir con mis objetivos.	1	2	3	4	5
69.	No sé cuánto me falta para conseguir mis objetivos.	1	2	3	4	5
70.	Mis puntos de vista son muy importantes, por ello consigo que otras personas los apoyen.	1	2	3	4	5
71.	Les digo a las personas lo que tienen que hacer, aunque no lo quieran hacer.	1	2	3	4	5
72.	No consigo que personas con firmes puntos de vista cambien su forma de pensar.	1	2	3	4	5
73.	Soy muy persuasivo(a) con los demás.	1	2	3	4	5
74.	Mis ideas tienen buen argumento para convencer a otros.	1	2	3	4	5
75.	Tengo la capacidad de ejecutar lo que me propongo hacer por ello lo utilizarlo para convencerlos.	1	2	3	4	5
76.	Desarrollo estrategias para influir a otros.	1	2	3	4	5
77.	A veces saco ventajas de alguien.	1	2	3	4	5
78.	Identifico que personas son capaces de ayudarme a alcanzar mis objetivos.	1	2	3	4	5
79.	Si estoy enfadado(a) con alguien, se lo hago saber.	1	2	3	4	5
80.	Tengo una visión clara de mi futuro.	1	2	3	4	5
81.	Cuando otras personas no estén de acuerdo con mis decisiones, yo me mantengo firme.	1	2	3	4	5
82.	Ya no cambio la alternativa de solución si una vez fue la mejor.	1	2	3	4	5
83.	Si otras personas no están de acuerdo con mis puntos de vista, yo cambio mi forma de reflexionar.	1	2	3	4	5
84.	Mi confianza en el éxito hace que haga alguna cosa difícil o desafiante.	1	2	3	4	5
85.	Las cosas arriesgadas son mis favoritas.	1	2	3	4	5

Anexo N.º 5. Registros de Datos del Trabajo de Campo

Base de Datos de la Variable 01: Utilización de Aplicativos TIC con sus cinco (05) respectivas dimensiones e indicadores

=VAR(B6:B185)																		
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	
1	ANÁLISIS ESTADÍSTICO																	
2	VARIABLE 1: La Utilización de Aplicativos TIC																	
3	DIMENSIONES												Red Social Facebook			Social Media		
4	INDICADORES																	
		FanPage					Facebook Audience Insights					Twitter		Linked In				
5	ITEMS	1. Facebook es un portal Web al cual se puede acceder desde una PC, laptop, Tablet y Smartphone.	2. Facebook tuvo como público objetivo inicialmente jóvenes entre 18 y 24 años aproximadamente.	3. FanPage es un sitio Web de mercadotecnia para las microempresas y empresas porque permite conectar a posibles clientes.	4. Puede crear una FanPage para su empresa con su misma cuenta de perfil como propietario o administrador de	5. Al momento de crear su FanPage debe añadir una dirección web. Se sugiere que use el nombre de su emprendimiento.	6. El menú para añadir nuevos usuarios y roles en una FanPage está en: Configuración y de ahí ingresar a Roles de página. Ahí podremos nombrar nuevos	7. Público objetivo es la capacidad de un producto, una marca, un blog o una aplicación de crear relaciones	8. Facebook FanPage es un espacio que reúne a personas interesadas en un asunto en común, personaje en común,	9. Facebook Audience Insights permite informar en forma globalizada de 2 agrupaciones de individuos (uno de	10. Facebook Insights permite analizar y comprender la demografía de los seguidores y monitorear a la	11. Sabiendo tu target tienes la posibilidad de elaborar temas que cautiven su interés y encuentres con facilidad	12. Facebook Insights nos permite rastrear las actualizaciones individualmente. Aquí se puede ver si tienen éxito, qué tipo de noticias son las que	13. Twitter te permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 280 caracteres a	Twitter con	14. Para conseguir que los usuarios lleguen a la página de tus productos y los compren, puedes utilizar	15. LinkedIn es una red social orientada al uso empresarial, a los negocios y al empleo.	16. La importancia que ha adquirido los aplicativos como Google Maps porque proporcionan
6	Encuesta_1	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	
7	Encuesta_2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	
8	Encuesta_3	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	3	5	5	5		
9	Encuesta_4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5		
10	Encuesta_5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5		
11	Encuesta_6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5		
12	Encuesta_7	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4		
13	Encuesta_8	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5		
14	Encuesta_9	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4		
15	Encuesta_10	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	5		
16	Encuesta_11	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3		
17	Encuesta_12	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4		
18	Encuesta_13	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3		
19	Encuesta_14	5	3	4	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5		
20	Encuesta_15	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	5		
21	Encuesta_16	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5		
22	Encuesta_17	5	3	3	5	3	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4		
23	Encuesta_18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5		
24	Encuesta_19	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4		

CONCATE... X ✓ fx =VAR(B6:B185)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	
1	ANALISIS ESTADISTICO																	
2	VARIABLE 1: La Utilización de Aplicativos TIC																	
3	DIMENSIONES	Red Social Facebook											Social Media					
4	INDICADORES	FanPage					Facebook Audience Insights						Twitter		Linked In			
5	ITEMS	1. Facebook es un portal Web al cual se puede acceder desde una PC, laptop, Tablet y Smartphone.	2. Facebook tuvo como público objetivo inicialmente jóvenes entre 18 y 24 años aproximadamente.	3. FanPage es un sitio Web de mercadotecnia para las microempresas y empresas que permite conectar a posibles clientes.	4. Puede crear una FanPage para su empresa con su mismo cuenta de perfil como propietario o administrador de	5. Al momento de crear su FanPage debe añadir una dirección web. Se sugiere que use el nombre de su emprendimiento.	6. El menú para añadir nuevos usuarios y roles en una FanPage está en Configuración y de ahí ingresar a Roles de página. Ahí podremos nombrar nuevos	7. Público objetivo es la capacidad de un producto, una marca, un blog o una aplicación de crear relaciones	8. Facebook FanPage es un espacio que reúne a personas interesadas en un asunto en común, personaje en común,	9. Facebook Audience Insights permite informar en forma globalizada de 2 agrupaciones de individuos (uno de	10. Facebook Insights permite analizar y comprender la demografía de los seguidores y monitorear a la	11. Sabiendo tu target tienes la posibilidad de elaborar temas que cautiven su interés y encuentres con facilidad	12. Facebook Insights nos permite rastrear las actualizaciones individualmente. Aquí se puede ver si tienen éxito, qué tipo de noticias son las que	13. Twitter te permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 280 caracteres a	14. Para conseguir que los usuarios lleguen a la página de tus productos y los compren, puedes utilizar Twitter con	15. LinkedIn es una red social orientada al uso empresarial, a los negocios y al empleo.	16. La importancia que ha adquirido los aplicativos como Google Maps porque proporcionan	
171	Encuesta_166	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	
172	Encuesta_167	5	3	3	5	3	4	5	3	3	5	5	4	4	4	3	4	
173	Encuesta_168	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	
174	Encuesta_169	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	
175	Encuesta_170	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	
176	Encuesta_171	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	
177	Encuesta_172	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
178	Encuesta_173	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	3	4	3	4	5	
179	Encuesta_174	5	3	4	5	3	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	
180	Encuesta_175	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	
181	Encuesta_176	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	
182	Encuesta_177	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	
183	Encuesta_178	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	
184	Encuesta_179	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	
185	Encuesta_180	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	4	5	
186																		
187	Vi	=VAR(B6:B185)		0.52	0.63	0.39		0.51	0.63	0.41	0.63	0.61	0.57	0.57	0.44	0.51	0.61	0.38
188		VAR(número1; [número2]; ...)																
189	MINIMO	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
		ENCUESTAS	CRONBACH	BAREMACION	NORMALIDAD	CHI CUADRADO	RHO DE SPEARMAN											

