

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

**Cultura Corporativa y entrepreneurship en el servicio de
mantenimiento rutinario por el instituto de vialidad municipal de
la provincia de Abancay, periodo 2020**

Presentado para optar el título profesional de Licenciada en
Administración y Negocios Internacionales

Por:

Pamela Pariguana Castillo
Yanet Cecilia Jaquehua Laura

Asesor:

Mg. Dante Ortiz Guillen

Juliaca, diciembre de 2020

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS

Mg. Dante Ortiz Guillen, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

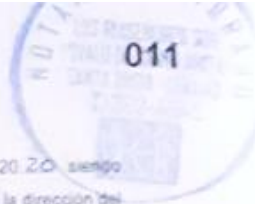
DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: **“CULTURA CORPORATIVA Y ENTREPRENEURSHIP EN EL SERVICIO DE MANTENIMIENTO RUTINARIO POR EL INSTITUTO DE VIALIDAD MUNICIPAL DE LA PROVINCIA DE ABANCAY, PERIODO 2020”** constituye la memoria que presentan las Bachilleres **Pamela Pariguana Castillo** y **Yanet Cecilia Jaquehua Laura** para obtener el título de Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca, a los 16 días del mes de febrero del año 2022


Mg. Dante Ortiz Guillen
Asesor



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Puno, Juliaca, Villa Chullunquiani, a 23 día(s) del mes de diciembre del año 2020 siendo las 12:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Campus Juliaca, bajo la dirección del (de la) presidente(a)

Mtro. Lucas Fernando Meza Revatta, el (la) secretario(a) Mtro. Wilson Cruz Mamani y los demás miembros Mtro. Aníbal Vargas Martínez Lic. Julio Samuel Torres Miranda y el (la) asesora(a) Lic. Dante Ortiz Guillen

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado "Cultura Corporativa y entrepreneurship en el servicio de mantenimiento rutinario por el instituto de vialidad municipal de la provincia de Abancay periodo 2020" del(los) bachiller(es): a) Pamela Pariguana Castillo b) Yanet Cecilia Jaquehua Laura c)

conducente a la obtención del título profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado. Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a) Pamela Pariguana Castillo

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: Aprobado, 14, C, Aceptable, Bueno

Bachiller (b) Yanet Cecilia Jaquehua Laura

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: Aprobado, 14, C, Aceptable, Bueno

Bachiller (c)

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: (Empty)

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Signatures of Presidente/a, Asesora, Bachiller (a), Bachiller (b), Bachiller (c), and two Members (Membros) and the Secretary (Secretario/a).

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado en primer lugar a Dios, por brindarnos la sabiduría y empeño.

En segundo lugar, a nuestros padres, quienes que nos brindaron su apoyo incondicional para alcanzar nuestras metas, de la misma forma a nuestros hermanos y amigos por su apoyo moral.

Finalmente, al Lic. Dante Ortiz Guillen, por su asesoría en el trabajo de investigación y a todas las personas que nos apoyaron sus conocimientos para la realización de este trabajo de investigación.

Agradecimientos

A Dios porque nos mantuvo en el buen camino y nos concedió sabiduría, tiempo y todo lo necesario para desarrollar el presente trabajo, ofreciéndonos las fuerzas para perseverar a lo largo del proceso.

A la Universidad Peruana Unión y la Facultad de Ciencias Empresariales, por habernos formado como profesional con valores éticos cristianos, morales e intelectuales.

Al Instituto Vial Provincial de Abancay, quienes contribuyeron en el desarrollo del presente trabajo, por brindarnos las facilidades necesarias para el caso; y a todos quienes hicieron posible la realización de esta tesis, por su ayuda y apoyo desinteresado.

Índice de Contenido

Dedicatoria	iv
Agradecimientos	v
Índice de Contenido	vi
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras.....	xi
Índice de Anexos.....	xii
Símbolos Usados	xiii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
Capítulo 1.....	16
El Problema.....	16
1.1 Descripción de la Situación Problemática.....	16
1.2 Formulación del Problema.....	18
1.2.1 Problema general.	18
1.2.2 Problemas específicos.....	18
1.3 Justificación.....	18
1.3.1 Justificación.....	18
1.4 Objetivos de Investigación.....	20
1.4.1 Objetivo general.	20
1.4.2 Objetivos específicos.....	20

Capítulo 2.....	21
Marco Teórico	21
2.1 Antecedentes de la Investigación	21
2.1.1 Antecedentes a nivel internacional.	21
2.1.2 Antecedentes a nivel nacional.	23
2.2 Marco Filosófico	25
2.3 Bases Teóricas.....	27
2.3.1 Cultura corporativa.	27
2.3.3 Emprendimiento.	32
2.3.4 Dimensiones de emprendimiento.	32
2.4 Marco Conceptual	35
Capítulo 3.....	36
Método de la Investigación.....	36
3.1 Método	36
3.2 Hipótesis y Variables	36
3.2.1 Hipótesis principal.	36
3.2.2 Hipótesis específicas.....	36
3.3 Variables de Estudio.....	36
3.4 Operacionalización de Variables	37
3.5 Diseño de la Investigación.....	37
3.6 Población y Muestra.....	38
3.6.1 Población.....	38

3.6.2	Muestra.....	38
3.7	Técnicas de Recolección de Datos.....	39
3.8	Instrumentos de Recolección de Datos	39
3.9	Confiabilidad y Validez del Instrumento.....	40
3.10	Técnicas para el Procesamiento y Análisis de Datos.....	41
	Capítulo 4.....	42
	Resultados y Discusión	42
4.1	Cultura Corporativa	42
4.1.1	Artefactos y creaciones.	42
4.1.2	Valores.	43
4.1.3	Premisas básicas.	44
4.2	Emprendimiento	46
4.2.1	Intención emprendedora.....	46
4.2.2	Actitudes y habilidades del emprendimiento.....	46
4.3	Resultados de Correlación del Objetivo General	48
4.4	Comprobación de la Hipótesis.....	49
4.4.1	Comprobación de la hipótesis sobre la relación de los artefactos y creaciones con el entrepreneurship en los colaboradores del eervicio de mantenimiento rutinario del instituto de vialidad municipal de la provincia de Abancay.	49
4.4.2	Comprobación de la Hipótesis Sobre la Relación de los Valores con el Entrepreneurchip en los Colaboradores del Servicio de Mantenimiento Rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay.	51

4.4.3 Comprobación de la hipótesis sobre la relación de las premisas básicas con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del instituto de vialidad municipal de la provincia de Abancay.....	52
4.5 Discusión.....	54
Capítulo 5.....	57
Conclusiones y Recomendaciones.....	57
5.1 Conclusiones.....	57
5.2 Recomendaciones.....	57
Referencias	59
Anexos	63

Índice de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables	37
Tabla 2. Cálculo de Alfa de Cronbach – Fiabilidad	40
Tabla 3. Artefactos y creaciones - Comunicación	42
Tabla 4. Artefactos y creaciones – Trabajo en equipo	43
Tabla 5. Valores – Desarrollo personal.....	44
Tabla 6. Premisas básicas – Adaptación al cambio	45
Tabla 7. Premisas básicas – Mejora de la calidad y productividad	45
Tabla 8. Intención emprendedora	46
Tabla 9. Actitudes y habilidades del emprendimiento	47
Tabla 10. ¿Por qué motivos no emprendería una empresa?	47
Tabla 11. Correlación de Pearson sobre la relación de la cultura corporativa y el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del IVP	48
Tabla 12. Correlación de Pearson sobre la relación de los artefactos y creaciones con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del IVP	50
Tabla 13. Correlación de Pearson sobre la relación de los valores con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del IVP.....	51
Tabla 14. Correlación de Pearson sobre la relación de las premisas básicas con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del IVP	53

Índice de Figuras

Figura 1. Modelo organizacional de tres capas de Schein (citado por Luna, 2014).....	28
Figura 2. El Iceberg de la cultura corporativa.....	30
Figura 3. Tres niveles de la cultura corporativa (Chiavenato, 2009).	30
Figura 4. Operacionalización de competencias de entrepreneurship (Gómez et al., 2017, p.160).....	34

Índice de Anexos

Anexo 1. Vista satelital de la ubicación del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay – Apurímac.....	63
Anexo 2. Vista satelital del Distrito de Coyllurqui – Provincia de Cotabambas - Apurímac	64
Anexo 3. Organigrama del IVP Abancay - Apurímac.....	65
Anexo 4. Matriz de consistencia.....	67
Anexo 5. Operacionalización de variables.....	67
Anexo 6. Solicitud de autorización para realizar trabajo de investigación.....	69
Anexo 7. Autorización para realizar la investigación	70
Anexo 8. Encuesta.....	71
Anexo 9. Solicitud para la validación de instrumento	77
Anexo 10. Validación de instrumento por el experto	78

Símbolos Usados

IVP	Instituto de Vialidad Municipal
UPeU	Universidad Peruana Unión

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la cultura corporativa y el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020. El tipo de investigación utilizada es cuantitativa, de tipo no experimental, con un muestreo probabilístico, aleatorio simple. La muestra de estudio se aplicó a 84 colaboradores que laboraron en el periodo 2020 Asimismo el instrumento utilizado fue la encuesta, con escala Likert, el cual obtuvo 0.826 de confiabilidad Alpha de Cronbach. Los resultados comprueban la existencia de una correlación significativa entre la cultura corporativa y el entrepreneurship a un nivel del 0.01. Por lo que las conclusiones del estudio precisan una relación positiva entre la cultura corporativa y el entrepreneurship.

Palabras clave: Cultura corporativa, Entrepreneurship, Mantenimiento rutinario, Instituto de Vialidad Municipal, Provincia de Abancay.

Abstract

The research aims to determine the relationship between corporate culture and entrepreneurship in the collaborators of the routine maintenance service of the Municipal Highway Institute of the Province of Abancay, period 2020. Its specific objectives are: to determine how artifacts and creations are related with entrepreneurship in collaborators; determine how values are related to entrepreneurship in employees and determine how the basic premises are related to entrepreneurship in employees. The methodology is focused on the application of a quantitative research, non-experimental type, with a probabilistic, simple random sampling, to 84 collaborators, information was collected through the survey instrument, with Likert scale, the instrument obtained 0.826 of Alpha reliability of Cronbach, which has been validated by expert judgment. The results confirm the existence of a significant correlation between corporate culture and entrepreneurship at a level of 0.01. The conclusions of the study require a significant correlation between entrepreneurship and the dimensions of corporate culture: artifacts and creations, values and basic premises.

Keywords: Corporate culture, entrepreneurship, Routine maintenance, Municipal Highway Institute, Province of Abancay.

Capítulo 1

El Problema

1.1 Descripción de la Situación Problemática

Los empresarios de hoy desean un crecimiento de su legado, por ello están en búsqueda de diversas estrategias que puedan aplicar en sus empresas con la finalidad de tener un buen desempeño y desarrollo exitoso. Ello radica en una buena cultura organizacional, debido a que ello nos permitirá fortalecer lazos laborales dentro de una organización teniendo una sola meta para beneficio de la empresa. En la revista Grant Thornton publicado el 10 de octubre del 2017 en su Informe de Negocios Internacionales (IBR) menciona que los directivos están encaminados para incrementar su desarrollo en la cultura corporativa, como modelo se muestra que el 80% de los directorios en India y 50% a nivel global tiene a la cultura como un punto permanente en su agenda y el 85% y un 71% a nivel global, está implementando controles internos enfocados en la cultura y el comportamiento de los empleados para un mejor desarrollo y crecimiento empresarial, por ello es necesario mantener una cultura corporativa adecuada y como consecuencia los resultados son positivos para la empresa.

Según Sheen, R. (2017) El buen desarrollo de la cultura corporativa implica contar con un propósito de desarrollo, el cual es compartida por los integrantes de la organización, lo que genera una serie de factores que impactan de manera positiva en la corporación. Por el contrario cuando existe la falta de cultura corporativa en la empresa, crea diversos problemas internos, repercutiendo en la productividad y en su desempeño laboral debido a que no todos reconocen el objetivo de la corporación en conjunto.

Asimismo, Harvard Business Review, estima que entre el 20 y 30 % del rendimiento empresarial depende directamente de la cultura corporativa. Por lo que una de las causas que dificulta el crecimiento de la empresa es la aplicación de una inadecuada cultura corporativa y el entrepreneurship como es el caso de la infraestructura vial en zonas de extrema pobreza, donde las brechas aún persisten, cuyos efectos limitan la conectividad y

accesibilidad a zonas excluidas y fronterizas, esta situación no está ajena a la realidad de la Provincia de Abancay.

