

Cultura de emprendimiento y emprendimiento digital en el expendio de parrillas y pollerías en la ciudad de Trujillo, 2022

Pino Vásquez Miluska Zulema

pino_mk@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2808-6921>

Universidad César Vallejo, UCV
Trujillo, Perú

RESUMEN

El Objetivo general de esta investigación, es determinar la Cultura de Emprendimiento ante el Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022.

La investigación es de tipo descriptiva con diseño no experimental porque fue ejecutada sin manipulación libre de las variables y donde se tomaron u observaron los sucesos tal y como se dieron para resultar consecutivamente a su estudio y valoración.

Para esta investigación se consideró como muestra a 84 establecimientos de parrillas y 34 pollerías legalmente registrados, a quienes se aplicó el cuestionario; y la data se analizó a través del programa IBM-SPSS V4 25, utilizándose para la contrastación de Hipótesis alterna y nula de spearman.

Se logró demostrar que el coeficiente de correlación de spearman es $R_{ho} = 0.861$ (existiendo una alta relación positiva) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), la cual quiere decir que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la interacción social del emprendimiento digital en el expendio de Parrilladas, Trujillo 2022.

Palabras clave: cultura de emprendimiento; emprendimiento digital; tic; emprendedor; redes sociales.

Correspondencia: pino_mk@hotmail.com

Artículo recibido 06 diciembre 2022 Aceptado para publicación: 06 enero 2023

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Pino Vásquez , M. Z. (2023). Cultura de emprendimiento y emprendimiento digital en el expendio de parrillas y pollerías en la ciudad de Trujillo, 2022. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(1), 362-383. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4395

Culture of entrepreneurship and digital entrepreneurship in the sale of grills and chicken shops in the city of Trujillo, 2022

ABSTRACT

The general objective of this research is to determine the Culture of Entrepreneurship before Digital Entrepreneurship in the store of Grills and Poultry in the city of Trujillo 2022.

The research is of a descriptive type with a non-experimental design because it was carried out without free manipulation of the variables and where the events were taken or observed as they occurred to result consecutively to their study and assessment.

For this investigation, 84 legally registered grill establishments and 34 poultry shops were considered as a sample, to whom the questionnaire was applied; and the data was analyzed through the IBM-SPSS V4 25 program, being used to test Spearman's alternate and null hypotheses.

It was possible to demonstrate that the Spearman correlation coefficient is $Rho = 0.861$ (existing a high positive relationship) with a significance level of less than 1% ($p < 0.01$), which means that the culture of entrepreneurship is related directly and highly significant with the social interaction of digital entrepreneurship in the store of Grills and Poultry, Trujillo 2022.

Keywords: *entrepreneurship culture; digital entrepreneurship; ict; entrepreneur; social networks.*

INTRODUCCIÓN

El tema a tratar en este proyecto de investigación con las variables cultura de emprendimiento y emprendimiento digital; que en la actualidad han tomado efectos de emergencia sanitaria a raíz de esta pandemia a nivel mundial llamada Coronavirus o COVID-19.

El confinamiento y las medidas dadas por el gobierno peruano generaron el cierre de bares y restaurantes con plazo indefinido, esto continuó hasta que el gobierno autorizó el funcionamiento de los mismos; sin embargo, se inició con el aislamiento voluntario y con fuertes medidas de protección hacia los comensales. Ante esto, se generaron diversas oportunidades llegando a utilizar con frecuencia el delivery con los protocolos de seguridad.

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Lima (CCL), más de 200 mil restaurantes dan trabajo a nivel nacional a más de 1 millón de personas; debido a la cuarentena los restaurantes no generaron ingresos y por ende tuvieron que regalar su materia prima.

El Gobierno peruano mostró la cadena de pagos (capital para compras de insumos, pago de planillas y pago de alquileres) con el formato Reactiva Perú, para que los establecimientos en mayor o menor medida puedan mantenerse ante la situación, y puedan continuar operando. Por otro lado, los restaurantes dirigidos a otro target como: turistas extranjeros y segmento corporativo cortaron sus ingresos de representación, también aquellos negocios informales y que no deben ser ignorados, tanto por los dueños que generan empleos diariamente.

