



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Análisis de la utilidad del marketing digital en emprendimientos de
exalumnos de una universidad pública, en contexto del Covid 19,
Lima 2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:

Br. Castañeda Sánchez, Magda Isabel (ORCID: 0000-0001-8572-6078)

ASESOR:

Dr. Gonzales Cruz Juan Carlos (0000-0002-6658-8666)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

Lima – Perú

2022

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a mi familia que es mi soporte para seguir adelante, luchando cada día y por permitirme seguir con mi formación académica

Agradecimiento

Gracias a Dios por este regalo tan grande que es la vida y a todas las personas que me alentaron a continuar con mi formación académica.

Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.	14
3.3. Escenario de estudio	15
3.4. Participantes	15
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.6. Procedimiento	16
3.7. Rigor científico	17
3.8. Método de análisis de datos	17
3.9. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
V. CONCLUSIONES	28
VI. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	30
ANEXOS	37

Índice de tablas

Tabla 1	Categorías y subcategorías de la investigación	14
Tabla 2	Participantes de la investigación	16

Índice de gráficos y figuras

Figura 1	Categorías apriorísticas y emergentes	132
Figura 2	Modelo conceptual o teoría sustantiva	133

Resumen

La investigación tiene por objetivo analizar la utilidad del Marketing Digital en emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en contexto del COVID 19, Lima. El enfoque fue cualitativo emplea la recolección de datos no estadísticos para responder a los cuestionamientos del estudio para los procesos de redacción interpretativa. El tipo de investigación está centrada en resolver problemas de tipo científico. El diseño de investigación es fenomenológico hermenéutico. Se realizó con 10 participantes. La técnica fue entrevista semiestructurada y el instrumento fue el guion de entrevista. La investigación concluye que las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital son muy relevantes para elaborar contenido, usar videos de publicidad, fotos en las redes o plataformas online pues aportan contenido digital de alto impacto, junto con las estrategias de promoción ayudan a expandir el mercado y captar más clientes. Además, las estrategias de actividades permiten organizar como, cuando y porque medio se presentará el contenido digital para captar más clientes. En cuanto al emprendimiento se evidencia que existe una necesidad de obtener la independencia económica pues se revelan actitudes positivas frente a los obstáculos que permiten desarrollar sus emprendimientos e ir creciendo día a día en el mercado.

Palabras clave: Marketing, comercio, planificación de contenido, redes sociales.

Abstract

The objective of the research is to analyse the usefulness of Digital Marketing in undertakings of students from a public university, in the context of Covid 19, Lima. The approach was qualitative, it uses the collection of data, not statistics, to answer the questions of the study for the interpretive writing processes, the type of research is focused on solving problems of a scientific nature. The research design is phenomenological hermeneutic. It was carried out with 10 participants. The technique was a semi-structured interview, and the instrument was the interview script. The research concludes that digital marketing content planning strategies are very relevant to develop content and use advertising like videos and photos online networks or platforms as they provide high impact in digital content, As well as promotional strategies help to expand the market and attract more customers. In addition, the activity strategies allow organizing how, when and which media to presented in order to attract more customers. Regarding entrepreneurship, it is evident that there is a need to obtain economic independence since positive attitudes are revealed to face the obstacles that allow them to develop their ventures and grow day by day in the market.

Keywords: Marketing, commerce, content planning, social media.

I. Introducción

La crisis mundial a raíz de la pandemia de Covid19 no solo dejó rezagos en la salud, también trajo consigo desempleos. El Marketing Digital ha presentado dificultades en los emprendimientos de los exalumnos en este contexto, uno de los grandes cambios fue en la interacción humana es la reciente difusión de las redes sociales.

Por otro lado, Bizhanova, Mamyrbekov, Unarov, y Orazymbetova. (2019) refirieron que el rápido crecimiento de las plataformas basadas en la web que facilitan el comportamiento social en Internet ha cambiado significativamente la naturaleza de la actividad humana, el medio ambiente y la interacción para mejorar el compromiso con el Marketing Digital, los especialistas en marketing deben centrarse en las interacciones basadas en las relaciones con sus clientes.

Así mismo, Anisimov (2017) expresó que el emprendimiento se ha visto venido a menos por el contexto de pandemia además se debe tomar en cuenta que, el espíritu empresarial se estableció y desarrolló en una etapa tardía del capitalismo, cuando fue señalado como el cuarto factor de producción. La razón de esto fue la conciencia de economistas del factor decisivo del espíritu empresarial en el progreso de la economía. A pesar de un período de tiempo bastante corto, este factor de producción hoy es popular y rápidamente se desarrolló. Los objetivos de cualquier entidad comercial a largo plazo son maximizar las ganancias y minimizar el costo de producción propia, así como satisfacer las necesidades de los compradores.

En el contexto nacional, en relación a las dificultades de los emprendimientos de los egresados, se puede evidenciar que presentó competencia debido al contexto de pandemia y al respecto, el INEI (2020) encontró que la tasa de desempleabilidad en nuestro país durante el segundo trimestre del 2020 correspondió al 8.8% que equivale a 994 mil 300 personas en busca de empleo. Esta tasa de desempleo fue uno de los motivos principales por el cual muchas personas buscaron reinventarse en vista de quedarse sin empleo o ver sus ingresos económicos mermados. Para ello vieron la oportunidad y buscaron alternativas de negocio manejado las ventas por medio de redes sociales. A lo manifestado, se ve afectado debido a que según la asociación de emprendedores del Perú – ASEP (2019) manifestó que el 45% de compatriotas considera en los próximos tres años

emprenderá un negocio. Es por ello por lo que es necesario que exista mucho empuje, liderazgo y motivación en las propietarias de estos emprendimientos. Así mismo Serida, Alzamora, Guerrero, Borda y Morales (2020) manifestaron que en el caso peruano los indicadores como la percepción, actitud y valoración con respecto a los emprendimientos pues es el tercer país con más oportunidad de emprendimiento según algunos estudios realizados a nivel de América latina. En relación con la problemática de los exalumnos, se encontró que actualmente se evidencia que muchos jóvenes se enfrentaron a la necesidad de erigir sus propias fuentes de ingreso y vieron en las redes sociales una oportunidad en vista del distanciamiento social. Es por ello por lo que los medios más favorables para la promoción mediante el Marketing Digital. Según Merodio (2016) refirió que las principales redes son Facebook, Twitter, YouTube Y LinkedIn haciendo que sean canales más rentables debido a que se enfocan a sectores concretos según las preferencias del consumidor.

Este estudio se llevó a cabo con egresadas de la especialidad de administración de una universidad nacional durante el periodo de pandemia y post pandemia. Debido a que el análisis de dichos casos de éxito servirá de motivación para los alumnos de la especialidad ya que muchos de ellos terminan la carrera y se encuentran en la incertidumbre de donde laborar. Es por ello por lo que en el contexto actual los emprendimientos se volvieron fuentes de ingresos para muchos hogares esto se da en la mayoría de los casos por las características particulares como la actitud positiva de personas luchadoras junto con el manejo de redes sociales que fueron fuente importante para el éxito de sus ventas; acciones que motivaran a otras personas a replicar modelos de éxito que ayuden a la economía de nuestro país.

Es por ello que se planteó el siguiente problema general de estudio ¿Cómo es el Marketing Digital en emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del COVID 19 Lima 2021? En cuanto a los problemas específicos: (a) ¿Cómo es el uso del Marketing Digital de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del COVID 19 Lima 2021? (b) ¿Cómo son los emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del COVID 19 Lima 2021?

En cuanto a la justificación teórica, se establece que llena el vacío de teórico del Marketing Digital en el emprendimiento ya que la presentación de contenido digital por redes es de vital importancia y esto ayudara a demostrar que es posible poder consolidarse como pequeños empresarios. Si se analiza el perfil emprendedor de un exalumno de una universidad pública se evidencia que son pocos los dispuestos a consolidar sus sueños por lo cual se considera importante incentivar a los alumnos a emprender desde sus últimos años de estudio ya que podrán contar con apoyo profesional dentro de sus estudios de carrera y consolidar sus empresas antes de egresar. En relación con la justificación práctica este trabajo ayudará a que los emprendimientos se posicionen y se consoliden sin que terminen en fracasos como muchas veces sucede. Este trabajo es trascendental permitirá demostrar con hechos reales a los estudiantes de una universidad nacional que sus colegas una vez terminada la carrera podrán trabajar en diversos cambios y que los emprendimientos son una buena alternativa si se trabajan con las técnicas de Marketing Digital apropiada.

Así lo evidencia el gerente de comercio electrónico de la cámara de comercio de lima (CCL) Montenegro al manifestar que en el contexto actual de pandemia se puede tener un crecimiento del 50% a 100% respecto al 2019 si es cierto es para determinados sectores de emprendimiento puede servir como referente en otros rubros adaptando las estrategias necesarias. Con respecto a la justificación metodológica se estableció el análisis de las categorías de Marketing Digital en el emprendimiento y ver las formas más fructíferas en términos económicos para este grupo de empresarios. También Valdivia (2021) menciona que la pandemia COVID 19 representa una oportunidad única en el mercado ya que acelero la forma de compras de las personas de lo tradicional al comercio electrónico. Esto puede ayudar al crecimiento y posicionamiento de la marca si se sabe implementar las estrategias adecuadas para aprovechar dicha oportunidad. En cuanto al objetivo general se establece: Analizar el Marketing Digital en emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del COVID 19 Lima 2021. En cuanto a los objetivos específicos: (a) Analizar el uso del Marketing Digital de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del COVID 19 Lima 2021 y (b) Analizar los emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del COVID 19 Lima 2021.

II. Marco teórico

Con respecto a los trabajos nacionales tenemos, Arcila (2020) que investigó sobre las estrategias de marketing en redes sociales y su posicionamiento de una empresa. Concluyendo que el posicionamiento marco un nivel bajo, ya que la marca no era muy recordada, por este motivo las estrategias de marketing fue presentar el producto por red social como Facebook ya que son necesarias, y existe una aceptación.

Camacho (2020) investigó sobre Marketing Digital y fidelización de los clientes en una institución. Concluyó que presentaron una buena vinculación entre sí, pues para alcanzar un buen Marketing Digital se requiere tener a los clientes fidelizados, así, tener un incremento en ventas y un mercado fijo al que se le puede brindar promoción para conseguir el objetivo.

Rivera (2019) investigó el empoderamiento y roles de género en las familias en Piura. Concluyó que el empoderamiento se ve influenciado por los roles de género y las tomas de decisiones o las habilidades de elección se incide en los roles de género de las familias; así mismo el autoconocimiento del empoderamiento con los roles de géneros de las familias.

López (2019) en su estudio relacionado sobre Influencia del programa CEFE en el desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de Ingeniería Industrial de una universidad pública. Además, Cuellar (2019) realizó su estudio sobre La actitud emprendedora y la autoeficacia en los estudiantes de una Universidad Nacional de Chosica.

Torres (2017) investigó sobre el Marketing Digital y el emprendimiento. Concluyendo que existe de las variables Marketing Digital y emprendimiento que demuestra que la percepción de las mujeres fue de que, a mejor nivel de Marketing Digital, mejor es el nivel de emprendimiento o por es contrario a menor nivel de Marketing Digital, mejor es el nivel de emprendimiento. Indicando que la particularidad que define a una persona emprendedora es reconocer las oportunidades en el mercado pues se considera un talento; así esto es el elemento empresarial responsable para entender la acción humana como creativa y activa. Del mismo modo, refirió que se ve a los emprendedores como proveedores de oportunidades nuevas que son evidenciadas en su plan de negocio.

En relación con los trabajos previos internacionales, Akeel (2020) investigó que en este estudio su objetivo fue examinar si el Marketing Digital puede afectar significativamente al desarrollo de nuevas empresas, aumentar el reconocimiento de la marca, generar confianza en el cliente y mejorar las relaciones con los clientes. El estudio más exploró si el Marketing Digital puede tener un efecto importante en el crecimiento de las empresas emergentes, mejorar el reconocimiento de la marca, ganar la lealtad de los clientes y mejorar las relaciones con los clientes. Esta investigación demuestra que la mayoría de las empresas de nueva creación no percibe digital estrategia de marketing al implementar su plan de negocios. A menudo son reacios a invertir en dicho marketing. Sin embargo, tiene un efecto enorme en el crecimiento empresarial y es necesario para que las empresas emergentes se involucren en el mercado de los medios digitales. Blogs, contenido, artículos y los videos son los más productivos para las empresas emergentes, especialmente cuando se publican en canales específicos de la industria.

Yogesh, Ismagilova, Hughes, Carlson, Filieri, Jacobson, Jain, Karjaluo, Kefi, Krishen, Kumar, Rahman, Raman, Rauschnabel, Rowley, Salo, Tran y Wang. (2020) investigaron sobre el uso las redes sociales en internet y el marketing social. La investigación concluyó que El uso de Internet y las redes sociales ha cambiado el comportamiento de los consumidores y la forma en que las empresas llevan a cabo sus negocios. El marketing social y digital ofrece importantes oportunidades a las organizaciones a través de costos más bajos, mejor conocimiento de la marca y aumento de las ventas. Sin embargo, existen desafíos significativos debido al boca a boca electrónico negativo, así como a la presencia de marca en línea intrusiva e irritante. Este artículo reúne la visión colectiva de varios expertos líderes en temas relacionados con el Marketing Digital y en redes sociales. Las perspectivas de los expertos ofrecen una narrativa detallada sobre aspectos clave de este importante tema, así como perspectivas sobre temas más específicos que incluyen inteligencia artificial, marketing de realidad aumentada, gestión de contenido digital, marketing y publicidad móvil, marketing, boca a boca electrónica y cuestiones éticas. en esto. Esta investigación ofrece una contribución significativa y oportuna tanto para investigadores como para profesionales en forma de desafíos y oportunidades donde destacamos las limitaciones dentro de la investigación

actual, delineamos las brechas de investigación y desarrollamos las preguntas y propuestas que pueden ayudar a avanzar en el conocimiento dentro del dominio de lo digital. y marketing social.

Bizhanova et al. (2019) analizó el impacto del Marketing Digital en el emprendimiento moderno, así como las principales tareas en la formación de la estructura empresarial. Las conclusiones fueron sobre él un aumento del poder del consumidor en la era digital que conduce al cambio de siglo se vieron reforzadas por la llegada de Internet y luego reavivadas por las redes sociales. Los cambios en el comportamiento de los consumidores obligan a las empresas a repensar sus estrategias de marketing en el ámbito digital. Actualmente, gran parte de la investigación relacionada se centra más en el cliente que en la empresa. Este estudio utiliza la perspectiva de la empresa para facilitar la comprensión del Marketing Digital y el uso de las redes sociales, así como sus beneficios e inhibidores. La segunda generación de aplicaciones de Internet mejora los esfuerzos de marketing al permitir que las empresas introduzcan formas innovadoras de comunicación y co-creen contenido con sus clientes. La participación de las empresas en el Marketing Digital se puede clasificar según los beneficios y usos percibidos del Marketing Digital.

Gulati (2019) investigó sobre estrategias de Marketing Digital y el emprendimiento. Concluyendo que el internet se ha convertido en un recurso principal para la audiencia global que busca variedad de información antes de comprar cualquier producto o servicio en línea o en una tienda local. Esta investigación en particular es parte de un estudio más amplio que evaluó el uso del Marketing Digital por parte de nuevas empresas / pequeñas empresas en la India y el cambio de comportamiento de compra de los clientes de grandes marcas a nuevas empresas sobre la base de reseñas y reputación en línea. El enfoque de este proyecto en particular fue evaluar las prácticas de Marketing Digital de las nuevas empresas y cómo están dando competencia al mercado global. También discutirá cómo la economía y el empleo de la India mejoran mediante el uso de prácticas de Marketing Digital.

Teixeira, Branco, Martins, Au-Yong-Oliveira, Moreira, Goncalves, Perez-Cota and Jorge. (2018) investigaron sobre factores de Marketing Digital en el emprendimiento. El objetivo principal de este documento es ayudar a las pequeñas

empresas, a adoptar e implementar con éxito el Marketing Digital como estrategia en su plan de negocios. Dado que muchas de estas empresas tienen un número considerable de características internas frágiles, como la falta de acceso a capital financiero y también carecen de recursos humanos calificados, no pueden adoptar una tecnología sin antes evaluar cómo les afectaría. Con esto en mente, este estudio pasará por varias etapas de análisis cualitativo para encontrar los factores más relevantes e importantes en la adopción del Marketing Digital. Buscamos validar los resultados de cada paso con expertos en la materia; para ello se utilizará una herramienta de focus group online para que los especialistas en Marketing Digital puedan proponer sus opiniones.

En cuanto a la categoría Marketing Digital, la transformación de los canales de comunicación es una tarea compleja para todas las industrias, pero especialmente para las industrias de la comunicación y el marketing. Como señala Mulhern y Comm (2009) indicaron que la digitalización de los medios representa un cambio de fase en la historia de las comunicaciones. El marketing ha cambiado a un ritmo rápido. Algunos incluso creen que el marketing ha cambiado más en los dos últimos años que en los 50 años anteriores. También Gulati (2019) dijo que este cambio se llama publicidad digital. La mayoría de los emprendimientos han adoptado el Marketing Digital con un mínimo inversión de capital e impulso del crecimiento de la economía. Los emprendedores en India son geniales y tener ideas nuevas e innovadoras y dar en el blanco con el Marketing Digital estrategias.

Así mismo, Hernández (2017) indicó que el marketing: ha supuesto un cambio en la forma en que las empresas se relacionan con el cliente, ha cambiado con y a la sociedad y todos en mayor o menor medida están bajo su influencia. Es un conjunto de estrategias y técnicas que buscan la satisfacción del cliente o del público al que se dirigen como medio de alzar los objetivos de la organización.

El Marketing Digital se ha desarrollado a partir de un término particular que describe la comercialización de bienes y servicios utilizando plataformas digitales, en un término genérico que describe el método de incorporación de tecnología digital para atraer consumidores y crear hábitos de consumo, apoyar a las marcas, mantener a los clientes y mejorar los ingresos. Por lo tanto, Kannan y Li (2017) manifestaron que el Marketing Digital puede describirse como un marco ágil

y habilitado por la tecnología mediante el cual las empresas trabajan junto con consumidores y socios para desarrollar, conectar, generar y retener valor para todas las partes interesadas.

El Marketing Digital según Teixeira et al. (2018) es el uso de dispositivos multimedia como teléfonos móviles, computadoras y otros dispositivos para llegar a los consumidores a través de las redes sociales, sitios web, motores de búsqueda, aplicaciones y otros métodos. El Marketing Digital tiene un potencial tremendo. Uno de los objetivos clave del Marketing Digital es identificar cómo los clientes utilizan la tecnología emergente e incorporar esta información en beneficio de la organización, lo que permite al usuario comunicarse de manera más eficiente con sus clientes potenciales. Así también Bala y Verma (2018) refieren que es posible impulsar el valor de la marca, atraer nuevos compradores y mejorar las ventas utilizando tecnología del Marketing Digital y este puede ser online u offline.

Con relación a las estrategias del marketing, Kotler y Armstrong (2017) revelan que: “Las estrategias de marketing son las acciones ejecutadas para alcanzar objetivos específicos y determinados por una empresa, respecto al producto, mejora de las ventas o incrementar la participación de mercado” (p.75). Se puede decir que son los elementos que generan una organización para incrementar la comunicación y comercialización de esta, teniendo en cuenta las oportunidades que ofrecen el mercado y el público objetivo.

El creciente éxito de las empresas integradoras de tecnología en su estrategia de marketing hace hincapié en la necesidad de un análisis en profundidad de las estrategias de Marketing Digital. Tener un movimiento estratégico hacia las ofertas de campañas de marketing centradas en el cliente empresas la capacidad de participar en una nueva era de estrategias de marketing revolucionarias que aprovechar el Marketing Digital para cumplir con sus especificaciones clave de marketing (Gibson, 2018). En cada estrategia de marketing, el Marketing Digital es de gran importancia para las empresas, independientemente del mercado, la escala o la nacionalidad. Por lo tanto, más que nunca, las corporaciones obligado a aprovechar este método de marketing para mantener el éxito, que pueden en última instancia, ofrecen enormes ventajas a bajo costo (Patruti-Baltes, 2016).

En cuanto a la subcategoría estrategia de planificación de contenido, se utiliza todos los formatos de marketing que tienen como objetivo involucrar a los consumidores creación e intercambio de contenido. El contenido generalmente se comparte en blogs, libros electrónicos, videos e infografías. Esta estrategia se utiliza para aumentar el tráfico a los sitios web y crear la marca (Pulizzi y Barrett, 2009).

En cuanto a las estrategias de promoción, es importante la influencia de las plataformas de redes sociales para las nuevas empresas está más allá de la imaginación. Todos sabemos desde hace siglos, cómo las nuevas empresas se enfrentaron a decisiones difíciles para crear la marca de sus empresas. Marca conciencia, estableciendo la calidad y características del producto a los ojos del cliente y crear su propia clientela siempre fue un desafío. Pero gracias a los avances tecnológicos; estamos presenciando más emprendedores en que ha superado estos desafíos y ha diseñado su propia y única historias de éxito con la ayuda del marketing en redes sociales. Así pues Gulati (2019)Es imperativo comprender que el marketing en redes sociales no solo permite a los usuarios comunicarse más allá de las fronteras locales o sociales, pero también brindando posibilidades de compartir contenido generado por el usuario como fotos y videos y características como reseñas, comentarios y calificación. Todos tenemos los siguientes datos y las nuevas empresas se están aprovechando al máximo para captar una audiencia más amplia con un presupuesto mínimo y un tiempo rápido.

Así mismo, las estrategias de actividades del marketing, el manejo de herramientas digitales brinda a una empresa notoriedad con respecto a la marca además proporciona una directa atención personalizada. Las estrategias del Marketing Digital están basadas en las 4Fs (flujo, funcionalidad, feedback y fidelización). El flujo es un “Estado mental en el que entra un cibernauta si hay bastantes posibilidades de interactividad y un alto nivel de interés en la información” Fleming & Lang (2012, p.32). La interacción a través de medios electrónicos además de proporcionar comodidad permitió el uso de herramientas útiles. La funcionalidad de un home page útil, es que sea atractiva para el usuario y le brinde orientación.

