

Artículo 4. TIC aplicada a la generación de conocimientos comunicativos en universitarios para el desarrollo del emprendedurismo

Information and Communication Technologies (ICTs) applied to the creation of communicative knowledge in university students for the development of entrepreneurship

AUTORES

Cintha Virginia Soto Hidalgo
Teodelinda Rosa Hidalgo Puell
Jeidy Gisell Panduro Ramírez
Joel Elvys Alanya Beltrán

Resumen

El uso de las nuevas tecnologías como plataformas virtuales, ya sea para estudio o negocio, aplicaciones para celular, formatos de archivos comprimidos, almacenamiento gratuito y mensajería instantánea, son sólo un complemento del estilo de vida de cada joven estudiante en la actualidad. Sin embargo, para los docentes es un reto, no sólo porque son

herramientas indispensables para el aprendizaje de nuevos conocimientos a las que tienen que adaptarse, sino también debido a que estas últimas generaciones demuestran un desapego y un desinterés en las relaciones humanas, forzando la creación y aplicación de nuevas estrategias comunicativas que rescaten la relación entre docente y alumno.

El objetivo de este artículo es mostrar los resultados de un programa que busca estimular el espíritu emprendedor desde la universidad, a fin de potenciar el talento y la creatividad necesaria para la competitividad en un mundo laboral globalizado. Entre las conclusiones resaltan, la empatía innata que tienen los estudiantes con el uso de herramientas tecnológicas y el ímpetu que debe desarrollar el docente para concientizar a los alumnos en la perseverancia y resiliencia que los ayudará a superar obstáculos al fortalecer toda idea de negocio que emprenda.

Palabras clave

Desarrollo pedagógico, emprendimiento juvenil, uso de Facebook.

Abstract

The use of new technologies such as virtual platforms, whether they are used to study or for business; cellphone applications, compressed-file formats, free storage, instant messaging are only complements to a young student's lifestyle. Nevertheless, for teachers it is a challenge, not only because they are indispensable learning tools for acquiring new knowledge, but also because they have to adapt to them. Due to the fact that these generations demonstrate detachment and a lack of interest in human relations, the development and application of new communicative strategies that rescue the relationship between teacher and student are needed. The objective of this article is to show the results of a program that seeks to stimulate their entrepreneurial spirit while they are still in university, thus enhancing talent and creativity necessary to compete in a globalized labor market. Within our conclusions emphasis is given to the innate empathy that students demonstrate with the use of technological tools and the impetus that teachers should develop to increase students' awareness of perseverance and resilience that will allow them to overcome obstacles and strengthen every entrepreneurial idea they have undertaken.

Key words

Pedological development, youth entrepreneurship, use of Facebook.

Introducción

El presidente de la república peruana, Martín Vizcarra, expresó en un discurso promulgado el 19 marzo de 2019 que los avances tecnológicos deberían de traducirse en facilidades para todos los peruanos. Además, resaltó que el gran reto latinoamericano es que la calidad de vida de las personas mejore con el acceso a la tecnología.

Sin embargo, el analfabetismo digital y la falta de inversión siguen manteniendo esta brecha pese a grandes obras como la red dorsal de fibra óptica, que promete conectar a 22 regiones del país y el *Plan de competitividad y productividad* con miras a 2030, que tiene como uno de sus objetivos prioritarios, generar el desarrollo de las capacidades para la innovación, adopción y transferencia de nuevas tecnologías.

Es así que el Perú asume cada vez más retos como un país integrante de la Organización de las Naciones Unidas, creando en 2019, un nuevo programa curricular para la ciencia y la tecnología por medio del Ministerio de Educación y que tiene como estrategia el uso de tecnologías en la educación superior tecnológica y en la técnico productivo.

Emprendedores por excelencia

Según el estudio denominado *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), patrocinado por la Universidad-ESAN(Escuela de Administración de Negocios para Graduados) (2020), cada año, desde 2004, la actividad emprendedora en el Perú se mantiene en los primeros puestos en una etapa temprana, pero en uno de los más bajos en la consolidación de los

mismos, ya sea por la falta de leyes que apoyen al emprendedor y por la falta de capacitación en inteligencia financiera para el sector interesado. Cabe resaltar que uno de los factores que mantienen a los peruanos en estos primeros puestos, se debe a la participación de la mujer que pese a las trabas burocráticas que no les permiten acceder a servicios financieros, según datos del estudio microscopio global 2019 (*Economist Intelligence Unit*, 2019), siguen saliendo adelante, estando por encima de México y Uruguay.