	A	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	
1	ANÁLISIS ESTADÍSTICO															
2	VARIABLE 1: La Ubicación Geográfica															
3	DIMENSIONES	Sistema de Ubicación Geográfica														
4	INDICADORES	Google Maps					Google my Business					Google Street View				
5	ITEMS	17. Con Google Maps, los usuarios pueden visualizar la congestión vehicular al instante.	18. Google Maps incluye una calculadora de recorrido a pie, en automóvil, bici (bets) y transporte colectivo.	19. Google Maps presenta tres opciones de vista de mapas: nominal, satelital y terreno.	20. Con Google Maps no podrá compartir la URL o dirección web de la ubicación del negocio.	21. Con la opción Zoom de acercamiento que ofrece Google Maps, la persona podrá ubicarse exactamente donde	22. Google Maps Go. incluye una navegación GPS permitiendo información instantánea las 24 horas.	23. Con Google My Business no se pueden incluir en forma virtual la producción de Google, búsquedas	24. Google My Business no es gratis y no es efectivo ya que de igual modo el negocio no aparecerá en	25. Con Google My Business se puede verificar y editar el informe de tu microempresa de forma que pueda ayudar a los usuarios a	26. Google My Business es un instrumento gratuito y sencillo de utilizar donde las empresas e instituciones tienen presencia en internet sin	27. Google My Business incluye mapas turísticos y comunica a tus clientes, la ubicación exacta de tu negocio.	28. Google Street View es un servicio de presentación de Google Maps y de Google Earth la cual nos da una vista	29. Con Google Street View puede realizar la navegación por medio de estas representaciones usando el cursor de	30. Google Maps Views nos permite conectar entre sí nuestras fotografías esféricas para crear una constelación que nos ofrecerá	
6	Encuesta_1	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	
7	Encuesta_2	4	5	3	3	5	3	4	4	5	3	3	4	4	5	
8	Encuesta_3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	
9	Encuesta_4	3	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	
10	Encuesta_5	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	3	
11	Encuesta_6	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	
12	Encuesta_7	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	
13	Encuesta_8	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	
14	Encuesta_9	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	
15	Encuesta_10	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	
16	Encuesta_11	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	
17	Encuesta_12	2	5	3	3	5	2	4	2	5	3	3	4	2	5	
18	Encuesta_13	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	
19	Encuesta_14	3	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	
20	Encuesta_15	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	3	
21	Encuesta_16	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
22	Encuesta_17	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	
23	Encuesta_18	VAR(número1; [número2]; ...)		4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	
24	Encuesta_19	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	

ENCUESTAS

CRONBACH

BAREMACION

NORMALIDAD

CHI CUADRADO

RHO DE SPEARMAN

+

::

◀

CONCATE...		X	✓	fx	=VAR(R6:R185)											
	A	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	
1	ANALISIS ESTADIS															
2	VARIABLE 1: La U															
3	DIMENSIONES	Sistema de Ubicación Geográfica														
4	INDICADORES	Google Maps					Google my Business					Google Street View				
5	ITEMS	17. Con Google Maps, los usuarios pueden visualizar la congestión vehicular al instante.	18. Google Maps incluye una calculadora de recorrido a pie, de automóvil, bici (bets) y transporte colectivo.	19. Google Maps presenta tres opciones de vista de mapas: nominal, satelital y terreno.	20. Con Google Maps no podrá compartir la URL o dirección web de la ubicación del negocio.	21. Con la opción Zoom de acercamiento que ofrece Google Maps, la persona podrá ubicarse exactamente donde	22. Google Maps Go. incluye una navegación GPS permitiendo información instantánea las 24 horas.	23. Con Google My Business no se pueden incluir en forma virtual la producción de Google, búsquedas	24. Google My Business no es gratis y no es efectivo ya que de igual modo el negocio no aparecerá en	25. Con Google My Business se puede verificar y editar el informe de tu microempresa de forma que puedas ayudar a los usuarios a	26. Google My Business es un instrumento gratuito y sencillo de utilizar donde las empresas e instituciones tienen presencia en internet sin	27. Google My Business incluye mapas turísticos y comunica a tus clientes, la ubicación exacta de tu negocio.	28. Google Street View es un servicio de presentación de Google Maps y de Google Earth la cual nos da una vista	29. Con Google Street View puede realizar la navegación por medio de estas representaciones usando el cursor de	30. Google Maps Views nos permite conectar entre sí nuestras fotografías esféricas para crear una constelación que nos ofrecerá	
171	Encuesta_166	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
172	Encuesta_167	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	
173	Encuesta_168	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	
174	Encuesta_169	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	
175	Encuesta_170	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	
176	Encuesta_171	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	
177	Encuesta_172	4	5	3	3	5	3	4	4	5	3	3	4	4	5	
178	Encuesta_173	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	
179	Encuesta_174	3	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	
180	Encuesta_175	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	3	
181	Encuesta_176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
182	Encuesta_177	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	
183	Encuesta_178	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	
184	Encuesta_179	4	2	3	3	2	4	4	4	2	3	3	4	4	2	
185	Encuesta_180	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	3	
186																
187	Vi	=VAR(R6:R185)	0.87	0.56	0.29	0.87	0.37	0.38	0.36	0.87	0.56	0.29	0.38	0.36	0.87	
188		VAR(número1; [número2]; ...)														
189	MINIMO	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	
		ENCUESTAS CRONBACH BAREMACION NORMALIDAD CHI CUADRADO RHO DE SPEARMAN +														

	A	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	
1	ANALISIS ESTADIS																
2	VARIABLE 1: La U																
3	DIMENSIONES					Youtube											
4	INDICADORES	Google Earth			Canal Youtube					Youtube para empresas							
5	ITEMS	31. Para crear nuestro Street View lo primero que tenemos que hacer es tomar las fotografías esféricas geotiquetadas de nuestro recorrido y	32. Google Earth es un programa informático que muestra un globo terráqueo virtual que permite	33. El mapa de Google Earth está compuesto por una superposición de imágenes satelitales, fotografías aéreas, información	34. YouTube tiene una diversidad de videos de filmes, programación de tv y videos de música, también tiene temas de aficionados	35. Un canal de YouTube es el lugar en que elaboramos y subimos un video o una lista de reproducción con la finalidad de que	36. Los canales de YouTube pueden ser personalizado y en ellos podríamos hallar algún video creado por nosotros, en favoritos, en suscripción y	37. Los videos en YouTube son 53 veces más eficaces para alcanzar los primeros puestos de la primera página de Google, que una página de texto.	38. Más de tres mil millones de videos son vistos al día en YouTube. Se suben más videos a YouTube en un mes que el total de	39. Cada día se reproducen 500 horas de video en YouTube a través de Facebook y más de 700 videos de YouTube son vistos	40. Aplicación de estrategias de marketing para empresas, es un instrumento efectivo para dar a conocer un producto o servicios,	41. Mediante el resurgimiento del video Marketing, se encuentra la oportunidad de tener un medio de difusión gratis	42. En YouTube para empresas se debe tener una estrategia que pueda marcar una diferencia de tu empresa con las	43. Debemos de captar la atención del espectador en los primeros segundos, por lo que debemos ser claros e ir directo al mensaje que	44. Es imprescindible que escuchemos a nuestra audiencia cada vez que publiquemos un video. Los comentarios que hacen son muy útiles a la	45. En video marketing funciona muy bien contar una historia (anécdotos, empleados, clientes, etc.) ligada al mensaje y ser	
6	Encuesta_1	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	
7	Encuesta_2	3	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	4	4	5	3	
8	Encuesta_3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	
9	Encuesta_4	5	5	3	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	
10	Encuesta_5	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	
11	Encuesta_6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	
12	Encuesta_7	3	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3	3	
13	Encuesta_8	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	
14	Encuesta_9	3	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	
15	Encuesta_10	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	
16	Encuesta_11	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	
17	Encuesta_12	3	4	2	4	2	5	3	3	5	2	4	2	5	3	3	
18	Encuesta_13	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	
19	Encuesta_14	5	5	3	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	
20	Encuesta_15	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	
21	Encuesta_16	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	
22	Encuesta_17	3	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3	3	
23	Encuesta_18	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	
24	Encuesta_19	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	