Asimismo, el término feedback describe la relación que se ha llegado a erigir con el cliente para conocer las necesidades y poder personalizar la futura atención brindada (Martínez, 2017). La fidelización se obtiene con los contenidos brindados en redes sociales pues así se establece un diálogo directo con clientes que se sienta identificado y atraído con sus necesidades solo así serán fieles Carreras (2012) manifestó que las estrategias de marketing administran las formas de presencia online de una empresa apoyándose en técnicas de comunicación en líneas por redes sociales.

la utilización efectiva de un plan de Marketing Digital reside en el tipo de estrategia utilizada en una empresa. Según Alcaide, Bernués, Díaz, Espinosa, Muñiz, & Smith (2013), para elaborar una planificación de Marketing Digital se requiere seguir un orden lógico como la construcción de una página web, boletines, optimización de buscadores, el email-marketing y promoción por medios sociales ya que esto garantiza que las estrategias digitales usadas perduren en el tiempo y mejoren la competitividad obteniendo resultados positivos. De la misma manera (Londoño-Arredondo), analizaron en su estudio los factores que inciden en el uso de las estrategias digitales para examinar las características del usuario en temas de ocupación y uso de redes sociales, este estudio es aplicado a prendas de vestir las que fueron mostradas por las redes sociales como Instagram, Facebook, YouTube y WhatsApp de esta forma las herramientas han logrado que las organizaciones adopten la comercialización digital poniéndose a la vanguardia con la era tecnológica digital y reduciendo considerablemente los costos en publicidad.

Con relación al emprendimiento, las personas requieren tener un perfil y desarrolla rasgos y actitudes de activismo, innovaciones, fuerza y dirección, guiándose a la meta en esto coinciden (Durand, 2015; Marrero, 2017; Novillo-Maldonado, Sarmiento Chugcho, Ollague Valarezo, & Ramón 2017). Así mismo, es un campo que fue evolucionando recientemente debido a las formas de acercarse a su objeto de estudio. Su observación ha girado en tres puntos claves como el económico, el psicológico y el institucional. Esto se evidencia en el estudio de Alean, Del Rios, Simancas y Rodríguez (2017) que existe un vacío en los estudios del emprendimiento visto desde el desarrollo humano y social. Por ello (Rojo, 2016; Radovich, 2017) coinciden que es importante el desarrollo de la actitud

empresarial, que es la capacidad de asumir responsabilidades y establecer cambios.

La educación para el emprendimiento cultiva talentos innovadores, que son una fuerza impulsora importante para el desarrollo futuro. En la actualidad, las estrategias de desarrollo impulsadas por la innovación plantean nuevas demandas a la educación empresarial. Esta está orientada a usar un alto emprendimiento de la población (Ipeba, 2013). Sin embargo, la mayor parte de la investigación y discusión actual en este campo se centra en la construcción del profesorado en el ecosistema de educación emprendedora (Ruskovaara and Pihkala, 2015). La formación empresarial ayudara a mejorar su conocimiento y reajustar pensamientos y acciones a tomar; además hace que su espíritu empresarial sea más coherente, directo y significativo. Este estudio se basa en la teoría de cognición social para investigar cómo los estudiantes del área empresarial pueden mejorar su capacidad para reconocer oportunidades a través de habilidades políticas, lo que a su vez afecta la conciencia y capacidad innovadora al igual que la personalidad innovadora de los empresarios.

La identidad empresarial es específica del contexto y está sujeta a interpretación basada en la cultura, creencias y normas sociales. Barrett y Vershinina (2017) afirmaron que los empresarios, probablemente un individuo, construya activamente su identidad a través de lo que está y no está disponible para ellos y lo que es y no es posible o puede hacerse en el contexto en el que operan . Esto significa según (Newbery, Lean, and Moizer., 2018) que la identidad empresarial es parte de la "super" identidad de un individuo ya que existen factores contextuales más amplios que influyen en el comportamiento.

Por otro lado, Anderson, Warren and Bensemman, (2018) afirmaron que socialmente legítimo la identidad depende de quién emprende, dónde y cómo lo hacen. Gruber y MacMillan (2017) sugieren que las identidades sociales de los emprendedores pueden verse desde un Perspectiva darwiniana, comunitaria y misionera. Los emprendedores darwinianos tienen una lógica empresarial tradicional y perseguir ganancias económicas. Conducen el espíritu empresarial debido al interés propio y al enfoque en la competencia. Los emprendedores comunitarios tienen una lógica impulsada por la comunidad y quieren para

apoyar y ser apoyado por un grupo de personas que compartir creencias comunes. Esto significa que están interesados en compartir ideas de negocio basadas en la confianza que ayuden a avanzar su comunidad. Los emprendedores misioneros están interesados en el avance de una causa que afecta a la sociedad en general. Más las personas se centran en cuestiones de responsabilidad política y social, lo que afecta a sus proyectos empresariales. Más detalles sobre esto da origen para obtener más información sobre la traducción, se necesita el texto de origen.

Este enfoque considerado por North (1991) en el empoderamiento es el enfoque institucional, en el que las instituciones son las que reglamentan las sociedades, restringiendo y/o dan forma a la interacción humana por medio de estructuras reguladoras a fin de controlar los aspectos de la sociedad. La institucionalidad puede ser vista desde factores institucionales que condicionan el emprendimiento.

Sobre la base del cuerpo de investigación emergente sobre la identidad del fundador, Wry y York (2017) elaboran cómo un enfoque basado en la identidad tiene el potencial de ampliar nuestro conocimiento de las oportunidades identificación en el emprendimiento social. En particular, los autores se basan en la teoría de la identidad de roles (Stryker & Burke, 2000) e investigación sobre identidad personal (Hitlin, 2003) para estudiar híbridos.

Si bien el rol y la identidad personal son constructos útiles para estudiar el comportamiento empresarial, nos preocupa la oportunidad perdida de utilizar teoría de la identidad para avanzar en nuestro conocimiento de los emprendedores sociales como individuos emprendedores, procesos de creación de emprendimientos sociales y resultados relacionados. De hecho, en este comentario, argumentamos que la teoría de la identidad social tiene más potencial, que la teoría del rol o la identidad personal, para analizar el rico comportamiento orientado hacia los demás que está en el corazón del emprendimiento social (Pan, Gruber and Binder, 2019).

En cuanto a las actitudes hacia el emprendimiento las actitudes emprendedoras a nivel empresarial son importantes para la economía regional y local y es visto como uno de los elementos más relevantes para asegurar y sostener

el desarrollo económico del país, reconociendo su papel de privilegio en la generación de riqueza del país (Serida, Alzamora, Guerrero and Borda, 2015).

El emprendimiento digital es de gran actualidad ya que los desarrollos tecnológicos y los avances en infraestructura crean diversas oportunidades para los emprendedores. La gran atención de la sociedad a los nuevos modelos de negocios digitales se opone a muy poca investigación sobre oportunidades, desafíos y factores de éxito del emprendimiento digital. Así lo manifestaron (Kraus, Palmer, Kailer, Lukas and Spitzer, 2018) en su investigación que recopila la literatura más actualizada sobre el emprendimiento digital y proporcionar una recopilación actualizada de los temas y métodos clave discutidos en la literatura relevante. Además, sobre la base de los hallazgos de la revisión sistemática de la literatura, se propondrá un mapa de investigación que apunta a más oportunidades de investigación para los académicos que trabajan en el campo.

En cuanto a la subcategoría de necesidad de logro de los individuos para estudiar el emprendimiento se requiere ciertas características como: experiencia previa, satisfacción del trabajo, padres empresarios y educación. Así también los procesos van desde aquellas acciones que llevan a cabo dichos individuos para los inicios de las empresas. En este aspecto la subcategoría del entorno para es necesario analizarlo desde dos ópticas, una que determina el entorno como aquellas condiciones externas de las cuales la organización debe adaptarse y la otra la elección estratégica que analiza el entorno como una realidad, ya que la organización la crea con base a sus propias percepciones. Es por ello que la empresa necesita relacionarse con el entorno ya que de esta manera gestionará tanto recursos tangibles como intangibles y competirá en los mercados esto lo manifestó (Gartner, 1985).

En la planeación de sus actividades y para alcanzar los diferentes objetivos propuestos, el emprendedor debe tener en cuenta aspectos que están directamente relacionados con estrategia. Así lo dijeron (Osorio, Gálvez, & Murillo, 2010) que la posición que asumirá frente a la demandas de la sociedad en tema de desarrollo sostenible, lo cual es asociado a la posible distorsión que podría presentarse entre sus propios valores, propósitos y/o intereses y los de sus colaboradores, y decisiones que podría tomar por las características o circunstancias del mercado.

III. Metodología

3.1. Tipo y diseño de investigación

El paradigma de la investigación es interpretativo porque corresponde a un entorno social en que se han estudiado diversas problemáticas y se han formulado interrogantes con el propósito de comprender en toda la magnitud desde la aplicación de la metodología cualitativa así lo expresó (Martínez, 2013). Además según (Hernández – Sampieri y Mendoza, 2018) el enfoque cualitativo emplea la recolección de datos, no estadísticos para responder a los cuestionamientos del estudio para los procesos de redacción interpretativa. Según (Baena, 2017) el tipo de investigación está centrada en resolver problemas de tipo científico, para lo cual contiene la toma en cuenta los criterios: que pertenezcan a un marco conceptual, que contenga aspectos que requieren ser investigados, que la determinación del problema este adecuadamente formulado, que el problema pueda ser resuelto, que contenga marco teórico, que el investigador tenga los recursos para culminar con la investigación. El diseño de investigación es fenomenológico hermenéutico ya que según (Trujillo, Naranjo, Lomas y Merlo, 2019) se sustenta a continuación: fenomenológico porque se ha generado la necesidad por comprender, interpretar, explicar y entender las características de los fenómenos a estudiar. Cabe recalcar que este diseño de investigación se concentra en la esencia de los fenómenos a estudiar, para lo cual se ha considerado las vivencias y experiencias cotidianas, las percepciones, el cómo se han generado y recreado los sucesos en el contexto del interior de cada participante y de los colectivos del fenómeno estudiado.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Tabla 1

Categorías y subcategorías de la investigación.

Elaboración propia

Categorías	Sub-Categorías
Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido Estrategias de promociones Estrategias de actividades
Emprendimiento	Necesidad de logro Actitudes hacia el emprendimiento

3.3. Escenario de estudio

La investigación se realizará con los exalumnos de una Universidad pública en el contexto del COVID 19 Lima. De la facultad de administración de la especialidad de turismo y negocios internacionales. Para dicho estudio se contará con la participación de exalumnos emprendedores, alumnos que formaron sus emprendimientos a raíz de la pandemia y docentes expertos del área de administración que brindaran valiosa información de como sacaron adelante sus emprendimientos en un panorama incierto que genero la pandemia, el distanciamiento y el desempleo.

3.4. Participantes

En este estudio cualitativo Hernández y Mendoza (2018) manifestaron que la cantidad de participantes no es importante pues dependerá del interés que tenga el investigador ya que no se trata de generalizar los resultados y por ello no es necesario una población amplia ya que el propósito del estudio es profundizar en dicha indagación. Así mismo Izcara (2014) refirió que la triangulación debe ser multidisciplinaria y tener diferentes perspectivas que permitan una mejor interpretación de los datos. Igualmente, Benavides & Gómez (2005) manifestaron que la triangulación comprende el usar diferentes estrategias para estudiar un determinado fenómeno y esto fortalece ya que no existirá un sesgo o falla metodológica además que permite ver un problema de diferentes ángulos sea cual sea el tipo de triangulación y así mejora la validez y consistencia de los hallazgos. Por ello para esta investigación se consideró la participación de 3 docentes como expertos académicos, 2 alumnos del último año de carrera que dieron sus primeros pasos en la formación de sus emprendimientos dentro de sus últimos años de estudio ya que necesitaban de prácticas pre profesionales y el contexto de pandemia les dificultaba conseguir empleo y 5 exalumnos que potenciaron por medios digitales sus emprendimientos todos los participantes procedentes de dicha institución pública en mención.

Tabla 2.*Participantes de la investigación*

N	Participantes	Codificación	Roles
1	Docente 1	D1	Docente Experto del tema
2	Docente 2	D2	Docente Experto del tema
3	Docente 3	D3	Docente Experto del tema
4	Alumno 1	E1	Alumno con emprendimiento
5	Alumno 2	E2	Alumno con emprendimiento
6	Exalumno 1	EA1	Egresado emprendedor
7	Exalumno 2	EA 2	Egresado emprendedor
8	Exalumno 3	EA 3	Egresado emprendedor
9	Exalumno 4	EA 4	Egresado emprendedor
10	Exalumno 5	EA 5	Egresado emprendedor

Elaboración propia

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el recojo de datos se aplicó la técnica de una entrevista y como instrumento la guía de entrevista semiestructurada con preguntas orientadoras, la entrevista será un guion de entrevista semiestructurada; en la que se posibilita realizar repreguntas esto según referencia de (Hernández – Sampieri y Mendoza, 2018). Así mismo dicha entrevista consta de 10 preguntas base que fueron sometidas por juicio de 3 expertos que validaron la pertinencia, relevancia y claridad.

3.6. Procedimiento

Para proceder con la aplicación de las entrevistas semiestructurada, fueron elaboradas por el investigador, en la que la cantidad de participantes no es lo relevante. Debido a que el interés del estudio podrá posibilitar la triangulación de la investigación (Hernández – Sampieri y Mendoza, 2018). En este estudio se llevó a cabo las entrevistas por medios digitales en algunos casos por zoom o WhatsApp según la disponibilidad de los participantes así mismo se les brindo una carta de presentación por parte del investigador y una carta de consentimiento informado en la cual se informa sobre los parámetros de confidencialidad de sus respuestas que fueron usadas para fines académicos.

3.7. Rigor científico

La presente investigación tiene rigor científico para lo cual se ha considerado los siguientes criterios de acuerdo con (Hernández–Sampieri y Mendoza, 2018) siendo: Dependencia, que alude a la fiabilidad del enfoque cualitativo y no supone sesgo de la investigadora durante el desarrollo, utilizando diversas fuentes primarias y se evita creencias que puedan evitar influir con las creencias. Así mismo ellos hablaron que la credibilidad logra la identificación y el reconocimiento del significado que tienen los mensajes emitidos por los participantes en las entrevistas. Además, se realizó la triangulación de las diferentes fuentes de los datos y así incrementar la credibilidad. En cuanto a la transferencia, se puede establecer semejanzas entre el contexto realizado y el entrevistado. Finalmente, la conformabilidad, reduce al máximo los riesgos de sesgo y se elevan al nivel de credibilidad, con el recojo de datos y garantiza la objetividad en las interpretaciones de los datos. Del mismo modo Hidalgo (2016) manifestó que a equivalencia de la confiabilidad y validez la investigación cualitativa pasa por un rigor científico pues esto ayuda a garantizar la credibilidad de la información y resultados. Así la confiabilidad dará una descripción más detallada respecto a un tiempo, contexto y lugar para interpretar lo observado. Por otro lado, citando a Guba & Lincoln que hacen referencia sobre la validez cualitativa teniendo como puntos importantes la confiabilidad, objetividad, credibilidad, transferibilidad, dependencia y confirmabilidad que permitirán una reflexión profunda y paciente que respaldan el criterio de rigor

3.8 Método de análisis de la Información

Se realizó la interpretación de datos cualitativos y al respecto, Bardin (2002) manifestó que el análisis de contenido está referido a analizar la comunicación de las entrevistas de acuerdo con los objetivos de investigación. Díaz (2018) manifestó que se inferirán e interpretarán los datos para la verificación de los datos con términos clave en un contenido. Hernández y Mendoza (2018) manifestó la importancia de los hallazgos y la codificación de los datos que se van mostrando pues esto develara una mayor comprensión del problema. Estos códigos permitirán también la identificación de categorías emergentes toda esta información ayudará a triangular y evidenciar lo que otros no pueden apreciar.

3.9. Aspectos éticos

El presente estudio se dio en una institución pública y se solicitó la participación voluntaria de los participantes enviándoles una carta de presentación del investigador y posteriormente se les solicitó un consentimiento informado que garantiza que la información brindada será guardada en el anonimato y se hará uso de esta solo con fines del presente estudio lo mismo que se recalca al inicio de las entrevistas y que dicha información no será usada con otro fin. Así mismo, se tomará en cuenta el correcto citado y referenciado, considerando APA 7ma edición para no incurrir en plagio o copia.

IV. Resultados y discusión

El presente estudio se realizó en una universidad nacional de Lima. El cual inició en el mes de septiembre y culminó en el mes de diciembre del 2021 levantando las observaciones necesarias. Para dicho desarrollo se solicitó el permiso y se informó sobre aspectos más relevantes de este estudio a los participantes. De igual manera se informó sobre la confidencialidad de la información brindada y que solo sería usada en el presente estudio sin afectar su intimidad.

En relación con el objetivo específico 1: analizar de la utilidad del Marketing Digital de exalumnos de una universidad pública ante la pregunta 1 ¿Qué estrategia de planificación de contenido de Marketing Digital utiliza? (Resultado de la entrevista del 16 de nov. 2021) las respuestas fueron “compartir fotos y videos de los productos” (EA1, EA 3, EA4 P1) “elaboración de contenido por videos para redes” (A1, P1) “desarrollo de web” (A2, P1) (Resultado de la entrevista del 8 de nov. 2021) “elegir tipo de consumidor según el producto”(D2,P1) (Resultado de la entrevista del 2 de nov. 2021)

En cuanto a la subcategoría estrategias de planificación de contenido, se puede interpretar que las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital más resaltantes son la elaborar contenido usando Videos de publicidad y fotos en las redes para promocionar el producto; ya que estos ayudan con la segmentación y fidelización de los clientes. Así mismo se ve la necesidad contratar un especialista en Marketing Digital para que pueda orientar las ideas del negocio de manera estratégica, para aprender un poco más sobre diseño.

Ante la pregunta 3 ¿Cuáles son las estrategias de promoción de Marketing Digital que utiliza? (Resultado de la entrevista del 16 de nov. 2021) las respuestas fueron “descuentos por compras de montos elevados” (EA1, P3)” packs personalizados” (EA3, P3) “regalos para los clientes fieles” (EA5, P3). (Resultado de la entrevista del 8 de nov. 2021) “sorteos en fechas importantes” (A1, P3). (Resultado de la entrevista del 2 de nov. 2021) “difusión de promociones” (D1, P3) “campañas de promoción” (D3, P3)

Se interpreta que respecto a las estrategias de promoción se recurre a utilizar las plataformas online para las promociones, descuentos, sorteos packs personalizados, en fechas importantes sobre todo por redes sociales que generan más impacto al consumidor.

Ante la pregunta 5 ¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuales requieren reajustar? (Resultado de la entrevista del 16 de nov. 2021) las respuestas fueron “dar promociones” (EA1, P5)” poner más videos y contenido en historias” (EA2, P5)” historiales en redes sociales” (EA3, P5) “transmisiones en vivo” (EA4, P5) “Publicaciones constantes para captar clientes” (EA5, P5). (Resultado de la entrevista del 8 de nov. 2021) “publicar en Instagram y Facebook” (A1, P5) “sorteos para captar más seguidores en la web” (A2, P5). (Resultado de la entrevista del 2 de nov. 2021) “compartir contenido por redes” (D2, P5) “optimizar contenido de la marca” (D3, P5).

En cuanto a esta subcategoría de estrategias de actividades se interpreta que elaborar contenidos de historias que enamoren familiares y amigos para que compartan en sus redes sociales, al igual que la publicidad en Instagram y Facebook como también en WhatsApp, en grupos de compra y venta, transmisiones en vivo, son de gran importancia y éxito pues no solo genera más ventas al aplicar diversos modelos de Negocios. Además, que permiten interactuar con los clientes y ganar de a pocos su fidelización e ir conquistando diversos nichos de mercado.

En relación con el objetivo específico 2: Emprendimiento. Ante la pregunta 6 ¿Qué lo motiva a desarrollar su emprendimiento? (Resultado de la entrevista del 16 de nov. 2021) las respuestas fueron “crecimiento personal e independencia” (EA1, P6)” generar un ingreso a mi hogar y manejar mis tiempos” (EA2, P6)” trabajar desde casa y tener tiempo para mi familia” (EA3, P6) “llegar a más personas y vender” (EA4, P6) “valorar mi esfuerzo y lograr mis metas y sueños” (EA5, P6). (Resultado de la entrevista del 8 de nov. 2021) “difundir mi emprendimiento y generar mis ingresos” (A1, P6) “hacer lo que me gusta y que conozcan mi emprendimiento” (A2, P6). (Resultado de la entrevista del 2 de nov. 2021) “independencia económica” (D1, P6) “lograr metas” (D2, P6) “llevar una propuesta innovadora” (D3, P6).

Se interpreta que la motivación que debe desarrollar o impulsa un emprendimiento es ganar la independencia económica, llevar propuestas innovadoras que no se encuentran en el mercado considerando los contenidos proporcionados por redes social. Así mismo fortalece la confianza de los participantes para lograr las metas propuestas y concentración en el proceso de

sus actividades para lograr más que en el resultado. Otro factor importante es la motivación de ganar dinero para sus hogares y tiempo para estar con su familia ya que el trabajar de forma digital les permite hacerlo desde casa para lograr metas, sueños propios y también la posibilidad de organizar sus tiempos.

Ante la pregunta 10 ¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento? (Resultado de la entrevista del 16 de nov. 2021) las respuestas fueron “valentía y creer en mí” (EA1, P10) emoción de tener algo propio” (EA2, P10) “auto realización” (EA3, P10) competitividad, autorrealización y salir adelante” (EA4, P10) “generar cambio y ayudar a otros” (EA5,P10). (Resultado de la entrevista del 8 de nov. 2021) “amor, alegría, inspiración, interés” (A1, P10) “amor pasión felicidad, compromiso” (A2.P10). (Resultado de la entrevista del 2 de nov. 2021) “motivación, confianza, compromiso” (D1, P10) “honestidad, confianza, apertura” (D2, P10) “pasión por lo que uno sabe y hace” (D3, P10)

De los hallazgos se interpreta que la motivación y el liderazgo son muy importantes estos determinan el éxito o fracaso de una empresa, además de trabajo en equipo y lograr las metas y objetivos a corto y largo plazo. Así mismo, ser asesor o consultor de productos creando la necesidad al cliente ven lo que necesitan o quieren. Así mismo los sentimientos que ayudan a trabajar en el emprendimiento son la motivación, confianza, Amor, alegría, inspiración, interés, compromiso y pasión Verdad, honestidad, comunicación, apertura, autorrealización, independencia economía, motivación, la competitividad, la resiliencia y ayudar de una u otra manera a las comunidades que poco a poco ven a este sector como una salida para salir de la pobreza. De dichos resultados se pueden observar (Ver fig.1.Anexos) categorías apriorísticas y emergentes

A manera de discusión se presenta en relación con el objetivo general, analizar el Marketing Digital en emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del COVID 19 Lima, se encontró que, las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital consideran elaborar contenido y usan videos de publicidad y fotos en las redes o plataformas online para promocionar el producto. Se mejoraría la estrategia aplicando un estudio del entorno, de la oferta y demanda, aplicando un modelo de negocios. La motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento es la independencia económica; se recomienda elaborar un plan de negocios y considerar el desarrollo

de la motivación y el liderazgo para superar los obstáculos para el logro de los propósitos del emprendimiento.