Otros datos de vital importancia provienen del estudio denominado *Microscopio global*, que muestra resultados de un análisis en las regulaciones y políticas utilizadas por los gobiernos y los organismos reguladores en el ámbito mundial, a fin de elaborar un índice de entorno propicio para la inclusión financiera; para ello, considera los siguientes ítems: regulación, estrategias políticas e infraestructura de cada uno de los países integrantes del estudio, que actualmente suman un total de 55. Se pueden apreciar con más detalle estas cifras en las tablas 1, 2 y 3.

Inmigración venezolana: ¿competencia desleal?

Sólo en 2018, el Perú fue considerado como el segundo país con más refugiados venezolanos en el mundo. Esta cifra sobrepasó el medio millón de personas. Otro dato importante de la Oficina de las Naciones Unidas para los refugiados (Acnur) y de la Organización Internacional de Migraciones (OIM) es que sólo 130 mil permisos laborales fueron otorgados, quedando un total de 200 mil permisos en trámite. Actualmente, este documento no se expide más.

El documento de Permiso Temporal de Permanencia (PTP) se estuvo otorgando entre los meses de febrero de 2017 hasta octubre de 2018 y garantizaba a los ciudadanos venezolanos la autorización para su contratación en trabajos formales, el pago de tributos y el acceso a salud y

educación. El trámite tenía un costo de \$12 e iba acompañado de los requisitos de no tener antecedentes penales, ni policiales y contar con una cédula de identidad.

Un estudio de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) acerca de la situación laboral actual en Perú informa que la inmigración venezolana, de alguna manera, ha aumentado el autoempleo informal y ha ocasionado la preferencia en su contratación para los empleadores peruanos; sin embargo, esta perspectiva puede cambiar, si se direcciona esta mano de obra a zonas en donde se necesitan profesionales y que lamentablemente carecen de ello. Lo cierto es que existe una brecha entre las condiciones laborales y los ingresos salariales de peruanos y venezolanos en el sector informal, ya que actualmente el sector formal se encuentra saturado.

Es por eso que todos aquellos migrantes que se encuentran en una situación laboral informal, se encuentran con problemas de informalidad en la contratación laboral, bajos salarios, largas jornadas de trabajo, desplazamiento en lugares no calificados, desigualdad en ingresos y condiciones de trabajo, discriminación y acoso sexual, siendo algunos de los problemas que aquejan a los ciudadanos venezolanos que apuestan por tener un empleo en Perú.

Tabla 4.1*Inmigración venezolana en Perú.*

Población Perú	Puestos de trabajo formales	PEA Venezuela	Puestos de trabajo formales	Núm. de puestos de trabajo, según MTPE 103.653
31 millones	27.4%	400.000	32.000	
PEA Perú	Puestos de trabajo informales	Número de migrantes venezolanos	Puestos de trabajo informales	
16 millones	72.6%	750.000	45.20%	

*Fuente: Organización Internacional del trabajo (OIT). Adaptación propia.***Tabla 4.2***Resultados del estudio de investigación global en emprendimiento (gem Perú).*

Año	Puesto en Latinoamérica	Puesto en el mundo	Actividad emprendedora temprana (TEA)	Ratio de consolidación de emprendimientos	Países involucrados
2018-2019	4°	8°	22.40%	0.38	54
2017-2018	1°	5°	43%	0.37	54
2016-2017	4°	9°	22.2%	0.24	65
2015-2016	5°	9°	28.8%	0.3	73
2013-2014	5°	2°	23.4%	0.23	70
2011-2012	4°	6°	20.2%	2.7	67
2009	3°	6°	20.9%	2.5	54
2008	2°	1°	25.6%	2.1	43
2007	5°	2°	25.89%	2.1	42
2006	1°	5°	40.2%	2.8	42
2004-2005	1°	2°	40.3%	0.94	34

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2004-2019. Adaptación propia.

Tabla 3

Resultados del estudio Microscopio global.

Año	Países	Puntaje	Puesto
2019	Colombia	82	1
	Perú	80	2
	Uruguay	76	3
	México	74	4
2018	Colombia	81	1
	Perú	78	2
	Uruguay	75	3
	México	70	6
2016	Colombia	89	1
	Perú	89	1
	Uruguay	59	11
	México	60	10

Fuente: Microscopio Global. Adaptación propia.