ENCUESTAS

CRONBACH

BAREMACION

NORMALIDAD

CHI CUADRADO

RHO DE SPEARMAN



CONCATE... X ✓ fx =VAR(AF6:AF185)

	A	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT
1	ANALISIS ESTADIS															
2	VARIABLE 1: La U															
3	DIMENSIONES	Youtube														
4	INDICADORES	Google Earth	Canal Youtube					Youtube para empresas								
5	ITEMS	31. Para crear nuestro Street View lo primero que tenemos que hacer es tomar las fotografías esféricas geotiquetadas de nuestro recorrido y	32. Google Earth es un programa informático que muestra un globo terráqueo virtual que permite	33. El mapa de Google Earth está compuesto por una superposición de imágenes satelitales, fotografías aéreas, información	34. YouTube tiene una diversidad de videos de filmes, programación de tv y videos de música, también tiene temas de aficionados	35. Un canal de YouTube es el lugar en que elaboramos y subimos un video o una lista de reproducción con la finalidad de que	36. Los canales de YouTube pueden ser personalizados y en ellos podríamos hallar algún video creado por nosotros, en favoritos, en suscripción y	37. Los videos en YouTube son 53 veces más eficaces para alcanzar los primeros puestos de la primera página de Google, que una página de texto.	38. Más de tres mil millones de videos son vistos al día en YouTube. Se suben más videos a YouTube en un mes que el total de	39. Cada día se reproducen 500 horas de video en YouTube a través de Facebook y más de 700 videos de YouTube son vistos	40. Aplicación de estrategias de marketing para empresas, es un instrumento efectivo para dar a conocer un producto o servicios,	41. Mediante el resurgimiento del video Marketing, se encuentra la oportunidad de tener un medio de difusión gratis	42. En YouTube para empresas se debe tener una estrategia que pueda marcar una diferencia de tu empresa con las	43. Debemos de captar la atención del espectador en los primeros segundos, por lo que debemos ser claros e ir directo al mensaje que	44. Es imprescindible que escuchemos a nuestra audiencia cada vez que publiquemos un video. Los comentarios que hacen son muy útiles a la	45. En video marketing funciona muy bien contar una historia (anécdota, empleados, clientes, etc.) ligada al mensaje y ser
171	Encuesta_166	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
172	Encuesta_167	3	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3
173	Encuesta_168	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
174	Encuesta_169	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4
175	Encuesta_170	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
176	Encuesta_171	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4
177	Encuesta_172	3	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	4	4	5	3
178	Encuesta_173	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
179	Encuesta_174	5	5	3	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4
180	Encuesta_175	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4
181	Encuesta_176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
182	Encuesta_177	3	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3
183	Encuesta_178	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
184	Encuesta_179	3	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4	2	3	3
185	Encuesta_180	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4
186																
187	Vi	=VAR(AF6:AF185)	0.38	0.36	0.38	0.36	0.87	0.56	0.29	0.87	0.37	0.38	0.36	0.87	0.56	0.29
188		VAR(número1; [número2]; ...)														
189	MINIMO	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3

ENCUESTAS CRONBACH BAREMACION NORMALIDAD CHI CUADRADO RHO DE SPEARMAN (+)

1	ANALISIS ESTADIS																			
2	VARIABLE 1: La U																			
3	DIMENSIONES								Aplicativos para											
4	INDICADORES								Youtube Analytics				Sistemas Operativos				Comercio Electrónico			
5	ITEMS	46. YouTube Analytics permite analizar las actividades del usuario relativo a los videos que subimos y los	47. YouTube Analytics actualmente está compuesto en Creator Studio, nombre con el que es conocido el	48. YouTube Analytics nos permite saber la resonancia que adquieren los videos que ponemos a nuestro canal, es de suma importancia para saber	49. Para que YouTube Analytics evalúe campañas de productos o servicios, debemos configurarlo, según esto permitirá calcular cuando y	50. YouTube Analytics evalúa el grado de efectividad de los videos en actividades de social media en	51. YouTube Analytics mide y analiza la interacción de los potenciales usuarios con los videos que subimos acerca de un	52. iOS es un sistema operativo móvil solo para dispositivos Apple. Originalmente desarrollado para el iPhone, después se	53. Windows 10 Mobile es un sistema operativo fabricado por Microsoft disponible para teléfonos	54. Android es un sistema operativo móvil desarrollado por Google para dispositivos móviles con pantalla táctil, como teléfonos	55. Con WhatsApp Messenger se puede recibir y enviar mensajes de textos, imágenes fotográficas, videos cortos y grabación de voz, también con	56. Con Instagram puedes editar fotos, añadir efectos a tus imágenes y compartir videos en tus redes sociales.	57. Netflix cuenta con un amplísimo catálogo de películas y series originales y compradas. Necesitas tener una	58. Es Spotify es una App de música en streaming por excelencia. Puedes utilizarlo de manera gratuita u optar por su cuenta Premium con	59. Amazon Kindle es una App para Android nos permite tener acceso a miles de libros electrónicos desde tu	60. Flickr es una App de red social para compartir fotos sobre un portafolio fotográfico.				
6	Encuesta_1	5	4	4	3	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4				
7	Encuesta_2	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4				
8	Encuesta_3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4				
9	Encuesta_4	5	3	4	5	5	3	5	3	4	5	4	5	4	5	3				
10	Encuesta_5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4				
11	Encuesta_6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5				
12	Encuesta_7	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4				
13	Encuesta_8	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4				
14	Encuesta_9	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4				
15	Encuesta_10	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4				
16	Encuesta_11	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4				
17	Encuesta_12	4	2	5	3	4	2	4	2	5	3	3	3	2	4	2				
18	Encuesta_13	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4				
19	Encuesta_14	5	3	4	5	5	3	5	3	4	5	4	5	4	5	3				
20	Encuesta_15	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4				
21	Encuesta_16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5				
22	Encuesta_17	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4				
23	Encuesta_18	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4				
24	Encuesta_19	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3				

ENCUESTAS

CRONBACH

BAREMACION

NORMALIDAD

CHI CUADRADO

RHO DE SPEARMAN

+

:

◀

□

CONCATE... X ✓ fx =VAR(AU6:AUI85)

	A	AU	AV	AW	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BF	BG	BH	BI	
1	ANALISIS ESTADIS																
2	VARIABLE 1: La U																
3	DIMENSIONES							Aplicativos para									
4	INDICADORES	Youtube Analytics						Sistemas Operativos				Comercio Electrónico					
5	ITEMS	46. YouTube Analytics permite analizar las actividades del usuario relativo a los videos que subimos y los	47. YouTube Analytics actualmente está compuesto en Creator Studio, nombre con el que es conocido el	48. YouTube Analytics nos permite saber la resonancia que adquieren los videos que ponemos a nuestro canal, es de suma importancia para saber	49. Para que YouTube Analytics evalúe campañas de productos o servicios, debemos configurarlo, según esto permitirás calcular cuando y	50. YouTube Analytics evalúa el grado de efectividad de los videos en actividades de social media en	51. YouTube Analytics mide y analiza la interacción de los potenciales usuarios con los videos que subimos acerca de un	52. iOS es un sistema operativo móvil solo para dispositivos Apple. Originalmente desarrollado para el iPhone, después se	53. Windows 10 Mobile es un sistema operativo fabricado por Microsoft disponible para teléfonos	54. Android es un sistema operativo móvil desarrollado por Google para dispositivos móviles con pantalla táctil, como teléfonos	55. Con WhatsApp Messenger se puede recibir y enviar mensajes de textos, imágenes fotográficas, videos cortos y grabación de voz, también con	56. Con Instagram puedes editar fotos, añadir efectos a tus imágenes y compartir videos en tus redes sociales.	57. Netflix cuenta con un amplísimo catálogo de películas y series originales y compradas. Necesitas tener una	58. Es Spotify es una App de música en streaming por excelencia. Puedes utilizarlo de manera gratuita u optar por su cuenta Premium con	59. Amazon Kindle es una App para Android nos permite tener acceso a miles de libros electrónicos desde tu	60. Flickr es una App de red social para compartir fotos sobre un portafolio fotográfico.	
171	Encuesta_166	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
172	Encuesta_167	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	
173	Encuesta_168	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	
174	Encuesta_169	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	
175	Encuesta_170	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	
176	Encuesta_171	5	4	4	3	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4	
177	Encuesta_172	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	
178	Encuesta_173	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	
179	Encuesta_174	5	3	4	5	5	3	5	3	4	5	4	5	4	5	3	
180	Encuesta_175	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	
181	Encuesta_176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
182	Encuesta_177	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	
183	Encuesta_178	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	
184	Encuesta_179	4	4	2	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	
185	Encuesta_180	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	
186																	
187	Vi	=VAR(AU6:AUI85)		0.87	0.56	0.38	0.36	0.38	0.36	0.87	0.56	0.29	0.56	0.37	0.38	0.36	
188		VAR(número1; [número2]; ...)															
189	MINIMO	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	