(Bizhanova et al., 2019). Manifestó en ese sentido, se encuentra el rápido crecimiento de las plataformas basadas en la web que facilitan el comportamiento social en Internet ha cambiado significativamente la naturaleza de la actividad humana, el medio ambiente y la interacción para mejorar el compromiso con el Marketing Digital, los especialistas en marketing deben centrarse en las interacciones basadas en las relaciones con sus clientes. Coincidiendo con Teixeira et al. (2018) investigaron sobre factores de Marketing Digital en el emprendimiento. Es importante que las pequeñas empresas adopten con éxito el Marketing Digital como estrategia en su plan de negocios. Dado que muchas de estas empresas tienen un número considerable de características internas frágiles, como la falta de acceso a capital financiero y también carecen de recursos humanos calificados, no pueden adoptar una tecnología sin antes evaluar cómo les afectaría.

En ese sentido, Yogesh et al. (2020) refirieron que, el uso de Internet y las redes sociales ha cambiado el comportamiento de los consumidores y la forma en que las empresas llevan a cabo sus negocios. El marketing social y digital ofrece importantes oportunidades a las organizaciones a través de costos más bajos, mejor conocimiento de la marca y aumento de las ventas. Sin embargo, existen desafíos significativos debido al boca a boca electrónico negativo, así como a la presencia de marca en línea intrusiva e irritante.

Las perspectivas de los expertos ofrecen una narrativa detallada sobre aspectos clave de este importante tema, así como perspectivas incluyen inteligencia artificial, marketing de realidad aumentada, gestión de contenido digital, marketing y publicidad móvil, marketing, boca a boca electrónica y cuestiones éticas. Por ello esta investigación ofrece una contribución significativa y oportuna tanto para investigadores como para profesionales en forma de desafíos y oportunidades donde destacamos las limitaciones dentro de la investigación actual, delineamos las brechas de investigación y desarrollamos las preguntas y propuestas que pueden ayudar a avanzar en el conocimiento dentro del dominio de lo digital y marketing social.

Con respecto al objetivo específico 1 utilidad del Marketing Digital se encontró sustento con autores como Bizhanova et al. (2019) que manifestaron el impacto del Marketing Digital en el emprendimiento moderno, así como las principales tareas en la formación de la estructura empresarial como Innovación, medición y análisis de resultados de productos anteriores o de la competencia. Pues los cambios en el comportamiento de los consumidores obligan a las empresas a repensar sus estrategias de marketing en el ámbito digital. Ya que permiten que las empresas introduzcan formas innovadoras de comunicación y co-creen contenido con sus clientes. La participación de las empresas en el Marketing Digital se puede clasificar según los beneficios y usos percibidos del Marketing Digital.

Con respecto a las estrategias de planificación de contenidos y promociones es importante interactuar con el público, considerando un programa de fidelización de los clientes. Al igual que se considera tener horas establecidas para realizar publicaciones, en donde se sabe que hay más personas en redes que puedan alcanzar a verlas. Así mismo lo manifestó Camacho (2020) quien hablo sobre Marketing Digital y fidelización de los clientes, ya que se evidencia una buena vinculación entre sí, ya que, para alcanzar un buen Marketing Digital se requiere tener a los clientes fidelizados, así, tener una mayores ventas y un mercado fijo al que se le puede brindar promoción y en consecuencia tiene mayores ingresos en la empresa. Así este autor coincidiendo con Arcila (2020) que señalo que el posicionamiento se encuentra en un nivel bajo, lo que influye en la baja recordación de la marca, por ello el diseño de las estrategias de marketing en la red social Facebook son necesarias.

Por ello se lograría una ventaja por la gran aceptación que existe al hacer uso de redes sociales y plataformas digitales con las cuales se cuentan en la actualidad y se mejoraría la estrategia aplicando un estudio del entorno, de la oferta y demanda, aplicando un modelo de negocios. Teniendo en cuenta la importancia de la segmentación de contenido o nicho de mercado ya que es fundamental y sobre todo para un emprendimiento que nace de una necesidad y eso lo conoce a través del desarrollo del producto o servicio.

Otro autor importante es Akeel (2020) que manifestó que el Marketing Digital puede afectar significativamente al desarrollo de nuevas empresas, aumentar el reconocimiento de la marca, generar confianza en el cliente y mejorar las relaciones

con los clientes. Ya que el Marketing Digital puede tener un efecto importante en el crecimiento de las empresas emergentes, mejorar el conocimiento de la marca, ganar la lealtad de los clientes y mejorar las relaciones con los clientes.

Por lo manifestado la mayoría de las empresas de nueva creación no percibe o son reacios a invertir en mejorar sus estrategias de Marketing Digital. Sin embargo, tiene un efecto enorme en el crecimiento empresarial y es necesario para que las empresas emergentes se involucren en el mercado de los medios digitales. Blogs, contenido, artículos y los videos son los más productivos para las empresas emergentes, especialmente cuando se publican en canales específicos de la industria.

En relación con la subcategoría estrategias de actividades, Merodio (2016) refirió que las principales redes son Facebook, Twitter, YouTube y LinkedIn haciendo que sean canales más rentables debido a que se enfocan a sectores concretos según las preferencias del consumidor. Además, Serida et al. (2020) manifestaron que en el caso peruano los indicadores como la percepción, actitud y valoración con respecto a los emprendimientos pues es el tercer país con más oportunidad de emprendimiento según algunos estudios realizados a nivel de América latina.

Así también sobre estrategias de Marketing Digital y el emprendimiento, Gulati (2019) refirió que el internet se ha convertido en un recurso principal para la audiencia global que busca variedad de información antes de comprar cualquier producto o servicio en línea o en una tienda local. Lo que destaca su investigación en particular es parte de un estudio más amplio que evaluó el uso del Marketing Digital por parte de nuevas empresas / pequeñas empresas en la India y el cambio de comportamiento de compra de los clientes de grandes marcas a nuevas empresas sobre la base de reseñas y reputación en línea. El enfoque de este proyecto en particular fue evaluar las prácticas de Marketing Digital de las nuevas empresas y cómo están dando competencia al mercado global. También discutirá cómo la economía y el empleo de la India mejoran mediante el uso de prácticas de Marketing Digital.

Por ello se considera de gran importancia ya que en el presente estudio también se usa el Marketing Digital en emprendimientos nuevos que con el tiempo podrán formalizarse para ser fuentes que aporten a la economía de nuestro país y

a su vez puedan generar empleos para otros también o sirvan de ejemplo para los futuros egresados.

Por los hallazgos realizados en relación con el segundo objetivo específico, analizar los emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del COVID 19 Lima, sobre la subcategoría necesidad de logro. Se encontró lo manifestado por (Anisimov, 2017) que los objetivos de cualquier entidad comercial, a largo plazo, son maximizar las ganancias y minimizar el costo de producción propia, así como satisfacer las necesidades de los compradores. Por tanto, se evidencia que el emprendedor busca elaborar un plan de negocios tener un abanico de opciones para emprender un negocio.

Así pues, tener una cartera de clientes organizada con un seguimiento continuo, además de ofrecer empaques que sea original o atractivos podrán atraer más cliente. De igual manera poder brindarle una bonita experiencia de compra y la calidad de los productos es un factor muy importante, porque esto llama la atención al público. Por otra parte, Gartner (1985) refirió que los procesos van desde aquellas acciones que llevan a cabo los individuos para los inicios de las empresas. En este sentido la subcategoría del entorno es necesario analizarlo desde dos perspectivas, una determinista que ve el entorno como aquellas condiciones externas de las cuales la organización debe adaptarse. Y la otra perspectiva de elección estratégica, la cual ve al entorno como una realidad la cual la organización la crea con base a sus propias percepciones es por tanto que la empresa debe relacionarse con el entorno de tal manera que gestione recursos tanto tangibles como intangibles y compita en los mercados.

Con relación al emprendimiento, las personas requieren tener un perfil y desarrolla rasgos y actitudes de activismo, innovaciones, fuerza y dirección, guiándose a la meta (Durand, 2015; Marrero, 2017; Novillo et al., 2017). Así mismo, es un campo que ha ido evolucionado recientemente debido a las maneras de abordar su objeto de estudio. Siendo relevante mencionar el empoderamiento, en ese sentido Rivera (2019) investigó sobre el empoderamiento y roles de género en las familias en Piura. Concluyó que el empoderamiento se ve influenciado por los roles de género y las tomas de decisiones o las habilidades de elección se incide en los roles de género de las familias; así mismo el autoconocimiento del empoderamiento con los roles de géneros de las familias.

De este modo, se establece que los sentimientos que ayudan en el emprendimiento y en ese sentido el nivel desarrollado de emprendimiento garantiza el nivel desarrollado de Marketing Digital. Al respecto, Torres (2017) investigó sobre el Marketing Digital y el emprendimiento, concluyendo que existe de las variables Marketing Digital y emprendimiento que demuestra que la percepción de las mujeres fue de que, a mejor nivel de Marketing Digital, mejor es el nivel de emprendimiento o por es contrario a menor nivel de Marketing Digital, mejor es el nivel de emprendimiento. Indicando que la característica principal que define a un emprendedor es su talento de reconocer oportunidades en el mercado; de esta forma, esto es el elemento empresarial que es responsable para entender la acción humana como activa y creativa. Asimismo, refiere que ve a los emprendedores como descubridores de nuevas oportunidades que son plasmadas en su plan de negocio.

Al respecto, el Marketing Digital tiene un potencial tremendo. Uno de los objetivos clave del Marketing Digital es identificar cómo los clientes utilizan la tecnología emergente e incorporar esta información en beneficio de la organización, lo que permite al usuario comunicarse de manera más eficiente con sus clientes potenciales (Teixeira et al., 2018). Eso también es posible impulsar el valor de la marca, atraer nuevos compradores y mejorar las ventas utilizando tecnología del Marketing Digital. El Marketing Digital puede ser online u offline (Bala y Verma, 2018).

Los obstáculos que se pueden presentar son los financieros, económico, administrativos y culturales. Así mismo, los obstáculos en la ejecución son, organización del tiempo, las páginas estafadoras, los negocios informales competencia desleal. Considerando que la mayoría de los emprendimientos han adoptado el Marketing Digital con un mínimo inversión de capital e impulso del crecimiento de la economía. Los emprendedores en India son geniales y tener ideas nuevas e innovadoras y dar en el blanco con el Marketing Digital estrategias (Gulati, 2019).

Con respecto a las teorías sustantiva (ver Fig.2 anexos) se evidencia la gran importancia de la utilidad del marketing pues el uso de contenidos digitales tales como fotos o videos que no solo ayudarán a promocionar el producto, sino que además servirán también para captar y fidelizar clientes al igual que ir segmentando el mercado. También es de vital importancia usar estrategias de promoción como sorteos, descuentos entre otros. Así mismo es importante planificar los contenidos, frecuencias y canales de difusión que se usaran para generar más ventas e ir fidelizando un público. Por su parte los especialistas recomiendan el uso de modelos de negocio como canvas y herramientas que favorezcan al desarrollo del emprendimiento por medio del Marketing Digital.

Con respecto al emprendimiento uno de los factores más resaltantes es la motivación de los participantes de lograr la tan ansiada independencia económica, al igual que presentar contenido y productos innovadores para cautivar al mercado lo que les permitirá lograr metas que se verán reflejadas en el crecimiento de su emprendimiento al igual que su crecimiento personal. También cabe destacar que es importante contar con una cartera de clientes y ser muy organizados para llevar un mejor seguimiento y control de sus servicios ofrecidos. Ya que no solo ofrecerán productos de calidad, sino que también se experimentara una experiencia original y bonita experiencia de compra.

Otro punto importante es la Actitudes hacia el emprendimiento ya que este tipo de sentimientos no solo son un motor de motivación sino que son un impulso para salir adelante ya que generan sentimiento de inspiración, amor y pasión por lo que hacen, felicidad de ver los logros propios, autorrealización de ver sus sueños hechos realidad ya que es una salida ante la adversidad y necesidad de independencia económica sobre todos en este contexto de pandemia que trajo consigo mucha inestabilidad, desempleo y falta de oportunidad.

V. Conclusiones

Primera

Con respecto a las estrategias de planificación de contenido de marketing digital, se concluye la importancia de elaborar contenidos digitales de alto impacto ya que los videos de publicidad y fotos en las redes o plataformas online para promocionar el producto ayudaría a captar más clientes y promocionar el emprendimiento.

Segunda

En cuanto a la estrategia de promoción de Marketing Digital, se evidencia el impacto que tiene el uso de videos de publicidad y fotos en las redes para promocionar el producto; el conocimiento de la segmentación del mercado para lograr la fidelización de los clientes. Por ello la importancia de ofrecer por las plataformas online diversas promociones como descuentos, sorteos, packs personalizados en fechas importantes ya que esto mejoraría la oferta y demanda.

Tercera

En cuanto a la estrategia de actividades es importante planificar cuando, como y porque medios difundir contenido que permita cautivar un mercado más amplio y a su vez fidelizar poco a poco a los clientes.

Cuarta

Los emprendedores tienen como principal necesidad de logro la independencia económica, ya que es su fuente de motivación al igual que les permite desarrollar ideas innovadoras que le permiten saltar los obstáculos financieros, económicos o personales que pueden encontrar. Para generar sus propias fuentes de ingreso.

Quinta

Existen muchos sentimientos que envuelven al emprendedor y se convierten su motor para lograr sus metas como son alegría, autorrealización, la resiliencia que ayudan de una u otra manera estos futuros empresarios a encontrar una oportunidad como salida a de la pobreza o ante alguna adversidad como represente el contexto COVID.

VI. Recomendaciones

Primera

Se recomienda a la institución revisar los contenidos del silabus sobre todo de marketing y considerar temas de estrategias de planificación de contenido del Marketing Digital, estrategias de promociones, estrategias de actividades digitales y potenciar las estrategias de necesidad de logro y el emprendimiento. Ya que esto permitirá tener conocimientos teóricos que más adelante serán de utilidad para potenciar sus potenciales negocios de los estudiantes o egresados emprendedores.

Segunda

Se recomienda a los alumnos ser partícipes de los talleres de emprendedurismo para que puedan crear proyectos de emprendimiento desde los últimos años de carrera pues así tendrán el apoyo desde la experiencia de sus docentes y además podrán iniciar una fuente de recursos y generar sus propios ingresos y dependencia económica antes de salir al mercado laboral.

Tercera

Se recomienda a los exalumnos ir formalizando poco a poco su emprendimiento y no desistir y sobre todo perseverar en el desarrollo y planificación de contenido ya que esto les permitirá captar un mayor público y con el tiempo ir segmentando su mercado para lograr las metas que se proyecten.

Cuarta

Se recomienda también a los exalumnos tener en cuenta la evaluación de los procesos que deberán seguir para lograr resultados positivos de manera que puedan mejorar sus debilidades y potenciar sus fortalezas.

Referencias

- Akeel, A. (2020). *Digital Marketing and its effects on Start-up business*. (Tesis de Maestría, Universidad de Gavle). <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1526073/FULLTEXT01.pdf>
- Alcaide, J., Bernués, S., Díaz, E., Espinosa, R., Muñiz, R., & Smith, C. (2013). *Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa*. [The main keys to marketing in small and medium-sized companies] <https://n9.cl/8j6px>
- Alean, A., Del Rios, J. Simancas, R. y Rodríguez, C. (2017). *¿El Emprendimiento como Estrategia para el Desarrollo Humano y Social?* <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6069704.pdf>
- Anderson, A., Warren, L. and Bensemman, J. (2018). Identity, enactment and entrepreneurship engagement in a declining place. *Journal of Small Business Management*. DOI: 10.1111/jsbm.12406.
- Anisimov, A. (2017). *The role of Internet marketing in modern entrepreneurship*. Humanitarian scientific research. https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=The+role+of+Internet+marketing+in+modern+entrepreneurship&author=A.+Y.+Anisimov&journal=Humanitarian+scientific+research&publication_year=2017
- Arcila, P. (2020). *Estrategias de marketing en red social facebook para el posicionamiento de la empresa inversiones talentos spa E.I.R.L., Chiclayo 2019*. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7441/Arcila%20P%C3%A9rez%20Pamela.pdf?sequence=1>
- ASEP (2019). *Asociación de emprendedores del Perú*. <https://asep.pe/>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Bala, M. & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321-339.
- Bardin, L. (2002). *El análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal.

- Barrett, R. and Vershinina, N. (2017). Intersectionality of ethnic and entrepreneurial identities: a study of post-war Polish entrepreneurs in an English city. *Journal of Small Business Management*, 55(3): 430–443
- Benavides, Mayumi Okuda, & Gómez-Restrepo, Carlos. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1), 118-124. Retrieved December 19, 2021, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000100008&lng=en&tlng=es.
- Bizhanova, K., Mamyrbekov, A., Unarov, I. y Orazymbetova, A. (2019). Impact of digital marketing development on entrepreneurship. *E3S Web of Conferences* 135(6), 04023. <http://dx.doi.org/10.1051/e3sconf/201913504023>
- Camacho, P. (2020). *Marketing digital y fidelización de clientes de la empresa Anypsa Corporación S.A, Comas, 2020.* <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53148?show=full>
- Cámara Peruana de Comercio Electrónico. (2021). Reporte oficial de la industria ecommerce en Perú (ed. 2021).
- Carreras, F. (2012). *Marketing cultural 2.0: Las 4 Ps del marketing en la era digital .Estrategias del Marketing.* [Cultural Marketing 2.0: The 4 Ps of Marketing in the Digital Age. Marketing Strategies]. <https://n9.cl/bxul7>
- Cuellar, Z. (2019). *La actitud emprendedora y la autoeficacia en los estudiantes de Tecnología del Vestido y Textil de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú]. <https://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/3395>
- Díaz, C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Revista General De Información y Documentación*, 28(1), 119-142. <https://doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2015). Entrepreneurial intention in university students: integration of cognitive and socio-personal factors.

Colombian Journal of Social Sciences, 6(2), 320-340.
<https://www.redalyc.org/pdf/4978/497856275007.pdf>

Fleming, P., & Lang, M. (2012). *Hablemos de marketing interactivo: reflexiones sobre marketing digital y comercio electrónico*. [Let's talk about interactive marketing: reflections on digital marketing and e-commerce].
<https://n9.cl/gpe4>

Gartner, W. (1985). *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation*. *Academy of Management Review*.
<https://www.jstor.org/stable/258039>

Gibson, C. (2018). The Most Effective Digital Marketing Strategies & Approaches: A Review of Literature. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 8(2), 12-16. <http://www.ijsrp.org/research-paper-0218/ijsrp-p7404.pdf>

Gruber, M. and MacMillan, I. (2017). Entrepreneurial behavior: a reconceptualization and extension based on identity theory. *Strategic Entrepreneurship Journal* 11(3): 271–286.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/sej.1262>

Gulati, S. (2019). Digital Marketing Strategies for Startups in India. *Proceedings of 10th International Conference on Digital Strategies for Organizational Success*, 6(19). <https://ssrn.com/abstract=3317740>

Hernández – Sampieri R. & Mendoza C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.

Hernández, C. (2017). *Manual. Fundamentos del plan de marketing en Internet*. Madrid: Editorial CEP

Hidalgo, M.L. (2016). Confiabilidad y Validez en el Contexto de la Investigación y Evaluación Cualitativas. Recuperado de:
<http://www.ucv.ve/uploads/media/Hidalgo2005.pdf>

INEI (2020). *A nivel nacional la población ocupada disminuyó 2,1% durante el primer trimestre del 2020*. <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/a-nivel->

nacional-la-poblacion-ocupada-disminuyo-21-durante-el-primer-trimestre-del-2020-12254/

Ipeba (2013). *Balance 2013: Acreditando la calidad de la educación básica en Perú*. <https://www.sineace.gob.pe/balance-2013-acreditando-la-calidad-de-la-educacion-basica-en-peru/>

Izcará, S (2014) Manual de investigación cualitativa. Editorial Fontamara. México. Recuperado de [https://www.grupociieg.org/archivos/Izcará%20\(2014\)%20Manual%20de%20Investigación%20Cualitativa.pdf](https://www.grupociieg.org/archivos/Izcará%20(2014)%20Manual%20de%20Investigación%20Cualitativa.pdf)

Kannan, P. y Li, A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing* 34(1):22-45. DOI:10.1016/j.ijresmar.2016.11.006

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. 13 edición. Madrid: Pearson Educación. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2). <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJEBR-06-2018-0425/full/html>

Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Lukas, F. and Spitzer, J. (2018). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century.

