



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**"EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y PRODUCTIVIDAD
LABORAL EN LOS RECREOS DE COMIDA REGIONAL DEL
DISTRITO DE PILLCO MARCA – HUÁNUCO 2019"**

PRESENTADO POR:

BACH. TRUJILLO VASQUEZ, LEONOR BEATRIZ

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

ASESOR:

MG. JULIO HUMBERTO, FLORES PIÑAN

HUÁNUCO – PERÚ

2020

DEDICATORIA

A Dios, que me condujo por la senda de la verdad, me otorgó la fortaleza necesaria para continuar y no desistir ante las dificultades que se presentaban, enseñándome a sobresalir en las dificultades.

A mi familia, amigos y docentes: especialmente a mis padres porque constituyeron el apoyo fundamental durante mis estudios superiores y porque me proporcionaron la confianza, suficiente y los consejos oportunos, así como la oportunidad y los recursos para conseguirlo.

Leonor Beatriz

AGRADECIMIENTO

A mi alma mater, la Universidad Alas Peruanas por haberme acogido y realizarme como profesional.

Al personal docente de la UAP, por brindarme sus conocimientos y valiosas experiencias compartidas.

A los propietarios de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca de la región Huánuco por su apoyo y colaboración en la realización de este estudio.

A mi familia, amigos y colegas por sus consejos oportunos en bien de mi formación personal y profesional.

La autora

RESUMEN

Esta investigación denominada EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LOS RECREOS DE COMIDA REGIONAL DEL DISTRITO DE PILLCO MARCA – HUÁNUCO 2019 cuyo propósito principal es establecer la relación o grado de dependencia que existe entre el emprendimiento empresarial, por una parte, y la productividad laboral en los recreos de comida regional; la investigación corresponde al tipo de estudios no experimentales y de alcance correlacional con un diseño correlacional-transversal. En lo referente a la población, estuvo conformada por los propietarios en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca, provincia y región de Huánuco; ahora bien, la muestra de la investigación fue de tipo universal o censal, es decir fue exactamente igual a la población. La técnica que se utilizó para la colecta de información fue la encuesta y ha tenido como instrumento dos cuestionarios que nos permitieron medir tanto al emprendimiento empresarial y a la productividad laboral conformada por 16 y 12 ítems respectivamente; los indicados instrumentos fueron examinados por un grupo de expertos que luego manifestaron su conformidad y validación estableciendo su confiabilidad con ayuda del estadígrafo alfa de Cronbach.

En referencia a los resultados obtenidos en este estudio, se observa que el emprendimiento empresarial manifiesta una relación significativa con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019, puesto que el coeficiente correlacional indica una valoración de 0.848, y un p-valor equivalente a cero que es inferior al error estimado (0,01), lo que permite aceptar la hipótesis de investigación. Del mismo modo el emprendimiento empresarial obtuvo una valoración signada como “poco adecuada” y la productividad laboral de “adecuada”.

ABSTRACT

This research called BUSINESS ENTREPRENEURSHIP AND LABOR PRODUCTIVITY IN THE REGIONAL FOOD RECREATIONS OF THE DISTRICT OF PILLCO MARCA - HUÁNUCO 2019 whose main purpose is to establish the relationship or degree of dependence that exists between entrepreneurship, on the one hand, and labor productivity in the regional food breaks; The research corresponds to the type of non-experimental and correlational studies with a correlational-cross-sectional design. Regarding the population, it was made up of the owners in the regional food breaks of the Pillco Marca District, province and region of Huánuco; However, the research sample was of a universal or census type, that is, it was exactly the same as the population. The technique that was used for the collection of information was the survey and has had as an instrument two questionnaires that allowed us to measure both entrepreneurial entrepreneurship and labor productivity made up of 16 and 12 items respectively; The indicated instruments were examined by a group of experts who then expressed their agreement and validation, establishing their reliability with the help of the Cronbach alpha statistician.

In reference to the results obtained in this study, it is observed that entrepreneurial entrepreneurship shows a significant relationship with labor productivity in the regional food breaks of the District of Pillco Marca - Huánuco 2019, since the correlation coefficient indicates a valuation of 0.848, and a p-value equivalent to zero that is less than the estimated error (0.01), which allows to accept the research hypothesis. In the same way, entrepreneurship obtained a valuation marked as “not adequate” and labor productivity of “adequate”.

ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1 Planteamiento del problema.....	12
1.2 Formulación del problema.....	18
1.2.1 Problema general.....	18
1.2.2 Problemas específicos.....	18
1.3 Objetivos de la investigación.....	18
1.3.1 Objetivo general.....	18
1.3.2 Objetivos específicos.....	19
1.4 Justificación del estudio.....	19
1.5 Limitaciones de la investigación.....	20
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes del estudio.....	21
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	21
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	23
2.1.3 Antecedentes locales.....	25
2.2 Bases teóricas.....	25
2.3 Definición de términos.....	47
2.4 Hipótesis.....	49
2.4.1 Hipótesis general.....	49
2.4.2 Hipótesis específicas.....	49
2.5 Variables.....	50
2.5.1 Definición conceptual de la variable.....	50

2.5.2	Definición operacional de la variable.....	50
2.5.3	Operacionalización de las variables.....	51
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA		
3.1	Tipo y nivel de investigación.....	52
3.1.1	Tipo de investigación.....	52
3.2.2	Nivel de investigación.....	52
3.2	Descripción del ámbito de la investigación.....	53
3.3	Población y muestra.....	54
3.3.1	Población.....	54
3.3.2	Muestra.....	54
3.4	Técnicas e instrumentos de la recolección de datos	54
3.4.1	Técnicas.....	54
3.4.2	Instrumentos.....	54
3.5	Validez y confiabilidad del instrumento.....	54
3.6	Plan de recolección y procesamiento de datos.....	55
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		
4.1	Presentación, descripción e interpretación de los resultados.....	57
4.2	Prueba de hipótesis.....	71
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....		
CONCLUSIONES.....		
RECOMENDACIONES.....		
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		
ANEXOS		
	ANEXO N° 01: Instrumentos.....	89
	ANEXO N° 02: Matriz de consistencia.....	91
	ANEXO N° 03: Ficha de validación del instrumento.....	93
	ANEXO N° 04: Propuesta de mejora.....	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Emprendimiento empresarial en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	57
Tabla 2. Cultura empresarial en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	59
Tabla 3. Cultura financiera en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	60
Tabla 4. Creatividad en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	62
Tabla 5. Innovación en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	63
Tabla 6. Productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	65
Tabla 7. Eficiencia en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	66
Tabla 8. Eficacia en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	69
Tabla 9. Adaptabilidad en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	70
Tabla 10. Media aritmética o promedio del emprendimiento empresarial, productividad laboral y sus dimensiones.....	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Emprendimiento empresarial en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	58
Gráfico 2. Cultura empresarial en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	60
Gráfico 3. Cultura financiera en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	61
Gráfico 4. Creatividad en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	62
Gráfico 5. Innovación en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	64
Gráfico 6. Productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	65
Gráfico 7. Eficiencia en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	67
Gráfico 8. Eficacia en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	68
Gráfico 9. Adaptabilidad en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.....	70

INTRODUCCIÓN

Cuando nos referimos al entendimiento, estamos hablando de una disciplina científica que, de forma relativa, puede denominarse joven y que a lo largo de su existencia pudo experimentar un significativo crecimiento, sobre todo durante la última década, especialmente en los Estados Unidos de Norteamérica y también en muchos estados de Europa. Este incremento del interés y de los estudios acerca de la actividad emprendedora se encuentra asociado al progresivo incremento o de la relevancia de las contribuciones de empresas nuevas en el sistema económico en estos continentes.

Visto de este modo, el emprendimiento constituye un mecanismo clave y fundamental que hace posible que una región obtenga un marcado crecimiento económico y le permita el desarrollo de innovaciones. La creación y surgimiento de nuevas empresas se encuentra relacionada a la generación de empleo, la generación de riqueza, el marcado aumento de la competitividad así como con el desarrollo de la tecnología.

Actualmente el emprendimiento ha conseguido una significativa importancia debido a la necesidad de las instituciones empresariales de conseguir estabilidad en su economía. Como consecuencia de la existencia de altos niveles de desempleo, sumado a la baja calidad de los empleos existentes, se ha producido en los individuos la urgente necesidad de generar recursos propios, iniciando negocios propios y modificando su condición de empleados a empleadores. Este estudio se ocupa del análisis de aquellos factores que se comportan como características fundamentales de los emprendedores y lo consideramos importante porque únicamente a través del emprendimiento es posible salir triunfantes de cualquier tipo de crisis.

El emprendimiento empresarial tiene que ver directamente con la productividad laboral, pues en la actualidad las empresas suelen apostar

por tener un personal productivo, por lo que el área de recursos humanos ha adquirido aún más valor para las empresas, ya que el personal que sea seleccionado debe tener una excelente calidad de vida tanto en el ámbito laboral como en lo personal.

Este estudio está organizado en las siguientes partes: Capítulo I: Referido al problema de investigación en cuanto a su planteamiento y formulación; en esta parte se consignan también objetivos de la investigación, los aspectos que justifican su realización así como aquellos aspectos que han sido considerados como limitantes para su ejecución. Capítulo II: Esta parte consigna el marco teórico que contiene los estudios previos relacionados con el tema o antecedentes de la investigación, tanto internacionales, nacionales y regionales o locales; esta parte contiene también la base teórica del estudio y definición de la terminología más relevante; Se indica también el sistema de hipótesis donde se menciona la hipótesis general y las específicas, se indican también las variables con sus respectivas definiciones a nivel conceptual y a nivel operacional, y se realiza la operacionalización de las mismas indicando sus dimensiones e indicadores. Capítulo III: referida a la metodología del estudio y que comprende el tipo y el nivel correspondiente al estudio, del mismo modo la descripción del ámbito en la que se realiza, y también se indica la población del estudio y la muestra. En esta parte se incluye también la descripción de las técnicas y los instrumentos utilizados para la colecta de los datos; del mismo modo se consigna la validez y la confiabilidad del instrumento y plan de recolección y procesamiento de la información. Capítulo IV: Resultados que comprende la presentación e interpretación de los resultados y la prueba de hipótesis. Capítulo V: Discusión que se refiere a la comparación de los resultados obtenidos con los antecedentes y aportes teóricos. Luego se tiene las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En este mundo globalizado y de alta competencia existe un gran impacto en lo referente a las transformaciones de carácter económico, cultural, social y tecnológico. Dichos cambios no afectan únicamente a los grupos humanos sino que también lo hacen a las empresas e instituciones en permanente proceso de adaptación. Esta característica dinámica tiene implicancia directa en la satisfacción de las necesidades de sus clientes pero principalmente en lo referente a las necesidades de clientes internos o los denominados colaboradores. Este grupo es el encargado de llevar a cabo el desarrollo de la empresa, su progreso y su permanencia en el mercado.

Para nadie es un secreto que el principal desafío de las empresas es la obtención de colaboradores que manifiestamente se hayan comprometido con entusiasmo con sus labores, lo que les permite la consecución de sus metas propias mediante estándares elevados de productividad. Un aspecto que caracteriza a este tipo de colaboradores es la preocupación que manifiestan por el futuro de la organización y el hecho de que tienen la disposición para realizar esfuerzos adicionales con el objetivo de que la empresa consiga el éxito en el mercado.

En todo nivel y en todas las áreas geográficas de los países del mundo, las organizaciones que demuestran preocupación en la gestión de la productividad de la labor de sus colaboradores, son cada vez más numerosas. A diferencia de ser una cuestión que pueda ser calificada como una moda de carácter pasajero, lo real es que la

presión a las que se ven sometidas las empresas en torno a su competitividad y como resultado de los cambios en el entorno en el cual se desarrollan, se manifiesta la exigencia de alinear más adecuadamente la forma en que son administradas a nivel del talento humano y teniendo en cuenta los otros pilares básicos de la empresa.

Frente al actual proceso de globalización que impera en todo el mundo, se manifiesta claramente una exigencia para que las empresas mantengan una constante innovación, para tal efecto se solicita a los colaboradores mayor eficacia en lo referente a su relación con ellos mismos, con los demás, con la ciencia, con la tecnología y con todo el entorno en General. Peter Drucker afirmaba, ya hace más de tres décadas, que: “La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente”. (p. 67).

Teniendo en cuenta investigaciones realizadas con anterioridad, sobre este mismo tema, existen determinadas conductas y situaciones que provocan el desánimo a los colaboradores en el interior de las empresas, pero la que más destaca es la inadecuada o mala retribución económica, puesto que para que se realice un trabajo de manera adecuada y aumentar la productividad, es de gran importancia que el pago mantenga concordancia con este tipo de responsabilidades. (Montoya, 2014).

Del mismo modo, otro aspecto que afecta de manera directa el estado de ánimo de los colaboradores es la carencia de metas u objetivos en la empresa, en este caso el único destino previsto para la organización es el fracaso.

Sumándose a todo esto, la existencia de inseguridad laboral entre los colaboradores, afecta directamente en los mismos provocando inestabilidad, este aspecto no sólo genera preocupación en el empleado, también genera angustia entre sus familiares. Una forma

de evitar esto es atender la necesidad del personal de contar con determinadas seguridad en su plaza laboral, lo que le permitirá concentrarse de manera exclusiva en su trabajo, evitando la angustia de buscar nuevo empleo. (Pintado, 2004, p. 224).

El afán de encontrar la eficiencia y la rentabilidad que se observa en las empresas con el propósito de garantizar la recuperación de sus inversiones las ha conducido a concentrar sus esfuerzos en los procesos productivos, dejando de lado y sin atención el constante y progresivo deterioro del ambiente de trabajo en el cual se desempeñan sus colaboradores, si tenemos en cuenta que este hecho no solamente favorece la generación de altos niveles de ausentismo, renunciadas y desaliento y al mismo tiempo indiferencia y lentitud en la producción, el fracaso de la organización es fácilmente pronosticable. Por esta razón los jefes necesitan procesos tendientes al emprendimiento empresarial que es un aspecto fundamental de la permanencia y vigencia de las organizaciones.

Las acciones orientadas al emprendimiento dentro de una organización empresarial, constituyen una forma específica de pensamiento y actuación que se orientan hacia la generación de riquezas mediante el aprovechamiento de las oportunidades y cuyo resultado es el desarrollo de dichas organizaciones, así como su mejora en el aspecto económico y el progreso de su entorno.

Para hacer referencia al origen del entendimiento, debemos remontarnos al inicio de la historia del hombre, ya que a través de toda su historia, la humanidad ha luchado por su superación, por encontrar formas más óptimas de realizar sus actividades con el propósito de obtener una vida de mejor calidad. Un emprendedor es aquella persona que cuenta con las posibilidades de poder llevar a cabo acciones de innovación, es decir que cuenta con capacidades que le permiten la generación de bienes y de servicios con características creativas, éticas y metódicas, y en donde priman la efectividad y la

responsabilidad. Del mismo modo, las acciones emprendedoras son todas aquellas acciones innovadoras que, por intermedio de un sistema que se encuentran estructurado en lo referente a las relaciones interpersonales y a la adecuada combinación de los recursos a su alcance, se enfocan en la consecución de determinadas metas o fines.

En nuestro país se observa que los recreos de comida regional que existen en su mayoría en todas las capitales de los departamentos, no aplican técnicas ni estrategias adecuadas de emprendimiento empresarial que implica creatividad e innovación y muchos de ellos funcionan en forma empírica en forma informal donde los colaboradores no tienen ni siquiera estabilidad laboral porque no firman ningún tipo de contrato, ni mucho menos están en planilla, muchos de ellos inclusive no está legalmente constituidos, este hecho como es lógico suponer repercute directamente con la productividad laboral

De acuerdo a lo que señala Cromie (2000) resulta inusual que, en la actualidad, sea posible escuchar algún debate de tipo político que no haga ninguna referencia a la temática relacionada con el emprendedorismo, puesto que éste y otros temas, como es el caso de la innovación y la empresa en sí han sido reconocidos como temática de vital importancia cuando se habla de crecimiento y de prosperidad en el aspecto económico. Es por ello dentro del actual contexto de las Nuevas Empresas de Base Tecnológica (NEBTs), en las que se otorga la importancia debida a toda expectativa relacionada con el crecimiento o y la competitividad, se indica que estos aspectos mantienen una posición de privilegio ya que le otorgan el adecuado nivel de importancia y valoración al hecho de conocer realmente a sus emprendedores, puesto que éstos conforman la fuerza motriz que hace posible la innovación permanente en cualquier tipo de organización empresarial.