Estudiar el entrepreneurship y la cultura corporativa es de vital importancia para abordar problemáticas sociales y medio ambientales (Gómez, Llano, Hernández, Mejía & Heilbron, Martín, Mendoza & Senior, 2017). La importancia empresarial de crear empresa requiere de ingenio, creatividad, liderazgo, para asumir riesgos que el emprendedor se propone, aprovechar oportunidades que ofrece en entorno (Parra, Rubio & López, 2017). Existe relación en las variables progreso y crecimiento empresarial y el rol que desempeñan los emprendedores (Galindo & Méndez, 2016). Hoy en día la tendencia de la iniciativa empresarial como desafío en un contexto europeo y español (Castro, Renés & León, 2014). Por ello se hace necesario una educación en emprendimiento dentro de las agendas de cambio cultural, donde es necesario desarrollar una cultura corporativa para elevar el interés de los colaboradores, y así aprovechar las oportunidades empresariales (Lindh & Thorgren, 2016).

Por lo tanto, es necesario establecer una organización adecuada para mejorar y articular a la cultura corporativa y el entrepreneurship con la finalidad de lograr la competitividad y, por ende, la articulación regional y local en el marco de los corredores logísticos, así como del financiamiento de los proyectos viales para elevar la calidad de los caminos departamentales y vecinales. El Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay tiene limitaciones para contribuir al desarrollo rural y a la superación de la pobreza en el país, se requiere que sus colaboradores emprendan de la mejora en el servicio prestado sobre todo en la etapa de ejecución de obras, es decir, desde las etapas de construcción, rehabilitación y mantenimiento de caminos rurales, siendo ésta la razón de ser del Instituto Vial Provincial de Abancay - IVP para lograr la integración de la población rural y la reducción de costos de transporte.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema general.

¿Cuál es la relación entre la cultura corporativa y el entrepreneurship en los colaboradores de servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020?

1.2.2 Problemas específicos.

- a) ¿Cómo los artefactos y creaciones se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020?
- b) ¿Cómo los valores se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020?
- c) ¿Cómo las premisas básicas se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación.

Desde el punto de la cultura corporativa y el entrepreneurship en el servicio de mantenimiento rutinario por colaboradores del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay la investigación aporta a la temática, debido a que hoy en día es fundamental el desarrollo de la infraestructura vial sobre todo en la región de Apurímac. Actualmente, se destaca que el Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay tiene un rol importante en la construcción, mejoramiento, rehabilitación y mantenimiento de la infraestructura de transporte local, que comprende caminos vecinales motorizados, puentes, caminos rurales, caminos no motorizados, en el ámbito urbano, y cualquier otra forma de infraestructura de transporte terrestre relacionada al medio local, en alianza con los

gobiernos locales, barrios y comunidad organizada. La investigación enfatiza que el mantenimiento vial mejora el desarrollo de mercados sobre todo en el área rural, genera empleo directo permanente y vincula al poblador con el desarrollo rural.

1.3.2 Viabilidad

1.3.2.1 En lo cultural. Desde la perspectiva cultural la investigación es importante dado que la cultura corporativa es lo que los empleados perciben como un modo de desarrollo corporativa, dicha percepción crea un patrón de creencias, valores y expectativas, por ello es necesario prestar un servicio de calidad al cliente, puesto que hoy en día cada región, provincia, distrito y sobre todo los colaboradores del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay se caracterizan por la mejora de la competitividad, en el campo de las vías de comunicación por medio de la infraestructura vial de calidad, el cual debe guardar relación conjunta con la gestión vial de los caminos vecinales de la Provincia de Abancay.

1.3.2.2 En lo social. *Desde el punto de vista social la presente investigación es relevante dado que hoy en día se fomenta el desarrollo de los pueblos por medio de los proyectos de inversión pública (PIP), lo que genera crecimiento de la población asimismo en la Provincia de Abancay los proyectos son ejecutados por el Instituto de Vialidad Municipal en su jurisdicción provincial y en el marco de su competencia, por ello planifica y ejecuta las acciones de construcción, rehabilitación, mejoramiento y mantenimiento de la infraestructura del transporte vecinal con la finalidad de contribuir a la superación de la pobreza y el desarrollo, enmarcado en el Plan Vial Participativo Provincial, el Plan de Infraestructura Económica Provincial vigente y el Plan de Desarrollo de la Provincia de Abancay, en armonía con el medio ambiente.*

1.3.2.3 En lo metodológico. Desde el punto de vista metodológico la investigación es importante puesto que contrasta los aportes de la teoría de cultura organizacional y el entrepreneurship, desde el análisis de correlación de Pearson desde el comportamiento de los colaboradores quienes se desempeñan en el campo del servicio del mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay.

1.3.2.4 En lo teórico. Desde el punto de vista teórico la investigación corrobora la revisión de los aportes teóricos de la cultura corporativa y el entrepreneurship que juega un papel importante en la toma de decisiones del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay.

1.4 Objetivos de Investigación

1.4.1 Objetivo general.

Determinar la relación entre la cultura corporativa y el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020.

1.4.2 Objetivos específicos.

- a) Determinar cómo los artefactos y creaciones se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020.
- b) Determinar cómo los valores se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020.
- c) Determinar cómo las premisas básicas se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional.

Thompson, Verduijn & Gartner (2020) en su investigación: “Emprendimiento como práctica: fundamento teorías contemporáneas de la práctica en estudios de emprendimiento” desarrolla como objetivo revisar los estudios de emprendimiento con teorizaciones contemporáneas. La metodología que revisa data de los artículos clasificando, con una amplia gama de enfoques de emprendimiento, agrupando los artículos según etnografía, cuasi-etnografía, observación participante e intervencionista, así como intervenciones, notas de campo, videos, etc. Los resultados sostienen que una gran gama de artículos hace referencia la importancia de alentar a los académicos a unirse a la comunidad empresarial como práctica. Concluye que el emprendimiento debe orientarse a la práctica para futuras investigaciones.

Si, Ahlstrom, Wei & Cullen (2020) en su estudio sobre: “Negocios, emprendimiento e innovación. Hacia la reducción de la pobreza” define como objetivo estudiar al emprendimiento como parte importante para reducir la pobreza. La metodología se basa en la revisión documental de artículos científicos de las actividades empresariales en relación con la pobreza, examina relaciones causales, desigualdad de ingresos y la influencia de la actividad empresarial en la pobreza, con datos de 50 estados de Estados Unidos, durante un periodo de 18 años. Los resultados mostraron que la política pública antipobreza permite alentar el emprendimiento, existiendo una correlación significativa entre el espíritu empresarial y el alivio de la pobreza en zonas urbanas más fuerte que en zonas rurales. Concluye que la correlación también se da significativamente en zonas desarrolladas más que en zonas subdesarrolladas.

Ucar (2018) en su investigación denominada: “Cultura creativa local e innovación corporativa” refiere como objetivo, investigar el impacto de la cultura creativa local en la

innovación corporativa. La metodología aplica una nueva medida de cultura creativa desde el enfoque cuantitativo, para empresas estadounidenses, mediante los métodos de regresión. Los resultados examinan el papel de la cultura creativa local en la innovación corporativa, es decir, las empresas ubicadas en área con una fuerte cultura creativa local tienen mejores resultados de innovación, medidos por el número de patentes y citas de patentes. Concluye que los resultados son aplicables a empresas locales y destaca que la innovación corporativa como un determinante importante en la cultura corporativa.

Carro, Sarmiento & Rosano (2017) en su artículo de investigación: “La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial” plantearon como objetivo determinar cómo la cultura influye en la sustentabilidad empresarial, aplicado a la industria en México. La metodología que utilizó son los modelos de cultura y de desarrollo sustentable. Los resultados revelaron que la cultura organizacional influye en las dimensiones social e institucional. Concluyeron que se requiere desarrollar estrategias para mejorar la cultura empresarial. La cultura debe fomentar el compromiso, la creatividad, la iniciativa, el trabajo en equipo y la competitividad de todo el personal.

Lindh & Thorgren (2016) en su investigación denominada: “Educación en emprendimiento: el papel local del negocio” refiere en su objetivo estudiar la educación en emprendimiento destacando las contribuciones al cambio cultural. La metodología explora dos aspectos: el papel de las empresas locales en el espíritu empresarial y la actividad empresarial local y la cultural puede influir en las políticas del país de Suecia, para el que toma como muestras 290 municipalidades suecas. Los resultados conducen a preparar a los estudiantes para la vida comercial actual y futura, para la contribución en el cambio de la cultura empresarial. Concluye que es necesario estimular a los estudiantes a fortalecer las empresas existentes y crear nuevas empresas.

Méndez (2003) en su investigación: “Metodología para describir la cultura corporativa: estudio de caso en una empresa colombiana del sector industrial” plantea como

objetivos analizar la cultura corporativa de una organización colombiana. La metodología aplica en 28 empresas en Colombia y una en México en el sector industrial. Los resultados describen que la cultura corporativa es un insumo fundamental para diseñar estrategias, acciones coherentes y factibles de ejecutar dentro de procesos de cambio organizacional. El éxito de los procesos de cambio depende de la capacidad que tenga la dirección de cada entidad y los facilitadores del proceso de conocimiento previamente a los rasgos de cultura corporativa.

2.1.2 Antecedentes a nivel nacional.

En la investigación de Carpio (2019): "El potencial de la cultura corporativa en los restaurantes de Lima", cuyo objetivos fue determinar si los restaurantes peruanos La Carreta, Pescados Capitales e Isolina Taberna gestionan de manera efectiva su cultura corporativa. La metodología aplica herramientas de carácter cuantitativo, con datos numéricos de encuesta del modelo Goffee y Jones, con 23 preguntas, y de enfoque cualitativo para las entrevistas con el personal, en base a la escala Likert sobre variables de sociabilidad y solidaridad, cuestionario que se aplicó a 121 colaboradores de tres restaurantes. Los resultados indican que a pesar que todas las empresas poseen una cultura corporativa, es un factor importante para el desarrollo de las empresas, el que puede reflejarse en poseer la misión, visión y valores. Así como la personalidad de los líderes influye en la cultura corporativa, con ideas y pensamientos que transmiten la forma de hacer las cosas en el negocio. Concluye que, a pesar de no contar con la misión o visión, los trabajadores se guían por los objetivos, por lo que sugiere incentivos monetarios para motivar al colaborador.

Ventura (2018) en su investigación: "Modelo para generación de nuevos emprendimientos" planteó como objetivos diseñar un modelo para la generación de nuevos emprendimientos con un enfoque sistémico. La metodología muestra la realización de un diagnóstico de emprendimientos, a ocho empresas peruanas e internacionales: Renzo Costa, Kola Real, Topy Top, Groupon, Dropbox, Zappos, Ebay & Apple. Los resultados

identificaron los siguientes factores del modelo de emprendimiento que son el ADN del emprendedor (archivo profundo, valores, team building, visión utópica), idea (inmersión, definir), diseñar (ideación, experimentos), desarrollo del cliente (ideación, experimentos), comparación con el mundo real, aprendizaje. Concluye que con ello se pretende reducir el riesgo al fracaso a partir de la identificación de las necesidades.

Tito (2019) en su investigación: “Relación de la cultura corporativa de la empresa Mi Banco y la identidad organizacional – Banco de la Microempresa S.A” planteó como objetivo analizar las organizaciones formales e informales que rigen por valores, normas, convicciones y tradiciones que cambian con el tiempo. La metodología es de tipo descriptivo, corte transversal, con una muestra de 100 colaboradores, un cuestionario de 29 preguntas. Los resultados revelaron que existe evidencia de la cultura corporativa de Mi Banco puesto que se relaciona con la identidad. Concluye que con un promedio porcentual de 90.21% existe asociación positiva entre ambas variables.

Maldonado & Ochoa (2018) en su investigación sobre “Cultura corporativa y la mejora del clima institucional de MAPFRE, Oficina de Tumbes, 2016”, destacando como objetivo el determinar en qué medida la cultura corporativa mejora el clima institucional de MAPFRE- Oficina de Tumbes, 2016. La metodología es descriptiva, no experimental y transversal, mediante encuestas a 18 directivos y administrativos de MAPFRE, así como entrevistas. Los resultados mediante el coeficiente de Pearson indican la fuerte relación positiva entre la cultura corporativa y el clima laboral, donde los factores son elementos culturales como los valores, ceremonias, metáforas, actitudes y su lenguaje propio de apoyo solidario. Concluye que es necesario la comunicación asertiva, las relaciones humanas para mejorar el ambiente de la empresa.

Perea (2015) en su investigación “Análisis de la cultura organizacional de las empresas de servicios de Lima Metropolitana” plantea como objetivo analizar la eficacia de la cultura corporativa de las empresas de servicio de Lima Metropolitana proponiendo acciones de mejora. La metodología es descriptiva, evalúa la eficacia de cinco variables:

comunicación, trabajo en equipo, desarrollo personal, adaptación al cambio y mejora de la calidad y productividad a 300 colaboradores de 25 empresas. Los resultados indican que las empresas tienen una eficacia de 67.8% como conjunto de valores, tradiciones, creencias, hábitos, normas y actitudes interiorizados que contribuyen a los objetivos.