Revisión de la literatura

Cajigas, Haro y Ramírez (2017) expresan que todos los gobiernos de diferentes países tienen la necesidad de promover el emprendedurismo en su población, por ser un factor definitivo en el desarrollo económico nacional y global. En Colombia, la acción de crear empresas está considerada como parte de una política pública. Algunos investigadores señalan que es necesario monitorear los proyectos empresariales semestralmente, y cada dos años valorar una proyección a fin de que pueda corregirse fallas y fortalecer su crecimiento económico.

Díaz, Saénz y Jiménez (2015) afirman que las intenciones empresariales tienen una estrecha relación con los factores determinantes que conllevan a que se lleve a cabo toda idea de negocio. Es esta relación la que debe de primar al momento de desarrollar programas educativos.

Los resultados de su investigación muestran que los estudiantes obtienen la eficacia que se necesita para emprender una idea de negocio en una primera etapa de formación, pero los mismos resultados en la etapa de consolidación no son alentadores.

Feijó, Feijó y Bravo (2019) sustenta que aspectos como la disposición de aprender, la creatividad, el papel de la familia y el nivel de estudios son de gran influencia en los jóvenes incubadores de ideas de negocio.

Gutiérrez (2019) explica cómo los estudiantes pueden ser capacitados de tal forma que puedan crecer y desarrollar modelos mentales, entendiendo a un consumidor más informado por el acceso a la tecnología de forma inmediata y con vendedores interesados en brindar experiencias a los clientes con total normalidad.

Metodología

Población y muestra

Fueron 44 estudiantes escogidos como resultado de una muestra aleatoria simple, con rangos de edad de 17 a 25 años, respectivamente matriculados en el periodo 2019-I, pertenecientes a la Facultad de Ciencias Administrativas en la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, de Lima, Perú. Se conformaron 4 grupos de 11 alumnos, de los cuales 79.5% fueron mujeres y 20.5% hombres.

Estrategias metodológicas

La presente investigación aplicó un diseño exploratorio cuasi experimental, fue de tipo cuantitativo, descriptivo y transversal. El propósito fue describir las respuestas recolectadas entre los jóvenes. La

investigación tuvo un grupo de control y un grupo experimental. Ambos grupos recibieron talleres con una duración de dos horas semanales, haciendo un total de 14 semanas y 28 horas lectivas. Se aplicó un cuestionario en el aula en horario de clase.

El grupo control recibía una enseñanza con metodología convencional: ejercicios en pizarra, papelógrafos y plumones para las exposiciones y el uso de calculadora, además de talleres didácticos para ejemplificar el estudio de casuísticas y resolución de conflictos. A su vez, el grupo experimental recibía los mismos mecanismos convencionales con dinámicas de grupo utilizando adicionalmente herramientas tecnológicas que consistía en el uso de un programa para la planificación de proyectos, Microsoft Excel, aplicaciones para la elaboración del contenido de su página web, un blog utilizando la plataforma de Wix y la red social Facebook.

El curso de emprendimiento de nuevos negocios ya estaba posicionado desde años anteriores. Esta investigación se pudo llevar a cabo en dos aulas, divididas en dos secciones del mismo curso. Ambas secciones pertenecientes al V ciclo de la carrera. Los resultados del programa se midieron por medio de una encuesta para los alumnos de la sección II y de la sección V.

Instrumentos

1. Contrato de entrenamiento y confidencialidad.
2. Cuestionario estándar de autoevaluación de las características del comportamiento del emprendedor (CCE) validado por las Naciones Unidas y el juicio de tres expertos pertenecientes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Procedimiento

La variable programa de intervención pretende motivar el espíritu emprendedor y brindar autoconfianza en los estudiantes beneficiados. Para ello, se utilizó como indicadores las características más resaltantes del comportamiento emprendedor dadas por las Naciones Unidas en el taller EMPRETEC impartido en Perú mediante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en convenio con el Instituto Peruano de Administración Empresarial (IPAE). Se encuentra dividido de la siguiente manera:

1. Conjunto del logro: a) búsqueda de oportunidades e iniciativa, b) persistencia, c) cumplimiento, d) exigir eficiencia y calidad, y e) correr riesgos calculados.
2. Conjunto de planificación: a) fijar metas, b) búsqueda de información, y c) planificación sistemática y seguimiento.
3. Conjunto de poder: a) persuasión y redes de apoyo, y b) autoconfianza e independencia.