En el distrito de Pillco Marca existen numerosas empresas dedicadas a la venta de comida regional, esto debido a la cercanía del distrito a las famosas campiñas huanuqueñas y también a la proximidad de lugares y localidades que siempre se han constituido como atractivos turísticos, como es el caso de Huancachupa, Yanac, Andabamba, entre otros que son frecuentados por muchas personas, sobre todo en días festivos y los fines de semana. Si sumamos a todo esto la gran variedad y riqueza que nos ofrece la gastronomía regional, podemos hacernos una idea de las grandes oportunidades que nos ofrecen las acciones de emprendimiento empresarial en este rubro. Sin embargo, es evidente que hace falta mucho criterio empresarial para lograr una verdadera prosperidad en un negocio de esta naturaleza porque, en primera instancia, es la competencia generada por los numerosos negocios de este tipo que han surgido en el distrito, lo que genera el principal escollo a superar.

Los empresarios de este rubro, en su afán de captar mayor número de clientes que sus competidores, recurren generalmente a la misma estrategia, es decir campañas publicitarias que siempre dicen lo mismo: comida sabrosa, ambiente acogedor, la mejor atención, entre otros pocos argumentos más; el resultado es que no se logra convencer a los potenciales clientes que siempre observan “más de lo mismo” en toda esta publicidad que se difunde a través de la televisión, la radio, la prensa escrita y hasta en volantes. Si bien los esfuerzos realizados por los gerentes de estos negocios no siempre han dado los frutos esperados, sólo es necesario orientar su afán de mejora considerando acciones verdaderamente emprendedoras; al respecto Hitt M. (2006) nos manifiesta “un panorama competitivo y dinámico implica cambios sustanciales. Con la finalidad de adaptarse a dichos cambios es necesario que los gerentes sean innovadores y emprendedores, y que busquen de manera continua nuevas oportunidades”.

La presente investigación pretende hacer notar a los empresarios de este rubro que es mejor hacerse notar brindando un servicio de una alta productividad laboral que atraiga al cliente desde perspectivas diferentes, me refiero a acciones innovadoras que hagan ver al cliente que los servicios que se le ofrece se diferencian del resto por su creatividad e inventiva; que el servicio que se le ofrece tiene un sello y características propias en todos los aspectos que son inherentes a la oferta de atención, es decir a la aplicación de acciones emprendedoras que transformen a los recreos de comida regional del distrito de Pillco Marca en empresas pródigas en acciones emprendedoras

Para ello es necesario caracterizar el accionar emprendedor actual de las empresas que son objeto de mi investigación en el distrito de Pillco Marca, determinar las acciones que llevan a cabo para ofertar un servicio original que garantice el incremento de los clientes y del mismo modo garantice su permanencia como consumidores asiduos en base a una adecuada productividad laboral y satisfacción del usuario.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general:

¿Cómo se relaciona el emprendimiento empresarial y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?

1.2.1. Problemas específicos

¿Cómo se relaciona la cultura empresarial y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?

¿Cómo se relaciona la cultura financiera y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?

¿Cómo se relaciona la creatividad y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?

¿Cómo se relaciona la innovación y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General:

Determinar cómo se relaciona el emprendimiento empresarial y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar cómo se relaciona la cultura empresarial y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Determinar cómo se relaciona la cultura financiera y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Determinar cómo se relaciona la creatividad y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Determinar cómo se relaciona la innovación y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

1.4 Justificación del estudio

Justificación Práctica

Los resultados de la presente investigación podrán ser utilizados como una fuente de consulta sobre la relación que tiene el emprendimiento laboral y la productividad laboral, de tal forma se pueda comprender su importancia y sus diferentes implicancias. Así mismo permitirá proponer modelos de programas de emprendimiento empresarial para que las organizaciones tengan éxito empresarial y de esta manera propender al desarrollo de esta parte del país con la captación de turistas locales, nacionales e internacionales como un destino gastronómico de suma importancia.

Los datos obtenidos durante el estudio servirán también como fuente de futuras investigaciones y como antecedentes que permitirán otros estudios referentes a temas afines o para profundizar y perfeccionar los que ahora presentamos.

Justificación teórica

Esta investigación permitirá aportar teorías y conocimientos actualizados sobre emprendimiento empresarial y productividad laboral con precisión y con mayor profundidad sobre el conocimiento de estas variables y sus dimensiones los cuales son de suma importancia para el logro de las metas institucionales.

Justificación Metodológica.

El estudio permitirá conocer las técnicas para recoger y procesar la información. Del mismo modo los instrumentos elaborados servirán a otros investigadores para que lo puedan aplicar en otros contextos adaptando a la realidad investigada.

1.3. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones del presente proyecto de investigación se refieren sobre todo al tiempo disponible, así como a la falta de antecedentes locales y sobre todo a la dificultad de la aplicación de los instrumentos de toma de datos, porque siempre existe resistencia o poca colaboración cuando se trata de investigar conductas y comportamientos organizacionales.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

En la presente investigación se tuvieron en cuenta los siguientes antecedentes:

Internacionales:

D'Armas, Cequea y Chávez (2011). En su trabajo titulado: Satisfacción del personal y productividad laboral en la división de planta Caruachi de Edelca, Venezuela. El autor concluye que en el departamento de ingeniería se ha evaluado la productividad indicando que la satisfacción personal no influye en los trabajadores, referente a la negativa en su productividad.

Somarriba (2015), Actividad Emprendedora en el Desarrollo Económico Local. Evidencias para el caso de Nicaragua y Municipio de León, 2000-2013. El investigador llega a la siguiente conclusión: El acto de emprender no es sólo una peculiaridad de la actividad empresarial, sino que es colateral y determinante para el desarrollo de la sociedad del siglo XXI.

Rodríguez, Núñez y Cequea, (2011), desarrollaron una investigación que lleva por título "La productividad desde una perspectiva humana: Dimensiones y factores, Venezuela". Este estudio utilizó el modelo no

experimental descriptivo. Se examinaron unos 250 documentos de los cuales se eligieron los calificados más notables en la investigación. Se concluye que existe implicancia y repercuten los elementos humanos con la productividad.

Benzanquen (2012) realizó un estudio sobre el sistema de incentivos para incrementar la productividad de la planta Endicho estudio se concluye que. El sistema logró motivar a los empleados a ser más productivos y esforzarse más, logrando incrementar sus remuneraciones mensuales, que incrementó el 21% la productividad de la planta y todo eso a un costo 58% menor al máximo estimado.

Ozuna (2012). En su tesis titulada: La cultura organizacional y su relación con la productividad de una institución financiera, concluye que el nivel de cultura organizacional coincide con los indicadores de productividad demostrando así la problemática que existe dentro de la institución.

Nacionales:

Alva y Juárez (2014), en su investigación titulada: Relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la Empresa Chimú Agropecuaria S.A. del distrito de Trujillo. Dichos autores concluyen que hay un nivel medio o regular en la empresa para ambas variables, y asimismo compensan con días de descanso los feriados que han sido trabajados por sus colaboradores, el cual indican se les pague para su motivación.

Mogollón (2016), en su tesis: Satisfacción Laboral y su relación con la Productividad de los trabajadores del servicio de nutrición del Hospital Nacional Alberto Sabogal Sologuren, Callao-Perú, 2016. Dicho investigador concluye que existe una relación alta y positiva entre la satisfacción laboral y la productividad de los trabajadores, donde la productividad tiene un nivel alto.

Harman (2012), en su tesis titulada: Un estudio de los factores de éxito y fracaso en emprendedores de un programa de incubación de empresas: caso del proyecto RAMP Perú”. Siendo el objetivo establecer los factores de éxito y fracaso en los emprendedores. El tesisista concluye que el PNUD reconoce la importancia central de la innovación tecnológica para el desarrollo económico y humano de las sociedades contemporáneas.

Locales:

Guillen (2016), en su tesis titulada: Innovación empresarial y su influencia en la competitividad de las panaderías en la ciudad de Huánuco– 2016 donde concluye que se comprobó que al existir una innovación empresarial la competitividad de las panaderías en la ciudad de Huánuco, pueden lograr a ser exitosas utilizando la capacidad de cuando una idea creativa se usa se transforma en un algo productivo y beneficioso. Del mismo modo la economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Emprendimiento empresarial

Este término ha evolucionado a lo largo de la historia de la humanidad y se remonta a la época de la antigüedad y su uso ácido permanente en las ciencias sociales. El término tiene orígenes latinos: “in” y “prenderé”. Se sabe también que en Francia se utilizó el término “entrepeneur” y tiempo después en Inglaterra el término fue acuñado como “entrepeneurship” y que estaba referido a determinadas conductas, habilidades y comportamientos que se confundiera van como competencias y que eran requeridos para aquellos emprendedores que tenían el potencial de lograr el éxito. (Gibb, 1988).

Al margen de que, para algunas personas, se considere al entendimiento como un concepto novedoso, es correcto considerar que esta característica han permanecido presente a través de la historia del hombre; decimosexto porque el emprendimiento constituye una capacidad para que las personas puedan salir adelante en forma novedosa y con la ayuda de ideas renovadas; en consecuencia, el hecho de ser emprendedor necesita de contar con algunas habilidades, que no sólo deben manifestarse a nivel individual, por el contrario, deben tener un carácter colectivo (Jaramillo, 2008).

Como consecuencia de todo lo anteriormente manifestado, es el lógico suponer que el hecho de ser emprendedor, actualmente constituye una de las principales cualidades o rasgos característicos fundamentales y esenciales para alguien que se considere empresario o, en todo caso, hombre de negocios. Sin embargo estos factores no son los únicos, se deben tener en cuenta otras características de vital importancia como son la innovación tecnológica, la gestión empresarial y la organización en sí misma; en consecuencia, el aspecto empresarial que le corresponde al emprendimiento se manifiesta de manera implícita en todas las definiciones que hasta el momento o se han presentado y analizado, sin embargo, el mencionado emprendimiento no únicamente se manifiesta en el accionar de las organizaciones empresariales, sino también abarca otros entornos específicos como el ámbito individual o personal en toda la estructura de la empresa, sin olvidar, por supuesto, el ámbito o colectivo o social.

El emprendedor al cual Porter lo denomina coach metido en el campo de negocio afirma que un emprendedor siempre debe estar asumiendo interrogantes donde se fundamenta suposición que el negocio se centra básicamente al enfoque estratégico, en ese sentido el coach-líder o emprendedor debe empoderarse en prestar un servicio completo a los clientes y generar costos más bajos en funciones operativas que a la postre se redunda en un manejo competitivo que la empresa necesita para ser exitosa y tener vigencia en el contexto de su mercado, Porter (1997).

Machuca (2009), la parte más fundamental que nos expresa esta autora es a la comparación que efectúa entre líder-emprendedor, su fundamento se basa a que el gerente moderno por el cual deba reunir autoridad, técnica, moral y una autentica naturalidad es que el emprendedor líder desarrolla como una especie de metamorfosis en el sentido que su rol comparativo cuando señala las deficiencias puntuales que existe entre estas dos características emprendedor – líder.

Robbins y Coulter (1998) nos proponen que el emprendimiento “Es el proceso por el que un individuo o grupo de individuos empeña sus esfuerzos organizados en la búsqueda de oportunidades de crear valor y crecer satisfaciendo deseos y necesidades mediante la innovación y la diferenciación”, es decir el proceso del emprendimiento está referido al descubrimiento de oportunidades y recursos con el propósito de aprovecharlo de manera eficiente y efectiva. Al referirnos a la innovación hablamos de cambios, novedades y nuevas propuestas en la empresa o negocio y cuando el autor menciona la diferenciación, es indudable que se refiere al aspecto creativo que se debe tener en cuenta en toda empresa emprendedora.

Ser un emprendedor implica decisión, audacia, innovación y creatividad con el propósito de organizar su propia empresa, teniendo en cuenta que para tal efecto y para que la empresa en sí logre sus metas propuestas, debemos contar con una visión, es decir con un propósito y un camino preestablecidos que se debe seguir, del mismo modo se debe controlar y brindar el aliento necesario a la empresa en su conjunto o con el propósito de lograr lo que se quiere a nivel empresarial. Del mismo modo es necesario contar con una misión, es decir especificar aquellas necesidades que van a ser cubiertas a través de la producción y de los servicios que se ven y en concordancia con el tipo de mercado y el entorno en el cual va a funcionar la empresa proyectando una imagen pública adecuada el hecho de contar con una misión debidamente estructurada implica una gran ayuda en lo referente a la proyección de la organización. Los niveles gerenciales de la organización deben poseer cualidades idóneas de liderazgo y, a partir

de ello se asegurará la fuerza motora que conducirá a la organización en la consecución de sus objetivos. Tanto la calidad como el manejo de las inversiones serán el fundamento o del logro de los resultados adecuados, es decir se manifestarán en productos de excelencia generando confianza entre los consumidores.

Todo proyecto que se caracteriza por manifestar un alto liderazgo y entendimiento, manifiestan un gran interés en las personas que se interesan por sus propuestas y canalizan su participación para procurar el bienestar de la organización, de esta manera se logra fortalecer el capital y se promueve la buena imagen de la empresa frente a su entorno social. Las organizaciones empresariales deben llevar a cabo políticas que estén caracterizadas por ser positivas y claramente establecidas en todo lo que se refiera a los fundamentos mediante los cuales dirigen la empresa y la comunidad empresarial que representa. En lo que se refiere al sistema de promociones que permita dar a conocer a la organización y a sus colaboradores, existen diversas formas y medios, cada uno de los cuales se adecúan a la tipología específica del trabajo y la producción que realiza la empresa y también al medio o entorno en la cual se desarrolla. Sin importar el tipo de medio que se elija para este propósito, la organización estará en condiciones de dar a conocer a la sociedad cuáles son sus intereses, así como la información de carácter personal y sus ideas. Cada uno de estos aspectos colabora con el progreso de la organización, canalizan el pensamiento positivo y mejoran permanentemente la vida de la empresa. (Gomez y Satizabal, 2007).

Todos aquellos estados que se caracterizan por ser los más emprendedores de su área geográfica no se encuentran, de ninguna manera, obligados a establecer relaciones de correspondencia con los otros países de mayor potencia o con mayor renta per cápita, sino que aquellos estados que manifiesten grandes necesidades de desarrollar una articulación de su ecosistema de empresa y poder posibilitar la importación de iniciativas, son los países en los cuales se manifiestan las mayores

facilidades que deben otorgarse para los emprendedores y, en consecuencia, posibilitar mayores probabilidades de éxito empresarial. La mayor parte de los emprendedores han comprendido perfectamente la importancia de contar con fuentes efectivas para la financiación, el funcionamiento de los proyectos de los negocios y la organización adecuada de los grupos de trabajo: todo esto constituye el aspecto empresarial u organizacional del emprendimiento y no debe ni puede ser olvidada o dejada de lado. Todos aquellos emprendedores que se consideran mínimamente exitosos, manifiestan la habilidad de convertir cualquier tipo de obstáculo en un logro o en un logro potencial. Dejan de lado cualquier tipo de debilidad que pueda apreciarse en la empresa o que constituya una amenaza y se concentran en el trabajo relacionado con sus fortalezas. Es decir el emprendimiento constituye el arte y la ciencia de hacer realidad todo aquello que ha empezado siendo un sueño, un deseo o un proyecto. (Pereira, 2007).

Tipos de emprendimiento empresarial.

Entre las múltiples razones que han hecho posible que el término “emprendimiento” haya cobrado la importancia que tiene en la actualidad en el ámbito empresarial, existe una que se vincula directamente con las formas novedosas mediante las cuales se han conducido los aspectos económicos de las organizaciones y las formas como dichas situaciones han sido superadas con ideas nuevas. Teniendo en cuenta una perspectiva netamente empresarial, el emprendimiento puede manifestarse en tres dimensiones claramente diferenciadas que se detallaremos en los siguientes párrafos:

Emprendimiento orientado a la constitución empresarial. Este tipo de entendimiento se orienta a materializar la idea de generar una organización empresarial a través del hecho de aprovechar una manifiesta oportunidad de hacer negocio, lo que, generalmente, se plasma en un plan o proyecto o para la constitución de dicha empresa.

Emprendimiento orientado al establecimiento empresarial. Este tipo de entendimiento se refiere al que hace posible la ejecución de lo que se ha establecido en el plan de constitución de la empresa y tiene la finalidad de materializar lo y hacer posible su funcionamiento en el mercado en el cual se ha vislumbrado la oportunidad de negocio.

Emprendimiento orientado a mejorar las condiciones actuales de una empresa. Este tipo de emprendimiento es el que se manifiesta cuando se hace necesario la mejora del proceso de producción o el de la prestación de servicios propios de una organización empresarial, en puesto que ya se encuentra en pleno funcionamiento en el mercado otorgando servicios o produciendo bienes, de acuerdo a su naturaleza. (Mateo, 2010).