El Gobierno peruano decidió que, a partir del 1 de julio del 2021, los restaurantes puedan atender dentro con un aforo limitado. Para ello, el ministro de Comercio Exterior y Turismo Edgard Vásquez en RPP Noticias, detalló el distanciamiento de dos metros entre mesas cuando haya pasillo de circulación y medio metro cuando no haya pasillo. Además, debe haber desinfección previa y posterior a contacto con el cliente, limpieza de calzado y toma de temperatura; y la persona que tome los pedidos debe llevar un traje especial y protector facial, para evitar contagios respetando la distancia establecida.

Cuando se dio inicio al delivery, los mismos consumidores exigían el cumplimiento del protocolo y el recojo esto ganó la confianza, tanto así que el sector informal se tuvo que adaptar porque todos necesitan que el delivery llegue con los protocolos establecidos.

Mientras avanza la pandemia, se van realizando nuevas medidas para los restaurantes, y ellos tuvieron que ser innovadores y confiar en la lealtad de sus clientes.

Empanacombis es un ejemplo, ya que ellos crearon la empanada del futuro, que consiste en comprar hoy un pack de empanadas y consumirlas cuando la empresa las pueda distribuir.

Otra forma creativa son las gift card para restaurantes. A su vez, la iniciativa a los restaurantes que participan en #YoConsumoLocal, que permitió obtener ingresos y generar liquidez.

Según Pro Web Design, agencia de marketing digital indica que muchas empresas en internet fracasan o abandonan sus proyectos online el primer año, aunque su inversión no sea grande, los costes en publicidad o anuncios digitales generan un coste significativo, por tal motivo es importante que la empresa cuente con una estrategia para guiar y obtener resultados económicos y dar seguimiento a los mismos.

Según la conferencia en Las Vegas dada por el fundador y CEO de Amazon Jeff Bezos, indica una receta para el éxito es importante tomar riesgos, fracasar, apasionarse y obsesionarse con el consumidor. Primero creer en una idea, desarrollarla y finalmente ejecutarla, requiere muchas veces de paciencia, firmeza ante el fracaso, pasión y adaptabilidad al cambio.

Los apellidos que han formado parte de la historia son Bezos, Zuckerberg, quienes no sólo por crear negocios exitosos, sino también por convertir la forma de comunicarnos y entablar fueron gracias a sus ideas de negocio y su capacidad para emprender.

Según el CCL, el 75% de emprendedores utilizan herramientas tecnológicas en su emprendimiento, en el Perú existen brechas tecnológicas para un grupo de empresarios, quienes no se sienten seguros en ser líderes digitales.

Los principales obstáculos ante la modernidad empresarial comprenden con un 50% la naturaleza tradicional del negocio, con un 13% la falta de capacitación digital del emprendedor, la dificultad de los clientes en entender las nuevas tecnologías del negocio, la inaccesibilidad y en un 12.3% el temor a la filtración de información privada de la empresa.

El consumidor peruano de zonas urbanas se volvió masivamente digital, en el sentido que la gran mayoría ya compra por internet y los que ya lo hacían han ampliado su uso. Sin embargo, aún no es el medio principal de adquisiciones.

Según la CCL, el rubro de emprendimientos digitales comprende desde comida, bodegas, ropa y calzado, productos hechos a mano, productos importados, servicios profesionales, salud, entre otros, observando que el rango de edad de los emprendedores es de mayor porcentaje entre 26 a 60; donde prevalece el género femenino con un 59,76%.

En el territorio nacional, el emprendimiento digital ha aumentado y el director de GFK, Felipe Amijo Managin mencionó que el esfuerzo del mercado online peruano es fuerte. Asimismo, en el 2018 se ejecutaron eventos online llamados Cyberdays y CyberWow que generaron grandes ventas online debido al descuento. (Mercado Negro, 2019)

El Diario El Comercio (2021), nos dice que, según un estudio realizado por Microsoft, el 95 % de las Pymes peruanas aceleró su transformación digital debido a la pandemia del Covid-19, para ello los negocios se reinventaron; además, 6 de cada 10 pymes peruanas desarrollaron aplicaciones propias.