El programa estuvo dividido en seis unidades de aprendizaje:

1. Perfil del emprendedor, aplicación de cuestionario (pretest).
2. Ejercicios de negociación, estudios de casos y dinámicas de entrenamiento.
3. Planificación del negocio, utilizando el programa MS Project.
4. Libro de caja, con el programa gratuito y descargable cChic para control de caja chica y el programa Excel de Windows.
5. Presencia en redes, creación de página web (web site) del negocio, blog para sugerencias y comentarios, así como también de una página en Facebook e infografías de contenido para publicitar el producto o servicio utilizando aplicaciones como Canvas o infogram.

6. Análisis e información de la evaluación, evaluación final (postest).

Resultados

Para medir los resultados, se utilizó la prueba “t” de student para muestras independientes, a fin de determinar el grado de eficacia en la aplicación del programa de intervención en sus dos etapas pre y pos, tanto en el grupo de control como en el grupo experimental; además, se clasificó a los estudiantes de ambos ciclos (III y VIII) utilizando un análisis categórico y con tablas de contingencia para luego cruzar estos datos con el sexo y los rangos de edad de los estudiantes por medio del ANOVA de Fisher y la prueba de rangos de Wilcoxon. Este último se aplicó debido a la falta de ajuste de los datos a la distribución de normalidad de probabilidades. Todos los resultados fueron canalizados con el programa SPSS versión 22.0.

Tabla 4.4

Resultados de la prueba relacionada t student en las etapas pre y pos.

	Diferencias relacionadas					t	gl.	Sig. bilateral
	Media	Desv. típ.	Error típ. de la media	95% de confianza				
				Inferior	Superior			
Pre-pos Grupo control	4,745	13,358	2,139	0,465	9,125	2,242	43	0,031
Pre-pos Grupo experimental	0,410	8,795	1,408	-2,441	3,261	0,291	43	0,772

Fuente: Base de datos de la investigación.

Se encontró una disminución estadísticamente significativa en el grupo de control. El grupo experimental no presentó cambios, pero se mantuvo en el nivel esperado en lo que corresponde a las expectativas del

programa, ya que, en una etapa inicial, la mayoría de estudiantes quiso pertenecer al estudio por el temor de no ser considerados por los demás docentes en sus diferentes materias. En pocas palabras, se sintieron obligados a pertenecer al programa. Sin embargo, en lo que respecta a la asimilación del programa luego de ser impartidas todas las clases, el aprendizaje de las características en el comportamiento del emprendedor, los cambios después de la intervención (postest) fueron estadísticamente significativos ($p = 0,000$; n.c. 95%), 86.6% terminó con un nivel alto de asimilación al aprendizaje y 11.4% finalizó en nivel medio. Esto se debe a que muchos de los estudiantes no tenían conocimientos previos de computación, en los programas de Microsoft Excel y Microsoft Power Point a nivel avanzado; por consiguiente, el no tener acceso a Internet o herramientas como una computadora en casa para poder practicar lo que se enseñaba en las clases, limitaba su capacidad de aprendizaje.

Tabla 4.5

Resultados del proyecto ReinventaTec.

Medidas de tendencia y dispersión		
Programa de intervención completo		
	Pre	Pos
N	44	44
Media	110,66	125,05
Mediana	113,50	128,00
Moda	101 ^a	131
Desv. Estándar	12,868	10,081
Prueba de rangos con Wilcoxon		
Z	-5,581	
S. bilateral	0,000	

^a Basado en los rangos positivos.

^b Basado en los rangos negativos.

Fuente: Base de datos de la investigación.

Es importante mencionar que el programa ReinventaTec logró al final de la intervención un cambio de paradigmas. Los jóvenes estudiantes comprendieron que uno de los factores que influencia para que una idea de negocio tome forma y crezca es la perseverancia (24.00%) y la búsqueda de oportunidades (20.16%), que son los ítems que más puntaje han obtenido, como lo muestra la tabla 6. Todos los estudiantes que participaron del estudio obtuvieron los conocimientos necesarios para emprender un negocio de manera rápida y eficiente.

Tabla 4.6

Resultados CCE del programa ReinventaTec.