Londoño-Arredondo, S.; Mora-Gutiérrez, Y. J. & Valencia-Cárdenas, M. (2018). Modelos estadísticos sobre la eficacia del marketing digital. [Statistical Models on the effectiveness of digital marketing]. *Revista EAN*, 84; 167-186. Recuperado de <https://n9.cl/uo33e>

López, E. (2019). *Influencia del programa CEFÉ en el desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes del VII Ciclo de Ingeniería Industrial en la Universidad Nacional del Callao*. <https://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/2640?show=full>

Marrero, J. F. (2017). Social capital, social networks and entrepreneurial attitude in university students from REP. DOM. *Ciencia y sociedad*, 42(1), 43-58. <https://www.redalyc.org/journal/870/87050902004/>

- Martínez V. (2013). *Paradigmas de investigación. Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctica crítica*.
<http://biblioteca.esucomex.cl/RCA/Paradigmas%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Martínez, J. (2017). *Las 4 Fs del Marketing Digital y Social Media*. [The 4 Fs of Digital Marketing and Social Media]. <https://n9.cl/dcqt>
- Merodio, J. (2016). *Estrategia y táctica empresarial en redes sociales*. <https://www.lideditorial.com/libros/estrategia-y-tactica-empresarial-en-redes-sociales>
- Mulhern, F. J., y Comm. M. (2009). Customer profitability analysis: measurement, concentration and research directions. *Journal of Interactive Marketing*, 5(3), 85–101.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1094996899702240>
- Newbery, R., Lean, R. and Moizer, J. (2018). Entrepreneurial identity formation during the initial entrepreneurial experience: the influence of simulation feedback and existing identity. *Journal of Business Research* 85: 51–59.
- North, D. C. (1991). Institutions. *Journal Economic Perspectives*, 5(1), 97–112.
<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.5.1.97>
- Novillo-Maldonado, E. F., Sarmiento Chugcho, C. B., Ollague Valarezo, J. K., & Ramón Ramón, D. I. (2017). *Análisis de actitud emprendedora en estudiantes universitarios: una perspectiva de género*. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/330>
- Osorio, F., Gálvez, E., & Murillo, G. (2010). La estrategia y el emprendedor: diversas perspectivas para el análisis. *Cuadernos de Administración*, 1(43), 65–80. <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/n43/n43a6.pdf>
- Pan, N. D., Gruber, M. and Binder, J. (2019). Painting with All the Colors: The Value of Social Identity Theory for Understanding Social Entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 44(1), 213-226. doi: 10.5465/amr.2017.0504

- Patrutiu-Baltes, L. (2016). Digital marketing mix specific to the IT Field. *Economic Sciences*, 9(1).
http://webbut.unitbv.ro/Bulletin/Series%20V/2016/BULETIN%20I%20PDF/04_Patrutiu%20Baltes.pdf
- Pulizzi, J. and Barrett, N., 2009. Get Content GetCustomers-Turn Prospects into Buyers with ContentMarketing. *NSB Management Review*, 2(2), pp.98-101.
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1526073/FULLTEXT01.pdf>
- Radovich, J. (2017). *La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*.
<https://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/1327>
- Rivera, N. (2019). *Empoderamiento y roles de género en la familia en las estudiantes universitarias del primer ciclo de una universidad privada de Piura*, 2019.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55786/Rivera_CNM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rojo Ortiz, Y., Macedo Avilés, D., & Sánchez Benítez, L. (2016). *Factores Psicológicos Condicionantes de la Actitud Emprendedora en Estudiantes de la Licenciatura de Psicología*.
<http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/58954>
- Ruskovaara, E., and Pihkala, T. (2015). Entrepreneurship education in schools: empirical evidence on the Teacher's role. *J. Educ. Res.* 108, 236–249. doi: 10.1080/00220671.2013.878301
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C. and Borda, A. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2017-2018*.
https://www.researchgate.net/publication/328889589_Global_Entrepreneurship_Monitor_Peru_2017-2018
- Stryker, & Burke, P. J. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63, 284-297.
<https://www.jstor.org/stable/2695840>

- Teixeira, S., Branco, F., Martins, J., Au-Yong-Oliveira, M., Moreira, F., Goncalves, R., Perez-Cota, M. and Jorge, F. (2018). *Main factors in the adoption of digital marketing in startups an online focus group analysis*. 13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI), Caceres, 1-5, doi: 10.23919/CISTI.2018.8399435.
- Torres, J. (2017). *Marketing digital y emprendimiento de las mujeres que tienen negocio propio*, Comas, 2017. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/13907?locale-attribute=es>
- Trujillo, C., Naranjo, M., Lomas, K. y Merlo, M. (2019). *Investigación cualitativa*. https://issuu.com/rolandolomas4/docs/libro_de_investigacion_cualitativa_
- Valdivia, C. (2021) Impacto de la estrategia de marketing digital en el posicionamiento de la marca Capieli en el mercado peruano en el contexto post pandemia covid-19. Tesis profesional en Marketing de la Universidad de Lima Recuperado de <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/14097>
- Wry, T. y York, J. (2015). An Identity Based Approach to Social Enterprise. *The Academy of Management Review*, 1(1). <http://dx.doi.org/10.5465/amr.2013.0506>
- Yogesh, K., Ismagilova, E., Hughes, L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A., Kumar, V., Rahman, M., Raman, R., Rauschnabel, P., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. y Wang, Y. (2020). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401220308082>

Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia

TÍTULO: Análisis de la utilidad del Marketing Digital en emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del Covid 19 Lima

PROBLEMA		OBJETIVOS	ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN	
<p>Problemas</p> <p>Problema general</p> <p>¿Cómo es el Marketing Digital en emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del Covid 19 Lima 2021?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo es el uso del Marketing Digital de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del Covid 19 Lima 2021?</p> <p>¿Cómo son los emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del Covid 19 Lima 2021?</p>		<p>Objetivos</p> <p>Objetivo General</p> <p>Analizar el Marketing Digital en emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del Covid 19 Lima 2021</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Analizar el uso del Marketing Digital de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del Covid 19 Lima 2021</p> <p>Analizar los emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del Covid 19 Lima 2021.</p>	<p>Categorías</p> <p>Utilidad del Marketing Digital</p> <p>Emprendimiento</p>	<p>Sub Categorías</p> <p>Estrategias de planificación de contenido</p> <p>Estrategias de promociones</p> <p>Estrategias de actividades</p> <p>Necesidad de logro</p> <p>Actitudes hacia el emprendimiento</p>

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION	POBLACIÓN Y MUESTRA	ELEMENTOS DE INVESTIGACION	ANÁLISIS DE DATOS
<p>Enfoque Cualitativo</p> <p>TIPO: Comprensión del contexto</p> <p>DISEÑO: Fenomenológico</p>	<p>POBLACIÓN: La población está constituida por docentes, estudiantes y exalumnos(egresados)</p>	<p>Técnica: Entrevista semiestructurada</p> <p>Instrumento: Guía de entrevista</p> <p>Ámbito de Aplicación: Universidad pública</p>	<p>Análisis de las entrevistas y la revisión de la bibliografía especializada.</p>

Anexo 2: DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS CATEGORIAS

Categoría	Sub categoría
<p>CATEGORÍA 1: utilidad del Marketing Digital</p> <p>El Marketing Digital se describe como la comercialización de bienes y servicios utilizando plataformas digitales, en un término genérico que describe el método de incorporación de tecnología digital para atraer consumidores y crear hábitos de consumo, apoyar a las marcas, mantener a los clientes y mejorar los ingresos. Por lo tanto, el Marketing Digital puede describirse como un marco ágil y habilitado por la tecnología mediante el cual las empresas trabajan junto con consumidores y socios para desarrollar, conectar, generar y retener valor para todas las partes interesadas (Kannan y Li, 2017).</p>	<p>Categoría estrategia de planificación de contenido</p> <p>Se utiliza todos los formatos de marketing que tienen como objetivo involucrar a los consumidores creación e intercambio de contenido. El contenido generalmente se comparte en blogs, libros electrónicos, videos e infografías. Esta estrategia se utiliza para aumentar el tráfico a los sitios web y crear la marca (Pulizzi y Barrett, 2009).</p> <p>Estrategias de promoción</p> <p>Es importante la influencia de las plataformas de redes sociales para las nuevas empresas está más allá de la imaginación. El marketing en redes sociales no solo permite a los usuarios comunicarse más allá de las fronteras locales o sociales, pero también brindando posibilidades de compartir contenido generado por el usuario como fotos y videos y características como reseñas, comentarios y calificación. Todos tenemos los siguientes datos y las nuevas empresas se están aprovechando al máximo para captar una audiencia más amplia con un presupuesto mínimo y un tiempo rápido (Gulati, 2019).</p> <p>Estrategias de actividades del marketing</p> <p>El manejo de herramientas digitales otorga a una empresa notoriedad en la marca además de brindar una atención personalizada y directa. Las estrategias del Marketing Digital están conformadas por 4f's flujo, funcionalidad, feedback y fidelización. El flujo es un "Estado mental en el que entra un cibernauta si hay bastantes posibilidades de interactividad y un alto nivel de interés en la información" (Fleming & Lang, 2012, p.32).</p>
<p>CATEGORÍA 2: Emprendimiento</p> <p>Emprendimiento, las personas requieren tener un perfil y desarrolla rasgos y actitudes de activismo, innovaciones, fuerza y dirección, guiándose a la meta (Durand, 2015).</p>	<p>Necesidad de logro</p> <p>En cuanto a la subcategoría de necesidad de logro de los individuos para estudiar el emprendimiento se tienen en cuenta características como: satisfacción del trabajo, experiencia previa, padres empresarios y educación. Por otra parte, los procesos van desde aquellas acciones que llevan a cabo los individuos para los inicios de las empresas. En este sentido la subcategoría del entorno es necesario analizarlo desde dos perspectivas, una determinista que ve el entorno como aquellas condiciones externas de las cuales la organización debe adaptarse. Y la otra perspectiva de elección estratégica, la cual ve al entorno como una realidad la cual la organización la crea con base a sus propias percepciones es por tanto que la empresa debe relacionarse con el entorno de tal manera que gestione recursos tanto tangibles como intangibles y compita en los mercados (Gartner, 1985).</p> <p>Actitudes hacia el emprendimiento</p> <p>En cuanto a las actitudes hacia el emprendimiento las actitudes emprendedoras a nivel empresarial son importantes para la economía regional y local y es visto como uno de los elementos más relevantes para asegurar y sostener el desarrollo económico del país, reconociendo su papel de privilegio en la generación de riqueza del país (Sérida et al., 2015).</p>

Anexo 3: Matriz de categorización y preguntas guías

Categorías	Subcategorías	Preguntas para ex alumnos
Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital utiliza? 2. ¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital ?
	Estrategias de promociones	<ol style="list-style-type: none"> 3. ¿Cuáles son las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza? 4. ¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital ?
	Estrategias de actividades	<ol style="list-style-type: none"> 5. ¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuáles requiere reajustar?
Emprendimiento	Necesidad de logro	<ol style="list-style-type: none"> 6. ¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento? 7. ¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento? 8. ¿Cuáles son los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?
	Actitudes hacia el emprendimiento	<ol style="list-style-type: none"> 9. ¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento? 10. ¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?

ANEXO 4: CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CATEGORÍA POR EXPERTOS



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CATEGORÍA UTILIDAD DEL MARKETING DIGITAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
Subcategoría 1: Estrategias de planificación de contenido								
1	¿Qué estrategias de planificación de contenido de marketing digital utiliza?	X		X		X		
2	¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del marketing digital?	X		X		X		
Subcategoría 2: Estrategias de promociones								
3	¿Cuáles son las estrategias de promociones de marketing digital utiliza?	X		X		X		
4	¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de marketing digital?	X		X		X		
Subcategoría 3: Estrategias de actividades								
5	¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuales requiere reajustar?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento es suficiente corresponde la alumna, Magda Castañeda Sanchez

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dx/ Mg: ... Juan Carlos Gonzales Cruz DNI: 41935812.....

Especialidad del validador: ... MBA Administración Estratégica.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

1 de noviembre del 2021

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CATEGORÍA EMPRENDIMIENTO

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
Subcategoría 1: Necesidad de logro		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento?	X		X		X		
2	¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento?	X		X		X		
3	¿Cuales son los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	X		X		X		
Subcategoría 2: Actitud hacia el emprendimiento		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
4	¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	X		X		X		
5	¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento es suficiente corresponde la alumna, Magda Castañeda Sanchez

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dx/ Mg: ...Juan Carlos Gonzales Cruz DNI: 41935812.....

Especialidad del validador: ...MBA Administración Estratégica.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto ítem formulado.

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

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

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



1 de noviembre del 2021

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CATEGORÍA UTILIDAD DEL MARKETING DIGITAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		St	No	St	No	St	No	
Subcategoría 1: Estrategias de planificación de contenido								
1	¿Qué estrategias de planificación de contenido de marketing digital utiliza?	x		x		x		
2	¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del marketing digital?	x		x		x	x	
Subcategoría 2: Estrategias de promociones								
3	¿Cuáles son las estrategias de promociones de marketing digital utiliza?	x		x		x	x	
4	¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de marketing digital?	x		x		x	x	
Subcategoría 3: Estrategias de actividades								
5	¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuáles requiere reajustar?	x		x		x	x	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

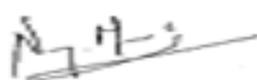
Apellidos y nombres del juez validador: Dra. Nelly Lucy Méndez Gutiérrez de Armentar DNI: 06176038

Especialidad del validador: Dra. en Administración y Mg. en Administración y Marketing

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto objetivo-temático.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

Lima 04 de noviembre del 2021



 Dra. Nelly Lucy Méndez Gutiérrez de Armentar
 Docente de la Facultad de Administración
 Universidad Nacional Federico Villarreal

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CATEGORÍA EMPRENDIMIENTO

N°	DIMENSIONES / temas	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Subcategoría 1: Necesidad de logro		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento?	x		x		x		
2	¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento?	x		x		x		
3	¿Cuáles son los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	x		x		x		
Subcategoría 2: Actitud hacia el emprendimiento		Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	x		x		x		
5	¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: ~~Dra.~~ Nelly Lucy ~~Mendez~~ Gutiérrez de Armentar DNI: 06176038

Especialidad del validador: Dra. en Administración y Mg. en Administración y Marketing

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto objetos-temas.

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

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

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

Lima 04 de noviembre del 2021



 Dra. Nelly Lucy Méndez Gutiérrez de Armentar
 Docente de la Facultad de Administración
 Universidad Nacional Federico Villarreal

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CATEGORÍA UTILIDAD DEL MARKETING DIGITAL



N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		St	No	St	No	St	No	
Subcategoría 1: Estrategias de planificación de contenido								
1	¿Qué estrategias de planificación de contenido de marketing digital utiliza?	x		x		x		
2	¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del marketing digital?	x		x		x		
Subcategoría 2: Estrategias de promociones								
3	¿Cuáles son las estrategias de promociones de marketing digital utiliza?	x		x		x		
4	¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de marketing digital?	x		x		x		
Subcategoría 3: Estrategias de actividades								
5	¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuáles requiere reajustar?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador, Mg. Marcos ~~Muñoz~~ ~~Marita~~ Lilliana, DNI: 10606794

Especialidad del validador: Maestra en marketing y negocios internacionales

6 de noviembre del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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

 Firma del Excmo. Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CATEGORÍA EMPRENDIMIENTO

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		St	No	St	No	St	No	
Subcategoría 1: Necesidad de logro		St	No	St	No	St	No	
1	¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento?	x		x		x		
2	¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento?	x		x		x		
3	¿Cuáles son los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	x		x		x		
Subcategoría 2: Actitud hacia el emprendimiento		St	No	St	No	St	No	
4	¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	x		x		x		
5	¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Marcos ~~Muñoz~~ ~~Maritza~~ Liliama. DNI: 10606794

Especialidad del validador: Maestra en marketing y negocios internacionales

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

6 de noviembre del 2021



Firma del Experto Informante.

Anexo 5 : Criterios de rigor científicos logrados en el estudio

TIPO DE CRITERIOS	CRITERIOS	SI	NO
Credibilidad	Observación persistente	X	
	Triangulación	X	
	Recogida de material referencial	X	
	Comprobación con los participantes	X	
Transferibilidad	Muestreo teórico	X	
	Descripción exhaustiva	X	
	Recogida de datos abundantes	X	
Dependencia	Identificación del estatus y rol del investigador	X	
	Descripción minuciosa de los informantes	X	
	Identificación y descripción de las técnicas e instrumentos de recolección de los datos	X	
	Identificación y descripción de las técnicas de análisis de datos	X	
	Delimitación del contexto físico, social e interpersonal	X	
	Replica paso a paso	X	
	Métodos solapados	X	
Confirmabilidad	Descripciones de baja inferencia	X	
	Comprobaciones de los participantes	X	
	Recogida mecánica de los datos	X	
	Triangulación	X	
	Explicar posicionamiento del investigador	X	

Nota: Guba, 1983

Anexo 6 : Carta de consentimiento por parte al entrevistado(a) sobre la investigación

Yo Magda Isabel Castañeda Sánchez, responsable de realizar la investigación “Análisis de la utilidad del Marketing Digital en emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en contexto del Covid 19, Lima 2021”, ofrece la siguiente información con el fin de obtener el consentimiento informado al participante sujeto de estudio dentro del estudio previamente mencionado.

El objetivo principal de este estudio es **analizar la utilidad del Marketing Digital en emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en el contexto del COVID 19 Lima 2021**

La entrevista está dirigida a conocer su opinión y aporte sobre los temas ejes Marketing Digital y emprendimientos Tendrá una duración aproximada de 1 hora

Se informa que toda información que brinde el entrevistado será considerada dentro los parámetros de confidencialidad requerida para fines académicos.

Magda Isabel Castañeda Sánchez

Investigador

Anexo 7 : FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo.....identificado con DNI (carné de extranjería o pasaporte para extranjeros) N°he sido informado por el magister: Magda Isabel Castañeda Sánchez acerca de la investigación que viene realizando cuyo título es “Análisis de la utilidad del Marketing Digital en emprendimientos de exalumnos de una universidad pública, en contexto del Covid 19, Lima 2021”y se trata de una investigación cualitativa que analizara la información brindada en torno a los temas ejes que Marketing Digital y emprendimientos.

Informo que en el transcurso de la entrevista. El participante dará respuesta a las preguntas planteadas y si fuera necesario puedo realizar las preguntas que consideré oportunas, para poder absolver cualquier interrogante.

Por lo tanto, se solicita firmar el presente documento como señal de conformidad. Considerando que usted participara de forma consiente y voluntaria estando en pleno uso de sus facultades mentales y encontrándome libre de coacción o intimidación.

.....

Nombre y firma del participante

DNI

Anexo 8: Cartas de permiso



Universidad Nacional
Federico Villarreal



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
Potenciando tu talento, mejoramos el mundo

DECANATO

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Lima, 28 de diciembre de 2021

CONSTANCIA DE PERMISO

Por medio de la presente quien suscribe, Dra. RITA ESTHER MARCOS HARO en calidad de Decana de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal de la ciudad de Lima-Perú, doy fe que la señora MAGDA ISABEL CASTAÑEDA SANCHEZ identificada con DNI N°40459287 docente contratada de nuestra facultad, se le otorga el permiso para que pueda desarrollar su trabajo de investigación titulado "ANÁLISIS DE LA UTILIDAD DEL MARKETING DIGITAL EN EMPRENDIMIENTOS DE EXALUMNOS DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA, EN CONTEXTO DEL COVID 19, LIMA 2021" . La cual inicio el día 1 de noviembre y culminó el 19 de noviembre del 2021.

Se le expide el presente documento para fines que la interesada crea conveniente.

Atentamente,



Firmado digitalmente por:
MARCOS HARO Rita Esther
FAU 20170934289 soft
Motivo: Doy Vº Bº
Fecha: 31/12/2021 12:35:40-0500

Dra. RITA ESTHER MARCOS HARO
Decana



DECANATO

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Lima, 28 de diciembre de 2021

CONSTANCIA DE APLICACION DE INSTRUMENTOS DE TESIS

Por medio de la presente quien suscribe, Dra. RITA ESTHER MARCOS HARO en calidad de Decana de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal de la ciudad de Lima-Perú, doy fe que la señora MAGDA ISABEL CASTAÑEDA SANCHEZ identificada con DNI N°40458287 docente contratada de nuestra facultad, ha aplicado su instrumento de tesis titulada "ANÁLISIS DE LA UTILIDAD DEL MARKETING DIGITAL EN EMPRENDIMIENTOS DE EXALUMNOS DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA, EN CONTEXTO DEL COVID 19, LIMA 2021" . La cual inició el día 1 de noviembre y culminó el 19 de noviembre del 2021.

Se le expide el presente documento para fines que la interesada crea conveniente.

Atentamente,



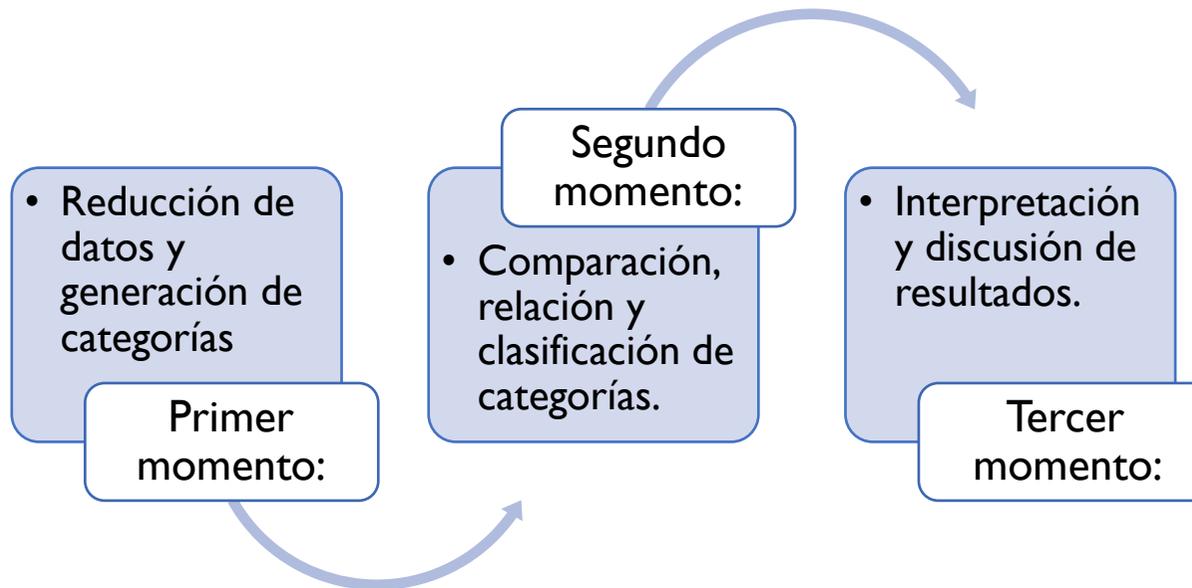
Firmado digitalmente por:
MARCO HARO Rita Esther
FAU 20178004008 soft
Módulo: Doc V° 6°
Fecha: 31/12/2021 13:30:43-0580

Dra. RITA ESTHER MARCOS HARO
Decana

Anexo 9: Esquema de recolección de datos



MOMENTOS EN EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS



Anexo 10: Análisis de resultados

Reducción de datos

DOCENTES

Entrevistado	Categoría	Subcategoría	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías (Resumen)	Códigos
D1	Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital recomendaría para un emprendedor?	Definir metas y planes identificando al público objetivo, establecer análisis del entorno para saber quiénes son los consumidores actuales y los competidores.	Definir metas y planes identificando al público objetivo, establecer análisis del entorno para identificar los consumidores actuales y los competidores.	DMP_IPO AE_ICC
			¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital en un emprendimiento?	Realizar un plan de acción con un análisis interno y externo.	Realizar un plan de acción con un análisis interno y externo.	PA_AIE
		Estrategias de promociones	¿Cuáles serían las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Una de las estrategias es establecer la diferenciación e innovación difundiendo a través de una	Una de las estrategias es establecer la diferenciación e innovación difundiendo a través de una promoción de Marketing	DID_PM

				promoción de Marketing		
			¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital en un emprendimiento?	En principio aplicaría un estudio del entorno aplicando un modelo de negocios	En principio aplicaría un estudio del entorno aplicando un modelo de negocios	EEA_MN
		Estrategias de actividades	¿Qué estrategias de actividades podrían funcionar cuáles recomendaría?	Aplicaría el Modelo de Negocios de Canvas	Aplicaría el Modelo de Negocios de Canvas	MNC
	Emprendimiento	Necesidad de logro	¿Cuál es la motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento?	Considero que el más importante es la independencia económica	Considero que el más importante es la independencia económica	IE
			¿Qué estrategias recomendaría para la realización de un emprendimiento?	Recomendaría: *Emprender en lo que se conozca y se tenga experiencia. *Elegir socios claves y el equipo adecuado *Elaborar un plan de negocios	Recomendaría: Emprender en lo que se conozca y se tenga experiencia. Elegir socios claves y el equipo adecuado *Elaborar un plan de negocios	EC_ESC_EA EPN
			¿Cuáles serían los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	Los obstáculos que se pueden presentar son los financieros, económicos,	Los obstáculos que se pueden presentar son los financieros, económicos,	OFEAC

				administrativos y culturales.	administrativos y culturales.	
		Actitud hacia el emprendimiento	¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	Si es importante la motivación y el liderazgo en el desarrollo del emprendimiento porque estos determinan el éxito o fracaso de una empresa	Si es importante la motivación y el liderazgo en el desarrollo del emprendimiento porque estos determinan el éxito o fracaso de una empresa	M_L_DEF
			¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	Los sentimientos que ayudan a trabajar en el emprendimiento son la motivación, confianza, compromiso y pasión	Los sentimientos que ayudan a trabajar en el emprendimiento son la motivación, confianza, compromiso y pasión	SATE_MCCP