Y Trujillo no es ajena a esta realidad pues motivo de la pandemia hemos visto que muchas pequeñas y micro empresas han tenido que insertarse en los medios digitales para comercializar sus productos; y estos negocios van desde bodegas, tiendas de electrodomésticos, tiendas de ropa y hasta negocios de servicios; donde las plataformas más utilizadas son el TikTok, Facebook, Instagram, WhatsApp y empresas con mayores recursos se han creado su página web. La digitalización de las empresas también se ha notado en que han incorporado nuevos medios de pago, como Pay Pal, transferencias bancarias, billetera digital, yape, código QR, etc.

Es oportuno ilustrar el caso del restaurante Estancia Muchik en la ciudad de Trujillo, debido a que este restaurante atendía en el mismo local, sólo contaba con una web site clásica y fan page en Facebook para promociones y preguntas. Hoy, cuenta con una renovada web site (incluye carrito de compras) con pagos online o a domicilio, además de una APP Móvil adaptada para los sistemas Android y iOS (iPhone); quien ha podido lograr obtener el registro sanitario y certificado solicitado por el estado mediante esta coyuntura. Esta empresa ha sabido darle un buen uso a la tecnología y ahora, está recuperándose después de varios meses en cuarentena.

Pensar y actuar es un modo orientado a la generación de riqueza y oportunidades que forman parte de la cultura de emprendimiento, quien, a través de la conveniencia de oportunidades, se desarrolla una visión global con un liderazgo equilibrado, teniendo

como resultado la creación de valor para los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad. (Guzmán, 2020)

Las empresas y negocios que manejan medios digitales para vender sus productos o servicios son identificados como un emprendimiento digital debido a que se identifican por utilizar intensivamente las tecnologías como: Big Data, redes sociales, móviles y soluciones en la nube para optimizar los procesos, entre otras acciones. (Guzmán, 2020) y tomando de referencia a Peter F. Drucker, quién indica que maximizando las oportunidades de efectividad y eficiencia, así se considera al emprendimiento.

Se formula el siguiente problema: ¿Cuál es la relación entre La Cultura de Emprendimiento y El Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo?

Esta investigación se manifiesta de forma teórica según Schumpeter (1943), ya que ahonda en la importancia de los emprendedores como personas innovadoras, es decir, que desean cambiar las cosas o hacerlas de forma diferente o implementar una nueva idea.

Asimismo, se demuestra la metodología con un test debidamente aprobado.

Finalmente, es de forma práctica, porque señala los resultados en estudio reconocerán y relacionarán a las variables: Cultura de Emprendimiento y Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo. Finalmente, los resultados servirán como fuente de consulta para investigaciones futuras.

El Objetivo general, es determinar la Cultura de Emprendimiento ante El Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022.

METODOLOGÍA

Esta investigación es Aplicada, con diseño no experimental, con un enfoque cuantitativo y correlacional entre las variables. Fue compuesta por 84 establecimientos de parrillas y 34 pollerías obtenidos del reporte municipal al 31 de julio 2022. Se utilizó como técnica el test y como instrumentos el cuestionario.

Primero se elaboró la matriz de base de datos sobre las variables. Luego, se construyó las tablas de distribución de frecuencias e interpretación (con el Programa Excel), y para el procesamiento y obtención de los resultados de los estadísticos descriptivos se utilizó el software de estadística para ciencias sociales (SPSS V25). Se usó la Prueba de Kolmogorov – Smirnov con grado de significancia al 5%, para especificar la repartición de la muestra

en las variables como en sus respectivas dimensiones. Después, se utilizó el Coeficiente Rho Spearman para la contrastación de las hipótesis de investigación y finalmente se aplicó el procedimiento estadístico de regresión logística ordinal para estudiar la repercusión de la cultura de emprendimiento en el emprendimiento digital.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabla 1. Niveles de la cultura de emprendimiento en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Nivel	Intervalo	Nº	%
Bajo	15 - 30	1	1.1%
Medio bajo	31 - 45	14	15.9%
Medio alto	46 - 60	49	55.7%
Alto	61 - 75	24	27.3%
Total		88	100%

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

En la Tabla 1 se observa que el 55.7% de los restaurantes obtienen nivel medio alto sobre cultura de emprendimiento, el 27.3% tienen nivel alto, en tanto que el 15.9% de los restaurantes obtienen nivel medio bajo sobre cultura de emprendimiento. Demostrándose que la cultura de emprendimiento en los Restaurantes del Giro de Parrilladas predomina el nivel medio alto (55.7%).

Tabla 2. Niveles de las dimensiones de la cultura de emprendimiento en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Nivel	Autoeficacia emprendedora		Personalidad emprendedora		Propensión al riesgo		Intensión emprendedora	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	3	3.4%	2	2.3%	1	1.1%	2	2.3%
Medio bajo	14	15.9%	13	14.7%	16	18.2%	17	19.3%
Medio alto	49	55.7%	51	58.0%	47	53.4%	47	53.4%
Alto	22	25.0%	22	25.0%	24	27.3%	22	25.0%
Total	88	100%	88	100%	88	100%	88	100%

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

En la Tabla 2 se observa que el 55.7% de los restaurantes obtienen nivel medio alto de autoeficacia emprendedora y el 25.0% tienen nivel alto, el 58.0% obtienen nivel medio alto de la personalidad emprendedora y el 25.0% tienen nivel alto, el 53.4% de los restaurantes obtienen nivel medio alto de propensión al riesgo y el 27.3% tienen nivel alto, el 53.4% obtienen nivel medio alto de intensidad emprendedora y el 25.0% tienen nivel alto.

Tabla 3. Niveles del emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Nivel	Intervalo	Nº	%
Bajo	56 - 115	0	0.0%
Medio bajo	116 - 170	2	2.3%
Medio alto	171 - 225	52	59.1%
Alto	226 - 280	34	38.6%
Total		88	100%

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

En la Tabla 3 se observa que el 59.1% de los restaurantes obtienen nivel medio alto sobre el emprendimiento digital, el 38.6% tienen nivel alto, en tanto que el 2.3% de los restaurantes obtienen nivel medio bajo sobre el emprendimiento digital. Demostrándose que el emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas predomina el nivel medio alto (59.1%).

Tabla 4

Niveles de las dimensiones del emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Nivel	Interacción social		Motivación y la fuerza interior		Mejora e innovación		Ético humanista		Simbólico humanista		Tecnologías		Gestión	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	6	6.8%	3	3.4%	4	4.5%	3	3.4%	2	2.3%	1	1.1%	2	2.3%
Medio alto	51	58.0%	50	56.8%	53	60.2%	52	59.1%	54	61.4%	57	64.8%	52	59.1%
Alto	31	35.2%	35	39.8%	31	35.2%	33	37.5%	32	36.4%	30	34.1%	34	38.6%
Total	88	100%	88	100%	88	100%	88	100%	88	100%	88	100%	88	100%

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

En la Tabla 4 se observa que el 58.0% de los restaurantes obtienen nivel medio alto de interacción social y el 35.2% tienen nivel alto, el 56.8% de los restaurantes obtienen nivel medio alto de motivación y la fuerza interior y el 39.8% tienen nivel alto, el 60.2% de los restaurantes obtienen nivel medio alto de mejora e innovación y el 35.2% tienen nivel alto, el 59.1% de los restaurantes obtienen nivel medio alto de lo ético humanista y el 37.5% tienen nivel alto, el 61.4% de los restaurantes obtienen nivel medio alto de lo simbólico humanista y el 36.4% tienen nivel alto, el 64.8% de los restaurantes obtienen nivel medio alto de tecnología y el 34.1% tienen nivel alto, el 59.1% de los restaurantes obtienen nivel medio alto de gestión y el 38.6% tienen nivel alto

PRUEBA DE NORMALIDAD

Tabla 5

Prueba de Normalidad de Kolmogorov Smirnov de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Variables	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura de emprendimiento	0.076	88	0.200
Emprendimiento digital	0.073	88	0.200
Interacción social	0.138	88	0.000
Motivación y la fuerza interior	0.149	88	0.000
Mejora e innovación	0.158	88	0.000
Ético humanista	0.135	88	0.000
Simbólico humanista	0.129	88	0.001
Tecnologías	0.123	88	0.002
Gestión	0.114	88	0.007

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

En la Tabla 5 se observa que la prueba de Kolmogorov Smirnov para muestras mayores a 50 ($n > 50$) que prueba la normalidad de los datos de variables de investigación, donde se muestra que los niveles de significancia para la variable cultura de emprendimiento y emprendimiento digital son mayores al 5% ($p > 0.05$), demostrándose que los datos se distribuyen de manera normal; por lo cual es necesario utilizar la prueba paramétrica correlación de pearson, para determinar la relación entre ambas variables. Con respecto a las dimensiones de emprendimiento digital se va a utilizar la correlación de spearman ($p < 0.05$).

CONTRASTACIONES DE HIPÓTESIS

Hipótesis General

- Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Tabla 6

La cultura de emprendimiento y su relación con el emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Emprendimiento digital	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto		Nº	%
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
Medio alto	0	0.0%	14	15.9%	36	40.9%	2	2.3%	52	59.1%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	13	14.8%	22	25.0%	35	39.8%
Total	1	1.1%	14	15.9%	49	55.7%	24	27.3%	88	100%

CORRELACIÓN DE PEARSON		Emprendimiento digital
Emprendimiento digital	Correlación de Pearson R	0.912**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

En la Tabla 6 se observa que el coeficiente de correlación de pearson es $R = 0.912$ (existiendo una muy alta relación positiva) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), la cual quiere decir que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con el emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Hipótesis Específica 1

- Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y la interacción social en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Tabla 7

La cultura de emprendimiento y su relación con la interacción social en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Interacción social	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto		Nº	%
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	5	5.7%	0	0.0%	0	0.0%	6	6.8%
Medio alto	0	0.0%	9	10.2%	40	45.5%	2	2.3%	51	58.0%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	9	10.2%	22	25.0%	31	35.2%
Total	1	1.1%	14	15.9%	49	55.7%	24	27.3%	88	100%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
	Correlación de Spearman R_{ho}	0.861**
Interacción social	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

En la Tabla 7 se observa que el coeficiente de correlación de spearman es $R_{ho} = 0.861$ (existiendo una alta relación positiva) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), la cual quiere decir que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la interacción social del emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Hipótesis Específica 2

- Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y la motivación y la fuerza interior en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Tabla 8

La cultura de emprendimiento y su relación con la motivación y la fuerza interior en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Motivación y la fuerza interior	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto		Nº	%
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	2	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.4%
Medio alto	0	0.0%	12	13.6%	36	40.9%	2	2.3%	50	56.8%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	13	14.8%	22	25.0%	35	39.8%
Total	1	1.1%	14	15.9%	49	55.7%	24	27.3%	88	100%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
Motivación y la fuerza interior	Correlación de Spearman R_{ho}	0.879**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

En la Tabla 8 se observa que el coeficiente de correlación de spearman es $R_{ho} = 0.879$ (existiendo una alta relación positiva) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), la cual quiere decir que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la motivación y la fuerza interior del emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Hipótesis Específica 3

- Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y la mejora e innovación en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Tabla 9

La cultura de emprendimiento y su relación con la mejora e innovación en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Mejora e innovación	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto		Nº	%
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	3	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	4	4.5%
Medio alto	0	0.0%	11	12.5%	40	45.5%	2	2.3%	53	60.2%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	9	10.2%	22	25.0%	31	35.2%
Total	1	1.1%	14	15.9%	49	55.7%	24	27.3%	88	100%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
Mejora e innovación	Correlación de Spearman R_{ho}	0.858**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

En la Tabla 9 se observa que el coeficiente de correlación de spearman es $R_{ho} = 0.858$ (existiendo una alta relación positiva) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), la cual quiere decir que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la mejora e innovación del emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Hipótesis Específica 4

- Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y lo ético humanista en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Tabla 10

