



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION
Escuela Profesional de Administración y Negocios
Internacionales

TESIS
“CULTURA DE EMPRENDIMIENTO Y
CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES EN
LA CIUDAD DE HUÁNUCO - 2016”

Presentada por:
Bach. Laly Fernández Allpas

Para optar el Título Profesional de:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

HUÁNUCO - PERÚ

2016



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Huánuco, 29 de Octubre de 2016

En Huánuco, siendo las 09:00 horas del día 29 de octubre de 2016, en las instalaciones del local de la Universidad Alas Peruanas – Filial Huánuco, se inició la Sesión Pública de Sustentación de Tesis, ante el Jurado constituido por los señores:

PRESIDENTE	MG. JOSÉ LUIS CLAUDIO PÉREZ
MIEMBRO	MG. RAFAEL PORFIRIO MARTEL Y BUSTAMANTE
SECRETARIA	MG. TERESA CHARA DE LOS RIOS

La postulante al Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales:

BACHILLER: FERNANDEZ ALLPAS, LALY


Procedió a la Sustentación de Tesis Titulada:

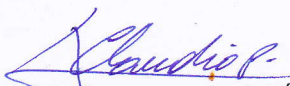
**“CULTURA DE EMPRENDIMIENTO Y CREACIÓN DE
EMPRESAS INDUSTRIALES EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO –
2016”**

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formulados por los señores miembros del Jurado, de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias y concluido este acto, se realizó la votación correspondiente, resultando el ponente:

APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual se asentó la presente Acta que firman el Señor Presidente y los demás miembros del Jurado.


MG. RAFAEL PORFIRIO MARTEL Y BUSTAMANTE
Miembro


MG. JOSÉ LUIS CLAUDIO PÉREZ
Presidente


MG. TERESA CHARA DE LOS RIOS
Secretaria

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y las fuerzas necesarias para culminar la investigación.

A mis padres Beatriz y Arnaldo por su apoyo económico y moral.

Laly.

AGRADECIMIENTO

A mi familia por sus consejos y buenos augurios.

A los docentes por sus conocimientos, sabias enseñanzas y consejos oportunos.

A mi asesor por su apoyo permanente

A la Universidad por formarme profesionalmente A todas las personas que participaron e hicieron posible presente investigación.

RESUMEN

La investigación denominada “*Cultura de emprendimiento y Creación de Empresas Industriales en la Ciudad de Huánuco – 2016*”, tiene por objetivo determinar el grado de relación que tiene los diferentes aspectos que conforman una cultura de emprendimiento en la creación de una empresa industrial.

El tipo de investigación es no experimental, ya que no existe manipulación deliberada de variables y el nivel correlacional ya que se investigó el grado de dependencia o relación que existen entre las variables investigadas.

La población estuvo conformada por el número de empresas industriales de manufactura, en la ciudad de Huánuco es de 1724, comprendidas entre la micro (1,692), pequeña (30) y mediana (2) empresas y la muestra de tipo probabilístico es de 91 empresas.

Para la toma de datos se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento dos cuestionarios, uno para medir la cultura de emprendimiento y otro para medir la creación de empresas industriales conformado por 10 ítems cada uno de ellos. Para la prueba de hipótesis se empleó el coeficiente de correlación - r de Pearson.

El resultado más importante indica que el grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco

– 2016 es alto y positivo, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.753 y se encuentra dentro de una valoración alta y positiva del mismo modo el significado bilateral (0,000) es menor que el error estimado (0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Del mismo modo la cultura de emprendimiento tiene una valoración de regular con 4.80 puntos de un total de 10, es decir, se ubica más cerca de mala que de buena; y la creación de empresas industriales se ubica en una valoración de baja con 3.92 de un total de 10 puntos.

ABSTRACT

The investigation called "Culture of Entrepreneurship and Creation of Industrial Companies in the City of Huánuco - 2016", aims to determine the degree of relationship that has the different aspects that make up a culture of entrepreneurship in the creation of an industrial company. The type of research is non-experimental, since there is no deliberate manipulation of variables and correlational level since we investigated the degree of dependence or relationship that exist between the variables investigated. The population was formed by the number of industrial manufacturing companies, in the city of Huánuco is 1724, including micro (1,692), small (30) and medium (2) companies and the sample of probabilistic type is 91 companies. For data collection, the survey was used as a technique and two questionnaires were used as instruments, one to measure the entrepreneurship culture and the other to measure the creation of industrial enterprises, consisting of 10 items each. The Pearson correlation coefficient was used for the hypothesis test. The most important result indicates that the degree of relationship of the entrepreneurial culture in the creation of industrial enterprises in the city of Huánuco - 2016 is high and positive, since the correlation coefficient has a value of 0.753 and is within a (0,000) is less than the estimated error (0.05), the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is accepted. In the same way the culture of emprendimiento has a valuation of regular with 4.80 points of a total of 10, that is to say, it is located closer to bad than good; And the creation of industrial companies is located in a low valuation with 3.92 out of a total of 10 points.

ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vii
ÍNDICE	viii
INTRODUCCIÓN	xii

CAPÍTULO I:

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema	15
1.2 Formulación del problema	18
1.3 Objetivos de la investigación	18
1.3.1 Objetivo general.....	18
1.3.2 Objetivos específicos.....	18
1.4 Justificación del estudio.....	19
1.5 Limitaciones de la investigación	21

CAPITULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio	22
2.2 Bases teóricas	28
2.3 Definición de términos	36
2.4 Hipótesis.....	39
2.4.1 Hipótesis general	39
2.4.2 Hipótesis específica.....	39
2.5 Variables.....	39
2.5.1 Definición conceptual de la variable	39
2.5.2 Definición operacional de la variable	40
2.5.3 Operacionalización de la variable	40

CAPITULO III:
METODOLOGÍA

3.1 Tipo y nivel de investigación.....	41
3.2 Descripción del ámbito de la investigación	43
3.3 Población y muestra	43
3.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	45
3.5 Validez y confiabilidad del instrumento.....	46
3.6 Plan de recolección y procesamiento de datos	48

CAPÍTULO IV:
RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de los resultados	50
4.2 Pruebas de hipótesis.....	65

CAPÍTULO V:
DISCUSIÓN

DISCUSIÓN	70
-----------------	----

CONCLUSIONES	72
--------------------	----

RECOMENDACIONES	74
-----------------------	----

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS	75
---------------------------------	----

ANEXOS.

ANEXO 1: Matriz de consistencia	78
---------------------------------------	----

ANEXO 2: Validación del instrumento.....	79
--	----

ANEXO 3: Instrumentos	80
-----------------------------	----

ANEXO 4: Panel Fotográfico.....	84
---------------------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cultura de emprendimiento de los propietarios.....	50
Tabla 2: Hábitos empresariales de los propietarios	52
Tabla 3: Nivel educativo de los propietarios.....	54
Tabla 4: Entorno social de los propietarios	56
Tabla 5: Creación de empresas industriales	58
Tabla 6: Infraestructura de las empresas industriales.....	60
Tabla 7: Maquinarias de las empresas industriales	62
Tabla 8: Tecnología e inversión de las empresas industriales.....	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Cultura de emprendimiento de los propietarios	51
Gráfico 2: Hábitos empresariales de los propietarios.....	52
Gráfico 3: Nivel educativo de los propietarios	54
Gráfico 4: Entorno social de los propietarios.....	56
Gráfico 5: Creación de empresas industriales.....	58
Gráfico 6: Infraestructura de las empresas industriales	60
Gráfico 7: Maquinarias de las empresas industriales.....	62
Gráfico 8: Tecnología e inversión de las empresas industriales	64

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Variables de la Investigación.....	40
Cuadro 2: Operacionalización de las variables de investigación.....	40
Cuadro 3: Muestra empresas industriales en Huánuco	45
Cuadro 4: Cuestionario que midió la cultura de emprendimiento.....	46
Cuadro 5: Instrumento que midió la creación de empresas	47
Cuadro 6: Cuestionario de la cultura de emprendimiento	47
Cuadro 7: Valor Alfa de Cronbach	48
Cuadro 8: Cuestionario que midió la creación de empresas	48
Cuadro 9: Valor Alfa de Cronbach	48
Cuadro 10: Cronograma de actividades.....	49

ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema 1: Triangulo Invertido del Proceso Emprendedor	28
--	----

INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada *Cultura de emprendimiento y Creación de Empresas Industriales en la Ciudad de Huánuco – 2016*, tiene por objetivo determinar el grado de relación que tiene los diferentes aspectos que conforman una cultura de emprendimiento en la creación de empresas que realizan actividades industriales. Generalmente estos aspectos son determinantes y muestra la situación económica que hoy en día nos encontramos.

Desde hace mucho tiempo se ha focalizado como objeto de estudio y/o análisis los efectos tanto de la acción social como de la actitud que el ser humano presenta cuando trata de alcanzar logros. Para alcanzarlos generalmente la sociedad busca vincularse en diferentes agrupaciones, tales como las de estructura familiar, comunidad, grupos religiosos, entre otros, con las que comparte creencias, dogmas, conocimientos, valores y expectativas, es decir, de a poco, van instaurando una forma de “cultura” inherente al grupo o colectivo social.

La cultura es un conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

La cultura viene a ser un conjunto de informaciones y habilidades que posee un individuo. Esto a su vez aprendidas durante el proceso de formación personal, teniendo en cuenta la estructura familiar, la educación y el entorno social en donde se desenvuelve. La cultura es definida en las ciencias sociales como un conjunto de ideas, comportamientos, símbolos y prácticas sociales, aprendidos de generación en generación a través de la vida en sociedad.

La cultura de emprendimiento es el conjunto de valores, creencias, hábitos, costumbres y normas, que comparte un grupo de personas hacia el emprendimiento, que surgen en la interrelación social.

La cultura de emprendimiento es un proceso mediante el cual es necesario que se inicie desde los primeros años de vida de las personas. Este proceso debe contemplar estrategias, como por ejemplo hábitos que lleven a las personas al convencimiento de que mediante la creación de proyectos productivos se puede llegar a triunfar tanto personal como económicamente y así de esa manera se busque fomentar la cultura del emprendimiento.

La formación para el emprendimiento debe basarse en la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales dentro del sistema educativo. Como vemos en nuestro sistema educativo se ha enfocado a formar empleados más no empresarios. Y no solo el sistema educativo, también la misma estructura familiar y social llevan a las personas a ser empleados y no emprendedores. Como consecuencia del elevado desempleo y reducción del empleo público, esta visión y las formas de trabajo están cambiando, aparecen soluciones nuevas como el desempeño simultáneo de varias actividades profesionales o la actividad profesional independiente.

Así pues, a pesar de que la inquietud emprendedora todavía representa un movimiento reducido en la enseñanza media, en la universidad y en la sociedad en general, el interés por el fenómeno del emprendimiento y de la creación de empresas de producción va creciendo. Cada vez se valoran más las iniciativas empresariales, entre ellas el autoempleo, como un factor clave en la creación de empleo, en la mejora de la competitividad y del crecimiento económico del país.

Para que crezca el número de iniciativas de este tipo, hay que fomentar la inquietud emprendedora en nuestra sociedad. Hay que procurar que se cree una cultura emprendedora desde los más jóvenes, para que aprendan a desarrollar capacidades de responsabilidad y cambio y de esta manera puedan reaccionar con mayor apertura y flexibilidad, lo cual les va a ser de utilidad en la vida cotidiana y en el desempeño de cualquier actividad profesional.

Hoy en día el espíritu emprendedor es necesario para la creación de empresas de cualquier rubro, es decir, dicha creación debe nacer dentro de un marco normativo, con una sostenibilidad financiera y con todas las condiciones para que las empresas tengan sostenibilidad y éxito en el tiempo. Este concepto implica que la organización a medida que crece, madura y puede modificar sus valores, normas y demás. Sin embargo, el personal o miembros de la organización se encuentran condicionados al primer enfoque cultural, y muchas veces resulta difícil que cambien con el cambio. Este condicionamiento inicial es lo que se conoce como resistencia al cambio. Que no es otra cosa que el apego a los valores, principio, políticas y procedimientos iniciales.