Factores Motivantes del Emprendimiento en la Empresa

Según Freire, las motivaciones constituyen los factores de mayor importancia y fundamentales en el emprendimiento. En este sentido, el autor nos explica que la motivación constituye un aspecto de carácter estratégico de gran importancia, mediante el cual será posible lograr la mejora de las voluntades y empeños de nuestros colaboradores en la empresa, cualquiera sea la labor que estos desempeñen; del mismo modo la motivación sirve para generar mejores predisposiciones para desarrollar las actividades propias de su función en la empresa, todo ello permitirá materializar mejores índices en la producción. De esta forma, la motivación constituye un acto que debe ser realizado de manera permanente con el propósito de lograr un desarrollo homogéneo, uniforme y de calidad en las labores académicas y administrativas propias de la organización. Todo esto conlleva a mejorar el aspecto competitivo de las personas a partir de un enfoque personal y profesional, si lo que se quiere es lograr el éxito en lo referente al desempeño laboral y profesional, familiar y social.

El mismo autor indica que existen diversos factores que son capaces de motivar el entendimiento empresarial y están relacionados directamente

con el sector económico; sin embargo de manera genérica éstos pueden ser:

Las oportunidades de inversión. Son aquellas que se manifiestan como el producto o de la promoción de las inversiones públicas y privadas, sobre todo durante el desarrollo de la infraestructura básica así como en la puesta en valor de recursos específicos.

Las oportunidades de negocios. Debemos tener en cuenta que existe una diferencia a nivel conceptual entre lo que entendemos por negocio y lo que se entiende por empresa, esta diferencia se manifiesta en el hecho de que el negocio es constituido, principalmente, por la oportunidad, a diferencia de ello, la empresa es una organización que se ha constituido con el propósito de llevar a cabo un tipo de negocio específico. Es decir el negocio se refiere a una actividad, a un sistema, a un método o a una forma específica para obtener ganancias fiduciarias a cambio de ofrecer un beneficio determinado a otras personas; dicho de otro modo, el negocio se fundamenta principalmente en sacar provecho de una oportunidad o una coyuntura, girando en torno a una misión que, generalmente, tiene un objetivo económico. Por otro lado, podemos señalar que una empresa no es otra cosa que una organización que ha sido creada con el objetivo de obtener ganancias económicas a cambio de la realización de actividades productivas, prestación de servicios o comercialización de los mismos para el beneficio de otros individuos del entorno; ya se ha indicado que la empresa gira su accionar en concordancia con el cumplimiento de una misión, pero a diferencia del negocio, la directriz de la empresa es la visión. Resumiendo todo esto, un negocio es algo muy parecido a una empresa, sin embargo debemos percibir la diferencia de que en un negocio es posible también abarcará actividades, sistemas o métodos que puedan hacer posible la obtención de ganancias económicas a través del hecho de ofrecer algún beneficio; en este sentido, el negocio se constituye, principalmente, a través de la oportunidad, mientras que, en caso de la empresa, ésta se manifiesta como una organización que ha sido

estructurada con el propósito o de llevar a cabo un tipo de negocio específico.

Las demandas insatisfechas. Este aspecto constituye otro factor que puede motivar la manifestación del emprendimiento en la empresa puesto que el empleador forma una parte importante en la sociedad y no puede ni debe ser aislado de ella, en consecuencia, frente a una demanda en ese entorno social que aún no ha sido cubierta, el empleador debe procurar cubrir la indicada demanda a través de la constitución de una empresa que se oriente a satisfacer la demanda indicada.

Desarrollo profesional. Este aspecto constituye también un factor motivacional para el emprendimiento en empresa puesto que, generalmente, los profesionales en formación o futuros profesionales a través de formación básica, ya sea General o profesional, en relación directa con su profesión, deben desarrollar competencias propias de un empresario y, en concordancia con su preparación profesional, el aspecto empresarial es considerado como una parte fundamental de su formación profesional. (Freire, 2005)

La permanente búsqueda de cambios, constituye una de las más importantes características de aquellas personas que son consideradas emprendedoras, del mismo modo la búsqueda de soluciones a las situaciones problemáticas y el hecho de que siempre están enfrentándose a nuevos retos y posibilidades. Un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de generar ideas y que, simultáneamente, son capaces de desarrollar las competencias que hacen falta para constituirse como mejores ciudadanos. En concordancia por lo que manifiesta Claudia (2010), actualmente, las tendencias que se relacionan con la formación y con el empleo, destacan una demanda en una reconsideración o reforma vinculados a los procesos de formación de personal o recursos humanos con el propósito de convertirlos en individuos con más competitividad y, de esta forma hacer frente a los retos de este novedoso entorno económico. De esta manera, los temas como el cambio científico, el cambio

tecnológico, la globalización o la nueva estructuración empresarial o aquellas que se refieren a la transformación del contenido del trabajo, la empleabilidad, la certificación, entre otros aspectos, manifiestan nuevas necesidades y exigencias al sistema educativo.

Debemos entender que el emprendimiento en la empresa no es otra cosa que el resultado de una diversidad de aspectos o factores vinculados directamente con las competencias inherentes al emprendimiento; dicho de otro modo, se encuentran vinculados con las capacidades que permitan el inicio de proyectos nuevos de producción o que impliquen su mejoramiento. A continuación mencionaremos algunas de estas competencias vinculadas con el emprendimiento o empresarial:

Trabajo en Equipo y Colaboración: este aspecto o desentendido como la verdadera motivación que permite realizar el trabajo en grupo o con el apoyo de otras personas y realizando una verdadera colaboración con el grupo, es un aspecto que se opone completamente al hecho de trabajar en forma separada o aislada. Para poder realizar el trabajo de equipo y colaboración, es necesario que se establezcan tres dimensiones: la primera de ellas llamada dimensión A y a la que le corresponde mayor importancia, está referida a la intensidad y la cabalidad de las acciones que se toman para promover la motivación del trabajo en equipo, y se manifiesta desde la ayuda simple hacia los demás, hasta la consecución de un incremento o en la moral del grupo así como en la resolución de conflictos. En otro sentido se ubica la dimensión B, que está referida a las dimensiones del equipo o el grupo que se pretende movilizar, es decir a su tamaño. La dimensión C, que es la tercera y última se refiere a la magnitud del esfuerzo y las acciones así como a las iniciativas que se toman para poder fomentar y motivar el trabajo mancomunado o trabajo en equipo. Spencer (1993)

La conducta emprendedora.

. Es un aspecto que se encuentra vinculado de manera directa al impulso que las personas están en condiciones de proporcionar a cualquier actitud

y capacidad empresarial que puedan poseer, dicho de otro modo se refiere a lo que denominamos espíritu empresarial; en ese sentido, una conducta emprendedora no es otra cosa que una actitud General de gran utilidad en cualquiera de las actividades laborales así como en la vida diaria. En el momento en que una persona o un grupo de ellas, por primera vez emprenden un proyecto de carácter productivo, es muy común que ya tengan conocimiento de aquellos aspectos técnicos que se relacionan con su especialidad o su campo. Este grupo humano posee una idea generalizada del plan y del divorcio que pretenden realizar y enfocan sus esfuerzos, sus motivaciones y sus impulsos directamente hacia el logro de sus metas y objetivos que se han planteado con anterioridad. El proceso que implica unificar recursos y conocimientos hace posible que se traslade la idea original a buen puerto, pero hay que tener en cuenta que la ruta hacia ese objetivo puede ser, en mayor o menor medida, dificultoso ya que está vinculado al grado de planificación, organización y administración que pueda desplegarse hacia los recursos con los cuales se pueda contar.

Es también muy común que, cuando no se tienen la suficiente experiencia o se carece de la conciencia necesaria, a alguno de los dos cursos que en la actualidad es considerado de gran importancia, precisamente no se le trate con la importancia debida dentro del proceso que implica el desarrollo de la idea, concretamente estamos refiriéndonos a la información como recurso.

Para hacer mención de un concepto claro y coherente de lo que significa la conducta emprendedora, debemos tener bastante claro que este concepto se vincula íntimamente con lo que se denomina espíritu empresarial; ahora bien, la conceptualización del espíritu o empresarial, no es una cuestión que pueda realizarse fácilmente puesto que existen diversas características relacionadas algunas personas y a otras no, sin embargo, de cualquier forma, los convierte en éxitos; actualmente el espíritu emprendedor es considerado sinónimo de innovación, sinónimo de cambio, fundación de una empresa, entre otros aspectos como el caso de toma de riesgos.

Es importante destacar que cuando se habla de espíritu empresarial considerar que este aspecto es de gran relevancia para todas las personas, pero su relevancia es aún más significativa cuando las personas cuentan con estudios que le han brindado las herramientas fundamentales para poder idear la estructuración de un negocio propio, puesto que sucede que no necesariamente debemos trabajar para otros emprendedores o para otras personas, es necesario que también se aproveche todos los años que hemos dedicado a estudiar de tal forma que al finalizar dichos estudios o durante el transcurso de los mismos, sea posible empezar el desarrollo de las capacidades críticas en referencia a todo lo que observamos, con el propósito de realizar el reconocimiento de las cosas que pueden ser mejoradas, o reconocer nuevas oportunidades que nos permitan crear ideas de negocios y, de esta forma cubrir las necesidades de una sociedad o de un entorno; de esta forma no únicamente estaremos pensando en nuestro propio bienestar, sino que también consideraremos la posibilidad de mejorar las condiciones de vida de otras personas, proporcionándoles nuevas plazas laborales y logrando el reconocimiento de la sociedad en su conjunto, puesto que a través de todo lo mencionado es posible hacer contribuciones para mejorar la economía a nivel local, regional y nacional.

Una de las características más resaltantes de una persona que puede ser signada como emprendedora, es la de ser flexible, se le reconoce también por su dinamismo y su capacidad de asumir riesgos. Estas personas también son reconocidas por su carácter innovador, creativo y porque están orientadas al crecimiento. Dicho de otro modo, podemos mencionar que el emprendimiento o constituye una actitud propia de cada individuo y que le proporciona las capacidades y las motivaciones necesarias para emprender nuevos proyectos, permitiéndole la generación de beneficios a nivel personal y para su comunidad. De esta forma la actitud del emprendedor se convierte en la fuerza motora necesaria que le permite el avance, lógicamente hace falta mucha perseverancia y sacrificio a nivel personal, lo que promoverá el cumplimiento de los objetivos y encaminando nos hacía la innovación superando las metas propias.

Uno de los criterios que debemos tener en cuenta para materializar el cambio de mentalidad entre los individuos es que estos deben ser ambiciosos y deben encontrarse en un estado de insatisfacción frente a la estabilidad generado por un empleo asalariado; posteriormente, es de vital importancia el reconocimiento de nuestro espíritu empresarial, puesto que la confianza en si mismo es el primero de los peldaños que nos conducen al éxito como emprendedores, sin embargo, el mero reconocimiento de nuestro espíritu emprendedor no constituye el aliciente suficiente para emprender, por el contrario, sólo es el primer paso en un largo y esforzado proceso de estructuración, configuración y mejora de una organización empresarial. En el momento o que la persona toma conciencia de su espíritu emprendedor, da lugar a un cambio en el paradigma del desarrollo de sus habilidades y hábitos que van a conducir lo a una realización personal, laboral y profesional, se produce el nacimiento de un nuevo patrón mental que lo conduce al condicionamiento o de su mente para que sea capaz de proponerse iniciativas, y conformando en sí mismo una conducta emprendedora.

Dimensiones del emprendimiento empresarial

- **Cultura empresarial**

Todas las formas en las que actúan un individuo, las formas en que siente y piensa y que son reconocidas por todos los demás miembros de una empresa, constituyen un conjunto de aspectos que representan la cultura empresarial, todos ellos identifican a la organización frente a sus clientes, sus proveedores y el entorno en su conjunto. Están incluidas también en esta definición las normas, los valores, los hábitos y en General lo que es, en sustancia, una empresa.

La cultura es un aspecto propio y único en cada empresa y la diferencia de las demás organizaciones ya que constituye un rasgo individualizador frente a la competencia. A pesar de que las

empresas pertenezcan a un mismo rubro o sector, poseen diferentes formas de actuar, de sentir y de pensar, no cuentan con las mismas estrategias ni tienen objetivos idénticos por el hecho mismo de que no tienen la misma cultura empresarial. Los empleados, en el momento de que interesan a laborar en una empresa no solamente deben conocer la cultura inherente a la misma, sino que debe formar parte de ella y debe hacerlo a través de su propia observación y debe adaptarse a la misma. La cultura empresarial es tan importante en la estructura de la empresa que permanece por encima de todo mientras que la organización evoluciona, crece y su personal cambia; inclusive es posible que los objetivos puedan cambiar o establecerse a niveles más altos, pero la cultura en la empresa se mantiene invariable (Franco, 2014).

Una característica importante a señalar en referencia a la cultura empresarial es que ésta puede comunicarse o en todo caso observarse, puesto que a pesar de que existen valores, creencias actuaciones, sentimientos y pensamientos que son posibles de ser comunicado como aspectos principales de la empresa, existen otros que podemos sentir los y que tienen una gran influencia inconsciente en cada una de las acciones de los colaboradores de la organización. La cultura empresarial es susceptible de ser conocida, sin embargo está también puede vivirse. La cultura empresarial puede cambiar y evolucionar puesto que la empresa también lo hace, sin embargo presentará los mismos rasgos desde el inicio.

También es de vital importancia conocer que la cultura empresarial es un aspecto que se encuentra allí para que se ha seguido por todos los colaboradores de la empresa y fundamenten su accionar en ella, siguiendo sus principios, identificándose con su contenido y con sus características. Gorgievski y otros, 2014).

- **Cultura financiera**

El mismo autor Franco (2014), nos manifiesta en referencia al concepto de cultura financiera que esta representa el despliegue de conocimientos, el dominio de habilidades y la práctica diaria necesaria para la toma de decisiones de carácter financiero teniendo en cuenta la información adecuada y que debe ser llevada a cabo de manera sensata a lo largo de nuestras vidas. Este concepto se encuentra estrechamente vinculado a la educación financiera que se refiere al proceso de enseñanza de las habilidades ya indicadas y con los cuales debe afrontar los retos que implican el quehacer financiero.

Frente a la compleja gama de productos y de servicios financieros que pululan en el mercado, poseer una adecuada cultura financiera hace posible que conozcamos las distintas alternativas que se presentan ante nosotros, de tal manera que sea posible una gestión correcta de nuestro patrimonio.

Desarrollar y adoptar comportamientos y hábitos financieros correctos tan como consecuencia directa la protección y el incremento o de nuestro patrimonio, sin embargo es necesario tener en cuenta que esto también condiciona las oportunidades que puedan presentarse en el futuro, es posible que afecte la autoestima y también las relaciones personales. Se dice esto porque una decisión incorrecta a nivel financiero a consecuencia de una incipiente cultura financiera puede significar un impacto negativo en la vida de las personas durante un tiempo prolongado.

Importantes organizaciones financieras como es el caso de la Comisión Europea o la OCDE recomiendan reiterativamente a sus estados que la educación financiera pase a integrar una parte del contenido curricular en los diferentes niveles escolares con el propósito de incrementar la cultura financiera en los diferentes estratos de la sociedad. Esta propuesta ha tenido gran acogida y cada vez más países tanto en Europa como en el resto del mundo, han hecho eco de esta recomendación.

.Creatividad y emprendimiento

Una característica fundamental que se observa en un emprendedor creativo es que este encuentra las oportunidades que otras personas no pueden encontrar y que, además, es capaz de crear las propias. Un emprendedor creativo es capaz de aprender cuando no puede realizar alguna cosa, averiguar e investiga cuando no conoce y está convencido de que puede cuando no puede. Todas las personas poseen la misma capacidad de sorprender con nuestra creatividad.

Paralelamente esto, se debe reconocer que una persona reconocida como emprendedor creativo es aquella que considera a las dificultades como momentos o situaciones normales en la vía de las personas que trabajan con negocios. El emprendedor creativo comprende que un problema tiene la capacidad de otorgarle información de gran utilidad que le permite comprender y dar solución a situaciones de conflicto. Un emprendedor creativo es capaz de observar lo natural y lo positivo en cualquier tipo de actividad de negocios. Este tipo de personas son capaces de enfrentarse a un problema con el convencimiento de que siempre existen alternativas de solución.

La creatividad se reconoce como la capacidad que tienen las personas para poder crear, para poder innovar, para poder generar ideas novedosas y conceptos nuevos, estableciendo nuevas asociaciones entre las indicadas ideas y los susodichos conceptos ya sean conocidos o novedosos y que por lo General conducen a conclusiones también novedosas; estas personas son capaces de solucionar problemas y de producir alternativas de solución originales, valiosas y creativas.

