



Relación entre cultura de emprendimiento y visión empresarial en una cooperativa agraria peruana

Relationship between culture of entrepreneurship and business vision in a Peruvian agricultural cooperative

Cavero-Rojas, Juan Carlos^{1*}

¹Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú

Recibido: 05 May. 2022 | **Aceptado:** 05 Jul. 2022 | **Publicado:** 20 Jul. 2022

Autor de correspondencia*: jcavero@unsm.edu.pe

Como citar este artículo: Cavero-Rojas, J. C. (2022). Relación entre cultura de emprendimiento y visión empresarial en una cooperativa agraria peruana. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1(2), e410. <https://doi.org/10.51252/race.v1i2.410>

RESUMEN

La cultura de emprendimiento es una alternativa de desarrollo ante las necesidades de innovación en las empresas por ello, es considerado como la nueva tendencia del desarrollo empresarial. Este estudio determina la relación entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en una cooperativa agrícola peruana. La investigación desarrollada es tipo básica, no experimental de alcance descriptivo correlacional, la muestra se conformó por 35 trabajadores administrativos, a quienes se aplicaron dos cuestionarios relacionados a las variables de estudio. Se obtuvo que existe relación positiva entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en el caso de estudio, debido que el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0,704. Finalmente se rechaza la hipótesis nula, en consecuencia, se acepta la hipótesis alterna de la investigación, después de demostrar que el p - valor obtenido fue ($0,000 < 0,05$), por consiguiente, hay pruebas estadísticas contundentes para afirmar que existe relación significativa entre las variables de estudio.

Palabras clave: actitud emprendedora; competencias blandas; desarrollo empresarial; sector empresarial

ABSTRACT

The culture of entrepreneurship is a development alternative to the needs of innovation in companies, therefore, it is considered the new trend in business development. This study determines the relationship between entrepreneurial culture and business vision in a Peruvian agricultural cooperative. The developed research is basic, non-experimental type of correlational descriptive scope; the sample was made up of 35 administrative workers, to whom two questionnaires related to the study variables were applied. It was obtained that there is a positive relationship between the culture of entrepreneurship and the business vision in the case study, because the value of the Spearman's Rho correlation coefficient is equal to 0.704. Finally, the null hypothesis is rejected, consequently, the alternative hypothesis of the investigation is accepted, after showing that the p - value obtained was ($0.000 < 0.05$), therefore, there is strong statistical evidence to affirm that there is a significant relationship between study variables.

Keywords: entrepreneurial attitude; soft skills; business development; business sector



1. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el emprendimiento es el proceso por el cual los empresarios desarrollan y explotan distintas oportunidades comerciales, ya sea mediante la introducción de un nuevo producto o proceso mercado, o innovando un bien, servicio o método de producción existente (Bucardo Castro et al., 2015). Este proceso generalmente se organiza a través de una nueva empresa u organización, pero también puede ocurrir en empresas ya establecidas que experimentan cambios significativos en el producto o estrategia que ofertan (Gallardo Medina, 2021).

Según Saavedra-García et al. (2020) el emprendimiento surge como una alternativa de desarrollo ante las necesidades de innovación y crecimiento de las empresas, entonces se puede considerar al emprendimiento como una nueva tendencia, que con el paso del tiempo ha impactado en el desarrollo empresarial (Delfín Pozos & Acosta Márquez, 2016). Para Camino & Aguilar (2017), el emprendimiento constituye un pilar fundamental para el desarrollo económico mundial, abarcando tres tipos de economías, basadas en recursos, eficiencia e innovación, donde la ciencia y la tecnología fomentan la competitividad, la productividad y el crecimiento. Las investigaciones sobre el emprendimiento internacional reflexionan cada vez más sobre las cuestiones y los desafíos estratégicos a los que afrontan los emprendedores cuando reconocen y aprovechan las oportunidades hacia los mercados extranjeros (Asemokha et al., 2019).