Entrevistado	Categoría	Subcategoría	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías (Resumen)	Códigos
D2	Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital recomendaría para un emprendedor?	Elección del tipo de consumidor al cual se dirige el producto o servicio. Selección del contenido más representativo de la	Elección del tipo de consumidor al cual se dirige el producto o servicio. Selección del contenido más representativo de la empresa con el cual se	ETCP SCR CAP

				empresa con el cual se identifique más el público. Calendarización de las actividades que involucra la presentación del producto o servicio.	identifique más el público. Calendarización de las actividades que involucra la presentación del producto o servicio.	
			¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital en un emprendimiento?	Contratando un especialista en Marketing Digital para que pueda orientar las ideas del negocio de manera estratégica.	Contratando un especialista en Marketing Digital para que pueda orientar las ideas del negocio de manera estratégica.	CEMD
		Estrategias de promociones	¿Cuáles serían las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Elección de los canales de difusión en línea del producto o servicio. Medición y análisis de resultados de productos anteriores o de la competencia. Muestras gratuitas del producto para el público objetivo con el fin de hacer conocida la marca.	Elección de los canales de difusión en línea del producto o servicio. Medición y análisis de resultados de productos anteriores o de la competencia. Muestras gratuitas del producto para el público objetivo con el fin de hacer conocida la marca.	ECDL MAR_MG
			¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital	Utilizando las redes sociales más básicas y masivas en un inicio para	Utilizando las redes sociales masivas con el fin de concentrar al consumidor potencial.	URSM

			en un emprendimiento?	luego utilizar medios de comunicación más selectivos con el fin de concentrar al consumidor potencial.		
		Estrategias de actividades	¿Qué estrategias de actividades podrían funcionar y cuáles recomendaría?	Contacto inicial con familiares y amigos para que compartan en sus redes sociales. Definición de contactos por edades para potencializar distintos estratos como el infantil, juvenil y adulto.	Contacto inicial con familiares y amigos para que compartan en sus redes sociales. Definición de contactos por edades para potencializar distintos estratos como el infantil, juvenil y adulto.	CIFA CE
	Emprendimiento	Necesidad de logro	¿Cuál es la motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento?	Confianza en uno mismo para lograr las metas propuestas. Concentración en el proceso más que en el resultado. Búsqueda de paradigmas que hayan participado de proyectos similares.	Confianza en uno mismo para lograr las metas propuestas. Concentración en el proceso más que en el resultado. Búsqueda de paradigmas que hayan participado de proyectos similares.	CLM CP_BPPP
			¿Qué estrategias recomendaría para la realización	Rodearse de un buen equipo de trabajo con	Rodearse de un buen equipo de trabajo con expectativas de triunfo.	BET_ID BN

			de un emprendimiento?	expectativas de triunfo. No contar con una sola idea del negocio sino tener un abanico de opciones para emprender un negocio. Buscar la necesidad para poder satisfacerla siguiendo el principio clásico "Toda oferta crea su propia demanda"	No contar con una sola idea del negocio sino tener un abanico de opciones para emprender un negocio. Buscar la necesidad para poder satisfacerla siguiendo el principio clásico "Toda oferta crea su propia demanda"	
			¿Cuáles serían los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	Encontrarse con personas pesimistas. Carencia de capital. Mercado de consumidores reducido. Redes de contacto limitadas. Desconocimiento de la actividad y del mercado	Encontrarse con personas pesimistas. Carencia de capital. Mercado de consumidores reducido. Redes de contacto limitadas. Desconocimiento de la actividad y del mercado	PP_CC DAM
			¿Consideras importante la	Tanto la motivación como el liderazgo son valores que deben estar	Tanto la motivación como el liderazgo son valores que deben estar presentes durante	M_L_V

		Actitud hacia el emprendimiento	motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	presentes durante todo el proceso para encaminarse hacia el éxito.	todo el proceso para encaminarse hacia el éxito.	
			¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	Verdad, honestidad, comunicación, confianza y apertura.	Verdad, honestidad, comunicación, confianza y apertura.	V_H_C_C

Entrevistado	Categoría	Subcategoría	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías (Resumen)	Códigos
D3	Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital recomendaría para un emprendedor?	Puede comenzar en forma ORGANICA, (sin pago), pero lo más importante es planificar , crear y desarrollar estrategias de contenido en todos los canales del Marketing Digital , RR.SS. , email, SEO, , marketing de contenidos, e-mail marketing y marketing móvil.	Puede comenzar en forma ORGANICA, (sin pago), pero lo más importante es planificar, crear y desarrollar estrategias de contenido en todos los canales del Marketing Digital , RR.SS. , email, SEO, , marketing de contenidos, e-mail marketing y marketing móvil.	CO_PCD EC

			¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital en un emprendimiento?	Desde el lanzamiento del producto o servicio es necesario si el Buyer persona es realmente la que queremos, sabiendo que es lo que oye , escucha , dice , y piensa , y luego saber si mi marca llega de la mejor manera a aliviar su dolor o problema, para lograr nuestra propuesta de valor sea efectiva y ello nos conducirá al objetivo que queremos.	Desde el lanzamiento del producto o servicio es necesario si el Buyer persona es realmente la que queremos, sabiendo que es lo que oye , escucha , dice , y piensa , y luego saber si mi marca llega de la mejor manera a aliviar su dolor o problema, para lograr nuestra propuesta de valor sea efectiva y ello nos conducirá al objetivo que queremos.	PB
		Estrategias de promociones	¿Cuáles serían las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Las estrategias promocionales estarán de la mano con el Marketing Digital porque hoy debemos estar de acuerdo con tendencias para el 2022 , campañas promocionales con pautas optimas que rastrearemos dentro de las conversions	Las estrategias promocionales estarán de la mano con el Marketing Digital porque hoy debemos estar de acuerdo con tendencias para el 2022 , campañas promocionales con pautas optimas que rastrearemos dentro de las conversions dentro del funnel, utilizar las	EPM_CP

				dentro del funnel, y por ello siempre utilizar las plataformas online: , RR.SS, sitios web, redes sociales, blog, correo, video, Tik tok etc	plataformas online: , RR.SS, sitios web, redes sociales, blog, correo, video, Tik tok, etc.	
			¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital en un emprendimiento?	El contenido al segmento o nicho de mercado es fundamental y en un emprendimiento nace de una necesidad y eso lo conoceremos a través del desarrollo del producto o servicio.	El contenido al segmento o nicho de mercado es fundamental y en un emprendimiento nace de una necesidad y eso lo conoceremos a través del desarrollo del producto o servicio.	CSNM ENN
		Estrategias de actividades	¿Qué estrategias de actividades podrían funcionar y cuáles recomendaría?	Las actividades son diversas pero lo óptimo es realizar los contenidos e historias que se enamoren de nuestra marca y eso va depender de la forma que se gestiona las estrategias de marketing.	Las actividades son diversas pero lo óptimo es realizar los contenidos e historias que enamoren de la marca y eso va depender de la forma que se gestiona las estrategias de marketing.	AD_CE_ EM
	Emprendimiento	Necesidad de logro	¿Cuál es la motivación que debe desarrollar un	Puede ser proyecto de desarrollo de un producto o servicio	Puede ser proyecto de desarrollo de un producto o servicio que	PPMI_CSMA

			proyecto o emprendimiento?	que hay en mercado pero con una propuesta innovadora , y debemos considerar con contenido social y medio ambiente	hay en mercado pero con una propuesta innovadora , y debemos considerar con contenido social y medio ambiente	
			¿Qué estrategias recomendaría para la realización de un emprendimiento?	Las estrategias está en ir rápidamente al mercado, si nos equivocamos mejoramos hasta apuntar bien con tiro certero y justo para ese público que está ansioso por aliviar su problema o dolor .	Las estrategias está en ir rápidamente al mercado, si nos equivocamos mejoramos hasta apuntar bien con tiro certero y justo para ese público que está ansioso por aliviar su problema o dolor .	EM_PAAPD
			¿Cuáles serían los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	Las barreras creativas son muchas para empezar un emprendimiento, y salir de la caja negra lo más antes posible. .	Las barreras creativas son muchas para empezar un emprendimiento, y salir de la caja negra lo más antes posible. .	BCIE
		Actitud hacia el emprendimiento	¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el	Ser muy consciente que estamos frente a un gran desafío y no debemos perder en ningún momento de nuestro deseo de realizar un sueño en	Ser muy consciente que estamos frente a un gran desafío y no debemos perder en ningún momento de nuestro deseo de realizar un sueño en	SCD_PDRS

			desarrollo de tu emprendimiento?	realidad, romper los paradigmas .	realidad, romper los paradigmas .	
			¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	Amor, pasión por lo que uno sabe y desea, materia de un propósito de vida llena de aventuras para materializar una necesidad incansable pero con futuro en desarrollo de misma con gran inspiración.	Amor, pasión por lo que uno sabe y desea, materia de un propósito de vida llena de aventuras para materializar una necesidad incansable pero con futuro en desarrollo de misma con gran inspiración.	APSD_ PVA

ALUMNOS

Entrevistado	Categoría	Subcategoría	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías (Resumen)	Códigos
A1	Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital utiliza?	Elaborar contenido usando Videos de publicidad y fotos en las redes para promocionar el producto que deseo ofrecer	Elaborar contenido usando Videos de publicidad y fotos en las redes para promocionar el producto que deseo ofrecer	ECUV_P F_PP
			¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de	Aprendiendo más en cursos de marketing y publicidad. Ser más	Aprendiendo más en cursos de marketing y publicidad. Ser más	ACMP_ SDC

			contenido del Marketing Digital?	dinámico y constante en el uso de las redes también aprender mas sobre edición y video	dinámico y constante en el uso de las redes también aprender más sobre edición y video	
		Estrategias de promociones	¿Cuáles son las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Sorteos en fechas importantes y preguntas, aunque ahora está en stop la página por temas de que el estudio me demanda tiempo para desarrollar contenido.	Sorteos en fechas importantes y preguntas, aunque ahora está en stop la página por temas de que el estudio demanda tiempo para desarrollar contenido.	SFI_EDTDC
			¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital?	Creo que mejoraría teniendo una mejor auditoría y poder estudiar más el mercado.	Creo que mejoraría teniendo una mejor auditoría y poder estudiar más el mercado.	MA_EM
		Estrategias de actividades	¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuáles requiere reajustar?	La publicidad en instagram y Facebook como también en WhatsApp, pues para generar más ventas se debe posicionar más la macar y es como estudiar más las ventas.	La publicidad en instagram y Facebook como también en WhatsApp, pues para generar más ventas se debe posicionar más la macar y es como estudiar más las ventas.	PRS_GV
	Emprendimiento	Necesidad de logro	1. ¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento?	De conseguir ingresos por mi propia cuenta y dar un espacio a un emprendimiento que también se difunde un poco más de la cultura	De conseguir ingresos por mi propia cuenta y dar un espacio a un emprendimiento que también se difunde un poco más de la cultura	CI_EECP

				peruana. Pues mis productos están relacionados con la cultura peruana	peruana. Pues mis productos están relacionados con la cultura peruana	
			2. ¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento?	El empaque que sea original y que sea atraído al cliente. Tratar de brindarle una bonita experiencia de compra	El empaque que sea original y que sea atraído al cliente. Tratar de brindarle una bonita experiencia de compra	EOAC_ BEC
			3. ¿Cuáles son los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	El primer obstáculo es el factor económico o el dinero para poder invertir más y también contar con personas confiables que me ayuden en el desarrollo de esto.	El primer obstáculo es el factor económico o el dinero para poder invertir más y también contar con personas confiables que me ayuden en el desarrollo de esto.	POFE_ IPC
		Actitud hacia el emprendimiento	¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	Si, la motivación es muy importante ya que eso te levanta a seguir y pensar en positivo.	Si, la motivación es muy importante ya que eso te levanta a seguir y pensar en positivo.	MPP
			¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	Amor, alegría, inspiración, interés	Amor, alegría, inspiración, interés	AAII

Entrevistado	Categoría	Subcategoría	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías (Resumen)	Códigos
A2	Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital utiliza?	Crear objetivos, que es lo que quiero lograr para la página de mi emprendimiento, organizar el listado de mis publicaciones y entre otros.	Crear objetivos, es lo que quiere lograr para la página de emprendimiento, organizar el listado de las publicaciones y entre otros.	CO_PE MICP
			¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital?	Mejoraría la imagen que de presentar mi pagina para la mayor captación del público.	Mejoraría la imagen que de presentar mi pagina para la mayor captación del público.	
		Estrategias de promociones	¿Cuáles son las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Interactuar con el público, ya sea con sorteos o también descuentos de alguno de nuestros productos.	Interactuar con el público, ya sea con sorteos o también descuentos de alguno de nuestros productos.	IP_SD
			¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital?	El tiempo que debe desarrollarse lo anunciado y también recurrir en otras estrategias que impulsen al emprendimiento.	El tiempo que debe desarrollarse lo anunciado y también recurrir en otras estrategias que impulsen al emprendimiento.	TD_REIE
		Estrategias de actividades	¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuáles requiere reajustar?	Por ahora, solo realice un pequeño sorteo, debido a la poca llegada de mi pagina y con esto se obtuvo	Por ahora, solo realice un pequeño sorteo, debido a la poca llegada de mi pagina y con esto se obtuvo unos resultados beneficiosos.	S-PPP_ RB

				unos resultados beneficiosos.		
	Emprendimiento	Necesidad de logro	¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento?	Lo que me motiva en seguir de mi emprendimiento, es hacer lo que me gusta y demostrarlo en todos mis productos para que también el público conozca de mi emprendimiento.	Lo que me motiva en seguir de mi emprendimiento, es hacer lo que me gusta y demostrarlo en todos mis productos para que también el público conozca de mi emprendimiento.	ME_HG PCE
			¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento?	La calidad de las fotos es un factor muy importante, porque es lo que llama la atención al público y le den esa necesidad de comprar.	La calidad de las fotos es un factor muy importante, porque es lo que llama la atención al público y le den esa necesidad de comprar.	CFFI_AP
			¿Cuáles son los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	Actualmente, los obstáculos para mí sería el tiempo. Esto es, yo soy la que manejo mi emprendimiento, veo el tema de la página, en tomar las fotos, en preparar el producto, empacarlo y en dejarlo al cliente.	Actualmente, los obstáculos para mí sería el tiempo. Soy la que manejo mi emprendimiento, veo el tema de la página, en tomar las fotos, en preparar el producto, empacarlo y en dejarlo al cliente.	OT_ME_ TFPP
			¿Consideras importante la	Si, la motivación y el liderazgo son factores esenciales para el manejo de mi	Si, la motivación y el liderazgo son factores esenciales para el manejo de mi	MLFE

		Actitud hacia el emprendimiento	motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	emprendimiento; porque si faltaría uno de ellos, no se trabajaría adecuadamente.	emprendimiento; porque si faltaría uno de ellos, no se trabajaría adecuadamente.	
			¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	El amor, la felicidad, el cariño que se trabaja al realizar cada pedido para el cliente.	El amor, la felicidad, el cariño que se trabaja al realizar cada pedido para el cliente.	AFC PC

EXALUMNOS

Entrevistado	Categoría	Subcategoría	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías (Resumen)	Códigos
EA1	Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital utiliza?	Compartir fotos y videos de mis productos, y fotos reales de mis clientes al momento de entregar el producto, ya que de esa forma muestro que hay personas que	Compartir fotos y videos de productos, y fotos reales de clientes al momento de entregar el producto, ya que de esa forma muestra que hay personas que confían en nosotros y se ven	CFV_FR PCV_FNP

				confiaron en nosotros y se ven felices con sus nuevos productos.	felices con sus nuevos productos.	
			¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital?	Con un seguimiento a los clientes, es algo en lo que estamos trabajando, así ellos también pueden recomendarnos y aumentar nuestra cartera de clientes.	Con un seguimiento a los clientes, es algo en lo que estamos trabajando, así ellos también pueden recomendarnos y aumentar nuestra cartera de clientes.	SC_RAC
		Estrategias de promociones	¿Cuáles son las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Promociones como un descuento adicional por compras mayores a ciertos montos establecidos, delivery o entrega gratuita a ciertos puntos previa coordinación, entre otros.	Promociones como un descuento adicional por compras mayores a ciertos montos establecidos, delivery o entrega gratuita a ciertos puntos previa coordinación, entre otros.	PDA_CMD
			¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital?	Con un estudio más detallado de la oferta y demanda que tenemos, cambios de temporada, etc.	Con un estudio más detallado de la oferta y demanda que tenemos, cambios de temporada, etc.	EDOD_CT
		Estrategias de actividades	¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuáles requiere reajustar?	Dar promociones de productos de la misma línea en conjunto, a diferencia de cuando los vendo por unidad, y publicar en diversos	Dar promociones de productos de la misma línea en conjunto, a diferencia de cuando los vendo por unidad, y publicar en diversos	DPP_VU PGCV ACR

				grupos de compra y venta. En cuanto a reajuste actualizar el contenido en redes, al tener otras actividades que hacer no se da el tiempo adecuado para la página.	grupos de compra y venta. En cuanto a reajuste actualizar el contenido en redes, al tener otras actividades que hacer no se da el tiempo adecuado para la página.	
Emprendimiento	Necesidad de logro	¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento?	Mi familia y mi crecimiento personal, muy independientemente de que cuento con un trabajo estable, el hecho de tener un emprendimiento me demanda a ser más organizada y a ser más comprometida con lo que hago.	Mi familia y mi crecimiento personal, independientemente de un trabajo estable, el hecho de tener un emprendimiento demanda a ser más organizada y a ser más comprometida con lo que hago.		FCP_OC
		¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento?	Tener una cartera de clientes organizada con un seguimiento continuo, renovación y estreno de productos cada cierto tiempo.	Tener una cartera de clientes organizada con un seguimiento continuo, renovación y estreno de productos cada cierto tiempo.		CCO REP
		¿Cuáles son los principales obstáculos en la	La organización de mi tiempo, las páginas estafadoras, los negocios informales.	La organización de mi tiempo, las páginas estafadoras, los negocios informales.		OT_CE_NI

			ejecución de sus emprendimientos?			
		Actitud hacia el emprendimiento	¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	Definitivamente si, creo que todo en la vida incluso los emprendimientos tienen sus momentos altos y sus bajos, es en esos cuando uno mismo necesita motivarse y entre el equipo para seguir avanzando y el liderazgo para ir todos hacia una misma dirección.	Definitivamente sí, creo que todo en la vida incluso los emprendimientos tienen sus momentos altos y sus bajos, es en esos cuando uno mismo necesita motivarse y entre el equipo para seguir avanzando y el liderazgo para ir todos hacia una misma dirección.	EMA_MB LDMD
			¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	La valentía principalmente y el creer en mi misma, iniciar un emprendimiento es una gran responsabilidad y uno aprende mucho de ello.	La valentía principalmente y el creer en mi misma, iniciar un emprendimiento es una gran responsabilidad y uno aprende mucho de ello.	VPC_IER

Entrevistado	Categoría	Subcategoría	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías	Códigos
--------------	-----------	--------------	----------	-------------------	---------------	---------

					(Resumen)	
EA2	Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital utiliza?	No tengo estrategias de planificación ya que este emprendimiento surgió por una necesidad y fui probando Como funcionaba, pero no tengo nada definido.	No tiene estrategias de planificación ya que este emprendimiento surgió por una necesidad y fue probando cómo funcionaba sin definirlo.	NEP_ESN
			¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital?	Tendría que estudiar un poco mas al respecto ya que no cuento con nada definido y considero que debo mejorar en todos los aspectos	Tendría que estudiar un poco más la estrategia de planificación, ya que no cuenta con nada definido y considera que debe mejorar en todos los aspectos	EEP_MP
		Estrategias de promociones	¿Cuáles son las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Las promociones se dan en base a lo que la empresa autoriza, no podemos ofrecer bajo otros precios no autorizados. La promoción que ofrezco depende mucho de los precios que se manejen en el mes cada mes los precios de los productos varían	Las promociones se dan en base a lo que la empresa autoriza, no podemos ofrecer bajo otros precios no autorizados. La promoción depende mucho de los precios que se manejen en el mes porque los precios de los productos varían	PBEA_PDPM

			¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital?	Podría mejorar compartiendo más fotos a mis contactos o haciendo videos que los animen a adquirir los productos que ofrezco	Podría mejorar compartiendo más fotos a mis contactos o haciendo videos que los animen a adquirir los productos que ofrezco	PMCF
		Estrategias de actividades	¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuáles requiere reajustar?	Las personas tienden más a ver videos, que leer, por lo que uso las historias y tiktok.	Las personas tienden más a ver videos, que leer, por lo que uso las historias y tiktok.	PVV
	Emprendimiento	Necesidad de logro	¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento?	Que me permite generar un ingreso extra para mi hogar y lo trabajo a mis tiempos.	Que me permite generar un ingreso extra para mi hogar y lo trabajo a mis tiempos.	PGI
¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento?			Por el momento ninguna.	Por el momento ninguna.	N	
¿Cuáles son los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?			El tiempo, debido a que debo atender 1 bebé y un niño en etapa escolar, más proyectos eventuales que tengo.	El tiempo, debido a que debo atender 1 bebé y un niño en etapa escolar, más proyectos eventuales que tengo.	T_P	
¿Consideras importante la			Si, por supuesto. Pues son los que me motivan cada día por salir adelante	Motivan cada día por salir adelante especialmente cuando se es madre	M	

		Actitud hacia el emprendimiento	motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	especialmente cuando se es madre		
			¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	La emoción de emprender nuevos retos	La emoción de emprender nuevos retos	ENR