Cuando hablamos de creatividad nos referimos a la producción de un nuevo concepto o de una nueva idea, con características originales y útiles y que, finalmente son estructuradas con el propósito de satisfacer necesidades desprendidas de las oportunidades y que benefician tanto al creador como a todos aquellos que se encuentran en su entorno, en un periodo específico.

Cuando una persona es creativa ocasiona un incremento significativo en el nivel de competitividad en su negocio y entre todos aquellos que forman parte de su ambiente laboral. Cuando existe la necesidad de realizar la promoción de un determinado producto o de un determinado servicio, la creatividad está manifestada abiertamente en los anuncios, en las vallas, en los posters o panfletos publicitarios, con el propósito de conseguir de forma eficaz y rápida el interés del consumidor. Por otro lado la originalidad también se manifiesta cuando se realicen debates en referencia a otras oportunidades de negocios, en este caso no solamente estamos obligados a ser originales, sino también debemos ser imaginativos para que la empresa pueda establecer nuevos servicios para ser ofrecidos en el mercado; otro de los momentos en los que la creatividad y la imaginación deben estar presentes en la vida de la empresa es en los momentos en los cuales se deben tomar decisiones. (Parra, 2015).

Innovación y empresa

Es el aspecto característico de una organización empresarial que se vincula directamente con ideas de cambios y de renovación como de introducción y proposición de nuevas ideas con el propósito de conseguir un incremento a nivel de la competitividad empresarial. En la actualidad, para que una organización se pueda mantener exitosamente en el mercado, está obligada a adaptarse diariamente a situaciones novedosas y a circunstancias nuevas que caracterizan al mercado global y que, como todos sabemos se torna diariamente más competitivo; dicho de otro modo la empresa está obligada a cambiar paulatinamente y desarrollar acciones de gestión adecuadas a dichos cambios. La aceptación y la predisposición frente al cambio es una de las características básicas de las empresas innovadoras. (Roa, 2013)

Sin embargo, es necesario tener en cuenta que cuando hablamos de innovación no debemos únicamente entender la como un mero concepto técnico, es necesario considerarla como un componente de gran importancia social, de trascendencia económica y de

relevancia cultural. Los procesos innovadores deben ser un aspecto o aceptado por la sociedad, una característica que este económicamente orientada hacia la rentabilidad y que solo podrá manifestarse en aquellas organizaciones que tienen confianza en los cambios y que los acepten como oportunidades y opciones de superación.

2.2.2. Productividad laboral

Según Taylor (citado en Gil, 2013, p.565) . En un modelo de características básicas y de naturaleza mecanicista se considera a las personas como un simple apoyo para el uso de la maquinaria, en este contexto, el rendimiento, la rapidez y la constancia constituyen los factores que poseen mayor valoración y son de orden prioritario. Para este autor, las variables determinantes inherentes al rendimiento laboral están para meter atrás por sus características de orden fisiológico, por los adecuados medios de trabajo, por el sistema retributivo así como por los métodos más adecuados o apropiados.

En este mismo orden de ideas, Gil (2013) manifiesta que la teoría referida a las relaciones humanas señala que las personas no mantienen un comportamiento propio de individuos aislados en el proceso laboral, por el contrario, según el autor, el hombre es influenciado por las relaciones sociales ya sean en el interior de la empresa o fuera de ella así como por sus necesidades de carácter subjetivo y por los valores que ostenta.

De acuerdo a lo manifestado por Bazinet (1984, p.70) la definición de rendimiento del personal está relacionado con que cada uno de los miembros de las empresas realicen mejores trabajos y, en consecuencia, la empresa obtienen mayores logros en la materialización de sus fines y objetivos.

Del mismo modo, Chiavenato (2007, p.179) nos pensión a que la productividad está considerada como el efecto, y no la causa, de la administración de diversos recursos. Nos has de saber que la

productividad no es otra cosa que la relación medible existente entre el producto que se obtiene, es decir el resultado o salida, con los recursos que se han utilizado para su proceso productivo. Para el caso específico de los recursos humanos, su productividad es equivalente al cociente de la relación de una producción multiplicado por el tiempo utilizado en su terminación. La productividad humana tiene dependencia directa con el esfuerzo que se ha desplegado a partir del método racional y primordialmente, del interés y de la motivación del personal.

Asimismo, Lagos (2015, p.30) menciona que la productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizada para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida.

Además Gamba (2015, p.4) plantea que la productividad se puede considerar como una medida global de la forma como organizaciones satisfacen los criterios de objetivo que es la medida en que se alcanzan, eficiencia que es el grado de eficacia con que se utilizan los recursos para crear un producto útil y eficacia que es el resultado logrado en comparación con el resultado posible.

En referencia este tema, Robbins y Judge (2013, p. 28) nos manifiestan que la productividad es el nivel de análisis más elevado en el comportamiento organizacional. Una empresa es productiva si logra sus metas al transformar insumos en productos, al menor costo. Por lo tanto, la productividad requiere tanto de eficacia como de eficiencia. Una compañía de negocios es eficaz cuando alcanza sus metas de ventas o de participación de mercado, pero su productividad también depende de lograr esas metas de manera eficiente.

Van Der (2005) explica que la productividad laboral es como el acto más valioso de la empresa en el capital humano, pero especialmente los colaboradores que utilizan su experiencia y conocimientos en el cambio, la innovación continua, la calidad del trabajo, mejores productos y servicios lo cual conlleva a un incremento de la productividad de la organización, pues en ellos está asegurado el futuro y el crecimiento de la empresa por lo tanto se debe considerar como un activo, no como un costo para tener en cuenta sus resultados y no un salario, pero para hacerlos más productivos, la gerencia y la organización deben cambiar de actitud.

Las compañías requieren gerentes de avanzada, con sentido futurista, que las haga sobre salir dentro del contexto empresarial y suministre las bases para una permanencia en el mercado; así el gerente del futuro debe realizar los principios, siempre con su personal y analizar el entorno macroeconómico, tener como meta el aumento en la productividad, y por ende una mayor competitividad y ganancia para la empresa. Los principios para una buena productividad son:

- Activar un sentido de pertenencia a la organización
- Aplicar la mega gerencia
- Motivar a los trabajadores o colaboradores
- Otorgar compensaciones salariales y en concordancia con los resultados
- Permitir la toma de decisiones
- Tener en cuenta la importancia de todos y cada uno de los cargos

Para poder obtener una buena productividad, no se debe descuidar el factor humano, y la salud del colaborador, ya que se pone en juego la iniciativa y la creatividad de las personas para tomar las mejores decisiones. Actualmente, muchos de los factores asociados a un trabajo que requiere de gran esfuerzo físico va a desaparecer gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías, pero en contrapartida, aparecen

nuevos factores de tensión asociados, principalmente con el contenido y la posibilidad de participación del trabajador; la responsabilidad que se va a desarrollar por medio de una maquinaria deja a la persona una función de control de los procesos.

El compromiso ha de posibilitar la participación y la comunicación de los colaboradores, la organización debe facilitar vías de participación, a fin de conseguir una mayor implicación hacia cada uno de los que ejercen, en los objetivos de la empresa, una mayor responsabilidad y por tanto, una mayor satisfacción las personas como seres sociales que son, necesitan contacto con los demás y sentir la pertenencia a un grupo por ello, una buena relación laboral social es un factor clave para la buena productividad laboral.

Factor humano elemento clave en la productividad

Si una organización desea que el personal desempeñe un trabajo con altos niveles de calidad y se incremente considerablemente la productividad, es importante que aprendan a administrar los recursos que se tienen, para lograr esto se necesita que cada uno de los colaboradores tengan una inteligencia emocional apropiada, ya que de ella influye grandemente en la establecida de la empresa, entre las que se incluyen las de seguridad y salud laboral; se debe motivar al personal para enseñarles cómo se realizan las cosas de una forma óptima, de no ser así difícilmente se puede incrementar la productividad del personal, si no están satisfechas adecuadamente las necesidades intrínsecas individuales se debe recurrir a los colaboradores más cercanos para programar todo tipo de capacidades, y así el desarrollo será mucho más adecuado para las promociones y elementos de motivación en el aspecto económico. (Mertens, 1998).

Participación y productividad

Gómez (2010) explica que la participación tiene efectos positivos o negativos sobre la productividad, esto depende de una serie de factores que concurren en cada caso determinado, conviene pues enfocar la cuestión desde una perspectiva práctica en lugar de estar en un estudio teórico, en principio la participación tiene un efecto positivo sobre la productividad, aunque en ocasiones sea limitado, prácticamente no condiciona por sí sola la aparición de efectos negativos, la existencia de efectos positivos derivados de la participación depende, en principio, de dos factores fundamentales la actividad económica que realiza la empresa o sector industrial en que opera y la concepción y el modelo de relaciones laborales que están presentes en la organización.

La participación parece tener efectos positivos sobre la productividad en los siguientes puestos:

- Si los colaboradores participan en base a su competencia y a nivel del puesto de trabajo.
- Si desarrolla un ambiente de autoimplicación de los trabajadores donde la confianza y la comunicación sean características de las relaciones entre la dirección y los colaboradores. El hecho de implantar la productividad como valor preferente para la empresa en medio de un mercado cada vez más competitivo, significa que cada empresa asume su cuota de responsabilidad consciente de que el resultado final es la consecuencia de los obtenidos en cada una de las etapas del proceso productivo y que, su progresiva mejora, requiere la participación y aportación de ideas innovadoras de todos los colaboradores de la empresa en sus respectivas áreas, tener siempre presente que el objetivo del máximo rendimiento debe ser compatible con la óptima utilización de las facultades físicas, y psíquicas de los colaboradores, conciliar su mayor satisfacción con un máximo de productividad, porque se acomodan los objetivos económicos a los sentimientos personales, de los que depende el buen funcionamiento de la empresa, procura para ello estimular la

participación, se puede establecer así cinco características que deben estar presentes en todas las empresas donde la implantación y permanencia de sistemas participativos han dado lugar a una mejora de la productividad laboral.

- La empresa comparte con los colaboradores los beneficios económicos que se derivan, directa o indirectamente del incremento de la productividad.
- Las relaciones entre la dirección y los trabajadores se apoyan en un modelo de relaciones laborales consistente y permanente en el tiempo, hay que evitar que los colaboradores perciban la participación como un mecanismo o sistema de organización que pueda afectar la seguridad de los puestos de trabajo.
- Se introducen sistemas para garantizar el cumplimiento de los derechos laborales de los colaboradores.
- Se necesita que la filosofía y el estilo de dirección de la empresa se concreten en la política de recursos humanos

En definitiva, el vínculo existente entre participación y productividad no puede determinarse a priori ni apoyarse en fundamentos teóricos lo que si ocurre es la concepción que se tiene de las personas y de la empresa tiene clara repercusión en materia de productividad laboral como ha venido señalándose, así pues tanto la productividad como otros indicadores del estado de la empresa, no pueden observarse sin tener en cuenta el entorno en que se mueven, la concepción de la persona y de la empresa.

Factores que inciden en la productividad laboral

La productividad implica aspectos claves que influyen en el aumento o disminución de los rendimientos físicos o financieros, originados en la variación de cualquiera de los factores que intervienen en la producción,

dentro de este se encuentra la palabra trabajo, que no es más que "el trabajo es ante todo, un proceso entre el hombre y la naturaleza, durante el cual el hombre, mediante su propia actividad, mediatiza, regula y controla el intercambio de sustancias entre él y la naturaleza" (Diccionario Aristos, 1981).

Además del trabajo existen otros factores que influyen en la productividad, por ello se hace necesario definir la palabra factor, entendida como "elemento, con causa". Para el análisis resultan interesantes varios factores que influyen en el aumento o disminución de la productividad, sin olvidar que existen factores objetivos y subjetivos, externos e internos, motivacionales o de higiene. El análisis profundo de los procesos de trabajo permite identificar una gama variada de problemas, entre los que pueden encontrarse:

- Métodos ineficaces de trabajo.
- Mala disposición y utilización del espacio.
- Inadecuada manipulación de los materiales.
- Deficiente planificación de las necesidades de recursos.
- Deficiente planificación del mantenimiento.
- Despilfarro o utilización inadecuada de materias primas materiales, energía, combustible.
- Uso irracional y/o despilfarro de recursos humanos.
- Deficiente organización de los servicios que se prestan.
- Deficiente aplicación o no existencia de controles de calidad.
- No aplicación de normas de rendimiento o las que existen están desactualizadas.
- Altos índices de ausentismo, impuntualidades o abandono del puesto de trabajo.

- Incumplimientos del tiempo de trabajo y desaprovechamiento de la jornada laboral.
- Existencia de riesgos de accidentes de trabajo o enfermedad profesional.
- Indefinición de los planes de capacitación de los trabajadores. (Feíto, 2004).

Dimensiones de la productividad

- **Eficacia.** Robbins y Judge (2013, p.28) mencionan que la eficacia consideran que el grado en cual una organización satisface las necesidades de su clientela o de sus consumidores. Mientras que, la eficiencia es el grado en el cual una organización puede lograr sus fines a bajo costo.

La eficacia es una medida de la pertinencia de las metas que los gerentes decidieron que persiguiera la organización y del grado en que esa organización alcanza tales metas. Las organizaciones son eficaces cuando los gerentes escogen metas apropiadas y las consiguen.

Fleitman (2008) Explica que son comparaciones de lo que se forma con los objetivos previamente establecidos, es decir, mide si los objetivos y metas se cumplen. Ya sean estos a corto o a largo plazo.

Algunos indicadores de eficacia se describen a continuación

- Comparación de lo realizado con el objetivo previamente establecido dentro de la organización y en el puesto que se desenvuelve cada colaborador.
- Se determina si, de acuerdo con lo planeado, los objetivos y metas han sido llevados a buenos términos, para el crecimiento de la organización y del puesto.

- Se verifica la parte del proceso que sirve para medir la eficacia en las diferentes áreas que cada uno de los colaboradores ocupa dentro de la organización en cuestión a sus destrezas y habilidades.
- **Eficiencia.** Son el resultado de comparar el rendimiento real del personal en las acciones o condiciones actuales con una norma de rendimiento previamente definida y aceptada. La eficiencia es la relación entre el trabajo útil desarrollado por el individuo y el esfuerzo y tiempo empleado en realizarlo. El criterio de eficiencia toma en cuenta la productividad en el uso de los recursos disponibles para conseguir terminados fines.

Chiavenato (2004, p.132) menciona definiciones y diferencias entre eficiencia y eficacia. Esta última lo define como una medida del logro de resultados, es la capacidad de satisfacer una necesidad de la sociedad a través de sus productos; mientras que la eficacia es una medida de la utilización de recursos en ese proceso, es la relación entre insumos y productos.

- **Adaptabilidad.** Es la adaptación de las personas hacia los cambios. Cuando se refiere a una organización es la adaptación de los colaboradores o trabajadores a lo que indica la misión y visión empresarial y a los cambios emergentes e innovadores que se dan en el proceso vivencial y de permanencia y vigencia de las mismas.

2.3 Definición de términos

- **Adaptabilidad.** Es la forma como las personas se acomodan a los cambios en una organización, es decir, es adaptarse al cumplimiento de las metas y objetivos institucionales y a sus normas, idiosincrasia y estilo funcionamiento de la institución.
- **Conducta emprendedora:** Impulso que las personas dan a las actitudes y capacidades empresariales que poseen, es decir al

espíritu empresarial; luego, la conducta emprendedora es una actitud general que puede resultar útil en todas las actividades laborales y en la vida cotidiana.

- **Cultura empresarial:** Es el conjunto de formas de actuar, de sentir y de pensar que se comparten entre los miembros de la organización y son los que identifican a la empresa ante los clientes, proveedores y todos los que conocen de su existencia. Sus normas, sus valores, sus hábitos.

- **Cultura financiera:** Dominio de habilidades, conocimientos y prácticas diarias necesario para tomar decisiones financieras con información y de una forma sensata a lo largo de la vida. Está muy vinculada a la educación financiera, que hace referencia a la enseñanza de dichas habilidades, prácticas y conocimientos con los que afrontar en una mejor posición los retos básicos de índole financiera.

- **Eficacia:** Es el grado en cual una organización satisface las necesidades de su clientela o de sus consumidores. Es una medida de la pertinencia de las metas que los gerentes decidieron que persiguiera la organización y del grado en que esa organización alcanza tales metas. Las organizaciones son eficaces cuando los gerentes escogen metas apropiadas y las consiguen.

- **Eficiencia:** Son el resultado de comparar el rendimiento real del personal en las acciones o condiciones actuales con una norma de rendimiento previamente definida y aceptada. La eficiencia es la relación entre el trabajo útil desarrollado por el individuo y el esfuerzo y tiempo empleado en realizarlo.

- **Emprendimiento:** La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur que se refiere a “capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto.