Todas las organizaciones buscan opciones para supervisar los recursos, ya que no pueden aferrarse a las técnicas convencionales; por lo tanto, los responsables de las organizaciones deben mejorar los sistemas para adaptarse a los cambios en el mundo empresarial y prepararse para contrarrestar la agitación del mercado (Colina Ysea & Albites Sanabria, 2020). El pensamiento estratégico es un método mediante el cual puede lograr lo que se propone determinando cualquier problema (Chávez Vera & Calanchez Urribarri, 2022). El emprendimiento permite la independencia de una actividad empresarial; así como también el logro de objetivos mediante competencias, actitud constructiva y ética que el mercado requiere; ya que, las empresas buscan profesionales con características técnicas y competencias blandas, para desarrollar un sistema integral y direccionar que los colaboradores apunten al mismo objetivo (López-Lemus & Garza Carranza, 2019).

Las teorías relacionadas sobre la cultura de emprendimiento, favorece el desarrollo de proyectos emprendedores, entendidos como procesos de fundación de actividades, proyectos, empresas lucrativas o no, de índole económica, social, política, o también se refiere a renovación o reingenierías de procesos existentes (Mena Méndez, 2019). Además, hace que las personas tomen acciones concretas para crecer económicamente, para ser más productivas y generar riqueza (Torres Merlo et al., 2021). También, la cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad (Morelos-Gómez & Fontalvo-Herrera, 2014).

En cuanto a la visión empresarial, esta describe lo que una empresa desea lograr a largo plazo, representando la visión de cómo será la empresa en el futuro y establece una dirección definida para la planificación y ejecución de estrategias a nivel corporativo (Morales Guerrero & Álvarez Aros, 2021). Para Ibarra Cisneros et al. (2017), es perjudicial para una empresa operar sin una visión empresarial claramente articulada y sin dirección y razón, conforme la empresa va creciendo, esto puede volverse un problema, pues no hay claridad en las decisiones que se deben tomar. Además, la visión empresarial se trata de vislumbrar el horizonte o pronosticar el camino que transitará un negocio (Magni, 2019). También, está estrechamente relacionada con la identidad de una organización, que conlleva a la necesidad que la visión sea transversal, que permee todos los niveles de la compañía; sea bien fundamentada, coherente y cohesiva; que sea aterrizada y competitiva (Keeler, 2020).

En el caso del Perú posee un nivel alto de emprendimiento con respecto a la creación de nuevos negocios 17,8%, siendo el quinto país con tasa más del mundo, asimismo se debe considerar que el núcleo del emprendimiento, se encuentra en las regiones andinas y selváticas, sin embargo, existen diversas características sociodemográficas y débiles competencias estratégicas que condicionan el emprendimiento (León Mendoza, 2018). En la región de San Martín se encuentran varias organizaciones que presentan problemas en el emprendimiento, por el hecho de que no cuentan con estrategias adecuadas de gestión, el cual se ve reflejado por las ventas efectuadas. En tal sentido, la Cooperativa Agraria Allima Cacao ubicado en el distrito de Chazuta, dedicada al acopio y comercialización de grano de cacao de sus socios para la exportación y consumo local, nacional e internacional, en los últimos periodos ha mostrado problemas de gestión, ante este escenario, el modelo asociativo que tiene la empresa no ha permitido consolidarse de manera competitiva, y para lograr dicha finalidad es necesario buscar un modelo empresarial acorde con sus actividades y metas trazadas.

Es por ello, que el presente estudio surge como interrogante conocer como la cultura de emprendimiento se relaciona con la visión empresarial. En base a ello, el objetivo de este estudio fue determinar la relación entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial de la Cooperativa Agraria Allima Cacao.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue de tipo básica, por lo que este estudio estuvo orientado a la recopilación de información sin manipulación de las variables. De acuerdo a Hernández Sampieri et al. (2014) quienes manifiestan que este tipo de estudio busca aumentar el conocimiento para responder a interrogantes o precedentes para nuevas investigaciones. El diseño fue no experimental transversal de alcance descriptivo correlacional, porque no hubo implicancias prácticas, solo se describió y se midió la correlación entre las variables de estudio, y el recojo de los datos se hizo en una sola vez.