Medidas de tendencia central y dispersión para cada característica del comportamiento del emprendedor (CCE)																
	Búsqueda de oportunidades y alternativas	Persistencia	Cumplimiento	Exigir eficiencia y calidad	Correr riesgos calculados	Fijar metas	Búsqueda de información	Planificación sistemática y seguimiento	Persuasión y redes de apoyo	Autoeficiencia e independencia	Sumario ejecutivo	Productos o Servicios	Mercado objetivo	Estrategias de mercadeo y ventas	Operaciones	Meta
N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
Media	20,16	24,00	18,16	20,09	14,09	15,50	13,91	16,59	5,45	6,36	13,50	15,23	17,61	19,36	7,77	7,91
Mediana	20,00	24,50	19,000	20,00	15,00	16,00	14,00	16,50	6,00	5,50	14,00	16,00	19,00	20,00	8,00	8,00
Moda	20	28	19(a)	22	16	18	15	19	7	6	14	16	22	22	8	8
Desv. Est.	3,833	3,89	2,957	2,208	2,735	2,574	2,908	2,499	1,836	1,464	2,406	2,044	4,755	3,376	0,711	0,291
Niveles de aprendizaje del programa ReinventaTec para cada característica del comportamiento del emprendedor (CCE)																
Nivel	Pre	Pos	Pre	Pos	Pre	Pos	Pre	Pos	Pre	Pos	Pre	Pos	Pre	Pos	Pre	Pos
Bajo	11,4%	0%	0%	0%	6,8%	2,3%	20,5%	2,3%	34,1%	9,1%	9,1%	2,3%	9,1%	4,5%	2,3%	0%
Medio	52,3%	20,5%	43,2%	25,0%	38,6%	22,7%	72,7%	61,4%	27,3%	40,9%	54,5%	20,5%	31,8%	13,6%	2,3%	0%
Alto	36,4%	79,5%	56,8%	75,0%	54,5%	75,0%	6,8%	36,4%	38,6%	50,0%	36,4%	77,3%	59,1%	81,8%	95,5%	100,0%
Prueba de rangos con signo de Wilcoxon para cada característica del comportamiento del emprendedor (CCE)																
Z	-5,256 (a)		-4,166 (a)		-2,960 (a)		-4,674 (a)		2,962 (a)		-4,301 (a)		-2,031 (a)		-1,265 (a)	
Sig.bilateral	0,000		0,000		0,003		0,000		0,003		0,000		0,042		0,206	

Fuente: Base de datos de la investigación.

Discusión

El docente debe crear un ambiente de empatía en el aula de estudios, motivando en los alumnos el deseo de superación. No basta sólo con dotarlos de toda la información necesaria que puedan utilizar para prospectar una idea de negocio, que les servirá en un futuro, como una fuente de ingresos y de independencia laboral, sino también brindarles los recursos necesarios para que esa idea de negocios, una vez ya aplicada pueda consolidarse en el tiempo, por medio de la resiliencia, la perseverancia y un alto grado de autoestima.

Una idea de negocio bien aplicada no sólo desarrollará el hábito de una mejora continua en el emprendedor, sino también creará nuevos puestos de trabajo, fomentando el desarrollo económico del país. Es por eso que el programa utiliza como apoyo las herramientas tecnológicas, ya que los estudiantes tienen interés en utilizarlas, despertando en ellos la empatía deseada.

Conclusiones

Un programa de intervención siempre buscará romper paradigmas y fortalecer el temor a lo desconocido. En este aspecto, lo desconocido sería toda idea generada en las mentes de los estudiantes y que muchas veces no es compartida. Es allí donde radica la importancia de fortalecer en los estudiantes las habilidades de liderazgo, toma de decisiones y empoderamiento. Es por eso que la labor del docente se vuelve titánica, ya que debe recabar todos sus conocimientos y esforzarse para que los alumnos comprendan que la consolidación de un negocio durante el tiempo es la parte más difícil de todo el proceso de planeación. El programa tuvo como resultado una convicción firme en los estudiantes de que el rendirse no era una opción y que cualquier problema que

podiera aparecer en el camino, simplemente los llevaría a un cambio de estrategia.