La investigación consta de: Planteamiento metodológico que comprende la descripción de la realidad problemática, delimitación de la investigación, formulación del problema, objetivos de la investigación que muestra los objetivos generales y objetivos específicos, las hipótesis tanto las hipótesis generales y secundarias, diseño de la investigación el cual determina el tipo y nivel y método, luego se tiene la población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, justificación e importancia. El Marco teórico contiene los antecedentes de la investigación, tanto nacionales e internacionales, bases teóricas y definición de términos básicos. Presentación, análisis e interpretación de resultados.

Finalmente se tiene las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos.

CAPÍTULO I:

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del Problema.

Durante los últimos años, hemos apreciado que la creación de empresas dentro de una nación genera crecimiento económico, teniendo como principal agente y actor fundamental de estas actividades al empresario. Los emprendedores de empresas productivas son las que generalmente otorgan valor agregado a los recursos, transforman y ofrecen un producto final al mercado. Paralelamente a ello los países buscan crecer económicamente y mejorar la calidad de vida de las personas. Ante estos dos factores de búsqueda de crecimiento tanto de las personas como de los países, hace necesario crear una cultura de emprendimiento que favorezca a la consecución de posteriores emprendimientos. A partir de ello se aprecia que la base del desarrollo y crecimiento del país estaría dado por la fomentación de la cultura de emprendimiento, generando la creación de empresas en donde traen consigo ideas y por efecto la creación de empresas en donde dinamizan la economía del país.

Desde un ámbito internacional, se aprecia que las potencias mundiales lograron un crecimiento económico debido al surgimiento de las grandes empresas industriales que supieron consolidar su economía por la adquisición de tecnología y mejores sistemas de producción.

Desde un ámbito nacional, actualmente el Perú lleva a cabo actividades industriales, es decir, la transformación física y química de materiales y componentes en productos nuevos. Las empresas dedicadas a esta actividad, ascienden a 143 mil 277 empresas de las cuales el 94% son microempresas y el 5% pequeña empresa y 1% grande-mediana empresa. El 54% de las empresas manufactureras del país se concentran en el departamento de Lima y en la región Huánuco de 1%.

Según los estudios realizados por el Instituto nacional de estadística e informática –INEI- Perú estructura empresarial 2012 y Perú síntesis estadística 2015. Además de ello tenemos considerada participación dentro del comercio internacional, con la exportación de materias primas y demás recursos, pero que a la vez no es suficiente y su presencia es todavía considerado como país en vías de desarrollo, debido a la carente capacidad tecnológica y económica. El crecimiento del país está dado generalmente por varios sectores de la economía y que dependen en la mayoría de inversionistas extranjeros.

Desde un ámbito local. Podemos apreciar que la economía regional se basa por los sectores servicio y comercio, y que aún la creación de empresas industriales no se desarrolla de una manera consecuente en donde se puedan realizar la transformación de recursos, el cual haría favorable también la exportación de productos con destino a otros países.

El presente trabajo de investigación, se enfoca en reconocer que hoy en día tenemos una creación de empresas industriales en proceso de crecimiento. Según estudios realizados por el Instituto nacional de estadística e informática – Perú síntesis estadística 2015. Proyectado del censo manufactura, 2007-SUNAT.

La siguiente información: existen 19 185 empresas de bienes y servicios, de este total el 91% realizan actividades no manufactureras (servicios, comercio, turismo, financieras y comunicaciones), mientras que el 9% de las empresas realizan actividades de manufactura así como por ejemplo

las empresas de alimentos y bebidas, Elaboración de productos de panadería, Fabricación de prendas de vestir y muebles, etc.

En la actualidad muchas de las creaciones de empresas están siendo efectuadas en el sector servicios y comercio, el cual aportan medianamente al desarrollo de nuestra ciudad, pero que a la vez estas actividades son muy repetitivas y de poca creatividad. Es decir, muchas de los negocios “emprendidos”, vienen de múltiples etapas, en la cual, su existencia se basa en seguir el negocio familiar, así como también en la educación que tenemos hoy en día, reflejándose en el estudio de las múltiples ciencias que solo son aprendidas mecánicamente y que estas no son puestas en práctica, y en consecuencia la ausencia de herramientas factibles, que conllevan al ciudadano al optimismo y al miedo de enfrentar grandes retos. Así como también los profesionales que laboran en diferentes organizaciones, que realizan su trabajo ofreciendo sus servicios, y que en la mayoría de los casos no realizan emprendimiento, por el conocimiento que tienen ellos mismos sobre el contexto y la situación del mercado en la ciudad de Huánuco, debido al entorno profesional que tienen.

Como vemos, es necesario promover una cultura de emprendimiento en donde se busque el desarrollo de nuestra economía regional, a su vez al estímulo de crear mejores oportunidades a fin de otorgar herramientas que permiten a las personas a elevar el nivel competitivo, tanto de las empresas y profesionales.

Esta investigación tiene como objetivo determinar el grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales. Ante ello se propuso investigar: Cuál es el grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema Principal

¿Cuál es el grado de relación de la Cultura de emprendimiento en la Creación de Empresas Industriales en la ciudad de Huánuco – 2016?

1.2.2 Problemas Secundarios

- ¿Cuál es el grado de relación de los hábitos emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016?

- ¿Cuál es el grado de relación del nivel educativo de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016?

- ¿Cuál es el grado de relación del entorno social de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar el grado de relación de la cultura de emprendimiento en la Creación de Empresas Industriales en la ciudad de Huánuco – 2016.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar el grado de relación de los hábitos emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016.

- Determinar el grado de relación del nivel educativo de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016.
- Determinar el grado de relación del entorno social de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016.

1.4 Justificación del estudio.

El presente trabajo de investigación se justifica porque es necesario conocer aquellos aspectos relevantes de la cultura de emprendimiento de nuestra región por parte de los ciudadanos, ya que son importantes para comprender de manera formal el grado de relación de las mismas; como un estudio de nuestra realidad empresarial, que sirva de utilidad a todas las personas interesadas en tener un mayor conocimiento y la aplicación de ello en investigaciones futuras, en puntos importantes que de esta investigación resulten como antecedente de futuras investigaciones que estén centrada y relacionadas al tema de investigación.

Como consecuencia del elevado desempleo y reducción del empleo público, las formas de trabajo están cambiando, aparecen soluciones nuevas, así pues, a pesar de que la inquietud emprendedora todavía representa un movimiento reducido en la enseñanza en nuestro medio, en la universidad y en la sociedad en general, el interés por el fenómeno del emprendimiento y de la creación de empresas va creciendo.

Cada vez se valoran más las iniciativas empresariales, entre ellas el autoempleo, como un factor clave en la creación de empleo, en la mejora de la competitividad y del crecimiento económico de nuestra región y del país.

Para que crezca el número de iniciativas de este tipo, hay que fomentar la inquietud emprendedora en nuestra sociedad. Hay que procurar que se cree una cultura emprendedora desde los más jóvenes, para que aprendan a desarrollar capacidades de responsabilidad y cambio y de esta manera puedan reaccionar con mayor apertura y flexibilidad, lo cual les va a ser de utilidad en la vida cotidiana y en el desempeño de cualquier actividad profesional.

La cultura emprendedora es el conjunto de cualidades, conocimientos y habilidades necesarias que posee una persona, para gestionar un proyecto concreto o su rumbo profesional. La cultura emprendedora está ligada a la iniciativa y acción.

Ayuda por un lado, a saber lanzar nuevos proyectos propios con autonomía, con capacidad de asumir riesgo, con responsabilidad, con intuición, con capacidad de proyección al exterior y con capacidad de reaccionar y resolver los problemas; por otro lado, a saber llevar a cabo proyectos de otros con el mismo espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía. La falta de educación emprendedora es una de las causas de que no exista cultura emprendedora en nuestro país. Por lo que para promover el espíritu emprendedor, y de esta manera las actitudes, habilidades y, por lo tanto, dicha cultura emprendedora, debemos, desde la educación primaria, enseñar a emprender.

La creación de una empresa propia no repercute sólo en quien la emprende, creando su propio puesto de trabajo, sino que además influye en el crecimiento económico de la zona, generando un tejido empresarial, y por lo tanto en la creación de nuevos puestos de trabajo y bienestar social. Un emprendedor puede “nacer” pero también “se puede hacer”.

Hay personas que nacen con una capacidad emprendedora, pues desde temprana edad muestran su capacidad de innovar y de asumir el riesgo probando cosas nuevas o de manera diferente.

Se pueden fomentar determinadas competencias como: la capacidad de resolver problemas, de analizar, planificar, evaluar y tomar decisiones, de asumir responsabilidades, de cooperar, de trabajar en equipo, de comprometerse en nuevos papeles, de desarrollar la confianza en uno mismo, de aprender a pensar de modo crítico e independiente, de ser más creativo e innovador y con más iniciativa personal, de prepararse para asumir el riesgo.

La educación emprendedora debe trabajar en el desarrollo del talento emprendedor, porque a pesar de que las personas presentan una predisposición innata, el emprendedor y/o intraemprendedor, en cierta medida, “se hace”.

Con la capacitación adecuada y un entorno propicio las personas pueden adquirir el sentido del riesgo y de la responsabilidad, así como la iniciativa que se requiere para comenzar una aventura empresarial dentro o fuera de la empresa.

La educación emprendedora debe convertirse en un elemento transversal en la formación profesional para el empleo. Ya que puede ayudar a sensibilizar a los estudiantes a que consideren que el trabajo por cuenta propia puede ser otra opción profesional, además de ser empleado o funcionario, se puede ser empresario.

1.5 Limitaciones de la Investigación.

- El estudio de aplicará solo a los empresarios que realizan actividades económicas industriales.
- Disposición de tiempo de los empresarios debido a ocupaciones laborales.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

La presente investigación se basa en estudios anteriores, así se tiene los siguientes antecedentes:

A Nivel Local:

Aponte Daza. W (2010) en su tesis titulada: “*Factores culturales que limitan el desarrollo de la ciudad de Huánuco – 2010*”, sustentada en la *Universidad Nacional Hermilio Valdizan*, para optar el Título de Licenciado en Sociología, trabajo con una muestra poblacional de 301,185 habitantes del área urbana que representa el 42% de la población total de Huánuco, utilizando la entrevista y fuentes documentales para la toma de datos, cuyas conclusiones son:

- A nuestro entender, la sociedad crea la cultura, lo modela a su imagen y semejanza por ello el hombre es un ser social creador y transformador de su cultura, actúa con una posición de clase, y construye su presente proceso cultural; aprendiendo del pasado, comprende el presente se proyecta al futuro para manejarlo. Pero en el mundo social jamás podrá completar todo el proceso de desarrollo sociocultural, forjar el proceso social y cultural sigue y es inagotable, puede cumplir parte de él, puede ser parte del momento, del ascenso del fracaso, o del derrumbe, según le corresponda asumir su papel ¡el hombre puede construir una obra, imperecedera, eso será cultura que dejara de herencia para las futuras generaciones.

- El hombre es tal porque trabaja, porque piensa y con sus ideas transforma todo, aquí radica su libertad. Pero como está formado bajo costumbres tradicionales constituidas como antivalores no avanzan, se estanca y como convivencia esto se expresara como atraso socioeconómico de nuestra ciudad.
- En el nivel productivo impera los antivalores de la inercia y la pasividad en el trabajo esto es actúa por costumbre de una forma mecánica robotizada , sin iniciativa , ni creatividad, buscar ganancia fácil , en el comercio, las rentas, o la usura es también actuar con extremado individualismo ; en el que así este arruinado y en quiebra, producto de la ofensiva imperialista que arruina toda producción nacional mantendrá su chacrita, su feudito, su tiendita, para fingir que es un gran magante, gran comerciante, como el de las telenovelas y vivirá imitando a ellos, no se esforzara por armar empresas asociativas o cooperativas . Eso es vivir por costumbre, por tradición, no de una producción industrial tecnificada y científica.