- **Innovación:** La innovación implica cambios y renovación, introducción de nuevas ideas con el fin de lograr un aumento de la competitividad empresarial. Actualmente para que una empresa pueda mantenerse con éxito en el mercado debe ir adaptándose cada día a nuevas situaciones y circunstancias de un mercado global y cada día más competitivo, es decir debe ir cambiando y gestionar adecuadamente ese cambio.

- **Productividad:** Es el efecto (y no causa) de la administración de varios recursos. La productividad es la relación mensurable que existe entre el producto obtenido (resultado o salida) y los recursos empleados para su producción. En el caso de los recursos humanos, la productividad del trabajo humano es igual al cociente de la relación de una producción multiplicado por el tiempo empleado para terminarla.

2.4 Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general:

El emprendimiento empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

2.4.2. Hipótesis específicas

La cultura empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

La cultura financiera se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

La creatividad se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?

La innovación se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

2.5 Variables

Variable correlacional 1: Emprendimiento empresarial

Variable correlacional 2: Productividad laboral

2.5.1 Definición conceptual de la variable

Variable 1: Emprendimiento empresarial

El emprendimiento empresarial en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca, hace referencia a las acciones de estas empresas orientadas a la mejora de los servicios ofrecidos y a la captación y el mantenimiento de los clientes, basadas en originalidad y diversificación.

Variable 2: Productividad laboral

La productividad es la relación mensurable que existe entre el producto obtenido (resultado o salida) y los recursos empleados para su producción. En el caso de los recursos humanos, la productividad del trabajo humano es igual al cociente de la relación de una producción multiplicado por el tiempo empleado para terminarla.

2.5.2 Definición operacional de la variable

Variable 1: Emprendimiento empresarial

Acciones de estas empresas orientadas a la mejora de los servicios ofrecidos y a la captación y el mantenimiento de los clientes, basadas en originalidad y diversificación, el mismo que será medido mediante un cuestionario conformado por 16 ítems.

Variable 2: Productividad laboral

La productividad es la relación mensurable que existe entre el producto obtenido (resultado o salida) y los recursos empleados para su producción. En el caso de los recursos humanos, la productividad del trabajo humano es igual al cociente de la relación de una producción multiplicado por el tiempo empleado para terminarla, el mismo que será medido mediante un cuestionario conformado por 12 ítems.

2.5.3 Operacionalización de la variable

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1: Emprendimiento empresarial	Cultura empresarial	- Creencias - Valores - Normas	Ordinal
	Cultura financiera	- Ahorros - Inversión - Presupuesto	
	Creatividad	- Originalidad - Flexibilidad	
	Innovación	- Actividades innovadora - Acciones innovadoras	
Variable 2: Productividad laboral	Eficiencia	- Cumplimiento de la normatividad. - Cumplimiento de las funciones y tareas.	Ordinal
	Eficacia	- Cumplimiento de objetivos institucionales. - Esfuerzo para lograr las metas con menor tiempo y recursos.	

	Adaptabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación con la organización desde su puesto de trabajo. - Entusiasmo en la realización de actividades y acciones programadas en la institución 	
--	---------------	--	--

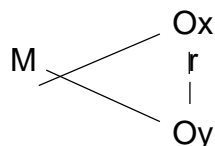
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

La presente investigación es de tipo no experimental de alcance correlacional. No experimental puesto que no existe manipulación de variables, es decir, no existe un tratamiento metodológico para observar influencia entre variables y correlacional porque determinó el grado de relación entre las variables investigadas.

El nivel es correlacional ya que trató de conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular (Hernández y otros, 2014)

En concordancia con el tipo y nivel de investigación el diseño es descriptivo correlacional-transversal cuyo esquema es:



Dónde:

M = Muestra

Ox = Emprendimiento empresarial

Oy = Productividad laboral

r = Relación entre variables

3.2. Descripción del ámbito de la investigación

Teniendo en cuenta el tipo de investigación la presente investigación se ubica en el nivel descriptivo correlacional donde los instrumentos se aplicaron en un momento dado con la finalidad de conocer el estado real de las variables investigadas que son el emprendimiento empresarial y la productividad laboral

La presente investigación se realizó a en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca de la región. El distrito fue creado mediante Ley del 05 de mayo del 2000. Está ubicado en la zona Sur de la provincia de Huánuco, enclavado en la cuenca alta del río Huallaga, que atraviesa de Sur a Norte.

Tiene una superficie de 68.74 km². Su capital es el poblado de Cayhuayna, una ciudad pintoresca que está 1 930 msnm.

Límita:

Por el Nor Oeste: Con el distrito de Huánuco

Por el Sur Este: Con la provincia de Ambo

Por el Este: Con el distrito de Amarilis

Por el oeste: Con los distritos de San Pedro de Chaulan y San Francisco de Cayrán.

Su clima es semi tropical, templado cálido. Ubicado en las regiones Yunga y Quechua.

Se encuentra ubicado a 3 km de la ciudad de Huánuco y a 407 km de la ciudad de Lima. Actualmente cuenta con 72 000 habitantes aproximadamente.

La investigación se realizará desde el mes de diciembre del 2018 al mes de marzo del 2019 con un promedio de cuatro meses, donde las últimas semanas se realizará el trabajo de campo, análisis estadístico, prueba de hipótesis y redacción del informe final

3.3. Población y muestra

Población. La población de estudio estuvo conformada por 50 recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco

Muestra. Para elegir el tamaño de la muestra se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia o intencional por la accesibilidad a la toma de datos y se considerará a 15 propietarios de los recreos de comida regional.

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Técnicas. Las técnicas son procedimientos sistematizados. La técnica debe ser seleccionada teniendo en cuenta lo que se investiga, porqué, para qué y cómo se investiga. Las técnicas pueden ser: La observación, la entrevista, el análisis de documentos, escalas para medir actitudes, la experimentación y la encuesta.

En la presente investigación se utilizó la encuesta.

Instrumentos. Los instrumentos son medios auxiliares para recoger y registrar los datos obtenidos a través de las técnicas.

En la presente investigación se utilizaron dos instrumentos:

- Un cuestionario para medir el emprendimiento empresarial conformado por 16 ítems.
- Un cuestionario para medir la productividad laboral conformada también por 12 ítems.

3.5. Validez y confiabilidad del instrumento

Validez. La validación de los instrumentos se realizó mediante juicios de expertos, para ello se les presentó la ficha de validación, los instrumentos y la matriz de consistencia.

Confiabilidad. La confiabilidad se realizó mediante 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

La confiabilidad del instrumento que midió el emprendimiento empresarial es:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,712	16

Como el valor del coeficiente Alfa de Cronbach es 0.712, entonces el instrumento es altamente confiable

La confiabilidad del instrumento que midió la productividad laboral es:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,671	12

Como el valor del coeficiente Alfa de Cronbach es 0.671, entonces el instrumento es confiable.

3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos

Para el tratamiento estadístico de los datos se empleó la estadística descriptiva, considerando los indicadores y dimensiones para cada variable. Se determinaron las frecuencias absolutas, relativas las medidas de tendencia central y las medidas de dispersión, así como se realizó la prueba de hipótesis en función al tipo, nivel y diseño de investigación, naturaleza de las variables y objetivos del estudio.

Para la discusión se establecieron comparaciones con los resultados obtenidos y resultados de investigaciones anteriores, así como con la opinión de expertos.

Una vez elaborados los instrumentos con la validez de expertos y con su coeficiente de validación, se procedió con el siguiente plan:

- Se aplicaron los instrumentos a la muestra previa autorización de la institución respectiva para la recolección de la información
- Se ordenó la información o los datos en función a las variables y sus dimensiones.
- Se procesó la información y se presentarán en tablas y gráficos.
- Se determinaron las frecuencias absolutas, relativas y la media aritmética.
- Se realizó la prueba de hipótesis tanto para la general como para las específicas utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman por tratarse de variables categóricas.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Presentación, descripción e interpretación de los resultados

Tabla 1. Emprendimiento empresarial en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019

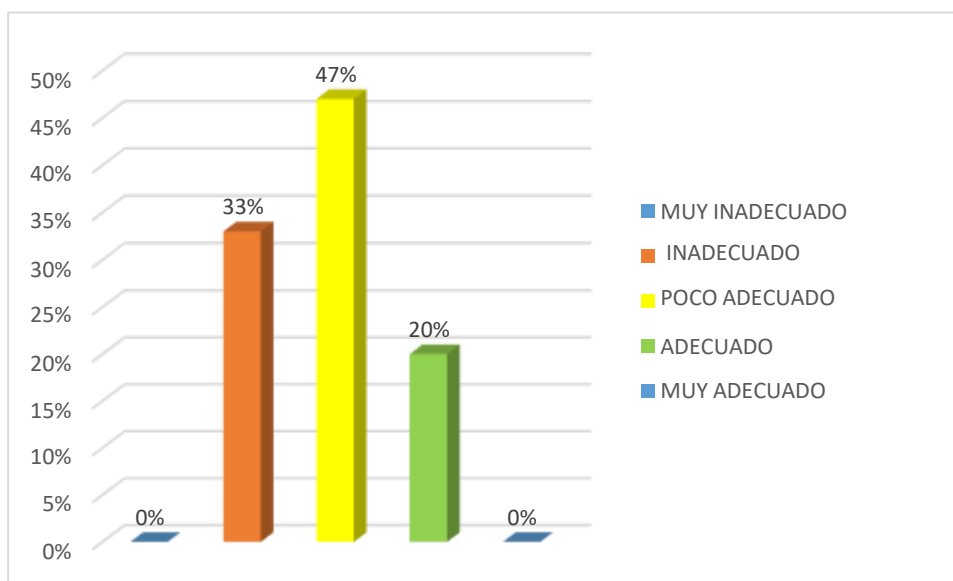
NIVEL	PUNTAJE	fi	PORCENTAJE
MUY INADECUADO	16 a 28	0	0%
INADECUADO	29 a 41	5	33%
POCO ADECUADO	42 a 54	7	47%
ADECUADO	55 a 67	3	20%
MUY ADECUADO	68 a 80	0	0%
TOTAL		15	100%

PROMEDIO	46
-----------------	-----------

Fuente: Cuestionario aplicado en marzo del año 2019

Elaboración: El autor

Gráfico 1. Emprendimiento empresarial en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019



Descripción e interpretación

En la tabla y gráfico 1, se tiene que el 47% de los propietarios de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019 afirman que el emprendimiento empresarial es poco adecuado, el 33% opina que es inadecuado, el 20% indica que es adecuado y ninguno opina

que es muy inadecuado y muy adecuado respectivamente. Se evidencia por lo tanto que la mayoría de propietarios opinan que el emprendimiento empresarial es poco adecuado y el promedio de dicha variable se ubica en un nivel de poco adecuado con 46 puntos de un total de 80. Este resultado se debe porque en dichos recreos de comida regional también las dimensiones de la variable emprendimiento empresarial como la cultura empresarial, la cultura financiera, la creatividad y la innovación tienen también una valoración de poco adecuada inclusive de inadecuada.

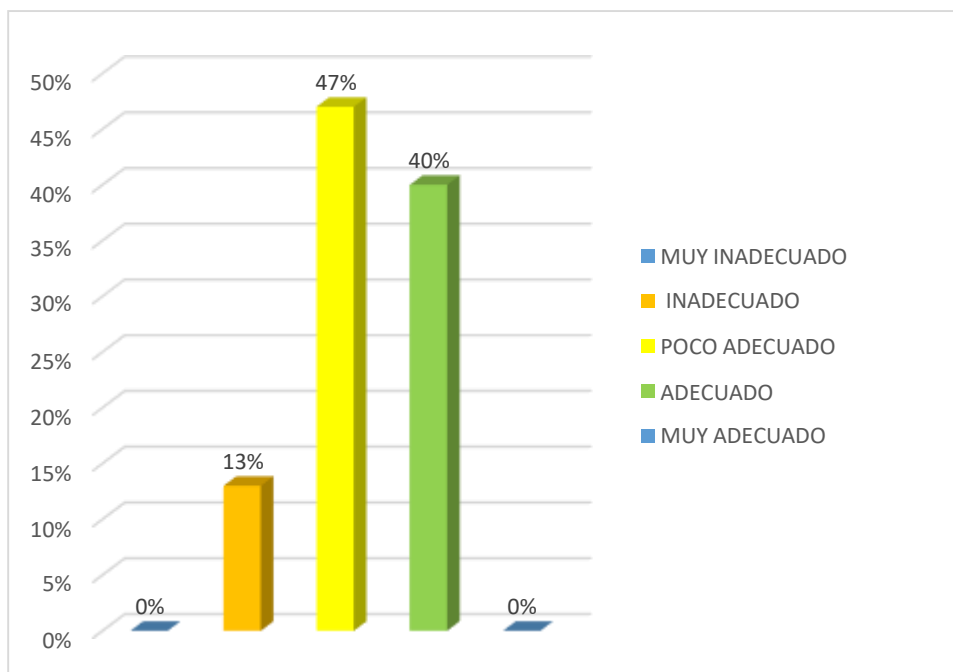
Tabla 2. Cultura empresarial en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019

NIVEL	PUNTAJE	fi	PORCENTAJE
MUY INADECUADO	04 a 07	0	0%
INADECUADO	08 a 10	2	13%
POCO ADECUADO	11 a 13	7	47%
ADECUADO	14 a 16	6	40%
MUY ADECUADO	17 a 20	0	0%
TOTAL		15	100%
PROMEDIO		13	

Fuente: Cuestionario aplicado en marzo del año 2019

Elaboración: El autor

Gráfico 2. Cultura empresarial en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019



Descripción e interpretación

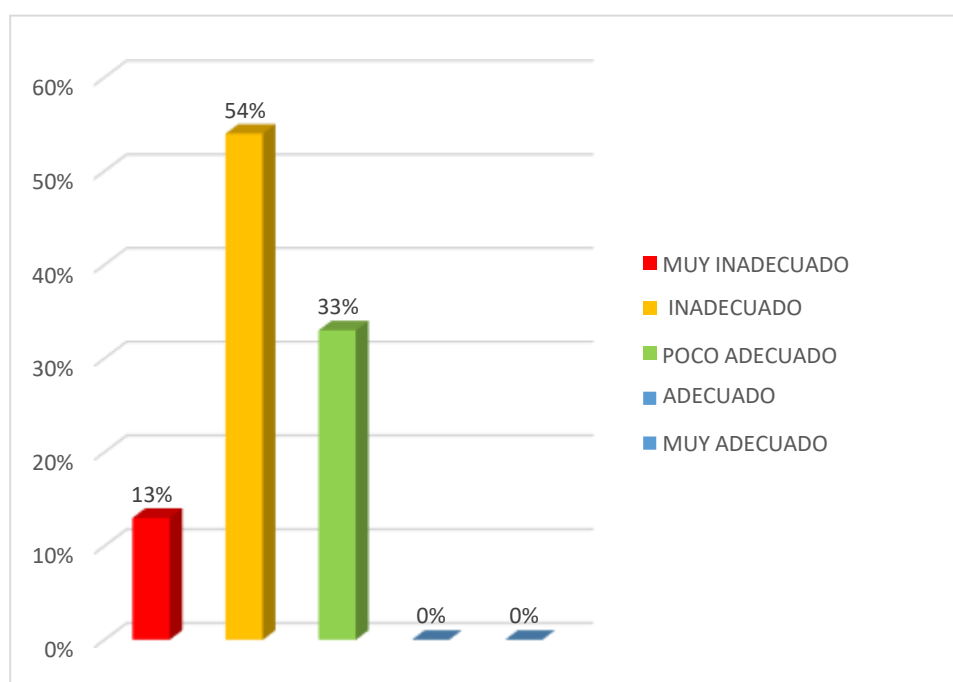
En la tabla y gráfico 2, se tiene que el 47% de los propietarios de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019 afirman que la cultura empresarial es poco adecuada, el 40% opina que es inadecuada, el 13% indica que es adecuado y ninguno opina que es muy inadecuada y muy adecuada respectivamente. Se evidencia por lo tanto que la mayoría de propietarios opinan que la cultura empresarial es poco adecuada y el promedio de dicha dimensión se ubica en un nivel de poco adecuado pero muy cerca al adecuado con 13 puntos de un total de 20. Este resultado se debe porque en dichos recreos de comida regional pocas veces se realiza capacitación para los trabajadores, la disposición para lograr metas en dichas empresas es relativa, se aplica poco el emprendimiento empresarial, y muy pocas veces se an oportunidades de progreso para los trabajadores.