Referencias

- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (Acnur) (2020). *Hoja informativa Perú*. Agencia de las Naciones Unidas para Refugiados. Perú. Recuperado de https://www.acnur.org/op/op_fs/5ea21f3b4/acnur-peru-hoja-informativa-marzo-de-2020.html
- Agencia de Cooperación Económica CONQUITO (2019). *Taller Internacional EMPRETEC. Brief EMPRETEC. Ecuador*. Recuperado de http://www.conquito.org.ec/wp-content/uploads/2019/10/BRIEF-EMPRETEC.final_.2019.pdf
- _____ (2018). Programa Internacional de la Organización de las Naciones Unidas. Taller para el Desarrollo del Comportamiento Emprendedor. EMPRETEC Ecuador. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Brief-Programa-Empretec.pdf>
- Alvarado, E., Ochoa, M., Ronquillo, G., & Sánchez, M. (2019). Importancia y uso de las redes sociales en la educación. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 3(2), 882-893. Recuperado de <http://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/481/556>
- Cajigas, M., Haro, M., & Ramírez, E. (2017). El estado colombiano y el emprendimiento empresarial: éxito o fracaso de su programa clave. *Revista Criterio Libre*, 15(26). Colombia, 105-130. Recuperado de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/1043>

- Cámara de Comercio de Lima (2019). XIX Encuesta Anual de Ejecutivos. *Revista La Cámara*, núm. 908, 38-39. Perú. Recuperado de <https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion908/edicion%20digital%20908.pdf>
- Diario Oficial El Peruano (2019). *Plan Nacional de Competitividad y Productividad. Separata especial de normas legales. Ministerio de Economía y Finanzas. Perú*. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/contenidos/archivos-descarga/PNCP_2019.pdf
- Díaz, C., Sáez, F., & Jiménez, J. (2015). Evaluación del impacto del programa educativo emprendedores en la intención emprendedora de los participantes. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 12(3), 17-31. España. Recuperado de <https://rusc.uoc.edu/rusc/es/index.php/rusc/article/view/v12n3-diaz-saez-jimenez/2643.html>
- Economist Intelligence Unit (2019). *Microscopio Global: El entorno propicio para la inclusión financiera. Banco Interamericano para el Desarrollo*. Recuperado de www.idbinvest.org/es/download/8787
- Feijó, P., Feijó, T., & Bravo, V. (2019). Análisis de factores que contribuyen en la actividad emprendedora de los jóvenes. *Revista ECA Sinergia*, 10(2), 59-68. Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo. Ecuador. Recuperado de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1474/1985>
- Fundación EMPRETEC (2020). *Bases y Condiciones 2020: Taller de desarrollo del comportamiento emprendedor. Convocatoria. Programa EMPRETEC. Naciones Unidas. Argentina*: Recuperado de https://empretec.unctad.org/wp-content/uploads/2015/01/EAR2015_web.pdf

- Gutiérrez, G. (2019). El neuromarketing como herramienta efectiva para la educación en las ventas y la publicidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1173-1189. Universidad de San Sebastián, Chile. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1377/60es.html>
- Koehlin, J., Solórzano, X., Larco, G., & Fernández-Maldonado, E. (2019). Impacto de la migración venezolana en el mercado laboral de tres ciudades: Lima, Arequipa y Piura. Organización Internacional para las Migraciones (OIM). Lima, Perú: Editorial Solvima Graf. S.A.C. Recuperado de <https://peru.iom.int/sites/default/files/Documentos/IMPACTOINM2019OIM.pdf>
- Presidencia de la República del Perú (19 de marzo de 2019). Presidente Vizcarra: trabajaremos juntos para que la tecnología esté al servicio de todos los peruanos. *Nota de prensa. Plataforma digital única del Estado*. Gob.pe. Perú. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/26715-presidente-vizcarra-trabajemos-juntos-para-que-la-tecnologia-este-al-servicio-de-todos-los-peruanos>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2015). *Programa EMPRETEC: Guía del empresario. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. Recuperado de https://empretec.unctad.org/wp-content/uploads/2015/09/EG_spa.compressed.pdf
- _____ (2017). *EMPRETEC Anual Report 2015*. Naciones Unidas. Génova. Recuperado de https://empretec.unctad.org/wp-content/uploads/2015/01/EAR2015_web.pdf
- Universidad ESAN (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2020*. Lima, Perú: ESAN Ediciones. Recuperado de

https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2020/05/07/Final_GEM%202019.pdf

Vexder, I. (2019). El desarrollo de las ciencias y las tecnologías en el sistema educativo peruano. Comisión de Ciencia y Tecnología del Congreso de la República. Ministerio de Educación. Perú.
Recuperado de
[http://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2017/Comision_de_Ciencia__Innovacion_y_T/files/presentaci%C3%B3n_ciencia_y_tecnolog%C3%ADa-2018vice_final8ene_\(5\).pdf](http://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2017/Comision_de_Ciencia__Innovacion_y_T/files/presentaci%C3%B3n_ciencia_y_tecnolog%C3%ADa-2018vice_final8ene_(5).pdf)