Duran Cornejo, S (2010) en su tesis titulada. *“Ejes estratégicos que inciden en el desarrollo de la región Huánuco – 2010”*, sustentada en la *Universidad Nacional Hermilio Valdizan*, , para optar el Título de Licenciado en Administración de empresas .Trabajo con una muestra de 120 individuos, utilizando un cuestionario para la toma de datos, cuyas conclusiones son:

- El 76 % de los encuestados califican de entre regular, malo y pésimo la calidad de la gestión agrícola, comercial y energética desarrollada a nivel regional por las autoridades y funcionarios del gobierno regional de Huánuco siendo de baja significancia el desarrollo de estos sectores vitales de la economía regional incidiendo de modo negativo en el desarrollo dela región Huánuco.
- El 84 % de los encuestados estiman que no es muy significativa la promoción del empleo desarrollado por los directivos y funcionarios

del gobierno regional de Huánuco, incidiendo de modo negativo en el desarrollo de la región Huánuco.

Dávila Ambrosio, D (2008) en su tesis titulada. “*Desarrollo de capacidades gerenciales para elevar la competitividad de las micro y pequeñas empresas industriales de la ciudad de Huánuco, periodo 2007 – 2008*”, sustentada en la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, para optar el Título de Licenciado en Administración. Trabajo con una muestra de 22 MYPES industriales, utilizando un cuestionario para la toma de datos. Cuyas conclusiones son:

- Las MYPES industriales de la ciudad de Huánuco presentan problemas de baja competitividad, esto debido a que los gerentes o los que están frente de las MYPES no vienen desarrollando las capacidades gerenciales, la mayoría de ellos vienen trabajando en base a experiencias y conocimientos empíricos por lo que presentan niveles bajos de rentabilidad realidad que también se refleja en la baja competitividad.
- Las MYPES industriales de la ciudad de Huánuco están siendo conducidas por personas que no tienen preparación, capacitación y asesoramiento en algunos de los casos por profesionales de otras carreras, por lo que encontramos empresas con poco crecimiento, realidad que se refleja en la calidad de vida de los trabajadores y de la población en general.
- A más del 50% de los gerentes no les interesa lo que pasa en el ambiente externo, ya sea por las oportunidades que pudiera haber en el mercado o de las amenazas que pudieran existir, demostrando su ineficiencia para trabajar en este contexto cambiante y dinámico.

A Nivel Nacional:

Cortez Segura, J (2012) en su tesis titulada. “*Plan de negocio para la creación de una empresa de outsourcing en fabricación de joyería*”, sustentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, para optar el

Título de Ingeniero Industrial. Trabajo con una muestra de 78 pequeñas y medianas empresas de Lima Metropolitana dedicadas a la exportación de joyería fina de oro y plata, utilizando fuentes documentales para la toma de datos. Cuyas conclusiones son:

- El entorno en el cual se desenvuelve el plan muestra perspectivas favorables para los próximos años; un creciente apoyo político y económico por parte del Estado Peruano. El bajo uso de tecnología moderna y el ámbito informal en el que se desenvuelve la mayoría de competidores; generan grandes oportunidades para ser aprovechadas.
- Uno de los factores de éxito más importantes del plan es conseguir el posicionamiento deseado mediante la estrategia de Diferenciación; el uso de tecnología moderna, un eficiente sistema de gestión de calidad y el alto nivel de servicio deben ser percibidos y valorados por el cliente para que esté dispuesto a pagar el sobreprecio con el que contará el servicio.
- El proceso productivo tiene un importante componente tecnológico; sin embargo también cuenta con gran parte que se realiza manual (elaboración de prototipos, acabado final); por tanto un punto o de los puntos críticos para gestión será ir automatizando el proceso hasta llevarlo al punto de quiebre donde sea más rentable migrar a equipos y maquinaria de mayor nivel tecnológico.

Vela Velásquez, J (2011) en su tesis titulada. "*Modelo para la Creación de Incubadoras de Empresas en la Realidad Peruana*", sustentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, para optar el Título de Ingeniero Industrial. Trabajó utilizando fuentes documentales para la toma de datos. Cuyas conclusiones son:

- El "proceso empresarial" debe estar funcionando para que en una región se pueda generar y lograr el crecimiento de nuevas empresas, y así desarrollar una base tecnológica. El resultado del proceso son empresas comercialmente viables que entonces toman

su lugar en su comunidad local como parte de un clúster de empresas.

- El proceso consiste esencialmente de dos partes, la generación de empresas y el crecimiento de las mismas. El primero es el punto de partida e implica la convergencia de ideas y de personas, y el segundo es un intento para dar algo de orden y de estructura al proceso de despegue. En esta segunda parte, la empresa avanza por un proceso más estructurado y atraviesa determinadas etapas de crecimiento que responden a diferentes grados de madurez y necesidad de apoyo.
- Respecto al financiamiento de la actividad emprendedora, existe avances importantes respecto a las micro finanzas, pero dirigidas a sectores cuyo rango de maduración es menor al de las empresas incubadas, las cuales difícilmente accederían a este tipo de crédito, especialmente por las altas tasa de interés.

A Nivel Internacional:

Calderón Pérez, R (2006) en su tesis titulada. “*Factores condicionantes de la creación de empresas: políticas y medidas de apoyo oficial para el surgimiento de emprendimientos globales en Barranquilla, Colombia*”, sustentada en la Universidad del Norte, para optar el Título de Licenciado en Administración de empresas. Cuyas conclusiones son:

- La creación de nuevas pequeñas y medianas empresas con énfasis exportador desde su nacimiento es importante la dinámica económica, política y social de un país pues su creación y desarrollo permite el crecimiento de una nación.
- Se percibe poco conocimiento de parte de los nuevos empresarios de la legislación de creación empresarial y obviamente de su utilización. También es claro que, aunque existan organismos oficiales que financien a las empresas para su fortalecimiento, estos mismos parecen no estar enfocados hacia la creación de nuevas organizaciones, por lo cual los nuevos emprendedores globales

tienden a utilizar el sistema financiero privado o en su defecto recursos propios para establecer sus organizaciones.

Aponte, M (2008) en su tesis titulada. *“Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: enfoque institucional”*, sustentada en la Universidad Autónoma de Barcelona, para optar el grado de Doctor en Economía. Cuyas conclusiones son:

- En los últimos dos periodos se ha dado un aumento significativo en la tasa de creación de empresas en puerto rico .No obstante, la baja tasa de ahorro nacional como porcentaje de la inversión interna bruta de capital fijo, hace evidente la dependencia del capital extranjero que tiene puerto rico para realizar dicha inversión.
- La sociedad puertorriqueña identifico como uno de los obstáculos principales a la creación de empresas el no disponer del dinero necesario para iniciar el negocio, a pesar de reconocer que hay financiación disponible.
- La intencionalidad de los estudiantes universitarios de crear empresa propia es mucho mayor que la de la población general, lo que los convierte en los principales empresarios potenciales de la sociedad puertorriqueña.

Azahar López, S y castillo Domínguez, J (2006) en su tesis titulada: *“Investigación sobre la demanda de crédito bancario por parte de las pequeñas y medianas empresas en el Salvador”*, sustentada en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, para optar el Título de Licenciado en Economía. Cuyas conclusiones son:

- Se puede afirmar que la baja demanda de crédito bancario por parte de las Pymes no radica en un problema de necesidad de financiamiento por parte de este sector empresarial, sino que son las condiciones de la oferta de crédito y las características empresariales internas las que hacen que la demanda no sea efectiva.

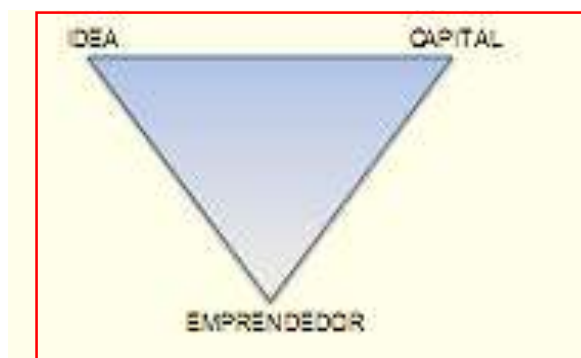
- Las condiciones para acceder al crédito bancario limitan la demanda de este financiamiento a las Pymes, debido a que, los bancos realizan análisis de riesgo inadecuados; además la legislación existente para que los bancos ofrezcan crédito no tiene un tratamiento especial para Pymes, sino que se enfoca a las empresas en general.
- El mal record crediticio con que cuentan algunas de las Pymes, es un factor que genera la baja demanda de crédito bancario de este sector empresarial, debido a características internas de éstas empresas, tales como, la falta de conocimientos financieros precisos y la mala utilización de los recursos financieros por parte de las empresarias y los empresarios.

2.2 Bases Teóricas.

Teorías del Emprendimiento

1. Teoría de Andy Freire: Según la teoría del triángulo invertido propuesta por Freire, todo proceso emprendedor combina tres componentes:

ESQUEMA N° 01
PROCESO EMPRENDEDOR PROPUESTA POR FREIRE



Fuente: Aula Virtual

Elaboración: Propia

El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas. De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto.

Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de un conjunto de conceptos.

2. Emprendimiento según Schumpeter:

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas no es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo”.

La naturaleza de este sistema económico no permitiría un equilibrio estático ya que sería interrumpido por los esfuerzos de los emprendedores para establecer nuevas posiciones monopólicas a través de la introducción de innovaciones. Los incentivos para estas actividades serían las ganancias o rentas monopólicas que los emprendedores recibieran.

3. Emprendimiento según la Escuela Austríaca:

Varios autores rechazaron las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner. Si bien compartían la percepción de la importancia de la contribución del emprendimiento en el proceso de

desarrollo capitalista, diferían en su concepción de la naturaleza de la persona y actividad en el impacto de estos en el proceso y en la visión futura del capitalismo. Para Mises, el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas.

El conocimiento generado por esta situación aumenta con el tiempo, por lo que la incertidumbre se reduce progresivamente. Para Kirzner, el emprendedor gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio. Esta alerta permite al emprendedor percibir las oportunidades antes que los demás.

Más aún, el emprendimiento no está encapsulado en la mera posición de un mayor conocimiento de las oportunidades del mercado. Según los austríacos, el énfasis de Schumpeter en el cual el emprendedor está empujando la economía en el sentido contrario al equilibrio, ayuda a promover la percepción errónea de que el emprendimiento es, de alguna manera, innecesario para entender la manera en que el mercado tiende a la posición de equilibrio.

4. Diferencias entre la escuela Austríaca y la de Schumpeter:

Los austríacos enfatizan la existencia continua de la competencia y la oportunidad de emprendedora, mientras que Schumpeter se concentra en la naturaleza temporal de la actividad y los disturbios generados por las nuevas combinaciones ofrecidas al mercado.

Para Schumpeter, el emprendedor se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades. En contraste, los austríacos sugieren que los cambios generados por la actividad emprendedora tienden a equilibrar los mercados.

Schumpeter se basa en los emprendedores que generan el cambio de una situación existente a otra. La escuela austríaca se basa en la

creación del equilibrio, por lo tanto, estos emprendedores generan el cambio dentro de una situación existente.

5. El emprendedor según Howard Stevenson: En la década de los 80's Stevenson interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. La enseñanza del emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de líderes comerciales y por eso es considerada imprescindible en los principales currículos de MBAs. El método tradicional contempla la formación de personas cuyo desarrollo personal esté ligado a la escalera empresarial, subiendo con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores.

Cuando se plantea un método alternativo de creación de generadores de riqueza, los cuales, partiendo de una base pequeña van conformando un equipo cada vez más grande. En este caso, el desarrollo personal y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano.

La enseñanza del emprendimiento no está ligado al número de empresas creadas, o a las pequeñas y medianas empresas, sino que están ligadas a:

- La facultad de crecer y crear empresa, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (Schumpeter) o de equilibrio (Escuela Austriaca).
- La orientación al crecimiento (Teoría de Drucker y Stevenson).
- El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos. (Modelo TIMMONS).

Las nuevas condiciones de competitividad deben permitirle a los jóvenes tomar decisiones sobre su destino profesional con un mayor abanico de oportunidades.

6. Teoría de Allan Gibb: Muestra un ejemplo de cómo las entidades de educación deberían enfocar sus esfuerzos para la educación empresarial.

De ahí parte el análisis de la educación empresarial. En esta se tienen en cuenta las siguientes características:

- Comparte los valores de las MIPE
- Está arraigada en las prácticas de la comunidad
- Valora tanto el conocimiento tácito como el explícito
- Fuertemente comprometida con todos los interesados.
- Fuertes vínculos con los empresarios
- Diseñada como una organización empresarial
- Enfocada en diseñar un ambiente empresarial con todo tipo de organizaciones.
- Entiende cómo los empresarios aprenden y construyen sus enfoques a partir de esta base.
- Usa cuidadosamente el conocimiento adquirido de otras fuentes.

Para la creación de empresas naturalmente, resulta decisivo el papel del fundador. En primer lugar porque suele ser una persona emprendedora, entusiasta, con fuerte carácter, sin ataduras a costumbres o ideologías previas, conocedor del negocio. Además, cuando la empresa atraviesa sus primeras etapas, aún no se han consolidado unas determinadas rutinas o maneras de hacer, por lo que el fundador goza de una posición de especial influencia y autoridad. Serán precisamente sus decisiones de la etapa fundacional -en la medida en que tengan éxito- las que irán sentando costumbre.

De ordinario las empresas no surgen de manera espontánea y errática, sino por la iniciativa de alguien que percibe la solución a un problema o necesidad social, concibe una idea sobre un producto y la manera de hacerlo realidad. Y se empeña en llevarlo a cabo. Es decir, surgen con un propósito concreto, orientadas a una meta. El fundador viene a ser

como un visionario que detecta esa necesidad, propone nuevas soluciones a los problemas sociales y marca la misión de la empresa.

Durante largo tiempo, los esfuerzos para construir organizaciones inteligentes fueron como avances a tientas, hasta que llegaron a conocer las aptitudes, conocimientos y caminos para el desarrollo de tales organizaciones. Senge, P (2007) en su libro titulado *La quinta disciplina*.

El campo dinámico de fuerzas - entorno empresarial: son aquellas condiciones tecnológicas, económicas, legales, políticas, culturales, demográficas y ecológicas son fenómenos ambientales que forman un campo dinámico de fuerzas que interactúan entre sí. Chiavenato, I (2006) en su libro titulado *Introducción a la teoría general de la administración*.

El beneficio empresarial en toda empresa o negocio existe si obtiene beneficios. Sin beneficios la empresa pierde su capacidad de crecer y desarrollarse. Como organización debe competir con otras que realizan idénticos productos o servicios. Una empresa que no obtenga beneficios, a pesar de la buena voluntad de sus gestores, tiene que gestionar perfectamente sus recursos, tanto disponibles como obtenibles para alcanzar aquellos, tratando por todos los medios de conseguir un óptimo equilibrio entre los mismos.

El emprendimiento surge de dos cualidades de verdad trascendentes de todos nosotros, una cualidad que por la presión del mundo actual, muchas veces olvidamos: la capacidad de soñar, de soñar con objetivos y metas de vida que nos permitan sentir el sabor del desafío por llegar más alto y más lejos, de mejorar con un sentido profundo y trascendente nuestro caminar por la vida. Otra cualidad que la velocidad de este mundo actual no da tiempo para exteriorizarla: compartir esos sueños,

compartir los logros personales con el mismo entusiasmo con que hayan surgido sus sueños originales.

Es en este contexto en que todo lo demás que necesariamente debe acompañar a ese espíritu de emprendimiento viene casi por agregado. Según la Universidad de Viña del Mar – actualizaciones para el Management y el desarrollo organizacional (2006).

La enseñanza del espíritu emprendedor tiene un concepto amplio de educación en actitudes y capacidades empresariales, que incluya el desarrollo de ciertas cualidades personales y no se centra directamente en la creación de nuevas empresas, y un concepto más específico de formación dirigida a la creación de una empresa. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas- Guía de buenas prácticas para promover las actitudes y capacidades empresariales mediante la educación (2004).

Los hábitos tienen un papel destacado en el día a día de todo individuo: simplifican los pasos necesarios para obtener un determinado resultado, hacen que dichos pasos sean más adaptativos y exactos, y disminuyen la fatiga. Asimismo, hacen que la atención consciente dedicada a la ejecución de esos actos sea menor, automatizando la conducta y haciéndola más fluida. Existen dos clases de hábitos. Por una parte, aquellos que son innatos y vienen determinados por la naturaleza, y a los que solemos llamar instintos, se trata de hábitos muy arraigados en las especies, pero no dejan de ser eso, costumbres.

Por otra parte se encuentran aquellos hábitos que se adquieren a lo largo de la vida, que son aprendidos. A esto se añade la posibilidad de cambiar o abandonar hábitos establecidos y adquirir otros nuevos a voluntad. Sugiere tres pautas muy claras:

1. Determinación: “Para lograr la adquisición de un nuevo hábito, o el abandono de uno viejo, debemos lanzarnos con una iniciativa lo más fuerte y decidida posible. Debemos tratar de concatenar todas las

circunstancias que podrían reforzar los objetivos correctos. Propicia un contexto que potencie tu nuevo camino, adquiere compromisos incompatibles con el viejo hábito, realiza un compromiso público, si la ocasión lo permite. En resumen, rodea tu decisión de todas las ayudas que se te ocurran. Esto dará a tu nuevo comienzo tal ímpetu que la tentación de abandonarlo tardará más en aparecer. Y cada día en que no recaigas en el viejo hábito, alejará aún más la posibilidad de dicha recaída.”

2. Disciplina: “No te permitas ninguna excepción hasta que el nuevo hábito esté realmente implantado en tu vida. Cada recaída es como dejar caer un ovillo que estás tratando de enrollar; un simple descuido logra deshacer muchas de las vueltas que pasaste horas liando. La continuidad del entrenamiento es la clave que hace que el sistema nervioso funcione de forma infalible... Es sorprendente con cuánta rapidez un deseo muere de hambre si nunca se alimenta.

3. Motivación e iniciativa: “Aprovecha la mínima oportunidad para actuar de acuerdo con los cambios que decidas hacer, y cada aliciente emocional que experimentes, que te guíe hacia los hábitos que aspiras a adquirir. No es el momento para que se desarrollen, sino para que produzcan reacciones en tu interior, resoluciones y aspiraciones que comuniquen tu nuevo estado al cerebro.” William, J. (1994) en su libro titulado Principios de Psicología.

La educación es un proceso de formación (de hacerse persona, recibir o posibilitar adquirir una forma de ser, de sentir, de conocer, de actuar, etc.) que implica aspectos individuales y sociales. Individualmente la educación promueve el desarrollo integral de la personalidad, tiende a posibilitar que el sujeto llegue a la plenitud humana; a capacitarlo profesionalmente y enriquecerlo con conocimientos.

Hoy en día es de vital importancia el papel de los emprendedores en la sociedad. Por lo que, es importante los aspectos sociales que les rodean,

los que influyen para tomar la decisión de crear una nueva empresa y adentrarse en el mundo del emprendimiento.

El entorno social se da cuando existe la presencia de la actuación de varios actores (personas), el sentido de la acción de cada uno se relaciona con la actitud del otro, de modo que los actos se orientan recíprocamente uno hacia el otro.

Las personas tienen que ser capaces de percibir las condiciones sociales que existen en el territorio, teniendo en cuenta sus debilidades y sus fortalezas. Esto para buscar la mejor manera de articular entre los diferentes actores, para comenzar a forjar y fomentar un proceso de desarrollo, en el que se logren salvar las dificultades y potenciar las fortalezas. William, D (1997) en su libro titulado El entorno Social y la escuela.

2.3 Definición de Términos.

Cultura:

El término cultura, que proviene del latín cultus, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Otra definición establece que la cultura es el conjunto de informaciones y habilidades que posee un individuo.

Cultura de Emprendimiento:

La cultura de emprendimiento es el conjunto de conocimientos y habilidades necesarias que posee una persona, para gestionar un proyecto concreto o su rumbo profesional. Está ligada a la iniciativa y acción. El tenerla, ayuda por un lado, a saber lanzar nuevos proyectos propios con autonomía, con capacidad de asumir riesgo, con responsabilidad, con intuición, con capacidad de proyección al exterior y con capacidad de reaccionar y resolver los problemas; por otro lado, a saber llevar a cabo

proyectos de otros con el mismo espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía.

La cultura de emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor.

Emprender o crear empresa:

Es un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto.

Educación:

La educación puede definirse como el proceso de socialización de los individuos. Al educarse, una persona asimila y aprende conocimientos. La educación también implica una concienciación cultural y conductual, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores.

Empresa:

Es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

Espíritu Emprendedor:

Es un fenómeno discontinuado de combinar recursos para producir nuevos bienes. El espíritu emprendedor puede darse cuando un individuo o un grupo inician un nuevo negocio. Es ahora una importante área de estudio y

contribuye al crecimiento de la sociedad, a su productividad y a proporcionar tecnologías, productos y servicios. El nivel de emprendedor de una sociedad depende tanto de los factores económicos, las diferencias culturales y sociales, además de las circunstancias tales como la falta de oportunidades para avanzar en los empleos asalariados. El progreso emprendedor es activado por algunos cambios ambientales de un nuevo producto o servicio.

Hábito:

Modo especial de proceder o conducirse adquirido por repetición de actos iguales o semejantes, u originado por tendencias instintivas.

Costumbre:

Una costumbre es un modo habitual de obrar que se establece por la repetición de los mismos actos o por tradición. Se trata, por lo tanto, de un hábito. La costumbre es una práctica social con arraigo entre la mayor parte de los integrantes de una comunidad.

Entorno social:

Es aquel lugar donde los individuos se desarrollan en determinadas condiciones de vida, trabajo, abarca a las personas con las que el individuo interactúa en forma regular está determinado o relacionado a los grupos a los que pertenece.

2.4 Hipótesis.

2.4.1 Hipótesis General.

El grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.

2.4.2 Hipótesis Secundarias.

- El grado de relación de los hábitos emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.
- El grado de relación del nivel educativo de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.
- El grado de relación del entorno social de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.

2.5 Variables.

2.5.1 Definición conceptual de la variable

Variable 1:

Cultura de Emprendimiento: Modo de percibir a un emprendedor, mediante hábitos, costumbres, nivel educativo, entorno social que se midió mediante un cuestionario.

Variable 2:

Creación de Empresas Industriales: Realización de operaciones creativas, financieras, tecnológicas, administrativas y de inversión que se midió mediante un cuestionario.

2.5.2 Definición operacional de la variable

CUADRO N° 01: VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable correlacional 1:	Dimensiones
Cultura de emprendimiento	Hábito
	Nivel educativo
	Entorno social
Variable correlacional 2:	Dimensiones
Creación de empresas industriales	Infraestructura
	Maquinarias
	Tecnología e inversión

Elaboración: Propia

2.5.3 Operacionalización de la variable

CUADRO N° 02: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable correlacional 1:	Dimensiones	Indicadores
Cultura de emprendimiento	Hábito	- Costumbres familiares, formas de pensar, creencias.
	Nivel educativo	-Grado de instrucción -Importancia del grado de instrucción -Implementación de temas empresariales en la educación básica
	Entorno social	-Experiencia empresarial amical y familiar -Opinión de terceros.
Variable correlacional 2:	Dimensiones	Indicadores
Creación de empresas industriales	Infraestructura	-Infraestructura propia -Infraestructura adecuada -Importancia de la infraestructura
	Maquinarias	-Maquinaria propia -Maquinaria moderna y adecuada -Importancia de la maquinaria
	Tecnología e inversión	-Tecnología propia -Tecnología de punta y adecuada -Importancia de la tecnología -Inversión necesaria -Planificación de la inversión

Elaboración: Propia

CAPÍTULO III:

METODOLOGÍA

3.1 Tipo y nivel de investigación.

3.1.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo no experimental puesto que no existe ningún tratamiento metodológico (manipulación de variables). Los hechos y fenómenos fueron investigados tal como se presentaron sin alterar el comportamiento de los mismos.

3.1.2 Nivel de investigación

El presente proyecto presenta el nivel de investigación correlacional. Miden dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza la correlación. La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas.

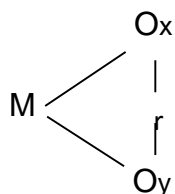
Los estudios correlacionales se distinguen de los descriptivos principalmente en que mientras estos últimos se centran en medir con precisión las variables individuales.

Los estudios correlacionales evalúan el grado de relación entre dos variables pudiéndose incluir varios pares de evaluaciones de esta naturaleza en una única investigación. Su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular, Según Hernández, R; et al (2010).

En la investigación se utilizó el método hipotético deductivo por formar parte del enfoque cuantitativo. La validez de una idea científica (una hipótesis) se establece derivando (deducción) sus consecuencia con respecto al mundo real y procediendo a averiguar si la predicción derivada es correcta o no. Se dice que el método científico es por lo tanto hipotético-deductivo. (Ruiz y Ayala, 1998, p. 15).

El método hipotético-deductivo es el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica, tiene varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

Este método obedece al diseño correlacional, cuyo esquema es:



Donde:

M: Muestra

Ox: Observación de la variable cultura de emprendimiento

Oy: Observación de la variable creación de empresas industriales

r: Relación entre las variables

3.2 Descripción del ámbito de la investigación

La investigación trata sobre cultura de emprendimiento y la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco; entendiendo como cultura y espíritu emprendedor a un concepto multidimensional, la aceptación del fracaso como fuente de experiencia.

Donde la unidad de análisis son los emprendedores de las organizaciones industriales de la ciudad de Huánuco. La presente investigación se llevó cabo en la ciudad de Huánuco, definiendo a una muestra de empresas industriales, reportado según estudios realizados por el Instituto nacional de estadística e informática – Perú síntesis estadística 2015. Proyectado del censo manufactura, 2007-SUNAT. El periodo o lapso del cual trata el estudio fue entre los meses de enero y julio del 2016.

3.3 Población y muestra.

3.3.1 Población

En la región Huánuco existen 19 185 empresas industriales, de este total, el 91% realizan actividades no manufactureras (servicios, comercio, turismo, financieras, comunicaciones), mientras que el 9% de las empresas realizan actividades de manufactura. La población estuvo conformada por el número de empresas industriales de manufactura en la ciudad de Huánuco: 1 724 empresas

comprendidas entre la micro (1 692), pequeña (30) y mediana (2) empresas, según estudios realizados por el Instituto nacional de estadística e informática – Perú síntesis estadística 2015. Proyectado del censo manufactura, 2007-SUNAT- Registro RUC, 2011. Elaboración: Produce-DVMYPE-DGI/Directorio de Empresas Industriales, septiembre 2011.

3.3.2 Muestra

La muestra fue de tipo probabilística y para determinar el tamaño de la misma, se empleó la fórmula para hallar la muestra de poblaciones finitas, que a continuación se indica:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N - 1)E^2 + Z^2 pq}$$

Reemplazando los datos se tiene:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza (95%)

p: Probabilidad de ocurrencia (50%)

q: Probabilidad de no ocurrencia (50%)

E: Error estimado

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 1724}{(1724 - 1) \times 0.10^2 + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

Realizando las operaciones indicadas se tiene:

n = 91

Cuya distribución se observa en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 03:
MUESTRA DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES DE MANUFACTURA DE
LA CIUDAD DE HUÁNUCO

TIPO	ACTIV. ECONÓMICA	POBLACIÓN	FACTOR	MUESTRA
Microempresa	Fabricación de muebles, fabricación de prendas de vestir, calzado, elaboración de productos de panadería.	1 692	0.05278	89
Pequeña empresa	Fabricación de prendas de vestir, elaboración de productos de panadería, actividad de impresión.	30	0.05278	1
Mediana empresa	Alimentos y bebidas	2	0.05278	1
TOTAL		1 724		91

Fuente: SUNAT-HUÁNUCO

Elaboración: Propia

La muestra Investigada estuvo constituida por 91 empresas industriales de la ciudad de Huánuco y están comprendidas entre empresas micro, pequeñas y mediana empresa.

3.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

3.4.1 Técnicas

La técnica empleada en la presente investigación fue la encuesta como un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. Una encuesta recoge información de una muestra. Fue aplicada a cada emprendedor de la muestra, es decir a la unidad de análisis.

3.4.2 Instrumentos

Como instrumentos se utilizaron dos cuestionarios. Los cuestionarios proporcionan una alternativa muy útil para la encuesta. Al igual que la entrevistas, deben diseñarse cuidadosamente para una máxima efectividad. Existen dos formas de cuestionarios para recabar datos: cuestionarios de preguntas abiertas y cerradas, y se aplican dependiendo de si los analistas conocen de antemano todas las posibles respuestas de las preguntas y pueden incluirlas. Para la presente investigación se utilizaron dos cuestionarios de preguntas cerradas, para cada variable en ambos casos conformados por diez ítems.

3.5 Validez y confiabilidad del instrumento

Para la validación de los instrumentos se realizó una validación estadística por medio del coeficiente de Pearson. Se empleó el Programa EXCEL 2010, donde para que sean válidas las preguntas el coeficiente de correlación debe ser mayor o igual que 0.21.

El resultado de la validación es la siguiente:

CUADRO N° 04

Para el cuestionario que midió la cultura de emprendimiento

PREGUNTA	COEFICIENTE	DECISIÓN
01	0.22	VÁLIDO
02	0.23	VÁLIDO
03	0.25	VÁLIDO
04	0.29	VÁLIDO
05	0.28	VÁLIDO
06	0.31	VÁLIDO
07	0.35	VÁLIDO
08	0.21	VÁLIDO
09	0.24	VÁLIDO
10	0.29	VÁLIDO

ELABORACIÓN: PROPIA

Se concluye que el instrumento es **Válido**

CUADRO N° 05

Para el instrumento que midió la creación de empresas industriales

PREGUNTA	COEFICIENTE	DECISIÓN
01	0.25	VÁLIDO
02	0.35	VÁLIDO
03	0.28	VÁLIDO
04	0.27	VÁLIDO
05	0.28	VÁLIDO
06	0.35	VÁLIDO
07	0.31	VÁLIDO
08	0.28	VÁLIDO
09	0.40	VÁLIDO
10	0.29	VÁLIDO

ELABORACIÓN: PROPIA

Se concluye que el instrumento es **Válido.**

Para la confiabilidad de los dos cuestionarios, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach, que es un estadígrafo cuyo valor va de 0 a 1 con la siguiente valoración:

De 0.0 a 0.5: No confiable.

De 0.5 a 0.7: Confiable.

De 0.7 a 1.0: Altamente confiable

Procesando los datos de la muestra piloto en el software SPSS (v. 22.0), se tiene:

CUADRO N° 06

Para el cuestionario que midió la cultura de emprendimiento.

	N	%
Casos Válido	10	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	10	100,0

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

ELABORACIÓN: PROPIA

CUADRO N° 07

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,529	10

ELABORACIÓN: PROPIA

Como el valor Alfa de Cronbach resulta de 0.529, entonces el instrumento es confiable.

CUADRO N° 08

Para el cuestionario que midió la creación de empresas industriales

	N	%
Casos Válido	10	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	10	100,0

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

ELABORACIÓN: PROPIA

CUADRO N° 09

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,546	10

ELABORACIÓN: PROPIA

Como el valor Alfa de Cronbach resulta de 0.546, entonces el instrumento es **Confiable**.

3.6 Plan de recolección y procesamiento de datos

Para el proceso de obtención, ordenamiento, procesamiento análisis e interpretación de datos se utilizarán técnicas estadísticas. Para ello se efectuará el análisis descriptivo de cada una de las variables determinando

medidas de tendencia central y dispersión. Para realizar el análisis de relación entre la cultura de emprendimiento y creación de empresas industriales, se utilizará la prueba estadística de correlación de Pearson, procesando los datos mediante el software SPSS (versión 22.0).

El procesamiento de los datos está consignado en el siguiente cronograma.

**CUADRO N°10:
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

N°	ACTIVIDADES	2016														
		Ene.		Feb.		Mar.			Abr.		May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	El problema de investigación.	■	■	■												
2	Planteamiento de las hipótesis y objetivos			■	■	■	■									
3	Elaboración del marco teórico					■	■	■	■							
4	Elaboración y prueba de instrumentos.									■						
5	Recolección de datos									■	■					
6	Tratamiento de datos.										■	■				
7	Análisis de resultados y contrastación de hipótesis											■	■			
8	Formulación de conclusiones y recomendaciones.														■	
9	Redacción Y presentación del informe.														■	
10	Sustentación del informe															■

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

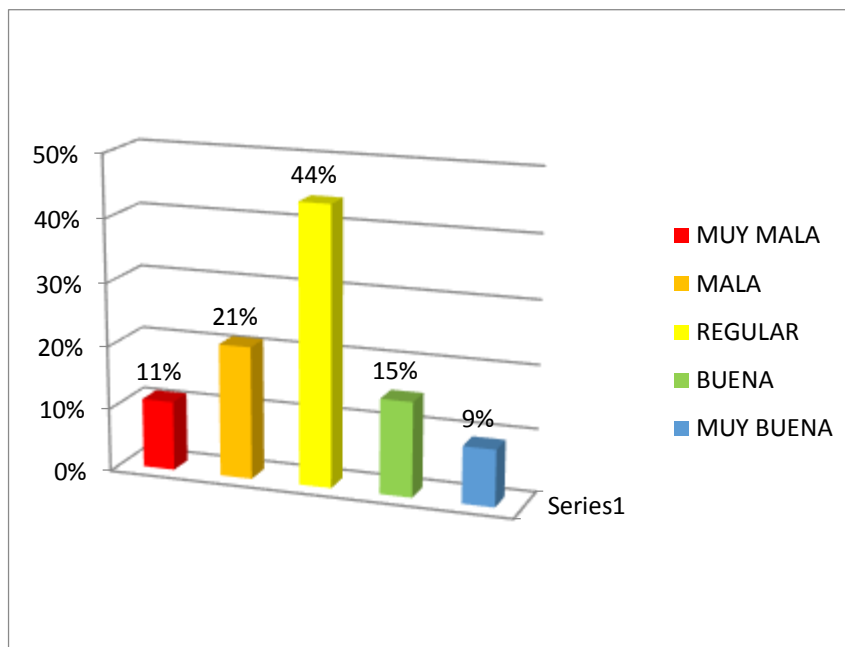
4.1 Análisis e interpretación de los resultados

TABLA 1
CULTURA DE EMPRENDIMIENTO DE LOS ENTREVISTADOS

VALORACIÓN	PUNTAJE ($L_i - L_s$]	f_i	PORCENTAJE	x_m	$f_i x_m$
MUY MALA	00 - 02	10	11%	1	10
MALA	02 - 04	19	21%	3	57
REGULAR	04 - 06	40	44%	5	200
BUENA	06 - 08	14	15%	7	98
MUY BUENA	08 - 10	8	9%	9	72
TOTAL		91	100%		437
PROMEDIO	4.80				

Fuente: Cuestionario aplicado en junio del 2016
Elaboración: Propia

GRÁFICO 1
CULTURA DE EMPRENDIMIENTO DE LOS ENTREVISTADOS



Fuente: Tabla 01

Elaboración: Propia

Interpretación:

Se observa en la presente tabla y gráfico que el 11% de los entrevistados tienen muy mala cultura de emprendimiento, el 21% tiene mala cultura, el 44% tiene regular cultura de emprendimiento, el 15% buena y el 9% muy buena. El promedio de la cultura de emprendimiento es de 4.80 puntos, ubicándose en una valoración de regular.

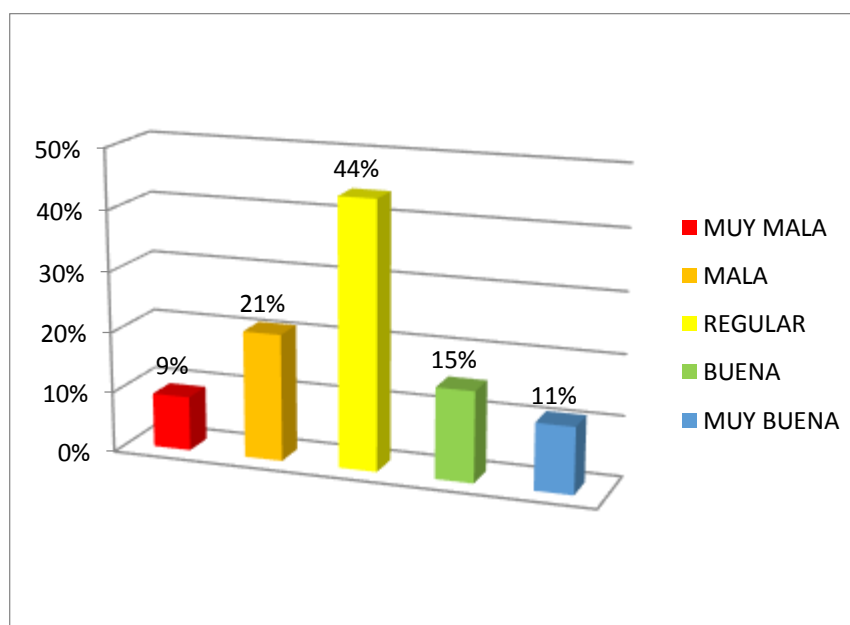
Lo que nos demuestra que en nuestra Región de Huánuco, tenemos emprendedores el cual tienen regular hábitos emprendedores y consideran que la educación sobre cultura emprendedora es la mejor forma de generar nuevos proyectos empresariales para luego dinamizar la economía regional y generar desarrollo tanto social como económico.

TABLA 2
HÁBITOS EMPRESARIALES DE LOS ENTREVISTADOS

VALORACIÓN	PUNTAJE ($Li - Ls$)	fi	PORCENTAJE	x_m	fix_m
MUY MALA	00 - 02	8	9%	1	8
MALA	02 - 04	19	21%	3	57
REGULAR	04 - 06	40	44%	5	200
BUENA	06 - 08	14	15%	7	98
MUY BUENA	08 - 10	10	11%	9	90
TOTAL		91	100%		453
PROMEDIO	4.98				

Fuente: Cuestionario aplicado en junio del 2016
Elaboración: Propia

GRÁFICO 2
HÁBITOS EMPRESARIALES DE LOS ENTREVISTADOS



Fuente: Tabla 02
Elaboración: Propia

Interpretación:

Se observa en la presente tabla y gráfico que el 9% de los entrevistados tienen muy malos hábitos emprendedores, el 21% tiene malos hábitos, el 44% tiene regular hábitos, el 15% buena y el 11% muy buenos hábitos emprendedores. El promedio de los hábitos empresariales es de 4.98 puntos, ubicándose en una valoración de regular.

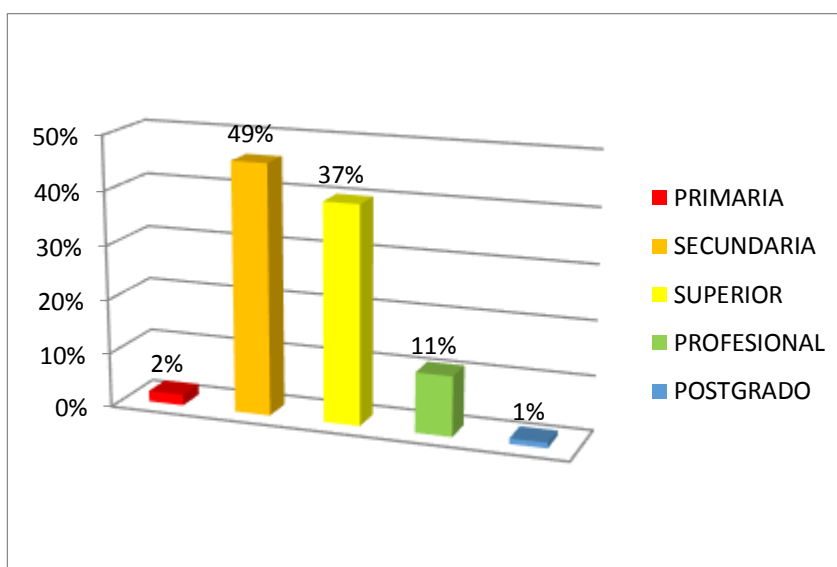
Lo que demuestra que aún estamos en un proceso de adquirir buenos hábitos y futuros emprendimientos en Huánuco.

TABLA Nº 3
NIVEL EDUCATIVO DE LOS ENTREVISTADOS

VALORACIÓN	PUNTAJE ($Li - Ls$)	fi	PORCENTAJE	x_m	fix_m
PRIMARIA	00 - 02	2	2%	1	2
SECUNDARIA	02 - 04	45	49%	3	135
SUPERIOR	04 - 06	33	37%	5	165
PROFESIONAL	06 - 08	10	11%	7	70
POSTGRADO	08 - 10	1	1%	9	9
TOTAL		91	100%		381
PROMEDIO	4.19				

Fuente: Cuestionario aplicado en junio del 2016
Elaboración: Propia

GRÁFICO 3
NIVEL EDUCATIVO DE LOS ENTREVISTADOS



Fuente: Tabla 03
Elaboración: Propia

Interpretación:

Se observa en la presente tabla y gráfico que el 2% de los entrevistados tienen el nivel educativo de primaria, el 49% tiene secundaria, el 37% superior, el 11% es profesional y el 1% tiene postgrado. En promedio el nivel educativo se ubica en superior pero muy cerca al nivel educativo de secundaria.

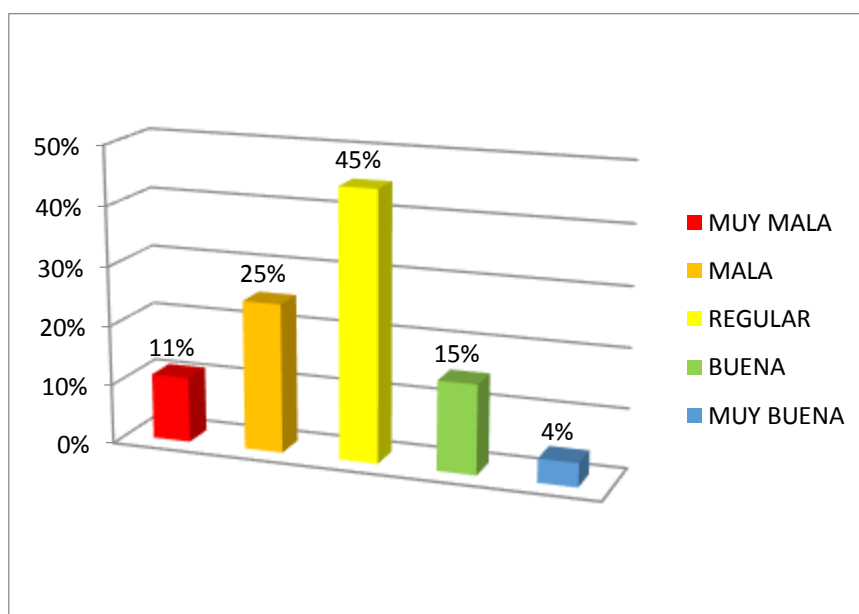
Los datos son alentadores, ya que podemos observar que entre el 37 y 49 % de los entrevistados, poseen un nivel de educación secundario y superior y esto generalmente nos ayuda a crear empresas con criterio profesional.

TABLA 4
ENTORNO SOCIAL DE LOS ENTREVISTADOS

VALORACIÓN	PUNTAJE ($L_i - L_s$]	f _i	PORCENTAJE	x_m	f _i x _m
MUY MALA	00 - 02	10	11%	1	10
MALA	02 - 04	23	25%	3	69
REGULAR	04 - 06	40	45%	5	200
BUENA	06 - 08	14	15%	7	98
MUY BUENA	08 - 10	4	4%	9	36
TOTAL		91	100%		413
PROMEDIO	4.53				

Fuente: Cuestionario aplicado en junio del 2016
Elaboración: Propia

GRÁFICO 4
ENTORNO SOCIAL DE LOS ENTREVISTADOS



Fuente: Tabla 04
Elaboración: Propia.

Interpretación:

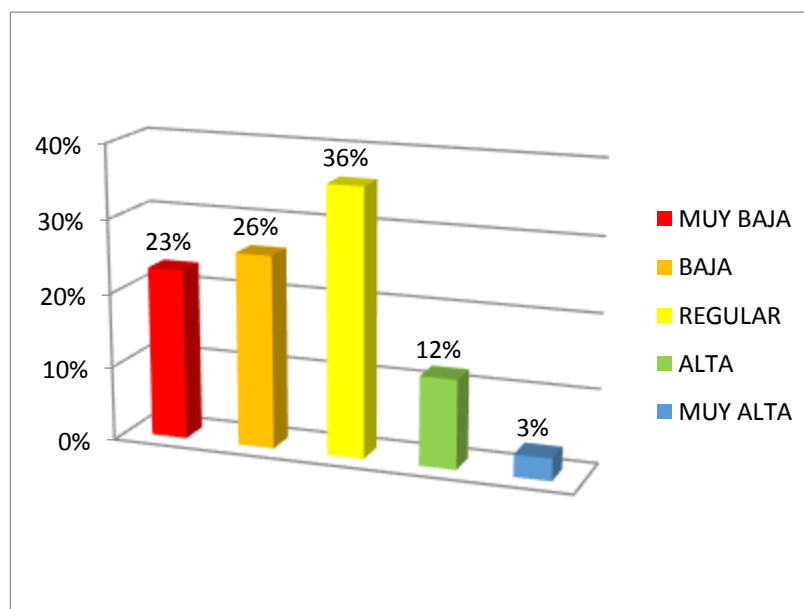
Se observa en la presente tabla y gráfico que el 11% de los entrevistados tienen muy mal entorno social, el 25% tiene mal entorno, el 45% tiene regular entorno social, el 15% buen entorno social y el 4% muy buen entorno social. El promedio del entorno social es de 4.53 puntos, ubicándose en una valoración de regular. Que no es favorable para la creación de nuevos emprendimientos. El entorno social está básicamente compuesto por las oportunidades que se presentan en el mercado, así como también por el grupo social al que pertenece, influyendo de manera directa en la toma de decisiones de los empresarios.

TABLA 5
CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES

VALORACIÓN	PUNTAJE ($L_i - L_s$]	f_i	PORCENTAJE	x_m	$fi x_m$
MUY BAJA	00 - 02	21	23%	1	21
BAJA	02 - 04	24	26%	3	72
REGULAR	04 - 06	32	36%	5	160
ALTA	06 - 08	11	12%	7	77
MUY ALTA	08 - 10	3	3%	9	27
TOTAL		91	100%		357
PROMEDIO	3.92				

Fuente: Cuestionario aplicado en junio del 2016
Elaboración: Propia

GRÁFICO 5
CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES



Fuente: Tabla 05
Elaboración: Propia

Interpretación:

Se observa en la presente tabla y gráfico que el 23% de los entrevistados de las empresas industriales tienen muy baja creación empresarial, el 26% tiene mala creación, el 36% tiene regular creación empresarial, el 12% buena y el 3% muy buena creación empresarial. El promedio de la creación empresarial es de 3.92 puntos, ubicándose en una valoración de baja.

El dato no es bueno, porque la mayoría de los entrevistados (23 y 26%), todavía no ha desarrollado un espíritu emprendedor, resultando bajo. Es decir, que la adquisición de infraestructura, maquinarias y tecnología resulta ser una gran inversión económica para los dueños de las empresas industriales.

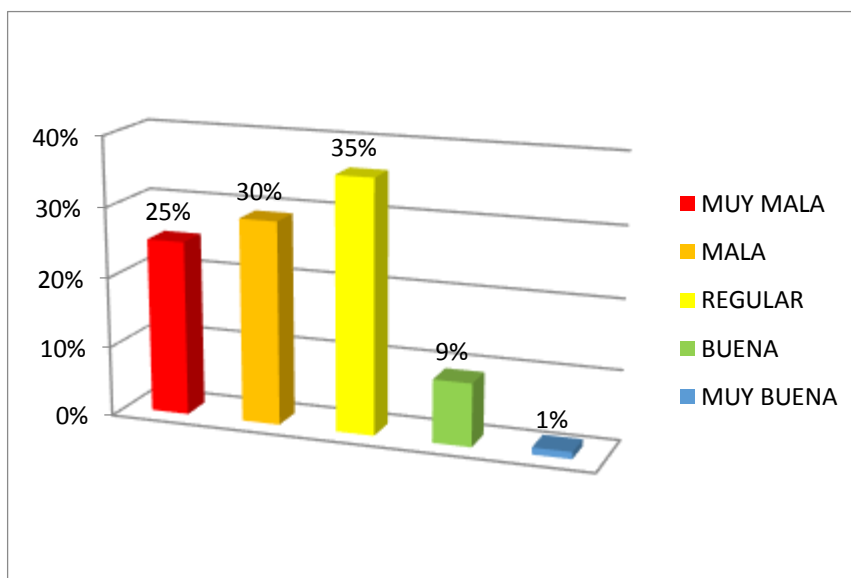
TABLA 6
INFRAESTRUCTURA DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES

VALORACIÓN	PUNTAJE ($L_i - L_s$]	fi	PORCENTAJE	x_m	$fi x_m$
MUY MALA	00 - 02	23	25%	1	23
MALA	02 - 04	27	30%	3	81
REGULAR	04 - 06	32	35%	5	160
BUENA	06 - 08	8	9%	7	56
MUY BUENA	08 - 10	1	1%	9	9
TOTAL		91	100%		329
PROMEDIO	3.62				

Fuente: Cuestionario aplicado en junio del 2016

Elaboración: Propia

GRÁFICO 6
INFRAESTRUCTURA DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES



Fuente: Tabla 06

Elaboración: Propia

Interpretación:

Se observa en la presente tabla y gráfico que el 25% de las empresas industriales tienen muy mala infraestructura, el 30% tiene mala infraestructura, el 35% tiene regular, el 9% buena infraestructura y el 1% muy buena. El promedio de la infraestructura es de 3.62 puntos, ubicándose en una valoración de mala.

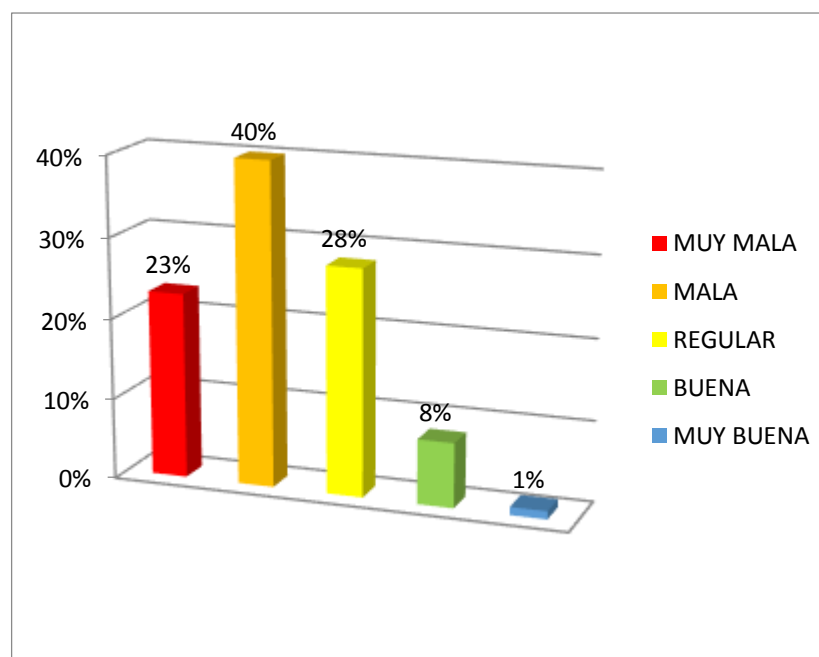
La infraestructura en el sector industrial, según la investigación, no es la más adecuada para estos tiempos de alta competitividad, muchos de ellos (30%) no cuentan con infraestructura propia y la mayoría no tiene los ambientes adecuados para desarrollar sus actividades de manera más eficiente y eficaz.

TABLA 7
MAQUINARIAS DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES

VALORACIÓN	PUNTAJE ($L_i - L_s$]	fi	PORCENTAJE	x_m	$fi x_m$
MUY MALA	00 - 02	21	23%	1	21
MALA	02 - 04	36	40%	3	108
REGULAR	04 - 06	26	28%	5	130
BUENA	06 - 08	7	8%	7	49
MUY BUENA	08 - 10	1	1%	9	9
TOTAL		91	100%		317
PROMEDIO	3.48				

Fuente: Cuestionario aplicado en junio del 2016
Elaboración: Propia

GRÁFICO 7
MAQUINARIAS DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES



Fuente: Tabla 07
Elaboración: Propia

Interpretación:

Se observa en la presente tabla y gráfico que el 23% de las empresas industriales tienen muy mala maquinaria, el 40% tiene mala maquinaria, el 28% tiene regular, el 8% buena y el 1% muy buena maquinaria. En promedio la maquinaria de las empresas industriales se encuentra en una escala valorativa de mala con 3.48 puntos.

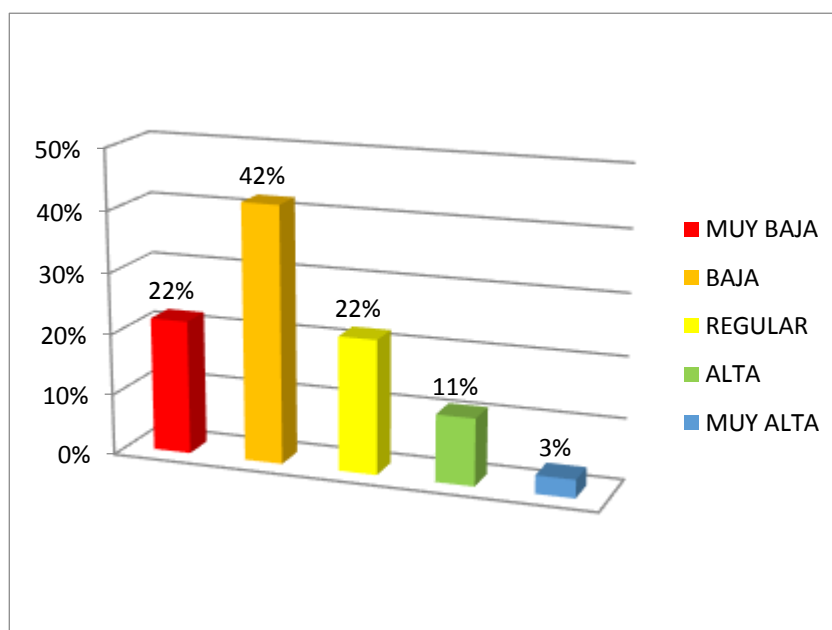
Según la investigación, las maquinarias que tienen los empresarios del sector industrial, aún no son favorables en sus procesos de producción y cuentan con una tecnología obsoleta, el cual, no los lleva a ser competitivos, pero que a su vez tienen claro la importancia de ello para realizar sus actividades de manera productiva.

TABLA 8
TECNOLOGÍA E INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES

VALORACIÓN	PUNTAJE ($L_i - L_s$]	f_i	PORCENTAJE	x_m	$f_i x_m$
MUY BAJA	00 - 02	20	22%	1	20
BAJA	02 - 04	38	42%	3	114
REGULAR	04 - 06	20	22%	5	100
ALTA	06 - 08	10	11%	7	70
MUY ALTA	08 - 10	3	3%	9	27
TOTAL		91	100%		331
PROMEDIO	3.64				

Fuente: Cuestionario aplicado en junio del 2016
Elaboración: Propia

GRÁFICO N° 08
TECNOLOGÍA E INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES



Fuente: Tabla 08
Elaboración: Propia

Interpretación:

Se observa en la presente tabla y gráfico que el 22% de los propietarios de las empresas industriales tienen muy baja tecnología e inversión, el 42% tiene mala, el 22% tiene regular tecnología e inversión, el 11% buena y el 3% muy buena tecnología e inversión. El promedio de esta dimensión es de 3.64 puntos, ubicándose en una valoración de baja. Según el estudio realizado, se obtienen resultados de que las empresas del sector industrial aun no cuentan con los últimos sistemas tecnológicos, el cual puede hacer más segura su empresa, así como también en el conocimiento de trámites financieros el cual puede hacer posibles nuevas inversiones que aseguren la rentabilidad de su empresa.

4.2 Pruebas de hipótesis

Para la contrastación de las hipótesis, se plantearon las hipótesis de investigación y las hipótesis nulas tanto para la general y las específicas, luego se determinó el coeficiente de correlación de Pearson (r) empleando el software SPSS (versión 22.0), en el que se ingresó los datos de las variables. Del mismo modo para la interpretación se utilizó la siguiente tabla:

INTERPRETACIÓN DE LOS VALORES DEL COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE KARL PEARSON

VALOR O GRADO “ r ”	INTERPRETACIÓN
± 1.00	Correlación perfecta (positiva o negativa)
De ± 0.90 a ± 0.99	Correlación muy alta (positiva o negativa)
De ± 0.70 a ± 0.89	Correlación alta (positiva o negativa)
De ± 0.40 a ± 0.69	Correlación moderada (positiva o negativa)
De ± 0.20 a ± 0.39	Correlación baja (positiva o negativa)
De ± 0.01 a ± 0.19	Correlación muy baja (positiva o negativa)

Contrastación de la hipótesis general:

Hi: El grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.

Ho: El grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 no es alto y positivo.

CULTURA DE EMPRENDIMIENTO/CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES

VARIABLES		CULTURA DE EMPRENDIMIENTO	CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES
CULTURA DE EMPRENDIMIENTO	Correlación de Pearson	1	0.753
	Sig. (bilateral)		,000
	N	91	91
CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES	Correlación de Pearson	0.753	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	91	91

Interpretación:

Como el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.753 se encuentra dentro de una valoración alta y positiva del mismo modo el significado bilateral (0,000) es menor que el error estimado (0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, el grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.

Contrastación de las hipótesis específicas:

Hipótesis específica 1

Hi: El grado de relación de los hábitos emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.

Ho: El grado de relación de los hábitos emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 no es alto y positivo.

HÁBITOS/ CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES

DIMENSIÓN/VARIABLE		HÁBITOS	CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES
HÁBITOS	Correlación de Pearson	1	0.772
	Sig. (bilateral)		,000
	N	91	91
CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES	Correlación de Pearson	0.772	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	91	91

Interpretación:

Como el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.772 se encuentra dentro de una valoración alta y positiva del mismo modo el significado bilateral (0,000) es menor que el error estimado (0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, el grado de relación de Los hábitos emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alta y positivo.

Hipótesis específica 2

Hi: El grado de relación del nivel educativo de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.

Ho: El grado de relación del nivel educativo de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 no es alto y positivo.

NIVEL EDUCATIVO/ CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES

DIMENSIÓN/VARIABLE		NIVEL EDUCATIVO	CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES
NIVEL EDUCATIVO	Correlación de Pearson	1	0.706
	Sig. (bilateral)		,000
	N	91	91
CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES	Correlación de Pearson	0.706	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	91	91

Interpretación:

Como el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.706 se encuentra dentro de una valoración alta y positiva del mismo modo el significado bilateral (0,000) es menor que el error estimado (0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, el grado de relación del nivel educativo de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.

Hipótesis específica 3

Hi: El grado de relación del entorno social de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.

Ho: El grado de relación del entorno social de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 no es alto y positivo.

ENTORNO SOCIAL/CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES

DIMENSIÓN/VARIABLE		ENTORNO SOCIAL	CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES
ENTORNO SOCIAL	Correlación de Pearson	1	0.703
	Sig. (bilateral)		,000
	N	91	91
CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES	Correlación de Pearson	0.703	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	91	91

Interpretación:

Como el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.703 se encuentra dentro de una valoración alta y positiva del mismo modo el significado bilateral (0,000) es menor que el error estimado (0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, el grado de relación del entorno social de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.

CAPITULO V:

DISCUSIÓN

Los resultados de la presente investigación reportan que el grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.753 se encuentra dentro de una valoración alta y positiva del mismo modo el significado bilateral (0,000) es menor que el error estimado (0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Del mismo modo la cultura de emprendimiento tiene una valoración de regular con 4.80 puntos de un total de 10, es decir, se ubica más cerca de mala que de buena; y la creación de empresas industriales se ubica en una valoración de baja con 3.92 de un total de 10 puntos.

Estos resultados se relaciona con investigaciones anteriores como es el caso de Aponte Daza en su tesis titulada Factores culturales que limitan el desarrollo de la ciudad de Huánuco- 2010 el cual concluye que las empresas de Huánuco solo tiene empresas por costumbre, por tradición, no de una producción industrial tecnificada y científica, pero que la cultura de emprendimiento aún está en proceso de crecimiento en cada uno de los empresarios.

Este resultado se refuerza con Dávila Ambrosio en su tesis titulada Desarrollo de capacidades gerenciales para elevar la competitividad de la micro y pequeñas empresas industriales de la ciudad de Huánuco 2007- 2008; afirma que las empresas vienen trabajando bajo formas culturales como la experiencia y conocimientos en la creación de empresas.

Senge, P. Opina que los esfuerzos para construir organizaciones inteligentes fueron como avances a tientas hasta conocer las aptitudes, conocimientos y caminos para el desarrollo de tales organizaciones. El cual, se coincide que para la construcción de futuras organizaciones, se hará necesario mejores conocimientos para lograr un desarrollo sustentable para la ciudad de Huánuco.

Podemos inferir generalmente que la cultura de emprendimiento juega un papel muy importante en la creación de empresas industriales como columna vertebral para el desarrollo económico de nuestra ciudad.

CONCLUSIONES

1. El grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.753 se encuentra dentro de una valoración alta y positiva del mismo modo el significado bilateral (0,000) es menor que el error estimado (0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Del mismo modo la cultura de emprendimiento tiene una valoración de regular con 4.80 puntos de un total de 10, es decir, se ubica más cerca de mala que de buena; y la creación de empresas industriales se ubica en una valoración de baja con 3.92 de un total de 10 puntos.
2. El grado de relación de los hábitos empresariales de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alta y positivo, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.772 se encuentra dentro de una valoración alta y positiva del mismo modo el significado bilateral (0,000) es menor que el error estimado (0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.
3. El grado de relación del nivel educativo de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.706 se encuentra dentro de una valoración alta y positiva del mismo modo el significado bilateral (0,000) es menor que el error estimado (0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

4. El grado de relación del entorno social de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.703 se encuentra dentro de una valoración alta y positiva del mismo modo el significado bilateral (0,000) es menor que el error estimado (0,05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

RECOMENDACIONES

1. Es necesario que se incentive la cultura de emprendimiento en la ciudad de Huánuco, para que la creación de empresas industriales se realicen con mayores frecuencias, tengan sostenibilidad y productividad en el tiempo, así como también logren fomentar la cultura de emprendimiento entre los estudiantes, universitarios y ciudadanos en general, toda vez con el apoyo permanente de las instituciones competentes del estado como SUNAT, SUNARP, Cámara de comercio e industrias de Huánuco.
2. Se sugiere la consecución de buenos hábitos como camino al crecimiento personal como profesional de los futuros emprendedores y de los empresarios que conducen las organizaciones.
3. Es necesario que los propietarios y/o responsables de las empresas industriales de la ciudad de Huánuco, eleven su nivel educativo, para que tengan una misión y visión empresarial acorde con los cambios de un mundo globalizado y afrontar la competitividad galopante de una sociedad de alta tecnología. Para ello se debe convocar a las instituciones de formación profesional proponer programas educativos, el cual oriente a crear empresas con criterio profesional.
4. Es necesario aprovechar el entorno social compuesto por las oportunidades que se presentan en el mercado, así como también en pertenecer a grupos sociales donde tengan aspiraciones en común, ya que, estos influyen en la toma de decisiones y por ende en la generación de una nueva empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aponte, M. (2008). *Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: enfoque institucional* - Puerto Rico. (Tesis sin editar).
- Aponte, W. (2010). *Factores culturales que limitan el desarrollo de la ciudad de Huánuco – 2010*. (Tesis sin editar).
- Azahar, S y Castillo, J. (2006). *Investigación sobre la demanda de crédito bancario por parte de las pequeñas y medianas empresas en el salvador*. (Tesis sin editar)
- Calderón, R. (2006). *Factores condicionantes de la creación de empresas: políticas y medidas de apoyo oficial para el surgimiento de emprendimientos globales en barranquilla – Colombia*. (Tesis sin editar).
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. 7ma edición. México: McGraw-Hill.
- Cortez, J. (2012). *Plan de negocio para la creación de una empresa de outsourcing en fabricación de joyería- Lima*. (Tesis sin editar).
- Dávila, D (2008) *Desarrollo de capacidades gerenciales parar elevar la competitividad de las micro y pequeñas empresas industriales de la ciudad de Huánuco, periodo 2007- 2008*. (Tesis sin editar).
- Duran, C (2010). *Ejes estratégicos que inciden en el desarrollo de la región Huánuco -2010*. (Tesis sin editar).
- Vela, J. (2011). *Modelo para la Creación de Incubadoras de Empresas en la Realidad Peruana – Lima*. (Tesis sin editar).
- Hernández, R et al (2010). *Metodología de la investigación científica* 5ta edición. Chile: McGraw-Hill.
- Senge, P. (2007). *La quinta disciplina* 2da edición Argentina: Granica.

Andy F. (2005) *Pasión por emprender* 2da Edición Argentina: Granica.

Schumpeter, J (1935) *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico.*

William, J. (1994) *Principios de Psicología.* 1ra Edición. EE.UU: Fondo de Cultura Económica.

William, D (1997) *El entorno Social y la Escuela.* 1ra Edición. Argentina: Artemisa

Páginas web

1. Definiciones ABC.
2. Wikipedia, Real academia de la lengua española, enciclopedia y enlaces.

ANEXOS

ANEXO Nº 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

CULTURA DE EMPRENDIMIENTO Y CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO - 2016

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL -¿Cuál es el grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS -¿Cuál es el grado de relación de los hábitos emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016? -¿Cuál es el grado de relación del nivel educativo de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016? -¿Cuál es el grado de relación del entorno social de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL -Determinar el grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS -Determinar el grado de relación de los hábitos emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016. -Determinar el grado de relación del nivel educativo de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 -Determinar el grado de relación del entorno social de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL El grado de relación de la cultura de emprendimiento en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.</p> <p>HIPOTESIS ESPECÍFICOS - El grado de relación de los hábitos emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo. -El grado de relación del nivel educativo de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo. -El grado de relación del entorno social de los emprendedores en la creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco – 2016 es alto y positivo.</p>	<p>V1: LA CULTURA EMPRENDEDOR A Cuyas dimensiones son: •Hábitos •Nivel educativo •Entorno social.</p> <p>V2: CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES Cuyas dimensiones son: • Infraestructura • Maquinarias • Tecnología e inversión</p>	<p>TIPO: No experimental</p> <p>NIVEL: Correlacional</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA: La población estuvo conformada por el número de empresas industriales de manufactura, en la ciudad de Huánuco es de 1724, comprendidas entre la micro (1,692), pequeña (30) y mediana (2) empresas. La muestra es de tipo probabilístico, de 91 empresas comprendidas entre empresas micro, pequeñas y medianas empresas.</p> <p>PRUEBA DE HIPÓTESIS: Se empleó el coeficiente de correlación - r de Pearson</p>

ANEXO Nº 2 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Para la validación del instrumento se empleó los siguientes indicadores: claridad, objetividad, actualidad, organización, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia y metodología. Generando un promedio de valoración alta y posterior aplicación



**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

INVESTIGACIÓN ADMINISTRATIVA II

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE TOMA DE DATOS

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y nombre del experto: MG. JAVIER MENDOZA BALAREZO

Cargo e Institución donde labora: Docente

Nombre del instrumento: Cuestionario para medir la cultura empresarial y creación de empresas.

Investigador(a): Fernández allpas, Laly

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				/	
2. Objetividad	Está expresada en conducta observada				/	
3. Actualidad	Adecuada al avance de la ciencia y tecnología				/	
4. Organización	Existe un orden lógico					/
5. Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad				/	
6. Intencionalidad	Orientado a la consecución de los objetivos				/	
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos científicos de la investigación				/	
8. Coherencia	Relación entre los ítems, indicadores y las dimensiones				/	
9. Metodología	Responde a la naturaleza y propósito de la investigación				/	

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Procede a su aplicación

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 8.67

Huánuco, Mayo del 2016



Firma

ANEXO Nº 3
INSTRUMENTOS



CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO

INSTRUCCIONES: Señor(a) empresario(a), mucho agradeceré contestar con la mayor veracidad las siguientes preguntas, cuya finalidad es la realización del trabajo de investigación cuyo título es la Cultura de emprendimiento y creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco - 2016.

Marque con una equis (x) o con una frase corta la respuesta que considere conveniente. De ante mano le agradeceremos su colaboración.

I. DATOS GENERALES

- Ubicación geográfica: Huánuco
- Tipo de empresa:

Microempresa Pequeña empresa Mediana empresa

II. ITEMS

1. ¿La creación de su empresa se dio por costumbre familiar y el éxito que tuvieron ellos?

SI NO

2. ¿Alguna vez tuvo prejuicios (economía insolvente, inexistencia de recursos, etc.) antes de crear su empresa?

SI NO

3. ¿La creación de su empresa fue motivada por el éxito que tuvieron otros?

SI NO

4. ¿Qué grado de instrucción tiene usted?

Sin instrucción

Primaria incompleta

Primaria completa

Secundaria incompleta

Secundaria completa

Superior

Titulado

5. ¿Cree usted que el éxito de su empresa depende del grado de su instrucción?
SI NO
6. ¿Alguna vez usted ha recibido opiniones negativas de las demás personas, diciéndole que su negocio no funcionaría?
SI NO
7. ¿Cree usted que en los centros educativos deberían enseñar cursos de formación empresarial e incentivar a la creación de empresas?
SI NO
8. ¿Cree usted que el éxito de su empresa depende de su experiencia en el área de gestión?
SI NO
9. ¿Cree que usted que los prejuicios al crear una empresa podría perjudicar en la toma de decisiones?
SI NO
10. ¿Cree usted que el éxito de su empresa depende de su buena condición financiera?
SI NO



CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CREACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES DE MANUFACTURA

INSTRUCCIONES: Señor(a) empresario(a), mucho agradeceré contestar con la mayor veracidad las siguientes preguntas, cuya finalidad es la realización del trabajo de investigación cuyo título es la Cultura de emprendimiento y creación de empresas industriales en la ciudad de Huánuco - 2016.

Marque con una equis (x) o con una frase corta la respuesta que considere conveniente. De ante mano le agradeceremos su colaboración.

I. DATOS GENERALES

- Ubicación geográfica: Huánuco
- Tipo de empresa:

Microempresa Pequeña empresa Mediana empresa

II. ITEMS

1. ¿Cree usted que es necesaria la implementación de sistemas tecnológicos en toda empresa industrial?

SI NO

2. ¿Usted cuenta con sistemas o equipos tecnológicos implementados en el transcurso de su gestión?

SI NO

3. ¿Está usted de acuerdo que los sistemas o equipos tecnológicos son necesarios para el buen funcionamiento de sus actividades de operativas?

SI NO

4. ¿según su opinión la deficiente creación de empresas industriales se debe a que se necesita una gran inversión económica que es necesario para una infraestructura propia, maquinarias y tecnología de punta?

SI NO

5. ¿Cree usted que es necesaria la adquisición de maquinarias modernas en toda empresa industrial?

SI NO

6. ¿Usted adquirió maquinarias y equipos propios en su empresa?

SI NO

7. ¿Usted cuenta con infraestructura propia donde se realizan las actividades operativas?

SI NO

8. ¿Está de acuerdo que las empresas necesariamente deben de contar con infraestructura propia?

SI NO

9. ¿Está usted de acuerdo que tener infraestructura, maquinarias y sistemas tecnológicos propios hace rentable a una empresa industrial?

SI NO

10. ¿Cree usted que se necesita conocer de trámites financieros para crear una empresa?

SI NO

ANEXO Nº 4
PANEL FOTOGRÁFICO