Para selección la muestra del estudio se emplearon los siguientes criterios: trabajadores administrativos debidamente contratados en la cooperativa de estudio y que aceptaron participar en el estudio bajo consentimiento informado, dando como resultado una muestra de 35 trabajadores.

Para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento se emplearon dos cuestionarios, correspondientes a cada variable en estudio. El primer cuestionario, respecto a la variable “cultura de emprendimiento” tuvo 20 ítems divididos en tres dimensiones (creatividad e innovación = 5, consideración de riesgos = 7 y comportamiento dinámico = 8). La escala fue ordinal y medida mediante la escala de Likert (1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = ni en desacuerdo, ni en acuerdo, 4 = en acuerdo y 5 = totalmente en acuerdo). El rango de valoración se presenta en la tabla 1.

Tabla 1. Rango de valoración de la variable cultura de emprendimiento

Dimensión / Variable	Escala puntaje		
	Bajo	Medio	Alto
Creatividad e innovación	5 a 12	13 a 20	21 a 25
Consideración de riesgos	7 a 16	17 a 26	27 a 35
Comportamiento dinámico	8 a 19	20 a 31	32 a 40
Cultura de emprendimiento	20 a 47	48 a 75	76 a 100

El segundo cuestionario respecto a la variable “Visión empresarial” estuvo conformada por 16 ítems divididos en 3 dimensiones (Dirección empresarial = 6, Estrategia empresarial = 5 y Orientación al futuro = 5). La escala fue ordinal y medida mediante la escala de Likert (1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = ni en desacuerdo, ni en acuerdo, 4 = en acuerdo y 5 = totalmente en acuerdo). El rango de valoración se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 2. Rango de valoración de la variable visión empresarial

Dimensión / Variable	Escala puntaje		
	Bajo	Medio	Alto
Dirección empresarial	6 a 14	15 a 23	24 a 30
Estrategia empresarial	5 a 12	13 a 20	21 a 25
Orientación al futuro	5 a 12	13 a 20	21 a 25
Visión empresarial	16 a 37	38 a 59	60 a 80

La confiabilidad de los cuestionarios se calculó mediante la técnica del Alfa de Cronbach con una prueba piloto en la que la muestra lo conformaron 30 trabajadores administrativos de la Cooperativa Agraria Allami Cacao. Con respecto a la variable cultura de emprendimiento se obtuvo un alfa de Cronbach igual a 0,829 y la variable visión empresarial donde se obtuvo un valor igual a 0,841 lo cual indicó ambos instrumentos tienen una confiabilidad muy buena.

Teniendo en cuenta los dos resultados, se procedió a aplicar los instrumentos a la muestra de la investigación. Terminada, se digitalizaron los datos en el programa Excel para posteriormente ser procesadas en el software estadístico SPSS.

De acuerdo al diseño de investigación, se empleó la estadística descriptiva e inferencial, en lo descriptivo, se consideró las unidades de tendencia central (media) y frecuencias absolutas y relativas. Para la inferencial, después de aplicar la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, se justificó el uso del coeficiente de correlación de Spearman para responder a los objetivos respecto a la relación entre las dimensiones, variables y el contraste de la hipótesis del estudio. Este coeficiente asegura valores entre -1 y 1, mostrando si hay sujeción inmediata (coeficiente positivo) o inverso (coeficiente negativo).

3. RESULTADOS

Nivel de la cultura de emprendimiento en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

Tabla 3. Cultura de emprendimiento en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

Dimensión/ Variable	Bajo		Medio		Alto		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Creatividad e innovación	6	17,1%	8	22,9%	21	60%	35	100%
Consideración de riesgos	5	14,3%	6	17,1%	24	68,6%	35	100%
Comportamiento dinámico	4	11,4%	7	20%	24	68,6%	35	100%
Cultura de emprendimiento	5	14,3%	7	20%	23	65,7%	35	100%

El nivel de cultura de emprendimiento en la Cooperativa Agraria Allami Cacao es alto con 65,7% (23), medio con 20% (7) y bajo con 14,3% (5).