Amaya, Anchiraico, Martín & Suárez (2019) en su tesis: “Plan de emprendimiento en base a bebidas energéticas con aminoácidos en la ciudad de Lima 2019” presentan como objetivo desarrollar un plan de emprendimiento para el negocio de la bebida isotónica como aminoácidos. La metodología plantea desarrollar la misión, visión, objetivos, validaciones, experimentos, plan estratégico, plan de recursos, plan de operaciones, plan de responsabilidad social empresarial, plan de marketing, y plan financiero. Los resultados aseguran que el mercado de bebidas energéticas tiene un mercado potencial para seguir creciendo, por los insumos especiales como son los aminoácidos, que son vitales antes, durante y después de entrenar. Concluye la necesidad de impulsar el producto de manera intensiva mediante el uso de tecnología, influencers y redes sociales.

2.2 Marco Filosófico

Algunas de los aspectos a destacar en este punto despiertan el interés en comprender que la cultura corporativa y el entrepreneurship no solo es un conocimiento sobre cómo iniciar un negocio sino, es un proceso para desarrollar habilidades, y actitudes empresariales (Lindh & Thorgren, 2016). Algunas enseñanzas bíblicas que corroboran a la investigación son:

“Y cantaban como un cántico nuevo delante del trono, y delante de los cuatro seres vivientes y de los ancianos; y ninguno podía aprender el cántico, sino aquellos cientos cuarenta y cuatro mil que fueron redimidos de entre los de la tierra” (Santa Biblia Reina Valera, 1960, Apocalipsis 14:3).

En el siguiente versículo muestra como Dios establece una cultura organizacional, porque explica el deseo de Dios de poder difundir cual es el propósito del ser humano en la tierra, es así que menciona: “El día que estuviste delante de Jehová en Horeb, cuando

Jehová me dijo: Reúneme el pueblo, para que yo les haga oír mis palabras, las cuales aprenderán, para temerme todos los días que vivieren sobre la tierra, u las enseñaran a sus hijos” (Santa Biblia Reina Valera, 1960, Deuteronomio 4).

Por otro lado, el cristiano comprende que mientras Dios está presente en las actividades que realizamos todo irá bien: “Tus manos me hicieron y me formaron; Hazme entender, y aprenderé tus mandamientos” (Santa Biblia Reina Valera, 1960, Salmos 119).

Asimismo, en Isaías 29:24 menciona “Y los extraviados de espíritu aprenderán inteligencia, y los murmuradores aprenderán doctrina” (Santa Biblia Reina Valera, 1960). Este versículo muestra claramente cómo se debe mantener una cultura corporativa, ya que se debe enseñar y compartir sobre la doctrina a cada miembro de la empresa para que todos tengan un mismo objetivo con la finalidad de alcanzar el éxito.

Cabe mencionar que en libro de Samuel 26:27 menciona sobre el emprendimiento del ser humano por ello dijo: “Y Saúl dijo a David: Bendito eres tú, hijo mío David; sin duda emprenderás tus cosas grandes, y prevalecerás. Entonces David se fue por su camino, y Saúl se volvió a su lugar” (Santa Biblia Reina Valera, 1960). En otro pasaje menciona “Y hago para que quizá sus raíces se fortalezcan a causa de su buena calidad; y que, a causa del cambio de ramas, lo bueno sobrepuje a lo malo” (Santa Biblia Reina Valera, 1960, Jacob 5:59).

Entre muchas de las enseñanzas que dio Jesús: “Y a la mitad de la fiesta, subió Jesús al templo y enseñaba” (Santa Biblia Reina Valera, 1960, Juan 7:14).

“Y se levantó luego el hombre para irse, él, y su concubina y su criado. Entonces su suegro, el padre de la joven, le dijo: He aquí, el día declina y a anochecer; te ruego que paséis aquí la noche. He aquí que el día se acaba; pasa aquí la noche para que se alegre tu corazón; y mañana os levantaréis temprano para emprender vuestro camino, y te irás a tus tiendas” (Santa Biblia Reina Valera, 1960, Jueces 19:9).

Los cristianos han recibido de Dios talentos, habilidades o dones naturales, es necesario saber usarlos, 1 Corintios 10: 31 -33, 15: 58. 1) Por lo que es importante recibir

esta bendición a fin de desarrollar nuestras habilidades y talentos en el crecimiento de la empresa y emprender.

2.3 Bases Teóricas

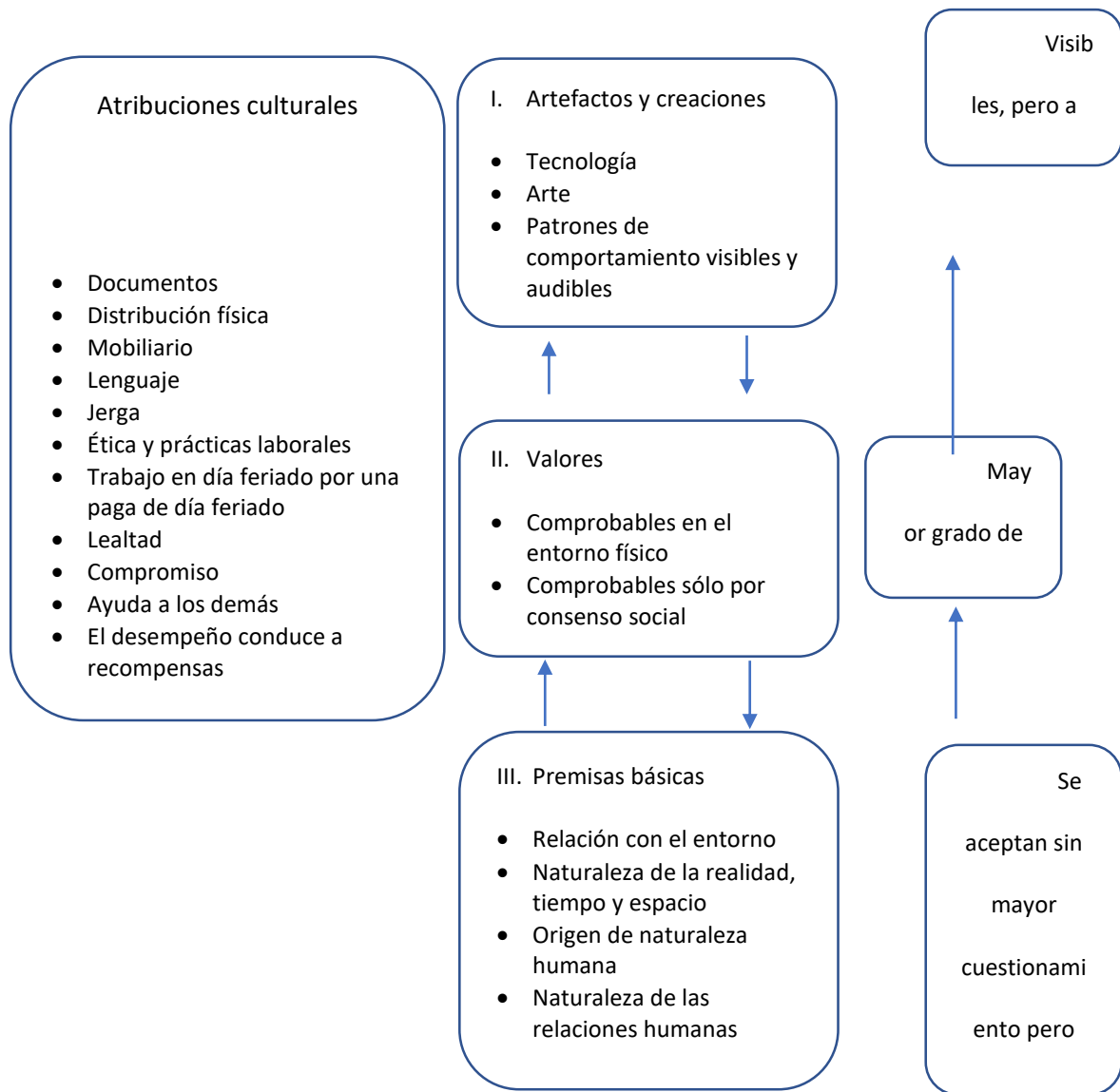
2.3.1 Cultura corporativa.

2.3.1.1 Definición. La cultura corporativa es el conjunto de suposiciones importantes acerca de la organización, sus metas y prácticas, que comparten los integrantes de la misma (Luna, 2014). Las empresas tienen una cultura organizacional única; todas, como parte de sus fortalezas, poseen su propia filosofía, creencias, guías de conducta y pensamiento, su ambiente de trabajo, tradiciones, principios comerciales, prohibiciones políticas, prácticas financieras, ecológicas, valores, principios y personalidad arraigada que definen su cultura corporativa. Comprende valores, creencias y expectativas de comportamientos comunes entre las personas dentro de una región geográfica (Lindh & Thorgren, 2016).

Shein (1988, citado por Luna, 2014) indica que la cultura corporativa supone premisas, adaptaciones, percepciones y aprendizaje y tiene tres capas. La primera incluye artefactos y creaciones visibles, pero a menudo no interpretables, un informe anual, un boletín informativo, divisiones físicas entre trabajadores y muebles son ejemplos de artefactos y creaciones. En la segunda capa están los valores o cosas importantes para la gente. Los valores son deseos o necesidades conscientes y efectivos. En la tercera están las premisas básicas de las que parte la gente y orientan su comportamiento. En esta capa se encuentran las premisas que indican a los individuos cómo percibir, pensar y sentir en trabajo, las metas de desempeño, relaciones humanas y el desempeño de los colegas (figura 1).

Figura 1

Modelo organizacional de tres capas de Schein



Nota: Tomado de Schein (1988, citado por Luna, 2014).

La cultura organizacional comprende expectativas, valores y actitudes compartidos, influye en individuos, grupos y procesos organizacionales. Es así que la cultura influye en los integrantes de la organización para que sean buenos ciudadanos, que cooperen para el desarrollo y mejoramiento de la sociedad.

La cultura corporativa es un todo integral formado por instrumentos y bienes de consumo, estatutos, ideas y oficios humanos, creencias y costumbres, un vasto aparato, en

parte material, en parte humano, y en parte espiritual, por el cual el hombre hace frente a problemas diversos (Lessem, 1992).

La cultura corporativa se ha convertido en la piedra angular de los círculos empresariales por cuatro razones principales:

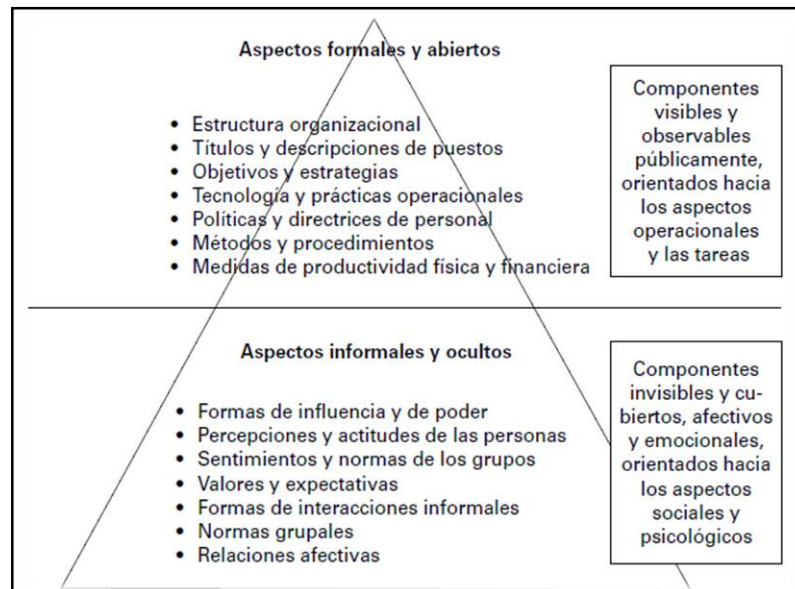
1. La dirección empresarial se ha hecho progresivamente más humana.
2. Se ha producido, un retorno reciente a las cuestiones fundamentales.
3. Los directivos, se han convertido en cultivadores de significados.
4. El mito y el ritual han penetrado en la esfera de la dirección empresarial.

Chiavenato (2009) define a la cultura organizacional de dos maneras: La primera, significa el conjunto de costumbres y realizaciones de una época o de un pueblo, y la segunda se refiere a las artes, la erudición, manifestaciones complejas del intelecto y la sensibilidad humana. Es así que el ser humano está aunado a una cultura y forma parte de un sistema cultural. Es conocida como un conjunto de hábitos y creencias establecidos por las normas, los valores, las actitudes y las expectativas que comparten todos los miembros de una organización. Representa las percepciones de los dirigentes y los colaboradores de la organización y refleja la mentalidad que predomina en ella.

Es una forma de interpretar la realidad de la empresa y constituye un modelo para manejar problemas. La cultura corporativa es como iceberg, dado que solo una fracción pequeña figura sobre el agua y representa su porción visible. La parte más grande se encuentra escondida bajo el agua y las personas no la pueden ver. Muestra aspectos formales y fáciles de ver, como las políticas y las directrices, los métodos y los procedimientos, los objetivos, la estructura organizacional y la tecnología. Oculta aspectos informales, como las percepciones, los sentimientos, las actitudes, los valores, las interacciones informales, las normas grupales (figura 2).