Tabla 3. Cultura financiera en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019

NIVEL	PUNTAJE	fi	PORCENTAJE
MUY INADECUADO	04 a 07	2	13%
INADECUADO	08 a 10	8	54%
POCO ADECUADO	11 a 13	5	33%
ADECUADO	14 a 16	0	0%
MUY ADECUADO	17 a 20	0	0%
TOTAL		15	100%
PROMEDIO		10	

Fuente: Cuestionario aplicado en marzo del año 2019
Elaboración: El autor

Gráfico 3. Cultura financiera en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019



Descripción e interpretación

En la tabla y gráfico 3, se tiene que el 54% de los propietarios de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019 afirman que la cultura financiera es adecuada, el 33% opina que es poco adecuada, el 13% indica que es muy inadecuada y ninguno opina que es adecuada y muy adecuada respectivamente. Se evidencia por lo tanto que la mayoría de propietarios opinan que la cultura empresarial es inadecuada y el promedio de dicha dimensión se ubica en un nivel de inadecuado con 10 puntos de un total de 20. Este resultado se debe porque en dichos recreos de comida regional casi no solicitan préstamo a las entidades financieras, sino lo hacen a familiares o caen en manos de los usureros, y si realizan préstamos en la mayoría de casos se retrasan en el pago de las deudas, y también muchos de los propietarios manejan tarjetas de crédito donde permanentemente se sobregiran y se retrasan en el pago de sus deudas ocasionando grandes intereses que tienen que pagar.

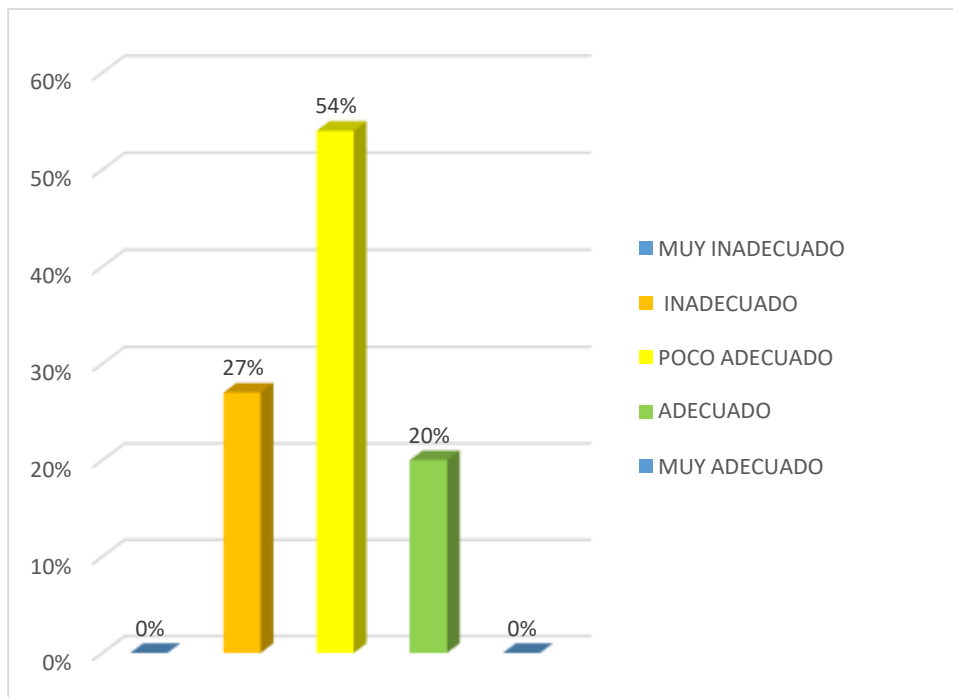
Tabla 4. Creatividad en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019

NIVEL	PUNTAJE	fi	PORCENTAJE
MUY INADECUADO	04 a 07	0	0%
INADECUADO	08 a 10	4	27%
POCO ADECUADO	11 a 13	8	54%
ADECUADO	14 a 16	3	20%
MUY ADECUADO	17 a 20	0	0%
TOTAL		15	100%
PROMEDIO		11	

Fuente: Cuestionario aplicado en marzo del año 2019

Elaboración: El autor

Gráfico 4. Creatividad en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019



Descripción e interpretación

En la tabla y gráfico 4, se tiene que el 54% de los propietarios de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019 tienen una creatividad poco adecuada es poco adecuada, el 27% lo tiene inadecuada, el 20% lo tiene adecuada y ninguno lo tiene muy inadecuada y muy adecuada respectivamente. Se evidencia por lo tanto que la mayoría de los propietarios tienen una creatividad poco adecuada y el promedio de dicha dimensión se ubica en un nivel de poco adecuado pero muy cerca al inadecuado con 11 puntos de un total de 20. Este resultado se debe porque en los recreos de comida regional no se diferencian mucho en ofrecer platos diferentes y de calidad o con un valor agregado como por ejemplo a una pachamanca agregar habas, tamales o humitas, es decir, carecen de originalidad y creatividad, los platos que ofrecen son de rutina y la atención también es rutinaria, no se observa comportamientos creativos en el trato al cliente.

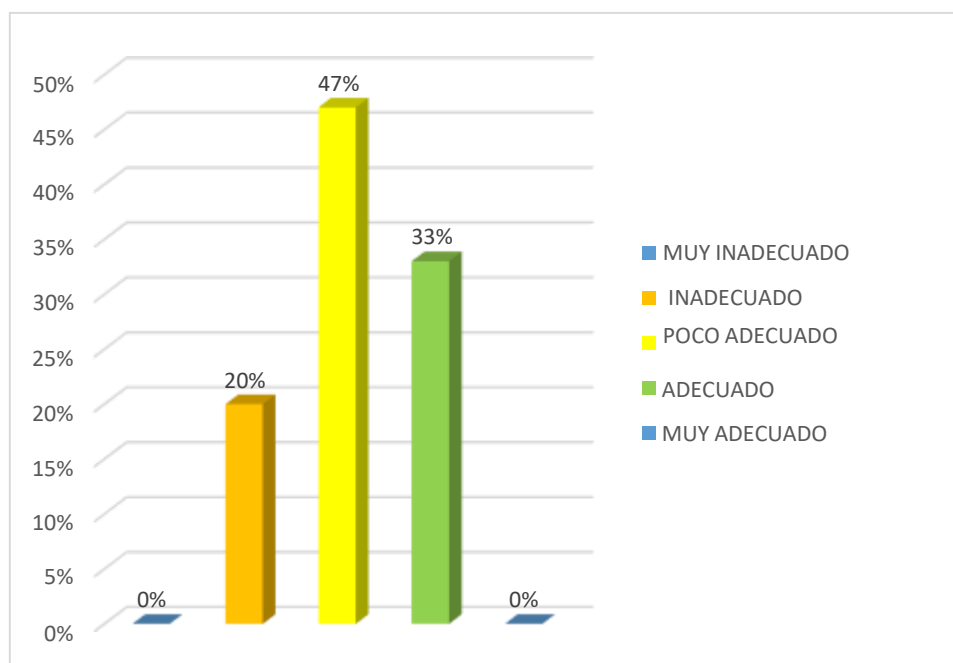
Tabla 5. Innovación en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019

NIVEL	PUNTAJE	fi	PORCENTAJE
MUY INADECUADO	04 a 07	0	0%
INADECUADO	08 a 10	3	20%
POCO ADECUADO	11 a 13	7	47%
ADECUADO	14 a 16	5	33%
MUY ADECUADO	17 a 20	0	0%
TOTAL		15	100%
PROMEDIO		13	

Fuente: Cuestionario aplicado en marzo del año 2019

Elaboración: El autor

Gráfico 5. Innovación en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019



Descripción e interpretación

En la tabla y gráfico 5, se tiene que el 47% de los propietarios de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019 tienen una innovación poco adecuada el 33% lo tiene adecuada, el 20% lo tiene inadecuada y ninguno lo tiene muy inadecuada y muy adecuada respectivamente. Se evidencia por lo tanto que la mayoría de propietarios tienen una innovación poco adecuada y el promedio de dicha dimensión se ubica en un nivel de poco adecuado con 13 puntos de un total de 20. Este resultado se debe porque en dichos recreos de comida regional pocas veces se e innova permanentemente los servicios originando que no tengan muchos clientes cautivos, donde se observa que existe actualmente resistencia al cambio en dichas empresa, del mismo modo no se innova periódicamente el marketing empresarial.

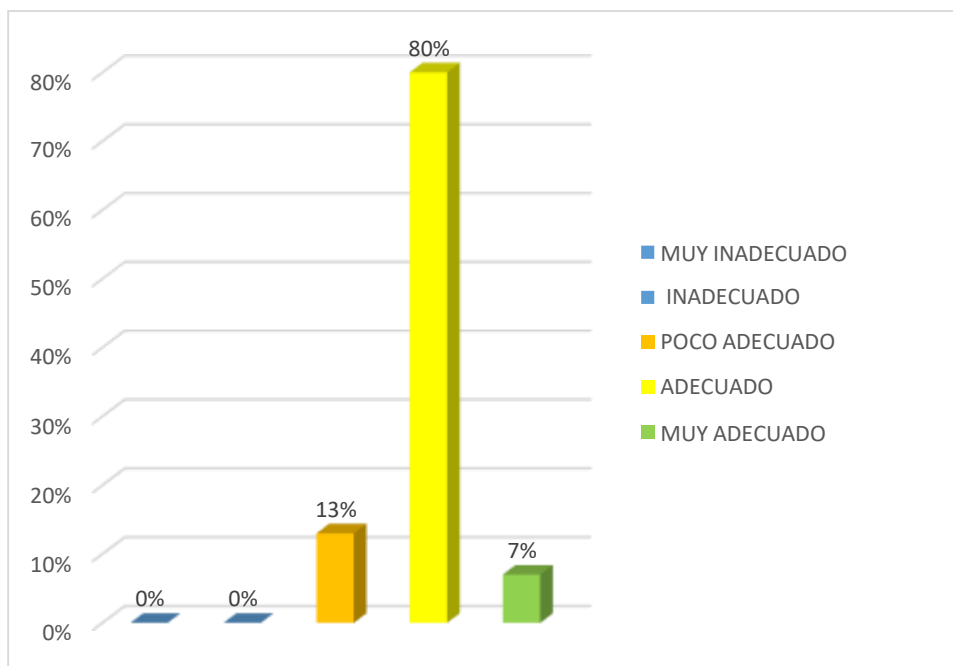
Tabla 6. Productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019

NIVEL	PUNTAJE	fi	PORCENTAJE
MUY INADECUADO	12 a 21	0	0%
INADECUADO	22 a 31	0	0%
POCO ADECUADO	32 a 41	2	13%
ADECUADO	42 a 51	12	80%
MUY ADECUADO	52 a 60	1	7%
TOTAL		15	100%
PROMEDIO		46	

Fuente: Cuestionario aplicado en marzo del año 2019

Elaboración: El autor

Gráfico 6. Productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019



Descripción e interpretación

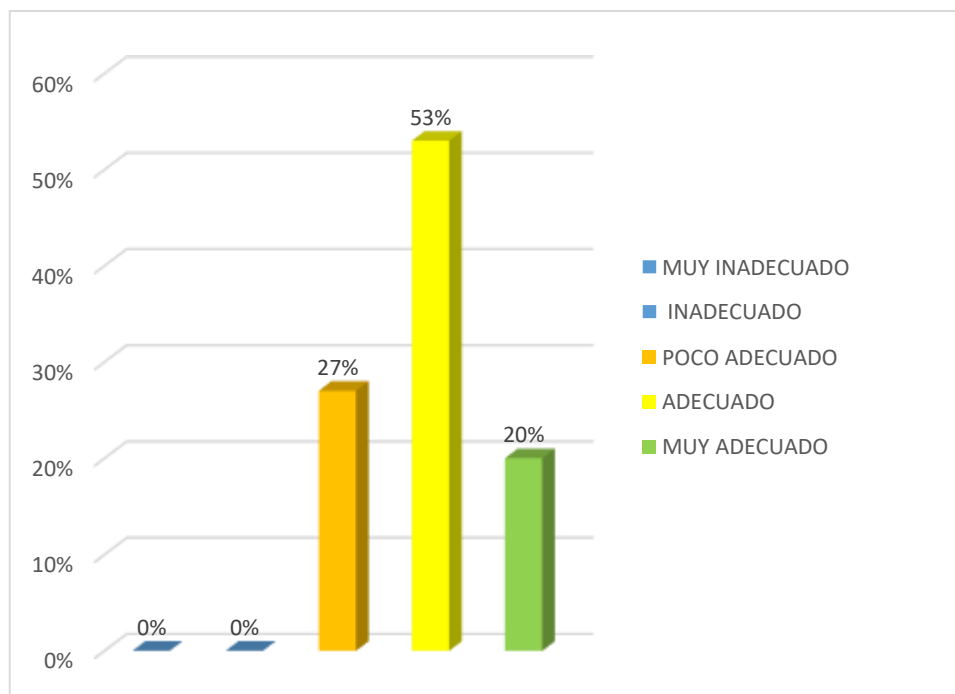
En la tabla y gráfico 6, se tiene que en el 80% de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019 existe una productividad laboral adecuada, en el 13% es poco adecuada en el 7% es muy adecuada y no existe productividad laboral muy inadecuada ni inadecuada respectivamente. Se evidencia por lo tanto que en la mayoría de recreos la productividad laboral es adecuada y el promedio de dicha variable se ubica en un nivel de adecuado con 46 puntos de un total de 60. Este hecho se debe también porque las dimensiones de la productividad laboral como es el caso de la eficiencia, eficacia y adaptabilidad también se encuentran en un nivel de adecuado. Es decir en dichos recreos se controla y se motiva mucho la productividad laboral.

Tabla 7. Eficiencia en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019

NIVEL	PUNTAJE	fi	PORCENTAJE
MUY INADECUADO	04 a 07	0	0%
INADECUADO	08 a 10	0	0%
POCO ADECUADO	11 a 13	4	27%
ADECUADO	14 a 16	8	53%
MUY ADECUADO	17 a 20	3	20%
TOTAL		15	100%
PROMEDIO		15	

Fuente: Cuestionario aplicado en marzo del año 2019
Elaboración: El autor

Gráfico 7. Eficiencia en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019



Descripción e interpretación

En la tabla y gráfico 7, se tiene que en el 53% de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019 existe adecuada eficiencia, en el 27% es poco adecuada, en el 20% es muy adecuada y no existe eficiencia muy inadecuada ni inadecuada respectivamente. Se evidencia por lo tanto que en la mayoría de recreos la eficiencia es adecuada y el promedio de dicha dimensión se ubica en un nivel de adecuado con 15 puntos de un total de 20. Este hecho se debe porque la mayoría de los recreos cuentan con la logística necesaria para realización de sus funciones, también existe elaboración para cumplimiento de sus funciones, en muchos casos la distribución de los recursos es equitativa en todas las áreas de su negocio, la mayoría de recreos la administración se maneja con eficiencia sobre todo los recursos financieros asignados para el personal.