Nivel de la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

Tabla 4. Visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

Dimensión/ Variable	Bajo		Medio		Alto		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Dirección empresarial	4	11,4%	8	22,9%	23	65,7%	35	100%
Estrategia empresarial	3	8,6%	9	25,7%	23	65,7%	35	100%
Orientación al futuro	2	5,7%	7	20%	26	74,3%	35	100%
Visión empresarial	3	8,6%	8	22,9%	24	68,6%	35	100%

La visión empresarial fue alta con 68,6 % (24), medio con 22,9 % (8) y bajo con 8,6 % (3).

Relación entre las dimensiones de la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

Tabla 5. Prueba de normalidad entre dimensiones y visión empresarial

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Creatividad e innovación	,848	35	,000
Consideración de riesgos	,853	35	,000
Comportamiento dinámico	,845	35	,000
Visión empresarial	,792	35	,000

La variable visión empresarial tiene un nivel de significancia menor a 0.05, por lo tanto, al emparejar con las dimensiones (que todos tienen un nivel de significancia igual a 0.000 y es menor a 0.05), se infiere que los datos no provienen de una distribución normal. Motivo que la prueba estadística para medir la relación entre dimensiones y variable fue el coeficiente Rho de Spearman.

Tabla 6. Relación entre las dimensiones de la cultura de emprendimiento y la visión empresarial

Dimensiones de la cultura de emprendimiento	Estadísticos de prueba Rho de Spearman	Visión empresarial
Creatividad e innovación	Coeficiente de correlación	,689**
	Sig. (unilateral)	,000
	n	35
Consideración de riesgos	Coeficiente de correlación	,651**
	Sig. (unilateral)	,000
	n	35
Comportamiento dinámico	Coeficiente de correlación	,713**
	Sig. (unilateral)	,000
	n	35

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

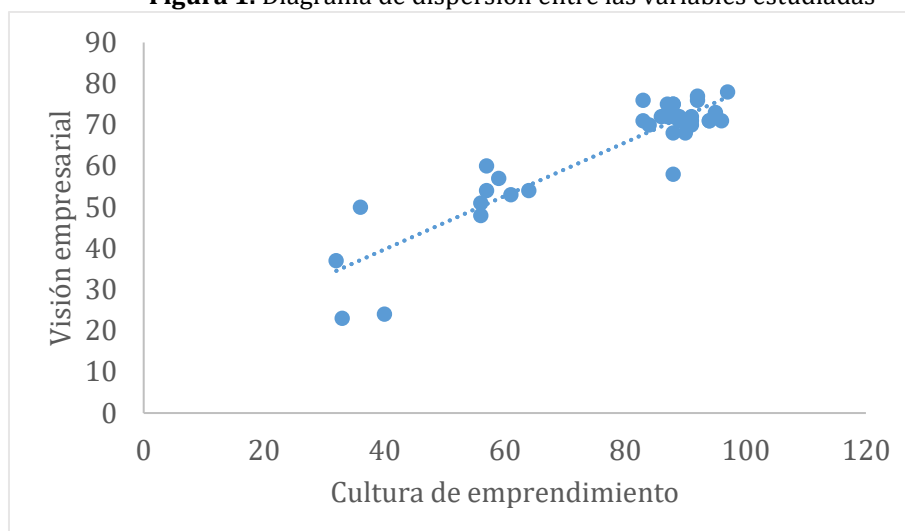
De acuerdo, con Hernández Sampieri et al. (2014), existe relación positiva media entre las dimensiones de creatividad e innovación, consideración de riesgos y la variable visión empresarial, encontrándose valores de Rho de Spearman iguales a 0,689 y 0,651 respectivamente. Por otro lado, existe relación positiva considerable entre la dimensión comportamiento dinámico y la visión empresarial la Cooperativa Agraria Allami Cacao, encontrándose un Rho de Spearman igual a 0,713. Finalmente, se observa que las tres dimensiones mantienen una relación significativa con la variable de estudio, debido a que todas tienen un nivel de significancia o p - valor igual a 0,000, la cual es menor al margen de error permitido 0,05.

Relación entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

Tabla 7. Prueba de normalidad entre cultura de emprendimiento y visión empresarial

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura de emprendimiento	,789	35	,000
Visión empresarial	,792	35	,000

Ninguna de las variables en cuestión tiene un nivel de significancia mayor o igual a 0,05, por lo tanto, no tienen una distribución normal, es por este motivo que la prueba estadística para medir la relación entre ambas variables fue el coeficiente Rho de Spearman. Este coeficiente se aplica cuando los datos no provienen de una distribución normal.

Figura 1. Diagrama de dispersión entre las variables estudiadas

Existe relación lineal positiva entre las variables de cultura de emprendimiento y visión empresarial. Es decir, ambas variables aumentan de valor de manera simultánea.

Prueba de hipótesis

Se sabe que:

Ha: Existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao.

Ho: No existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao.

Considerando la regla de decisión:

$p - \text{valor} > 0,05$, se acepta la hipótesis nula (H_0) y, se rechaza la hipótesis alterna (H_a).

$p - \text{valor} < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y, se acepta la hipótesis alterna (H_a).

Tabla 8. Relación entre la cultura de emprendimiento y visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

			Cultura de emprendimiento	Visión empresarial
Rho de Spearman	Cultura de emprendimiento	Coefficiente de correlación	1,000	,704**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	Visión empresarial	Coefficiente de correlación	,704**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

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

En base a lo mostrado en la tabla 8, se puede afirmar la existencia de la relación positiva considerable entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial de la cooperativa en estudio, debido a que el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0,704. Asimismo, se rechaza la hipótesis nula y en consecuencia se acepta la hipótesis alterna de la investigación, después de demostrar que el $p - \text{valor}$ obtenido fue igual a 0,000 y es menor a 0,05 (margen de error). Por consiguiente, hay pruebas estadísticas

contundentes para decir que existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la cooperativa estudiada.

4. DISCUSIÓN

Se encontró un nivel de cultura de emprendimiento alto, la cual estaba representado por la mayoría de los trabajadores administrativos de la institución con 65,7%, seguido de un nivel medio con 20% y finalmente un nivel bajo con 14%. Tres puntos precisos que acotar, primero, que, en términos generales, el nivel encontrado es positivo en cierta manera. Segundo, complementando el punto primero, es positivo en cierta manera, porque existe también un nivel medio y peor aún nivel bajo de cultura de emprendimiento. Por lo tal, es importante que la Cooperativa trabaje sobre ello, porque lo ideal es que el nivel sea alto en el 100%. Los resultados mostrados, son reflejo de las valoraciones obtenidas según sus dimensiones, en donde, comparten alto nivel las dimensiones de consideración de riesgos y comportamiento dinámico, ambos con 68,6%, lo que significa que, el trabajador de la institución considera importante el desenvolvimiento activo, actitud motivadora y las decisiones tomadas basadas en un complejo y completo análisis, tratando de minimizar los riesgos, de esta manera la cooperativa debe asegurar que el emprendimiento sea lo esperado. Por otro lado, la dimensión con mayor nivel de valoración baja la obtuvo la creatividad e innovación, representada por el 17,1 %, lo que significa que los trabajadores tienen cierto problema de creación y de innovación lo que dificulta el aporte cultural a la institución cooperativa.

Resultados que guarda relación con lo mencionado por Benavides Camarillo (2019), quien concluyó que, la cultura del emprendimiento en México y Perú es un fenómeno que se vive desde varias décadas atrás, en donde los individuos con visión, actitud, creatividad y con mucho esfuerzo buscan la mejora en sus ingresos económicos logrando satisfacer, con la oferta de sus bienes, las necesidades de un mercado que requiere de productos y servicios con características muy específicas. En lo que respecta a la investigación muestra que aquellos individuos u organizaciones con la capacidad de crear, tener buena actitud y visión son los que logran posicionarse en el mercado, dejando atrás a sus competidores, pues tienen como base un nivel alto de cultura de emprendimiento. Asimismo, Camino & Aguilar (2017) mencionan que, los emprendimientos ecuatorianos que no generan impacto ni dinamismo son el casi nulo enfoque de internacionalización, acceso a fuentes de financiamiento, innovación de procesos y absorción tecnológica, así como la baja calificación de talento humano en negocios nacientes y nuevos; con la contradicción de ser en la región un referente en educación y formación pro emprendimiento.

El 68,6% de los trabajadores administrativos, manifestaron estar de acuerdo con los criterios establecidos con respecto a la visión empresarial percibida en la cooperativa, al nivel alto, le siguió el nivel medio, representada por el 22,9% de los trabajadores y por último el nivel bajo con el 8,6% de la muestra estudiada. Al analizar los resultados presentados, se infiere que, en términos generales, al igual que el nivel de cultura de emprendimiento, de cierta manera existe un resultado positivo para la cooperativa, porque la mayoría de los trabajadores lo percibieron como alto a la visión empresarial de la cooperativa. Sin embargo, también, se encontraron en menor medida, resultados pocos favorables (nivel medio con 22,9 %) y más lamentable aún (nivel bajo con 8%). Por lo tanto, como mencionan Romero-Parra et al. (2022) es importante que la organización plantee nuevas alternativas para cambiar estos valores, que son explicados según puntuaciones obtenidas según sus dimensiones; en la que obtuvo un mayor nivel, la dimensión orientación al futuro con el 74,3%, lo que trae como consecuencia las acciones y decisiones estratégicas que toma la organización para trazar objetivos, que al ser cumplidas ayuden a lograr las metas y con ello se haga realidad la visión empresarial de la institución. Y, por otro lado, la dimensión con mayor puntuación, pero de nivel de valoración bajo fue la dirección empresarial, representada por el 11,4 % de la muestra estudiada, lo que significa que existe deficiencia en el proceso de dirección institucional, lo que afectaría la gestión de la visión empresarial, como lo mencionan López-Lemus & Garza Carranza (2019).

Después de aplicar la prueba de normalidad, se justificó el uso del coeficiente de correlación de Spearman, en la que, según sus valoraciones obtenidas, se demostraron que las dimensiones de creatividad e innovación y consideración de riesgos tienen una relación positiva media con la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami. Por otro lado, Bucardo Castro et al. (2015) mencionan que la dimensión comportamiento dinámico mantiene una relación positiva considerable con la visión empresarial, explicando que, los trabajadores administrativos de la cooperativa consideran que, la interacción activa y el desenvolvimiento con actitud positiva es un elemento importante y que se debe considerar para tener una visión empresarial congruente al éxito institucional, ya que este permite realizar acciones específicas que conlleva al dinamismo de la cultura de emprendimiento de la institución.

Al respecto Tobar Vera et al. (2019), en cuanto a la cultura de emprendimiento, mencionan que las escuelas profesionales deben ser las abanderadas en procesos formativos que generen una cultura del emprendimiento en sus estudiantes, puesto que como es conocido, muchos de ellos se encontrarán en la vida real, con un mercado laboral hostil, injusto y antropofágico, en el que muchas veces las oportunidades laborales están a merced de la injusticia y la inequidad, lo cual juega en contra de quien exhibe sus credenciales de profesional, creyendo que éstas inequívocamente le asegurarán una plaza de trabajo. De este modo, las personas, al momento de ingresar y ser parte de una institución como una cooperativa, aporte valor cultural y de emprendimiento compartiendo con ello la visión empresarial, logrando juntos cumplir con los objetivos y metas institucionales.

Finalmente, sobre el objetivo general de la investigación, se encontró que ambas variables mantienen una relación positiva considerable, pues el valor de Rho de Spearman fue de 0,704. Lo que refleja que la relación existente es lineal positiva y directamente proporcional, es decir, al aumento de valor de una de las variables, por consecuencia, también, aumenta la otra, generando un efecto significativo en los resultados. También, se constató que la relación es significativa en el nivel 0,01 es decir, que hay influencia de la cultura de emprendimiento en la visión empresarial de la Cooperativa Agraria Allami, puesto que, a mayor nivel de cultura de emprendimiento en la cooperativa, mayor será el nivel de visión empresarial de la institución y con ello tendrán mejores resultados (Romero-Parra et al., 2022).

5. CONCLUSIONES

Existe relación positiva considerable y significativa entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao, encontrándose un Rho de Spearman igual a 0,704 y un nivel de significancia menor al margen de error ($0,000 < 0,05$).

Existe relación positiva media entre las dimensiones de creatividad e innovación, consideración de riesgos y la variable visión empresarial, encontrándose valores de Rho de Spearman iguales a 0,689 y 0,651 respectivamente. Por otro lado, existe relación positiva considerable entre la dimensión comportamiento dinámico y la visión empresarial encontrándose un Rho de Spearman igual a 0,713.

Se debe considerar que la cultura de emprendimiento es un factor clave con la finalidad de fortalecer la visión empresarial de la cooperativa. Por lo tanto, se tendrá que intervenir en la implementación de estrategias comprobadas que ayuden a tener una mejor cultura emprendedora

Es necesario asegurar que la cultura de emprendimiento en la cooperativa esté alineada con la creatividad e innovación, consideración de riesgos y sobre todo el comportamiento dinámico, las cuales son elementos claves para tener una adecuada visión empresarial.

FINANCIAMIENTO

Ninguno.

CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún tipo de conflicto de interés relacionado con la materia del trabajo.

CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Conceptualización: Cavero-Rojas, J. C.

Metodología: Cavero-Rojas, J. C.

Administración del proyecto: Cavero-Rojas, J. C.

Metodología: Cavero-Rojas, J. C.

Redacción - borrador original: Cavero-Rojas, J. C.

Redacción - revisión y edición: Cavero-Rojas, J. C.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asemokha, A., Musona, J., Torkkeli, L., & Saarenketo, S. (2019). Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs: Implications for international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3), 425–453. <https://doi.org/10.1007/S10843-019-00254-3/TABLES/2>
- Benavides Camarillo, A. (2019). La nueva forma de hacer negocios un comparativo de la cultura del emprendimiento entre México y Perú. *La Vida & La Historia*, 0(7), 90–97. <https://doi.org/10.33326/26176041.2018.7.435>
- Bucardo Castro, M. A. A., Saavedra García, M. L., & Camarena Adame, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98–107. <https://doi.org/10.1016/J.SUMNEG.2015.08.009>
- Camino, R. C., & Aguilar, A. E. (2017). Emprendimiento e innovación en Ecuador, análisis de ecosistemas empresariales para la consolidación de pequeñas y medianas empresas. *INNOVA Research Journal*, 2(9.1), 73–87. <https://doi.org/10.33890/INNOVA.V2.N9.1.2017.504>
- Chávez Vera, K. J., & Calanchez Urribarri, Á. (2022). Pensamiento estratégico para impulsar el emprendimiento en el contexto de la pandemia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 572–588. <https://doi.org/10.52080/RVGLUZ.27.7.38>
- Colina Ysea, F., & Albites Sanabria, J. L. (2020). Aprendizaje e innovación: retos en las organizaciones del siglo XXI. *Desde El Sur*, 12(1), 167–176. <https://doi.org/10.21142/DES-1201-2020-0011>
- Delfín Pozos, F. L., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 40, 184–202. <https://doi.org/10.14482/PEGE.40.8810>
- Gallardo Medina, W. (2021). Gestión estratégica, factor clave para el éxito organizacional. *SUMMA. Revista Disciplinaria En Ciencias Económicas y Sociales*, 3(2), 1–24. <https://doi.org/10.47666/SUMMA.3.2.40>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). McGraw-Hill.
- Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A., & Demuner Flores, M. del R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107–130. <https://doi.org/10.21670/REF.2017.35.A06>
- Keeler, G. R. (2020). *Establishing your Vision, Mission, and Strategy*. 15–18. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46812-5_3

- León Mendoza, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 19–33. <https://doi.org/10.18046/J.ESTGER.2018.146.2810>
- López-Lemus, J. A., & Garza Carranza, M. T. de la. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las firmas emprendedoras. *Nova Scientia*, 11(22), 357–383. <https://doi.org/10.21640/NS.V11I22.1795>
- Magni, D. (2019). Profit Impact in Business Vision. *New Perspectives of Profit Smoothing*, 43–81. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21286-5_2
- Mena Méndez, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento & Gestión*, 46, 11–47. <https://doi.org/10.14482/PEGE.46.1203>
- Morales Guerrero, R. E., & Álvarez Aros, E. L. (2021). Innovación abierta como acelerador de competitividad y resultados empresariales, un estudio bibliométrico. *Revista Economía y Política*, 34, 1–16. <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/REP/article/view/3473>
- Morelos-Gómez, J., & Fontalvo-Herrera, T. J. (2014). Análisis de los factores determinantes de la cultura organizacional en el ambiente empresarial. *Entramado*, 10(1). <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/entramado/article/view/3482>
- Romero-Parra, R. M., Romero-Chacín, J. L., & Barboza-Arenas, L. A. (2022). Relación entre perfil y visión emprendedora de los estudiantes universitarios. *RETOS. Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 12(23), 67–82. <https://doi.org/10.17163/RET.N23.2022.04>
- Saavedra-García, M. L., Camarena-Adame, M. E., & Vargas-Saenz, M. E. (2020). Una aproximación a los conceptos de emprendedor y emprendimiento social. *Revista Universidad y Empresa*, 22(39), 148–174. <https://doi.org/10.12804/REVISTAS.UROSARIO.EDU.CO/EMPRESA/A.7976>
- Tobar Vera, S., Mancheno Paredes, L., & Cruz Menéndez, E. (2019). La cultura del emprendimiento dentro de la formación universitaria. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 4(1), 110–118. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7368342>
- Torres Merlo, O. X., Uvidia Ramírez, K. M., & Carapas Revelo, A. E. (2021). Análisis del desarrollo y la cultura organizacional en microempresas familiares en el cantón Bolívar. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 8(3). <https://doi.org/10.46377/DILEMAS.V8I3.2669>
- Flores Valencia, E. A. (2015). *Repercusión del control interno en la gestión municipal de la Municipalidad Provincial de San Román* [Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez”]. <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/341>
- Ley N°27972 - Ley Orgánica de Municipalidades. (2020). Ministerio de Justicia. In *Sistema Peruano de Información Jurídica* (Vol. 30364, pp. 1–47). https://www.congreso.gob.pe/Docs/GrupoTrabajo2016/Constitucion_ReformaElectoral/files/basel_egal/27972-municipalidades.pdf
- Machín Hernández, M. M., Sánchez Vignau, B. S., López Rodríguez, M. L., & Puentes Álvarez, P. L. (2019). La gestión pública local como garante de la eficacia en la administración pública cubana. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2019000200212
- Marín Villada, A. L. (2008). *Método de la Investigación. Métodos y estrategias de investigación. Clasificación de la investigación*. <https://metinvestigacion.wordpress.com/>

- Rengifo Pérez, Á. S. (2018). *“Gestión Municipal y su relación con la Promoción Turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba, 2017”* [Universidad Cesar Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/30492>
- Rojas Morán, L. M. (2006). *Manual para la Gestión Municipal del Desarrollo Económico Local* (p. 192). OIT/Oficina Sub Regional para los Países Andinos, Proyecto Pres.
https://www.del.org.bo/info/archivos/manual_para_la_gestion.pdf
- Romero Vásquez, C. F. (2017). *Gestión Municipal y la Participación Ciudadana en la Municipalidad Distrital de Huanchaco, 2015*. [Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/9087>
- Sotomayor Granda, M. F. (2018). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. *SIEMBRA*, 6(1).
<https://doi.org/10.29166/siembra.v6i1.1717>
- Tobar Salinas, B. A., & Valencia Prado, F. M. (2020). *Plan de Promoción Turística para el Cantón San Miguel de Urcuquí* [Universidad Israel]. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/2415>
- USAID. (2008). Instrumento para la autoevaluación de la Gestión Municipal. In *Grupo Gestor - GTZ/ISDEM/FUNDE* (pp. 11–17). <http://biblioteca.ribei.org/id/eprint/913/1/LIBROS-70.pdf>
- Valderrama Mendoza, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: cuantitativa, cualitativa y mixta* (Editorial San Marcos (ed.); 2nd ed.)