Figura 2

El Iceberg de la cultura corporativa

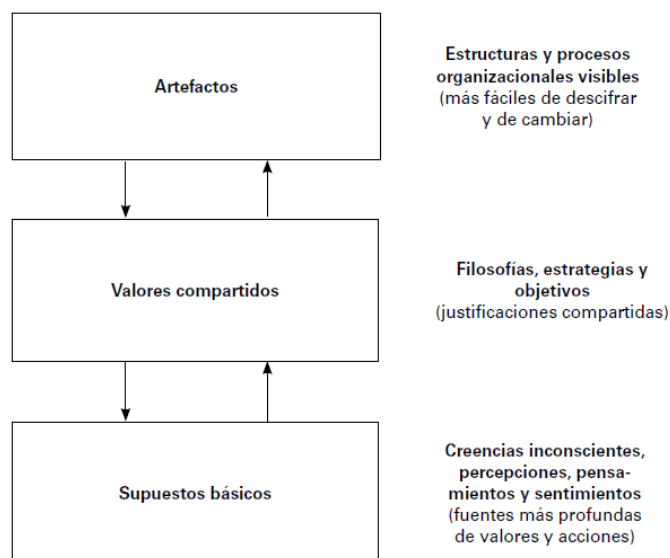


Nota: Tomado de Chiavenato (2009).

Similar a lo propuesto por Schein, Chiavenato (2009) identifica tres componentes de la cultura corporativa (figura 3):

Figura 3

Tres niveles de la cultura corporativa



Nota: Tomado de Chiavenato (2009).

2.3.2 Dimensiones de la cultura corporativa.

2.3.2.1 Dimensión: Artefactos y creaciones. Los artefactos y creaciones se consideran el primer nivel de la cultura corporativa, el más superficial, visible y perceptible. Cosas concretas que cada persona visualiza, oye y siente cuando labora en una organización. Carro, Sarmiento & Rosano (2017), indican que la iniciativa y creatividad se deben ejecutar en las actividades para ver la capacidad y evaluar el desempeño de los trabajadores. Los empleados tienen la posibilidad de ser críticos a las actividades de las personas, superiores, departamentos y resultados, es importante que reciban reconocimientos.

2.3.2.2 Dimensión: Valores. Los valores se consideran el segundo nivel de la cultura corporativa, que adquieren importancia para las personas y que definen las razones que explican por qué hacen lo que hacen. Carro, Sarmiento & Rosano (2017), manifiesta que las relaciones interpersonales influyen en el desempeño laboral, en la estabilidad laboral de los empleados. El empleado de la empresa debe caracterizarse por ser cortés y humilde, que se valore a sí mismo y se debe percibir relaciones de amistad con compañeros, donde el empleado debe dar importancia a actividades recreativas, deportivas y sociales que organiza la empresa.

2.3.2.3 Dimensión: Supuestos básicos. Los supuestos básicos se consideran el nivel más íntimo, profundo y oculto de la cultura corporativa. Son creencias inconscientes, las percepciones, los sentimientos y los supuestos dominantes en los que creen las personas (Carro, Sarmiento & Rosano, 2017).

2.3.3 Emprendimiento.

2.3.3.1 Definición. La palabra entrepreneurship tiene origen francés, *entrepeneur* e indica pionero, utilizado para denominarse como empresario (Fernández & De la Riva, 2014). El emprendimiento responde a requerimiento desde la personalidad proactiva, dinámica y orientada a resultados, así como a características concretas sobre personalidad emprendedora. El sistema educativo a partir de los enfoques puede contribuir a enseñar a ser emprendedor para ello es prescindible identificar mentalidades emprendedoras para impulsarlas (Fernández & De la Riva, 2014).

2.3.4 Dimensiones de emprendimiento.

2.3.4.1 Dimensión: Intensión emprendedora. Los factores asociados al emprendimiento según Tovar, Victoria, Tovar, Troncoso & Pereira (2018) son: las capacidades y habilidades para emprender, educación superior, ahorrar dinero, establecer contactos como socios o proveedores (p.169).

La conducta emprendedora es un campo plural y multidisciplinaria (Silveira, Cabeza & Fernández, 2016). La intención emprendedora viene condicionada por las percepciones de sí mismo como emprendedor y de la profesionalidad que contribuye a la fidelización de los clientes y no viene condicionada por las variables sociodemográficas o culturales (p.70).

Todo emprendimiento deberá ser desarrollado a partir de investigaciones objetivas y aunque no aseguran el éxito estiman los costos reales para la establecer una posibilidad de éxito para el emprendimiento (Reina, Sepúlveda & Gonzales, 2018).

Toda empresa nace en el pensamiento de un emprendedor (Parra, Rubio & López, 2017). El desenvolvimiento depende de factores financieros y compromiso de los empleados y a características del empresario (p.119).

Existen 13 aspectos socioeconómicos con la intención emprendedora. Estos aspectos son: género, estado civil, edad, universidad, área estudios, experiencia laboral, amigo empresario, familiar empresario, estrato socioeconómico, formación del padre y madre, ocupación del padre y madre e intención de crear empresa (Tarapuez & García, 2016).

Existen cuatro características emprendedoras (Tarapuez & García, 2016): Uno de los factores determinantes del emprendimiento es contar con un amigo empresario, aspecto que relaciona características de la “cultura paisa”. Las variables que inciden sobre la supervivencia o sostenibilidad de los emprendimientos de la empresa son: estar ubicadas en la zona comercial, industrial o rural, emprendedor no considera que tiene aptitudes desde la infancia, no se realiza un plan de negocios, no se diversifica la oferta de productos, endeudamiento financiero, el emprendedor no tiene una trayectoria familiar en emprendimiento, emprendedor tiene menos de 20 años de edad, género, el emprendedor no considera alguna variable macro al momento de crear la empresa, el emprendedor no recibe apoyo de alguna entidad, la forma jurídica de la empresa, el tamaño de la empresa es familiar o pequeña, y la formación educativa del emprendedor es básica o superior (Según Reina, Sepúlveda & Gonzales, 2018, p.174).

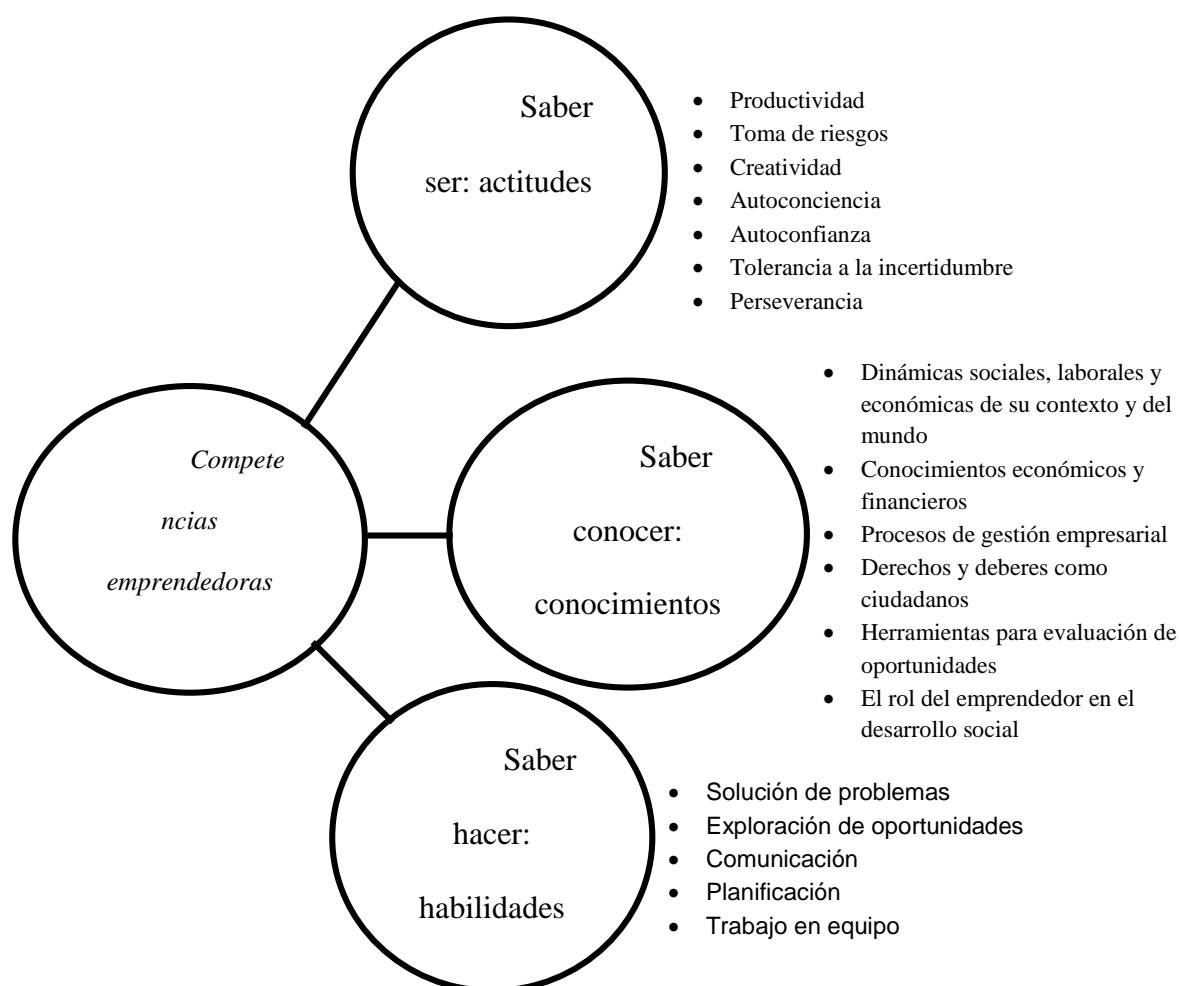
La condición de soltero y la juventud reduce el miedo al fracaso y amortiguan la incertidumbre o la carga de responsabilidad que conlleva trabajar como independiente o crear un startup (colaboradores con ingresos y empleo que dependen de las labores del fundador) (Médor, Sepúlveda & Ramírez, 2007).

2.3.4.2 Dimensión: Actitudes y habilidades del entrepreneurship.

La figura 4 muestra la concepción que hoy en día los retos apuntan a la construcción de actitudes y habilidades que fomenten el entrepreneurship en base a los problemas sociales y medioambientales (Gómez et al., 2017).

Figura 4

Operacionalización de competencias de entrepreneurship



Nota: La figura ha sido tomada Gómez et al., 2017, p.160).

En Europa se viene implementando la educación para entrepreneurship en el sistema educativo, para una adecuada formación del ciudadano emprendedor para que contribuya el crecimiento del país (Castro et al., 2014). Entre ellas se mencionan:

1. La necesidad de repensar la educación: Estimular aptitudes emprendedoras (p.517).
2. La formación de un profesorado emprendedor
3. Superación de un enfoque utilitarista de la educación para el emprendimiento: creación de nuevas empresas para fomentar la adquisición de competencias personales en el individuo.
4. Necesidad de superar la dispersión de iniciativas: Recopilar actividades para fortalecer el conocimiento (p.518).

5. Necesidad de carácter global de educación emprendedora en lo concerniente a las etapas educativas: Acompañamiento efectivo al alumno para el funcionamiento de la competencia emprendedora y la inserción efectiva en el trabajo.

Según Mussons & Tarrats (2018) el entrepreneurship está en función a la autoeficacia, creatividad e innovación como alerta hacia nuevas oportunidades, esfuerzo y perseverancia es un factor clave para el emprendimiento, desempleo y financiación, es decir mayores niveles de desempleo se convierten inducen a una mayor credibilidad emprendedora (p.306).

2.4 Marco Conceptual

Cultura Corporativa

Es un mecanismo que da sentido y control, que guía y da forma a las actitudes y al comportamiento de los empleados. La cultura define las reglas de juego (Gómez et al., 2017).

Entrepreneurship

El entrepreneurship son rasgos innatos de personalidad (alto nivel de creatividad, habilidad de gestión, el ser optimista, emocionalmente resiliente, muy trabajador, comprometido, perseverante, con deseo competitivo para sobresalir y confianza en que uno puede hacer la diferencia (Tovar, Victoria, Tovar, Troncoso & Pereira (2018).

IVP Abancay

El Sistema de mantenimiento de los caminos en el Perú descansa en cuatro ejes: La actividad del servicio de mantenimiento es terciarizado; participación financiera de los gobiernos locales; gestión del mantenimiento descentralizado y transparencia en el uso de recursos y rendición de cuentas.

Capítulo 3

Método de la Investigación

3.1 Método

El método aplicado en la investigación es el método deductivo que, según Hernández, Fernández & Baptista (2014), es aquel que revisa información que parte de lo general a lo específico, tal como se ciñe la investigación desde una revisión general hacia lo particular en la recopilación de la información sobre la variable cultura corporativa y el entrepreneurship.

3.2 Hipótesis y Variables

3.2.1 Hipótesis principal.

La cultura corporativa se relaciona positivamente con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020

3.2.2 Hipótesis específicas.

- a) Los artefactos y creaciones se relacionan positivamente con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020
- b) Los valores se relacionan positivamente con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020
- c) Las premisas básicas se relacionan positivamente con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020

3.3 Variables de Estudio

Variable 1

Cultura corporativa en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario

Variable 2

Entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario.