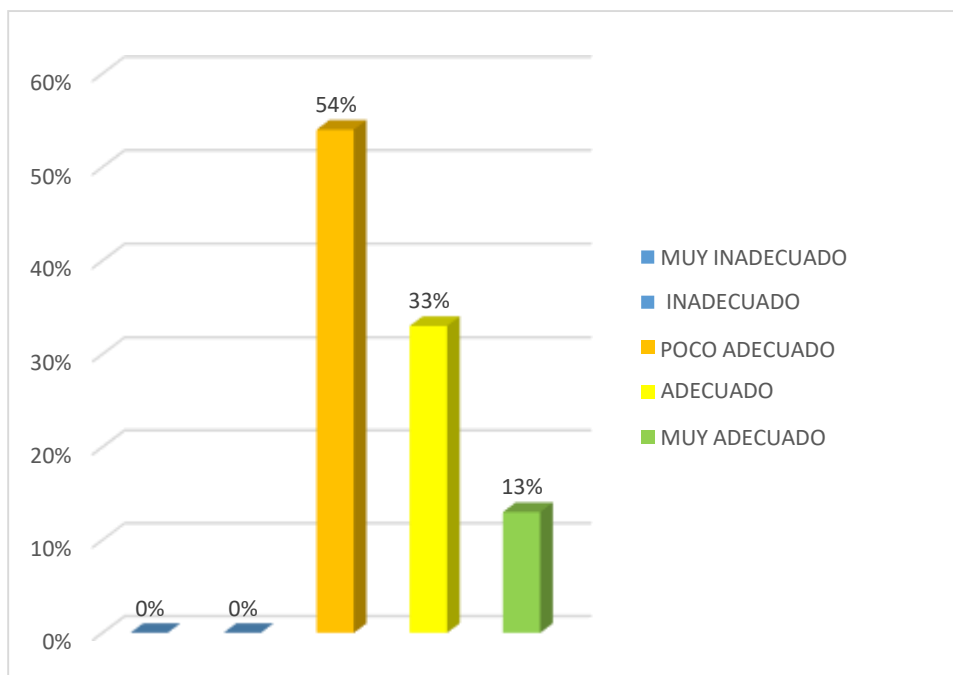
Tabla 8. Eficacia en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019

NIVEL	PUNTAJE	fi	PORCENTAJE
MUY INADECUADO	04 a 07	0	0%
INADECUADO	08 a 10	0	0%
POCO ADECUADO	11 a 13	8	54%
ADECUADO	14 a 16	5	33%
MUY ADECUADO	17 a 20	2	13%
TOTAL		15	100%
PROMEDIO		15	

Fuente: Cuestionario aplicado en marzo del año 2019

Elaboración: El autor

Gráfico 8. Eficacia en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019



Descripción e interpretación

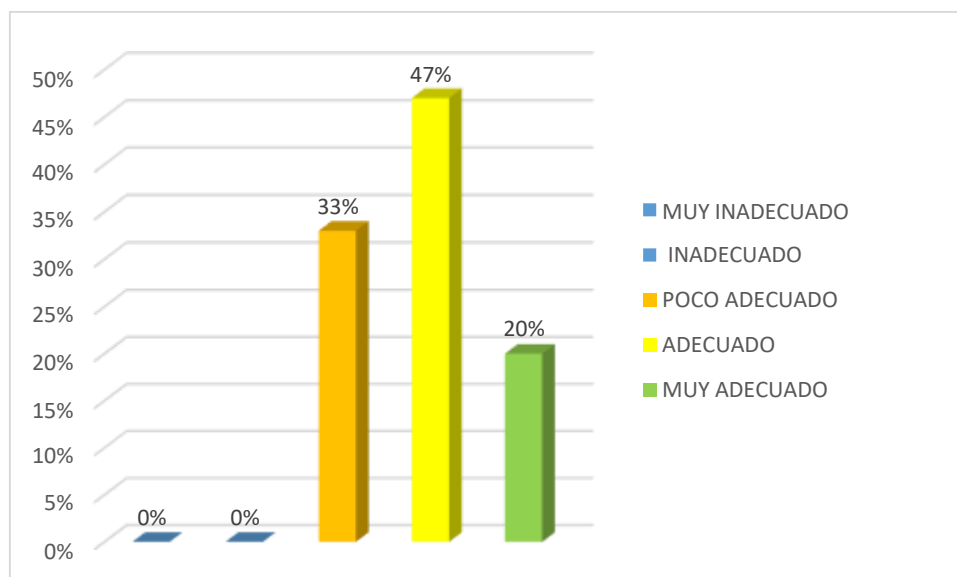
En la tabla y gráfico 9, se tiene que en el 54% de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019 la eficacia es poco adecuada, el 33% es adecuada, el 13% es muy adecuada y no existe eficacia muy inadecuada ni inadecuada respectivamente. Se evidencia por lo tanto que en la mayoría de recreos la eficacia es poco adecuada, sin embargo el promedio de dicha dimensión se ubica en un nivel de adecuado con 15 puntos de un total de 20. Este hecho se debe porque no siempre el personal actúa con ética frente al cumplimiento de sus funciones, algunos trabajadores no muestran alto desempeño en el logro en productividad y objetivos para el mejoramiento y desarrollo de la empresa, descuidando algunos el cumplimiento de las metas y objetivos empresariales, son muy pocos que no utilizan también medios tecnológicos.

Tabla 9. Adaptabilidad en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019

NIVEL	PUNTAJE	fi	PORCENTAJE
MUY INADECUADO	04 a 07	0	0%
INADECUADO	08 a 10	0	0%
POCO ADECUADO	11 a 13	5	33%
ADECUADO	14 a 16	7	47%
MUY ADECUADO	17 a 20	3	20%
TOTAL		15	100%
PROMEDIO		16	

Fuente: Cuestionario aplicado en marzo del año 2019
Elaboración: El autor

Gráfico 9. Adaptabilidad en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019



Descripción e interpretación

En la tabla y gráfico 9, se tiene que en el 47% de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019 la adaptabilidad es adecuada, en el 33% es poco adecuada, en el 20% es muy adecuada y no existe adaptabilidad muy inadecuada ni inadecuada respectivamente. Se evidencia por lo tanto que en la mayoría de recreos la adaptabilidad es adecuada y el promedio de dicha dimensión se ubica en un nivel de adecuado con 16 puntos de un total de 20. Este hecho se debe porque algunas veces la gestión no comprende las necesidades del personal organizándolo con equidad, en algunos casos también los propietarios no se solidarizan frente a los problemas individuales del personal, en la mayoría de los casos sin embargo se respetan las funciones del personal interactuando asertivamente, en la mayoría de los casos el personal muestra responsabilidad considerando su centro de trabajo como un espacio de convivencia sana.

Tabla 10. Media aritmética o promedio del emprendimiento empresarial, productividad laboral y sus dimensiones

	CULTURA EMPRESARIAL	CULTURA FINANCIERA	CREATIVIDAD	INNOVACIÓN	EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL	EFICIENCIA	EFICACIA	ADAPTABILIDAD	PRODUCTIVIDAD LABORAL
Media	13	10	11	13	46	15	15	16	46

Fuente: Cuestionario aplicado en marzo del año 2019
Elaboración: El autor

4.2. Prueba de hipótesis

Para contrastar las hipótesis, se formularon las hipótesis de investigación y las hipótesis nulas, luego se empleó el coeficiente de correlación de Rho

de Spearman puesto que las variables son cualitativas, se procesó los datos en el software SPSS (v. 23.0), en el que se ingresó los datos de las dos variables y sus dimensiones.

Contrastación de la hipótesis general:

Hi: El emprendimiento empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Ho: El emprendimiento empresarial no se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Correlaciones

			EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL	PRODUCTIVIDAD LABORAL
Rho de Spearman	EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL	Coeficiente de correlación	1,000	,849**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	PRODUCTIVIDAD LABORAL	Coeficiente de correlación	,849**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	15	15

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Como el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.848, y el p-valor igual a cero es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación, es decir, el emprendimiento empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Contrastación de las hipótesis específicas:

Hipótesis específica 1

Hi: La cultura empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Ho: La cultura empresarial no se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Correlaciones

			CULTURA EMPRESARIAL	PRODUCTIVIDAD LABORAL
Rho de Spearman	CULTURA EMPRESARIAL	Coeficiente de correlación	1,000	,819**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	PRODUCTIVIDAD LABORAL	Coeficiente de correlación	,819**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	15	15

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Como el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.819, y el p-valor igual a cero es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación, es decir, la cultura empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019

Hipótesis específica 2

Hi: La cultura financiera se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Ho: La cultura financiera no se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Correlaciones

			CULTURA FINANCIERA	PRODUCTIVIDAD LABORAL
Rho de Spearman	CULTURA FINANCIERA	Coeficiente de correlación	1,000	,751**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	15	15
	PRODUCTIVIDAD LABORAL	Coeficiente de correlación	,751**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	15	15

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Como el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.751, y el p-valor igual a cero es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación, es decir, la cultura financiera se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Hipótesis específica 3

Hi: La creatividad se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Ho: La creatividad no se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Correlaciones

			CREATIVIDAD	PRODUCTIVIDAD LABORAL
Rho de Spearman	CREATIVIDAD	Coeficiente de correlación	1,000	,820**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	PRODUCTIVIDAD LABORAL	Coeficiente de correlación	,820**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	15	15

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Como el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.820, y el p-valor igual a cero es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación, es decir, la creatividad se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Hipótesis específica 4

Hi: La innovación se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Ho: La innovación no se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

Correlaciones

			INNOVACIÓN	PRODUCTIVIDAD LABORAL
Rho de Spearman	INNOVACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,832**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	PRODUCTIVIDAD LABORAL	Coeficiente de correlación	,832**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	15	15

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Como el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.832, y el p-valor igual a 0,001 es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación, es decir, la innovación se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Los resultados de la presente investigación indican que el emprendimiento empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.848, y el p-valor igual a cero es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación. Así mismo el emprendimiento empresarial tiene una valoración de poco adecuada y la productividad laboral de adecuada. Estos resultados se relacionan con resultados y conclusiones de investigaciones anteriores como es el caso de: D'Armas, Cequea y Chávez (2011). En su trabajo de investigación concluyen que existe incidencia en la productividad en varios departamentos de

Ingeniería como son: Satisfacción en el trabajo, Sueldos y Salarios y Motivación; mientras para la Gerencia son: Calidad, Capacidad de Repuesta, y Control. Somarriba (2015) en su estudio llega a las siguientes conclusiones: Los períodos de progreso y cambio en el mundo empresarial han sido determinados por múltiples fenómenos en los que el emprendimiento es un campo de investigación incipiente con mayor auge en los últimos años. El acto de emprender no es sólo una peculiaridad de la actividad empresarial, sino que es colateral y determinante para el desarrollo de la sociedad del siglo XXI. El autor pondera la importancia del emprendimiento como una conducta diaria de toda empresa para el cumplimiento de sus objetivos. Rodríguez, Núñez y Cequea, (2011), su trabajo de investigación “La productividad desde una perspectiva humana: Dimensiones y factores, Venezuela”. El objetivo es correlacionar las variables. Se utilizó el modelo no experimental descriptivo, revisión de la literatura bases de datos y revistas, tesis doctorales y libros publicados cuya intención es relacionar la productividad con el factor humano. Se examinaron unos 250 documentos de los cuales se eligieron los calificados más notables en la investigación. Se concluye que existe implicancia y repercuten los elementos humanos con productividad. Benzanquen (2012) en su estudio concluye que el sistema de incentivos de la productividad logró motivar a los empleados a ser más productivos y esforzarse más. Más de 50% obtuvo bonificaciones tanto de producción como de asistencia durante meses, lograron incrementar sus remuneraciones mensuales, se alcanzó incrementar el 21% en la productividad de la planta y todo eso a un costo 58% menor al máximo estimado. Este autor indica que para producir más, es necesario incentivos y reconocimiento al colaborador, hecho que estamos plenamente de acuerdo. Ozuna (2012), en su tesis concluye que el nivel de cultura organizacional coincide con los indicadores de productividad demostrando así la problemática que existe dentro de la institución. Ello implica que la productividad tiene relación directa y dependencia de otros factores como es la cultura organizacional, motivación, incentivos y el emprendimiento empresarial como es nuestro caso. Alva y Juárez (2014), en su investigación concluye que hay un nivel medio o regular en la empresa para la satisfacción laboral y el nivel de productividad, conclusión que no coincide con el

presente estudio donde el nivel de valoración de la productividad es adecuado o alto Mogollón (2016), en su tesis concluye que existe una relación alta y positiva entre la satisfacción laboral y la productividad de los trabajadores, donde la productividad tiene un nivel alto; resultado coincidentemente con el presente estudio donde el emprendimiento empresarial y la productividad laboral se relacionan significativamente con un coeficiente de correlación alto y positivo. Harman (2012), en su tesis concluye que el PNUD reconoce la importancia central de la innovación tecnológica para el desarrollo económico y humano de las sociedades contemporáneas. En este contexto, desde el año 2007 el proyecto RAMP PERÚ viene promoviendo la innovación tecnológica a nivel nacional y en las regiones de Cajamarca, Cusco y Puno. Es uno de los pocos proyectos en el Perú que opera de manera descentralizada, y que se enfoca en el reconocimiento y formación de emprendedores que buscan introducir en el mercado tecnologías para satisfacer necesidades de poblaciones vulnerables. Esta realidad no se da en la región Huánuco donde la presencia de los gobiernos nacionales regionales y locales, está ausente para el desarrollo sostenible empezando por el reconocimiento y la formación de emprendedores. Guillen (2016), en su tesis concluye que se comprobó que al existir una innovación empresarial la competitividad de las panaderías en la ciudad de Huánuco, pueden lograr a ser exitosas utilizando la capacidad de cuando una idea creativa se usa se transforma en un algo productivo y beneficioso. Este autor como nosotros apostamos por el emprendimiento empresarial y sobre todo por la innovación y la creatividad para el éxito de las empresas.

CONCLUSIONES

- El emprendimiento empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.848, y el p-valor igual a cero es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación. Así mismo el emprendimiento empresarial tiene una valoración de poco adecuada y la productividad laboral de adecuada.
- La cultura empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.819, y el p-valor igual a cero es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación, además la cultura empresarial se encuentra en una valoración de poca adecuada.
- La cultura financiera se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.751, y el p-valor igual a cero es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación, además la cultura financiera se encuentra en una valoración de inadecuada.
- La creatividad se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.820, y el p-valor igual a cero es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación, así mismo la creatividad se encuentra en una valoración de poco adecuada pero muy próximo a la valoración de inadecuada.
- La innovación se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco

2019, puesto que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.832, y el p-valor igual a 0,001 es menor que el error estimado (0,01), por lo que se acepta la hipótesis de investigación, del mismo modo la innovación se encuentra dentro de una valoración de po.co adecuada

RECOMENDACIONES

- Al existir una relación significativa y directa con una probabilidad de error del 1% entre el emprendimiento empresarial y la productividad laboral, los propietarios de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019 deben realizar esfuerzos para optimizar el emprendimiento empresarial para ello es necesario realizar alianzas estratégicas con el gobierno local, regional y nacional para realizar capacitaciones en torno al conocimiento del emprendimiento como un factor importante para la vigencia empresarial.
- Las entidades responsables que direccionan el desarrollo de los empresarios en todos los rubros como el MINCETUR, Cámara de Comercio y las entidades financieras se deben preocupar por capacitar a los propietarios de los recreos de comida regional en el conocimiento de una cultura financiera adecuada para que puedan despegar y tener mayor sostenibilidad en sus negocios.
- Los propietarios de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019, deben apostar por la creatividad como un factor de competitividad y preferencias al producto que ofrecen con la finalidad de tener clientes cautivos que incrementaran las ventas y por ende la rentabilidad.
- Si bien es cierto la productividad laboral en los en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019, es adecuada sin llegar a ser muy adecuada que sería la meta de estas empresas, es necesario que a sus trabajadores se incentive con reconocimientos y premios por la buena labora que realicen y se formalicen también laboralmente, puesto que muchos de ellos son trabajadores eventuales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva, J. y Juárez J. (2014). *Relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la Empresa Chimú Agropecuaria S.A del Distrito de Trujillo-2014*. (Tesis de maestría), Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo – Perú.
- Baldoni, L. (2008). *Que hacen los Emprendedores para obtener los mejores resultados* México: Editores S.A. de C.V.
- Bazinet, A. (1984). *La Evaluación del rendimiento: métodos para la evaluación de los mandos intermedios en la empresa*. Barcelona: Herder.
- Bernzaquen, S. (2012). *Sistemas de incentivos para aumentar la productividad en el área de producción*. (Tesis maestría, Universidad Simón Bolívar), Recuperada de <http://159.90.80.55/tesis/000156513.pdf>
- Cámara de Comercio de Barranquilla (2015). *Caribe Biz Forum (2015)*. Disponible en www.camarabaq.org.co/conclusiones-caribe-biz-forum-2015/
- Chiavenato, I. (2004). *Administración de Recursos Humanos*. Santa Fé de Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional*. Santa Fé de Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.
- Claudia, A. S. (2010). Empleabilidad temprana y emprendimiento: Dos grandes desafíos en la formación superior en Chile. *Calidad en la Educación*, 33, diciembre, pp. 319-337.
- Conlade Perú (2015). *2do-Congreso Latinoamericano de Emprendedores*. Disponible en <https://www.joinnus.com/.../lima-conlade-peru-2do-congreso-latinoamericano-de-emp...>

- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 7-30.
- D'Armas, L. Cequea P. y Chávez C. (2011). *Satisfacción del personal y productividad laboral en la división de planta Caruachi de Edelca, Venezuela*.
- Diccionario (1981) Aristos. Editorial Científico-Técnica. Cuba: Guantánamo,
- Drucker, P. (1985). *The discipline of innovation*. Harvard Business Review, Vol. 63, May-June, 67-72.
- Fandiño, L. M. y Bolívar, M. C. (2008). *Evaluación del Impacto del Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana*. (Trabajo de Grado, Universidad Javeriana). Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis32.pdf>
- Feíto, R. (2004). *Importancia de la organización del trabajo en el incremento de la productividad*. Cuba: Instituto de Estudios e Investigaciones del Trabajo.
- Franco, Y. A. (2014). *Aproximaciones a la Educación Financiera en América Latina*. Disponible en <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xix/docs/9.04.pdf>
- Freire, A. (2005). *Pasión por emprender*. Madrid: Ediciones Aguilar
- Gamba, J. (2015). *La motivación y su relación con la productividad*. (Grado de maestría, Universidad Autónoma de Querétaro), Recuperada de <http://ri.uaq.mx/bitstream/123456789/3227/1/RI002723.PDF>
- García y Mercadé (2000). *Emprendimiento en Femenino*. Perú: Ediciones Gestión 2000,S.A.
- Gibb, A. (1988). *Simulating Entrepreneurship and New Business Development*. Ginebra. Oficina Internacional del Trabajo.