La cultura de emprendimiento y su relación con lo ético humanista en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Ético humanista	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto		Nº	%
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	2	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.4%
Medio alto	0	0.0%	12	13.6%	38	43.2%	2	2.3%	52	59.1%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	11	12.5%	22	25.0%	33	37.5%
Total	1	1.1%	14	15.9%	49	55.7%	24	27.3%	88	100%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
	Correlación de Spearman R_{ho}	0.840**
Ético humanista	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

En la Tabla 10 se observa que el coeficiente de correlación de spearman es $R_{ho} = 0.840$ (existiendo una alta relación positiva) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), la cual quiere decir que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con lo ético humanista del emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Hipótesis Específica 5

- Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y lo simbólico humanista en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Tabla 11

La cultura de emprendimiento y su relación con lo simbólico humanista en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Simbólico humanista	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto		Nº	%
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.3%
Medio alto	0	0.0%	13	14.8%	39	44.3%	2	2.3%	54	61.4%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	10	11.4%	22	25.0%	32	36.4%
Total	1	1.1%	14	15.9%	49	55.7%	24	27.3%	88	100%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
	Correlación de Spearman R_{ho}	0.866**
Simbólico humanista	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

En la Tabla 11 se observa que el coeficiente de correlación de spearman es $R_{ho} = 0.866$ (existiendo una alta relación positiva) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), la cual quiere decir que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con lo simbólico humanista del emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Hipótesis Específica 6

- Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y la tecnología en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Tabla 12

La cultura de emprendimiento y su relación con la tecnología en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Tecnologías	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto		Nº	%
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
Medio alto	0	0.0%	14	15.9%	41	46.6%	2	2.3%	57	64.8%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	8	9.1%	22	25.0%	30	34.1%
Total	1	1.1%	14	15.9%	49	55.7%	24	27.3%	88	100%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
	Correlación de Spearman R_{ho}	0.864**
Tecnologías	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

En la Tabla 12 se observa que el coeficiente de correlación de spearman es $R_{ho} = 0.864$ (existiendo una alta relación positiva) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), la cual quiere decir que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la tecnología del emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Hipótesis Específica 7

- Existe relación directa entre la cultura de emprendimiento y la gestión en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Tabla 13

La cultura de emprendimiento y su relación con la gestión en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

Gestión	Cultura de emprendimiento								Total	
	Bajo		Medio bajo		Medio alto		Alto		Nº	%
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Medio bajo	1	1.1%	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.3%
Medio alto	0	0.0%	13	14.8%	37	42.0%	2	2.3%	52	59.1%
Alto	0	0.0%	0	0.0%	12	13.6%	22	25.0%	34	38.6%
Total	1	1.1%	14	15.9%	49	55.7%	24	27.3%	88	100%

CORRELACIÓN DE SPEARMAN		Emprendimiento digital
	Correlación de Spearman R_{ho}	0.867**
Gestión	Sig. (bilateral)	0.000
	N	88

Nota: Aplicación del Cuestionario de la cultura de emprendimiento y el emprendimiento digital, Trujillo en el año 2022.

** La relación es altamente significativa al 1% de significancia (0.01).

En la Tabla 13 se observa que el coeficiente de correlación de spearman es $R_{ho} = 0.867$ (existiendo una alta relación positiva) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$), la cual quiere decir que la cultura de emprendimiento se relaciona de manera directa y altamente significativa con la gestión del emprendimiento digital en los Restaurantes del Giro de Parrilladas, Trujillo 2022.

CONCLUSIONES

1. La cultura de emprendimiento en el expendio de Parrilladas predomina el nivel medio alto (55.7%). Respecto a las dimensiones de la cultura de emprendimiento en promedio se comporta de utilizó nivel medio alto (80.7%).