3.4 Operacionalización de Variables

La operacionalización de variables se presenta en la tabla 1.

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Autor
Variable Cultura corporativa	<ul style="list-style-type: none">• Artefactos y creaciones• Valores• Premisas básicas	<ul style="list-style-type: none">• Comunicación• Trabajo en equipo• Desarrollo personal• Adaptación al cambio• Mejora de calidad y productividad	<ul style="list-style-type: none">• Chiavenato (2009)
Variable • Entrepreneurship	<ul style="list-style-type: none">• Intención emprendedora• Actitudes y habilidades del entrepreneurship	<ul style="list-style-type: none">• Familiar empresario• Intención de crear empresa• Capaz de asumir riesgos• Creatividad• Autoconfianza• Perseverancia• Capaz de solucionar problemas• Facilidad de comunicación• Trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none">• Fernández & De la Riva (2014)• Tovar, Troncoso y Pereira (2018)• Silveira, Cabeza y Fernández (2016)• Tarapuez & García (2016)• Gómez et al. (2017)

Nota: Anexo

3.5 Diseño de la Investigación

Investigación es de tipo cuantitativo sigue un proceso de planteamiento del problema, revisión de la literatura, hipótesis, diseños, selección de muestra, recolección de datos, análisis de datos, presentación de resultados y reporte de resultados (Hernández, Fernández & Baptista, 2014), es de tipo no experimental, de corte transversal, tiene un alcance descriptivo y es correlacional dado que se analiza a la variable cultura corporativa y entrepreneurship del Instituto Vial Municipal de la Provincia de Abancay.

3.6 Población y Muestra

3.6.1 Población.

La población es aquella comprendida como el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas características (Hernández, Fernández & Baptista, 2014), en la investigación esta fuente proviene del Instituto Vial Municipal de la Provincia de Abancay, conformado por 108 colaboradores de planta y de empresas contratistas según planilla.

Para contar con esta información se ha solicitado al Ing. José A. Suca Saavedra Gerente del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay – IVP, oficina que es parte de la Municipalidad Provincial de Abancay en el departamento de Apurímac, quien oportunamente el 10 de setiembre de 2019 facilitó el dato de población de la entidad que administra, así como el consentimiento para la ejecución de la tesis.

3.6.2 Muestra.

La muestra de la investigación es probabilística, de tipo aleatoria simple, ésta comprendida como el subgrupo de la población (Hernández, Fernández & Baptista, 2014), se ha calculado de acuerdo a una población de 108 colaboradores, población se conoce como finita. La estimación del cálculo de la muestra resulta de 84 colaboradores, con un nivel Z de 1.96; p de 0.5 y q de 0.5 y error de 0.05.

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

38

Donde:

Z = Nivel de confianza (valora Z)

p = Porcentaje de población que tiene asertividad

q = Porcentaje de la población que no tiene asertividad

N = Tamaño de universo

e = Error estándar

n = Tamaño de la muestra

En seguida se presenta la muestra mediante la definición de la fórmula es:

$$n = \frac{1.96^2 * 108 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (108 - 1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 84 \text{ colaboradores}$$

3.7 Técnicas de Recolección de Datos

La técnica de recolección de datos se hizo a partir del uso del cuestionario, que es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se va a medir (Hernández, Fernández & Baptista, 2014), en la investigación el cuestionario se aplica al personal que labora en el Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay.

3.8 Instrumentos de Recolección de Datos

El instrumento de recolección de datos cumple tres requisitos: confiabilidad, validez y objetividad (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). En la investigación se utiliza la encuesta como instrumento de recolección de datos de la cultura corporativa y el entrepreneurship en los colaboradores del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay. El instrumento denominado “encuesta” ha sido elaborado por la tesista, consta de 5 dimensiones: comunicación, trabajo en equipo, desarrollo personal, adaptación al cambio, y mejora de la calidad y productividad. El instrumento ha sido validado el presente año 2020

por Alfredo Silva Ccanri profesional de la Municipalidad Distrital de Challhuahuacho (Abancay), y Madeleine Nanny Ticona Condori profesional de la Universidad Nacional de Juliaca, ambos profesionales expertos dieron opinión favorable para ejecutar el instrumento.

3.9 Confiabilidad y Validez del Instrumento

La investigación se validó por medio del Alfa de Cronbach, que mide a través de coeficientes de fiabilidad cuantitativa que varían entre 0 y 1 (Hernández, Fernández & Baptista, 2014), para la validación el Alfa de Cronbach se ha obtenido un coeficiente de 0.826 que indica alto valor para dar confiabilidad a las 28 preguntas planteadas en la investigación (tabla 2). La validación se hizo por juicio de experto y se visualiza en el anexo.

Tabla 2

Cálculo de Alfa de Cronbach – Fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
	0.826	28

Nota. El coeficiente alfa > .81 es bueno.

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	84	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	84	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,826	28

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta.

3.10 Técnicas para el Procesamiento y Análisis de Datos

El procesamiento de los datos utiliza el programa SPSS 25 para tabular la estadística descriptiva (tablas de frecuencias) y la estadística inferencial (cálculo del estadístico de correlación de Pearson). El estadístico de Pearson es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel de intervalos (Hernández, Fernández & Baptista, 2014); se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas en una muestra en dos variables.

Para la validación de la hipótesis se utiliza el coeficiente de Pearson que permite contrastar la relación entre las variables de la cultura corporativa y el entrepreneurship con el grado de significancia del 5%.

El valor oscila entre valores desde -1 a +1, indicando el signo negativo la relación negativa entre dos variables y el signo positivo la relación directa entre dos variables.

Capítulo 4

Resultados y Discusión

4.1 Cultura Corporativa

En seguida se presentan los resultados de la variable cultura corporativa de los colaboradores del IVP, en sus tres dimensiones: artefactos y creaciones, valores y premisas básicas.

4.1.1 Artefactos y creaciones.

La cultura corporativa en su dimensión artefactos y creaciones, en su indicador comunicación, muestra que el 43% de los colaboradores siempre hablan abiertamente para resolver problemas; el 12% casi siempre; el 36% a veces y casi nunca el 6%. Los colaboradores perciben en el 39% que sus directivos comparten espacios para tomar decisiones importantes en su mismo ambiente laboral; seguido del 31% que afirma a veces y el 12% indica que nunca lo realizan de esa manera (tabla 3).

Tabla 3

Artefactos y creaciones - Comunicación

N° Preguntas	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
1 - Se habla abiertamente para resolver problemas	46%	12%	36%	6%	0%
- En mi lugar de trabajo los directivos comparten espacios para tomar decisiones importantes	6%	39%	31%	12%	12%

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 4 se visualiza los resultados de la cultura corporativa en su dimensión artefactos y creaciones, en su indicador trabajo en equipo, que el 20% siempre considera que en su trabajo generan entre todos los colaboradores, alternativas para la resolución de problemas; el 49% afirma indican que casi siempre; el 18% a veces; el 7% casi nunca y solo

el 6% nunca. El 36% de los colaboradores manifiesta que siempre en el trabajo están acostumbrados a escuchar y colaborar; el 46% casi siempre; el 18% a veces; el 12% casi nunca. El 38% de los colaboradores siempre confían en sus compañeros de trabajo; el 18% casi siempre; el 32% a veces; y 12% nunca. El 30% de los colaboradores perciben que siempre es importante retener personas con experiencias técnicas; el 26% casi siempre; el 31% a veces y 13% casi nunca.

Tabla 4

Artefactos y creaciones – Trabajo en equipo

N° Preguntas	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
2 En nuestro trabajo generamos entre todos alternativas para la resolución de problemas	20%	49%	18%	7%	6%
En el trabajo estamos acostumbrados a escuchar y colaborar	36%	46%	6%	12%	0%
Los trabajadores confiamos en nuestros compañeros	38%	18%	32%	0%	12%
Para mi empresa es importante retener personas con experiencias técnicas	30%	26%	31%	13%	0%

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.2 Valores.

La tabla 5 muestra que cultura corporativa en la dimensión valores, indicador desarrollo personal que el 19% de los colaboradores percibe que siempre existe flexibilidad para pedir permiso y faltar al trabajo; el 27% afirma casi siempre; el 24% a veces y el 30% casi nunca. El 6% de los colaboradores afirma que siempre existe equidad en los salarios; el 38% casi siempre; el 32% a veces; el 18% casi nunca y el 6% nunca. El 25% de los

colaboradores sostienen que siempre desearían la mejora de contratos en la empresa; el 43% casi siempre; el 20% a veces; el 6% casi siempre y el 6% nunca.

Tabla 5

Valores – Desarrollo personal

N° Preguntas	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
3 En nuestra empresa existe flexibilidad para pedir permiso y faltar a trabajar	19%	27%	24%	30%	0
En nuestro trabajo existe equidad en los salarios	6%	38%	32%	18%	6%
En mi empresa desearíamos la mejora de contratos	25%	43%	20%	6%	6%

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3 Premisas básicas.

La tabla 6 presenta los resultados de la dimensión de premisas básicas, indicador adaptación al cambio, donde el 25% afirma que siempre apoyaría la crítica constructiva; el 39% casi siempre; el 24% a veces y el 12% casi nunca. El 30% de los colaboradores argumenta que siempre apoyan los planes de mejoramiento; el 25% casi siempre y el 45% a veces. El 7% de los colaboradores perciben que siempre se modifican las rutinas de trabajo; 45% casi siempre; 36% a veces y 12% casi nunca. El 37% de los colaboradores menciona que la empresa siempre impulsa constantemente el crecimiento de todos; el 44% casi siempre y el 19% a veces.

Tabla 6*Premisas básicas – Adaptación al cambio*

N° Preguntas	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
4 - Nuestra empresa apoya la crítica constructiva	25%	39%	24%	12%	0%
- Los empleados apoyamos los planes de mejoramiento	30%	25%	45%	0%	0%
- En mi empresa nunca se modifican las rutinas de trabajo	7%	45%	36%	12	0%
- Nuestra empresa impulsa constantemente el crecimiento de todos	37%	44%	19%	0%	0%

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 7 presenta los resultados de la dimensión premisas básicas del indicador mejora de la calidad y productividad, donde el 44% sostiene que siempre en la organización son tan importantes los clientes internos como los externos; el 44% casi siempre y el 12% a veces. El 20% de los colaboradores refiere que la empresa le da la opción de poder decidir y actuar en la búsqueda de alternativas para resolver problemas.

Tabla 7*Premisas básicas – Mejora de la calidad y productividad*

N° Preguntas	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
5 - Para nuestra organización son tan importantes los clientes internos como los externos	44%	44%	12%	0%	0%
- Mi empresa me da la opción de poder decidir y actuar en la búsqueda de alternativas para resolver problemas	20%	49%	25%	6%	0%

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

4.2 Emprendimiento

En seguida se muestran los resultados de la variable de emprendimiento de los colaboradores del IVP en sus dos dimensiones: intención emprendedora y actitudes y habilidades de emprendimiento.

4.2.1 Intención emprendedora.

La tabla 8 muestra la dimensión de intención emprendedora de los colaboradores, donde el 58% afirma que si tiene actualmente un familiar empresario y el 42% indica no tener ningún familiar empresario. Asimismo, el 88% de los colaboradores menciona que alguna vez pensó en crear su propia empresa y el 12% no lo pensó. Y el 75% estaría dispuesto a asumir riesgos de iniciar con su empresa y el 25% no está dispuesto.

Tabla 8

Intención emprendedora

N	Preguntas	Si (%)	No (%)
1	¿Actualmente, tiene usted algún familiar empresario?	58%	42%
2	¿Alguna vez pensó en crear su propia empresa?	88%	12%
3	¿Estaría usted dispuesto a asumir riesgos de iniciar con su empresa?	75%	25%

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Actitudes y habilidades del emprendimiento.

La tabla 9 presenta las actitudes y habilidades del emprendimiento, donde el 63% si cree que la creatividad es importante para el manejo de una empresa; y el 37% no lo cree así. El 70% de los colaboradores indica que si tendría la suficiente confianza para crear una empresa y el 30% no la tiene. El 80% muestra que si se considera perseverante y el 20% que no es perseverante. El 63% de los colaboradores enfrentaría problemas de asumir la

dirección de una empresa y el 37% no lo enfrentaría. El 75% de los colaboradores indica que si tiene la facilidad de comunicarse con sus compañeros de la empresa y el 37% no tiene dicha facilidad.

Tabla 9

Actitudes y habilidades del emprendimiento

N	Preguntas	Si (%)	No (%)
4	¿Cree usted que la creatividad es importante para el manejo de una empresa?	63%	37%
5	¿Tendría usted la suficiente confianza para crear una empresa?	70%	30%
7	¿Se considera usted perseverante?	80%	20%
8	¿Enfrentaría problemas de asumir la dirección de una empresa?	63%	37%
9	¿Tiene usted facilidad de comunicarse con sus compañeros?	75%	25%
10	¿Tiene facilidad para trabajar en equipo?	74%	26%

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 10 presenta los resultados sobre los motivos para no emprender una empresa, estos se deben al temor de perder (13%); por no tener experiencia (25%); por no contar con capital (31%); no le agradan los negocios (19%) y perciben que son muy jóvenes el 12%.

Tabla 10

¿Por qué motivos no emprendería una empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Por temor a perder	11	13,1	13,1	13,1
Por no tener experiencia	21	25,0	25,0	38,1
Por no contar con capital	26	31,0	31,0	69,0

No le agradan los negocios	16	19,0	19,0	88,1
Es muy joven	10	11,9	11,9	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Resultados de Correlación del Objetivo General

En la tabla 11 se visualiza los resultados de la correlación de Pearson, mostrando la existencia de una correlación significativa y positiva de $r = 0.804$, entre la variable cultura corporativa y el entrepreneurship de los colaboradores del Instituto de Vialidad Municipal.

Tabla 11

Correlación de Pearson sobre la relación de la cultura corporativa y el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del IVP

		Cultura corporativa	Entrepreneurship
Cultura corporativa	Correlación de Pearson	1	,804**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	84	84
Entrepreneurship	Correlación de Pearson	,804**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	84	84

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

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

Prueba de Significancia

a) El valor de la correlación de Pearson es de 0.803.

b) En seguida se procede al planteamiento de la hipótesis nula y alterna:

Hipótesis Nula :

$\rho = 0$ ¿Es el valor de ρ estadísticamente es igual a cero?.

Hipótesis Alternativa :

$\rho \neq 0$ ¿Es el valor de ρ estadísticamente diferente de cero?.

c) El valor crítico estimado es al 0.01

$$t = 0.804 * \left[\frac{15 - 2}{1 - (0.804 * 0.804)} \right]^{0.5}$$

$$t = 4.87$$

d) Estadístico de prueba y P calculado

El valor 4.87 en una tabla "t" con n-2 grados de libertad (15-2).

e) Decisión

La hipótesis nula se rechaza si el valor de P calculado es menor que el alfa elegido (P crítico).

f) Conclusión

A un nivel de significancia del 1% la muestra provee suficiente evidencia estadística para suponer que las variables provienen de una población con un coeficiente de correlación diferente de cero ($P < 0.01$).

4.4 Comprobación de la Hipótesis

4.4.1 Comprobación de la hipótesis sobre la relación de los artefactos y creaciones con el entrepreneurship en los colaboradores del eervicio de mantenimiento rutinario del instituto de vialidad municipal de la provincia de Abancay.

En la tabla 12 se presenta la comprobación de la hipótesis mediante el contraste de análisis de correlación de Pearson, mostrando la existencia de una correlación significativa y positiva de $r = 0.803$, entre la variable cultura corporativa, dimensión artefactos y creaciones con el entrepreneurship de los colaboradores del Instituto de Vialidad Municipal.

Tabla 12

Correlación de Pearson sobre la relación de los artefactos y creaciones con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del IVP

		Entrepreneurship	Artefactos y creaciones
Entrepreneurship	Correlación de Pearson	1	,803**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	84	84
Artefactos y creaciones	Correlación de Pearson	,803**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	84	84

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

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

Prueba de Significancia

a) El valor de la correlación de Pearson es de 0.803.

b) En seguida se procede al planteamiento de la hipótesis nula y alterna:

Hipótesis Nula :

$\rho = 0$ ¿Es el valor de ρ estadísticamente es igual a cero?.

Hipótesis Alterna :

$\rho \neq 0$ ¿Es el valor de ρ estadísticamente diferente de cero?.

c) El valor crítico estimado es al 0.01

$$t = 0.803 * \left[\frac{6 - 2}{1 - (0.803 * 0.803)} \right]^{0.5}$$

$$t = 2.69$$

d) Estadístico de prueba y P calculado

El valor 2.69 en una tabla "t" con n-2 grados de libertad (6-2).

e) Decisión

La hipótesis nula se rechaza si el valor de P calculado es menor que el alfa elegido (P crítico).

f) Conclusión

A un nivel de significancia del 1% la muestra provee suficiente evidencia estadística para suponer que las variables provienen de una población con un coeficiente de correlación diferente de cero ($P < 0.01$).

4.4.2 Comprobación de la Hipótesis Sobre la Relación de los Valores con el Entrepreneurship en los Colaboradores del Servicio de Mantenimiento Rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay.

En la tabla 13 se visualiza el contraste de la hipótesis planteada mediante la correlación de Pearson, mostrando la existencia de una correlación significativa y positiva de $r = 0.654$, entre la variable cultura corporativa, dimensión valores con el entrepreneurship de los colaboradores del Instituto de Vialidad Municipal.

Tabla 13

Correlación de Pearson sobre la relación de los valores con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del IVP

		Entrepreneurship	Valores
Entrepreneurship	Correlación de Pearson	1	,654**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	84	84
Valores	Correlación de Pearson	,654**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	84	84

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

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

Prueba de significancia

a) El valor de la correlación de Pearson es de 0.654.

b) En seguida se procede al planteamiento de la hipótesis nula y alterna:

Hipótesis Nula :

$\rho = 0$ ¿Es el valor de ρ estadísticamente es igual a cero?.

Hipótesis Alterna :

$\rho \neq 0$ ¿Es el valor de ρ estadísticamente diferente de cero?.

c) El valor crítico estimado es al 0.01

$$t = 0.654 * \left[\frac{3 - 2}{1 - (0.654 * 0.654)} \right]^{0.5}$$

$$t = 0.86$$

d) Estadístico de prueba y P calculado

El valor 0.86 en una tabla "t" con n-2 grados de libertad (3-2).

e) Decisión

La hipótesis nula se rechaza si el valor de P calculado es menor que el alfa elegido (P crítico).

f) Conclusión

A un nivel de significancia del 1% la muestra provee suficiente evidencia estadística para suponer que las variables provienen de una población con un coeficiente de correlación diferente de cero ($P < 0.01$).

4.4.3 Comprobación de la hipótesis sobre la relación de las premisas básicas con el entrepreneurchip en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del instituto de vialidad municipal de la provincia de Abancay.

En la tabla 14 se muestra la comprobación de la hipótesis mediante el contraste de correlación de Pearson, mostrando la existencia de una correlación significativa de $r =$

0.811, entre la variable cultura corporativa, dimensión: premisas básicas con el entrepreneurship de los colaboradores del Instituto de Vialidad Municipal.

Tabla 14

Correlación de Pearson sobre la relación de las premisas básicas con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del IVP

		Entrepreneurship	Premisas básicas
Entrepreneurship	Correlación de Pearson	1	,811**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	84	84
Premisas básicas	Correlación de Pearson	,811**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	84	84

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

Nota: Información procesada en el SPSS 25.

Fuente: Elaboración propia.

Prueba de Significancia

a) El valor de la correlación de Pearson es de 0.811.

b) En seguida se procede al planteamiento de la hipótesis nula y alterna:

Hipótesis Nula :

$\rho = 0$ ¿Es el valor de ρ estadísticamente es igual a cero?.

Hipótesis Alterna :

$\rho \neq 0$ ¿Es el valor de ρ estadísticamente diferente de cero?.

c) El valor crítico estimado es al 0.01

$$t = 0.811 * \left[\frac{6 - 2}{1 - (0.811 * 0.811)} \right]^{0.5}$$

$$t = 2.69$$

d) Estadístico de prueba y P calculado

El valor 2.77 en una tabla "t" con n-2 grados de libertad (6-2).

e) Decisión

La hipótesis nula se rechaza si el valor de P calculado es menor que el alfa elegido (P crítico).

f) Conclusión

A un nivel de significancia del 1% la muestra provee suficiente evidencia estadística para suponer que las variables provienen de una población con un coeficiente de correlación diferente de cero ($P < 0.01$).

4.5 Discusión

Recordemos que la cultura corporativa y el entrepreneurship permite mantener un compromiso organizacional los cuales son constructos que presentan gran interés para el desarrollo de las organizaciones, es así que en la presente investigación se encontró como resultado una correlación positiva de $r = 0.804$, entre la variable cultura corporativa y el entrepreneurship de los colaboradores del Instituto de Vialidad Municipal, lo que se contrasta con la investigación de Sarmiento & Rosano (2017) en su artículo de investigación: "La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial en la que revelaron que la cultura organizacional influye en las dimensiones social e institucional, concluyendo que se requiere desarrollar estrategias para mejorar la cultura empresarial. La cultura debe fomentar el compromiso, la creatividad, la iniciativa, el trabajo en equipo y la competitividad de todo el personal. Con estos resultados podemos mencionar que los colaboradores del Instituto de Vialidad Municipal mantienen una cultura organizacional adecuada, lo que permite avanzar en los proyectos a realizar en la Municipalidad Provincial de Abancay, periodo 2020.

Por otro lado H. Schein definió la cultura empresarial como un conjunto de supuestos y creencias sobre las cuales las personas basan sus conductas diarias en el desempeño de

su trabajo, marcando tres niveles diferenciados: *los artefactos, los valores y los supuestos*, en ese sentido en la presente investigación mostró una correlación significativa y positiva de $r = 0.803$, entre la variable cultura corporativa, dimensión artefactos y creaciones con el entrepreneurship de los colaboradores del Instituto de Vialidad Municipal. Lo que significa que los artefactos y creaciones se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020.

Asimismo, basándonos en la concepción de H. Schein sobre la cultura empresarial como el conjunto de supuestos y creencias, marcando los valores, en la presente investigación en cuanto a la Relación de los Valores con el Entrepreneurship en los Colaboradores del Servicio de Mantenimiento Rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, se muestra una correlación significativa y positiva de $r = 0.654$, este resultado se asemeja con los resultados que obtuvo Tito (2019) donde revelaron que existe evidencia de la cultura corporativa de Mi Banco puesto que se relaciona con la identidad con un promedio porcentual de 90.21% existiendo asociación positiva entre ambas variables. En su investigación donde analizó a las organizaciones formales e informales que rigen por valores, normas, convicciones y tradiciones que cambian con el tiempo.

Por otro lado, en cuanto a la Relación de las Premisas Básicas con el Entrepreneurship en los Colaboradores del Servicio de Mantenimiento Rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, mostrando la existencia de una correlación significativa de $r = 0.811$, Se reafirma estos resultados con el “Análisis de la cultura organizacional de las empresas de servicios de Lima Metropolitana” que desarrolló Perea (2015) sobre la eficacia de la cultura corporativa de las empresas de servicio de Lima Metropolitana proponiendo acciones de mejora, donde obtuvo como resultados indican que las empresas tienen una eficacia de 67.8% como conjunto de valores, tradiciones, creencias, hábitos, normas y actitudes interiorizados que contribuyen a los objetivos. Esta

información nos permite realizar una reflexión sobre la importancia de mantener la cultura corporativa y el Entrepreneurship con la finalidad de que se mantenga un conjunto de habilidades que beneficie a todos, tanto a los clientes internos, como a los clientes externos, mientras se mantenga de forma correcta el resultado siempre será positivo.

Capítulo 5

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Conclusión del Objetivo General

La investigación ha corroborado la existencia de una relación directa entre la cultura corporativa y el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020.

Conclusión del Objetivo Específico 1

Se concluye la existencia de una relación positiva entre la cultura corporativa, dimensión artefactos y creaciones, y el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020.

Conclusión del Objetivo Específico 2

Se concluye que la cultura corporativa, dimensión valores se relacionan positivamente con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020.

Conclusión del Objetivo Específico 3

Se concluye que la cultura corporativa, dimensión: premisas básicas se relaciona positivamente con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda lo siguiente:

Incentivar a los colaboradores para que internalicen los objetivos, misión y visión de la organización, así como se debe motivar con incentivos monetarios la creatividad de los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay.

Fortalecer la comunicación y el trabajo en equipo de los colaboradores entre ellos y con sus directivos.

Fomentar la práctica de valores mediante el desarrollo personal, mostrando respeto al trabajo, practica de la equidad en los salarios y mejora de contratos y buen trato al colaborador del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay.

Fomentar la adaptación al cambio mediante la crítica constructiva, el soporte mediante planes de mejoramiento, modificación de rutinas de trabajo, así como de impulso constante de crecimiento de los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay.

Impulsar la calidad y productividad de la organización integrando a los colaboradores en la búsqueda de alternativas de solución ante los problemas suscitados.

Utilizar la metodología aplicada para futuras investigaciones en otras organizaciones.

Referencias

- Amaya, D. R., Anchiraico, M. A., Martín, S. V. & Suárez, J. Z. (2019). *Plan de emprendimiento en base a bebidas energéticas con aminoácidos en la ciudad de Lima 2019* [tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Negocios. Lima]. Repositorio Institucional.
- Carpio, A. A. (2019). *El potencial de la cultura corporativa en los restaurantes de Lima* [tesis de pregrado, Universidad de Lima, Facultad de Comunicación - Lima]. Repositorio Institucional.
- Carro, J., Sarmiento, S. & Rosano, G. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial. *Estudios Comerciales*, 33, 352-365.
- Castro, A., Renés, P., & León, B. De. (2014). Education for entrepreneurship : the case of Cantabria La educación para el emprendimiento : el caso de Cantabria. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139, 512-518.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.056>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano* (Tercera edición ed.). Mc Graw Hill.
- Fernández, C., & De la Riva, B. (2014). Entrepreneurial mentality and culture of entrepreneurship Mentalidad emprendedora y cultura del emprendimiento. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139, 137-143.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.044>
- Galindo, M. Á., Méndez, M. T. & Castaño, M. S. (2016). Journal of Innovation Artículo conceptual y emprendimiento, 1, 62-68. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.01.006>
- Grant Thornton (10 de octubre del 2017) *Cultura y estrategia* extraído de <https://www.grantthornton.global/es/insights/growthiq/por-que-la-cultura-puede-crear-o-destruir-su-empresa/>

- Gómez, L., Llano, M., Hernández, T., Mejía, D. & Heilbron, J., Martín, J., Mendoza, J. & Senior, D. (2017). Competencias emprendedoras en Básica Primaria: Hacia una educación para el emprendimiento. *Pensamiento y gestión*, 43, 150-180.
<http://dx.doi.org/10.14482/pege.41.9704>
- Harvard Business Review (Julio a Agosto 2018) “*Colaboración sin agotamiento*”
(Collaboration Without Burnout) EEUU
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición, McGrawHill.
- Lessem, R. (1992). *Gestión de la cultura corporativa*. Ediciones Díaz de Santos, S. A.
- Lindh, I., & Thorgren, S. (2016). Entrepreneurship education: the role of local business. *Entrepreneurship and Regional Development*, 28(5–6), 313–336.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2015.1134678>
- Luna, A. (2014). *Administración estratégica*. Primera Edición Ebook, Grupo Editorial Patria.
- Maldonado, M. J. & Ochoa, G. J. (2018). Cultura corporativa y la mejora del clima institucional de MAPFRE, Oficina de Tumbes, 2016 [tesis de pregrado, Universidad Nacional de Tumbes, Facultad de Ciencias Económicas]. Repositorio Institucional.
- Médor, D., Sepúlveda, E. & Ramírez, M. (2007). Sobre las razones del emprendimiento y del trabajo independiente de los profesionales en tecnologías informáticas en Guadalajara, Jalisco. *Trayectorias Año 20*, 46, 93-118.
- Méndez, C. E. (2003). Metodología para describir la cultura corporativa: estudio de caso en una empresa colombiana del sector industrial. *Cuadernos de administración*. Red ALyC.
- Mussons, M., & Tarrats, E. (2018). Modelo de credibilidad emprendedora en los estudiantes de enfermería y fisioterapia. *Revista electrónica trimestral de Enfermería*, 49, 294-308.
- Parra, M., Rubio, G. & López, L. M. (2017). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito : casos de estudio en empresarios de Ibagué, Tolima. *Pensamiento y gestión*, 43, <http://dx.doi.org/10.14482/pege.41.9704>

- Perea, F. (2015). Análisis de la cultura organizacional de las empresas de servicios de Lima Metropolitana. *Anales Científicos*, 76(1), 168-176.
- Posadas, G. (2019). *Propuesta de lineamiento e comunicación en un medio de comunicación televisivo para la construcción de cultura corporativa: Caso de Panamericana Televisión en el Perú* [tesis de pregrado, Universidad de Piura]. Repositorio Institucional.
- Reina, W. Sepúlveda, C. I. & Gonzales, G. J. (2018). Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. *Revista de Ciencia Económica XXVI* (47), 163-180.
- Santa Biblia Reina Valera* (1960). <https://www.biblegateway.com/versions/Reina-Valera-1960-RVR1960-Biblia/>
- Si, S., Ahlstrom, D., Wei, J., & Cullen, J. (2020). Business, Entrepreneurship and Innovation Toward Poverty Reduction. *Entrepreneurship and Regional Development*, 32(1–2), 1–20. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1640485>
- Silveira, Y., Cabeza, D., & Fernández, V. (2016). Emprendimiento : perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 22(2), 70-77. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2015.10.008>
- Sheen, R. (2017). La cultura organizacional y su impacto en la gestión empresarial Un acercamiento a tres compañías peruanas. Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Tarapuez, E., & García, M. D. (2016). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios de Quindío (Colombia). *Aportes a la Investigación y Docencia*, 123-136. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68618>.<https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68618>
- Tito, M. A. (2019). *Relación de la cultura corporativa de la empresa Mibanco y la identidad organizacional – Banco de la Microempresa S.A* [tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio Institucional.
- Thompson, N. A., Verduijn, K., & Gartner, W. B. (2020). Entrepreneurship-as-practice: grounding contemporary theories of practice into entrepreneurship studies.

Entrepreneurship and Regional Development, 32(3–4), 247–256.

<https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1641978>

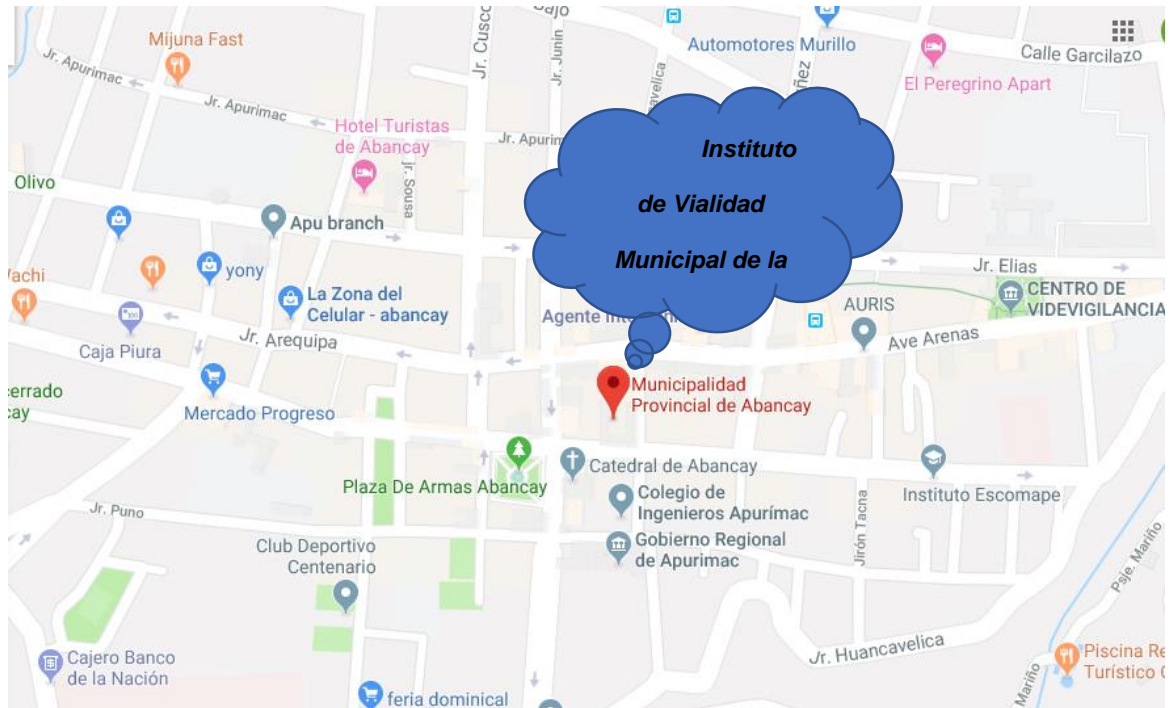
Tovar, L. M., Victoria, M. T., Tovar, J. R., Troncoso, G. & Pereira, F. (2018). Factores asociados a la probabilidad de emprendimiento en migrantes colombianos que retornan a Colombia. *Migraciones* 34, 9, 169-192.

Ucar, E. (2018). cultura creativa local e innovación corporativa. *Journal of Business Research*, 91, 60-70.

Ventura, C. M. (2018). *Modelo para generación de nuevos emprendimientos* [tesis de pregrado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. Repositorio Institucional.

Anexos

Anexo 1. Vista satelital de la ubicación del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay – Apurímac



Fuente: Google Maps

**Anexo 2. Vista satelital del Distrito de Abancay – Provincia de Cotabambas -
Apurímac**



Municipalidad Provincial de Abancay

Fuente: Google Maps

Anexo 3. Organigrama del IVP Abancay - Apurímac



Funciones del IVP Abancay

El Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay tiene las siguientes funciones:

- a) Planificar, programar, coordinar, ejecutar, supervisor, formular y evaluar la ejecución de estudios a nivel de Pre – Inversión, Estudios definitivos, obras y actividades dentro del Plan Vial, en coordinación con los gobiernos locales y otras entidades públicas y privadas que tengas objetivos similares.
- b) Evaluar y actualizar el Plan Vial Provincial vigente.
- c) Actualizar periódicamente la relación en orden de prioridad de los caminos rurales que precisan de la rehabilitación y mantenimiento periódico y rutinario, la cual abarca a todos los distritos que se encuentran en el ámbito de operaciones del IVP Abancay.
- d) Gestionar, concertar y administrar los recursos provenientes del Tesoro Público, gobiernos locales (Regional, Provincial y Distrital), entidades privadas, entidades cooperantes y otras Fuentes de financiamiento.
- e) Asesorar a los gobiernos locales en aspectos técnicos – operativos en temas relacionados con el ámbito de su competencia.
- f) Coordinar la ejecución de las inversiones que efectúe el sector público y privado en material de gestión vial rural y urbana.
- g) Participar en otras actividades vinculadas con el desarrollo integral de las vías urbanas y rurales de la Provincia de Abancay.

Anexo 4. Matriz de consistencia

Proyecto: Cultura corporativa y entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del instituto de vialidad municipal de la provincia de Abancay, período 2020

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables
Problema general:	Objetivo general:	Hipótesis general:	Variable 1
¿Cuál es la relación entre la cultura corporativa y el entrepreneurship en los colaboradores de servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020?	Determinar la relación entre la cultura corporativa y el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020	La cultura corporativa se relaciona positivamente con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020	Cultura corporativa
Problemas específicos:	Objetivos específicos:	Hipótesis específicas:	Variable 2
P1.- ¿Cómo los artefactos y creaciones se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020?	O1.- Determinar cómo los artefactos y creaciones se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores de servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020	H1.- Los artefactos y creaciones se relacionan positivamente con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020	Entrepreneurship
P2.- ¿Cómo los valores se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020?	O2.- Determinar cómo los valores se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020	H2.- Los valores se relacionan positivamente con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020	
P3.- ¿Cómo las premisas básicas se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020?	O3.- Determinar cómo las premisas básicas se relacionan con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020	H3.- Las premisas básicas se relacionan positivamente con el entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay, período 2020	

Anexo 5. Operacionalización de variables

Investigación: Cultura corporativa y entrepreneurship en los colaboradores del servicio de mantenimiento rutinario del instituto de vialidad municipal de la provincia de Abancay, período 2020

Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Cultura corporativa	<ul style="list-style-type: none"> • Artefactos y creaciones • Valores • Premisas básicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Trabajo en equipo • Desarrollo personal • Adaptación al cambio • Mejora de calidad y productividad 	<p>1. Tipo de la investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuantitativo <p>2. Diseño de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental • Transeccional <p>3. Alcance: Correlacional</p> <p>4. La población: 108</p> <p>5. Muestra: 84</p> <p>6. Técnica: Encuesta</p> <p>7. Instrumento: Cuestionario</p> <p>8. Diseño estadístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coeficiente de Pearson
Entrepreneurship	<ul style="list-style-type: none"> • Intención emprendedora • Actitudes y habilidades del emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Familiar empresario • Intención de crear empresa • Capaz de asumir riesgos • Creatividad • Autoconfianza • Perseverancia • Capaz de solucionar problemas • Facilidad de comunicación • Trabajo en equipo 	

Anexo 6. Solicitud de autorización para realizar trabajo de investigación

"Año de la Lucha Contra la Corrupción y la Impunidad"

SOLICITO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

SEÑOR GERENTE DEL INSTITUTO DE VIALIDAD MUNICIPAL DE LA
PROVINCIA DE ABANCAY
ING. JOSE A. SUCA SAAVEDRA

Yo, **PAMELA PARIGUANA CASTILLO**, identificada
con DNI N° 73988066 domiciliada en la Provincia de
Abancay – Apurímac, y **YANET C. JAQUEHUA
LAURA**, identificada con DNI N° 475128864
domiciliada en la Provincia de Quispicanchi – Cusco,
ante Ud. respetuosamente me presento y expongo:

Que, habiendo culminado la carrera profesional de **ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES** en la Universidad Peruana Unión,
SOLICITO a Ud. **AUTORIZACIÓN** para realizar trabajo de investigación en el
Instituto de Vialidad Municipal de la Provincia de Abancay sobre: **CULTURA
CORPORATIVA Y ENTREPRENEURSHIP EN EL SERVICIO DE
MATENIMIENTO RUTINARIO POR EL INSTITUTO DE VIALIDAD
MUNICIPAL DE LA PROVINCIA DE ABANCAY, PERÍODO 2019**, para
obtención del respectivo grado.


POR LO EXPUESTO:

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

Abancay, 10 de Setiembre de 2019



PAMELA PARIGUANA CASTILLO
DNI N° 47512886



YANET C. JAQUEHUA LAURA
DNI N° 475128

Anexo 7. Autorización para realizar la investigación

CARTA DE ACEPTACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN

Abancay, 10 de Setiembre de 2019

Bach.:

PAMELA PARIGUANA CASTILLO

Bach.:

YANET C. JAQUEHUA LAURA

TESISTA

Presente.-

Por medio de la presente tengo el agrado de saludarla y al mismo tiempo poner en su conocimiento que tiene la **AUTORIZACIÓN** para realizar la investigación denominada: **CULTURA CORPORATIVA Y ENTREPRENEURSHIP EN EL SERVICIO DE MATENIMIENTO RUTINARIO POR EL INSTITUTO DE VIALIDAD MUNICIPAL DE LA PROVINCIA DE ABANCAY, PERÍODO 2019**, esperamos pueda lograr su propósito y pueda facilitar a la institución los hallazgos de la investigación como aporte.

Atentamente,



INSTITUTO DE VIALIDAD MUNICIPAL
DE LA PROVINCIA DE ABANCAY
Ing. José A. María Saavedra
DIRECTOR GENERAL

Anexo 8. Encuesta

Universidad Peruana Unión

Facultad de Ciencias Empresariales

E.P. Administración y Negocios Internacionales

Nro.:

ENCUESTA

Agradezco pueda responder las preguntas planteadas para el desarrollo de la tesis denominada: **CULTURA CORPORATIVA Y ENTREPRENEURSHIP EN LOS COLABORADORES DEL SERVICIO DE MANTENIMIENTO RUTINARIO DEL INSTITUTO DE VIALIDAD MUNICIPAL DE LA PROVINCIA DE ABANCAY, PERÍODO 2020**, cuyo fin es la obtención del grado académico en la EP Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión.

I. Datos Generales

1. Edad
 - a) 20 - 25
 - b) 26 – 30
 - c) 31 - 35
 - d) 36 - 50
2. Género
 - a) Masculino
 - b) Femenino
3. Grado de estudio
 - a) Estudios primarios
 - b) Estudios secundarios
 - c) Técnicos
 - d) Estudios superiores sin grado académico
 - e) Estudios superiores con grado académico

II. Emprendimiento

- 2.1. ¿Actualmente, tiene usted algún familiar empresario?
 - a) Si
 - b) No

- 2.2. ¿Alguna vez pensó en crear su propia empresa?
 - a) Si
 - b) No
- 2.3. ¿Estaría usted dispuesto asumir riesgos de iniciar con su empresa?
 - a) Si
 - b) No
- 2.4. ¿Cree usted que la creatividad es importante para el manejo de una empresa?
 - a) Si
 - b) No
- 2.5. ¿Tendría usted la suficiente confianza para crear una empresa?
 - a) Si
 - b) No
- 2.6. ¿Por qué motivos no emprendería una empresa?
 - a) Por temor a perder
 - b) Por no tener experiencia
 - c) Por no contar con capital
 - d) No le agradan los negocios
 - e) Es muy joven
- 2.7. ¿Se considera usted perseverante?

- a) Si
- b) No
- 2.8. ¿Enfrentaría problemas de asumir la dirección de una empresa?
 - a) Si
 - b) No
- 2.9. ¿Tiene usted facilidad de comunicarse con sus compañeros?
 - a) Si
 - b) No
- 2.10. ¿Tiene facilidad para trabajar en equipo ?
 - a) Si
 - b) No

Preguntas	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
1. Comunicación					
Se habla abiertamente para resolver problemas					
En mi lugar de trabajo los directivos comparten espacios para tomar decisiones importantes					
2. Trabajo en equipo					
En nuestro trabajo generamos entre todos alternativas para la					

resolución de problemas					
En el trabajo estamos acostumbrados a escuchar y colaborar					
Los trabajadores confiamos en nuestros compañeros					
Para mi empresa es importante retener personas con experiencias técnicas					
3. Desarrollo personal					
En nuestra empresa existe flexibilidad para					

pedir permiso y faltar a trabajar					
En nuestro trabajo existe equidad en los salarios					
En mi empresa desearíamos la mejora de contratos					
4. Adaptación al cambio					
Nuestra empresa apoya la crítica constructiva					
Los empleados apoyamos los planes de mejoramiento					
En mi empresa nunca se modifican las rutinas de trabajo					

Nuestra empresa impulsa constantemente el crecimiento de todos					
5. Mejora de la calidad y productividad					
Para nuestra organización son tan importantes los clientes internos como los externos					
Mi empresa me da la opción de poder decidir y actuar en la búsqueda de alternativas para resolver problemas					

III. Cultura corporativa

Marque con un aspa según corresponda.

Anexo 9. Solicitud para la validación de instrumento

"Año de la Universalización de la Salud"

SOLICITO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

ESPECIALISTA EN INVESTIGACIÓN

Yo, **PAMELA PARIGUANA CASTILLO**, identificada con DNI N° 73988066 domiciliada en la provincia de Abancay – Apurímac. Ante Ud. respetuosamente me presento y expongo:

Que, siendo un requisito para cumplir con los trámites de mi proyecto de tesis y optar el grado académico en la EP de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES** en la Universidad Peruana Unión, **SOLICITO** a Ud. validación del instrumento de la tesis denominada: **CULTURA CORPORATIVA Y ENTREPRENEURSHIP EN EL SERVICIO DE MANTENIMIENTO RUTINARIO POR COLABORADORES DEL INSTITUTO DE VIALIDAD MUNICIPAL DE LA PROVINCIA DE ABANCAY, PERÍODO 2020**

POR LO EXPUESTO:

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

Abancay, 19 de febrero de 2020



PAMELA PARIGUANA CASTILLO
DNI N° 73988066

Anexo 10. Validación de instrumento por el experto

(JUICIO DE EXPERTO)

Proyecto de investigación:
CULTURA CORPORATIVA Y ENTREPRENEURSHIP EN EL SERVICIO DE
MANTENIMIENTO RUTINARIO POR COLABORADORES DEL INSTITUTO
DE VIALIDAD MUNICIPAL DE LA PROVINCIA DE ABANCAY, PERÍODO
2020

Experto N°:

Nombres y Apellidos del experto:

ALFREDO SILVA CCANRI

Institución donde labora:

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHAMBURWACHO

Años de experiencia profesional o científica: 5 años

Celular: 988898423

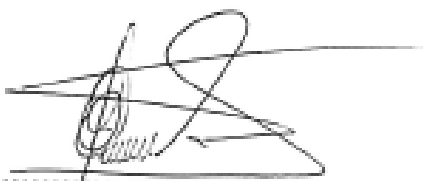
DNI: 75316611

Número de colegiatura: 1833-LEC

Dirección: AV. 19 DE NOVIEMBRE - LA PRADERA - ABANCAY

Fecha: 24-06-2020

Doy validado los instrumentos solicitados por la Bachiller PAMELA PARIGUANA CASTILLO quien ha solicitado mi opinión en la investigación que viene desarrollando: "CULTURA CORPORATIVA Y ENTREPRENEURSHIP EN EL SERVICIO DE MANTENIMIENTO RUTINARIO POR COLABORADORES DEL INSTITUTO DE VIALIDAD MUNICIPAL DE LA PROVINCIA DE ABANCAY, PERÍODO 2020 el cual hago mérito por la relevancia del tema en estos tiempos donde los aspectos de cultura corporativa y entrepreneurship son muy importantes para la toma de decisiones.



75316611
LEC: 1833

(JUICIO DE EXPERTO)

Proyecto de investigación:
CULTURA CORPORATIVA Y ENTREPRENEURSHIP EN EL SERVICIO DE
MANTENIMIENTO RUTINARIO POR COLABORADORES DEL INSTITUTO
DE VIALIDAD MUNICIPAL DE LA PROVINCIA DE ABANCAY, PERÍODO
2020

Experto N°:

Nombres y Apellidos del experto:

..... Madeleine Nanny Ticona Condori

Institución donde labora:

..... Universidad Nacional de Juliaca

Años de experiencia profesional o científica:..... 13 años

Celular:..... 979721537

DNI:..... 40590561

Número de colegiatura:..... C.O. 156018

Dirección:..... Jr. Huallaga N° 224 Juliaca

Fecha:..... 24-06-2020

Doy validado los instrumentos solicitados por la Bachiller PAMELA PARIGUANA CASTILLO quien ha solicitado mi opinión en la investigación que viene desarrollando: "CULTURA CORPORATIVA Y ENTREPRENEURSHIP EN EL SERVICIO DE MANTENIMIENTO RUTINARIO POR COLABORADORES DEL INSTITUTO DE VIALIDAD MUNICIPAL DE LA PROVINCIA DE ABANCAY, PERÍODO 2020 el cual hago mérito por la relevancia del tema en estos tiempos donde los aspectos de cultura corporativa y entrepreneurship son muy importantes para la toma de decisiones.

 Madeleine N. Ticona Condori
No. Colegiado: 156018
C.O. N° 156018

INFORME DE VALIDACIÓN

Validación del instrumento: Para validar el instrumento denominado *Cuestionario sobre la Cultura Corporativa y Entrepreneurship en el servicio de mantenimiento rutinario por colaboradores del Instituto de Validación Municipal de la Provincia de Abancay, Período 2020*. Se solicitó el juicio de expertos, siendo validado por la Mg. Madeleine N. Ticona Condori, donde se evaluó la claridad, concisión y relevancia de los enunciados.

Para la validación estadística se realizó una prueba piloto previa a la recolección de los datos con el fin de obtener información que ayude a mejorar la validez y confiabilidad del instrumento y detectar problemas en la validez de construcción, de contenido y de criterio. Sobre la forma de administración y calificación de la escala recomendados por autores en investigación (Hernández, 2010). Se aplicó el instrumento a un grupo de personas, con características similares a las de la investigación; dicha prueba y su respectivo análisis ayudó a mejorar el formato, la redacción, claridad y concisión de los ítems que integran el instrumento.

Posteriormente se procedió a la validación estadística del instrumento mediante el análisis factorial (ver anexo 001) de ítem por ítem del test, así como a la validez y coeficiente de confiabilidad del instrumento, mediante el alfa de Crombach (ver anexo 002) que mide la consistencia interna arrojando un coeficiente total de 0.856 que es valorado como alto o consistente. El instrumento queda expedito para ser aplicado a la muestra considerando su validez y confiabilidad.



Madeleine N. Ticona Condori
Mg. Psicóloga
CIP N° 136018

Anexo 001
Análisis Factorial – Comunalidades

	Inicial	Extracción
Emprendimiento		
¿Actualmente, tiene usted algún familiar empresario?	1.000	.542
¿Alguna vez pensó en crear su propia empresa?	1.000	.632
¿Estaría usted dispuesto asumir riesgos de iniciar con su empresa?	1.000	.994
¿Cree usted que la creatividad es importante para el manejo de una empresa?	1.000	.678
¿Tendría usted la suficiente confianza para crear una empresa?	1.000	.601
¿Por qué motivos no emprendería una empresa?	1.000	.805
¿Se considera usted perseverante?	1.000	.990
¿Enfrentaría problemas de asumir la dirección de una empresa?	1.000	.990
¿Tiene usted facilidad de comunicarse con sus compañeros?	1.000	.755
¿Tiene facilidad para trabajar en equipo en el aula de estudio?	1.000	.990
1. Comunicación		
Se habla abiertamente para resolver problemas	1.000	.990
En mi lugar de trabajo los directivos comparten espacios para tomar decisiones importantes	1.000	.994
2. Trabajo en equipo		
En nuestro trabajo generamos entre todos alternativas para la resolución de problemas	1.000	.994
En el trabajo estamos acostumbrados a escuchar y colaborar	1.000	.990
Los trabajadores confiamos en nuestros compañeros	1.000	.856
Para mi empresa es importante retener personas con experiencias técnicas	1.000	.994
3. Desarrollo personal		
En nuestra empresa existe flexibilidad para pedir permiso y faltar a trabajar	1.000	.853
En nuestro trabajo existe equidad en los salarios	1.000	.994
En mi empresa deseáramos la mejora de contratos	1.000	.994
4. Adaptación al cambio		
Nuestra empresa apoya la crítica constructiva	1.000	.994
Los empleados apoyamos los planes de mejoramiento	1.000	.994
En mi empresa nunca se modifican las rutinas de trabajo	1.000	.754
Nuestra empresa impulsa constantemente el crecimiento de todos	1.000	.994
5. Mejora de la calidad y productividad		
Para nuestra organización son tan importantes los clientes internos como los externos	1.000	.878
Mi empresa me da la opción de poder decidir y actuar en la búsqueda de alternativas para resolver problemas	1.000	.994

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Anexo 002
Alfa de Cronbach
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.856	25