- Gil, M. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. España: Esic Editorial.
- Gomez, R. (2010). *Recursos humanos fundamentos del comportamiento en la empresa*. Madrid, España: Encuentro.
- Gomez, M.P. y Satizabal K. (2007). *Ponencia; Competencias emprendedoras a fortalecer en la Pontificia Universidad Javeriana Cali*. p. 1-24.
- Gorgievski, M., Moriano, J.A., & Bakker, A. (2014). Relating work engagement and workaholism to entrepreneurial performance. *Journal of Managerial Psychology*, 29(2), 106-121.
- Guillen (2016). *Innovación empresarial y su influencia en la competitividad de las panaderías en la ciudad de Huánuco– 2016*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Huánuco. Perú
- Harman, U.A. (2012). Un estudio de los factores de éxito y fracaso en emprendedores de un programa de incubación de empresas: caso del proyecto RAMP Perú. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Jaramillo, L. (2008). Emprendimiento: Concepto básico en competencias. Lumen. *Revista del Instituto de Estudios en Educación-IESE*, Recuperado de: <http://www.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>
- John. (2004). *Emprendimiento empresarial*. México: Thomson Editores.
- Jone, G. y Geoge, J. (2010). *Administración contemporánea*. México D.F: McGraw- Hill.
- Lagos, E. (2014). La motivación en la productividad laboral. *Voz Zootécnica, Revista informativa, técnica y científica*, 4 (2014), pp.25-30
- Machuca (2009). *Administración Tradicional*. Lima, Perú: San Marcos.

- Mertens, L. (1998). *La medición de la productividad como referente de la formación–capacitación. Una propuesta metodológica*. México. Boletín cinterfor No. 143, Mayo- Agosto.
- Mateo, D. (2010). *Gestión Emprendedora. Estrategias y habilidades para el emprendedor actual*. España: Editora Ideas Propias.
- Mogollón E. (2016), “*Satisfacción Laboral y su relación con la Productividad de los trabajadores del servicio de nutrición del Hospital Nacional Alberto Sabogal Sologuren, Callao-Perú, 2016*”.
- Montoya, H. (2014). *Factores que desmotivan a los trabajadores*. Recuperado de <http://www.laprensa.hn/suplementos/743532-98/10-factores-que-desmotivan-a-los-empleados> (1 de setiembre de 2014)
- Ozuna, N. (2012). *La cultura organizacional y su relación con la productividad de una institución financiera*. (Tesis de maestría, Instituto Politécnico Nacional de México). Recuperada de <http://148.204.210.201/tesis/1359572818938FINALTESIS.pdf>
- Parra, M. y otros (2015). *Emprendimiento y creatividad*. Coloombia: Ediciones ECOE
- Pintado, E. (2014). *Comportamiento organizacional: Gerenciación y liderazgo conductivo del talento humano*. Lima: Talleres Gráficos Dennis Morzán.
- Pereira, F. (2007). *La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento*. Hacia una visión sistémica y humanista. *Revista Cuad. Adm. Bogotá (Colombia)*, 20 (34): julio-diciembre.
- Porter, M.E. (1980). *Estrategia Competitiva: Técnicas para analizar la Empresa y sus Competidores*. New York: Free Press.
- Roa, M. J. (2013). *Inclusión financiera en América Latina Y el Caribe: acceso uso y calidad*. de *Boletín CEMLA 2013*. Disponible en: http://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB_BOL_LIX03-01.pdf

- Robbins S. & Coulter M. (1998). *Administración*. (10^{va} edic). México: Prentice Hall. Hispanoamericana S.A.
- Robbins, S. y Judge, T. (2013), *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación.
- Rodríguez, L. Núñez, A. Cequea, P. (2011), “*La productividad desde una perspectiva humana: Dimensiones y factores, Venezuela.*” Recuperado el 20 de junio del 2016 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54921605013>
- Sisk, H. y Sverdlik, M. (1979). *Administración y Gerencia de Empresas*. South-Western Publishing Co. U.S.A.
- Somarriba, F. (2015). *Actividad Emprendedora en el Desarrollo Económico Local. Evidencias para el caso de Nicaragua y Municipio de León, 2000-2013* (Tesis doctoral). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
- Spencer, L.M. y Spencer, S.M. (1993). *Competence at Work*. New York: John Wiley and Sons.
- Van Der (2005). *Gestión y gerencias empresariales*. Madrid, España: Eco Ediciones.

ANEXO

ANEXO 01: INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO PARA MEDIR EL NIVEL DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS RECREOS DE COMIDA REGIONAL

I. DATOS GENERALES:

Razón social del recreo: _____

Ubicación: _____ Fecha: _____

II. INSTRUCCIONES

Estimado propietario(a) el presente cuestionario es para la realización de un trabajo de investigación que permitirá medir el nivel de emprendimiento de su negocio o empresa. Mucho agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

De antemano le agradecemos su colaboración

La valoración de cada respuesta es:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
	CULTURA FINANCIERA					
1	¿Solicita préstamo a las entidades financieras?					
2	¿Se retrasa en el pago de las deudas?					
3	¿Tienes dinero invertido en otros negocios?					
4	¿Alguna vez te has sobregirado con tu tarjeta de crédito?					
	CULTURA EMPRESARIAL					
5	¿Realiza usted capacitación para sus trabajadores?					
6	¿Tienen a tener disposición a lograr metas en su empresa?					
7	¿Piensa usted que aplicando el emprendimiento empresarial se lograra una mejor eficacia en su empresa?					
8	¿Brindan oportunidades de progreso dentro de su empresa para sus trabajadores?					
	CREATIVIDAD					
9	¿Considera usted que este local se diferencia de los demás?					
10	¿Cree que su local tiene originalidad?					
11	¿Existe creatividad permanente en los servicios que ofertan?					
12	¿Existe creatividad en la atención a los usuarios o clientes de su negocio?					
	INNOVACIÓN					
13	¿Se innova permanentemente los servicios de su negocio?					
14	¿Tiene clientes cautivos para su negocio?					
15	¿Existe actualmente la resistencia al cambio en su empresa?					
16	¿Se innova permanentemente el marketing empresarial?					
	SUB TOTAL					
	TOTAL					

CUESTIONARIO PARA MEDIR LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS RECREOS DE COMIDA REGIONAL

I. DATOS GENERALES:

Razón social del recreo: _____
 Ubicación: _____ Fecha: _____

II. INSTRUCCIONES

Estimado propietario(a) el presente cuestionario es para la realización de un trabajo de investigación que permitirá medir la productividad laboral de su negocio o empresa. Mucho agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

De antemano le agradecemos su colaboración

La valoración de cada respuesta es:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
	EFICACIA					
1	¿En la gestión el personal actúa con ética frente al cumplimiento de sus funciones?					
2	¿En la gestión el personal muestra alto desempeño en el logro en productividad y objetivos para el mejoramiento y desarrollo de la empresa?					
3	¿En la gestión el personal logra cumplir las metas y objetivos?					
4	¿Facilita la utilización de material tecnológico?					
	EFICIENCIA					
5	¿Cuenta con la logística necesaria para realización de sus funciones?					
6	¿Cuenta con la colaboración para cumplimiento de sus funciones?					
7	¿La distribución de los recursos es equitativa en todas las áreas de su negocio?					
8	¿La administración maneja con eficiencia los recursos financieros asignados para el personal?					
	ADAPTABILIDAD					
9	¿La gestión comprende las necesidades del personal organizándolo con equidad?					
10	¿La gestión se solidariza frente a los problemas individuales del personal?					
11	¿Se respetan las funciones del personal interactuando asertivamente?					
12	¿El personal muestra responsabilidad considerando su centro de trabajo como un espacio de convivencia sana?					
	SUB TOTAL					
	TOTAL					

ANEXO Nº 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LOS RECREOS DE COMIDA REGIONAL DEL DISTRITO DE PILLCO MARCA – HUÁNUCO 2019

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cómo se relaciona el emprendimiento empresarial y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cómo se relaciona la cultura empresarial y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019? ¿Cómo se relaciona la cultura financiera y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?</p>	<p>Objetivo General: Determinar cómo se relaciona el emprendimiento empresarial y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar cómo se relaciona la cultura empresarial y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019. Determinar cómo se relaciona la cultura financiera y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito</p>	<p>Hipótesis general: El emprendimiento empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.</p> <p>Hipótesis específicas La cultura empresarial se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019. La cultura financiera se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019. La creatividad se relaciona significativamente con la</p>	<p>Variable 1: Emprendimiento empresarial cuyas dimensiones son -Cultura empresarial -Cultura financiera -Creatividad -Innovación</p> <p>Variable 2: Productividad laboral, cuyas dimensiones son: -Responsabilidad -Eficacia -Eficiencia -Adaptabilidad</p>	<p>Tipo de estudio. El presente estudio es descriptivo correlacional. Diseño de investigación. El diseño a emplear es el correlacional. Población y muestra. La población lo constituirán los propietarios de los recreos de comida regional del Distrito de Pillco-Marca que suman alrededor de 50. La muestra será de tipo no probabilística por conveniencia o intencional y lo conformarán 15 propietarios.</p> <p>Técnica e instrumento de recolección de datos. La técnica a utilizar será la encuesta y como</p>

<p>¿Cómo se relaciona la creatividad y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?</p> <p>¿Cómo se relaciona la innovación y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?</p>	<p>de Pillco Marca – Huánuco 2019.</p> <p>Determinar cómo se relaciona la creatividad y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.</p> <p>Determinar cómo se relaciona la innovación y la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.</p>	<p>productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019?</p> <p>La innovación se relaciona significativamente con la productividad laboral en los recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2019.</p>		<p>instrumentos se tendrá dos cuestionarios que medirán al emprendimiento empresarial y a la productividad laboral conformado por 16 ítems y 12 ítems respectivamente</p>
--	---	--	--	---

ANEXO 03: FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS			
Apellidos y nombres del informante	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del instrumento
		Cuestionario para medir el emprendimiento empresarial	TRUJILLO VÁSQUEZ, Leonor Beatriz
TÍTULO: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LOS RECREOS DE COMIDA REGIONAL DEL DISTRITO DE PILLCO MARCA – HUÁNUCO 2019			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN						
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	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de claridad y cantidad					
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					
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación					
III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:						

<ul style="list-style-type: none"> • El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado () • El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado () 						
IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: _____						
Lugar y Fecha	DNI	Firma del Experto	Teléfono			

I. DATOS INFORMATIVOS			
Apellidos y nombres del informante	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del instrumento
		Cuestionario para medir la productividad laboral	TRUJILLO VÁSQUEZ, Leonor Beatriz
TÍTULO: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LOS RECREOS DE COMIDA REGIONAL DEL DISTRITO DE PILLCO MARCA – HUÁNUCO 2019			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN						
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	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de claridad y cantidad					
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					
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación					
III. OPINIÓN DE APLICACIÓN: _____						
<ul style="list-style-type: none"> • El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado () • El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado () 						
IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: _____						
Lugar y Fecha	DNI	Firma del Experto		Teléfono		

ANEXO 04: PROPUESTA DE MEJORA DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

1. Fundamentación

Es importante desarrollar una propuesta de emprendimiento empresarial en los propietarios de los recreos de comida regional del distrito de Pillco Marca ubicado en la provincia y departamento de Huánuco, puesto que hoy en día vivimos en un mundo globalizado y altamente competitivo, donde las tecnologías de información y comunicación a través del internet y las redes sociales juegan un papel importante en los negocios en todos los aspectos.

La región Huánuco, cuenta con un gran potencial turístico teniendo como bandera la variedad gastronómica, sitios turísticos con una variedad de climas y regiones altitudinales que no cuentan otras regiones, sin embargo, se observa en la práctica que los recreos de comida regional en la mayoría de los aún no han emprendido empresarialmente a nivel nacional e internacional debido fundamentalmente a una ausencia de parte de los responsables de una cultura empresarial, financiera, de creatividad y de innovación acorde con los cambios socioeconómicos emergentes a nivel local, nacional e internacional.

Para nadie es ajeno que Huánuco como ciudad tiene una ubicación estratégico en el contexto nacional, puesto que se ubica en la región centro oriental con un clima templado y primaveral que oscila en un promedio de 23°C, sin embargo, el acceso es muy dificultoso porque los pasajes aéreos son los más caros del Perú las vías terrestres permanentemente colapsan por el demasiado tránsito y por los embates de la naturaleza como a todos nos consta, es por ello que todas las empresas tienen que pensar en un emprendimiento empresarial con la finalidad de propender a una productividad y al cumplimiento de las metas y objetivos empresariales.

2. Objetivos

La presente propuesta se basa en la motivación de fomentar el emprendimiento empresarial en los propietarios de recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca-Huánuco.

- **Objetivo 1.** Fomentar el espíritu emprendedor en los propietarios de recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco.
- **Objetivo 2.** Promover la cultura financiera en los propietarios de recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco.
- **Objetivo 3.** Desarrollar la creatividad y la innovación en los propietarios de recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca – Huánuco.

3. Contenido y desarrollo

- **Línea de actuación: Formación**

En esta línea se pretende fomentar la inserción de los propietarios de recreos de comida regional del Distrito de Pillco Marca en el mundo del emprendimiento mediante el conocimiento y desarrollo de la cultura empresarial, cultura financiera, creatividad e innovación con la finalidad de mejorar y optimizar la productividad de sus empresas. Para ello se debe implementar los talleres de orientación y formación de emprendimiento empresarial, consistente en:

- a) Programa de talleres en orientación empresarial**

El objetivo de este programa es impulsar y acercar a los propietarios de los recesos de comida regional al conocimiento en todas sus dimensiones del emprendimiento empresarial.

La estructura del programa consiste en impartir charlas, talleres y módulos relacionados con el emprendimiento empresarial, así como temas de productividad y rentabilidad.

b) Programa “emprender desde los recreos”

El programa consiste en inducir a los propietarios de los recreos de comida regional al mundo del emprendimiento y la innovación.

Se pretende aproximar e inducir, mediante distintas actividades, el espíritu emprendedor de los propietarios, fomentando la motivación empresarial y el desarrollo de habilidades emprendedoras.

- **Línea de actuación: Herramientas tecnológicas**

Esta línea tiene como objetivo incrementar el manejo de la tecnología como beneficio para los recesos de comida regional empresas con respecto a las redes sociales que hoy en día es necesario para promocionar un negocio.

Esta línea de actuación implica desarrollar diferentes acciones formativas y de dinamización, no sólo relacionadas con los conocimientos sobre las nuevas tecnologías sino también con las redes sociales y creación de páginas web para sus empresas con la finalidad de incrementar la productividad.

- **Línea de actuación: Asesoramiento**

Tiene como objetivo principal dinamizar el espíritu emprendedor, la creatividad y la innovación, como elementos fundamentales para el desarrollo empresarial y el cumplimiento de sus metas y objetivos. Para ello es necesario apoyo permanente en base a acciones de asesoramiento inclusive con asistencia técnica como accesos a créditos, aspectos normativos y tributarios con información actualizada con la finalidad de formalizarse en el caso que no lo estén. Para ello es necesario asesoramiento permanente sobre:

- a) Procesos jurídicos de constitución legal de una empresa evitando de esta manera la ilegalidad que constituye un riesgo en el futuro.

- b) Trámites de constitución formal de las empresas referente a requisitos municipales, de la SUNAT y de la SUNARP.
- c) Estudio de la viabilidad de una mayor cobertura realizando un serio estudio de mercado de clientes potenciales y cautivos para cuestiones de planificación empresarial.
- d) Procesos de trámites financieros distinguiendo las entidades financieras favorables y las que no tienen ningún tipo de riesgo.

4. Recursos

- **Humanos**

- a) Profesionales expertos en emprendimiento de la Universidad Alas Perunas
- b) Profesionales del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) de la ciudad de Huánuco
- c) Profesionales expertos en emprendimiento de la Cámara de Comercio de Huánuco
- d) Representantes de la Municipalidad de Pillco Marca-Huánuco

- **Materiales y equipos**

- a) Instalaciones: Local del Recreo “El Bambú”
- b) Equipo de sonido
- c) Proyector multimedia
- d) Folletos: Material impreso

- **Financieros**

La ejecución de la presente propuesta será financiada por los propietarios de los recreos de comida regional y de la municipalidad del distrito de Pillco Marca.

ANEXO 05: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS