



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Percepción empresarial y gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

AUTORA:

Yarleque Ayala, Lady Di Irene (orcid.org/0000-0002-0334-6395)

ASESOR:

Dr. Cosio Borda, Ricardo Fernando (orcid.org/0000-0002-1765-097X)

LÍNEA DE INVESTIGACION:

Mercados Emergentes

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA - PERÚ

2023

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a mis padres por todo el apoyo incondicional, confianza y motivación brindada en todo este proceso, a todos los años de estudio invertidos, al esfuerzo, perseverancia y resiliencia que han permitido que llegue a este punto del camino. También está dedicado a todas aquellas personas (familiares, amigos, compañeros y docentes) que de una u otra forma me apoyaron emocionalmente, y para quienes luchan todos los días por ser su mejor versión.

Agradecimiento

Agradezco a Dios en primer lugar, por haberme permitido llegar hasta aquí, por darme coraje y perseverancia durante este camino, a mis padres por su acompañamiento y ánimo durante este proceso, a mis docentes por su guía y grandes enseñanzas, a mis compañeros por todas las experiencias compartidas, y a todas las personas que permitieron la elaboración de esta investigación.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, COSIO BORDA RICARDO FERNANDO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "

Percepción empresarial y gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023", cuyo autor es YARLEQUE AYALA LADY DI IRENE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, 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, 08 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RICARDO FERNANDO COSIO BORDA DNI: 70586255 ORCID: 0000-0002-1765-097X	Firmado electrónicamente por: RCOGIOB el 08-12- 2023 10:00:42

Código documento Trilce: TRI - 0688612





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, YARLEQUE AYALA LADY DI IRENE estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "

Percepción empresarial y gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 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
YARLEQUE AYALA LADY DI IRENE DNI: 74737530 ORCID: 0000-0002-0334-6395	Firmado electrónicamente por: LIYARLEQUEA el 08- 12-2023 10:00:58

Código documento Trilce: INV - 1595549



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor	iv
Declaratoria de originalidad del autor	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. Introducción	1
II. Marco teórico	4
III. Metodología	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Variables y operacionalización	11
3.3. Población, muestra y muestreo	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimientos	14
3.6. Método de análisis de datos	14
3.7. Aspectos éticos	14
IV. Resultados	15
V. Discusión	22
VI. Conclusiones	27
VII. Recomendaciones	28
Referencias	29
Anexos	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tabla de frecuencia de la variable percepción empresarial	15
Tabla 2. Frecuencia de la variable gestión del cambio	16
Tabla 3. Correlación entre percepción empresarial y gestión del cambio	17
Tabla 4. Correlación entre percepción empresarial y descongelar	18
Tabla 5. Correlación entre percepción empresarial y cambio	19
Tabla 6. Correlación entre percepción empresarial y recongelar	20

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Niveles de frecuencia de la variable percepción empresarial	15
Figura 2. Niveles de frecuencia de la variable gestión del cambio	16

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023. Se utilizó una metodología aplicada con enfoque cuantitativo siendo de nivel correlacional recogiendo la data a través de la aplicación del cuestionario, como instrumento de recolección de datos, a una muestra de 136 colaboradores. El estudio tuvo como resultado que la correlación entre percepción empresarial y gestión del cambio fue de 0.615 expresando una asociación positiva moderada siendo significativa, por lo que se concluyó que la relación entre las variables en estudio es positiva, entendiéndose que, mientras la percepción empresarial para el uso de realidad virtual se dé de manera positiva y sea mayor, la gestión del cambio será un proceso que se desarrollará de forma positiva siendo de una manera más sencilla y menos compleja para toda la empresa agroexportadora APPBOSA.

Palabras clave: percepción empresarial, gestión del cambio, realidad virtual, agroexportadora, TAM.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between business perception and change management for the use of virtual reality in the agro-exporting company APPBOSA, Sullana - 2023. An applied methodology with a quantitative approach was used, being of a correlational level, collecting data through the application of a questionnaire, as a data collection instrument, to a sample of 136 collaborators. The study showed that the correlation between business perception and change management was 0.615, expressing a moderate positive association being significant, so it was concluded that the relationship between the variables under study is positive, understanding that, while the business perception for the use of virtual reality is positive and higher, change management will be a process that will be developed in a positive way being simpler and less complex for the entire agro-exporting company APPBOSA.

Keywords: business perception, change management, virtual reality, agroexport, TAM.

I. Introducción

La creciente transformación y el avance tecnológico, han permitido la aparición de nuevas tendencias y espacios a incursionar dentro de los negocios internacionales como la realidad virtual (RV), esto en consecuencia al constante cambio del mundo actual. Según Ipsos (2022), en un estudio realizado a 29 países a nivel mundial, se obtuvo como resultado que Turquía, con un 94% de familiaridad, es el país más acostumbrado al término “realidad virtual” y sus implicaciones, seguido de Hungría, Polonia y Perú con un 93% cada uno. Al mismo tiempo, el estudio señaló que la realidad virtual no solo está presente en sectores como el del entretenimiento, sino que posee la característica de ser versátil ya que también está presente en la educación, turismo, salud, entre otros.

Si bien la realidad virtual se ha encontrado en etapa de crecimiento, de acuerdo con Acosta (2022) entre las empresas que han apostado al uso de realidad virtual, se encuentra Sony Interactive Entertainment (SIE) con su marca de videojuegos PlayStation, seguido de L'Oreal, Audi, Airbus, entre otras. Asimismo, por el lado Latinoamericano, Claro y Meals de Colombia destacaron entre las empresas que han invertido en tecnología de RV para comunicarse con sus colaboradores en el país colombiano, e inclusive en este país ya se realizaron simulaciones basadas en realidad virtual orientados a la aplicación de esta tecnología en productos de exportación como el café con el objetivo de optimizar y mejorar el proceso productivo del producto a exportar (Navarro y Vallejo, 2020; La República, 2022).

Por su parte, Perú no ha sido indiferente ante estos cambios, ya que han existido empresas que han incluido estas nuevas herramientas. Tal es el caso de las agroexportadoras, las cuales han incorporado nuevos avances tecnológicos dentro de sus procesos, aunque, si bien aún no han utilizado la realidad virtual como tal, ya han hecho uso de dispositivos como drones, softwares especializados para el riego de cultivos, satélites, entre otros (La República, 2022). Siendo así que la implementación de estos equipos les ha facilitado el monitoreo, control de los cultivos, y procesamiento de datos permitiéndoles mejorar la calidad del proceso productivo, y del producto que ofrecen al mercado.

Por otra parte, de acuerdo con el informe de News Center Microsoft Latinoamérica (2022), más del 90% de Pymes invirtió en tecnología tras el Covid-

19 y sostuvieron su importancia dentro del modelo de negocio, sin embargo, menos del 50% realizó inversiones constantes y en softwares, ya que más del 80% de inversión fue destinada a la compra de equipos para el teletrabajo, lo que denota la incipiente actualización tecnológica empresarial pese a ser uno de los países con mayor potencial al uso de la realidad virtual. Asimismo, hasta el 2021, por un lado, solo el 15% de empresas peruanas habían incluido un plan de gestión de cambio tras el contexto que vivían en aquel entonces, y de ese porcentaje solo el 6% lo ejecutaba de manera eficaz; por el otro lado, el 85% aún se mostraba resistente ante las nuevas transiciones (Andina, 2021). Lo anterior solo describe el estado de riesgo en las que las empresas peruanas se encuentran de desaparecer al no lograr adaptarse por completo y de manera óptima a su entorno.

A manera local, la Cooperativa Agraria APPBOSA, empresa agroexportadora de banano orgánico situada dentro de la región Piura, ha sido una de las tantas agroexportadoras que imperativamente tuvieron que amoldarse a los constantes cambios del entorno con el que se relacionan, lo cual incluyó las nuevas exigencias del mercado internacional. Si bien ha logrado adaptarse al nuevo contexto, ha existido la necesidad de seguir implementando herramientas tecnológicas con el fin de mejorar y optimizar sus procesos para la exportación del banano orgánico y que este proceso sea asumido por todos los colaboradores. Por lo mencionado, el proceso del cambio requiere ser estudiado con la intención de comprender cómo es que se percibe desde la óptica de los miembros de la empresa y con ello lograr una transformación óptima en la organización y que se aproveche la tecnología en la agroexportación.

Es por ello que, ante lo expuesto, el problema del estudio fue ¿cuál es la relación entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023?, teniendo como problemas específicos: 1)¿Cuál es la relación entre la percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023?, 2)¿Cuál es la relación entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023?, 3)¿Cuál es la relación entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023?

De igual manera, la importancia de la investigación se justificó en los cuatro aspectos señalados por Hernández (2018), siendo estos de carácter: metodológico, dado a que por medio de técnicas, instrumentos y procesamiento estadístico confiables y validados, se dio resultado al problema de investigación; teórico, debido a que, en base a teorías existentes alrededor de la percepción empresarial y la gestión del cambio, se logró entender estos conceptos dentro del contexto empresarial pudiendo servir como precedente en futuros estudios; práctico, dado a que posibilitó la mejora del proceso del cambio en la agroexportadora APPBOSA ante la tendencia del uso de la realidad virtual en los negocios internacionales; y social, donde se dio prioridad al crecimiento e innovación, a partir de la gestión del cambio para implementar herramientas tecnológicas en las agroexportadoras, lo cual se puede traducir en el incremento de su sostenibilidad beneficiando, quizá, al desarrollo de estas dentro del mercado internacional.

Asimismo, se formuló como objetivo general determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023; considerando como objetivos específicos: 1) Determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023; 2) Determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023; 3) Determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023.

Del mismo modo, se estableció como hipótesis general que existe relación positiva entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023; y como hipótesis específicas; 1) Existe relación positiva entre la percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023; 2) Existe relación positiva entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023; 3) Existe relación positiva entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023.

II. Marco teórico

Dentro de los estudios previos a nivel internacional se encuentran Mulugeta (2022) y Syed (2022), quienes, con un enfoque cuantitativo, señalaron que la percepción de los productores y empleados hacia la implementación de nuevas tecnologías, en el primer caso, se ve influenciada por el acceso a recursos e información al momento de implementar innovaciones dentro del proceso productivo; y en el segundo caso, los colaboradores se encuentran dispuestos a utilizar nueva tecnología, empero, se debe considerar la estructura en la que se desarrollará para una mejor funcionalidad y predisposición para implementarla.

Por otra parte, Mutambara y Munyaka (2022), Wanjala et al. (2021), Irimiás y Mitev (2020) y Ahmed et al. (2019) con enfoques cuantitativos, concordaron en que una buena gestión de cambio para el uso de tecnologías genera competitividad y crecimiento organizacional, incrementa la confianza entre los colaboradores y se brinda un mejor servicio al desarrollarse las habilidades técnicas de los colaboradores con la implementación de nuevas herramientas, asimismo, este proceso debe fundamentarse en la planeación, comunicación, liderazgo y aprendizaje colaborativo ya que son herramientas de apoyo ante la incertidumbre que supone un cambio pudiendo efectuar un proceso más sostenible en el tiempo.

Gresham (2020), por su parte, mediante el enfoque cuantitativo, buscó correlacionar el Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) y la gestión del cambio como parte del estudio de la percepción ante la implementación de nuevas herramientas tecnológicas en una empresa orientada a la fabricación, si bien no se obtuvo una relación significativa entre las variables, ya que el estudio estuvo limitado por el tamaño de la muestra, si se obtuvo una correlación significativamente alta entre el TAM y el uso de nueva tecnología.

Dentro de los antecedentes nacionales se encuentran Bocanegra y Guerrero (2020) y Burga (2019), utilizando en sus investigaciones un enfoque metodológico cualitativo con estudios de casos y focus group, concluyeron ambos con que existe interés por el uso de tecnologías disruptivas y compromiso hacia la transformación tecnológica que necesitan las empresas, sin embargo, se debe incentivar su uso en todos los niveles para el mejor aprovechamiento de sus bondades entre los diversos sectores del mercado y entre las diferentes áreas de la organización tomando como pilares el liderazgo, motivación y creación de espacios de confianza

permitiendo que los colaboradores asuman el compromiso de transformación para lograr la perdurabilidad de los cambios y sostenibilidad de las empresas en el tiempo.

Asimismo, Corahua (2023) Queneche (2022) y Valdivia (2019) quienes, utilizando la metodología cuantitativa, afirmaron que la gestión de cambio se asimila de mejor manera si las estrategias y actividades a implementar son difundidas en toda la empresa para que entre todos se pueda establecer las directrices correctas para lograr la meta planteada, debido a que la gestión del cambio se convierte en la base para mejorar los procesos que realiza la empresa y lograr ser sostenible en el tiempo, lo que al largo plazo incrementa la competitividad de las empresas.

Por otro lado, las teorías sobre percepción empresarial, en su mayoría parten de conceptos utilizados en la ciencia de la psicología siendo adaptados según la realidad de la empresa. Por su parte Davis (1989) señala que la percepción, en un entorno organizacional, muestra que tan dispuestos están los colaboradores de incluir algo nuevo en la rutina y hábitos que tienen en el presente en materia laboral, siendo así que estudiarla es primordial si se quiere implementar un sistema nuevo en la organización. Por ello, mediante la propuesta de este autor de un Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM), es que se analiza la percepción tomando como pilar la intención de uso de la nueva tecnología por parte del usuario, la cual es el resultado de la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida por parte de los colaboradores lo que permite explicar y relacionar cómo estos usuarios visualizan el uso y aplicación de nuevos sistemas sin dejar de lado factores externos que puedan influir, en las actitudes y comportamiento que muestran ante el nuevo escenario. Otra característica de este modelo es que puede ser utilizada antes y después de implantar herramientas tecnológicas.

Con ello se expresa que la percepción en el entorno empresarial llega a influir en modo de actuar de los integrantes de las organizaciones ante la posibilidad de uso de nuevas tecnologías, lo que implica que esta debe ser estudiada antes de implementarlas, para que de esta manera se pueda predecir las actitudes ante el uso de algo nuevo y establecer los lineamientos necesarios logrando la aceptación de uso de los usuarios ante las herramientas tecnológicas.

Por otra parte, Venkatesh et al. (2003), sugirieron un modelo para estudiar la percepción, intención y aceptación de tecnologías en contextos como el

empresarial, el cual se denomina Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología (UTAUT). Este modelo, si bien parte del modelo mencionado líneas arriba, se basa en el análisis, en primer lugar, de la intención de uso de tecnología el cual considera las expectativas de esfuerzo y rendimiento del usuario ante la herramienta desconocida, y la influencia del entorno social; en segundo lugar, el análisis de las variables específicas que llegan a influir o moderar estos comportamientos como la edad, género, la experiencia con la tecnología y la voluntad del usuario. Dichos conceptos intentan englobar aquellos factores que puedan tener algún grado alto de predominación al momento de implementar un sistema nuevo dentro de las organizaciones.

Con lo mencionado, se puede decir que la percepción tiene una participación importante dentro del uso de sistemas en las organizaciones, la cual debe ser abordada en un momento previo a su activación considerando a todos los miembros que la componen, ya que una mala percepción a nivel empresarial puede volver tedioso el proceso y al mismo tiempo ocasionar repercusiones negativas en la empresa perjudicando, no solo en aspectos financieros, sino también en relación al ambiente y desarrollo laboral de los trabajadores.

Griffin et al. (2017), por su parte, muestran un enfoque diferente hacia la percepción en las organizaciones, ya que la delimitan como el proceso de interpretación de estímulos del ambiente, ya sean imágenes o frases habladas, donde los individuos comprenden un mismo estímulo de diferentes maneras. En el mundo empresarial, los autores consideran dos procesos básicos como los más importantes: la percepción selectiva y la formación de estereotipos; el primero enfoca el entendimiento sobre las creencias del individuo, por lo que se termina descartando todo lo opuesto a lo que uno cree, siendo así que, dentro de la organización, este proceso puede llegar a mejorar o empeorar las actitudes entre los gerentes y los colaboradores de acuerdo con la imagen que cada uno tenga sobre el otro; y el segundo, cataloga la información que se recibe, por lo que se debe tener sumo cuidado ya que, si se estereotipa de una manera errónea, esta puede llegar a contraer grandes consecuencias negativas hacia la empresa como estigmatizar a las personas por su color de piel, religión, entre otros.

Con lo anterior, se puede entender que la percepción influye en los comportamientos organizacionales, por lo que considerar el hecho de que las

personas entienden un mismo evento de distintas maneras es imprescindible dentro de la comunicación en la organización, tanto entre colaboradores para afianzar la relación entre ellos o como al incorporar nuevos elementos. Siendo así que, de acuerdo a la naturaleza del presente estudio, se toma como autor principal de la variable a los aportes dado por Davis.

Continuando con las teorías sobre gestión del cambio, estas muestran diferentes perspectivas según el autor que las desarrolla. Siendo una de las teorías más referidas, se encuentra Lewin (1951), quien, desde una perspectiva general y sencilla, propuso un Modelo de tres pasos para la gestión del cambio el cual ha servido de base en diversas investigaciones. Este modelo contempla tres procesos: la descongelación, el cambio y la recongelación, buscando con ello el equilibrio que necesitan las organizaciones para lograr los objetivos planteados para el proceso del cambio permitiendo que los nuevos comportamientos generados sean aceptados por todos y sostenibles en el tiempo. Asimismo, el modelo engloba a todos los miembros de la organización como agentes de cambio y el uso de la comunicación y el liderazgo en todo momento.

Con lo anterior se deduce la importancia de la aportación de las organizaciones en su totalidad en el transcurso del desarrollo del cambio para el logro y alcance de los objetivos planteados, es decir, la gestión del cambio es sobrellevada por todos los miembros o colaboradores, la cual debe apoyarse en herramientas como el liderazgo y comunicación para tener éxito en la transición implementada.

Otro autor relevante en la materia es Kotter (2011), quien señaló que la repercusión de la gestión del cambio consiste en que permite generar sostenibilidad a la empresa, por lo que expuso un modelo de ocho pasos para liderar el cambio, el cual, parte de las equivocaciones mayormente habituales que se perpetran a la hora de implementar cambios dentro de la organización. Este modelo inicia con el establecimiento del sentido de necesidad de cambio en toda la organización, para luego estructurar un equipo líder y guía del proceso, creando, una visión que muestre el objetivo del cambio, se prosigue con la transmisión de la visión hacia todos los niveles de la compañía, la aportación de ideas para afrontar mejor el proceso, la elaboración de actividades y estrategias a corto plazo considerando el reconocimiento hacia los colaboradores por su adaptabilidad al cambio,

continuando con el uso de los resultados de la fase anterior para implementar estrategias más elaboradas, y por último, con las nuevas conductas, se procede a liderar a la organización para que el cambio sea de manera permanente.

En lo que concierne a la gestión del cambio, este viene a ser el proceso que le permite a la empresa implementar nuevos elementos dentro de ella para optimizarla, llegando a mejorar los diferentes procesos que realiza garantizando competitividad y sostenibilidad, para lo cual se debe tener muy en claro la meta a lograr y el equipo líder que inspire y ayude en el proceso y así evitar cometer errores comunes durante el cambio.

Hiatt y Creasey (2012), por otro lado, a través del Modelo ADKAR, consideraron que la base de la gestión del cambio son las personas y esta parte de 5 principios: el porqué del cambio, la necesidad de cambios individuales para el cambio organizacional, el resultado final parte de los resultados individuales, el lado humano de la organización permite gestionar mejor el cambio, y que se cambia para lograr una meta. Asimismo, esta consta de dos niveles: el organizacional y el individual; el primero se basa en aplicar el cambio hacia toda la organización en conjunto tomando como referentes los modelos que existen para luego amoldarlos a la realidad de la empresa; y el segundo nivel aplica el cambio a nivel individual, considerando cómo los trabajadores perciben el cambio y sus necesidades ante este nuevo proceso, para, más adelante, poder generar todo el plan de gestión a nivel organizacional.

De este modo, en todo proceso se debe considerar la parte humana de la organización ya que son ellos quienes conforman y dan funcionalidad a una empresa, por lo que resulta importante comunicar sobre el cambio y capacitar al personal, tanto gerencial como operativo, para asimilar este proceso y lograr una transición exitosa y favorecedora para todos los involucrados. Siendo así que, dado a la naturaleza del proyecto, se toma como autor principal de la variable a los aportes dados por Lewin.

Continuando en esta misma línea, la conceptualización de la percepción parte de ser entendida como el proceso que permite asimilar e interpretar la información del entorno (Salcedo et al., 2022). Respecto a la definición de la dimensión intención de uso, de acuerdo con Davis (1989), esta se refiere al comportamiento que muestra el usuario ante el uso de una nueva tecnología.

Dichos comportamientos y actitudes pueden llegar a ser positivas o negativas dependiendo de la percepción que este tenga sobre el estímulo.

En cuanto a sus indicadores, Valencia et al. (2023) y Tahar (2020) señalan que la utilidad percibida llega a ser la creencia del usuario sobre qué tan útil puede resultar hacer uso de la herramienta tecnológica, lo que en síntesis puede mostrar la utilidad percibida desde la óptica de los colaboradores. Asimismo, Sharma et al. (2023) y Caffaro et al. (2020), señalan que la facilidad de uso percibida define la creencia del grado de complejidad por utilizar un nuevo sistema. Con ello se percibe el grado de dificultad ante el uso de nueva tecnología dentro de las organizaciones.

Como conceptualización de gestión del cambio, en palabras de Suárez et al. (2020), es el proceso de transición donde se generan modificaciones favorables en la organización aprovechando áreas de oportunidades, siendo una herramienta estratégica para generar ventaja competitiva sostenible. Por otro lado, Hussain et al. (2018), mencionan que la dimensión descongelar representa la planificación del cambio buscando convencer a los colaboradores de la necesidad de cambiar orientando a la organización a una situación deseada, implicando factores como el rompimiento del status quo, la ansiedad entendida como la necesidad de urgencia al cambio y la seguridad para aceptar el cambio.

La dimensión de cambiar, según Bakari et al. (2017), es la etapa donde ocurren los cambios en sí, siendo respaldado por el compromiso de los colaboradores y el tipo de liderazgo que se maneje para realizar el proceso. En esta fase participan aspectos como los modelos de comportamiento implementados y la motivación para aceptar el cambio. La dimensión de recongelar, de acuerdo con Galli (2019), no es más que la promoción de los cambios de manera sostenida en el tiempo. Con esto se orienta a que lo implementado en la fase anterior se conviertan en nuevos hábitos y prácticas dentro de la organización logrando finalmente la aceptación del cambio propuesto, donde participan la recompensa y retroalimentación.

Asimismo, se define realidad virtual la cual, de acuerdo con Haber et al. (2023) y Tredinnick (2018), es aquella tecnología que, mediante simulaciones digitales, se crea un espacio o entorno virtual orientado a generar experiencia en el usuario por medio de los órganos sensoriales, siendo así que, al utilizar la inmersión y la presencia, se llega a crear un mundo virtual.

III. Metodología

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación se ejecutó bajo un enfoque cuantitativo ya que se recopiló data numérica a través de la estadística para su posterior análisis, coincidiendo con lo mencionado por Busquets (2022) y Guamán et al. (2021), donde el enfoque cuantitativo se fundamenta en la recopilación de información numérica acerca de un fenómeno en estudio, por medio de procesos estadísticos, utilizando fórmulas, instrumentos y procesamiento de data que permitan, posteriormente, recoger información y expresarla de manera numérica para luego analizarla y comprender el fenómeno estudiado utilizando el método inductivo con el propósito de generalizar los resultados de la investigación.

Del mismo modo, fue de tipo aplicada al generar un resultado a la problemática en estudio en base al conocimiento vigente por lo que no se pretendió generar nuevas teorías o modelos en el desarrollo del proyecto ya que se utilizaron unas ya existentes alrededor de la temática en estudio. Lo anterior concuerda con lo mencionado por Acosta et al. (2021) quienes definieron a la investigación aplicada como la que utiliza el conocimiento ya existente y la aplica de manera práctica a la realidad para dar respuesta o solución a un problema determinado con lo que se sigue aportando al conocimiento científico generando utilidad a la sociedad de acuerdo al contexto en el que se desarrolla.

Por otro lado, se efectuó la investigación con un nivel correlacional ya que el objetivo giró en torno a determinar la relación entre las dos variables (percepción empresarial y gestión del cambio) más no buscó establecer una relación de efecto y causa o influencia entre ellas. Esta mención coincidió con lo afirmado por Li y Zhao (2021), quienes señalaron que las investigaciones de nivel correlacional pretenden medir la relación existente entre dos variables o más sin intentar encontrar una explicación o causa a tal relación enfocándose solamente en el grado en el que se da.

Asimismo, Zangilorami et al. (2018), señaló que la investigación de corte transversal es la que se efectúa en un momento específico sin la necesidad de un rango de tiempo, por lo que el corte de este estudio fue de naturaleza transversal dado a que se realizó y recopilaron los datos en un tiempo determinado y no en un intervalo de tiempo tomando como periodo de estudio el año 2023.

En relación a lo anterior, el diseño fue no experimental ya que no se buscó realizar algún tipo de alteración en las variables, sino que estas solo fueron analizadas, concordando con lo mencionado por Mohajan (2020), quien señaló que este tipo de investigaciones no realizan cambios en las variables en estudio ya que solo son observadas para el análisis, además estudia hechos de los que no se tiene control, por lo que las variables en estudio no son sometidas a ningún tipo de manipulación.

3.2. Variables y operacionalización

La variable 1 del estudio fue la percepción empresarial:

De acuerdo con Davis (1989), la percepción empresarial muestra la disposición de los colaboradores ante el uso de nuevas herramientas tecnológicas. A su vez, Scherrer et al. (2020), define a la percepción, en el que en un contexto empresarial permite convertir las situaciones o hechos del entorno en oportunidades. Esta variable se operacionaliza en una dimensión: intención de uso que, a su vez, cuenta con los indicadores de: utilidad percibida y facilidad de uso percibida, las cuales se pueden observar a detalle dentro del cuadro de operacionalización en anexos (Anexo 1).

La variable 2 del estudio fue la gestión del cambio:

Según Lewin (1951), la gestión del cambio es el proceso de implementar aspectos nuevos en las organizaciones que permiten llevar a esta a una situación deseada. Por otro lado, la Autoridad Nacional del Agua (2013), señaló que la gestión del cambio promueve la modernización de las organizaciones la cual se basa en el establecimiento de políticas, planes, estrategias, elaboración de presupuestos, gestión de los procesos a implementar y el seguimiento para el máximo desarrollo de la organización. Dicha variable se encuentra dimensionada en: descongelar, cambio y recongelar, las cuales cuentan con los indicadores: rompimiento, ansiedad, seguridad, motivación, modelos de comportamiento, recompensa y retroalimentación. Lo anterior se puede observar a detalle dentro del cuadro de operacionalización en anexos (Anexo 1).

De igual manera, la escala de medición utilizada en la investigación fue la escala ordinal para las dos variables estudiadas.

3.3. Población, muestra y muestreo

La población, según Mucha et al. (2021), se encuentra conformada por los elementos a estudiar en la investigación científica la cual es determinada, según lo requiera, bajo criterios de elegibilidad y exclusión. Siendo así que, en este estudio, la población estuvo conformada por el total de colaboradores de la empresa agroexportadora APPBOSA la cual es de 210 colaboradores contando a aquellos que realizan labores en oficina y en campo, dicha cantidad no requirió el empleo de criterios de inclusión y exclusión debido a la naturaleza de las variables en cuestión.

Por otro lado, la muestra puede ser entendida, en palabras de Otzen y Manterola (2017), como la cantidad de participantes representativa de la población total de la investigación, la cual debe ser representativa yendo acorde a la naturaleza y estudio a realizar. De acuerdo con ello, la muestra fue de 136 trabajadores, lo cual resultó luego de aplicar la ecuación matemática del muestreo probabilístico para una población finita dado a que ya se conocía el total de la población (Anexo 7), siendo así que el tamaño de esta muestra fue pertinente para la naturaleza del estudio al ser un cálculo basado en procedimientos estadísticos, por medio de la ecuación probabilística para ser determinada. Por consiguiente, la ecuación que se utilizó se muestra a continuación:

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

Donde:

n = tamaño de muestra obtenida

z = nivel de confianza (95% = 1.96)

N = población total

p = probabilidad a favor (50%)

q = probabilidad en contra (50%)

e = margen de error deseado (5% = 0.05)

El tipo de muestreo que se utilizó en la investigación fue el probabilístico ya que, de manera aleatoria, se estableció el total de la muestra del estudio por medio del uso de una ecuación matemática ya establecida. Con ello se guarda relación con lo que mencionó Stratton (2021), refiriéndose al muestreo probabilístico como aquel método en el que haciendo uso de la aleatoriedad se establece, mediante métodos estadísticos, una cantidad representativa de la población total para aplicar

los instrumentos de recolección de datos, buscando con ello reducir el riesgo de sesgo de información ya que permite obtener resultados más precisos.

La unidad de análisis estuvo compuesta por un colaborador de la empresa agroexportadora APPBOSA a quién se le efectuó el cuestionario, lo cual estuvo acorde con lo señalado por Casteel y Bridier (2021), quienes la definieron como la base de toda investigación científica que puede ser caracterizado por un individuo, entidad, la cual se analizó para llegar a una conclusión de acuerdo con los resultados obtenidos

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se requirió al uso de la encuesta como técnica de recolección de datos debido a la naturaleza del estudio, la cual es entendida, en palabras de Feria et al. (2020), como aquella técnica, en la que, por medio de la construcción y aplicación de un cuestionario, se recopila información de la población en estudio permitiendo poder organizar y sistematizar la data.

De acuerdo con Tobi y Kampen (2018), el instrumento de recolección de datos sirve para el levantamiento de la data a analizar en el estudio, la cual tiene diferente naturaleza de acuerdo al contexto de la investigación pudiendo ser cuestionarios, entrevistas, dispositivos, entre otros, que pueden tener la característica de ser estandarizadas o creadas por el propio autor estando sujetas a validación. Por lo que, dada a la naturaleza del estudio, el instrumento de recolección de datos que se empleó fue el cuestionario donde se estableció una serie de preguntas bajo una escala para el recojo de datos.

Para la validación del instrumento del estudio se realizó la evaluación por juicio de expertos donde se recurrió a la experiencia de tres profesionales en el área. (Anexo 4)

Por otro lado, la confiabilidad y fiabilidad del cuestionario estuvo basada en la ejecución de una prueba piloto del instrumento donde se encuestaron a 10 trabajadores de la empresa agroexportadora APPBOSA. Posteriormente estos resultados generados se procesaron mediante el uso del programa de SPSS con el fin de obtener el cálculo del alfa de Cronbach para cada cuestionario de las variables.

El resultado para el cuestionario de la variable percepción empresarial tuvo una confiabilidad de 0.806, el cual da a entender que la fiabilidad y consistencia del

cuestionario y la escala utilizada es alta para la primera variable, y de igual forma sucede en relación al cuestionario de la variable gestión del cambio ya que también obtuvo una buena confiabilidad al ser de 0.956, entendiéndose que existe una alta consistencia y fiabilidad. (Anexo 8)

3.5. Procedimientos

Se realizaron, paso a paso, los procedimientos para la recolección y el procesamiento de datos, los cuales iniciaron con: la aplicación del instrumento de recolección de datos a la muestra calculada, seguido de la recogida de la información generada con la aplicación de los cuestionarios, prosiguiendo con el análisis de dicha información mediante el uso del programa de Microsoft Excel y el programa estadístico SPSS, para finalmente concluir con la explicación de los principales hallazgos generados.

3.6. Método de análisis de datos

El análisis de la información generada gracias al cuestionario, se realizó mediante el proceso de la estadística descriptiva e inferencial donde: en el primer caso se detallaron de manera general los resultados obtenidos, luego de aplicar el cuestionario, en relación a las variables en estudio; y en el segundo caso, se calculó la correlación correspondiente de las variables haciendo uso del Rho de Spearman para hallar la relación entre las variables y sus dimensiones de acuerdo al objetivo general y específicos del estudio.

3.7. Aspectos éticos

Para erradicar cualquier mala práctica dentro del proceso de investigación, el presente estudio hizo uso de la séptima edición de las Normas APA buscando con ello salvaguardar la autoría de las fuentes consultadas en el desarrollo del trabajo de investigación, de igual manera se optó por el uso del software Turnitin con la finalidad de controlar el porcentaje de similitud y evitar cualquier tipo de plagio transmitiendo la originalidad y transparencia del estudio. Por otro lado, también se recurrió al cumplimiento del Código de ética de la UCV y el Código de ética brindado por el APEIM, las cuales se encuentran basadas en los valores de veracidad, honestidad, respeto a la autoría, justicia e integridad, así como también se contempló el consentimiento informado por parte de la organización partícipe del estudio (Anexo 3).

IV. Resultados

De manera preliminar se procede a describir los principales hallazgos haciendo uso de la estadística descriptiva, con el fin de entender como se desarrollan las variables en el contexto de la investigación tras la aplicación del cuestionario, resumiendo los resultados en tres niveles de acuerdo a la frecuencia de los datos obtenidos.

Tabla 1

Frecuencia de la variable percepción empresarial

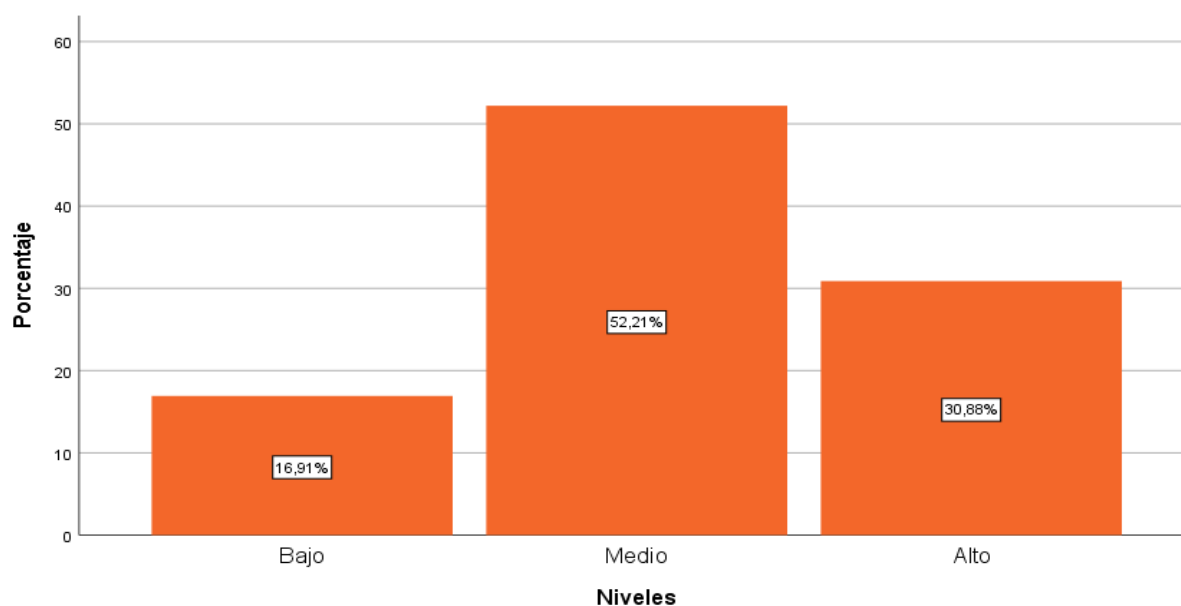
	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel Bajo	23	16,9	16,9	16,9
Nivel Medio	71	52,2	52,2	69,1
Nivel Alto	42	30,9	30,9	100,0
Total	136	100,0	100,0	

Nota. La tabla muestra los niveles de frecuencia de la primera variable en estudio.

La Tabla 1 mostró que la mayoría de encuestados perciben en un término medio el uso de la realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, ya que se obtuvo que, 71 encuestados del total, se encuentran en el nivel medio de la frecuencia obtenida respecto a los demás colaboradores luego de aplicar el instrumento.

Figura 1

Niveles de frecuencia de la variable percepción empresarial



Nota. La figura muestra el porcentaje de cada nivel de frecuencia de la primera variable.

La Figura 1 mostró, además que el 30.88% de los colaboradores encuestados se inclinan por tener una alta percepción sobre el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, sin embargo, existe una minoría del 16.91% de colaboradores que manifiestan una baja percepción sobre el uso de la tecnología.

Tabla 2

Frecuencia de la variable gestión del cambio

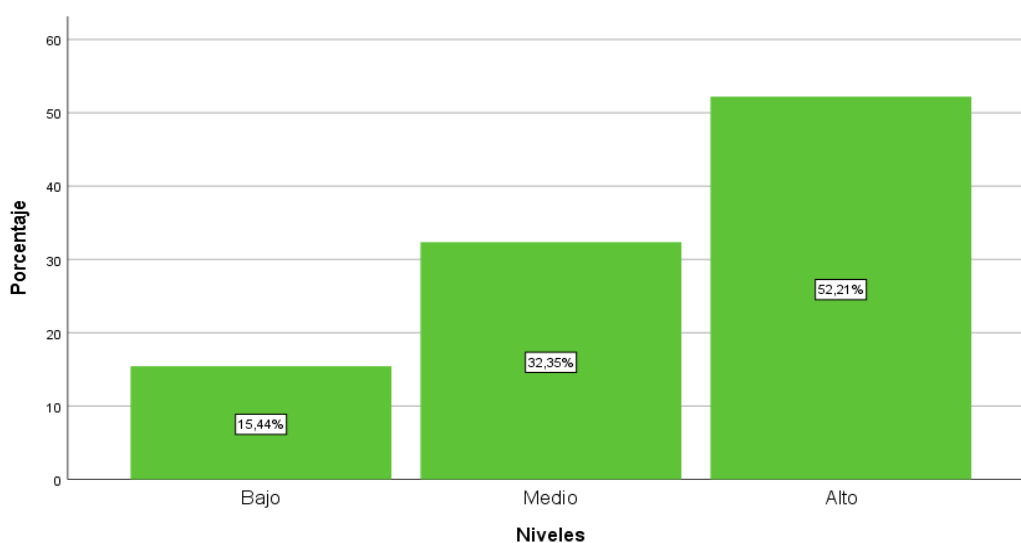
	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel Bajo	21	15,4	15,4	15,4
Nivel Medio	44	32,4	32,4	47,8
Nivel Alto	71	52,2	52,2	100,0
Total	136	100,0	100,0	

Nota. La tabla muestra los niveles de frecuencia de la segunda variable en estudio.

La Tabla 2 muestra que 71 encuestados del total indicaron un nivel alto en relación a la segunda variable de la investigación ya que más de la mitad de la muestra se inclinó por mostrarse favorable ante el proceso de gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa APPBOSA, es decir, que contemplan una alta posibilidad de implementar la tecnología dentro de las actividades de la empresa.

Figura 2

Niveles de frecuencia de la variable gestión del cambio



Nota. La figura muestra el porcentaje de cada nivel de desarrollo de la segunda variable.

La Figura 2 mostró que, luego de aplicar el instrumento de recolección de datos, la variable gestión del cambio mostró una frecuencia de nivel medio con 32.35%, y en un nivel bajo con 15.44%, siendo así que el 52.21% de encuestados manifestaron encontrar favorable el proceso de gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA.

En esta misma línea, en paralelo con lo anterior, se muestran los hallazgos de la estadística inferencial en relación a los objetivos previstos en este estudio. Los mismos fueron analizados luego de su respectivo procesamiento estadístico.

De acuerdo al objetivo general, que fue determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023, para el resultado estadístico de correlación entre ambas variables se consideró la hipótesis general del estudio.

H1: Existe relación positiva entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023.

H0: No existe relación positiva entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023.

Tabla 3

Correlación entre percepción empresarial y gestión del cambio

			Percepción Empresarial	Gestión del Cambio
Rho de Spearman	Percepción Empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,615**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	136	136
	Gestión del Cambio	Coefficiente de correlación	,615**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	136	136

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

La Tabla 3 mostró que la correlación que existe entre las variables percepción empresarial y gestión del cambio es una relación positiva moderada ya que el coeficiente de correlación, al ser un valor de 0.615, se encontró dentro del rango de 0.4 a 0.69, por ello, se procedió a aceptar la H1 y se rechaza la H0 al demostrarse que, si existe una relación positiva entre las variables, de igual forma los resultados estadísticos permiten observar que existe una alta significancia entre ellas permitiendo aceptar la hipótesis alterna. Lo cual permite entender que dentro de la empresa agroexportadora APPBOSA, se podría implementar la realidad virtual dentro de sus actividades manejando una gestión del cambio más sencilla al existir una alta percepción del uso de esta tecnología.

Continuando con el primer objetivo específico que fue determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023, para la correlación entre la primera variable y la primera dimensión de la segunda variable se consideró la primera hipótesis específica planteada.

H1: Existe correlación positiva entre la percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023.

H0: No existe correlación positiva entre la percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023.

Tabla 4

Correlación entre percepción empresarial y descongelar

			Percepción Empresarial	Descongelar
Rho de Spearman	Percepción Empresarial	Coeficiente de correlación	1,000	,494**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	136	136
	Descongelar	Coeficiente de correlación	,494**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	136	136

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

La Tabla 4 mostró que la asociación entre la variable percepción empresarial y la dimensión descongelar, de la variable gestión del cambio, es una relación positiva moderada al tener un valor de 0.494, el cual se encontró dentro del rango de 0.4 a 0.69, siendo así que se optó por aceptar la H1 y rechazar la H0 al demostrarse que si existe una relación positiva entre la primera variable y la primera dimensión de gestión del cambio, por otra parte se observó que existe una alta significancia entre ambas. Esto quiere decir que, la percepción que los trabajadores tengan sobre el uso de la realidad virtual facilitará la ejecución de la primera fase de la gestión del cambio para su implementación en la empresa en estudio ya que habrá una predisposición hacia el cambio.

Continuando con el segundo objetivo específico el cual fue determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023, para la correlación entre ambas se consideró la segunda hipótesis específica planteada en el estudio.

H1: Existe relación positiva entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023.

H0: No existe relación positiva entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023.

Tabla 5

Correlación entre percepción empresarial y cambio

			Percepción Empresarial	Cambio
Rho de Spearman	Percepción Empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,651**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	136	136
	Cambio	Coefficiente de correlación	,651**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	136	136

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

La Tabla 5 mostró que la correlación entre percepción empresarial y el cambio, segunda dimensión de la segunda variable, obtuvo un valor de 0.651, el cual, al estar dentro del rango de 0.4 a 0.69, esto da a entender que existe una relación positiva moderada con lo cual se decidió por aceptar la H1 y rechazar la H0 al verificarse que hay una relación positiva entre la variable y la dimensión, y al mismo tiempo el valor del sig. (bilateral) demostró que hay una significancia alta entre ellas. Lo anterior se puede comprender en que, si la percepción que los colaboradores tengan acerca del uso de la realidad virtual es alta, la segunda fase de la gestión del cambio será mucho más sostenida, más sencilla de realizar.

Por último, según el tercer objetivo específico el cual fue determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de la realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023, para los resultados estadísticos de correlación entre la primera variable y la tercera dimensión de la segunda variable se tomó en cuenta la tercera hipótesis específica planteada en el estudio.

H1: Existe una relación positiva entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de la realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023.

H0: No existe una relación positiva entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023.

Tabla 6

Correlación entre percepción empresarial y recongelar

			Percepción Empresarial	Recongelar
Rho de Spearman	Percepción Empresarial	Coeficiente de correlación	1,000	,593**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	136	136
	Recongelar	Coeficiente de correlación	,593**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	136	136

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

La Tabla 6 mostró que el coeficiente correlación entre la variable percepción empresarial y la tercera dimensión de la segunda variable, recongelar, tuvo un valor de 0.593, el cual al encontrarse dentro del rango de 0.4 a 0.69 representa que existe una relación positiva moderada razón por la cual se procedió a rechazar la H0 y a aceptar la H1 al corroborarse que si existe una relación positiva entre la primera variable y la dimensión mencionada y al presentarse una significación alta entre ellas. Lo que da a entender que, si la percepción para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA es alta, la tercera etapa de la gestión del cambio será mucho más duradera al existir una predisposición por parte de los colaboradores de convertir los cambios generados con la implementación de la tecnología en hábitos dentro de sus actividades.

V. Discusión

Seguidamente de los resultados, se procedió a discutir los hallazgos de acuerdo a los objetivos planteados teniendo, en primer lugar, en relación al objetivo general de la investigación, se obtuvo que existe una correlación positiva moderada y una significancia alta entre las variables en estudio, lo que quiere decir que entre la variable percepción empresarial y la variable gestión del cambio hay una relación significativa, siendo esta de característica positiva.

Lo anterior da a entender que, mientras la percepción empresarial para el uso de realidad virtual se dé de manera positiva y sea mayor, la gestión del cambio será un proceso que se desarrollará de forma positiva siendo de una manera más sencilla y menos compleja para toda la empresa APPBOSA y viceversa. Esto se ve reflejado, de cierta manera, en los hallazgos dentro de la estadística descriptiva, ya que se observó que las variables mostraron una frecuencia que va desde un nivel medio a alto, por lo que se puede deducir que la muestra estudiada percibe de forma neutral el uso de la realidad virtual, no obstante, muestran una alta inclinación por adoptarla dentro de sus actividades laborales.

El hallazgo anterior difiere relativamente con lo encontrado por Greshman (2020), quien mencionó en su estudio que la correlación entre las variables era positiva baja teniendo una significación baja debido a que se vio limitada por el tamaño de la muestra. Siendo así que los resultados obtenidos no muestran una gran diferencia respecto al estudio en mención ya que, al contar con un tamaño de muestra mayor, se encontró que si existe una asociación positiva entre las variables, por otra parte, este factor facilitó encontrar una significación alta entre ellas reforzando la relación hallada. En este sentido, este resultado permitió aceptar la hipótesis planteada, la hipótesis alterna: Existe relación positiva entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023, con lo que se puede decir que la gestión del cambio para el uso de la realidad virtual está estrechamente relacionada con la percepción empresarial sobre el uso de esta tecnología.

Continuando con el primer objetivo específico, se encontró que existe una correlación positiva moderada teniendo, al mismo tiempo, una alta significancia entre la primera variable y la primera dimensión de la variable gestión del cambio. Esto quiere decir que se encontró una relación positiva y significativa entre la

percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, en otras palabras, mientras que la percepción hacia el uso de la realidad virtual sea mayor y positiva, la primera fase de la gestión del cambio, la descongelación, hacia el uso de esta tecnología se realizará de una forma menos compleja por lo que al percibir de buena manera la realidad virtual, resultará un proceso mucho más sencillo a los colaboradores salir de la zona de confort y arriesgarse al reto que conlleva implementar algo nuevo y viceversa.

Lo anterior se relaciona con los estudios de Syed (2022), donde el autor señaló que los colaboradores se muestran dispuestos a implementar una nueva herramienta tecnológica en sus actividades laborales debido a que perciben de manera positiva la utilización del dispositivo, y con la investigación de Mulugeta (2022) quien encontró que la percepción de los agricultores guarda relación con la inclusión de innovaciones tecnológicas dentro de los procesos productivos en el sector agrícola, lo cual solo certifica que, la percepción que la organización como tal tenga de la implementación de una nueva tecnología en las operaciones que ejecuta la empresa, facilitará la predisposición hacia el cambio permitiéndoles salir de su zona de confort.

En esta misma línea, si esta percepción fuese menor entonces se visualizarían actitudes de renuencia al fomentar el uso de nuevas herramientas tecnológicas, tal y como se concuerda con Bocanegra y Guerrero (2020) y la investigación de Burga (2019) donde encontraron que la ignorancia de la utilidad que otorgan las herramientas tecnológicas en las diferentes áreas de las empresas se relaciona con la baja percepción que los empresarios tienen acerca de ellas y la poca disposición al utilizarlas en sus procesos productivos, lo que vuelve importante la creación de espacios confiables y de líderes que acompañen en el proceso.

Bajo estos escenarios se deduce que resulta imperativo realizar un plan de acción considerando la percepción de los miembros de la organización sobre la nueva herramienta a utilizar tal y como encontraron Wanjala et al. (2021) en su estudio, donde la planeación se vuelve el centro de la gestión del cambio facilitando el proceso y con ello lograr la durabilidad y trascendencia empresarial en el tiempo.

Es así que, dado a lo obtenido bajo la estadística inferencial, se aceptó la primera hipótesis específica de investigación: Existe relación positiva entre la

percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023, al descubrirse que hay una relación positiva y considerable entre ellas dando paso a comprender que las creencias antes de implementar cambios se relacionan con las actitudes hacia este proceso en la organización.

Prosiguiendo con el segundo objetivo específico, se obtuvo como resultado que hay una correlación positiva moderada con una alta significancia, lo que se puede entender como que la relación entre la percepción empresarial y el cambio es positiva siendo altamente significativa, es decir que, mientras mayor y positiva sea la percepción empresarial acerca del uso de realidad virtual más sencilla será la etapa del cambio y la inclusión de la realidad virtual en la agroexportadora APPBOSA y viceversa, conllevando a facilitar la ejecución de las actividades estratégicas para lograr la meta planteada.

Este resultado guarda relación con lo encontrado por Ahmed et al. (2019) quien señaló que, cuando los colaboradores perciben una mayor capacidad por gestionar cambios en la empresa mayor es la intención por adaptarse al uso de esa nueva tecnología, además de que valoran la utilidad de la tecnología dentro de sus actividades laborales ya que promueve el incremento y desarrollo de sus habilidades técnicas mejorando su desempeño, e inclusive priorizan el trabajo bajo escenarios de aprendizajes colaborativos donde la comunicación y la guía sean los pilares durante el cambio. Corahua (2023) también concordó en que estos dos aspectos son fundamentales al implementar cambios ya que se encuentran relacionadas con la percepción que muestran los trabajadores al adoptar algo nuevo y manejarlas correctamente aportará al cumplimiento de las metas fijadas y que los cambios implementados sean sostenibles en el tiempo.

Bajo este análisis, se procedió a aceptar la segunda hipótesis específica de este estudio: Existe relación positiva entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023, al verificarse la relación positiva existente entre ellas.

Por último, para el tercer objetivo específico, el hallazgo, bajo la estadística inferencial, fue que existe una correlación positiva moderada teniendo a su vez, gran significancia. Lo anterior hace referencia a que, entre la primera variable y la tercera dimensión de la segunda variable hay una relación positiva siendo esta

significativa, esto quiere decir que mientras mayor y positiva sea la percepción empresarial para el uso de realidad virtual mayor y más sencillo resultará desarrollar la tercera fase de la gestión del cambio, recongelación, permitiendo evaluar los resultados del proceso de transición y que estos cambios implementados sean sostenibles en el tiempo convirtiéndose en nuevos hábitos y actitudes dentro de las actividades laborales de la empresa APPBOSA.

Estos resultados se relacionan con los hallazgos de Mutambara y Munyaka (2022), quienes mencionaron que la sostenibilidad de los cambios implementados en la organización tiene que ver con la percepción de los colaboradores hacia este proceso, siendo así que, mientras esta sea positiva se manejará una gestión del cambio óptima la cual permitirá generar un entorno de confianza, incrementar la competitividad y promover innovaciones dentro de esta. Asimismo, se complementan con el estudio de Irimiás y Mitev (2020) quienes obtuvieron que la gestión del cambio se vuelve una ventaja competitiva en las empresas cuando estas gestionan de manera óptima los cambios del entorno en todos los niveles operativos, adaptándose por medio de la implementación de herramientas tecnológicas convirtiéndose en un diferenciador en el mercado en el que se desenvuelve.

De igual manera, los resultados guardan similitud con el estudio de Queneche (2022), quien encontró que existe una asociación considerable entre gestión del cambio y desarrollo organizacional demostrando que los cambios se convierten en herramientas fundamentales para lograr el desarrollo empresarial y la sostenibilidad a través del tiempo de las organizaciones; y con el estudio de Valdivia (2019) donde el autor halló que la gestión del cambio influye en la competitividad de las empresas permitiendo que estas alcancen su máximo potencial en el mercado.

Siendo así que, de acuerdo con lo expuesto, se procedió a aceptar la tercera hipótesis específica planteada en la presente investigación: Existe relación positiva entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023, tras demostrarse la existencia de dicha relación positiva entre ellas.

En esta misma línea, los resultados obtenidos se complementan, por un lado con la teoría expresada por Davis (1989) quien señaló que la percepción

empresarial, en un contexto de innovaciones tecnológicas, permite medir la predisposición de los colaboradores por utilizar un nuevo mecanismo o herramienta tecnológica; y por otro lado, con la teoría de Lewin (1951) quien mencionó que la gestión del cambio es un proceso constante al que están sujetos todas las organizaciones ya que con ello es que logran perdurar a través del tiempo. Por lo que, al desarrollar ambas variables, la empresa en estudio, incrementa su competitividad en el mercado y su durabilidad en el tiempo.

En este sentido, el estudiar estas variables, aportará en el desarrollo óptimo del proceso del cambio e implementación de nuevas herramientas tecnológicas dentro del contexto agroexportador, lo que podría aportar, también, a mejorar la transacción de valor entre las agroexportadoras y los clientes finales, posibilitando la generación de competitividad y la incrementación de la calidad de los productos de exportación por medio del uso de recursos tecnológicos, lo que podría al mismo tiempo, beneficiar al desarrollo en el mercado internacional. Asimismo, esta investigación, en contraste con otros, permite esclarecer la fuerza de relación existente entre las variables lo que puede servir como base para investigaciones futuras dando pase a estudios sobre el aprovechamiento de tecnologías en el sector agroexportador e iniciativas innovadoras en relación al uso de tecnologías dentro de las empresas de este sector posibilitando su progreso a nivel internacional.

Si bien esta investigación tiene la característica de ser única al estudiarse una temática poco abordada dentro del entorno agroexportador y al desarrollarse una metodología cuantitativa orientada a estudiar la relación de las variables con un tamaño de muestra relevante, no obstante, esta se encuentra limitada debido a que no buscó encontrar relaciones de causa y efecto, tampoco pretendió, de manera experimental, implementar la tecnología en el presente en la empresa agroexportadora, además de factores externos de la población como el grupo etario, la interacción que mantienen con recursos tecnológicos, entre otras características contextuales y el haber sido realizado en una sola empresa.

VI. Conclusiones

1. En conclusión, se logró alcanzar con el objetivo general de la investigación encontrándose la existencia de una relación positiva moderada entre las variables percepción empresarial y gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023 al tener un coeficiente de correlación de 0.615, siendo así que mientras una de las variables incrementa, la otra actúa de igual manera, lo cual se complementó con el desarrollo medio y alto de la percepción empresarial y la gestión del cambio respectivamente dentro de la empresa APPBOSA lo cual denota, a manera general, que la muestra estudiada presenta una predisposición por implementar la realidad virtual en la empresa.
2. En relación al primer objetivo específico, se concluye que se logró determinar la relación entre la percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023, al hallarse un coeficiente de correlación de 0.494 el cual demuestra la relación positiva moderada entre la primera variable y la dimensión de la segunda variable.
3. Respecto al segundo objetivo específico, se concluye que se determinó la relación entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023 dado a que el coeficiente de correlación entre ellas tuvo un valor de 0.651 demostrándose que hay una relación positiva moderada entre ellas.
4. Finalmente se concluye que se logró alcanzar el tercer objetivo específico planteado encontrándose una asociación positiva moderada entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023 al obtenerse un coeficiente de correlación con un valor de 0.593.

VII. Recomendaciones

1. Se recomienda a la empresa agroexportadora de banano orgánico, APPBOSA, continuar realizando investigaciones de esta naturaleza buscando estudiar las percepciones que tienen los colaboradores sobre las herramientas tecnológicas con el fin de generar estrategias para implementarlas dentro de sus procesos por ejemplo: en el mantenimiento de los equipos que utilizan en la cosecha; anticipar riesgos en la producción del banano orgánico como infestaciones, plagas, Fenómeno del Niño, entre otros, en conjunto con sus socios productores, creando planes de contingencia por medio de las simulaciones con el uso de la realidad virtual, pudiendo contrarrestar los efectos del Fenómeno del Niño en sus cultivos. Logrando con ello incrementar la competitividad de la empresa en el sector en el que se desarrolla y dentro del mercado internacional donde participa.
2. Se recomienda al sector agroexportador de la región Piura, realizar investigaciones similares a este estudio, debido a que estos permiten clarificar la percepción que tienen los colaboradores ante la implementación de una nueva herramienta tecnológica o proceso dentro de sus actividades laborales y cómo esta se relaciona con la gestión del cambio, lo que implica adaptarlas dentro de las organizaciones, con el fin de incrementar su sostenibilidad y permanencia en el mercado agroexportador.
3. Se recomienda a los futuros investigadores ampliar la población en estudio considerando a más empresas agroexportadoras, para ampliar la perspectiva sobre el uso de tecnologías como la realidad virtual dentro del sector agroexportador, estudiar a fondo las implicancias y relaciones causales entre las variables en estudio, y considerar factores externos como el grupo etario y que tan relacionados se encuentran los trabajadores con la tecnología.
4. Se recomienda ampliar los estudios a empresas del sector público con el propósito de lograr adaptarse a los constantes avances tecnológicos de los últimos años, considerando que este sector, en ocasiones, muestran débilmente su capacidad de gestionar el cambio incluyendo herramientas tecnológicas dentro de sus actividades clave afectando a sus grupos de interés.

Referencias

- Acosta Argote, C. (2022). La realidad virtual está siendo cada vez más aplicada en el mundo de los negocios. *La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/la-realidad-virtual-esta-siendo-cada-vez-mas-aplicada-en-el-mundo-de-los-negocios-3326188>
- Acosta, L. D., Rodríguez López, W. A., Peñaherrera Larenas, M. F., García Hevia, S. y Mendoza, L. O. (2021). Metodología de la investigación en la educación superior. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(4), 283-293. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2167>
- Ahmed, F., Qin, Y. J., y Martínez, L. (2019). Sustainable change management through employee readiness: Decision support system adoption in technology-intensive British e-businesses. *Sustainability*, 11(11), 2998. <https://doi.org/10.3390/su11112998>
- Andina. (2021). Perú: 85% de empresas se resisten a las nuevas formas de trabajo. <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-85-empresas-se-resiste-a-las-nuevas-formas-trabajo-844788.aspx>
- Autoridad Nacional del Agua. (2013). La gestión del conocimiento: uno de los pilares de la modernización de la gestión pública. <https://www.ana.gob.pe/portal/gestion-del-conocimiento-girh/la-gestion-del-conocimiento-uno-de-los-pilares-de-la>
- Bakari, H., Hunjra, A. I. y Niazi, G. S. K. (2017). How does authentic leadership influence planned organizational change? The role of employees' perceptions: Integration of theory of planned behavior and Lewin's three step model. *Journal of Change Management*, 17(2), 155-187. <https://doi.org/10.1080/14697017.2017.1299370>
- Bocanegra Machaca, R. A., y Guerrero Rojas, R. E. (2020). *Análisis del proceso de la gestión del cambio para la transformación digital durante la pandemia surgida en marzo del 2020: Telefónica del Perú*. [Tesis de Grado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/17846>
- Burga Larco, G. (2019). *Percepciones del potencial uso de las tecnologías disruptivas en el Perú*. [Tesis de Grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/652168>

- Busquets Püschel, T. (2022). Bringing science together. The desirability of a combined research methodology in the social sciences. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 48(2), 267-294. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052022000200267>
- Caffaro, F., Cremasco, M. M., Roccato, M. y Cavallo, E. (2020). Drivers of farmers' intention to adopt technological innovations in Italy: The role of information sources, perceived usefulness, and perceived ease of use. *Journal of Rural Studies*, 76, 264-271. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.04.028>
- Casteel, A. y Bridier, N. L. (2021). DESCRIBING POPULATIONS AND SAMPLES IN DOCTORAL STUDENT RESEARCH. *International Journal of Doctoral Studies*, 16(1). <https://doi.org/10.28945/4766>
- Corahua Horna, J. L. I. (2023). Planeamiento estratégico y gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador-2020. [Tesis de Grado, Universidad Autónoma del Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/2323>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Feria Dávila, H., Matilla González, M. y Mantecon Licea, S. (2020). La entrevista y la encuesta: Métodos o técnicas de indagación empírica. *La entrevista y la encuesta*, 11 (3), 62. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992>
- Galli, B. J. (2019). An engineering manager's guide for commonly used change management approaches—from one practitioner's experience. *IEEE Engineering Management Review*, 47(3), 118-126. Doi: 10.1109/EMR.2019.2896301.
- Gresham, J. (2020). *Manufacturing trends in automated inspection equipment: Linking technology with business change management using the technology acceptance model*. [Doctoral dissertation, Northcentral University]. <https://www.proquest.com/openview/82f13c4295726875d44bb2d1374cfeba/1?cbl=51922&diss=y&parentSessionId=3qBmonljVEYfu0MZtYDiMcIDWCLhecywnHNng4jq2KdE%3D&pq-origsite=gscholar&parentSessionId=kRso7tisPkCn%2FQ5TittyAmgG7nnQ%2BJn8T1vDDfaPMZM%3D>

- Griffin, R., Phillips, J. y Gully, S. (2017). *Comportamiento organizacional. Administración de personas y organizaciones*. (12ava ed.). ISBN: 978-607-526-299-4
- Navarro Londoño, J. P. y Vallejo Sánchez, L. E. (2020). Realidad Virtual bajo una visión modular de Industria 4.0. *Ciencia, tecnología e innovación*. <http://hdl.handle.net/11371/3374>
- Guamán Chacha, K. A., Hernández Ramos, E. L. y Lloay Sánchez, S. I. (2021). El proyecto de investigación: la metodología de la investigación científica o jurídica. *Conrado*, 17(81), 163-168. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442021000400163&lng=en&tlng=en
- Haber, J., Xu, H. y Priya, K. (2023). Harnessing virtual reality for management training: a longitudinal study. *Organization Management Journal*, 20(3), 93-106. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/OMJ-02-2022-1482/full/html#sec2>
- Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mcgraw-hill.
- Hiatt, J. y Creasey, T. (2012). *Change Management. The people side of change*. (2da ed.). Prosci Inc.
- Hussain, S. T., Lei, S., Akram, T., Haider, M. J., Hussain, S. H. y Ali, M. (2018). Kurt Lewin's change model: A critical review of the role of leadership and employee involvement in organizational change. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(3), 123-127. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.07.002>
- Ipsos. (2022). *Como el mundo ve el metaverso y la realidad extendida: Una encuesta de Global Advisor de 29 países*. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2022-05/Global%20Advisor%20-%20WEF%20-%20Metaverse%20-%20May%202022%20-%20Graphic%20Report_ES.pdf
- Irimiás, A., y Mitev, A. (2020). Change management, digital maturity, and green development: Are successful firms leveraging on sustainability?. *Sustainability*, 12(10), 4019. <https://doi.org/10.3390/su12104019>

- Kotter, J. (2011). Liderar el cambio: porque fracasan los intentos de transformación. *Harvard Business Review*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2209643>
- La República. (2022). *Las empresas que están aportando por la realidad aumentada y virtual en Colombia*. <https://amp.larepublica.co/internet-economy/las-empresas-que-estan-aportando-por-la-realidad-aumentada-y-virtual-en-colombia-3290226>
- La República. (2022). *Conoce 4 procesos que las agroexportadoras vienen revolucionando gracias a la tecnología*.
<https://larepublica.pe/economia/2022/05/24/conoce-4-procesos-que-las-agroexportadoras-vienen-revolucionando-gracias-a-la-tecnologia>
- Lewin, K. (1951). *Field Theory in Social Science*. New York: Harper.
<https://ia802905.us.archive.org/4/items/in.ernet.dli.2015.138989/2015.138989.Field-Theory-In-Social-Science-Selected-Theoretical-Oaoers.pdf>
- Li, S. y Zhao, H. (2021). The methodology of the research on language aptitude: A systematic review. *Annual Review of Applied Linguistics*, 41, 25-54.
<https://doi.org/10.1017/S0267190520000136>
- Mohajan, H. K. (2020). Quantitative research: A successful investigation in natural and social sciences. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 9(4), 50-79. <http://dx.doi.org/10.26458/jedep.v9i4.679>
- Mucha-Hospinal, L. F., Chamorro-Mejía, R., Oseda-Lazo, M. E., y Alania-Contreras, R. D. (2021). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *Desafíos*, 12(1), e253-e253. <https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>
- Mulugeta, E., G. (2022). The perception and determinants of agricultural technology adaptation of teff producers to climate change in North Shewa zone, Amhara Regional State, Ethiopia. *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 2095766. <https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2095766>
- Mutambara, E. y Munyaka, J. J. (2022). The Role of Leadership in Change Management within the Fmcg Industry. *Resmilitaris*, 12(5), 170-179. <https://resmilitaris.net/menu-script/index.php/resmilitaris/article/view/2102>
- News Center Microsoft Latinoamérica. (2022). *Aceleración digital: más del 94% de las pymes peruanas invirtió en tecnología en el último año*.

