



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**Innovación empresarial y emprendimiento de la empresa UT
Delivery, Piura – 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Valdivieso Palacios, Pedro Antonio (orcid.org/0000-0001-5726-4013)

ASESORA:

Dra. Suysuy Chambergo, Ericka Julissa (orcid.org/0000-0003-0744-0052)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA - PERÚ

2023



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SUYSUY CHAMBERGO ERICKA JULISSA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery, Piura - 2023", cuyo autor es VALDIVIESO PALACIOS PEDRO ANTONIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 03 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SUYSUY CHAMBERGO ERICKA JULISSA DNI: 45361468 ORCID: 0000-0003-0744-0052	Firmado electrónicamente por: ESUYSUYC el 13-12- 2023 09:26:11

Código documento Trilce: TRI - 0679522



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, VALDIVIESO PALACIOS PEDRO ANTONIO estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery, Piura - 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
VALDIVIESO PALACIOS PEDRO ANTONIO DNI: 76246586 ORCID: 0000-0001-5726-4013	Firmado electrónicamente por: PVALDIVIESOP el 08- 06-2024 19:51:14

Código documento Trilce: INV - 1599049

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a Dios porque nos da sabiduría para ayudarnos en ese momento, el momento más difícil de darnos valores que nos fortalecen.

A la Universidad de César Vallejo por darnos la confianza para realizar esta investigación que amplía nuestra capacidad intelectual.

A mis padres porque nos brindan apoyo y fortaleza en este desarrollo y curso, ayudándonos a concluir lo que se confía.

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme permitido llegar hasta aquí, a mis padres que han sido nuestra motivación para seguir adelante ya que son el pilar más grande de nuestras vidas.

A la asesora, Dra. Suysuy Chambergó, Ericka Julissa , por su enseñanza y el apoyo en todo este proceso de elaboración de nuestra tesis.

Al propietario de la empresa por permitir desarrollar esta investigación aplicando conocimiento ya que es de suma importancia para terminar nuestros estudios profesionales y conseguir la titulación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	ii
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. METODOLOGÍA.....	11
III. RESULTADOS	17
IV. DISCUSIÓN.....	28
V. CONCLUSIONES	32
VI. RECOMENDACIONES.....	33
REFERENCIAS.....	34
ANEXOS	42

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable por juicio de expertos.....	13
Tabla 2. Confiabilidad en el coeficiente de Alfa de Cronbach	14
Tabla 3. Dimensión motivación y la variable innovación empresarial	17
Tabla 4. Correlación entre la motivación y la innovación empresarial	19
Tabla 5. Dimensión iniciativa y la variable innovación empresarial.....	19
Tabla 6. <i>Correlación entre la iniciativa y la variable innovación empresarial</i>	21
Tabla 7. <i>Dimensión perseverancia y la variable innovación empresarial</i>	22
Tabla 8. <i>Correlación entre la perseverancia y la variable innovación empresarial</i>	24
Tabla 9. <i>Relación de las variables mediante prueba de Normalidad</i>	24
Tabla 10. <i>Análisis de la fiabilidad del instrumento de investigación</i>	25

RESUMEN

El objetivo principal de la investigación fue evaluar la relación entre la innovación empresarial y el emprendimiento en UT Delivery, Piura – 2023. Se utilizó una metodología aplicada, mixta, no experimental, de corte transversal y correlacional. La población estuvo compuesta por 75 trabajadores de la empresa, con respecto a los instrumentos de recolección de datos se empleó el cuestionario y la guía de entrevista. Los resultados demostraron que el 64% están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo adicional para lograr los objetivos de la empresa, incluso cuando se enfrentan a obstáculos y contratiempos, también se pudo demostrar que el 61.3% de trabajadores sienten que tienen libertad para proponer y llevar a cabo proyectos innovadores en su área de trabajo, como también se evidenció que el 58.7% de trabajadores se sienten motivados por el espíritu innovador y la búsqueda de soluciones creativas en la empresa. Así mismo, se logró concluir que existe una relación de significancia entre las variables innovación empresarial y emprendimiento, el cual arrojó un factor de Spearman = 0.557 y sig. = 0.000.

Palabras clave: Emprendimiento, innovación empresarial, motivación.

ABSTRACT

The main objective of the research was to evaluate the relationship between business innovation and entrepreneurship at UT Delivery, Piura – 2023. An applied, mixed, non-experimental, cross-sectional and correlational methodology was used. The population was composed of 75 workers of the company, with respect to the data collection instruments, the questionnaire and the interview guide were used. The results showed that 64% are willing to invest time and additional effort to achieve the company's objectives, even when they face obstacles and setbacks, it can also be shown that 61.3% of workers feel that they have freedom to propose and carry out innovative projects in their area of work, as it was also evidenced that 58.7% of workers feel motivated by the innovative spirit and the search for Creative solutions in the company. Likewise, it was concluded that there is a relationship of significance between the variables business innovation and entrepreneurship, which yielded a Spearman factor = 0.557 and sig. = 0.000

Keywords: Entrepreneurship, business innovation, motivation

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente el sector de delivery se ha convertido en una industria importante y en constante evolución. El aumento del comercio electrónico y los cambios continuos en los hábitos de consumo han generado nuevas oportunidades para las empresas de entrega a domicilio y/o delivery. Ante este escenario, la innovación empresarial y el espíritu emprendedor se han vuelto fundamentales para el éxito en conjunto de la sostenibilidad en este sector altamente competitivo. Según García et al. (2019), manifiesta que en una empresa de delivery en México, los autores encontraron que la innovación en la empresa se centró en la implementación de tecnologías avanzadas, como aplicaciones móviles y plataformas en línea, para mejorar el servicio de entrega en todas sus características. En Brasil, Colichi (2023) manifiesta sobre el uso de estrategias y actividades efectivas para la enseñanza del emprendimiento en cursos de enfermería en Brasil, basado en el principio del aprendizaje cognitivo.

García & García (2022), desarrolló en Colombia, que existe una falta de explicación de las implicaciones educativas con relación a la formación para el emprendimiento en los artículos científicos revisados. Además, se destaca la necesidad de tener en cuenta los estudios de evaluación de la intención emprendedora que tienen los estudiantes universitarios antes de diseñar nuevas acciones formativas. Por otro lado, García (2021), en Colombia, menciona que, en la era digital en las empresas se enfrentan a desafíos y oportunidades únicos donde la rápida evolución en tecnología y el cambio que han surgido en los hábitos de consumo han creado una necesidad urgente de innovación empresarial, por ello las empresas que no pueden adaptarse a este entorno digital están en riesgo de quedarse atrás, mientras que aquellas que pueden innovar pueden obtener una ventaja competitiva significativa.

Ferney et al., (2020), en Colombia, señala que en muchas empresas enfrentan dificultades para implementar la innovación estratégica de manera efectiva ya que a menudo, existe una brecha entre la formulación de estrategias innovadoras y su ejecución exitosa en la organización.

En el ámbito nacional, según estudios realizados por García et al. (2021), la innovación organizacional afecta a la competitividad que existen tanto en las micro como en las pequeñas empresas (MYPE) del sector comercial en medio de la pandemia del Covid-19. Hay esperanza para las MYPE en esta recesión económica

si pueden encontrar nuevas formas de brindar sus productos y servicios a los clientes. Además, las empresas innovadoras tienen un 81 % más de probabilidades de ser competitivas que sus contrapartes menos creativas (19 %). Según León (2018), un incremento en la creación de empresas es corroborada con un incremento en el PBI de los países. Por otro lado, Uriguen et al. (2023) enfoca en todas las habilidades que tienen que aplicar los emprendedores que son egresados de una institución y/o universidad.

En el ámbito local la realidad problemática de UT Delivery Piura se concentra en los problemas y preocupaciones relacionados la falta de innovación tecnológica en su proceso de reparto. La falta de automatización y eficiencia en la asignación de pedidos a los motorizados ha llevado a retrasos en las entregas, errores en los pedidos y una experiencia deficiente para los clientes. Esto ha generado una pérdida total de confianza por parte de los usuarios, lo cual impacta negativamente en la reputación y rentabilidad de la empresa. Es crucial abordar esta problemática para mantenerse competitivos en la industria logística y garantizar un aumento sostenible en el tiempo. Debido a esta problemática, es un desafío para UT Delivery Piura diferenciarse en un mercado saturado, aumentar la efectividad y el calibre del servicio de entrega, reclutar y retener a las mejores personas y fomentar el espíritu empresarial y la innovación entre los miembros del equipo. Asimismo, existe una escasa colaboración y sinergia entre los distintos actores del ecosistema emprendedor, lo que impide aprovechar al máximo el potencial creativo y productivo de la localidad. Estos factores contribuyen a un contexto poco adecuado para el avance de la innovación empresarial y emprendimiento en Piura, obstaculizando así el progreso de la región. Por lo tanto, se hace necesario fomentar la cultura emprendedora desde edades tempranas, así como promover políticas públicas que faciliten el acceso al financiamiento y recursos necesarios para emprender.

Por lo tanto se ha formulado el siguiente problema general, definiéndose de esta manera: ¿Qué relación existe entre la innovación empresarial y el emprendimiento en la empresa UT Delivery Piura, 2023?, de la misma manera se planteó los problemas específicos: ¿Cuál es la relación entre la motivación y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura, 2023?, ¿Cuál es la relación entre la iniciativa y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura, 2023?, ¿Cuál es la relación entre la perseverancia y la innovación empresarial laboral en la empresa UT Delivery Piura, 2023?.

La presente investigación tuvo una justificación práctica y social, según Torres et al., (2019) señala que la justificación práctica debe estar basada en la evidencia empírica y en la lectura de la literatura para demostrar la necesidad y la pertinencia del estudio, el cual permite a las empresas desarrollar nuevos productos, servicios y procesos que les ayuden a diferenciarse de la competencia y brindar un mayor nivel de satisfacción a los requerimientos de sus consumidores. Por otro lado, Fernández et al., (2019), señala que la justificación social debe estar basada en la identificación de problemas sociales relevantes y en la demostración de cómo el estudio puede contribuir a su solución o prevención. Según Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2018), dice que el emprendimiento en conjunto con la innovación son motores clave que colaboran con el crecimiento económico, con la creación de empleo y el aumento de la calidad de vida de las personas.

En cuanto a los antecedentes internacionales, según García (2019), tuvo como propósito analizar la innovación y como esta afecta los resultados de una empresa y proporciona herramientas y consejos para aumentar la creatividad dentro de una organización. Los datos se analizaron utilizando un enfoque cualitativo, y el proceso incluyó entrevistas de estudio de literatura con expertos en la materia. La investigación demuestra que la innovación tiene mucha relevancia para la perdurabilidad de una empresa porque ayuda a las empresas a poder obtener adaptabilidad a los cambios que ofrece el mercado y aumentar la efectividad en el desarrollo de sus productos y publicidad. La inversión en I+D, la cooperación y la formación del personal son solo algunas de las tácticas que se ofrecen para fomentar un entorno propicio para la innovación dentro de la organización.

Por otro lado Odriozola (2021), en su tesis realizada en España, procura analizar la gestión de innovación abierta en las PYMES y su relación con el rendimiento empresarial, aplicando una metodología de enfoque mixto donde se realizó una encuesta a 300 pymes en España y se llevaron a cabo entrevistas a profundidad con 10 empresas que han implementado prácticas de innovación abierta donde se concluye que es una práctica importante para las pymes y que tiene un impacto positivo entorno al rendimiento empresarial. Además, se lograron identificar diferentes factores que influyen directamente en la aplicación exitosa de prácticas de innovación abierta en las empresas, como la cultura organizacional, la

colaboración con otros actores y la capacidad de absorber nuevas prácticas.

García (2019) en su tesis realizada en España, apunta examinar la innovación y la competitividad en la Unión Europea utilizando un enfoque cuantitativo y teniendo una metodología con enfoque cuantitativo, utilizándose un modelo econométrico para estudiar la relación entre la innovación y la competitividad en la Unión Europea llegando a la conclusión que existe una relación positiva entre la innovación con la competitividad en la UE. Además, se identificaron varios factores que tienen influencia en la relación entre la innovación y la competitividad, como la inversión en investigación y desarrollo y la educación.

Por otro lado, Rauch et al., (2018) señala que tuvo como objetivo analizar el impacto que tuvo la orientación empresarial con respecto al rendimiento de la compañía a través de un estudio de diferentes resultados múltiples, aplicando una metodología con enfoque cuantitativo, realizando un meta-análisis de 104 estudios que investigaron la relación existente entre las variables orientación empresarial y el rendimiento de la empresa, concluyendo que la primera variable tiene un impacto sobresaliente en el rendimiento de la empresa. Además, se identificaron varios factores que influyen en la relación que hay entre la orientación empresarial y el rendimiento, como la dimensión de la empresa, el sector y el país.

Del mismo modo Soto & Barrantes (2019), tiene como objetivo desarrollar un modelo económico de negocio para una empresa de repartos de comida saludable en Lima que fomente el emprendimiento y la innovación, la metodología utilizada en esta tesis tiene un planteamiento mixto. Se pudo realizar una encuesta a los clientes que tiene la empresa de comida saludable en Lima para analizar su percepción sobre las variables ya mencionadas en el sector de entrega de comida saludable, se concluye que el emprendimiento y la innovación tienen mucha relevancia para el éxito de un emprendimiento de entrega de comida saludable en Lima. Además, se identificaron varios factores que tienen un gran impacto en el éxito de una empresa de este tipo, tales como la calidad de los insumos, la rapidez que hay en la entrega y la atención al cliente.

En el ámbito nacional, Mayo y Neyra (2022), indican que el propósito fundamental de su investigación consistió en examinar la conexión entre el liderazgo transformacional y la innovación en las micro y pequeñas empresas (Mypes). La metodología de investigación se caracterizó por ser no experimental, adoptando un diseño transversal, y se enfocó en la relación de correlación entre las

variables. Se recurrió principalmente a un enfoque cuantitativo. La muestra estuvo compuesta por 344 emprendimientos. Concluyendo que existe una correlación positiva significativa entre las dimensiones de influencia idealizada, motivación inspiradora y estimulación intelectual, y la variable de innovación.

Del mismo modo, Torres (2022), tuvo como propósito analizar qué impulsó la innovación y cómo afectó la producción agrícola y la longevidad en Perú. Para ello, se adoptó un enfoque de métodos mixtos, combinando una revisión de la literatura con una investigación empírica que recopiló información a través de encuestas y entrevistas con agricultores peruanos, empresas agroindustriales y otros en la cadena de valor agrícola. El estudio encontró que, en el sector agrícola de Perú, la capacidad de innovación estaba determinada principalmente por factores como el acceso al capital, el acceso a tecnología relevante, la colaboración entre los actores del sector y la educación y capacitación en innovación. Finalmente, el autor concluye que es importante la innovación en el sector agropecuario peruano para elevar el potencial inventivo del sector y mejorar la productividad y sustentabilidad de las operaciones agropecuarias.

También Beltrán (2018), enfatiza en sus objetivos analizar la innovación empresarial como método estratégico para la colocación en el mercado peruano 2014-2018, el autor usa una metodología con enfoque cuantitativo donde se pudo realizar una investigación estadística de los datos que se obtuvieron a través de una encuesta a empresas peruanas para analizar la conexión entre la innovación empresarial con el posicionamiento que tienen en el mercado. La tesis concluye que la innovación empresarial es un método que tiene mucha importancia para ganar mercado en Perú. Además, se lograron identificar diferentes causas que han logrado influir en la relación entre la innovación empresarial y el posicionamiento en el mercado, tal como la inversión en investigación y desarrollo en conjunto con la colaboración con otras empresas.

Vera (2020) tuvo como objetivo establecer la relación entre la innovación y el emprendimiento (entrepreneurship) en la empresa consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., ubicada en San Isidro en el año 2019. La investigación lleva un método cuantitativo y utiliza un diseño no experimental de tipo transversal, puesto que las variables no se llegan a manipular y se recopilan datos en un momento específico. La población de estudio se conformó por 60 colaboradores, y se seleccionó una muestra de 50 colaboradores para el análisis. Los resultados

arrojaron un Rho muy alto, con un valor de 0,955, mediante la prueba de correlación de Spearman, se evidenció una correlación positiva significativa de las dos variables.

Por otro lado, Aroni (2020) tuvo como propósito de este estudio es evaluar las capacidades emprendedoras de los universitarios los cuales están en carrera de Administración y Negocios Internacionales en el período académico 2020 - I. Se extrajo de la población a 83 universitarios, lo cuales se les administró un cuestionario de capacidades emprendedoras. La investigación se basa en un enfoque cuantitativo de naturaleza descriptiva. Los resultados generales se obtuvieron utilizando medidas de tendencia central, y para los objetivos específicos, se recurrió a tablas de frecuencia las cuales indicaron que el 61.4% (51) presentan un nivel muy alto de perseverancia y constancia en la búsqueda de sus objetivos, el 36.1% (30) posee un nivel alto, y por último el 2.4% (2) muestra un nivel medio. Este hallazgo ofrece una base sólida para analizar la implementación de iniciativa de innovación y emprendimiento, con el objetivo de fortalecer y potenciar aún más estas habilidades entre los estudiantes.

En el ámbito local, Sánchez (2019), tiene como propósito examinar la relación existente de la innovación empresarial con la competitividad que existe en las compañías del sector turismo al norte del país (Piura). La metodología utilizada en esta tesis es un enfoque mixto en que realizó una encuesta a las empresas del sector turismo en la región Piura para estudiar la conexión existente entre la innovación empresarial y la competitividad, y se llevaron a cabo entrevistas a profundidad con algunos empresarios. La tesis concluye afirmando la relación positiva que existe entre sus variables.

Espinoza (2018), tuvo como propósito examinar la relación entre el perfil de los emprendedores estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, año 2017. Aplicada, correlacional, y en lo que respecta a la temporalidad y de diseño no experimental con corte transversal, lo que significa que no se realizaron manipulaciones de las variables en cuestión, se utilizó 226 alumnos como muestra, utilizando un enfoque de muestreo estratificado. Se encontró que el 42.2% están de acuerdo en tener la iniciativa de encontrar maneras de solucionar problemas, un 48.7% de los estudiantes está de acuerdo en tomar la iniciativa de examinar minuciosamente las ventajas y desventajas de diversas opciones para resolver

problemas, anticipando los posibles resultados de diferentes soluciones o decisiones.

De igual manera Córdova (2019), tiene como objetivo de su tesis analizar la innovación empresarial del sector construcción en Piura. La metodología utilizada es un enfoque cuantitativo con un análisis estadístico de los datos que se lograron obtener gracias a una encuesta a las empresas del sector construcción en Piura para así analizar la innovación empresarial. Finalmente, la tesis concluye afirmando que la innovación empresarial es importante para el sector construcción en Piura. Además, se lograron identificar diferentes factores que influyen en la innovación empresarial, tales como la aportación en estudio, progreso y la colaboración con otras empresas.

Espinoza (2018), tenía como propósito examinar la relación entre el perfil de los emprendedores estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, año 2017. En cuanto a la naturaleza de la investigación, se clasificó como aplicada, correlacional, y en lo que respecta a la temporalidad y de diseño no experimental con corte transversal. Para la obtención de datos, se llegó a utilizar una encuesta y un cuestionario como instrumento. La población objeto de estudio comprendía a los universitarios registrados en el periodo 2017-II de la universidad, se utilizó 226 alumnos como muestra, utilizando un enfoque de muestreo estratificado. Se encontró que el 42.2% están de acuerdo en tener la iniciativa de encontrar maneras de solucionar problemas, un 48.7% de los estudiantes está de acuerdo en tomar la iniciativa de examinar minuciosamente las ventajas y desventajas de diversas opciones para resolver problemas, anticipando los posibles resultados de diferentes soluciones o decisiones. Además, el 52.3% de los estudiantes muestra confianza en sus habilidades y en lo que pueden lograr, y el 48.2% tiene la iniciativa de buscar orientación en la experiencia de sus compañeros. En términos estadísticos, se concluyó que existe una correlación significativa de las variables perfil emprendedor y capacidad para generar iniciativas empresariales.

De igual manera Córdova (2019), tiene como objetivo de su tesis analizar la innovación empresarial del sector construcción en Piura. La metodología utilizada es un enfoque cuantitativo con un análisis estadístico de los datos que se lograron obtener gracias a una encuesta a las empresas del sector construcción en Piura para así analizar la innovación empresarial. Finalmente, la tesis concluye afirmando

que la innovación empresarial es importante para el sector construcción en Piura. Además, se lograron identificar diferentes factores que influyen en la innovación empresarial, tales como la aportación en estudio, progreso y la colaboración con otras empresas.

Por otro lado, Espinoza (2018) tuvo como propósito investigar el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y su vínculo con la creación de empresas. El enfoque metodológico utilizado por el autor fue de naturaleza cuantitativa, llevándose a cabo una encuesta entre los estudiantes universitarios con el fin de analizar su perfil emprendedor y su relación con la creación de empresas. Los resultados de la tesis indican que existe una relación positiva entre el perfil emprendedor de los estudiantes y la generación de empresas. Además, se lograron identificar diversos factores que ejercen influencia en la conexión entre las variables, tales como la experiencia y el nivel de educación experiencia previa en emprendimiento. Del mismo modo, Torres (2019), tiene como objetivo examinar las características que motivan a los estudiantes universitarios de la zona de Piura a emprender. Se emplearon métodos cuantitativos, incluido un cuestionario entregado a una prueba representativa de estudiantes en una universidad de primer año del área de Piura. Se encontró que las posibilidades percibidas, la aptitud y la conducta emprendedoras son predictores significativos de la intención emprendedora. La principal finalidad de la tesis es desarrollar políticas e iniciativas en el área de Piura para fomentar una mentalidad emprendedora entre los estudiantes universitarios.

En cuanto a sus bases teóricas, tenemos la variable 1, innovación empresarial, la cual Martínez y Sánchez (2019) definen como la creación de nuevas ideas que se pueden aplicar a productos, servicios y/o procesos para una mejora continua de la organización, lo que nos quiere decir el autor es que la innovación empresarial se refiere al proceso de introducir nuevas ideas, métodos, productos, servicios o modelos de negocio en una empresa con el objetivo de generar valor para poder conseguir una ventaja competitiva en el mercado.

Esta variable cuenta con 3 dimensiones, la primera es tecnología que según Johnson y Bate (2018) lo señalan como el conjunto de conocimientos, implementos y técnicas que posibilitan la creación, uso y mejora de servicios o productos para impulsar la innovación empresarial, cuenta con 3 indicadores los cuales son servicios mejorados, servicios nuevos y tasa de errores, los servicios mejorados y

nuevos son formas de innovación empresarial que permiten a una empresa diferenciarse en el mercado y complacer mejor las necesidades de los usuarios. La tasa de errores baja o la capacidad de aprender de los errores ayuda a una empresa a adaptarse y mejorar continuamente en su búsqueda de innovación. Estos elementos combinados pueden impulsar el éxito y la competitividad de una empresa en el ámbito de la tecnología y más allá.

La segunda dimensión es oportunidades, que según Shane y Venkataraman (2018) Se describe este concepto como las condiciones propicias o contextos favorables que emergen en el ámbito empresarial y que se pueden utilizar para impulsar la innovación y el desarrollo de una organización. Estas condiciones se dividen en tres dimensiones clave: las tendencias del mercado, el crecimiento del mercado y la competencia.

Por último, la sostenibilidad, que según Kiron et. Al., este término se describe como la habilidad de una empresa para equilibrar el crecimiento económico con la responsabilidad social y la preservación del medio ambiente mediante la adopción de prácticas innovadoras, tiene 3 dimensiones las cuales son, ética empresarial, responsabilidad social y competencia que son fundamentales para promover la sostenibilidad en la innovación empresarial. Cuando las empresas incorporan consideraciones éticas, sociales y medioambientales en su proceso de toma de decisiones, tienen la capacidad de crear soluciones novedosas que no solo benefician a la sociedad y al entorno, sino que también les permiten mantener su elemento fundamental en la promoción de la innovación empresarial responsable.

Por otro lado, la variable 2 emprendimiento, Herruzo (2019), afirmó que se define como un factor determinante en una comunidad, para que esta pueda tener un desarrollo económico, sostenible y duradero, Kelly et al., (2021) señala que el emprendimiento implica la identificación y explotación de oportunidades para crear valor económico y social a través de la creación de nuevos puestos de trabajo. Ambos autores llegan a la misma conclusión sobre el emprendimiento, que este es un factor importante y clave para el desarrollo de las comunidades.

Por otro lado, Bosma et al., (2018), señaló que el emprendimiento se divide en dos secciones, primero se encuentra el emprendimiento por oportunidad el cual hace referencia a la creación de una empresa para aprovechar una oportunidad de mercado identificada por el emprendedor. Este tipo de emprendimiento tiene una relación con una mayor tasa de supervivencia y crecimiento de la empresa, así

como con una mayor generación de empleo y riqueza. El segundo es el emprendimiento por necesidad, que indica que es la creación de una empresa por falta de alternativas laborales. Este tipo de emprendimiento se relaciona con una menor tasa de supervivencia y crecimiento de la empresa, así como con una menor generación de empleo y riqueza.

La variable cuenta con 3 dimensiones, la primera es la motivación o lo que Reeve (2019) expresó “el proceso psicológico que impulsa y orienta el comportamiento humano hacia un objetivo o meta en particular”. Esta idea destaca la importancia del proceso psicológico subyacente que impulsa y dirige la actividad humana, la motivación cuenta con 3 indicadores (el logro, el optimismo y el compromiso) que, en conjunto forman un círculo virtuoso de motivación en el emprendimiento. El deseo de lograr, la actitud optimista y el compromiso con la empresa generan una motivación interna duradera que impulsa al emprendedor a superar desafíos, aprender de los fracasos y seguir adelante en la búsqueda del éxito empresarial.

La segunda dimensión es la iniciativa, tal como lo definen Luthans y Youssef (2019), destaca la capacidad de pensar sobre la marcha, aprovechar las oportunidades y encontrar respuestas originales, esta dimensión cuenta con 3 indicadores los cuales son la independencia, creatividad y autoconfianza los cuales fomentan la iniciativa en el emprendimiento al proporcionar a los emprendedores la capacidad de tomar decisiones autónomas, generar ideas innovadoras y confiar en sí mismos para llevar a cabo acciones audaces. Estas cualidades son vitales para impulsar el proceso de iniciativa y crear un impacto significativo en el ámbito emprendedor.

La tercera dimensión, la persistencia, Duckworth (2019), la define como la capacidad de seguir trabajando duro para lograr un objetivo a largo plazo a pesar de encontrar dificultades en el camino. Esta idea destaca la importancia de mantener el esfuerzo y la dedicación a lo largo del tiempo, a pesar de los contratiempos y dificultades. La persistencia cuenta con 3 indicadores los cuales son la búsqueda de oportunidades, superación y resiliencia estos actúan como factores motivadores y potenciadores de la perseverancia en el emprendimiento. Estos elementos inspiran a los emprendedores a continuar buscando nuevas oportunidades, afrontar y superar obstáculos, y mantenerse firmes frente a la adversidad.

II. METODOLOGÍA

Según Gómez (2018), considera que un tipo de investigación aplicada es mejorar la calidad de vida de la población estudiada aplicando el conocimiento científico y tecnológico a los desafíos del mundo real, el estudio pretende tener un tipo de investigación aplicada ya que se pretende recopilar y analizar datos relevantes en un entorno específico, con el propósito de proporcionar recomendaciones prácticas, tomar decisiones informadas o desarrollar soluciones efectivas para problemas reales.

Por otro lado, Johnson y Christensen (2019), considera el enfoque mixto como la intersección de métodos cuantitativos y cualitativos. Esta metodología combina las fortalezas de ambos enfoques de investigación para ayudar a los investigadores a abordar preguntas difíciles y adquirir una comprensión más profunda del tema investigado. El enfoque de la investigación es mixta, ya que puede brindar una comprensión más completa, permitir la validación cruzada, abordar preguntas de investigación complejas y realizar una triangulación de datos. Al combinar los beneficios de los enfoques cuantitativos y cualitativos, los investigadores pueden obtener una visión más rica y sólida del fenómeno que están estudiando.

Según Francisco (2023), señala que la investigación correlacional se caracteriza por ser un enfoque no experimental que se concentra en la relación entre dos variables. En este tipo de estudio, el investigador se limita a observar las variables sin intervenirlas. El propósito principal es recolectar datos estadísticos que revelen cómo estas dos variables interactúan y se influyen mutuamente, si es que existe tal relación. Es importante destacar que esta metodología no busca establecer las causas de los fenómenos observados, sino que se enfoca en proporcionar un diagnóstico de la relación entre las variables.

El estudio actual empleó un diseño no experimental de corte transversal o también conocido como transaccional, puesto que se va a recolectar información de un solo momento sin considerar cambios en el tiempo, así como Sampieri y Mendoza (2018) afirman que al hacer investigación se utiliza un diseño no experimental cuando no se manipulan variables independientes. El investigador simplemente observa y registra las variables a medida que ocurren en la naturaleza. Los métodos no experimentales destacan por profundizar en fenómenos complejos y analizar relaciones entre elementos fijos, por otro lado, Rodríguez y Mendivelso

(2018), señalan que un estudio transversal es un tipo de estudio observacional que se lleva a cabo en un solo punto en el tiempo y recopila datos de una muestra que se obtiene de la población o grupo social de interés. La intención de este tipo de investigación es analizar la tasa de ocurrencia de un determinado problema de salud en una población específica durante un período de tiempo específico.

Según Aguilar, (2019), el crecimiento económico sostenible es una meta de muchas comunidades, y el espíritu empresarial es un aspecto clave para lograr esa meta. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) señala que el espíritu empresarial como "el proceso. Se obtuvieron 3 dimensiones, de las cuales se identificaron 3 indicadores, la primera dimensión motivaciones tiene como indicadores el logro, optimismo y compromiso, seguidamente en la segunda dimensión, iniciativa, se obtiene la independencia, creatividad y autoconfianza, finalmente en la tercera dimensión, perseverancia, se resalta, la búsqueda de oportunidades, superación y resiliencia.

Saldarriaga et al., (2019), para las empresas, la innovación significa crear productos y servicios nuevos para satisfacer las necesidades y deseos de sus mercados objetivo. Según la definición de la Comisión Europea, la innovación es la introducción de un nuevo producto (artículo o servicio), proceso, estrategia de marketing o enfoque organizacional a los procesos de la empresa, operaciones internas o interacciones externas. o significativamente mejor. Se obtuvieron 3 dimensiones, de las cuales se identificaron 3 indicadores, la primera dimensión, tecnología, tiene como indicadores el servicio mejorado, servicios nuevos y tasa de errores, seguidamente en la segunda dimensión, oportunidades, se obtiene las tendencias del mercado, crecimiento del mercado y competencia, finalmente en la tercera dimensión, sostenibilidad, se resalta, la ética empresarial, responsabilidad y eficiencia de recursos.

Hernández et al. (2018) señala que las personas, cosas o eventos que se quieren examinar y que tienen un rasgo común se les conoce como población de estudio, el cual en el caso de esta investigación consta de un grupo de 50 trabajadores de la empresa UT Delivery, los cuales ayudarán a que la presente investigación tenga futuro y se pueda desarrollar sin ningún inconveniente. Por ello , Leedy y Ormrod (2018) señalan que la encuesta es un método ampliamente utilizado para recopilar información de un grupo de personas mediante el uso de un conjunto predeterminado de preguntas, con el fin de obtener información sobre sus

opiniones, actitudes o características. Las encuestas pueden ser realizadas de manera presencial, telefónica o en línea.

Lucero (2019) señala que la entrevista se refiere a una técnica de investigación utilizada para obtener información específica y relevante, también la define como un proceso en el que una persona hace preguntas a otra con el fin de obtener información, evaluar habilidades o tomar decisiones. Se pueden utilizar diferentes tipos de entrevistas, como las de trabajo, periodísticas o de investigación. Asimismo, Bryman (2018), destaca que el diseño del cuestionario es un proceso crítico que requiere una cuidadosa atención a la redacción de preguntas, la selección de opciones de respuesta y la organización general del cuestionario. También es importante validar el cuestionario para garantizar que las preguntas sean claras, precisas y relevantes para los objetivos de la investigación.

Por otro lado, Lucero (2019) señala que la guía de entrevista es un documento que se utiliza para orientar la conversación entre el entrevistador y el entrevistado en una investigación, sirve como una herramienta para prepararte y organizar tus preguntas y respuestas antes de una entrevista. De esta manera Posso y Bertheau (2020), indican que la consistencia en los resultados de los elementos que constituyen la evaluación es crucial. En el estudio, la prueba inicial incluyó a 150 empleados de la empresa, abordando 26 preguntas para la variable de gestión logística y 18 ítems para la variable de satisfacción del cliente interno. Después de esto, se aplicó el coeficiente Alpha de Cronbach, una fórmula reconocida en el ámbito estadístico.

Tabla 1. Variable por juicio de expertos

Apellidos y nombres	Experiencia	Grado	Resultado
Carlos Antonio Angulo Corcuera	Marketing	Magister	4
Leandro Alonso Vallejos More	Marketing	Magister	4
Adrián Colomer Winter	Marketing	Magister	4

Para evaluar la validez del constructo, se pueden utilizar diversos enfoques y métodos, como el análisis factorial exploratorio o confirmatorio, el análisis de correlación con otras variables relacionadas, la revisión de la literatura existente del constructo en cuestión. También se pueden realizar pruebas piloto o pretests para evaluar la claridad y la comprensión de las preguntas o ítems utilizados (Revee et al., 2018).

Tabla 2. Confiabilidad en el coeficiente de Alfa de Cronbach

Cuestionario	Alfa de Cronbach	Nivel de consistencia
Emprendimiento		0.806
Innovación empresarial		0.851

La confiabilidad en el contexto de una tesis se refiere a la consistencia y estabilidad de los resultados o mediciones obtenidos a través de los instrumentos de investigación utilizados. Es una medida de la exactitud y la reproducibilidad de los datos recopilados, lo que permite tener confianza en que los resultados obtenidos reflejan de manera precisa el fenómeno o las variables que se están investigando, Para evaluar la confiabilidad, se pueden utilizar diferentes métodos y pruebas estadísticas, como el coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach. Estas técnicas evalúan la consistencia interna de las medidas y la estabilidad de los resultados a lo largo del tiempo (Carmines & Zeller 2018).

En el proceso estadístico, la creación de las tablas y gráficos a utilizar es el primer paso, que se sigue por la interpretación y análisis de cada uno (Smith, 2017). Para averiguar cómo se relaciona la innovación empresarial y el emprendimiento en UT Delivery, este estudio utilizó un cuestionario que se creó de acuerdo con los objetivos del estudio. La utilización de un cuestionario diseñado específicamente se basa en la necesidad de recopilar información directamente de los participantes, con el objetivo de evaluar y medir las percepciones y comportamientos relacionados con la innovación empresarial y el emprendimiento (Jones, 2019). Se consideraron diversas variables clave, como la actitud hacia la innovación, la disposición para

asumir riesgos y la experiencia emprendedora (García et al., 2020). El cuestionario ha sido validado mediante un proceso de prueba piloto, donde se evaluó su comprensibilidad, claridad y relevancia, siguiendo los principios recomendados por Johnson (2018). Esto permitió realizar ajustes necesarios antes de su implementación final, asegurando que las preguntas fueran adecuadas y adecuadas para medir las variables de interés (Brown, 2021).

Al recopilar datos a través de este cuestionario, se busca obtener información cuantitativa que pueda ser analizada y interpretada de manera sistemática (Robinson, 2020). Esto permitirá identificar patrones, tendencias y relaciones significativas entre la innovación empresarial y el emprendimiento en UT Delivery. La utilización de tablas y gráficos en el análisis de los datos recopilados proporcionó una representación visual clara y comprensible de los resultados (Williams, 2019). Estos recursos visuales ayudarán a identificar patrones emergentes, comparar respuestas y respaldar las conclusiones obtenidas a partir del análisis estadístico.

Se utilizó en esta investigación es una encuesta a través de la escala de Likert, aplicada a los 75 colaboradores de UT Delivery. Esta elección se basa en la necesidad de recopilar datos cuantitativos que permitieron medir las percepciones y opiniones de los participantes sobre el tema de estudio. Según Hair et al. (2019), los métodos estadísticos ofrecen una amplia gama de técnicas para el análisis de datos. Entre ellas, se encuentran las técnicas de descripción de datos, como la media, la mediana, la moda y la desviación estándar. Estas técnicas son útiles para abreviar y presentar los datos obtenidos a partir de la encuesta, brindando una visión general de las respuestas y la variabilidad de las mismas.

Además, los métodos estadísticos también incluyen técnicas de inferencia estadística, que permiten hacer generalizaciones sobre una población a partir de una muestra de datos. Algunas de estas técnicas son la prueba de hipótesis, el intervalo de confianza y el análisis de regresión. Estas técnicas serán empleadas para analizar los datos recopilados a través de la encuesta y evaluar las relaciones y patrones significativos entre las variables de interés.

Adicionalmente, se realizará una entrevista al gerente general de UT Delivery. Esta entrevista se llevará a cabo con el fin de obtener una perspectiva más profunda y rica sobre el tema de estudio. La entrevista permitirá explorar en detalle las experiencias, percepciones y conocimientos del gerente general en relación con

la innovación empresarial y el emprendimiento en UT Delivery. Estos datos cualitativos complementarán la información cuantitativa recopilada a través de la encuesta, brindando una visión más completa y enriquecedora del tema de investigación. En resumen, la elección del método de análisis a través de la encuesta con escala de Likert se fundamenta en la necesidad de obtener datos cuantitativos que permitan medir y analizar las percepciones y opiniones de los colaboradores de UT Delivery. Además, se realizará una entrevista al gerente general para obtener información cualitativa adicional. La combinación de datos cuantitativos y cualitativos en el análisis proporcionará una visión más completa y rigurosa del tema de investigación.

Se siguieron pautas éticas para proteger los derechos de los participantes y mantener su respeto, así como para garantizar la confiabilidad y validez del estudio (Rodríguez et al., 2019). Deben adherirse a los principios éticos fundamentales, como la protección de la autonomía, la no apropiación, la compasión y la justicia. Se enfatiza que la ética del estudio requiere obtener el consentimiento informado de los participantes, respetando su privacidad y cumpliendo con las reglas y reglamentos éticos impuestos por las instituciones y los comités de ética. Así mismo para esta investigación se realizará bajo parámetros brindados por la universidad cesar vallejo, de la misma manera se utilizará las normas apa y se brindará el consentimiento informado del cuestionario y la entrevista a la empresa UT Delivery.

III. RESULTADOS

3.1. Informe de aplicación de cuestionario

Objetivo específico 1: Analizar la relación entre la motivación y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura, 2023.

Tabla 3. Dimensión motivación y la variable innovación empresarial

Motivaciones	Escala de alternativas											
	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Total	
	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(Σ)	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1.- Se siente motivado/a por la oportunidad de contribuir al crecimiento y éxito de la empresa de delivery	0	0,0	0	0,0	6	8,0	31	41,3	38	50,7	75	100%
2.- La posibilidad de ser parte de un proyecto emprendedor lo motiva en mi trabajo en la empresa de delivery	0	0,0	0	0,0	6	8,0	31	41,3	38	50,7	75	100%
3.- La cultura emprendedora de la empresa de delivery me impulsa a dar lo mejor de mi en mi labor diaria	0	0,0	0	0,0	8	10,7	34	45,3	33	44,0	75	100%
4.- El desafío de enfrentar nuevos retos y superarme constantemente me motiva en mi trabajo en la	0	0,0	0	0,0	7	9,3	34	45,3	34	45,3	75	100%

empresa de delivery.														
5.-	La posibilidad de aprender y adquirir nuevas habilidades en el ámbito del emprendimiento me motiva en mi puesto dentro de la empresa de delivery.	0	0,0	0	0,0	5	6,7	28	37,3	42	56,0	75	100%	
6.-	El espíritu innovador y la búsqueda de soluciones creativas en la empresa de delivery son motivadores para mí	0	0,0	0	0,0	4	5,3	27	36,0	44	58,7	75	100%	

Nota. Preguntas de la dimensión 1: Motivaciones de la V1: Emprendimiento relacionada con la V2: Innovación empresarial.

La Tabla 3, se observa que de 75 trabajadores: 38 con un 50.7% refieren que siempre se sienten motivado/a por la oportunidad de contribuir al crecimiento y éxito de la empresa de delivery, 38 con un 50.7% mencionan que siempre la posibilidad de ser parte de un proyecto emprendedor lo motiva en mi trabajo en la empresa de delivery, 34 con un 45.3% mencionan que casi siempre la cultura emprendedora de la empresa de delivery me impulsa a dar lo mejor de mí en mi labor diaria, 34 con un 45.3% refieren que siempre el desafío de enfrentar nuevos retos y superarme constantemente me motiva en mi trabajo en la empresa de delivery, 42 con un 56% refieren que siempre la posibilidad de aprender y adquirir nuevas habilidades en el ámbito del emprendimiento me motiva en mi puesto dentro de la empresa de delivery, y por último el 44 con un 58.7% refieren que siempre el espíritu innovador y la búsqueda de soluciones creativas en la empresa de delivery son motivadores para mí.

Tabla 4. Correlación entre la motivación y la innovación empresarial

		Correlación de Spearman		
			D1V1= Motivaciones	V2= INOVACIÓN EMPRESARIAL
D1V1= Motivaciones	Correlación	de	1,000	,502**
	Spearman			
	Sig. (bilateral)		.	,000
	N		75	75
V2= INNOVACIÓN EMPRESARIAL	Correlación	de	,502**	1,000
	Spearman			
	Sig. (bilateral)		,000	.
	N		75	75

Nota. Prueba de correlación de Spearman.

Con respecto a la Tabla 4, se observa que el coeficiente de correlación de Spearman arroja un valor de 0,502, indicando una correlación positiva de intensidad moderada. Esto es respaldado por el valor de significancia ($p=0,000 \leq 0,05$), lo que lleva a la aceptación de la Hipótesis alternativa. En consecuencia, se confirma la existencia de una relación significativa entre la motivación y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura.

Objetivo específico 2: Diagnosticar la relación entre la iniciativa y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura, 2023.

Tabla 5. Dimensión iniciativa y la variable innovación empresarial

Iniciativa	Escala de alternativas											
	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Total	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(Σ)						
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
7.- El trabajador siente que se anima a proponer nuevas ideas y soluciones en mi trabajo en la empresa de delivery	0	0,0	0	0,0	8	10,7	33	44,0	34	45,3	75	100%

8.- El trabajador se siente empoderado/a para tomar decisiones y asumir responsabilidades adicionales en mi puesto dentro de la empresa de delivery	0	0,0	0	0,0	6	8,0	25	33,3	44	58,7	75	100%
9.- La empresa de delivery fomenta y valora la iniciativa de los empleados para identificar oportunidades de mejora en los procesos y servicio	0	0,0	0	0,0	6	8,0	28	37,3	41	54,7	75	100%
10.- El trabajador siente que tiene libertad para proponer y llevar a cabo proyectos innovadores en mi área de trabajo dentro de la empresa	0	0,0	0	0,0	4	5,3	25	33,3	46	61,3	75	100%
11. La empresa da habilidades y competencias a través de proyectos de emprendedores	0	0,0	0	0,0	6	8,0	28	37,3	41	54,7	75	100%
12. Se me alienta a asumir riesgos calculados y explorar nuevas ideas en mi trabajo dentro de la empresa de delivery	0	0,0	0	0,0	6	8,0	31	41,3	38	50,7	75	100%

Nota. Preguntas de la dimensión 2: Iniciativa de la V1: Emprendimiento relacionada con la V2: Innovación empresarial.

La Tabla 5, se observa que de 75 trabajadores: 34 con un 45.3% refieren que siempre el trabajador siente que se anima a proponer nuevas ideas y soluciones en mi trabajo en la empresa de delivery, 44 con un 58.7% mencionan que siempre el trabajador se siente empoderado/a para tomar decisiones y asumir responsabilidades adicionales en mi puesto dentro de la empresa de delivery, 41 con un 54.7% mencionan que siempre la empresa de delivery fomenta y valora la iniciativa de los empleados para identificar oportunidades de mejora en los procesos y servicio, 41 con un 54.7% refieren que siempre el trabajador siente que tiene libertad para proponer y llevar a cabo proyectos innovadores en mi área de trabajo dentro de la empresa de delivery, 38 con un 50.7% refieren que siempre la empresa de delivery ofrece oportunidades para desarrollar nuevas habilidades y competencias a través de proyectos emprendedores., y por último el 95 con un 57.2% refieren que siempre se me alienta a asumir riesgos calculados y explorar nuevas ideas en mi trabajo dentro de la empresa de delivery.

Contrastación de Hipotesis específica 2: Existe una relación significativa entre la iniciativa y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura.

Tabla 6. *Correlación entre la iniciativa y la variable innovación empresarial*

Correlación de Spearman				
			D2V1= Iniciativa	V2= INOVACIÓN EMPRESARIAL
D2V1= Iniciativa	Coeficiente de correlación	de	1,000	,428**
	Sig. (bilateral)		.	,000
	N		75	75
V2= INOVACIÓN EMPRESARIAL	Coeficiente de correlación	de	,428**	1,000
	Sig. (bilateral)		,000	.
	N		75	75

Nota. Prueba de correlación de Spearman.

Respecto tabla 6, evidenciamos que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,428, es una correlación positiva baja, donde ($p=0.000 \leq 0.05$) lo que se observa que se acepta la Hipótesis alterna, quiere decir que existe una relación significativa entre la iniciativa y la innovación empresarial en la

empresa UT Delivery Piura.

Respecto al objetivo específico 3: Analizar la relación entre la perseverancia y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura, 2023.

Tabla 7. Dimensión perseverancia y la variable innovación empresarial

Perseverancia	Escala de alternativas											
	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Total	
	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(Σ)	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
13.- El trabajador se siente comprometido/a y dispuesto a enfrentar los desafíos que surgen en la empresa delivery	0	0,0	0	0,0	8	10,7	33	44,0	34	45,3	75	100%
14.- Estoy dispuesto a invertir tiempo y esfuerzo adicional para lograr los objetivos de la empresa de delivery, incluso cuando enfrente obstáculos o contratiempos	0	0,0	0	0,0	4	5,3	23	30,7	48	64,0	75	100%
15.- El trabajador siente que posee la resiliencia necesaria para superar los momentos difíciles y mantenerme enfocada en el crecimiento de la empresa de delivery	0	0,0	0	0,0	6	8,0	27	36,0	42	56,0	75	100%
16.- Mantengo mi motivación y determinación a pesar de los fracasos o contratiempo que puedan surgir en	0	0,0	0	0,0	4	5,3	30	40,0	41	54,7	75	100%

la empresa de delivery

17.- El trabajador siente que tengo la capacidad de adaptarme y preservar ante los cambios y las demandas del mercado en la empresa de delivery	0	0,0	0	0,0	7	9,3	36	48,0	32	42,7	75	100%
18.- Estoy dispuesto a aprender de los errores y utilizarlos como oportunidades de crecimiento en mi trabajo dentro de la empresa de delivery	0	0,0	0	0,0	7	9,3	30	40,0	38	50,7	75	100%

Nota. Preguntas de la dimensión 3: perseverancia de la V1: Emprendimiento relacionada con la V2: Innovación empresarial

La Tabla 7, se observa que de 75 trabajadores: 34 con un 45.3% refieren que siempre el trabajador siente comprometido/a y dispuesto/a a enfrentar los desafíos que surgen en mi trabajo en la empresa de delivery, 48 con un 64% mencionan que siempre estoy dispuesto/a a invertir tiempo y esfuerzo adicional para lograr los objetivos de la empresa de delivery, incluso cuando enfrento obstáculos o contratiempos, 42 con un 56% mencionan que siempre el trabajador siente que posee la resiliencia necesaria para superar los momentos difíciles y mantenerme enfocado/a en el crecimiento de la empresa de delivery, 41 con un 54.7% refieren que siempre mantienen mi motivación y determinación a pesar de los fracasos o contratiempos que puedan surgir en la empresa de delivery, 36 con un 48% refieren que casi siempre el trabajador siente que tengo la capacidad de adaptarme y perseverar ante los cambios y las demandas del mercado en la empresa de delivery y por último el 38 con un 50.7% refieren que siempre estoy

dispuesto/a aprender de los errores y utilizarlos como oportunidades de crecimiento en mi trabajo dentro de la empresa de delivery.

Contrastación de la hipótesis específica 3: Existe una relación significativa entre la perseverancia y la innovación empresarial laboral en la empresa UY Delivery Piura.

Tabla 8. *Correlación entre la perseverancia y la variable innovación empresarial*

Correlación de Spearman				
		D3V1= Perseverancia		V2= INOVACIÓN EMPRESARIAL
D3V1= Perseverancia	Correlación de Spearman	de	1,000	,508**
	Sig. (bilateral)		.	,000
	N		75	75
V2= INOVACIÓN EMPRESARIAL	Correlación de Spearman	de	,508**	1,000
	Sig. (bilateral)		,000	.
	N		75	75

Nota. Correlación de Spearman.

Respecto tabla 8, evidenciamos que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,508 es una correlación positiva moderada, donde ($p=0.000 \leq 0.05$) lo que se observa que se acepta la Hipótesis alterna, quiere decir que existe una relación significativa entre la perseverancia y la innovación empresarial laboral en la empresa UT Delivery Piura.

Tabla 9. *Relación de las variables mediante prueba de Normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
V1= EMPRENDIMIENTO	,098	75	,072
V2= INOVACIÓN EMPRESARIAL	,110	75	,025

Nota. Uso de Kolmogórov-Smirnov por que la muestra es $>$ a 50, $n=75$

Se puede observar que, para la variable independiente,

Emprendimiento, el nivel de significancia es de 0.072, y estos datos son paramétricos. En contraste, para la variable dependiente, **Innovación empresarial**, el nivel de significancia es de 0.025, indicando que estos datos son no paramétricos. Además, se realizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, la cual fue aplicada debido al tamaño de la muestra, que consta de 75 trabajadores de la empresa UT Delivery en Piura, año 2023.

Contrastación del objetivo general: Existe una relación significativa entre la innovación empresarial y el emprendimiento en la empresa UT Delivery Piura, 2023.

Tabla 10. Análisis de la fiabilidad del instrumento de investigación

	Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach	Nº de elementos	Nivel de consistencia
V1= EMPRENDIMIENTO	,753	18	Muy respetable
V2=INNOVACIÓN EMPRESARIAL	,745	18	Respetable
TOTAL	,835	36	Buena

Nota. Consistencia de confiabilidad Excelente.

En la tabla 10, se presenta el resultado de la prueba del Alfa de Cronbach realizada en el cuestionario que abarca ambas variables. Para las 36 preguntas, se obtuvo un valor de 0.835, lo que se considera como un nivel de consistencia interna "bueno". Además, la **Variable 1 (Emprendimiento)**, que consta de 18 preguntas, obtuvo un valor de 0.753, lo que se considera como "muy respetable". Por otro lado, la **Variable 2 (Innovación empresarial)**, que también cuenta con 18 preguntas, obtuvo un valor de 0.745, calificándose como "respetable". Estos resultados indican que las preguntas del cuestionario muestran una consistencia interna sólida y pueden aplicarse a otras unidades de análisis.

4.2. Informe de guía de entrevista

Para el desarrollo del informe, se realizó una guía de entrevista, en la cual la recolección de las respuestas obtenidas acorde a la apreciación del entrevistado Magbis Daniel Gálvez Armestar, permitieron evaluar la innovación empresarial y emprendimiento en UT Delivery, las cuales fueron representadas de manera estructurada conforme al diálogo y/o conversatorio efectuado. A continuación, se describen:

Variable 1: Emprendimiento

Se ha tenido la oportunidad de conocer a un candidato con una destacada trayectoria profesional. Este gerente ha liderado exitosamente la expansión de la empresa a nuevas áreas, generando un notable aumento del 30% en los ingresos. Su habilidad para definir y perseguir metas de manera efectiva, descomponiéndolas en pasos alcanzables y asegurando una comunicación efectiva con el equipo, resalta su enfoque estratégico y orientado a resultados. Lo que más llamó la atención es su actitud optimista frente a los desafíos. En una situación de crisis financiera, este gerente no solo mantuvo una actitud positiva, sino que también motivó al equipo, formuló un plan estratégico claro y los llevó a superar la adversidad con éxito. El compromiso hacia responsabilidades y metas profesionales también es evidente en su liderazgo. Celebra los éxitos del equipo, reconoce el arduo trabajo individual y promueve un entorno donde cada empleado se siente valorado, asegurando así un alto nivel de compromiso en el trabajo.

En cuanto a la iniciativa, este candidato se destaca por su capacidad para organizar tareas de manera independiente, fomentar la creatividad y tomar la iniciativa para resolver problemas sin depender de otros. La autonomía y la eficiencia en la resolución de problemas son cualidades que definitivamente aportaría al equipo. La autoconfianza también es un rasgo notable. Enfrenta desafíos de manera directa, aprende de sus experiencias y refuerza su confianza recordando éxitos pasados y buscando oportunidades de desarrollo profesional. En términos de perseverancia, este gerente busca activamente oportunidades profesionales, asume responsabilidad

y aprende de los errores para superar momentos difíciles. Su resiliencia se refleja en la capacidad para adaptarse a situaciones adversas, establecer planes de contingencia y promover la colaboración del equipo para superar desafíos.

Variable 2: Innovación empresarial

Este gerente ha desempeñado un papel fundamental en la mejora continua de los servicios a clientes, implementando tecnologías que permiten un seguimiento en tiempo real de los pedidos, mejorando la transparencia y eficiencia operativa. E la introducción de nuevos servicios, el candidato ha demostrado su capacidad para identificar oportunidades emergentes en el mercado. Introdujo con éxito un servicio de entrega exprés en respuesta a la creciente demanda de entregas rápidas, lo que resultó en una significativa expansión de la clientela. En términos de reducción de errores, el candidato implementó sistemas de verificación de pedidos utilizando tecnología de escaneo, evidenciando un enfoque proactivo para mejorar la calidad del servicio y garantizar entregas precisas.

En la dimensión de oportunidades, el candidato se destaca por su capacidad para mantenerse actualizado sobre las tendencias del mercado. Utiliza información sobre estas tendencias para tomar decisiones estratégicas, como la identificación de oportunidades de crecimiento y el desarrollo de asociaciones estratégicas para ampliar la cartera de servicios. El análisis de la competencia es otra fortaleza del candidato. Realiza evaluaciones comparativas y monitoreo constante de precios para mantener una ventaja competitiva en el mercado, demostrando una comprensión profunda del entorno empresarial.

En términos de sostenibilidad, el candidato incorpora la ética empresarial en todas las prácticas comerciales y aborda situaciones éticas de manera directa. Además, contribuye activamente a la responsabilidad social, liderando iniciativas como campañas de reciclaje y participando en programas de voluntariado. La eficiencia en el uso de recursos también es una prioridad para el candidato, quien realiza auditorías y optimiza operaciones para reducir el desperdicio y promover prácticas sostenibles en toda la organización.

IV. DISCUSIÓN

En el primer objetivo específico, respecto a analizar la relación entre motivación y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura, 2023. (definir motivación e innovación) En contraste a las bases teóricas, los resultados arrojaron que el 50.7% refieren que siempre se sienten motivados por la oportunidad de contribuir al crecimiento y éxito de la empresa de delivery; el 50.7% mencionan que siempre la posibilidad de ser parte de un proyecto emprendedor lo motiva en el trabajo en la empresa de delivery. A partir de que los resultados fueron positivos se puede decir que la empresa UT Delivery cuenta con personal motivado a trabajar en la empresa, lo cual resulta favorable para el crecimiento de la misma.

Frente a estos hallazgos, se puede decir que una empresa que cuenta con trabajadores altamente motivados suele gozar de un entorno laboral vibrante y productivo. Esta motivación refleja un compromiso hacia los objetivos de la empresa y un nivel de satisfacción laboral que se traduce en una mayor productividad, calidad de trabajo y retención de talento. Además, un equipo motivado tiende a fomentar la innovación y la creatividad, fortaleciendo así la posición competitiva de la empresa. En última instancia, la presencia de empleados motivados contribuye a un ambiente de trabajo positivo, una mayor satisfacción del cliente y, en general, al éxito y crecimiento sostenible de la organización.

Estos resultados obtenidos, muestran mucha relación con la investigación de Mayo y Neyra (2022) donde 45% siempre expresan la confianza en que se alcanzarán las metas planteadas, un 39% siempre habla con entusiasmo sobre lo que hay que hacer, un 30% busca siempre perspectivas diferentes para resolver problemas y un 81% siempre ayuda a los demás a desarrollar sus puntos fuertes, logrando validar el objetivo principal de relacionar la variable liderazgo transformacional con la innovación en las mypes. Por lo tanto, el factor de Spearman= 0,502 y sig. = 0.000, permitió ACEPTAR la primera hipótesis específica, ya que, la motivación se relaciona significativamente con la innovación empresarial de UT Delivery, Piura – 2023. Este grado de relación se debe a que mientras mas motivado se sienta el trabajador, habrá mas innovación en la

empresa.

Con respecto a la motivación, es un factor de mucha importancia en la empresa puesto que, mantiene a los colaboradores activos, mejorando diariamente para cooperar con ideas innovadoras, haciendo a la empresa más competitiva y obteniendo mejores resultados frente a la competencia.

En el segundo objetivo específico, respecto a diagnosticar la relación entre la iniciativa y la innovación empresarial de UT Delivery. (definir iniciativa)

En contraste a las bases teóricas los resultados reflejaron estar de acuerdo el 45.3% en que siempre el trabajador siente que se anima a proponer nuevas ideas y soluciones, en cuanto a que la empresa alienta a los trabajadores a asumir riesgos calculados y explorar nuevas ideas en el centro de trabajo el 50.7% estuvieron totalmente de acuerdo, en resumen, los resultados sugieren que la empresa muestra una disposición a abrazar la innovación y a asumir riesgos, lo que implica que está dispuesta a considerar las opiniones y sugerencias de sus empleados con el propósito de mejorar sus operaciones.

Estos resultados obtenidos muestran cierta relación con la investigación de Espinoza (2018), donde se observó que, el 42.2% están de acuerdo en tener la iniciativa de encontrar maneras de solucionar problemas, un 48.7% está de acuerdo en tomar en tener la iniciativa de estudiar y analizar con detenimiento las ventajas e inconvenientes de las diferentes alternativas de resolución del mismo y anticipo los posibles efectos de utilizar diferentes soluciones o decisiones, el 52.3% confía en sus habilidades y de lo que puede lograr, el 48.2% tienen la iniciativa de buscar ayuda en la experiencia de sus compañeros, y se pudo concluir la existencia de una relación significativa entre el perfil emprendedor y su generación de iniciativas

Por lo tanto, el factor de Spearman= 0,428 y sig. =0.000, permitió ACEPTAR la segunda hipótesis específica, ya que, la iniciativa se relaciona significativamente con la innovación empresarial de UT Delivery, Piura – 2023. Este grado de relación se debe a que mayor iniciativa, mayor será la innovación empresarial en UT.

Con respecto a la iniciativa en una empresa es la voluntad y la disposición de los empleados para tomar medidas proactivas y asumir responsabilidades sin

necesidad de una supervisión constante. La iniciativa es una cualidad valiosa en el entorno empresarial y puede tener varios impactos y características.

En el tercer objetivo específico, respecto a analizar la relación entre la perseverancia y la innovación empresarial en UT Delivery. (definir perseverancia)

En contraste a las bases teóricas, los resultados reflejaron que el 50.7% está dispuesto aprender de los errores y utilizarlos como oportunidades de crecimiento en el trabajo, pues han notado que el compromiso que se tiene con la empresa hará que esta crezca y por ende ellos también pueden crecer dentro de esta. Además, el 56,0% siente que posee la resiliencia necesaria para superar los momentos difíciles y mantenerse enfocado en el crecimiento de la empresa, ya que entienden que el crecimiento no es solo de la empresa, si no, también de ellos mismos como personas y profesionales, ganando experiencia y mercado en la ciudad de Piura.

Los resultados obtenidos muestran una alta similitud con la investigación realizada por Aroni (2020), donde se señala que el 61,4% (51) de los encuestados demuestra un nivel muy elevado de perseverancia y constancia en la consecución de metas, el 36,1% (30) muestra un nivel alto, y solo un 2,4% (2) exhibe un nivel medio. En resumen, la mayoría de los estudiantes posee un alto grado de perseverancia y constancia en la búsqueda de sus objetivos. Por lo tanto, se puede concluir que los estudiantes que se inscribieron en el período 2020-I presentan un nivel elevado de habilidades emprendedoras.

Por lo tanto, el factor de Spearman= 0.508 y sig. =0.000, permitió ACEPTAR la tercera hipótesis específica, ya que, la perseverancia se relaciona significativamente con la innovación empresarial de UT Delivery. Este grado de relación se debe a que mayor perseverancia, mayor será la innovación empresarial en UT Delivery.

Respecto a la perseverancia en una empresa es la habilidad de mantener el enfoque, superar desafíos y trabajar constante y tenazmente hacia metas a largo plazo. En el mundo empresarial, implica la voluntad de resistir ante dificultades, recuperarse de fracasos y mantenerse comprometido con los objetivos. La perseverancia contribuye a cumplir plazos, cultivar una cultura de mejora continua y generar confianza. Además, los líderes perseverantes inspiran a sus equipos y contribuyen a la satisfacción laboral. En resumen, la perseverancia es

fundamental para el éxito empresarial y para enfrentar los desafíos en un entorno de constante cambio y competencia.

En el objetivo general, respecto a determinar la relación entre la innovación empresarial y el emprendimiento en la empresa UT Delivery. (definir que es emprendimiento). En Contraste a las bases teóricas, los resultados reflejaron que la variable emprendimiento arrojó sig. = 0.075 (dato paramétrico) y la variable innovación empresarial un sig.= 0.025 (dato no paramétrico), aunque los datos de la variable innovación empresarial pueden no seguir una distribución normal, aún existe una correlación significativa entre la variable emprendimiento y la variable innovación empresarial. Esto lo confirma la prueba de correlación de Spearman (V1: 0.557, V2: 0.557) puesto que es una prueba no paramétrica y los resultados pueden considerarse válidos a pesar de la desviación de la normalidad en los datos de la variable dependiente. Entonces se ACEPTA la hipótesis general, puesto que el emprendimiento se relaciona significativamente con la innovación empresarial en UT Delivery, Piura 2023. Este grado de relación se debe a que mayor emprendimiento, mayor será la innovación empresarial en UT Delivery.

Los resultados obtenidos, muestran relación con la tesis de Vera (2020), donde demuestran la correlación positiva que existe entre la variable innovación y emprendimiento, arrojando un resultado de $r= 0.955$, demostrando una correlación positiva muy alta. Una correlación positiva significa que, a medida que una variable aumenta, la otra tiende a aumentar. En otras palabras, cuando una variable tiene un valor más alto, la segunda variable tiende a tener un valor más alto.

V. CONCLUSIONES

1. En base al primer objetivo específico se obtuvo que el factor Spearman= 0.502 y sig. =0.000 concluyendo que tienen una correlación positiva, por lo tanto, se puede confirmar que la motivación impulsa a que en la empresa tome medidas para innovarse gradualmente.
2. En base al segundo objetivo específico se obtuvo que el factor Spearman = 0.428 y sig. =0.000, concluyendo que hay una correlación positiva, pudiendo afirmar que si la iniciativa aumenta, entonces la innovación empresarial se vería afectada, teniendo un alza respectivamente.
3. En base al tercer objetivo específico el factor Spearman = 0.508 y sig. =0.000, concluyendo que hay una correlación positiva entre las variables perseverancia e innovación empresarial, por lo tanto, se puede afirmar que a mayor perseverancia, mayor será la innovación empresarial en UT Delivery.
4. En base al objetivo general se obtuvo que el factor Spearman = 0.557 y sig. = 0.000 concluyendo que hay una correlación positiva entre sus variables emprendimiento e innovación empresarial, por lo tanto, se puede confirmar que, si existe más emprendimiento, existirá más innovación empresarial.

VI. RECOMENDACIONES

1. A la gerencia de UT Delivery se le sugirió implemente un programa de gestión de la motivación para sus empleados. Esto puede incluir incentivos, reconocimientos y oportunidades para el desarrollo personal y profesional, con el fin de fomentar la motivación en el entorno laboral y, en consecuencia, impulsar la innovación.
2. A la gerencia de UT Delivery se le sugirió que promueva una cultura de iniciativa y proactividad. Esto puede lograrse mediante la creación de un entorno donde los empleados se sientan alentados a proponer nuevas ideas y soluciones. La implementación de sistemas de reconocimiento y recompensas por la iniciativa puede motivar a los empleados a contribuir con ideas innovadoras.
3. A la gerencia de UT Delivery se le recomendó que fomente la resiliencia en sus empleados. Esto implica proporcionar capacitación en habilidades de afrontamiento, apoyo en la gestión del estrés y un entorno que reconozca y valore la persistencia en la búsqueda de soluciones innovadoras.
4. A la gerencia de UT Delivery se le recomendó promover y respaldar activamente el espíritu emprendedor dentro de la organización. Esto puede incluir el apoyo a proyectos internos de emprendimiento, la creación de equipos de innovación y la asignación de recursos específicos para fomentar la generación de ideas y la implementación de soluciones innovadoras.

REFERENCIAS

- Aguilar Morales, Silvia. (2019). *Emprendimiento: transformando ideas en negocios*. Grupo Editorial Patria.
- Andrés, G. B. C. (2019). *Innovación y entrepreneurship en la Consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019*.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/65528>
- Aroni Ccama, C. (2020). Capacidades emprendedoras en universitarios ingresantes a la Escuela Profesional de Administración de la UPeU Campus Juliaca, 2020 [Tesis Pregrado]. Universidad Peruana Unión
- Beltrán, J. (2018). Análisis de la innovación empresarial como estrategia para el posicionamiento en el mercado peruano periodo 2014-2018 [Tesis de maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal].
<https://core.ac.uk/download/pdf/328900174.pdf>
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Praag, M. V., & Verheul, I. (2018). Entrepreneurship and role models. *Journal of Business Research*, 86, 201-211. doi: 10.1016/j.jbusres.2017.12.007
- Brown, A. (2021). *Questionnaire design: How to plan, structure and write survey material for effective market research*. Kogan Page Publishers.
- Carmines, E. G., & Zeller, R. A. (2018). *Reliability and validity assessment*. Sage Publications.
- Colichi, R. M. B., Spiri, W. C., Juliani, C. M. C. M., & Lima, S. A. M. (2023). Teaching entrepreneurship in undergraduate Nursing course: evaluation of an educational proposal. *Revista Brasileira De Enfermagem*, 76(2).
<https://doi.org/10.1590/0034-7167-2021-0244>
- Córdova, A., & Pérez, J. (2020). *Metodología de la investigación: Diseño y ejecución del proyecto de investigación*. Pearson
- Córdova, J. (2018). *Innovación empresarial y su relación con el desempeño financiero en las empresas del sector agroindustrial en Piura* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Piura]
<https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/10006/SANCHEZ%20JIME%20NEZ%20JHON%20EDISON.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Córdova, J. (2019). Análisis de la innovación empresarial en las empresas del sector construcción en la ciudad de Piura [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Piura].
- Del Pilar López Padilla, R., Alegre, L. R. R., & Valdivicezo, G. T. (2021). La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las microempresas del sector pesquero de la ciudad de Piura. *Ciencia latina*. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.245
- Espinoza, H. C. (2018). Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y su relación con la generación de empresas [Tesis de maestría, Universidad Católica Sedes Sapientiae]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34018/Espinoza_H_C.pdf.pdf?isAllowed=y&sequence=1
- Ezpinoza hidalgo, E. (2018). Perfil emprendedor de los estudiantes de la universidad Católica Sedes Sapientiae y su relación con la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017. [Tesis de pregrado]. Universidad César Vallejo.
- Falcón, D. (2020). Autoeficacia emprendedora y locus de control en jóvenes de 20 a 30 años con nuevos emprendimientos en contexto de COVID-19 [Tesis de maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/646063/Falc%C3%B3n_DX.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fernández-Guerrero, R., González-Portillo, M., & Gutiérrez-Pérez, J. (2019). La justificación social en la investigación científica. *Revista de Investigación Social*, 3(2), 45-58.
- Ferney Virgúez, J., Castro-Silva, H. F., Chaparro-Pérez, C. J. ., & Angarita-López, J. J. . (2020). Innovación Estratégica: Una Revisión Sistemática de Literatura. *AiBi Revista De Investigación, Administración E Ingeniería*, 8(2), 128–132. <https://doi.org/10.15649/2346030X.790>
- Francisco. (2023). Conoce en detalle cómo es una investigación correlacional. Tesis Y Masters México. <https://tesisymasters.mx/investigacion-correlacional/>
- García, A. (2019). Innovación y competitividad en la Unión Europea: un análisis cuantitativo [Tesis de maestría, Universidad de Salamanca].

<https://gredos.usal.es/handle/10366/141120>

- García, J. M., Martínez, J. J., & Abaurrea, M. C. (2020). Entrepreneurial intention among young people: A literature review. *European Research on Management and Business Economics*, 26(2), 69-76.
- García, J., González, M., & Hernández, R. (2019). Innovación y emprendimiento en el sector de delivery: un estudio de caso en una empresa de México. *Revista de Investigación Académica*, 22, 1-12.
- García, JA (2021). Innovación empresarial en la era digital: una revisión sistemática de la literatura. *Innovar*, 31(80), 1-16.
<https://doi.org/10.15446/innovar.v31n80.101465>
- García, L. (2020). Factores que influyen en la sostenibilidad de los emprendimientos en la región de Piura (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Piura, Piura, Perú.
- García-García, J., & García-Sánchez, IM (2022). Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Revisión sistemática de alcance de la producción científica. *Revista Javeriana*, 91(1), 1-16.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy21.ieeu>
- Gómez, C. (2018). Investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con aplicación directa. *Revista Científica de Administración, Economía y Contabilidad*, 3(1), 1-8.
- González, J. (2018). Análisis del ecosistema emprendedor en México: una evaluación del papel de los recursos y las políticas públicas en la creación y el desarrollo de nuevas empresas [Tesis de doctorado]. Universidad Nacional Autónoma de México
- González, L. (2021). Factores determinantes del éxito de los emprendimientos sociales en México: un estudio de caso [Tesis de doctorado]. Universidad Nacional Autónoma de México.
- González, M. (2019). La innovación como factor clave para la competitividad empresarial (Tesis doctoral). Universidad de Salamanca, Salamanca, España.
- Hair, JF, Negro, WC, Babin, BJ y Anderson, RE (2019) es una obra que se enfoca en los métodos estadísticos multivariantes para la investigación
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). Metodología de la investigación

- (6ta ed.). McGraw Hill.
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw-Hill.
- Johnson, R. B. (2018). Research methods for construction. John Wiley & Sons.
- Johnson, R. B., & Christensen, L. (2019). Educational research: Quantitative, qualitative, and mixed approaches. Sage publications.
- Johnston, R. B., & Bate, S. P. (2018). The power of technology to transform healthcare: a conversation with Robert Wachter. *BMJ quality & safety*, 27(3), 197-198.
- Jones, P. (2019). Entrepreneurial marketing: The growth of small firms in the new economic era. Sage.
- Julio César Méndez Bravo, Manuel Alberto Méndez Bravo, & Claudia Jeaneth Bolaños Piedrahita. (2022). Emprendimientos sociales y su efecto en la reactivación económica en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo) - Home Page*, VII(21), <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/5149>.
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_serial&pid=2550-6587&lng=es&nrm=iso
- Kantis, H. (2023). Colaboración entre grandes empresas y startups: una nueva forma de innovación abierta. www.scielo.sa.cr.
<https://doi.org/10.18845/te.v17i1.6544>
- Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2021). Global Entrepreneurship Monitor: 2021/2022 Global Report. Global Entrepreneurship Research Association.
- Kiron, D., Kruschwitz, N., Reeves, M., Goh, E., & Kell, G. (2018). Innovating for a sustainable future. *MIT Sloan Management Review*, 59(2), 41-48.
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2018). Practical research: Planning and design. Pearson.
- León-Mendoza, J. C. (2018). Emprendimiento empresarial y crecimiento económico en Perú. <https://www.redalyc.org/journal/212/21262744009/>.
- Liñán, F., Chen, Y. W., & Krueger, N. F. (2018). Entrepreneurial Intention among University Students: A Cross-Cultural Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(3), 374-397. <https://doi.org/10.1177/1042258717710760>
- López, J., & Sánchez, J. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento en la

- región Piura, Perú. *Revista de Investigación Académica*, 19, 1-14. <https://revistas.unjbg.edu.pe/index.php/ria/article/view/215/197> (repositorio de la universidad nacional Jorge Basadre grohman)
- López, M. (2020). El papel del apoyo institucional en el desarrollo del emprendimiento en el sector turístico en Perú [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Martín].
- Lucero, R. I. (2019). Innovación y emprendimiento en la empresa de delivery Rappi en Lima [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624118/LUCERO_RI.pdf?sequence=1
- Martínez Garcés, J., & Padilla Delgado, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *revista de ciencias sociales*, XXVI(2), Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7500747>
- Martínez, R. & Sánchez, J., 2018 "La innovación empresarial implica la creación y aplicación efectiva de nuevas ideas, productos, servicios o procesos que generen valor y ventajas competitivas sostenibles para la organización"
- Mayo, J. (2022). El Liderazgo Transformacional y su relación con la Innovación en Mypes del rubro de regalos personalizados durante la pandemia COVID-19, Lima 2020- 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad UPC]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/660328>
- Mayo, L., Neira, D. (2022). El Liderazgo Transformacional y su relación con la Innovación en Mypes del rubro de regalos personalizados durante la pandemia COVID-19, Lima 2020-2021 [Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. <http://hdl.handle.net/10757/660328>
- Mella, R. S. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839735>
- Mendoza, J. L. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos*. <http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- Mendoza, J. L. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos*. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>

- Monsalve, J. J. G., Ramírez, I. A. T., & Tarrillo, J. J. C. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comunicación*, 12(2), 99-110. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- OCDE (2018). Entrepreneurship and innovation for social impact. Recuperado de <https://www.oecd.org/cfe/leed/entrepreneurship-and-innovation-for-social-impact.htm>
- Odriozola Fernández, I. (2021). Tesis doctoral La gestión de la innovación abierta en las pymes: Retos, tendencias y oportunidades para competir en el mercado [Tesis doctoral, Universidad del País Vasco]. <https://www.tesisenred.net/bitstream/10803/671610/1/T%20esis%20Ignacio%20Odriozola.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2019). Manual de Oslo: Guía para la recopilación e interpretación de datos sobre innovación. OECD Publishing.
- Quispe, D. J. M., Machaca, J. S. Z., & Lopez, J. M. B. (2022). Significado de la enseñanza en emprendimiento y el desarrollo de la cultura emprendedora en la universidad. *New trends in qualitative research*. <https://doi.org/10.36367/ntqr.15.2022.e756>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2018). The Impact of Entrepreneurial Orientation on Firm Performance: A Meta-Analysis. *Journal of Business Venturing*, 33(5), 583-610. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.05.003>
- Real Academia Española (RAE). (2019). Oportunidad. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/oportunidad>.
- Reeve, J. (2019). *Understanding motivation and emotion* (7th ed.). Wiley.
- Rivera, C. O. (2018). *Emprendimiento y desarrollo económico en Piura: Un análisis de la relación entre emprendimiento y crecimiento económico en la región Piura*. Repositorio de la Universidad César Vallejo. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/13061> (repositorio ucv)
- Robinson, S. (2020). *Essentials of business research: A guide to doing your research project*. Sage.
- Rodríguez, J. (2018). Factores que influyen en el éxito de los emprendimientos en la

- región de Piura (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Piura, Piura, Perú.
- Rodríguez, L. (2021). El impacto de la tecnología en el emprendimiento digital en Perú: Un estudio de casos [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Sánchez, J. (2019). Análisis de la innovación empresarial y su relación con la competitividad en las empresas del sector turismo en la ciudad de Piura [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Piura].
<https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/10006/SANCHEZ%20JIMENEZ%20JHON%20EDISON.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2018). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 43(5), 909-926.
- Smith, T. (2017). *Statistics for business and economics*. Cengage Learning.
- Soto Barrantes, VA, & Barrientos Sánchez, V. (2019). Desarrollo de un modelo de negocio para una empresa de entrega de comida saludable en Lima [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte].
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27979/Soto%20Barrantes-Vicente%20Barrientos.pdf?sequence=2>
- Torres, J. (2022). Impulso de la innovación en el sector agrícola en Perú: análisis de los determinantes y su impacto en la productividad y sostenibilidad [Tesis de doctorado]. Universidad Nacional Agraria La Molina, Perú.
- Torres, M. (2019). Factores que influyen en la intención emprendedora en jóvenes universitarios de la región de Piura (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Piura, Piura, Perú.
- Torres-Solano, E. S., Sánchez-Pérez, H. J., & Romero-Rodríguez, L. M. (2019). La justificación práctica en la investigación científica. *Revista Científica de Administración, Economía y Contabilidad*, 3(1), 1-10.
- Uriguen Aguirre, P., Pizarro Romero, J., & Cedeño Flores, JE (2023). Emprendedores y sus habilidades. *Revista científica de la Universidad de Cuenca*, 10(1), 1-12. [https://doi.org/10.31067/0.2023.10.1.1\[6\]](https://doi.org/10.31067/0.2023.10.1.1[6])
- Vargas, J. (2022). Impulso de la innovación empresarial en el contexto peruano: análisis de factores internos y externos [Tesis de maestría]. Universidad de Lima, Perú.

- Villarreal-Álvarez, M. A., & Hernández, R. V. R. (2022). El apoyo educativo para el emprendimiento y su relación con las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. *Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 13(25). <https://doi.org/10.23913/ride.v13i25.1273>
- Williams, R. (2019). *The essentials of statistics: A tool for social research*. Cengage Learning.
- World Business Council for Sustainable Development. (2018). *Vision 2050: Time to Transform*. Disponible en: <https://www.wbcsd.org/Overview/Panorama/Articles/Vision-2050-Time-to-transform>
- Saldarriaga Salazar, M. E., Guzmán González, M. F., & Concha Cerón, E. A. (2019). Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2(), 151-166.

ANEXOS

Anexo 1.

Tabla de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
			Motivación	Logro Optimismo Compromiso	Ordinal
V2: EMPRENDIMIENTO	Herruzo (2019) El emprendimiento es un factor determinante y fuerza impulsadora que ayuda a las comunidades a ser económicamente sostenibles	Para analizar y medir la variable independiente Emprendimiento se ha utilizado 3 dimensiones, de las cuales se han identificado 9 indicadores y como instrumento se utilizará un cuestionario a los 50 trabajadores y una guía de entrevista al gerente de la empresa.	Iniciativa	Independencia Creatividad Autoconfianza	Ordinal
				Búsqueda de	

		Perseverancia	oportunidades Superación Resiliencia	Ordinal	
V1: INNOVACIÓN EMPRESARIAL	Saldarriaga et al., (2019) La innovación desde un punto de vista empresarial la consideran como la creación de nuevos productos y/o servicios que satisfacen las necesidades y gustos de diferentes sectores del mercado.	Para analizar y medir la variable dependiente innovación se ha utilizado 3 dimensiones, de las cuales se han identificado 9 indicadores y como instrumento se utilizará un cuestionario a los 50 trabajadores y una guía de entrevista al gerente de la empresa.	Tecnología	Servicio mejorado Servicios nuevos Tasa de errores	Ordinal
			Oportunidades	Tendencias del mercado Crecimiento del mercado Competencia	Ordinal
			Sostenibilidad	Ética empresarial Responsabilidad social Eficiencia de recursos	Ordinal

Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery – Piura, 2023.	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> • Población y muestra: 75 trabajadores • Tipo de investigación: Aplicada • Enfoque de la investigación: mixto • Diseño de la investigación: No experimental de corte transversal • Nivel de investigación: Correlacional • Alcance temporal de la investigación: Transversal
	¿Qué relación existe entre la innovación empresarial y el emprendimiento en la empresa UT Delivery Piura, 2023?	Determinar la relación entre la innovación empresarial y el emprendimiento en la empresa UT Delivery Piura, 2023.	Existe una relación significativa entre la innovación empresarial y el emprendimiento en la empresa UT Delivery Piura, 2023.	
	PROBLEMA ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	
	<p>PE1: ¿Cuál es la relación entre la motivación y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura, 2023?</p> <p>PE2: ¿Cuál es la relación entre la iniciativa y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura, 2023?</p> <p>PE3: ¿Cuál es la relación entre la perseverancia y la innovación empresarial laboral en la empresa UT Delivery Piura, 2023?</p>	<p>OE1: Analizar la relación entre la motivación y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura, 2023.</p> <p>OE2: Diagnosticar la relación entre la iniciativa y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura, 2023.</p> <p>OE3: Analizar la relación entre la perseverancia y la innovación empresarial laboral en la</p>	<p>H1: Existe una relación significativa la motivación y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura.</p> <p>HE2: Existe una relación significativa entre la iniciativa y la innovación empresarial en la empresa UT Delivery Piura.</p> <p>HE3: Existe una relación significativa entre la perseverancia y la innovación</p>	

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario de Emprendimiento

Estimado participante, el presente cuestionario está diseñado para poder solicitar nos brinde sus respuestas frente a las interrogantes elaboradas de acuerdo a sus dimensiones (**motivaciones, iniciativa y perseverancia**); e indicadores (logro, optimismo, compromiso, independencia, creatividad, autoconfianza, búsqueda de oportunidades, superación y resiliencia) .Este cuestionario autoría propia.

Te invitamos a participar voluntariamente de este estudio, la participación es estrictamente anónima, la información que se obtenga será tratada confidencialmente y no se utilizará para ningún otro propósito fuera de esta investigación; mediante ello, solicito su autorización y colaboración para completar este cuestionario. El proceso completo consiste en la aplicación de un cuestionario breve con una duración de 10 minutos aproximadamente. Por favor contesta cada pregunta con total SINCERIDAD, recomendándote que si utilizas tu móvil lo coloques de forma horizontal para una completa visualización de las preguntas.

Opciones: 1 = Nunca , 2 = Casi nunca , 3 = A veces , 4 = Casi siempre, 5 = Siempre

Variable: Emprendimiento	5	4	3	2	1
Dimensión 1: Motivaciones					
1. Se siente motivado/a por la oportunidad de contribuir al crecimiento y éxito de la empresa de delivery.					
2. La posibilidad de ser parte de un proyecto emprendedor lo motiva en mi trabajo en la empresa de delivery.					
3. La cultura emprendedora de la empresa de delivery me impulsa a dar lo mejor de mí en mi labor diaria.					
4. El desafío de enfrentar nuevos retos y superarme constantemente me motiva en mi trabajo en la empresa de delivery.					
5. La posibilidad de aprender y adquirir nuevas habilidades en el ámbito del emprendimiento me motiva en mi puesto dentro de la empresa de delivery.					
6. El espíritu innovador y la búsqueda de soluciones creativas en la empresa de delivery son motivadores para mí.					

Dimensión 2: Iniciativa				
7. El trabajador siente que se anima a proponer nuevas ideas y soluciones en mi trabajo en la empresa de delivery.				
8. El trabajador se siente empoderado/a para tomar decisiones y asumir responsabilidades adicionales en mi puesto dentro de la empresa de delivery.				
9. La empresa de delivery fomenta y valora la iniciativa de los empleados para identificar oportunidades de mejora en los procesos y servicio.				
10. El trabajador siente que tiene libertad para proponer y llevar a cabo proyectos innovadores en mi área de trabajo dentro de la empresa de delivery.				
11. La empresa de delivery ofrece oportunidades para desarrollar nuevas habilidades y competencias a través de proyectos emprendedores.				
12. Se me alienta a asumir riesgos calculados y explorar nuevas ideas en mi trabajo dentro de la empresa de delivery.				
Dimensión 3: Perseverancia				
13. El trabajador siente comprometido/a y dispuesto/a a enfrentar los desafíos que surgen en mi trabajo en la empresa de delivery.				
14. Estoy dispuesto/a a invertir tiempo y esfuerzo adicional para lograr los objetivos de la empresa de delivery, incluso cuando enfrento obstáculos o contratiempos.				
15. El trabajador siente que posee la resiliencia necesaria para superar los momentos difíciles y mantenerme enfocado/a en el crecimiento de la empresa de delivery.				
16. Mantengo mi motivación y determinación a pesar de los fracasos o contratiempos que puedan surgir en la empresa de delivery.				
17. El trabajador siente que tengo la capacidad de adaptarme y perseverar ante los cambios y las demandas del mercado en la empresa de delivery.				
18. Estoy dispuesto/a aprender de los errores y utilizarlos como oportunidades de crecimiento en mi trabajo dentro de la empresa de delivery.				

Cuestionario de Innovación empresarial

Estimado participante, el presente cuestionario está diseñado para poder solicitar nos brinde sus respuestas frente a las interrogantes elaboradas de acuerdo a sus dimensiones (tecnologías, oportunidades y sostenibilidad); e indicadores (servicio mejorado, servicios nuevos, tasas de errores, tendencias del mercado, crecimiento del mercado, competencia, ética empresarial, responsabilidad social, eficiencia de recursos). Este cuestionario tiene autoría propia.

Te invitamos a participar voluntariamente de este estudio, la participación es estrictamente anónima, la información que se obtenga será tratada confidencialmente y no se utilizará para ningún otro propósito fuera de esta investigación; mediante ello, solicito su autorización y colaboración para completar este cuestionario. El proceso completo consiste en la aplicación de un cuestionario breve con una duración de 10 minutos aproximadamente. Por favor contesta cada pregunta con total SINCERIDAD, recomendándote que si utilizas tu móvil lo coloques de forma horizontal para una completa visualización de las preguntas.

Opciones: 1 = Nunca , 2 = Casi nunca , 3 = A veces , 4 = Casi siempre , 5 = Siempre

Variable: Innovación empresarial	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Motivación del consumidor					
1. La empresa utiliza tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia de los procesos de entrega en el servicio de delivery.					
2. La empresa de delivery proporciona herramientas tecnológicas adecuadas que facilitan mi trabajo y aumentan la calidad del servicio.					
3. La empresa de delivery fomenta el uso de tecnologías innovadoras para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado y mejorar la experiencia del cliente.					
4. Al trabajador se le brinda capacitación y soporte adecuados para utilizar eficientemente las herramientas y sistemas tecnológicos en nuestra labor dentro de la empresa de delivery.					
5. La empresa de delivery se mantiene actualizada con las últimas tendencias tecnológicas del sector para mejorar sus operaciones y servicios.					

6. La empresa utiliza tecnología de vanguardia para garantizar la seguridad y confiabilidad en las transacciones y operaciones relacionadas con el servicio de delivery.					
Dimensión 2: Oportunidades					
7. La empresa de delivery brinda oportunidades para proponer ideas innovadoras que puedan mejorar nuestros servicios y procesos.					
8. La empresa de delivery fomenta la exploración de nuevas oportunidades de negocio y mercados para expandir nuestros servicios.					
9. La empresa de delivery promueve la colaboración entre los empleados para identificar y aprovechar oportunidades de innovación en nuestro trabajo diario.					
10. La empresa de delivery ofrece incentivos y recompensas para aquellos que identifican y aprovechan oportunidades innovadoras en el negocio.					
11. La empresa de delivery proporciona recursos y apoyo necesarios para aprovechar las oportunidades de innovación y convertirlas en proyectos concretos.					
12. La empresa de delivery busca constantemente nuevas oportunidades y mercados emergentes para expandir nuestras operaciones y servicios.					
Dimensión 3: Sostenibilidad					
13. La empresa de delivery se preocupa por reducir su impacto ambiental a través de prácticas sostenibles en sus operaciones.					
14. La empresa de delivery fomenta la adopción de prácticas de transporte sostenible, como el uso de vehículos eléctricos o bicicletas, para minimizar las emisiones de carbono.					
15. El trabajador considera que la empresa de delivery implementa prácticas sostenibles en sus operaciones.					
16. La empresa de delivery promueve la responsabilidad social corporativa a través de acciones benéficas para la comunidad y el apoyo a causas sociales y medioambientales.					
17. La empresa de delivery busca proveedores y socios comerciales que compartan nuestros valores de sostenibilidad y responsabilidad ambiental.					
18. La empresa de delivery promueve la conciencia y educación en temas de sostenibilidad entre sus empleados, fomentando prácticas responsables en el trabajo y en su vida diaria.					

Guía de entrevista

Estimado participante, la presente guía de entrevista está diseñado para que pueda brindar respuestas frente a las interrogantes elaboradas de acuerdo a sus dimensiones (tecnologías, oportunidades y sostenibilidad); e indicadores (servicio mejorado, servicios nuevos, tasas de errores, tendencias del mercado, crecimiento del mercado, competencia, ética empresarial, responsabilidad social, eficiencia de recursos). Este cuestionario tiene autoría propia.

Variable: Emprendimiento

Dimensión 1: Motivaciones

1. ¿Cuál ha sido el logro más significativo que has tenido en tu carrera profesional hasta ahora?
2. ¿Cómo defines y persigues tus metas de manera efectiva?
3. ¿Cómo mantienes una actitud optimista frente a los desafíos y obstáculos?
4. ¿Puedes compartir una situación en la que tu optimismo te haya ayudado a superar una dificultad?
5. ¿Cómo demuestras tu compromiso hacia tus responsabilidades y metas profesionales?
6. ¿Qué acciones tomas para mantener alto tu nivel de compromiso en el trabajo?

Dimensión 2: Iniciativa

7. ¿Cómo te organizas y gestionas tus tareas de manera independiente?
8. ¿Puedes describir una situación en la que hayas tomado la iniciativa para resolver un problema sin depender de otros?
9. ¿Cómo fomentas la creatividad en tu trabajo diario?
10. ¿Puedes compartir un ejemplo de cómo has aplicado una solución creativa a un desafío laboral?
11. ¿Cómo mantienes una actitud de confianza en ti mismo/a cuando enfrentas nuevos desafíos?
12. ¿Qué estrategias utilizas para fortalecer tu autoconfianza profesional?

Dimensión 3: Perseverancia

13. ¿Cómo te mantienes al tanto de las oportunidades profesionales

dentro de tu campo?

14. ¿Puedes describir una situación en la que hayas aprovechado una oportunidad para avanzar en tu carrera?

15. ¿Cómo manejas los momentos de fracaso o dificultad en tu trabajo?

16. ¿Puedes compartir una experiencia en la que hayas superado un obstáculo profesional y qué aprendiste de ello?

17. ¿Cómo te adaptas y te recuperas de situaciones adversas en el entorno laboral?

18. ¿Qué estrategias utilizas para mantener tu resiliencia frente a la presión o el estrés en el trabajo?

Variable: Innovación empresarial.

Dimensión 1: Tecnología

1. ¿Puedes describir una situación en la que hayas contribuido a mejorar la calidad del servicio que se ofrece a los clientes?

2. ¿Cómo identificas oportunidades de mejora en el servicio y qué acciones tomas para implementarlas?

3. ¿Puedes mencionar un ejemplo de un nuevo servicio que hayas desarrollado o implementado en tu organización?

4. ¿Cómo investigas las necesidades y expectativas de los clientes para identificar posibles servicios nuevos?

5. ¿Cuál es tu enfoque para reducir la tasa de errores en tu trabajo?

6. ¿Cómo manejas los errores cuando ocurren y qué medidas tomas para evitar que vuelvan a ocurrir?

Dimensión 2: Oportunidades

7. ¿Cómo te mantienes actualizado/a sobre las tendencias actuales del mercado en tu industria?

8. ¿Puedes compartir una situación en la que hayas utilizado información sobre tendencias del mercado para tomar decisiones estratégicas?

9. ¿Cuáles son tus estrategias para aprovechar oportunidades de crecimiento en el mercado?

10. ¿Puedes mencionar un ejemplo de cómo has contribuido al crecimiento del mercado en tu organización?

11. ¿Cómo evalúas y analizas a la competencia en tu industria?
12. ¿Qué acciones tomas para mantener una ventaja competitiva en el mercado?

Dimensión 3: Sostenibilidad

13. ¿Cuál es tu enfoque personal hacia la ética empresarial y cómo lo aplicas en tu trabajo?
14. ¿Cómo manejas situaciones éticas complicadas dentro de tu organización?
15. ¿Cómo contribuyes personalmente a la responsabilidad social en tu entorno laboral o comunidad?
16. ¿Puedes mencionar un ejemplo de un proyecto o iniciativa de responsabilidad social en el que hayas participado?
17. ¿Cómo identificas y aprovechas oportunidades para mejorar la eficiencia en el uso de recursos en tu trabajo?
18. ¿Cuál es tu enfoque para reducir el desperdicio y optimizar el uso de recursos en tu organización?

Anexo 3. Fichas de validación de instrumentos para la recolección de datos

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Carlos Antonio Angulo Corcuera
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Pedro Antonio Valdivieso Palacios
Procedencia:	Autoría propia
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura

Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 18 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 18 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.
----------------	---

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Emprendimiento

Herruzo (2019) El emprendimiento es un factor determinante y fuerza impulsadora que ayuda a las comunidades a ser económicamente sostenibles

- **Variable 2:** Innovación empresarial

Saldarriaga et al., (2019) La innovación desde un punto de vista empresarial la consideran como la creación de nuevos productos y/o servicios que satisfacen las necesidades y gustos de diferentes sectores del mercado.

Variable	Dimensiones	Definición
Emprendimiento	Motivaciones, iniciativa y perseverancia	Herruzo (2019) El emprendimiento es un factor determinante y fuerza impulsadora que ayuda a las comunidades a ser económicamente sostenibles
Innovación empresarial	Tecnología, oportunidad y sostenibilidad	Saldarriaga et al., (2019) La innovación desde un punto de vista empresarial la consideran como la creación de nuevos productos y/o servicios que satisfacen las necesidades y gustos de diferentes

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery, elaborado por Pedro Antonio Valdivieso Palacios, en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: Emprendimiento

- Primera dimensión: Motivaciones

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Logro	1	4	4	4	
Optimismo	2	3	4	4	
Compromiso	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Iniciativa

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Independencia	1	4	4	4	
Creatividad	2	4	4	4	
Autoconfianza	3	4	4	4	

- Tercera dimensión: Perseverancia

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Búsqueda de oportunidades	1	4	4	4	
Superación	2	4	4	3	
Resiliencia	3	4	4	4	

Variable del instrumento: Innovación empresarial

- Primera dimensión: Tecnología

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Servicio mejorado	1	3	4	4	
Servicio nuevo	2	4	4	4	
Tasa de errores	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Oportunidades

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Tendencias del mercado	1	4	4	4	

Crecimiento del mercado	2	4	4	4	
Competencia	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Sostenibilidad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Ética empresarial	1	4	4	4	
Responsabilidad social	2	3	4	4	
Eficiencia de recursos	3	3	4	4	

DNI: 06437510

Teléfono: 947055845



MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera
Magister en Administración de Negocios
Licenciado en Administración
CLAD. N° 18480

Mba Carlos Angulo

Corcuera Firma del

Evaluador

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Leandro Alonso Vallejos More
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Pedro Antonio Valdivieso Palacios
Procedencia:	Autoría propia
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	Está compuesta por dos variables: <input checked="" type="checkbox"/> La primera variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 18 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 18 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Emprendimiento

Herruzo (2019) El emprendimiento es un factor determinante y fuerza impulsadora que ayuda a las comunidades a ser económicamente sostenibles

- **Variable 2:** Innovación empresarial

Saldarriaga et al., (2019) La innovación desde un punto de vista empresarial la consideran como la creación de nuevos productos y/o servicios que satisfacen las necesidades y gustos de diferentes sectores del mercado.

Variable	Dimensiones	Definición
Emprendimiento	Motivaciones, iniciativa y perseverancia	Herruzo (2019) El emprendimiento es un factor determinante y fuerza impulsadora que ayuda a las comunidades a ser económicamente sostenibles
Innovación empresarial	Tecnología, oportunidad y sostenibilidad	Saldarriaga et al., (2019) La innovación desde un punto de vista empresarial la consideran como la creación de nuevos productos y/o servicios que satisfacen las necesidades y gustos de diferentes

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery, elaborado por Pedro Antonio Valdivieso Palacios, en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel

Variable del instrumento: Emprendimiento

- Primera dimensión: Motivaciones

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Logro	1	4	4	4	
Optimismo	2	3	4	4	
Compromiso	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Iniciativa

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Independencia	1	4	4	4	
Creatividad	2	4	4	4	
Autoconfianza	3	4	4	4	

- Tercera dimensión: Perseverancia

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Búsqueda de oportunidades	1	4	4	4	
Superación	2	4	4	3	
Resiliencia	3	4	4	4	

Variable del instrumento: Innovación empresarial

- Primera dimensión: Tecnología

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Servicio mejorado	1	3	4	3	
Servicio nuevo	2	4	4	3	
Tasa de errores	3	4	3	4	

- Segunda dimensión: Oportunidades

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Tendencias del mercado	1	4	4	3	



Crecimiento del mercado	2	4	4	4	
Competencia	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Sostenibilidad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Ética empresarial	1	3	4	4	
Responsabilidad social	2	4	3	3	
Eficiencia de recursos	3	3	4	4	

DNI: 44896381

Teléfono: 947984742

LEANDRO ALONSO VALLEJOS MORE
INGENIERO AGROINDUSTRIAL
E INDUSTRIAS ALIMENTARIAS
Reg. CIP N° 190215

Mba Leandro Alonso Vallejos

More Firma del

Evaluador



Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Adrián Colomer Winter
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Pedro Antonio Valdivieso Palacios
Procedencia:	Autoría propia
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	Está compuesta por dos variables: <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 18 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 18 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Emprendimiento

Herruzo (2019) El emprendimiento es un factor determinante y fuerza impulsadora que ayuda a las comunidades a ser económicamente sostenibles

- **Variable 2:** Innovación empresarial



Saldarriaga et al., (2019) La innovación desde un punto de vista empresarial la consideran como la creación de nuevos productos y/o servicios que satisfacen las necesidades y gustos de diferentes sectores del mercado.

Variable	Dimensiones	Definición
Emprendimiento	Motivaciones, iniciativa y perseverancia	Herruzo (2019) El emprendimiento es un factor determinante y fuerza impulsadora que ayuda a las comunidades a ser económicamente sostenibles
Innovación empresarial	Tecnología, oportunidad y sostenibilidad	Saldarriaga et al., (2019) La innovación desde un punto de vista empresarial la consideran como la creación de nuevos productos y/o servicios que satisfacen las necesidades y gustos de diferentes

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery, elaborado por Pedro Antonio Valdivieso Palacios, en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente



9. No cumple con el criterio
10. Bajo Nivel
11. Moderado nivel
12. Alto nivel



Variable del instrumento: Emprendimiento

- Primera dimensión: Motivaciones

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Logro	1	4	4	4	
Optimismo	2	3	4	4	
Compromiso	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Iniciativa

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Independencia	1	4	4	4	
Creatividad	2	4	4	4	
Autoconfianza	3	4	4	4	

- Tercera dimensión: Perseverancia

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Búsqueda de oportunidades	1	4	4	4	
Superación	2	4	4	3	
Resiliencia	3	4	4	4	

Variable del instrumento: Innovación empresarial

- Primera dimensión: Tecnología

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Servicio mejorado	1	3	4	4	
Servicio nuevo	2	4	4	4	
Tasa de errores	3	3	4	4	

- Segunda dimensión: Oportunidades

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Tendencias del mercado	1	4	4	3	


Crecimiento del mercado	2	4	4	4	
Competencia	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: Sostenibilidad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Ética empresarial	1	4	4	4	
Responsabilidad social	2	3	3	4	
Eficiencia de recursos	3	4	4	4	

CE : 000969101

Teléfono: 968154494



Lic. Adm. Adrián Colomer Winter
REG. UNIC. DE COLEG. N° 2483

Mba Adrián Colomer

Winter Firma del

Evaluador

Anexo 4.

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	Valdivieso Palacios Pedro Antonio
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery Piura 2023
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO	:	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ()
	:	<i>Alfa de Cronbach.</i> (x)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	26/06/23
1.7. MUESTRA APLICADA	:	11

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.806
------------------------------------	-------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

El instrumento del cuestionario de la variable Liderazgo comercial, obtiene un índice de confiabilidad muy alto de 80.6%.

Estudiante: Neira Zambrano Maria Fatima
DNI: 70500672

Estudiante: Vivas Sanchez Zaira Scarlet
DNI: 72899966

UNIVERSIDAD DE PIURA
Mg. Felix Fabian Pintado Rodriguez
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CODIGO N° 238

Docente: Felix Fabian Pintado Rodríguez
DNI: 45246550

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	Valdivieso Palacios Pedro Antonio
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery Piura 2023
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO	:	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 kuder Richardson ()
	:	Alfa de Cronbach. (x)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	26/06/23
1.7. MUESTRA APLICADA	:	10

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.851
------------------------------------	-------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento del cuestionario de la variable ventas, obtiene un índice de confiabilidad muy alto de 85.1%.

Estudiante: Neira Zambrano Maria Fatima
DNI: 70500672

Estudiante: Vivas Sanchez Zaira Scarlet
DNI: 72899966

Docente: Felix Fabian Pintado Rodríguez
DNI: 45246550

Anexo 5. Consentimiento informado UCV

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Innovación empresarial y emprendimiento en UT Delivery, Piura 2022.

Investigadores: Pedro Antonio Valdivieso Palacios

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Innovación empresarial y emprendimiento en UT Delivery, Piura 2022.”, cuyo objetivo es Determinar la relación entre la innovación empresarial y el emprendimiento en la empresa UT Delivery Piura, 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Piura, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución UT Delivery.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se generará información novedosa sobre cómo el emprendimiento influye en la innovación empresarial, en particular en empresas Courier, en Piura 2022.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada:” Innovación empresarial y emprendimiento en UT Delivery 2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en las oficinas de la institución UT Delivery. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participarlo no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador [Valdivieso Palacios Pedro Antonio] email pvaldiviesop@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor [Ericka Julissa Suysuy Chambergo] email esuysuyc@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos: Pedro Antonio Valdivieso Palacios.

Fecha y hora: 25/05/2023 5.00 p.m

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Anexo 6. Reporte de similitud en software Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/ro=2264138238&ro=103&lang=es&u=1086032468&cs=1

feedback studio PEDRO ANTONIO VALDIVIESO PALACIOS | innovación empresarial y emprendimiento de la empresa UT Delivery, Piura - 2023

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION
Innovación empresarial y emprendimiento de la empresa UT Delivery, Piura - 2023

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AUTOR:
Valdivieso Palacios, Pedro Antonio (orcid.org/0000-0001-5726-4013)

ASESORA:
Dra. Suysuy Chambergo, Ericka Julissa (orcid.org/0000-0003-0744-0052)

LINEA DE INVESTIGACIÓN:
Marketing

LINEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA
Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA - PERU
2023

Página: 1 de 43 Número de palabras: 11892

Versión solo texto del informe | Alta resolución | Activado

Resumen de coincidencias

19 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver Fuentes en inglés

Coincidencias

Rank	Source	Percentage
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	8 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3 %
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1 %
4	repositorioacademico... Fuente de Internet	1 %
5	repositorio.unamba.ed... Fuente de Internet	<1 %
6	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
7	archive.org Fuente de Internet	<1 %
8	internationalcoachfede... Fuente de Internet	<1 %
9	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
10	Entregado a unap Trabajo del estudiante	<1 %
11	www.nacion.com Fuente de Internet	<1 %

22°C Mayorm. nubla... 11:31 a.m. 22/12/2023

Anexo 7. Autorizaciones para el desarrollo del proyecto de investigación

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización: UT Delivery	RUC: 10757750363
Nombre del Titular o Representante legal: Mágbis Daniel Gálvez Armestar	
Nombres y Apellidos: Mágbis Daniel Gálvez Armestar	DNI: 75775036

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal “c” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación: Innovación empresarial y emprendimiento en UT Delivery, Piura 2023	
Nombre del Programa Académico: Administración	
Autor: Pedro Antonio Valdivieso Palacios	DNI: 76246586

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma:



(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal “c” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no

se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 8.

Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery, Piura 2023.

Autor: Pedro Antonio Valdivieso Palacios


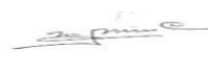



Especialidad del autor principal del proyecto: Marketing
Programa: Administración

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Piura,
Perú Código de revisión del proyecto:

Correo electrónico del autor de correspondencia/docente asesor: esuysuyc@ucvvirtual.edu.pe

N.º	Criterios de evaluación	Cumple	No cumple	No corresponde
I. Criterios metodológicos				
1	El título de investigación va acorde a las líneas de investigación del programa de estudios.			
2	Menciona el tamaño de la población / participantes, criterios de inclusión y exclusión, muestra y unidad de análisis, si corresponde.			
3	Presenta la ficha técnica de validación e instrumento, si corresponde.			
4	Evidencia la validación de instrumentos respetando lo establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV, según Anexo 2 Evaluación de juicio de expertos), si corresponde.			
5	Evidencia la confiabilidad del(los) instrumento(s), si corresponde.			
II. Criterios éticos				
6	Evidencia la aceptación de la institución a desarrollar la investigación, si corresponde.			
7	Incluye la carta de consentimiento (Anexo 3) y/o asentimiento informado (Anexo 4) establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV), si corresponde.			
8	Las citas y referencias van acorde a las normas de redacción científica.			
9	La ejecución del proyecto cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética en Investigación vigente en especial en su Capítulo III Normas Éticas para el desarrollo de la Investigación.			

Nota: Se considera como APTO, si el proyecto cumple con todos los criterios de la evaluación.

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

Piura, 07 de julio de 2023


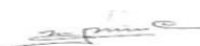



Anexo 9.

Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de [colocar el nombre la facultad o programa de estudio], de ja constancia que el proyecto de investigación titulado "Innovación empresarial y emprendimiento en la empresa UT Delivery, Piura 2023", presentado por el autor Pedro Antonio Valdivieso Palacios, ha pasado una revisión expedita por Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya, Dr. Miguel Bardales Cárdenas, Dr. José German Linares Cazola, Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón, Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón, y de acuerdo a la comunicación remitida el 09 de julio de 2023 por correo electrónico se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un dictamen:

(X)favorable () observado () desfavorable.

Lima, 09 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

Anexo 10.

Instrumento-cuestionario vía Google Forms

INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO EN UT DELIVERY

La siguiente encuesta esta basada en la escala de Likert, donde:

- 5 estás totalmente de acuerdo
- 4 estás de acuerdo
- 3 estás indeciso
- 2 estás en desacuerdo
- 1 estás totalmente en desacuerdo

Se siente motivado/a por la oportunidad de contribuir al crecimiento y éxito de la empresa de delivery.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

76

Anexo 11.

Aplicación de la entrevista

Guía de entrevista

Variable: Emprendimiento

Dimensión 1: Motivaciones

Logro:

1. ¿Cuál ha sido el logro más significativo que has tenido en tu carrera profesional hasta ahora?
2. ¿Cómo defines y persigues tus metas de manera efectiva?

Optimismo:

1. ¿Cómo mantienes una actitud optimista frente a los desafíos y obstáculos?
2. ¿Puedes compartir una situación en la que tu optimismo te haya ayudado a superar una dificultad?

Compromiso:

1. ¿Cómo demuestras tu compromiso hacia tus responsabilidades y metas profesionales?
2. ¿Qué acciones tomas para mantener alto tu nivel de compromiso en el trabajo?

Dimensión 2: Iniciativa

Anexo 12.

Base de datos obtenidos del cuestionario virtual

VISTA DE VARIABLES Y DATOS TESISTA AAA - Excel

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

V10 : X ✓ f₅ 1

GESTIÓN LOGÍSTICA																	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO																																				
PLANIFICACIÓN			APROVISIONAMIENTO				DISTRIBUCIÓN DE CARGA					SERVICIO AL CLIENTE					TOTAL			CONDICIONES DE TRABAJO					ESTIMULACIÓN LABORAL			SERVICIOS DE CALIDAD																									
P1	P2	P3	P4	P5	P6	D1	P7	P8	P9	P10	P11	P12	D2	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	D3	P21	P22	P23	P24	P25	P26	D4	V1	P27	P28	P29	P30	P31	P32	D1	P33	P34	P35	P36	P37	P38	D2	P39	P40	P41	P42	P43	P44	D3		
1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	6	2	1	1	2	1	2	11	2	1	2	2	1	1	9	34	2	1	1	2	1	1	8	2	2	1	2	2	1	10	1	2	2	1	2	2	10			
2	1	1	1	2	1	2	8	2	1	1	1	1	1	6	1	2	1	1	2	2	2	12	2	2	2	1	2	2	1	10	38	2	1	1	1	2	9	2	2	2	2	1	2	10	2	2	2	2	1	2	11		
3	1	1	1	2	1	2	8	2	2	2	4	2	2	14	1	1	2	1	1	1	2	10	2	2	2	1	2	1	10	42	1	2	1	1	1	7	2	2	2	2	1	10	1	2	2	2	2	1	10				
4	1	1	1	2	1	1	9	2	2	2	1	2	1	10	2	1	1	1	1	2	1	10	1	1	2	2	1	2	9	38	1	1	1	1	2	7	1	1	1	2	1	1	7	2	1	1	2	2	9				
5	1	1	1	2	1	8	2	2	1	2	1	10	2	1	1	1	2	1	2	11	1	2	2	2	2	2	1	2	10	39	1	1	1	2	1	1	7	2	1	2	2	1	10	1	2	1	2	2	10				
6	1	1	1	2	1	8	1	1	1	1	1	1	1	6	2	2	2	1	1	2	1	12	2	2	2	2	2	2	11	37	2	2	1	1	2	9	1	2	2	2	1	9	2	1	2	2	2	11					
7	1	1	1	2	1	1	7	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	6	27	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6					
8	1	1	1	2	1	1	8	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	2	2	2	12	52	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	12				
9	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	10	1	2	1	2	1	2	1	11	2	2	2	2	1	9	38	2	1	2	1	1	2	9	1	2	2	1	2	1	1	8	2	1	2	1	2	9			
10	1	1	1	2	1	1	7	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	6	21	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6				
11	1	1	1	2	1	1	8	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	2	2	2	12	52	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	12				
12	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	10	1	2	1	2	1	2	1	11	2	2	2	2	1	9	38	2	1	2	1	1	2	9	1	2	2	1	2	1	1	8	2	1	2	1	2	9			
13	1	1	1	2	1	1	7	1	1	1	1	1	1	6	2	1	1	2	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	6	21	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6			
14	1	1	1	2	1	1	8	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	2	2	2	12	52	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	12				
15	1	5	1	2	5	2	16	1	2	5	1	1	1	11	1	2	2	2	1	2	1	12	2	2	2	2	1	2	10	49	1	1	2	1	1	7	1	1	1	2	2	1	8	1	1	2	1	2	10				
16	1	1	1	2	1	2	8	2	1	1	1	2	2	9	1	2	1	1	2	2	2	12	2	2	2	2	2	1	9	38	2	1	1	2	1	1	8	2	2	2	2	1	2	10	2	2	2	2	1	2	11		
17	1	2	2	2	1	2	9	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	2	2	2	12	52	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	12				
18	1	1	1	2	1	1	9	2	2	2	1	2	1	10	2	1	1	1	2	1	10	1	1	2	2	2	2	1	9	38	1	2	2	1	1	7	2	2	2	2	2	1	10	2	1	1	2	2	2	12			
19	2	1	1	2	1	8	2	2	1	2	1	1	1	6	2	2	2	1	1	2	1	12	2	2	2	2	2	2	11	37	1	1	1	2	1	1	7	2	1	2	2	1	9	2	1	2	2	2	10				
20	1	1	1	2	1	1	7	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	1	6	21	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6			
21	1	1	1	2	1	1	7	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	9	38	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6		
22	4	4	1	2	1	1	13	2	1	2	2	1	2	10	1	2	1	2	1	2	1	11	2	2	2	2	1	1	8	42	1	1	2	2	1	1	8	2	1	2	2	1	9	2	1	2	1	2	1	9			
23	1	1	4	2	1	1	10	1	1	2	1	1	1	7	2	1	1	2	1	1	1	10	1	1	2	2	1	2	1	8	35	2	1	2	1	1	2	9	1	2	1	2	2	1	9	1	1	1	1	2	1	7	
24	1	1	1	2	1	2	8	2	1	1	1	1	1	6	1	2	1	1	2	1	5	2	15	2	2	2	1	2	2	1	2	10	39	1	1	1	2	1	1	7	1	1	1	2	1	1	7	2	1	1	2	1	9
25	2	1	1	2	1	2	9	2	2	1	4	1	2	11	2	1	1	1	2	5	2	15	2	2	2	1	2	1	9	44	2	1	1	2	1	1	8	2	2	1	2	1	1	9	1	2	2	2	2	11			
26	1	1	1	2	1	2	8	2	2	1	2	2	11	1	1	2	1	1	2	1	2	11	2	2	2	2	1	10	40	2	1	1	2	2	9	2	2	2	2	2	1	10	1	1	1	2	2	2	2	9			
27	1	2	2	2	1	1	8	2	2	1	2	1	10	2	1	1	1	2	1	2	1	10	1	1	2	2	2	2	1	9	37	1	2	1	1	1	7	2	2	2	2	1	1	10	1	2	1	2	1	2	1	7	
28	2	1	1	2	1	1	8	2	2	2	2	1	10	2	1	1	1	2	1	2	1	11	2	2	2	2	1	2	1	9	39	1	1	1	1	2	7	1	1	2	1	1	2	1	1	7	2	1	1	2	1	9	
29	2	1	1	4	2	1	11	1	1	1	1	1	6	2	2	2	1	1	2	1	12	2	2	2	2	2	2	2	11	40	1	1	2	1	1	7	2	1	2	2	2	1	10	1	1	2	1	2	2	9			
30	1	1	1	2	1	1	7	1	1	5	1	1	4	13	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	7	35	2	2	1	1	2	9	1	2	2	2	2	1	9	1	1	1	1	1	6				
31	1	1	2	2	1	2	9	2	1	2	1	1	8	1	1	2	2	1	5	2	15	1	2	2	2	1	1	8	40	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	12				
32	1	2	1	1	2	1	8	2	1	2	1	2	10	1	2	1	2	1	2	1	11	2	2	2	2	2	1	1	8	37	1	1	2	2	1	1	8	2	1	2	2	1	2	10	1	1	2	1	2	1	8		
33	1	1	1	2	1	1	7	1	1	2	1	1	1	7	2	1	1	2	1	1	1	10	1	1	2	2	1	8	32	2	1	2	1	1	2	9	1	2	1	2	1	2	1	8	2	1	1	1	1	7			
34	1	1	1	2	1	1	7	2	1	2	1	1	7	2	1	1	2	1	1	1	10	1	1	2	1	1	7	34	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	2	1	7	2	1	2	1	2	1	9				
35	1	1	1	2	1	1	8	2	2	1	1	1	8	1	1	2	1	1	2	1	11	2	2	2	2	2	1	7	31	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	2	1	7	2	1	2	1	2	1	9		

VISTA DE VARIABLES Y DATOS TESI

Anexo 13.

Procesamiento de datos

VISTA DE VARIABLES Y DATOS TESISTA.sav [Conjunto_de_datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 50 de 50 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P
1	1	1	1	2	1	2																						