2. El emprendimiento digital en el expendio de Parrilladas predomina el nivel medio alto (59.1%). Respecto a las dimensiones del emprendimiento digital en promedio se comporta de nivel medio alto (96.6%).
3. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con el Emprendimiento Digital en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R = 0.912$; $p < 0.01$).
4. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con la interacción social en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.861$; $p < 0.01$).
5. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con la motivación y la fuerza interior en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.879$; $p < 0.01$).
6. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con la mejora e innovación en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.858$; $p < 0.01$).
7. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con el ético humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.840$; $p < 0.01$).
8. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con lo simbólico humanista en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.866$; $p < 0.01$).
9. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con la tecnología en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.864$; $p < 0.01$).
10. La Cultura de Emprendimiento se relaciona de manera positiva y muy significativa con la gestión en el expendio de Parrillas y Pollerías en la ciudad de Trujillo 2022 ($R_{ho} = 0.867$; $p < 0.01$).

LISTA DE REFERENCIAS

- Alderete, M. V., & Jones, C. (2019). Towards social commerce: the value of social networks for Micro and SME from Córdoba, Argentina. *Entramado*, 15(1), 48–60.
- Arango, P. Z., González, D. V., & Valencia, J. A. (2020). El comercio electrónico Business to

- Consumer y su adopción en el consumidor de la ciudad de Manizales - Colombia. *Novum*, 1(10), 10–24.
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/80109>
- Argilés-Bosch, J. M., Somoza, A., Ravenda, D., & García-Blandón, J. (2020). An empirical examination of the influence of e-commerce on tax avoidance in Europe. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 41.
- Ealde (2019), 5 teorías del emprendimiento para conocer el significado de “emprender”. Recuperado de: <https://www.ealde.es/teorias-emprendimiento-emprender/>
- Galvez Albarracin, E. J., Guauña Aguilar, R. A., & Ravina Ripoll, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 79.
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>
- Guarnizo, C.; Velásquez, J.; Guzmán, J. y Álzate, B. (2019). Educación para el emprendimiento: análisis y aportes a la política pública de educación en Colombia desde la sistematización de experiencias en instituciones de educación básica y media. *Revista Complutense de Educación*. 225-243.
<https://search.proquest.com/docview/2239795087/F2CA4FA0FB1D4E5EPQ/6?accountid=37408>
- León-Mendoza, J. C. (2019). Emprendimiento empresarial y crecimiento económico en Perú. *Estudios Gerenciales*, 35, 429-439.
<https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.153.3331>
- 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, 19–33.
<https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>
- Martin, M.; Flores, F.; Giusto, C. (2019). Instrumentos de evaluación de la cultura emprendedora.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3498/349861666045/index.html>
- Peralta, J. D. (2019). Regional development and entrepreneurship: Evidence for Colombia. *Trimestre Económico*, 86 (342), 467-490.
<https://doi.org/10.20430/ete.v86i342.656>
- Segura, U.; Novoa, H. y Burbano, M. (2019). Hacia un modelo educativo para el

emprendimiento.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/206/20663246010/index.html>

Tabarquino-Muñoz, Raúl Andrés. (2018). El servicio público de las Tecnologías de la Información (TIC) en Colombia. Entramado. 166-181.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/2654/265459295012/265459295012.pdf>

Terán, E. y Guerrero, A. (2019), Entrepreneurship theories: A critical review of the literatura and future research suggestions. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>

Terán-Yépez, E. & Guerrero-Mora, A. (2019). ¿Emprendimiento por oportunidad o por necesidad? Estudio comparativo entre países. Mikarimin Revista Científica Multidisciplinaria, 5(2), 77-88.

Vargas, M. y Utterman, G. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29063559024/index.html>



Miluska Zulema Pino Vásquez

e-mail: pino_mk@hotmail.com

Trujillo, Perú

22/09/1986

Lic. Marketing y Mg. Docencia Universitaria.

Con experiencia en el área de Marketing desde hace más de 13 años, trabajando en la empresa de Publicidad e Informática PYRUS HD SAC y la Agencia de Publicidad PYRUS STUDIO SAC, empresas fundadas por los hermanos Luis y Miluska Pino Vásquez.

También, me desarrollo como docente Universitaria en la Universidad Católica de Trujillo

Benedicto XVI para los programas de Administración y Contabilidad.

Fui invitada como jurado evaluador en la Feria de Emprendimiento 2021 y 2022 de la
Universidad César Vallejo de Trujillo.

Me capacito constantemente en temas referentes a la Administración y Marketing.