Entrevistado	Categoría	Subcategoría	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías (Resumen)	Códigos
EA3	Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital utiliza?	Videos, imágenes, publicaciones, atención personalizada virtual	Videos, imágenes, publicaciones, atención personalizada virtual	VIAP
			¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital?	Creando una pagina directa para mis productos con promociones o packs con precios llamativos. No lo hago aun, ya que necesito arreglar el tema del transporte a sitios mas alejados. Al ser un producto muy	Creando una página directa para productos con promociones o packs con precios llamativos. No lo hago aun, ya que necesito arreglar el tema del transporte a sitios más alejados. Al ser un producto muy delicado, no me atrevo ir más allá.	CPD

				delicado, no me atrevo ir más allá.		
		Estrategias de promociones	¿Cuáles son las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Promociones en packs personalizados Tener horas establecidas para realizar publicaciones, en donde sé que hay más personas en redes que puedan alcanzar a verlas	Promociones en packs personalizados Tener horas establecidas para realizar publicaciones, en donde sé que hay más personas en redes que puedan alcanzar a verlas	PPP
			¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital?	Teniendo una pagina principal de mis productos	Teniendo una página principal de mis productos	PPP
		Estrategias de actividades	¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuáles requiere reajustar?	Videos y reseñas en historias e Facebook, requiero reajustar las publicaciones.	Videos y reseñas en historias e Facebook, requiero reajustar las publicaciones.	VR_RP
	Emprendimiento	Necesidad de logro	¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento?	El deseo de poder trabajar por mi y no para otros, aparte de poder hacerlo desde casa, poder seguir teniendo el tiempo para mi familia y mi emprendimiento	El deseo de poder trabajar por mí y no para otros, aparte de poder hacerlo desde casa, poder seguir teniendo el tiempo para mi familia y mi emprendimiento	DPT
			¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento?	Actualmente organización para cumplir con los pedidos de la mejor forma	Actualmente organización para cumplir con los pedidos de la mejor forma	OCPMF

				Mantener los precios a pesar del alza de productos de repostería	Mantener los precios a pesar del alza de productos de repostería	
			¿Cuáles son los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	Espacio, para la realización de los postres . Competencia barata . El alza de los productos, cada semana varía el precio de cada cosa . transporte	Espacio, para la realización de los postres Competencia barata El alza de los productos, cada semana varía el precio de cada cosa transporte	ERP_CB AP
		Actitud hacia el emprendimiento	¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	Si, sobre todo la motivación, si no la tienes, no harás un buen producto Claro que ser líder, porque eres la cabeza de lo que creaste	Si, sobre todo la motivación, si no la tienes, no harás un buen producto Claro que ser líder, porque eres la cabeza de lo que creaste	M_L
			¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	Auto realización Independencia economía Motivación, al ver a otros amigos creando sus emprendimientos, me cuestiona porque no estoy haciendo algo igual, así que me atreví y lo hice.	Auto realización Independencia economía Motivación, al ver a otros amigos creando sus emprendimientos, se cuestiona porque no esta haciendo algo igual, así que se atrevió y lo hizo.	A_IE_M

--	--	--	--	--	--	--

Entrevistado	Categoría	Subcategoría	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías (Resumen)	Códigos
EA4	Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital utiliza?	Lo primero que hago es juntar fotos, porque a veces también publico en Market place. Y en market place no te permiten tener fotos de descargadas sino que tienen que ser tomadas por tu propio celular entonces lo que hago es tomar fotos o también descargo de otro lado imágenes y allí empiezo a publicar. Últimamente estoy usando videos ya que mi hija me esta ayudando porque me dice mama tanto publicas en el estado que la gente no ver lo va pasar porque algunos no les interesa. En	juntar fotos, porque a veces también publica en Market place. Y en market place no permiten tener fotos de descargadas, usando videos con ayuda. PPT, PIXAR para diseños y poco con canvas	F_V_C

				<p>cambio, cuando haces en un video es mucho mas resumido todo. En un solo video en el estado todas las imágenes van a pasar y también a veces trabajo con ppt, pixar para diseños y poco con cambas</p>		
			<p>¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital?</p>	<p>Como mejoraría seria aprendiendo un poco mas sobre diseño para poder colocar los puntos que yo quiero publicar muchas veces me he sentido corta de palabras o de publicidad porque no conozco mas de algunos diseños. Yo veo busco como publican como hacen y quiero hacer lo mismo entonces averiguo pero me parece un poco difícil. Lo que tendría que tener</p>	<p>Aprendiendo un poco más sobre diseño para poder colocar los puntos que quiere publicar muchas veces se he sentido corta de palabras o de publicidad porque no conoce más de diseños. Busca cómo publican como hacen y quiere hacer lo mismo, averigua, pero parece un poco difícil. Lo que tendría que tener bien en claro es como hacer una publicidad, como hacer un poco más para poder marketear</p>	<p>A_D_PP</p>

				bien en claro es como hacer una publicidad, como hacer un poco mas detallado para poder marketear mi producto o como lo voy a vender	el producto o como va a vender	
		Estrategias de promociones	¿Cuáles son las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Yo trabajo mas con promociones, que en estas ultimas campañas hemos tenido días naranjas que están a s mucho mas descuento de lo que están en catalogo porque lo que mas vendo es productos por catalogo, también hay promociones. Últimamente hemos tenido los cyber wow y vamos a tener el black Friday. En este mes tendremos 2 promociones con descuento, rebajado. Coloco promociones precios	Con promociones, que en estas últimas campañas se ha tenido días naranjas que están mucho más descuento de lo que están en catálogo, porque lo que más vende es productos por catálogo. Últimamente utilizó ciber wow y tener el black Friday. En este mes tendremos 2 promociones con descuento, rebajado. Coloco promociones precios insuperables, oferta 2 por uno también productos disponibles por ciertos días.	P_CDN pcd

				insuperables, oferta 2 por uno también productos disponibles por ciertos días		
			¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital?	Nosotros trabajamos con promociones que la empresa nos da del catálogo, pero si he pensado en yo misma publicar y hacer mis propios descuentos porque tengo varios stocks y si me gustaría colocarlo yo mismo y de repente por un día ofertar los productos al 25 % de descuento o un 50% de descuento con referente al precio real del producto	Trabaja con promociones que la empresa da del catálogo, pero si se ha pensado en publicar y hacer descuentos porque tiene varios stocks y si me gustaría colocarlo y de repente por un día ofertar los productos al 25 % de descuento o un 50% de descuento con referente al precio real del producto	PC_DP
		Estrategias de actividades	¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuáles requiere reajustar?	Una de las estrategias que me ayudo bastante es las transmisiones en vivo. A veces transmito los productos que tengo y	Una de las estrategias que ayudó son las transmisiones en vivo. A veces transmite los productos que tiene y anteriormente ha hecho transmisiones de los productos que	ETV

				<p>anteriormente he hecho transmisiones de los productos que estaban en oferta como eran los días naranjas. Son promociones, estrategias que me ayudan bastante porque estoy en el facebook y llego a mis contactos de facebook y cuando no lo hago también he tenido el problema de que algunos me dicen que como ya no transmito, guísela pensé que ya no vendías o se olvidaron de mí o no me ven o ya se olvidan de pedirme algún producto entonces veo que siempre tengo que estar saliendo en el facebook para sepan que existo algo así</p>	<p>estaban en oferta como eran los días naranjas. siempre tiene que estar saliendo en el facebook para sepan que existe</p>	
--	--	--	--	--	---	--

	Emprendimiento	Necesidad de logro	¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento?	Lo que motivo el emprender por redes sociales el poder llegar a más personas es vender más es como no puedes salir de casa es una manera de contactarte con tus clientes que no los puedes visitar. Entonces es allí donde empecé a publicar de cierta manera los productos y a transmitir también. Y un de las cosas que hago a parte de las ventas es también la incorporación porque yo soy directora de unque y nosotras como directoras también capacitamos y les mostramos los productos a las consultoras también les muestro , les doy contenido de	El emprender por redes sociales el poder llegar a más personas es vender más es como no puedes salir de casa. Entonces es allí donde empieza a publicar los productos y a transmitir también. incorporación porque vende productos de belleza y como directoras también capacitan y muestran los productos a las consultoras y contenido de los productos con beneficios	ERS_DC_OB
--	----------------	--------------------	---	---	--	-----------

				los productos beneficios de cada producto también		
			¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento?	Mas que vender los productos es promocionar la oportunidad de Yanbal. Lo que yo hago es tratar de publicar los premios que unique nos da y adicionalmente darle como directora un premio adicional como morralitos, monederos, canastas para navidad o día de la madre	Mas que vender los productos es promocionar la oportunidad. Es tratar de publicar los premios que la empresa de belleza da y adicionalmente darle como directora un premio adicional como morralitos, monederos, canastas para navidad o día de la madre	VPO_PP_DR
			¿Cuáles son los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	Los obstáculos que encontré en mi emprendimiento es siempre la competencia, hay personas que ofrecen los productos a menos precio de lo que esta a menos de lo que normalmente cuesta otro obstáculo es que la	Los obstáculos que encontré es siempre la competencia, ofrecen los productos a menos precio, es que la ventaja que cuando vende es que la empresa entrega los productos al cliente.	C_OPBP

				<p>ventaja que cuando yo vendo es que entregarle los productos al cliente no necesariamente entregarle yo saliendo de casa sino que la empresa se encarga de entregar mi producto a mi cliente porque Yanbal trabaja con Yanbal delivery les cobran 7 soles para lima y 10 para provincia es una ventaja mas bien. Los obstáculos es la competencia y hay personas que ofrecen a menos precio los productos</p>		
		Actitud hacia el emprendimiento	¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	<p>La motivación y liderazgo es muy importante porque sino las motivas no las animas no se animan a comprar es como que uno como consultor te de productos.</p>	<p>La motivación y liderazgo es muy importante porque si no las motivas no animas no se animan a comprar. Ser asesor o consultor de productos creando la necesidad al cliente</p>	M_L_PVTV

				<p>Bueno yo no lo llamo vendedor yo lo llamo asesor o consultor de productos ya que nosotros le creamos la necesidad al cliente y el crear esta necesidad al cliente ellos ven lo que necesitan o quieren allí va la motivación el liderazgo como ya lo dije soy directora yo hago las transmisiones porque la venta del grupo a sido baja. Y cuando yo he hecho las transmisiones las he motivado y las chicas se animan a pasar pedido a pedir uno u otro producto porque les gusto y otras personas también se motiva ya que les muestro y les hago sentir como si pudieran estar allí</p>	<p>ven lo que necesitan o quieren allí va la motivación el liderazgo. Hace las transmisiones porque la venta del grupo ha sido baja. Se les hace sentir como si pudieran estar allí y sientan el producto</p>	
--	--	--	--	---	---	--

				y sientan el producto		
			¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	Bueno los sentimientos me parece que la competitividad, la resiliencia el no querer quedarse atrás y comenzar a emprender salir adelante a no quedarse con lo que uno tiene sino avanzar y aceptar el cambio	Bueno los sentimientos, la competitividad, la resiliencia el no querer quedarse atrás y comenzar a emprender salir adelante a no quedarse con lo que uno tiene sino avanzar y aceptar el cambio	C_R_P

Entrevistado	Categoría	Subcategoría	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías (Resumen)	Códigos
EA5	Utilidad del Marketing Digital	Estrategias de planificación de contenido	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital utiliza?	La segmentación y fidelización de los clientes con nuestros servicios turísticos.	La segmentación y fidelización de los clientes con nuestros servicios turísticos.	SF_CS
			¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital?	Desarrollando cada uno de los procesos y mejorándolos para que se adapten a cada tipo de cliente. Por ejemplo: a través de las redes sociales resolver las dudas que	Desarrollando cada uno de los procesos y mejorándolos para que se adapten a cada tipo de cliente. Por ejemplo: a través de las redes sociales resolver las dudas que tengan a	DPA_RS

				tengan a través de los chats, de forma personalizada.	través de los chats, de forma personalizada.	
		Estrategias de promociones	¿Cuáles son las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Regalos o sorteos mediante concursos. Interacción en las redes sociales. Programa de fidelización de los clientes.	Regalos o sorteos mediante concursos. Interacción en las redes sociales. Programa de fidelización de los clientes.	RSC_IRS FC
			¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital?	Capacitándonos y utilizando nuevos programas para poder interactuar con el público en la difusión de nuevos productos a través de los sorteos, de esta manera que ellos puedan conocer todos los paquetes que ofrecemos. Además, planeamos mejorar nuestro sitio web para que también sea un medio de interacción.	Capacitándonos y utilizando nuevos programas para poder interactuar con el público en la difusión de nuevos productos a través de los sorteos. Además, se planea mejorar nuestro sitio web para que también sea un medio de interacción.	CNP_IP NPS PMSW
		Estrategias de actividades	¿Qué estrategias de actividades han funcionado y cuáles requiere reajustar?	Han funcionado las publicaciones que realizamos para captar la atención e interactuar con los clientes, pero aún	Han funcionado las publicaciones que realizamos para captar la atención e interactuar con los clientes, pero aún pueden mejorar, por ello	PCA_ IC_PF

				<p>pueden mejorar, por ello estamos capacitándonos con nuevos programas. Continuar con el plan de fidelización de nuestros clientes con mayores herramientas.</p>	<p>se capacitan con programas. Continuar con el plan de fidelización de nuestros clientes con mayores herramientas.</p>	
	Emprendimiento	Necesidad de logro	<p>¿Qué lo o la motiva a desarrollar su proyecto o emprendimiento?</p>	<p>Hace ya mucho tiempo, tome la decisión de que si tengo que entregar todo mi esfuerzo y sacrificio en un trabajo, que sea enteramente para lograr mis metas y sueños propios.</p>	<p>Hace ya mucho tiempo, tome la decisión de que si tengo que entregar todo mi esfuerzo y sacrificio en un trabajo, que sea enteramente para lograr mis metas y sueños propios.</p>	MTTD_EE LM
			<p>¿Qué estrategias utiliza para la realización de su emprendimiento?</p>	<p>En un primer momento analizar el mercado y elegir el tipo de público al que irá tu producto, analizando las carencias de la competencia y reforzando en la calidad del servicio para así poder fidelizar a tu público objetivo.</p>	<p>Analizar el mercado y elegir el tipo de público al que irá tu producto, analizando las carencias de la competencia y reforzando en la calidad del servicio para así poder fidelizar a tu público objetivo.</p>	AM_EP CC_RC FP
			<p>¿Cuáles son los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?</p>	<p>El principal obstáculo es la total desinformación de parte de las autoridades sobre el</p>	<p>El principal obstáculo es la total desinformación de parte de las autoridades sobre el sector, así como la poca</p>	DAS_ICS GDP

				sector turismo, así como la poca importancia que se le da a la calidad de servicios turísticos pensando en un futuro mas prometedor, en vez de eso solo se ve al sector turismo como un ente de generar dinero en el presente.	importancia que se le da a la calidad de servicios pensando en un futuro más prometedor, en vez de eso solo se ve al sector como un ente de generar dinero en el presente.	
		Actitud hacia el emprendimiento	¿Consideras importante la motivación y liderazgo en el desarrollo de tu emprendimiento?	Si, son fundamentales para poder llevar de la mano a tu equipo de trabajo y lograr las metas y objetivos a corto y largo plazo.	La motivación y liderazgo son fundamentales para poder llevar de la mano a tu equipo de trabajo y lograr las metas y objetivos a corto y largo plazo.	MI_TE_LM
			¿Qué sentimientos te ayudaron a trabajar en este emprendimiento?	Generar un cambio en la percepción de las personas sobre el TURISMO y poder ayudar de una u otra manera a las comunidades que poco a poco ven a este sector como una salida para salir de la pobreza.	Generar un cambio en la percepción de las personas sobre el TURISMO y poder ayudar de una u otra manera a las comunidades que poco a poco ven a este sector como una salida para salir de la pobreza.	GC_AC SP

Anexo 5: Comparación, relación y clasificación de las categorías. Surgimiento de las primeras conclusiones.

- Triangulación

Matriz de triangulación de docentes

Objetivo específicos	Preguntas	Docente 1	Docente 2	Docente 3	Comparación		Interpretación de docentes
					Semejanzas	Diferencias	
1	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital recomendaría para un emprendedor?	Definir metas y planes identificando al público objetivo, establecer análisis del entorno para identificar	Elección del tipo de consumidor al cual se dirige el producto o servicio. Selección del	Puede comenzar en forma ORGANICA, (sin pago), pero lo más importante es planificar, crear y desarrollar	Se debe definir planes, metas, desarrollar estrategias de contenido e en todos los canales de marketing	Iniciar de forma orgánica (sin pago)	Se debe definir planes, metas, desarrollar estrategias de contenido e en todos los canales de marketing e identificación

		los consumidores actuales y los competidores.	contenido más representativo de la empresa con el cual se identifique más el público. Calendarización de las actividades que involucra la presentación del producto o servicio.	estrategias de contenido en todos los canales del Marketing Digital, RR.SS., email, SEO, marketing de contenidos, e-mail marketing y marketing móvil.	e identificación del consumidor		del consumidor, sin embargo otro docente opina que se debe iniciar de forma orgánica (sin pago).
¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital en un emprendimiento?	Realizar un plan de acción con un análisis interno y externo.	Contratan un especialista en Marketing Digital para que pueda orientar las ideas del negocio de manera	Desde el lanzamiento del producto o servicio es necesario si el Buyer persona es realmente la que queremos, sabiendo que es lo	Las estrategias se mejorarían realizando un plan de acción con un análisis interno y externo para lograr la propuesta de	Contratando un especialista en Marketing Digital para que pueda orientar las ideas del negocio de manera estratégica	Las estrategias se mejorarían realizando un plan de acción con un análisis interno y externo para lograr la propuesta de valor sea efectiva y ello	

			estratégica.	que oye, escucha, dice, y piensa, y luego saber si mi marca llega de la mejor manera a aliviar su dolor o problema, para lograr la propuesta de valor sea efectiva y ello conducirá al objetivo.	valor sea efectiva y ello conducirá al objetivo.		conducirá al objetivo. Otro docente indica que se debe contratar un especialista en Marketing Digital para que pueda orientar las ideas del negocio de manera estratégica
¿Cuáles serían las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Una de las estrategias es establecer la diferenciación e innovación difundiendo o a través de una promoción de Marketing	Elección de los canales de difusión en línea del producto o servicio. Medición y análisis de resultados de productos anteriores o de la	Las estrategias promocional estarán de la mano con el Marketing Digital porque hoy debemos estar de acuerdo con tendencias para el 2022, campañas	Las estrategias utilizadas son Marketing Digital, utilizar las plataformas online: , RR.SS, sitios web, redes sociales, blog, correo,	Innovación, medición y análisis de resultados de productos anteriores o de la competencia a Muestras gratuitas del producto	Las estrategias utilizadas son Marketing Digital, utilizar las plataformas online: , RR.SS, sitios web, redes sociales, blog, correo, video, Tik tok, etc. Así mismo,	

			competencia. Muestras gratuitas del producto para el público objetivo con el fin de hacer conocida la marca.	promocionales con pautas optimas que rastreando dentro de las conversiones dentro del funnel, utilizar las plataformas online: RR.SS, sitios web, redes sociales, blog, correo, video, Tik tok, etc.	video, Tik tok, etc	para el público objetivo con el fin de hacer conocida la marca	Innovación, medición y análisis de resultados de productos anteriores o de la competencia Muestras gratuitas del producto para el público objetivo con el fin de hacer conocida la marca
¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital en un emprendimiento?	En principio aplicaría un estudio del entorno aplicando un modelo de negocios	Utilizando las redes sociales masivas con el fin de concentrar al consumidor potencial.	El contenido al segmento o nicho de mercado es fundamental y en un emprendimiento nace de una necesidad y eso lo conoce a través del desarrollo	Se mejoraría la estrategia aplicaría un estudio del entorno aplicando un modelo de negocios, Utilizando las redes sociales masivas con el fin de concentrar al	El contenido al segmento o nicho de mercado es fundamental y en un emprendimiento nace de una necesidad y eso lo conoce a	Se mejoraría la estrategia aplicaría un estudio del entorno aplicando un modelo de negocios, Utilizando las redes sociales masivas con el fin de concentrar al consumidor	

				del producto o servicio.	consumidor potencial y	través del desarrollo del producto o servicio	potencial y el contenido al segmento o nicho de mercado es fundamental y en un emprendimiento o nace de una necesidad y eso lo conoce a través del desarrollo del producto o servicio
	¿Qué estrategias de actividades podrían funcionar y cuáles recomendaría?	Aplicaría el Modelo de Negocios de Canvas	Contacto inicial con familiares y amigos para que compartan en sus redes sociales. Definición de contactos por edades para potencializar distintos estratos	Las actividades son diversas pero lo óptimo es realizar los contenidos e historias que enamoren y eso va depender de la forma que se gestiona las estrategias de marketing.	Elaborar contenidos de historias que enamoren familiares y amigos para que compartan en sus redes sociales	Aplicaría el Modelo de Negocios de Canvas	Elaborar contenidos de historias que enamoren familiares y amigos para que compartan en sus redes sociales y Aplicar el Modelo de Negocios de Canvas

			como el infantil, juvenil y adulto.				
2	¿Cuál es la motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento?	Considero que el más importante es la independencia económica	Confianza en uno mismo para lograr las metas propuestas. Concentración en el proceso más que en el resultado. Búsqueda de paradigmas que hayan participado de proyectos similares.	Puede ser proyecto de desarrollo de un producto o servicio que hay en mercado pero con una propuesta innovadora, y debe considerar con contenido social y medio ambiente	La motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento es la independencia económica, propuesta innovadora considerar con contenido social y medio ambiente	Confianza en uno mismo para lograr las metas propuestas y concentración en el proceso más que en el resultado	La motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento es la independencia económica, propuesta innovadora considerar con contenido social y medio ambiente y confianza en uno mismo para lograr las metas propuestas y concentración en el proceso más que en el resultado

	<p>¿Qué estrategias recomendaría para la realización de un emprendimiento?</p>	<p>Recomendaría: Emprender en lo que se conozca y se tenga experiencia. Elegir socios claves y el equipo adecuado *Elaborar un plan de negocios</p>	<p>Rodearse de un buen equipo de trabajo con expectativas de triunfo. No contar con una sola idea del negocio sino tener un abanico de opciones para emprender un negocio. Buscar la necesidad para poder satisfacerla siguiendo el principio clásico “Toda oferta crea</p>	<p>Las estrategias está en ir rápidamente al mercado, si se equivocan mejoraría hasta apuntar bien con tiro certero y justo para ese público que está ansioso por aliviar su problema o dolor .</p>	<p>Recomendaría: Empezar en lo que se conozca y se tenga experiencia. Elegir socios claves y el equipo adecuado *Elaborar un plan de negocios tener un abanico de opciones para emprender un negocio.</p>	<p>ir rápidamente al mercado si se equivocan mejoraría hasta apuntar bien con tiro certero y justo para ese público que está ansioso por aliviar su problema o dolor .</p>	<p>Recomendaría : Empezar en lo que se conozca y se tenga experiencia. Elegir socios claves y el equipo adecuado *Elaborar un plan de negocios tener un abanico de opciones para emprender un negocio. ir rápidamente al mercado si se equivocan mejoraría hasta apuntar bien con tiro certero y justo para ese público que está ansioso por aliviar su problema o dolor .</p>
--	--	--	--	---	---	--	--

			su propia demanda”				
	¿Cuáles serían los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	Los obstáculos que se pueden presentar son los financieros, económicos, administrativos y culturales.	Encontrarse con personas pesimistas. Carencia de capital. Mercado de consumidores reducido. Redes de contacto limitadas. Desconocimiento de la actividad y del mercado	Las barreras creativas son muchas para empezar un emprendimiento, y salir de la caja negra lo más antes posible. .	Los obstáculos que se pueden presentar son los financieros, económicos, administrativos y culturales.	Las barreras creativas son muchas para empezar un emprendimiento, personas pesimistas. Redes de contacto limitadas. Desconocimiento de la actividad y del mercado	Los obstáculos que se pueden presentar son los financieros, económicos, administrativos y culturales. Las barreras creativas son muchas para empezar un emprendimiento, personas pesimistas. Redes de contacto limitadas. Desconocimiento de la actividad y del mercado

	¿Considera importante la Motivación y liderazgo en el desarrollo de un emprendimiento?	Si es importante la motivación y el liderazgo en el desarrollo del emprendimiento porque estos determinan el éxito o fracaso de una empresa	Tanto la motivación como el liderazgo son valores que deben estar presentes durante todo el proceso para encaminarse hacia el éxito.	Ser muy consciente que estamos frente a un gran desafío y no debemos perder en ningún momento de nuestro deseo de realizar un sueño en realidad, romper los paradigmas	Si es importante la motivación y el liderazgo en el desarrollo del emprendimiento porque estos determinan el éxito o fracaso de una empresa		Si es importante la motivación y el liderazgo en el desarrollo del emprendimiento porque estos determinan el éxito o fracaso de una empresa
	¿Qué sentimientos considera ayudarían a trabajar un emprendimiento?	Los sentimientos que ayudan a trabajar en el emprendimiento son la motivación, confianza, compromiso y pasión	Verdad, honestidad, comunicación, confianza y apertura.	Amor, pasión por lo que uno sabe y desea, materia de un propósito de vida llena de aventuras para materializar una necesidad incansable	Los sentimientos que ayudan a trabajar en el emprendimiento son la motivación, confianza, compromiso y pasión Verdad, honestidad, comunicación y apertura	vida llena de aventuras para materializar una necesidad incansable pero con futuro en desarrollo de misma con gran inspiración	Los sentimientos que ayudan a trabajar en el emprendimiento son la motivación, confianza, compromiso y pasión Verdad, honestidad, comunicación y apertura con una vida llena

				pero con futuro en desarrollo de misma con gran inspiración.			de aventuras para materializar una necesidad incansable pero con futuro en desarrollo de misma con gran inspiración
--	--	--	--	--	--	--	---

Matriz de triangulación de alumnos

Objetivo específicos	Preguntas	Estudiante 1	Estudiante 2	Comparación		Interpretación de estudiantes
				Semejanzas	Diferencias	
1	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital recomendaría para un emprendedor?	Elaborar contenido usando Videos de publicidad y fotos en las redes para promocionar el producto que deseo ofrecer	Crear objetivos, es lo que quiere lograr para la página de emprendimiento, organizar el listado de las publicaciones y entre otros.	Las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital: Elaborar contenido usando Videos de publicidad y fotos en las redes para promocionar el producto que deseo ofrecer	Crear objetivos, es lo que quiere lograr para la página de emprendimiento, organizar el listado de las publicaciones y entre otros	Las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital: Elaborar contenido usando Videos de publicidad y fotos en las redes para promocionar el producto que deseo ofrecer. Crear objetivos, es lo que quiere lograr para la página de emprendimiento, organizar el listado de las publicaciones y entre otros
	¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital en un emprendimiento?	Aprendiendo más en cursos de marketing y publicidad. Ser más dinámico y constante en el uso de las redes también aprender más sobre edición y video	Mejoraría la imagen que de presentar página para la mayor captación del público.	Mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital Aprendiendo más en cursos de marketing y publicidad.	Mejoraría la imagen que de presentar página para la mayor captación del público.	Mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital Aprendiendo más en cursos de marketing y publicidad. Ser más dinámico y constante en el uso

				Ser más dinámico y constante en el uso de las redes también aprender más sobre edición y video		de las redes también aprender más sobre edición y video y otro estudiante mejoraría la imagen que de presentar página para la mayor captación del público.
¿Cuáles serían las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Sorteos en fechas importantes y preguntas, aunque ahora está en stop la página por temas de que el estudio demanda tiempo para desarrollar contenido.	Interactuar con el público, ya sea con sorteos o descuentos de alguno de nuestros productos.	Las estrategias de promociones de Marketing Digital son Sorteos en fechas importantes y preguntas,	Interactuar con el público, ya sea con sorteos o también descuentos de alguno de nuestros productos	Las estrategias de promociones de Marketing Digital son Sorteos en fechas importantes y preguntas e Interactuar con el público, ya sea con sorteos o también descuentos de alguno de nuestros productos	
¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital en un emprendimiento?	Creo que mejoraría teniendo una mejor auditoría y poder estudiar más el mercado.	El tiempo que debe desarrollarse lo anunciado y también recurrir en otras estrategias que impulsen al	Mejoraría teniendo una mejor auditoría y poder estudiar más el mercado.	El tiempo que debe desarrollarse lo anunciado	Mejoraría teniendo una mejor auditoría y poder estudiar más el mercado. El tiempo que debe desarrollarse lo anunciado	

			empresarial.			
	¿Qué estrategias de actividades podrían funcionar y cuáles recomendaría?	La publicidad en Instagram y Facebook como también en WhatsApp, pues para generar más ventas se debe posicionar más la marca y es como estudiar más las ventas.	Por ahora, solo un pequeño sorteo, debido a la poca llegada de mi página y con esto se obtuvieron unos resultados beneficiosos.	Las estrategias de actividades podrían funcionar. La publicidad en Instagram y Facebook como también en WhatsApp, pues para generar más ventas se debe posicionar más la marca y es como estudiar más las ventas.	Por ahora, solo un pequeño sorteo.	Las estrategias de actividades podrían funcionar. La publicidad en Instagram y Facebook como también en WhatsApp, pues para generar más ventas se debe posicionar más la marca y es como estudiar más las ventas. Otro estudiante, solo un pequeño sorteo.
2	¿Cuál es la motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento?	De conseguir ingresos por mi propia cuenta y dar un espacio a un emprendimiento que también se difunde un poco más de la cultura peruana. Pues	Lo que me motiva en seguir de mi emprendimiento, es hacer lo que me gusta y demostrarlo en todos mis productos para que también el	La motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento para conseguir ingresos por mi propia cuenta,	Demostrarlo en todos mis productos para que también el público conozca de mi emprendimiento.	La motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento para conseguir ingresos por mi propia cuenta, difunde un poco más de la cultura peruana,

		mis productos están relacionados con la cultura peruana	público conozca de mi emprendimiento.	difunde un poco más de la cultura peruana		demonstrarlo en todos mis productos para que también el público conozca de mi emprendimiento.
¿Qué estrategias recomendaría para la realización de un emprendimiento?	El empaque que sea original y que sea atraído al cliente. Tratar de brindarle una bonita experiencia de compra	La calidad de las fotos es un factor muy importante, porque es lo que llama la atención al público y le den esa necesidad de comprar.	Las estrategias recomendarían para la realización de el empaque que sea original y que sea atraído al cliente. Tratar de brindarle una bonita experiencia de compra	La calidad de las fotos es un factor muy importante, porque es lo que llama la atención al público	Las estrategias recomendarían para la realización de el empaque que sea original y que sea atraído al cliente. Tratar de brindarle una bonita experiencia de compra y la calidad de las fotos es un factor muy importante, porque es lo que llama la atención al público	
¿Cuáles serían los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	El primer obstáculo es el factor económico o el dinero para poder invertir más y también contar con personas confiables que me ayuden en el	Actualmente, los obstáculos para mí sería el tiempo. Soy la que manejo mi emprendimiento, veo el tema de la página, en tomar las fotos, en preparar el	El primer obstáculo es el factor económico o el dinero para poder invertir más y también contar con personas confiables	el tiempo tomar las fotos, en preparar el producto, empacarlo y en dejarlo al cliente.	El primer obstáculo es el factor económico o el dinero para poder invertir más y también contar con personas confiables y el tiempo tomar las fotos, en preparar el producto,	

		desarrollo de esto.	producto, empacarlo y en dejarlo al cliente.			empacarlo y en dejarlo al cliente.
	¿Considera importante la Motivación y liderazgo en el desarrollo de un emprendimiento?	Si, la motivación es muy importante ya que eso te levanta a seguir y pensar en positivo.	Si, la motivación y el liderazgo son factores esenciales para el manejo de mi emprendimiento; porque si faltaría uno de ellos, no se trabajaría adecuadamente.	La motivación y el liderazgo son muy importantes ya que eso te levanta a seguir y pensar en positivo.		La motivación y el liderazgo son muy importantes ya que eso te levanta a seguir y pensar en positivo.
	¿Qué sentimientos considera ayudarían a trabajar un emprendimiento?	Amor, alegría, inspiración, interés	El amor, la felicidad, el cariño que se trabaja al realizar cada pedido para el cliente.	Los sentimientos considerarían a ayudarían a trabajar un emprendimiento Amor, alegría, inspiración, interés		Los sentimientos considerarían a trabajar un emprendimiento Amor, alegría, inspiración, interés

Matriz de triangulación de exalumnos

	Preguntas	EA1	EA2	EA 3	EA4	EA 5	Comparación	
--	-----------	-----	-----	------	-----	------	-------------	--

Objetivo específico							Semejanzas	Diferencias	Interpretación de ex estudiantes
1	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital recomendaría para un emprendedor?	Compartir fotos y videos de productos, y fotos reales de clientes al momento de entregar el producto, ya que de esa forma muestra que hay personas que confiaron en nosotros y se ven felices con sus nuevos productos.	No tiene estrategias de planificación ya que este emprendimiento surgió por una necesidad y fue probando cómo funciona sin definirlo.	Videos, imágenes, publicaciones, atención personalizada virtual	juntar fotos, porque a veces también publica en Market place. Y en market place no permiten tener fotos de descargas, usando videos con ayuda. PPT, PIXAR para diseños y poco con canvas	La segmentación y fidelización de los clientes con nuestros servicios turísticos.	Las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital recomendaría, compartir fotos y videos de productos, atención personalizada y fotos reales de clientes al momento de entregar el producto,	No tiene estrategias de planificación ya que este emprendimiento surgió por una necesidad y fue probando cómo funcionaba sin definirlo.	Las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital recomendaría, Compartir fotos y videos de productos, atención personalizada y fotos reales de clientes al momento de entregar el producto; la segmentación y fidelización de los clientes con nuestros servicios otro estudiante, no tiene estrategias de planificación ya que este emprendimiento surgió por una necesidad y fue probando cómo funcionaba sin definirlo

	<p>¿Cómo mejoraría la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital en un emprendimiento?</p>	<p>Con un seguimiento a los clientes, es algo en lo que estamos trabajando, así ellos también pueden recomendar y aumentar la cartera de clientes.</p>	<p>Tendría que estudiar un poco más la estrategia de planificación, ya que no cuenta con nada definido y considero que debe mejorar en todos los aspectos</p>	<p>Creando una página directa para productos con promociones o packs con precios llamativos. No lo hago aun, ya que necesito arreglar el tema del transporte a sitios más alejados. Al ser un producto muy delicado, no me atrevo ir más allá.</p>	<p>Aprendiendo un poco más sobre diseño para poder colocar los puntos que quiere publicar muchas veces se ha sentido corte de palabras o de publicidad porque no conoce más de diseños. Busca cómo publican como hacen y quiere hacerlo</p>	<p>Desarrollando cada uno de los procesos y mejorándolos para que se adapten a cada tipo de cliente. Por ejemplo: a través de las redes sociales resolver las dudas que tengan a través de los chats, de forma personalizada.</p>	<p>Se mejoraría la estrategia con seguimiento a los clientes, es algo en lo que estamos trabajando, así ellos también pueden recomendar y aumentar la cartera de clientes, estudiar un poco más la estrategia de planificación, creando una página directa para productos con promociones o packs con precios llamativos, atención personalizada y aprendiendo un poco más</p>		<p>Se mejoraría la estrategia con seguimiento a los clientes, es algo en lo que estamos trabajando, así ellos también pueden recomendar y aumentar la cartera de clientes, estudiar un poco más la estrategia de planificación, creando una página directa para productos con promociones o packs con precios llamativos, atención personalizada y aprendiendo un poco más sobre diseño para poder colocar los puntos que quiere publicar</p>
--	--	--	---	--	---	---	--	--	---

					<p>mismo, averigua, pero parece un poco difícil. Lo que tendría que tener bien en claro es como hacer una publicidad, como hacer un poco más para poder marketear el producto o como va a vender</p>		<p>sobre diseño para poder colocar los puntos que quiere publicar</p>		
	<p>¿Cuáles serían las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?</p>	<p>Promociones como un descuento adicional por compras mayores a ciertos</p>	<p>Las promociones se dan en base a lo que la empresa</p>	<p>Promociones en packs personalizados Tener horas</p>	<p>Con promociones, que en estas últimas campañas se ha</p>	<p>Regalos o sorteos mediante concursos. Interacción en las</p>	<p>Las estrategias de promociones se dan en base a lo que la empresa</p>	<p>lo que más vende es productos por catálogo, Interacción</p>	<p>Las estrategias de promociones se dan en base a lo que la empresa autoriza, Promociones en packs</p>

		<p>montos establecido, delivery o entrega gratuita a ciertos puntos previa coordinación, entre otros.</p>	<p>autoriza, no podemos ofrecer bajo otros precios no autorizados. La promoción depende mucho de los precios que se manejen en el mes porque los precios de los productos varían</p>	<p>establecidas para realizar publicaciones, en donde sé que hay más personas en redes que puedan alcanzar a verlas.</p>	<p>tenido días naranjas que están mucho más descuento de lo que están en catálogo, porque lo que más vende es productos por catálogo. Últimamente utilizó ciber wow y tener el black Friday. En este mes tendremos 2 promociones con descuento,</p>	<p>redes sociales. Programa de fidelización de los clientes.</p>	<p>autoriza, Promociones en packs personalizados, regalos o sorteos mediante concursos Tener horas establecidas para realizar publicaciones, en donde sé que hay más personas en redes que puedan alcanzar a verlas</p>	<p>en las redes sociales. Programa de fidelización de los clientes</p>	<p>personalizados, regalos o sorteos mediante concursos Tener horas establecidas para realizar publicaciones, en donde sé que hay más personas en redes que puedan alcanzar a verlas, así mismo, lo que más vende es productos por catálogo, Interacción en las redes sociales. Programa de fidelización de los clientes</p>
--	--	---	--	--	---	--	---	--	--

					rebajado. Coloco promociones precios insuperables, oferta 2 por uno también productos disponibles por ciertos días.				
¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital en un emprendimiento?	Con un estudio más detallado de la oferta y demanda que tenemos, cambios de temporada, etc.	Podría mejorar compartiendo más fotos a los contactos o haciendo videos que los animen a adquirir los productos que ofrecemos	Teniendo una página principal de los productos	Trabaja con promociones que la empresa del catálogo, pero si se ha pensado en publicar y hacer descuentos porque	Capacítandonos y utilizando nuevos programas para poder interactuar con el público en la difusión de nuevos productos a través	Se mejoraría con un estudio más detallado de la oferta y demanda, compartiendo más fotos a los contactos o haciendo videos que los animen a adquirir los productos, teniendo una página principal de	Capacitándonos y utilizando nuevos programas para poder interactuar con el público en la difusión de nuevos productos	Se mejoraría con un estudio más detallado de la oferta y demanda, compartiendo más fotos a los contactos o haciendo videos que los animen a adquirir los productos, teniendo una página principal de los productos y haciendo promociones que la empresa da del	

					tiene varios stocks y si me gustaría colocarlo y de repente por un día ofertar los productos al 25 % de descuento o un 50% de descuento con referente al precio real del producto	de los sorteos. Además, se planea mejorar nuestro sitio web para que también sea un medio de interacción.	los productos y haciendo promociones que la empresa da del catálogo		catálogo y Capacitándonos y utilizando nuevos programas para poder interactuar con el público en la difusión de nuevos productos
¿Qué estrategias de actividades podrían funcionar y cuáles recomendaría?	Dar promociones de productos de la misma línea en conjunto, a diferencia de cuando los vendo por	Las personas tienden más a ver videos, que leer, por lo que uso las	Videos y reseñas en historias e Facebook, requiero reajustar	Una de las estrategias que ayudó son las transmisiones en vivo. A	Han funcionado las publicaciones que realizamos para captar la atención	Dar promociones de productos de la misma línea, publicar en diversos Videos y reseñas en	interactuar con los clientes y continuar con el plan de fidelización de nuestros clientes con	Dar promociones de productos de la misma línea, publicar en diversos Videos y reseñas en historias en grupos de compra y venta, transmisiones en	

		<p>unidad, y publicar en diversos grupos de compra y venta. En cuanto a reajuste actualizar el contenido en redes, al tener otras actividades que hacer no se da el tiempo adecuado para la página.</p>	<p>historias y tiktok.</p>	<p>las publicaciones.</p>	<p>veces transmite los productos que tiene y anteriormente ha hecho transmisiones de los productos que estaban en oferta como eran los días naranjas. siempre tiene que estar saliendo en el facebook para sepan que existe</p>	<p>e interactuar con los clientes, pero aún pueden mejorar, por ello se capacitan con programas. Continuar con el plan de fidelización de nuestros clientes con mayores herramientas.</p>	<p>historias en grupos de compra y venta, transmisiones en vivo, actualizar el contenido en redes, al tener otras actividades que hacer no se da el tiempo adecuado</p>	<p>mayores herramientas</p>	<p>vivo, actualizar el contenido en redes, al tener otras actividades que hacer no se da el tiempo adecuado e interactuar con los clientes y continuar con el plan de fidelización de nuestros clientes con mayores herramientas</p>
2	¿Cuál es la	<p>Mi familia y crecimiento personal,</p>	<p>Que me permite generar</p>	<p>El deseo de poder trabajar</p>	<p>El emprender por</p>	<p>Hace ya mucho tiempo,</p>	<p>La motivación que se debe</p>	<p>ser más organizada y a ser más</p>	<p>La motivación que se debe desarrollar familia y</p>

	<p>motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento?</p>	<p>independiente de un trabajo estable, el hecho de tener un emprendimiento demanda a ser más organizada y a ser más comprometida con lo que hago.</p>	<p>un ingreso extra para mi hogar y lo trabajo a mis tiempos.</p>	<p>por mí y no para otros, aparte de poder hacerlo desde casa, poder seguir teniendo el tiempo para mi familia y mi emprendimiento</p>	<p>redes sociales el poder llegar a más personas es vender más es como no puedes salir de casa. Entonces es allí donde empieza a publicar los productos y a transmitir también. incorporación porque vende productos de belleza y como directora también</p>	<p>tome la decisión de que si tengo que entregar todo mi esfuerzo y sacrificio en un trabajo, que sea enteramente para lograr mis metas y sueños propios.</p>	<p>desarrollar familia y crecimiento personal deseo de poder trabajar por mí y no para otros, aparte de poder hacerlo desde casa para lograr mis metas y sueños propios</p>	<p>comprometida con lo que hago.</p>	<p>crecimiento personal deseo de poder trabajar por mí y no para otros, aparte de poder hacerlo desde casa para lograr mis metas y sueños propios y ser más organizada y a ser más comprometida con lo que hago.</p>
--	--	--	---	--	--	---	---	--------------------------------------	--

					capacitan y muestran los productos a las consultoras y contenido de los productos con beneficios				
	¿Qué estrategias recomendaría para la realización de un emprendimiento?	Tener una cartera de clientes organizada con un seguimiento continuo, renovación y estreno de productos cada cierto tiempo.	Por el momento ninguna.	Actualmente organización para cumplir con los pedidos de la mejor forma Mantener los precios a pesar del alza de productos de repostería	Mas que vender los productos es promocionar la oportunidad. Es tratar de publicar los premios que la empresa de belleza y adicional	Analizar el mercado y elegir el tipo de público al que irá tu producto, analizando las carencias de la competencia y reforzando en la calidad del servicio	Las estrategias recomendadas son: Tener una cartera de clientes organizada con un seguimiento continuo, renovación y estreno de productos cada cierto tiempo, organización para cumplir con los	Analizar el mercado, las carencias, de la competencia y reforzando en la calidad del servicio para así poder fidelizar a tu público objetivo	Las estrategias recomendadas son: Tener una cartera de clientes organizada con un seguimiento continuo, renovación y estreno de productos cada cierto tiempo, organización para cumplir con los pedidos, mantener los precios a pesar del alza de productos publicar los premios que la empresa. Así

					mente darle como directora un premio adicional como morralitos, monederos, canastas para navidad o día de la madre	para así poder fidelizar a tu público objetivo.	pedidos, mantener los precios a pesar del alza de productos publicar los premios que la empresa		mismo, analizar el mercado, las carencias, de la competencia y reforzando en la calidad del servicio para así poder fidelizar a tu público objetivo
¿Cuáles serían los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	La organización de mi tiempo, las páginas estafadoras, los negocios informales.	El tiempo, debido a que debo atender 1 bebé y un niño en etapa escolar, más proyectos eventual es que tengo.	Espacio, para la realización de los postres Competencia barata El alza de los productos, cada semana varía el precio de cada	Los obstáculos que encuentro es siempre la competencia, ofrecen los productos a menos precio, es que la	El principal obstáculo es la total desinformación de parte de las autoridades sobre el sector, así como la poca importancia que se le da	Los principales obstáculos en la ejecución son, organización de mi tiempo, las páginas estafadoras, los negocios informales competencia desleal,		Los principales obstáculos en la ejecución son, organización de mi tiempo, las páginas estafadoras, los negocios informales competencia desleal,	

				cosa transporte	ventaja que cuando vende es que la empresa entrega los productos al cliente.	a la calidad de servicios pensando en un futuro más prometedor, en vez de eso solo se ve al sector como un ente de generar dinero en el presente.			
¿Considera importante la Motivación y liderazgo en el desarrollo de un emprendimiento?	Definitivamente sí, creo que todo en la vida incluso los emprendimientos tienen sus momentos altos y sus bajos, es en esos cuando uno mismo	Motivan cada día por salir adelante especialmente cuando se es madre	Si, sobre todo la motivación, si no la tienes, no harás un buen producto Claro que ser líder, porque eres la cabeza	La motivación y liderazgo es muy importante porque si no las motivas no se	La motivación y liderazgo son fundamentales para poder llevar de la mano a tu equipo	Para el emprendimiento es importante la motivación y el liderazgo, además de trabajo en equipo y lograr las metas y objetivos a	Ser asesor o consultor de productos creando la necesidad al cliente ven lo que necesitan o quieren	Para el emprendimiento es importante la motivación y el liderazgo, además de trabajo en equipo y lograr las metas y objetivos a corto y largo plazo. Además, ser asesor o consultor de productos creando la	

		necesita motivarse y entre el equipo para seguir avanzando y el liderazgo para ir todos hacia una misma dirección.		de lo que creaste	animan a comprar. Ser asesor o consultor de productos creando la necesidad al cliente ven lo que necesitan o quieren allí va la motivación el liderazgo. Hace las transmisiones porque la venta del grupo ha sido baja. Se les hace sentir como si	de trabajo y lograr las metas y objetivos a corto y largo plazo.	corto y largo plazo.		necesidad al cliente ven lo que necesitan o quieren
--	--	--	--	-------------------	--	--	----------------------	--	---

					podrían estar allí y sientan el producto				
	¿Qué sentimientos consideraría ayudar a trabajar un emprendimiento?	La valentía principalmente y el creer en mí misma, iniciar un emprendimiento es una gran responsabilidad y uno aprende mucho de ello.	La emoción de emprender nuevos retos	Auto realización Independencia económica Motivación, al ver a otros amigos creando sus emprendimientos, se cuestiona porque no está haciendo algo igual, así que se atrevió y lo hizo.	Buenos sentimientos, la competitividad, la resiliencia al no quedarse atrás y comenzar a emprender salir adelante a no quedarse con lo que uno tiene sino avanzar y aceptar el cambio	Generar un cambio en la percepción de las personas sobre el TURISMO y poder ayudar de una u otra manera a las comunidades que poco a poco van a este sector como una salida para salir de la pobreza.	Los sentimientos que se consideran para trabajar un emprendimiento son La valentía principalmente y el creer en sí mismo, la emoción, autorrealización Independencia económica Motivación, la competitividad, la resiliencia	ayudar de una u otra manera a las comunidades que poco a poco van a este sector como una salida para salir de la pobreza	Los sentimientos que se consideran para trabajar un emprendimiento son La valentía principalmente y el creer en sí mismo, la emoción, autorrealización Independencia económica Motivación, la competitividad, la resiliencia y ayudar de una u otra manera a las comunidades que poco a poco van a este sector como una salida para salir de la pobreza

Anexo 6: Matrices de triangulación de participantes

Matriz de triangulación de participantes

Objetivo específicos	Preguntas	Interpretación de docentes	Interpretación de estudiantes	Interpretación de Exalumnos	Comparación		Resultados específicos	Resultado general
					Semejanza	Diferencia		
1	¿Qué estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital recomendaría para un emprendedor?	Se debe definir planes, metas, desarrollar estrategias de contenido en todos los canales de marketing e identificación del consumidor, sin embargo otro docente opina que se debe iniciar de forma orgánica (sin pago).	Las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital: Elaborar contenido usando Videos de publicidad y fotos en las redes para promocionar el producto que deseo ofrecer. Crear objetivos, es lo que quiere lograr para la página de emprendimiento, organizar el listado de las publicaciones y entre otros	Las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital recomendaría, Compartir fotos y videos de productos, atención personalizada y fotos reales de clientes al momento de entregar el producto; la segmentación y fidelización de los clientes con nuestros servicios otro estudiante, no tiene estrategias de planificación ya que este emprendimiento surgió por una necesidad y fue	Las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital, elaborar contenido usando Videos de publicidad y fotos en las redes para promocionar el producto	fotos reales de clientes al momento de entregar el producto; la segmentación y fidelización de los clientes	Las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital, elaborar contenido usando Videos de publicidad y fotos en las redes para promocionar el producto; precisan que sean fotos reales de clientes al momento de entregar el producto; la segmentación y fidelización de los clientes	Las estrategias de planificación de contenido de Marketing Digital, consideran elaborar contenido usando videos de publicidad y fotos en las redes o plataformas online para promocionar el producto. Se mejoraría la estrategia aplicando un estudio del entorno, de la oferta y demanda, aplicando un modelo de negocios. La

				probando cómo funcionaba sin definirlo				motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento es la independencia económica; se recomienda elaborar un plan de negocios y considerar la motivación y el liderazgo para superar los obstáculos para el logro de los propósitos del emprendimiento .
¿Cómo mejoraré la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital en un emprendimiento?	Las estrategias se mejorarían realizando un plan de acción con un análisis interno y externo para lograr la propuesta de valor sea efectiva y ello conducirá al objetivo. Otro docente indica que se debe contratar un especialista en Marketing Digital para que pueda orientar las ideas del negocio de manera estratégica	Mejoraré la estrategia de planificación de contenido del Marketing Digital. Aprendiendo más en cursos de marketing y publicidad. Seré más dinámico y constante en el uso de las redes también aprenderé más sobre edición y video y otro estudiante mejorará la imagen que de presentar página para la mayor captación del público.	Se mejorará la estrategia con seguimiento a los clientes, es algo en lo que estamos trabajando, así ellos también pueden recomendar y aumentar la cartera de clientes, estudiar un poco más la estrategia de planificación, creando una página directa para productos con promociones o packs con precios llamativos, atención personalizada y aprendiendo un poco más sobre diseño para	Las estrategias se mejorarían realizando un plan de acción con un análisis interno y externo para lograr la propuesta de valor sea efectiva y ello conducirá al objetivo.	Las estrategias se mejorarían realizando un plan de acción con un análisis interno y externo para lograr la propuesta de valor sea efectiva y ello conducirá al objetivo. Aprendiendo más en cursos de marketing y publicidad. Seré más dinámico y constante en el uso de las	Otro docente indica que se debe contratar un especialista en Marketing Digital para que pueda orientar las ideas del negocio de manera estratégica, para aprender un poco más sobre diseño		

				poder colocar los puntos que quiere publicar		redes también aprender más sobre edición y video creando una página directa para productos con promociones o packs con precios llamativos, atención personalizada	
¿Cuáles serían las estrategias de promociones de Marketing Digital utiliza?	Las estrategias utilizadas son Marketing Digital, utilizar las plataformas online: , RR.SS, sitios web, redes sociales, blog, correo,	Las estrategias de promociones de Marketing Digital son Sorteos en fechas importantes y preguntas e Interactuar con el público, ya sea con	Las estrategias de promociones se dan en base a lo que la empresa autoriza, Promociones en packs personalizados, regalos o sorteos	Las estrategias utilizadas son Marketing Digital, utilizar las plataformas online utilizar las promociones,	Tener horas establecidas para realizar publicaciones, en donde sé que hay más personas en redes	Las estrategias utilizadas son Marketing Digital, utilizar las plataformas online utilizar las promociones, descuentos, sorteos packs personalizados, en fechas importantes	

		<p>video, Tik tok, etc. Así mismo, Innovación, medición y análisis de resultados de productos anteriores o de la competencia Muestras gratuitas del producto para el público objetivo con el fin de hacer conocida la marca</p>	<p>sorteos o también descuentos de alguno de nuestros productos</p>	<p>mediante concursos Tener horas establecidas para realizar publicaciones, en donde sé que hay más personas en redes que puedan alcanzar a verlas, así mismo, lo que más vende es productos por catálogo, Interacción en las redes sociales. Programa de fidelización de los clientes</p>	<p>descuentos, sorteos packs personalizados, en fechas importantes y en las plataformas online. Así mismo, Innovación, medición y análisis de resultados de productos anteriores o de la competencia a. y preguntas e Interactuar con el público, considerand o Programa de fidelización de los clientes</p>	<p>que puedan alcanzar a verlas, así mismo, lo que más vende es productos por catálogo,</p>	<p>y en las plataformas online. Así mismo, Innovación, medición y análisis de resultados de productos anteriores o de la competencia. y preguntas e Interactuar con el público, considerando Programa de fidelización de los clientes. Por otro lado, se considera Tener horas establecidas para realizar publicaciones, en donde sé que hay más personas en redes que puedan alcanzar a verlas, así mismo, lo que más vende es productos por catálogo</p>	
--	--	---	---	--	--	---	--	--

	<p>¿Cómo mejoraría la estrategia de promociones de Marketing Digital en un emprendimiento?</p>	<p>Se mejoraría la estrategia aplicaría un estudio del entorno aplicando un modelo de negocios, Utilizando las redes sociales masivas con el fin de concentrar al consumidor potencial y el contenido al segmento o nicho de mercado es fundamental y en un emprendimiento nace de una necesidad y eso lo conoce a través del desarrollo del producto o servicio</p>	<p>Mejoraría teniendo una mejor auditoría y poder estudiar más el mercado. El tiempo que debe desarrollarse lo anunciado</p>	<p>Se mejoraría con un estudio más detallado de la oferta y demanda, compartiendo más fotos a los contactos o haciendo videos que los animen a adquirir los productos, teniendo una página principal de los productos y haciendo promociones que la empresa da del catálogo y Capacitándonos y utilizando nuevos programas para poder interactuar con el público en la difusión de nuevos productos</p>	<p>Se mejoraría la estrategia aplicando un estudio del entorno, de la oferta y demanda, aplicando un modelo de negocios. Utilizando las redes sociales masivas con el fin de concentrar al consumidor potencial y el contenido al segmento o nicho de mercado es fundamental y en un emprendimiento nace de una necesidad y eso lo conoce a</p>	<p>Se debe considerar el tiempo para desarrollar lo anunciado</p>	<p>Se mejoraría la estrategia aplicando un estudio del entorno, de la oferta y demanda, aplicando un modelo de negocios. Utilizando las redes sociales masivas con el fin de concentrar al consumidor potencial y el contenido al segmento o nicho de mercado es fundamental y en un emprendimiento nace de una necesidad y eso lo conoce a través del desarrollo del producto o servicio. Así mismo, se debe considerar el tiempo para desarrollar lo anunciado</p>	
--	--	--	--	---	---	---	--	--

					través del desarrollo del producto o servicio			
	¿Qué estrategias de actividades podrían funcionar y cuáles recomendaría?	Elaborar contenidos de historias que enamoren familiares y amigos para que compartan en sus redes sociales y Aplicar el Modelo de Negocios de Canvas	Las estrategias de actividades podrían funcionar La publicidad en instagram y Facebook como también en WhatsApp, pues para generar más ventas se debe posicionar más la marca y es como estudiar más las ventas. Otro estudiante, solo un pequeño sorteo	Dar promociones de productos de la misma línea, publicar en diversos Videos y reseñas en historias en grupos de compra y venta, transmisiones en vivo, actualizar el contenido en redes, al tener otras actividades que hacer no se da el tiempo adecuado e interactuar con los clientes y continuar con el plan de fidelización de nuestros clientes con	Elaborar contenidos de historias que enamoren familiares y amigos para que compartan en sus redes sociales, podrían funcionar la publicidad en Instagram y Facebook como también en WhatsApp, en grupos de compra y venta, transmisiones en vivo, pues para generar	interactuar con los clientes y continuar con el plan de fidelización con los clientes con mayores herramientas	Elaborar contenidos de historias que enamoren familiares y amigos para que compartan en sus redes sociales, podrían funcionar la publicidad en Instagram y Facebook como también en WhatsApp, en grupos de compra y venta, transmisiones en vivo, pues para generar más ventas y Aplicar el Modelo de Negocios de Canvas e interactuar con los clientes y continuar con el plan de fidelización con los clientes con mayores herramientas	

				mayores herramientas	más ventas y Aplicar el Modelo de Negocios de Canvas			
2	¿Cuál es la motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento?	La motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento es la independencia económica, propuesta innovadora considerar con contenido social y medio ambiente y confianza en uno mismo para lograr las metas propuestas y concentración en el proceso más que en el resultado	La motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento conseguir ingresos por mi propia cuenta, difunde un poco más de la cultura peruana, demostrarlo en todos mis productos para que también el público conozca de mi emprendimiento.	La motivación que se debe desarrollar por la familia y crecimiento personal el deseo de poder trabajar, aparte de poder hacerlo desde casa para lograr metas y sueños propios y ser más organizada y a ser más comprometida con lo que hago.	La motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento es la independencia económica, propuesta innovadora considerar con contenido social y medio ambiente y confianza en uno mismo para lograr las metas propuestas y concentración en el	se debe desarrollar por la familia y crecimiento personal el deseo de poder trabajar, aparte de poder hacerlo desde casa para lograr metas y sueños propios y ser más organizada	La motivación que debe desarrollar un proyecto o emprendimiento es la independencia económica, propuesta innovadora considerar con contenido social y confianza en uno mismo para lograr las metas propuestas y concentración en el proceso más que en el resultado. Así mismo, se debe desarrollar por la familia y crecimiento personal el deseo de poder trabajar, aparte de poder hacerlo desde casa para lograr metas y	

					proceso más que en el resultado.		sueños propios y ser más organizada
¿Qué estrategias recomendaría para la realización de un emprendimiento?	<p>Recomendaría: Empezar en lo que se conozca y se tenga experiencia. Elegir socios claves y el equipo adecuado</p> <p>*Elaborar un plan de negocios tener un abanico de opciones para emprender un negocio. ir rápidamente al mercado si se equivocan mejoraría hasta apuntar bien con tiro certero y justo para ese público que está ansioso por</p>	<p>Las estrategias recomendarían para la realización de el empaque que sea original y que sea atraído al cliente. Tratar de brindarle una bonita experiencia de compra y la calidad de las fotos es un factor muy importante, porque es lo que llama la atención al público</p>	<p>Las estrategias recomendadas son: Tener una cartera de clientes organizada con un seguimiento continuo, renovación y estreno de productos cada cierto tiempo, organización para cumplir con los pedidos, mantener los precios a pesar del alza de productos publicar los premios que la empresa. Así mismo, analizar el mercado, las carencias, de la competencia y reforzando en la calidad del servicio para así poder fidelizar a</p>	<p>Recomendaría: Empezar en lo que se conozca y se tenga experiencia. Elegir socios claves y el equipo adecuado. Elaborar un plan de negocios tener un abanico de opciones para emprender un negocio. Tener una cartera de clientes organizada con un seguimiento continuo, el empaque que sea original y que sea atraído al cliente. Tratar de brindarle una bonita experiencia de compra y la calidad de las fotos es un factor muy importante, porque es lo que llama la atención al público</p>	<p>el empaque que sea original y que sea atraído al cliente. Tratar de brindarle una bonita experiencia de compra y la calidad de las fotos es un factor muy importante, porque es lo que llama la atención al público</p>	<p>Recomendaría: Empezar en lo que se conozca y se tenga experiencia. Elegir socios claves y el equipo adecuado. Elaborar un plan de negocios tener un abanico de opciones para emprender un negocio. Tener una cartera de clientes organizada con un seguimiento continuo, el empaque que sea original y que sea atraído al cliente. Tratar de brindarle una bonita experiencia de compra y la calidad de las fotos es un factor muy importante, porque es lo que llama la atención al público</p>	

		aliviar su problema o dolor .		tu publico objetivo				
¿Cuáles serían los principales obstáculos en la ejecución de sus emprendimientos?	Los obstáculos que se pueden presentar son los financieros, económicos, administrativos y culturales. Las barreras creativas son muchas para empezar un emprendimiento, personas pesimistas. Redes de contacto limitadas. Desconocimiento de la actividad y del mercado	El primer obstáculo es el factor económico o el dinero para poder invertir más y también contar con personas confiables y el tiempo tomar las fotos, en preparar el producto, empacarlo y en dejarlo al cliente.	Los principales obstáculos en la ejecución son, organización del tiempo, las páginas estafadoras, los negocios informales competencia desleal,	Los obstáculos que se pueden presentar son los financieros, económico, administrativos y culturales.	Los principales obstáculos en la ejecución son, organización del tiempo, las páginas estafadoras, los negocios informales competencia desleal,	Los obstáculos que se pueden presentar son los financieros, económico, administrativos y culturales. Así mismo, Los obstáculos en la ejecución son, organización del tiempo, las páginas estafadoras, los negocios informales competencia desleal		
¿Considera importante la	Si es importante la motivación y el liderazgo en el	La motivación y el liderazgo son muy importantes ya que eso te	Para el emprendimiento es importante la motivación y el liderazgo,	La motivación y el liderazgo son muy	Además, ser asesor o consultor de	La motivación y el liderazgo son muy importantes estos determinan el éxito o fracaso de una		

Motivación y liderazgo en el desarrollo de un emprendimiento?	desarrollo del emprendimiento porque estos determinan el éxito o fracaso de una empresa	levanta a seguir y pensar en positivo.	además de trabajo en equipo y lograr las metas y objetivos a corto y largo plazo. Además, ser asesor o consultor de productos creando la necesidad al cliente ven lo que necesitan o quieren	importantes estos determinan el éxito o fracaso de una empresa, además de trabajo en equipo y lograr las metas y objetivos a corto y largo plazo.	productos creando la necesidad al cliente ven lo que necesitan o quieren	empresa, además de trabajo en equipo y lograr las metas y objetivos a corto y largo plazo. Así mismo, ser asesor o consultor de productos creando la necesidad al cliente ven lo que necesitan o quieren	
¿Qué sentimientos consideraría a trabajar un emprendimiento?	Los sentimientos que ayudan a trabajar en el emprendimiento son la motivación, confianza, compromiso y pasión Verdad, honestidad, comunicación y apertura con una vida llena de aventuras para	Los sentimientos ayudarían a trabajar un emprendimiento Amor, alegría, inspiración, interés	Los sentimientos que se consideran para trabajar un emprendimiento son La valentía principalmente y el creer en sí mismo, la emoción, autorrealización Independencia economía Motivación, la competitividad, la resiliencia y ayudar de una u	Los sentimientos que ayudan a trabajar en el emprendimiento son la motivación, confianza, Amor, alegría, inspiración, interés, compromiso y pasión Verdad, honestidad,		Los sentimientos que ayudan a trabajar en el emprendimiento son la motivación, confianza, Amor, alegría, inspiración, interés, compromiso y pasión Verdad, honestidad, comunicación, apertura, autorrealización Independencia economía Motivación, la competitividad, la resiliencia y ayudar	

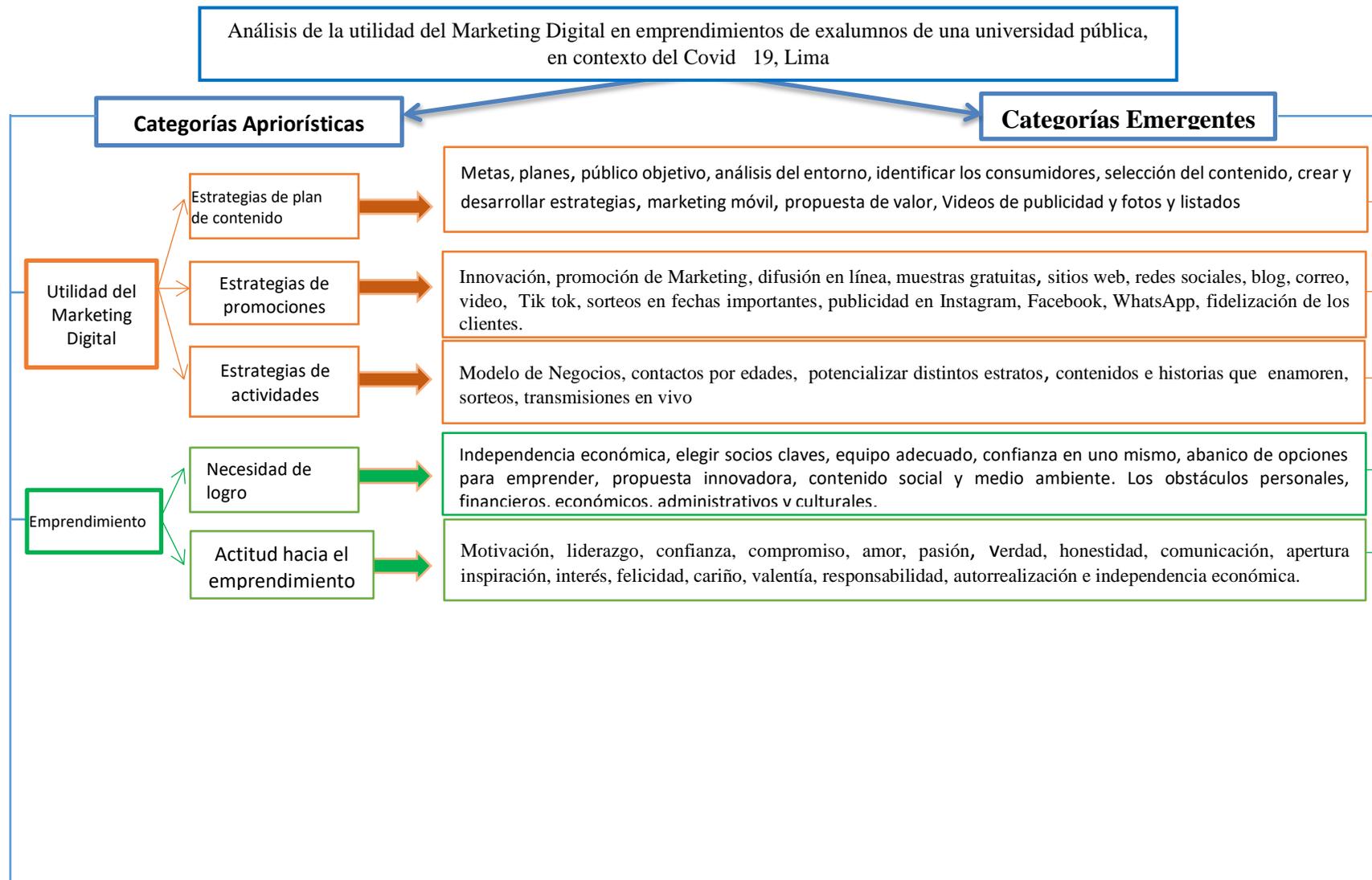
		materializar una necesidad incansable pero con futuro en desarrollo de misma con gran inspiración		otra manera a las comunidades que poco a poco ven a este sector como una salida para salir de la pobreza	comunicación, apertura y realización Independencia economía Motivación, la competitividad, la resiliencia y ayudar de una u otra manera a las comunidades que poco a poco ven a este sector como una salida para salir de la pobreza		de una u otra manera a las comunidades que poco a poco ven a este sector como una salida para salir de la pobreza	
--	--	---	--	--	--	--	---	--

Anexo 7

Categorías apriorísticas y emergentes

Figura 1

Categorías apriorísticas y emergentes



Modelo conceptual o teoría sustantiva

Figura 2

~~Modelo conceptual o teoría sustantiva~~