ENCUESTAS CRONBACH BAREMACION NORMALIDAD CHI CUADRADO RHO DE SPEARMAN (+)

=MAX(BS6:BS35)												
	A	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BS
1	ANALISIS ESTADIS											
2	VARIABLE 1: La U											337
3	DIMENSIONES	Aplicativos para celulares móviles										227
4	INDICADORES	Aplicativos para celulares móviles					Apps para prototipar					280.1666667
5	ITEMS	60. Flickr es una App de red social para compartir fotos sobre un portafolio fotográfico.	61. Google Apps convierten a los smartphones en microcomputadores, gracias a las aplicativos de ofimática que permiten	62. eBay es una App de compras de productos de segunda mano al mejor precio desde la página web y sus teléfonos móviles.	63. Una de las Apps más conocidas del BCP es Yape que permite realizar transferencias sin conocer el número	64. El WireFrame o boceto, es el esqueleto del diseño de la App, que puede ser fotografiado desde una cámara del	65. En caso de que el cliente quisiera realizar cambios en el diseño será mucho más fácil hacerlos desde la herramienta de	66. Con Proto.io se puede crear prototipos de app con animaciones desde su sitio web para diversos elementos que detecte la cámara	67. JustInMind, una aplicación que permite identificar problemas de usabilidad. Maneja paneles dinámicos y los eventos, de modo que podemos trabajar	68. Fluid incorpora un editor con diferentes Wireframe para diversas plataformas. De forma gratuita	69. Balsamiq Mockups es una herramienta que permite diseñar de forma rápida y sencilla maquetas de interfaz para webs y	V1 Las aplicativos de las TIC
6	Encuesta_1	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	276
7	Encuesta_2	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4	268
8	Encuesta_3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	308
9	Encuesta_4	3	4	5	4	5	3	4	5	5	4	295
10	Encuesta_5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	273
11	Encuesta_6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	335
12	Encuesta_7	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4	278
13	Encuesta_8	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	309
14	Encuesta_9	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	266
15	Encuesta_10	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	292
16	Encuesta_11	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	227
17	Encuesta_12	2	5	3	3	4	2	5	3	4	2	234
18	Encuesta_13	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	232
19	Encuesta_14	3	4	5	4	5	3	4	5	5	3	292
20	Encuesta_15	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	272
21	Encuesta_16	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	336
22	Encuesta_17	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4	275
23	Encuesta_18	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	302
24	Encuesta_19	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	231
		ENCUESTAS		CRONBACH	BAREMACION	NORMALIDAD	CHI CUADRADO	RHO DE SPEARMAN				

CONCATE... X ✓ fx =VAR(BI6:BI185)

	A	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BS
1	ANALISIS ESTADIS											
2	VARIABLE 1: La U											337
3	DIMENSIONES	Aplicativos para celulares móviles										227
4	INDICADORES	Aplicativos para celulares móviles					Apps para prototipar					280.1666667
5	ITEMS	60. Flickr es una App de red social para compartir fotos sobre un portafolio fotográfico.	61. Google Apps convierten a los smartphones en microcomputadores, gracias a los aplicativos de ofimática que permiten	62. eBay es una App de compras de productos de segunda mano al mejor precio desde la página web y sus teléfonos móviles.	63. Una de las Apps más conocidas del BCP es Yape que permite realizar transferencias sin conocer el número	64. El WireFrame o boceto, es el esqueleto del diseño de la App, que puede ser fotografiado desde una cámara del	65. En caso de que el cliente quisiera realizar cambios en el diseño será mucho más fácil hacerlos desde la herramienta de	66. Con Proto.io se puede crear prototipos de app con animaciones desde su sitio web para diversos elementos que detecte la cámara	67. JustnMind, una aplicación que permite identificar problemas de usabilidad. Maneja paneles dinámicos y los eventos, de modo que podemos trabajar	68. Fluid incorpora un editor con diferentes Wireframe para diversas plataformas. De forma gratuita	69. Balsamiq Mockups es una herramienta que permite diseñar de forma rápida y sencilla maquetas de interfaz para webs y	V1 Las aplicativos de las TIC
171	Encuesta_166	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	335
172	Encuesta_167	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4	270
173	Encuesta_168	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	302
174	Encuesta_169	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	231
175	Encuesta_170	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	293
176	Encuesta_171	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	270
177	Encuesta_172	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4	266
178	Encuesta_173	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	309
179	Encuesta_174	3	4	5	4	5	3	4	5	5	3	292
180	Encuesta_175	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	269
181	Encuesta_176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	338
182	Encuesta_177	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4	277
183	Encuesta_178	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	301
184	Encuesta_179	4	2	3	3	4	4	2	3	4	4	227
185	Encuesta_180	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	269
186												
187	Vi	=VAR(BI6:BI185)	0.87	0.56	0.29	0.38	0.36	0.87	0.56	0.38	0.33	
188		VAR(número1; [número2]; ...)										
189	MINIMO	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	

ENCUESTAS CRONBACH BAREMACION NORMALIDAD CHI CUADRADO RHO DE SPEARMAN

Base de Datos de la Variable 02: Capacidad Emprendedora con sus tres (03) respectivas dimensiones e indicadores

	BU	BV	BW	BX	BY	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH	CI	CJ	CK	CL	CM
1																			
2	VARIABLE 2: La Capacidad Emprendedora																		
3	DIMENSIONES																		
4	INDICADORES																		
5	ITEMS	1. Me fortaleco cada día para avasallar dificultades y riesgos y lograr mis objetivos diariamente con seguridad.	2. Comparo mis logros con mis expectativas.	3. Tengo afán de imponerme a conseguir objetivos con la finalidad de apoyar a individuos de mi entorno y ser uno mismo cuando pierdo tiempo.	4. Me molesto conmigo mismo cuando pierdo tiempo.	5. Implemento metas y compromisos conmigo mismo para asegurar la calidad en mi trabajo diario.	6. Hago lo que es necesario, sin que otros tengan que pedírmelo.	7. Mi pro actividad hace que busque diversas formas para poder hacer las cosas cuando tengo dificultades.	8. Cuando visualizo oportunidades para conseguir objetivos, verifico antes el mejor proceso a seguir.	9. Mi resiliencia me lleva a resistirme a estar de acuerdo con las experiencias de otras personas.	10. Mi constancia hace que busque soluciones para el bien común.	11. Busco eficacia entre otros detalles en mi día a día para concretar mis metas.	12. A cada cosa que es necesaria que se haga, las hago.	13. Saco ventajas de las oportunidades que surgen.	14. Tengo fascinación por los nuevos retos y otras oportunidades.	15. Busco formas de hacer las cosas más rápidamente.	16. Estoy atento(a) a las oportunidades para hacer cosas nuevas.	17. Intento hacer cosas nuevas y diferentes de las que siempre he hecho.	18. Mi insistencia hace que otros hagan lo que deseo.
6	Encuesta_1	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
7	Encuesta_2	4	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5
8	Encuesta_3	4	5	4	5	3	3	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5
9	Encuesta_4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
10	Encuesta_5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4
11	Encuesta_6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5
12	Encuesta_7	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5
13	Encuesta_8	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
14	Encuesta_9	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
15	Encuesta_10	4	5	3	5	4	4	3	3	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5
16	Encuesta_11	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
17	Encuesta_12	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
18	Encuesta_13	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3
19	Encuesta_14	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5
20	Encuesta_15	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
21	Encuesta_16	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5
22	Encuesta_17	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5
23	Encuesta_18	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4
24	Encuesta_19	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4

CONCATE...		=VAR(BV6:BV185)																		
	BU	BV	BW	BX	BY	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH	CI	CJ	CK	CL	CM	
1																				
2	VARIABLE 2: La Capacidad Emprendedora																			
3	DIMENSIONES																			
4	INDICADORES																			
		Exigencia de la calidad					Iniciativa					Búsqueda de oportunidades								
5	ITEMS	1. Me fortalezo cada día para avasallar dificultades y riesgos y lograr mis objetivos diariamente con seguridad.	2. Comparo mis logros con mis expectativas.	3. Tengo afán de imponerme a conseguir objetivos con la finalidad de apoyar a individuos de mi entorno y ser una	4. Me molesto conmigo mismo cuando pierdo tiempo.	5. Implemento metas y compromisos conmigo mismo para asegurar la calidad en mi trabajo diario.	6. Hago lo que es necesario, sin que otros tengan que pedírmelo.	7. Mi pro actividad hace que busque diversas formas para poder hacer las cosas cuando tengo dificultades.	8. Cuando visualizo oportunidades para conseguir objetivos, verifico antes el mejor proceso a seguir.	9. Mi resiliencia me lleva a resistirme a estar de acuerdo con las experiencias de otras personas.	10. Mi constancia hace que busque soluciones para el bien común.	11. Busco eficacia entre otros detalles en mi día a día para concretar mis metas.	12. A cada cosa que es necesario que se haga, las hago.	13. Saco ventajas de las oportunidades que surgen.	14. Tengo fascinación por los nuevos retos y otras oportunidades.	15. Busco formas de hacer las cosas más rápidamente.	16. Estoy atento(a) a las oportunidades para hacer cosas nuevas.	17. Intento hacer cosas nuevas y diferentes de las que siempre he hecho.	18. Mi insistencia hace que otros hagan lo que deseo.	
169	Encuesta_164	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5	
170	Encuesta_165	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	
171	Encuesta_166	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	
172	Encuesta_167	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	
173	Encuesta_168	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	
174	Encuesta_169	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	
175	Encuesta_170	4	5	3	5	4	4	3	3	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	
176	Encuesta_171	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	
177	Encuesta_172	4	5	5	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	4	3	4	4	5	
178	Encuesta_173	4	5	4	5	3	3	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	
179	Encuesta_174	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	3	5	
180	Encuesta_175	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	
181	Encuesta_176	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	
182	Encuesta_177	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	
183	Encuesta_178	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	
184	Encuesta_179	3	4	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	
185	Encuesta_180	3	3	3	3	4	4	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	
186																				
187	Vi	=VAR(BV6:BV185)		0.58	0.42	0.57	0.59	0.30	0.45	0.59	0.53	0.40	0.29	0.36	0.41	0.40	0.38	0.43	0.45	

VAR(número1; [número2]; ...)

BAREMACION

NORMALIDAD

CHI CUADRADO

RHO DE SPEARMAN



CONCATE... X ✓ fx =VAR(BV6:BV185)

	BU	CM	CN	CO	CP	CR	CS	CT	CU	CV	CW	CX	CY	CZ	DA	DB	DC	DD	DE	
1																				
2	VARIABLE 2: La Ca																			
3	DIMENSIONES	Capacidad de Realización																		
4	INDICADORES	Persistencia					Independencia					Eficacia				Compromiso				
5	ITEMS	18. Mi inconstancia hace que otros individuos hagan lo que deseo.	19. Me disgusta conmigo mismo cuando las cosas no se hacen bien.	20. El éxito en mis logros se basa en la confianza que me tengo.	21. Me esfuerzo mucho para realizar mi trabajo.	22. Comunicar a otras personas sobre los indicadores de desempeño que no han alcanzado es importante para mí.	23. Mis acciones dependen de los mandatos que recibo de mis superiores.	24. Mi resultado en el trabajo es mejor que el de otras personas.	25. Me adelanto a momentos de dificultad que puedan presentarse y avizoro lo que haría en caso de que aparezca.	26. Tengo muchos proyectos en mente.	27. Tuve fracasos en el pasado.	28. Intento varias formas de superar los obstáculos que complican la realización de mis objetivos.	29. Me gusta la forma ordenada y coherente de hacer las cosas.	30. No uso mi tiempo de la mejor manera posible.	31. Analizo con cuidado las ventajas y las desventajas de las varias formas de realizar las tareas.	32. Separo mis actividades laborales de mis actividades familiares o	33. Hago lo que sea necesario para cumplir mi trabajo.	34. Cuando estoy trabajando con una fecha de entrega, verifico regularmente si puedo terminar el trabajo dentro del plazo fijado.	35. Me enfado conmigo mismo cuando no consigo hacer lo que quiero.	36. Como responsable del grupo de trabajo siempre estoy al tanto de la ejecución de las funciones de las personas.
6	Encuesta_1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4
7	Encuesta_2	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4
8	Encuesta_3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	3	5	4	4	3	5
9	Encuesta_4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
10	Encuesta_5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4
11	Encuesta_6	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3
12	Encuesta_7	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4
13	Encuesta_8	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4
14	Encuesta_9	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
15	Encuesta_10	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	3	5	4	4	3	3	5	4	4
16	Encuesta_11	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4
17	Encuesta_12	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4
18	Encuesta_13	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
19	Encuesta_14	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5
20	Encuesta_15	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4
21	Encuesta_16	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3
22	Encuesta_17	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4
23	Encuesta_18	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
24	Encuesta_19	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5

VAR(número1; [número2]; ...)

ENCUESTAS CRONOMETR

BAREMACION NORMALIDAD CHI CUADRADO RHO DE SPEARMAN

CONCATE...		=VAR(CM6:CM185)																			
	BU	CM	CN	CO	CP	CO	CR	CS	CT	CU	CV	CW	CX	CY	CZ	DA	DB	DC	DD	DE	
1																					
2	VARIABLE 2: La Ca																				
3	DIMENSIONES	Capacidad de Realización																			
4	INDICADORES	Persistencia					Independencia					Eficacia					Compromiso				
5	ITEMS	18. Mi insistencia hace que otros individuos hagan lo que deseo.	19. Me disgusta conmigo mismo cuando las cosas no se hacen bien.	20. El éxito en mis logros se basa en la confianza que me tengo.	21. Me esfuerzo mucho para realizar mi trabajo.	22. Comunicar a otras personas sobre los indicadores de desempeño que no han alcanzado es importante para mí.	23. Mis acciones dependen de los mandatos que recibo de mis superiores.	24. Mi resultado en el trabajo es mejor que el de otras personas.	25. Me adelanto a momentos de dificultad que puedan presentarse y sigo lo que haría en caso de que apareciera.	26. Tengo muchos proyectos en mente.	27. Tuve fracasos en el pasado.	28. Intento varias formas de superar los obstáculos que complican la realización de mis objetivos.	29. Me gusta la forma ordenada y coherente de hacer las cosas.	30. No uso mi tiempo de la mejor manera posible.	31. Analizo con cuidado las ventajas y las desventajas de las varias formas de realizar las tareas.	32. Separo mis actividades laborales de mis actividades familiares o	33. Hago lo que sea necesario para cumplir mi trabajo.	34. Cuando estoy trabajando con una fecha de entrega, verifico regularmente si puedo terminar el trabajo dentro del plazo fijado.	35. Me enfado conmigo mismo cuando no consigo hacer lo que quiero.	36. Como responsable del grupo de trabajo siempre estoy al tanto de la ejecución de las funciones de las personas.	
163	Encuesta_164	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	
170	Encuesta_165	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	
171	Encuesta_166	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	
172	Encuesta_167	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	
173	Encuesta_168	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	
174	Encuesta_169	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	
175	Encuesta_170	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	3	5	4	4	3	3	5	3	4	
176	Encuesta_171	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	
177	Encuesta_172	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	5	4	
178	Encuesta_173	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	3	5	4	4	4	5	
179	Encuesta_174	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	
180	Encuesta_175	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	
181	Encuesta_176	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	
182	Encuesta_177	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	
183	Encuesta_178	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	
184	Encuesta_179	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	3	3	3	
185	Encuesta_180	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	4	4	
186																					
187	Vi	=VAR(CM6:CM185)		0.40	0.45	0.45	0.58	0.42	0.45	0.45	0.45	0.58	0.42	0.57	0.59	0.30	0.45	0.59	0.53	0.40	
		VAR(número1; [número2]; ...)																			
		ENCUESTAS CRONOMETR																			
		BAREMACION NORMALIDAD CHI CUADRADO RHO DE SPEARMAN																			

	BU	DF	DG	DH	DI	DJ	DK	DL	DM	DN	DO	DP	DQ	DR	DS	DT	DU	DV	DW	
1																				
2	VARIABLE 2: La Ca																			
3	DIMENSIONES																			
4	INDICADORES	Resolución de problemas								Búsqueda de información						Monitoreo				
5	ITEMS	37. Para culminar mis actividades laborales en el tiempo establecido hago un esfuerzo	38. Si una determinada manera de resolver un problema no resulta, busco otra.	39. Invierto el tiempo necesario para solucionar una situación difícil.	40. Para absolver problemas, discño diferentes alternativas de solución.	41. Cuando aparecen situaciones problemáticas, los enfrento en forma instantánea.	42. Para convencer a los demás, no me tomo mucho tiempo para pensarlo.	43. Para dar solución a los problemas, pienso en diversas alternativas.	44. Cuando estoy conversando con una persona, lo escucho con mucha atención.	45. Busco diferentes fuentes de información que me ayuden en mis trabajos y proyectos.	46. Muchas veces, actúo sin buscar información.	47. Para lograr mis metas, hago las cosas con lo mejor de mí.	48. Para hacer las cosas, busco las mejores alternativas económicas.	49. Busco asesoramiento de personas que conocen las características y/o necesidades de mis proyectos	50. Cuando mi trabajo esta satisfactorio, no invierto más tiempo en mejorarlo.	51. Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona, me esfuerzo para que quede muy satisfecho con el resultado.	52. Con respecto a las personas que saben que hacer, se me hace difícil darles órdenes.	53. Realizo las cosas sin tener un resultado claro en mente.	54. Hago las cosas antes que se vuelvan urgentes.	
6	Encuesta_1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	
7	Encuesta_2	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	
8	Encuesta_3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	
9	Encuesta_4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
10	Encuesta_5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	
11	Encuesta_6	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	
12	Encuesta_7	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	
13	Encuesta_8	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
14	Encuesta_9	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	
15	Encuesta_10	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4	
16	Encuesta_11	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	
17	Encuesta_12	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	
18	Encuesta_13	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	
19	Encuesta_14	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
20	Encuesta_15	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	
21	Encuesta_16	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	
22	Encuesta_17	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	
23	Encuesta_18	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	
24	Encuesta_19	4	4	4	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	

ENCUESTAS

CRONBACH

BAREMACION

NORMALIDAD

CHI CUADRADO

RHO DE SPEARMAN

+

:

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

CONCATE... X ✓ fx =VAR(DF6:DF185)

	BU	DF	DG	DH	DI	DJ	DK	DL	DM	DN	DO	DP	DQ	DR	DS	DT	DU	DV	DW
1																			
2	VARIABLE 2: La Ca																		
3	DIMENSIONES																		
4	INDICADORES	Resolución de problemas							Búsqueda de información					Monitoreo					
5	ITEMS	37. Para culminar mis actividades laborales en el tiempo establecido hago un esfuerzo	38. Si una determinada manera de resolver un problema no resulta, busco otra.	39. Invierto el tiempo necesario para solucionar una situación difícil.	40. Para absolver problemas, diseño diferentes alternativas de solución.	41. Cuando aparecen situaciones problemáticas, los enfrento en forma instantánea.	42. Para convencer a los demás, no me tomo mucho tiempo para pensarlo.	43. Para dar solución a los problemas, pienso en diversas alternativas.	44. Cuando estoy conversando con una persona, la escucho con mucha atención.	45. Busco diferentes fuentes de información que me ayuden en mis trabajos y proyectos.	46. Muchas veces, actúo sin buscar información.	47. Para lograr mis metas, hago las cosas con lo mejor de mí.	48. Para hacer las cosas, busco las mejores alternativas económicas.	49. Busco asesoramiento de personas que conocen las características y/o necesidades de mis proyectos	50. Cuando mi trabajo esta satisfactorio, no invierto más tiempo en mejorarlo.	51. Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona, me esfuerzo para que quede muy satisfecha con el resultado.	52. Con respecto a las personas que saben que hacer, se me hace difícil darles órdenes.	53. Realizo las cosas sin tener un resultado claro en mente.	54. Hago las cosas antes que se vuelvan urgentes.
169	Encuesta_164	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
170	Encuesta_165	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
171	Encuesta_166	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
172	Encuesta_167	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
173	Encuesta_168	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
174	Encuesta_169	4	4	4	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5
175	Encuesta_170	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
176	Encuesta_171	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
177	Encuesta_172	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5
178	Encuesta_173	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3
179	Encuesta_174	5	4	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
180	Encuesta_175	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
181	Encuesta_176	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
182	Encuesta_177	4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4
183	Encuesta_178	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
184	Encuesta_179	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
185	Encuesta_180	4	5	5	5	5	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4
186																			
187	Vi	=VAR(DF6:DF185)		0.41	0.40	0.38	0.43	0.45	0.43	0.40	0.45	0.45	0.58	0.42	0.45	0.45	0.58	0.42	0.57
		VAR(número1; [número2]; ...)		ENCUESTAS		CONDUCTA		BAREMACION		NORMALIDAD		CHI CUADRADO		RHO DE SPEARMAN					

	BU	DX	DY	DZ	EA	EB	EC	ED	EE	EF	EG	EH	EI	EJ	EK	EL	EM	EN
1																		
2	VARIABLE 2: La Ca																	
3	DIMENSIONES	Capacidad de Planificación																
4	INDICADORES	Utilización de recursos financieros					Planificación sistemática					Establecimiento de metas						
5	ITEMS	55. Sé cuánto dinero es necesario para desarrollar mis proyectos o actividades.	56. Mis recursos económicos, los administro adecuadamente.	57. La mayor parte del dinero que utilizo en mi proyecto o trabajo, lo tomo prestado.	58. Mis proyectos incluyen cuestiones financieras.	59. Al planificar mis proyectos productivos, sé cuánto dinero tendré como utilidad.	60. Al poner en marcha mis actividades, no me interesan las consecuencias económicas que tengan.	61. Cuando no sé algo, no tengo problemas en admitirlo.	62. Dividiendo en varias partes pequeñas un trabajo para mí es una buena planificación.	63. Hago las cosas incluso antes de tener claro cómo se deben hacer.	64. Cuando encuentro una gran dificultad, busco realizar otras actividades.	65. Cuando tengo que realizar un trabajo para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro (a) que entendí lo que la	66. Cuando comienzo un trabajo o proyecto, reúno toda la información posible	67. Me establezco metas.	68. Para mí lo más importante es cumplir con mis objetivos.	69. No sé cuánto me falta para conseguir mis objetivos.	70. Mis puntos de vista son muy importantes, por ello consigo que otras personas los apoyen.	71. Les digo a las personas lo que tienen que hacer, aunque no lo quieran hacer.
6	Encuesta_1	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	Encuesta_2	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
8	Encuesta_3	3	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
9	Encuesta_4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5
10	Encuesta_5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4
11	Encuesta_6	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
12	Encuesta_7	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5
13	Encuesta_8	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
14	Encuesta_9	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4
15	Encuesta_10	4	3	3	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
16	Encuesta_11	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3
17	Encuesta_12	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
18	Encuesta_13	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
19	Encuesta_14	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5
20	Encuesta_15	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
21	Encuesta_16	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
22	Encuesta_17	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	5
23	Encuesta_18	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
24	Encuesta_19	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	3	3	4

ENCUESTAS

CRONBACH

BAREMACION

NORMALIDAD

CHI CUADRADO

RHO DE SPEARMAN

+

:

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

CONCATE... X ✓ fx =VAR(DX6:DX185)

	BU	DX	DY	DZ	EA	EB	EC	ED	EE	EF	EG	EH	EI	EJ	EK	EL	EM	EN
1																		
2	VARIABLE 2: La Ca																	
3	DIMENSIONES	Capacidad de Planificación																
4	INDICADORES	Utilización de recursos financieros					Planificación sistemática					Establecimiento de metas						
5	ITEMS	55. Sé cuánto dinero es necesario para desarrollar mis proyectos o actividades.	56. Mis recursos económicos, los administro adecuadamente.	57. La mayor parte del dinero que utilizo en mi proyecto o trabajo, lo tomo prestado.	58. Mis proyectos incluyen cuestiones financieras.	59. Al planificar mis proyectos productivos, sé cuánto dinero tendré como utilidad.	60. Al poner en marcha mis actividades, no me interesan las consecuencias económicas que tengan.	61. Cuando no se algo, no tengo problemas en admitirlo.	62. Dividiendo en varias partes pequeñas un trabajo para mí es una buena planificación.	63. Hago las cosas incluso antes de tener claro cómo se deben hacer.	64. Cuando encuentro una gran dificultad, busco realizar otras actividades.	65. Cuando tengo que realizar un trabajo para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro (s) que entendí lo que la	66. Cuando comienzo un trabajo o proyecto, reúno toda la información posible	67. Me establezco metas.	68. Para mí lo más importante es cumplir con mis objetivos.	69. No sé cuánto me falta para conseguir mis objetivos.	70. Mis puntos de vista son muy importantes, por ello consigo que otras personas los apoyen.	71. Les digo a las personas lo que tienen que hacer, aunque no lo quieran hacer.
169	Encuesta_164	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5
170	Encuesta_165	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
171	Encuesta_166	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
172	Encuesta_167	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	5
173	Encuesta_168	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
174	Encuesta_169	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	3	3	4
175	Encuesta_170	4	3	3	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
176	Encuesta_171	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
177	Encuesta_172	4	4	3	3	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5
178	Encuesta_173	3	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5
179	Encuesta_174	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	3	5	4	5	5	5
180	Encuesta_175	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
181	Encuesta_176	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5
182	Encuesta_177	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	5
183	Encuesta_178	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
184	Encuesta_179	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
185	Encuesta_180	4	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	3	3
186																		
187	Vi	=VAR(DX6:DX185)		0.45	0.59	0.53	0.40	0.29	0.36	0.41	0.40	0.38	0.43	0.45	0.43	0.40	0.45	0.45
188																		

VAR(número1; [número2]; ...)

ENCUESTAS ENCUESTAS BAREMACION NORMALIDAD CHI CUADRADO RHO DE SPEARMAN

DX187 X ✓ fx =VAR(DX6:DX185)

	BU	EO	EP	EQ	ER	ES	ET	EU	EV	EW	EX	EY	EZ	FA	FB	FC	
1																	
2	VARIABLE 2: La Ca																
3	DIMENSIONES																
4	INDICADORES																
		Persuasión				Optimización de la red de contactos				Autoconfianza							
5	ITEMS	72. No consigo que personas con firmes puntos de vista cambien su forma de pensar.	73. Soy muy persuasivo(a) con los demás.	74. Mis ideas tienen buen argumento para convencer a otros.	75. Tengo la capacidad de ejecutar lo que me propongo hacer por ello lo utilizo para convencerlos.	76. Desarrollo estrategias para influir a otros.	77. A veces saco ventajas de alguien.	78. Identifico que personas son capaces de ayudarme a alcanzar mis objetivos.	79. Si estoy enfadado(a) con alguien, se lo hago saber.	80. Tengo una visión clara de mi futuro.	81. Cuando otras personas no estén de acuerdo con mis decisiones, yo me mantengo firme.	82. Ya no cambio la alternativa de solución si una vez fue la mejor.	83. Si otras personas no están de acuerdo con mis puntos de vista, yo cambio mi forma de reflexionar.	84. Mi confianza en el éxito hace que haga alguna cosa difícil o desafiante.	85. Las cosas arriesgadas son mis favoritas.		V2 La capacidad emprendedora
6	Encuesta_1	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	358	
7	Encuesta_2	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4	354	
8	Encuesta_3	4	5	5	4	5	4	5	3	3	5	4	4	3	5	367	
9	Encuesta_4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	393	
10	Encuesta_5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	350	
11	Encuesta_6	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	400	
12	Encuesta_7	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	352	
13	Encuesta_8	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	393	
14	Encuesta_9	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	351	
15	Encuesta_10	3	5	5	4	5	3	5	4	4	3	3	5	4	3	362	
16	Encuesta_11	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	293	
17	Encuesta_12	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	305	
18	Encuesta_13	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	300	
19	Encuesta_14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	392	
20	Encuesta_15	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	347	
21	Encuesta_16	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	400	
22	Encuesta_17	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	346	
23	Encuesta_18	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	377	
24	Encuesta_19	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	334	

ENCUESTAS CRONBACH BAREMACION NORMALIDAD CHI CUADRADO RHO DE SPEARMAN (+)

Anexo N.º 6. Matriz de Datos de Relación de Variables y dimensiones para la Prueba de Hipótesis

	FE	FF	FG	FH	FI	FJ	FK	FL	FM	FN	FO	FQ	FR	FS
5	V1 Las aplicativos de las TIC	V2 La capacidad emprendedora	D1: Facebook	D2: Social Media	D3: Sistema de Ubicación Geográfica	D4: Youtube	D5: Aplicativos para Celulares Móviles	DIFERENCIA V1-V2	D6: Capacidad de realización	D7: Capacidad de planificación	D8: Capacidad de relacionarse socialmente	V1 con Capacidad de Realización	V1 con Capacidad de Planificación	V1 con Capacidad de Relacionarse Socialmente
6	276	358	45	13	73	73	72	82	180	109	69	96	167	207
7	268	354	46	14	70	70	68	86	179	108	67	89	160	201
8	308	367	51	15	81	81	80	59	186	113	68	122	195	240
9	295	393	53	15	75	75	77	98	198	120	75	97	175	220
10	273	350	44	12	72	72	73	77	177	107	66	96	166	207
11	335	400	60	14	87	87	87	65	202	120	78	133	215	257
12	278	352	52	15	71	71	69	74	177	108	67	101	170	211
13	309	393	52	15	81	81	80	84	198	120	75	111	189	234
14	266	351	38	11	73	73	71	85	178	108	65	88	158	201
15	292	362	41	12	80	80	79	70	184	113	65	108	179	227
16	227	293	35	9	61	61	61	66	148	91	54	79	136	173
17	234	305	42	11	61	61	59	71	155	93	57	79	141	177
18	232	300	38	10	61	61	62	68	151	92	57	81	140	175
19	202	202	51	15	75	75	76	100	108	120	74	84	173	210

	FE	FF	FG	FH	FI	FJ	FK	FL	FM	FN	FO	FQ	FR	FS
5	V1 Las aplicativos de las TIC	V2 La capacidad emprendedora	D1: Facebook	D2: Social Media	D3: Sistema de Ubicación Geográfica	D4: Youtube	D5: Aplicativos para Celulares Móviles	DIFERENCIA V1-V2	D6: Capacidad de realización	D7: Capacidad de planificación	D8: Capacidad de relacionarse socialmente	V1 con Capacidad de Realización	V1 con Capacidad de Planificación	V1 con Capacidad de Relacionarse Socialmente
173	302	377	48	15	80	80	79	75	191	116	70	111	186	232
174	231	334	39	9	61	61	61	103	169	102	63	62	129	168
175	293	355	42	12	80	80	79	62	181	110	64	112	183	229
176	270	352	42	10	73	73	72	82	177	106	69	93	164	201
177	266	356	46	12	70	70	68	90	180	107	69	86	159	197
178	309	368	53	11	82	82	81	59	186	113	69	123	196	240
179	292	394	52	14	75	75	76	102	198	120	76	94	172	216
180	269	347	40	12	72	72	73	78	175	106	66	94	163	203
181	338	403	55	13	90	90	90	65	204	121	78	134	217	260
182	277	346	55	11	71	71	69	69	174	105	67	103	172	210
183	301	380	47	15	80	80	79	79	192	115	73	109	186	228
184	227	297	39	10	59	59	60	70	152	91	54	75	136	173
185	269	317	39	13	72	72	73	48	164	100	53	105	169	216
105														
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> ENCUESTAS CRONBACH BAREMACION NORMALIDAD CHI CUADRADO RHO DE SPEARMAN + ⏪ </div>														

Anexo N.º 7. Autorización de la empresa para hacer la investigación



ARQUITECTURA CIA SAN RAMON S.A.C.

CONSTANCIA DE INVESTIGACION DE TESIS

La empresa "Arquitectura CIA San Ramón SAC.", deja constancia que el Señor, TRELLES SUCA, JOSE LUIS, viene realizando en la organización una investigación aplicada a través de la técnica de encuestas, dirigidas a nuestros clientes y proveedores, quienes son microempresarios del emporio comercial de Gamarra, ubicado en el distrito de la Victoria, orientadas a sustentar la tesis cuyo título es: "LA UTILIZACIÓN DE APLICATIVOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA EN EL AÑO 2019", con el fin de obtener la licenciatura de Administración de Empresas en la Universidad UPLA.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

ARQUITECTURA CIA SAN RAMON S.A.C.
R.U.C. 20801043263

PEDRO RICARDO TRELLES DAVILA
GERENTE GENERAL

Pedro Ricardo Trelles Dávila
Gerente General

Firma y sello

La Victoria, 15 de Enero del 2021

ARQUITECTURA CIA SAN RAMON S.A.C
JR. AMERICA N° 619-URB SAN PABLO -LA VICTORIA
TELF: 923-569-894 / (01) 277-5770
Tienda1@arquitecturatexil.pe

Anexo N.º 8. Fotos



**Bojórquez textiles general SAC – RUC 10060949358
JR. GIRIBALDI NRO 738 TIENDA NRO.014 – LA VICTORIA**



**Textiles Hermanos Luque – RUC 10001848645
JR. GIRIBALDI NRO. 566 INT. 224 C - LA VICTORIA**



**DELIO TEXTIL E.I.R.L. – RUC 20517978095
JR. GIRIBALDI NRO. 874 - LA VICTORIA**



Inversiones Textiles Javier SAC. – RUC 20513159529
Av. América NRO. 478 - LA VICTORIA



TEXTIL JHOYER S.A.C. – RUC 20510356315
Av. América NRO. 472 – Int. 104 - LA VICTORIA



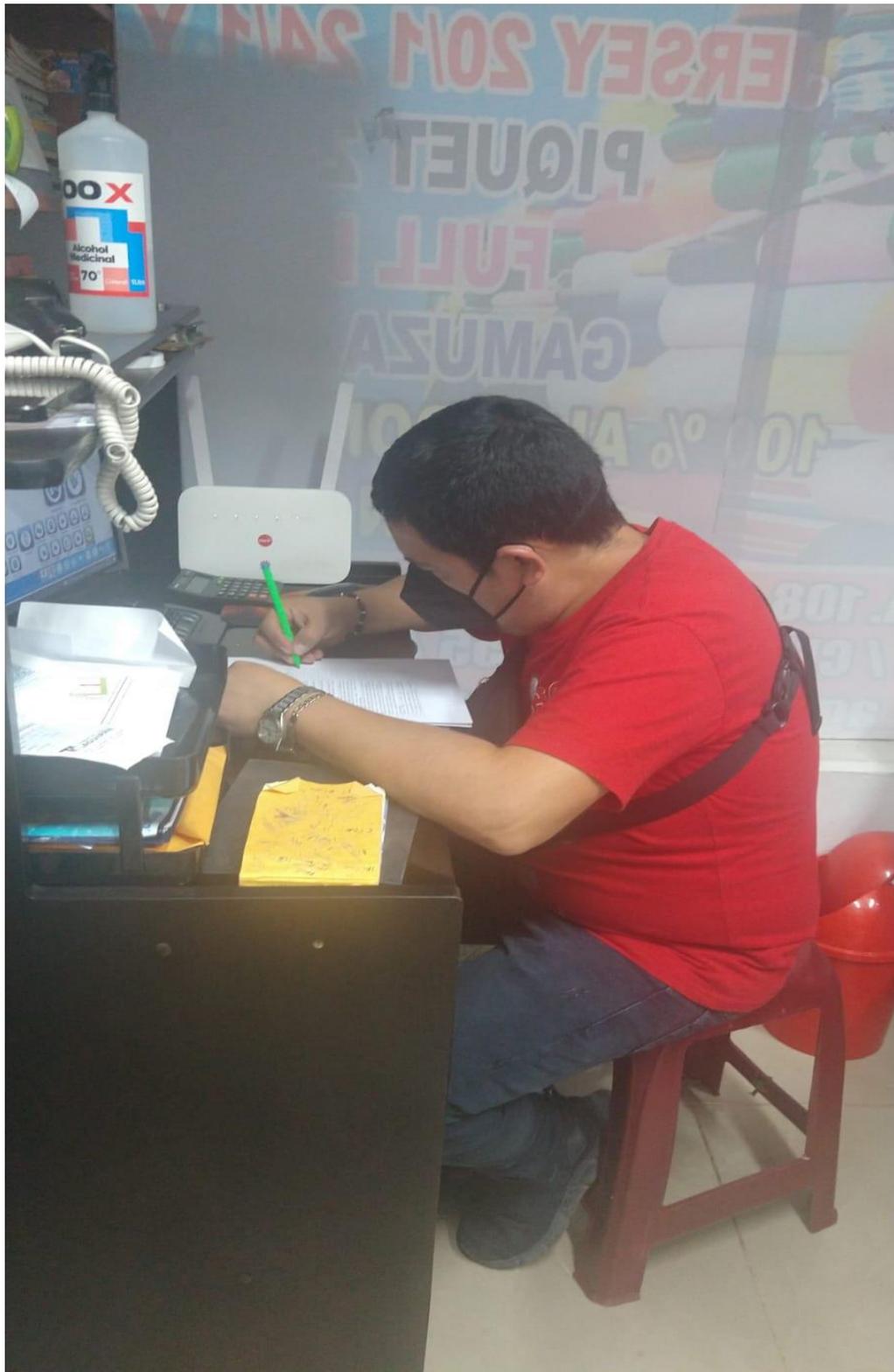
**LEOISSA TEXTIL S.A.C. – RUC 20557380095
JR. SEBASTIAN BARRANCA NRO. 1441 INT. 30 - LA VICTORIA**



**JOYALTEX E.I.R.L. – RUC 20601667615
JR. AMERICA NRO. 472 INT. 112 (SOTANO GALERIA GALTEX) - LA
VICTORIA**



**CORPORACION TEXTIL JUNIOR EIRL. – RUC 20602102972
JR. AMERICA NRO. 472 INT. 109 URB. SAN PABLO - LA VICTORIA**



**COMERCIAL TEXTIL AGUIRRE E.I.R.L. – RUC 20601689856
JR. AMERICA NRO. 472 INT. 108 (GALERIA GALTEX) LA VICTORIA**



**Textiles Jealtex EIRL– RUC 20605138081
JR. AMERICA NRO. 473 INT. 06 URB. EL PORVENIR - LA VICTORIA**