- <https://news.microsoft.com/es-xl/aceleracion-digital-mas-del-94-de-las-pymes-peruanas-invirtio-en-tecnologia-en-el-ultimo-ano/>
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Sampling techniques on a population study. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://link.gale.com/apps/doc/A534838356/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=77438e10>
- Queneche Vargas, N. B. (2022). Gestión del cambio y desarrollo organizacional en una empresa procesadora y exportadora de productos hidrobiológicos en Paita-Piura, 2022. [Tesis de Grado, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/107124>
- Salcedo Aparicio, D. M., López Mindiola, J. J., Fuentes Torres, B. J. y Salcedo Aparicio, D. J. (2022). La percepción sensorial, la cognición, la interactividad y las tecnologías de información y comunicación (TIC) en los procesos de aprendizaje. *RECIAMUC*, 6(2), 388-395. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(2\).mayo.2022.388-395](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(2).mayo.2022.388-395)
- Scherrer Mendes, P., Britto, G., y Hermeto, A. M. (2020). La industria brasileña y la absorción de conocimientos: determinantes internos y externos de la empresa. *Revista CEPAL*. <https://hdl.handle.net/11362/45958>
- Sharma, M., Singh, A., y Daim, T. (2023). Exploring cloud computing adoption: COVID era in academic institutions. *Technological forecasting and social change*, 193, 122613. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122613>
- Stratton, S. J. (2021). Population research: convenience sampling strategies. *Prehospital and disaster Medicine*, 36(4), 373-374. <https://doi.org/10.1017/S1049023X21000649>
- Suárez Campas, M. S., Álvarez Medina, M. T. y Vásquez Torres, M. C. (2020). La gestión de cambio organizacional: variables asociadas para una implementación exitosa. *Ciencia, Economía y Negocios*, 4(1), 69-83. <https://doi.org/10.22206/ceyn.2020.v4i1.pp69-83>
- Syed Mustapha, F. D. (2022). The UAE Employees' Perceptions towards Factors for Sustaining Big Data Implementation and Continuous Impact on Their Organization's Performance. *Sustainability*, 14(22), 15271. <https://doi.org/10.3390/su142215271>

- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H. y Purnomo, W. E. (2020). Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security and intention to use e-filing: The role of technology readiness. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 7(9), 537-547. Doi: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.537
- Tredinnick, L. (2018). Virtual realities in the business world. *Business Information Review*, 35(1), 39-42. <https://doi.org/10.1177/0266382118762257>
- Tobi, H. y Kampen, J. (2018). Research design: the methodology for interdisciplinary research framework. *Quality & Quantity*, 52(3), 1209–1225. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0513-8>
- Valdivia Leyva, U. T. (2019). *Gestión del cambio y su influencia en la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza San Miguel 2019*. [Tesis de Grado, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/65389>
- Valencia-Arias, A., Ruiz-Herrera, L. G., Gallegos, A., Benjumea-Arias, M. y Flores-Siapo, E. (2023). Technology acceptance factors of e-commerce among young people: An integration of the technology acceptance model and theory of planned behavior. *Heliyon*, 9(6). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16418>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. y Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wanjala, A. W., Awuor, E. y Ngala, M. (2021). THE MEDIATING EFFECT OF FARMER CHARACTERISTICS ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CHANGE MANAGEMENT AND SUGARCANE PRODUCTIVITY IN SUGAR FACTORY CANE CATCHMENT AREAS IN KENYA. *African Journal of Emerging Issues*, 3(9), 19-33. <https://www.ajoeijournals.org/sys/index.php/ajoei/article/view/310>
- Zangirolami-Raimundo, J., de Oliveira Echeimberg, J. y Leone, C. (2018). Research methodology topics: Cross-sectional studies. *Journal of Human Growth and Development*, 28(3), 356-360. <https://doi.org/10.7322/jhgd.152198>

Anexos

Anexo 1. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Percepción empresarial	Según Davis (1989), la percepción empresarial muestra la disposición de los colaboradores ante el uso de nuevas herramientas tecnológicas.	De acuerdo con Scherrer et al. (2020), la percepción en el contexto empresarial permite convertir las situaciones o hechos del entorno en oportunidades.	Intención de uso	Utilidad percibida	
				Facilidad de uso percibida	
Gestión del cambio	Según Lewin (1951), la gestión del cambio es el proceso de implementar aspectos nuevos en las organizaciones que permiten llevar a esta a una situación deseada.	Según la Autoridad Nacional del Agua (2013), la gestión del cambio promueve la modernización de las organizaciones la cual se basa en el establecimiento de políticas, planes, estrategias, elaboración de presupuestos, gestión de los procesos a implementar y el seguimiento para el máximo desarrollo de la organización.	Descongelar	Rompimiento	Ordinal
				Ansiedad	
				Seguridad	
			Cambio	Motivación	
				Modelos de comportamiento	
			Recongelar	Recompensa	
				Retroalimentación	

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO

PERCEPCIÓN EMPRESARIAL

INSTRUCCIONES: Estimado(a) colaborador(a) se le invita a participar del siguiente cuestionario, el cual forma parte de una investigación que tiene como objetivo determinar la relación entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa APPBOSA, Sullana – 2023. Responder el presente cuestionario le tomará aproximadamente entre 15 a 20 minutos de su tiempo, asimismo, se recalca que los datos obtenidos son únicamente para ser tratados en esta investigación, cuidando la ética e integridad de cada colaborador.

Para responder a las preguntas debe considerar lo siguiente:

Realidad virtual: aquella tecnología que mediante simulaciones virtuales genera experiencia en el usuario por medio de los órganos sensoriales (5 sentidos), pudiéndose utilizar como herramienta de apoyo dentro de las organizaciones.

Y considerar la siguiente escala para cada enunciado:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Lea atentamente cada enunciado y marque con una X de acuerdo a su propia opinión.

Variable Percepción Empresarial	Puntaje				
	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Intención de uso					
El uso de la realidad virtual facilitaría la realización de mis actividades laborales.					
Utilizar la realidad virtual ahorraría tiempo y costos en la agroexportación.					
El uso de la realidad virtual disminuiría riesgos en mi área de trabajo.					
Utilizar la realidad virtual aumentaría la productividad en la agroexportación.					
El uso de la realidad virtual aportaría en las actividades clave de la empresa.					
La realidad virtual sería una herramienta de utilidad para la agroexportación.					
La realidad virtual resultará una herramienta de utilidad en la producción de banano orgánico.					
El uso de realidad virtual sería de utilidad para la exportación de banano orgánico.					
El uso de la realidad virtual aportaría a la mejora de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.					

Sería sencillo utilizar la realidad virtual en mis actividades laborales.					
Utilizar la realidad virtual requerirá de mucho esfuerzo mental.					
Aprender a utilizar la realidad virtual no será complicado.					
Resultará sencillo incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.					
No será complicado utilizar la realidad virtual en el proceso productivo del banano orgánico.					
Resultará sencillo incorporar la realidad virtual como parte de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.					
Sería sencillo utilizar la realidad virtual en el proceso de exportación del banano orgánico.					
Es sencillo incorporar nuevas tecnologías en la agroexportación.					

CUESTIONARIO

GESTIÓN DEL CAMBIO

INSTRUCCIONES: Estimado(a) colaborador(a) se le invita a participar del siguiente cuestionario, el cual forma parte de una investigación que tiene como objetivo determinar la relación entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa APPBOSA, Sullana – 2023. Responder el presente cuestionario le tomará aproximadamente entre 15 a 20 minutos de su tiempo, asimismo, se recalca que los datos obtenidos son únicamente para ser tratados en esta investigación, cuidando la ética e integridad de cada colaborador.

Para responder a las preguntas debe considerar lo siguiente:

Realidad virtual: aquella tecnología que mediante simulaciones virtuales genera experiencia en el usuario por medio de los órganos sensoriales (5 sentidos), pudiéndose utilizar como herramienta de apoyo dentro de las organizaciones.

Y considerar la siguiente escala para cada enunciado:

Totalmente en desacuerdo	en	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1		2	3	4	5

Lea atentamente cada enunciado y marque con una X de acuerdo a su propia opinión.

Variable Gestión del Cambio	Puntaje				
	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Descongelar					
Es necesario realizar cambios tecnológicos para el crecimiento de la empresa.					
Es necesario realizar actualizaciones tecnológicas para el desarrollo de la agroexportación.					
Estaría dispuesto a salir de mi zona de confort para adaptarme a nuevas tecnologías.					
Estaría dispuesto a cambiar procesos no funcionales por unos nuevos e innovadores.					
Considero que la incorporación de la realidad virtual en mis actividades laborales podría generarme estrés.					
Considero que podría adaptarme fácilmente a procesos nuevos e innovadores.					
La comunicación del cambio e información sobre el uso de realidad virtual me aportaría seguridad al implementarla dentro de mis funciones laborales.					
Dimensión 2: Cambio					
Considero importante el papel del líder al implementar nuevas tecnologías en la agroexportación.					
Considero importante el acompañamiento al utilizar tecnologías como la realidad virtual en la empresa.					
Estaría dispuesto a convertir a la realidad virtual en una herramienta de apoyo en mis actividades laborales diarias.					

Estaría dispuesto a fomentar y apoyar a mis compañeros de trabajo en el uso de la realidad virtual.					
Las evaluaciones frecuentes son necesarias para supervisar el incremento gradual del uso de realidad virtual en la empresa.					
Dimensión 3: Recongelar					
Considero importante ser reconocido por mi desempeño al utilizar realidad virtual					
Considero que la realidad virtual es una herramienta de apoyo para incrementar el logro de objetivos y obtener reconocimiento por ello.					
Estaría dispuesto a dar a conocer la experiencia de utilizar la realidad virtual en la agroexportación con el fin de generar mejoras en la incorporación de esta tecnología.					
Considero importante evaluar los logros obtenidos con el uso de la realidad virtual en la agroexportación.					
Estaría dispuesto a aportar con ideas de mejora para incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.					

Anexo 3. Consentimiento informado y autorización para publicación de identidad.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N° 062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Percepción empresarial y gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa APPBOSA Sullana - 2023

Investigador (a) (es): Varlegue Ayala, Lidy Di Irene

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Percepción empresarial y gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa APPBOSA Sullana - 2023", cuyo objetivo es determinar la relación entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa APPBOSA Sullana - 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Negocios Internacionales, de la Universidad César Vallejo del campus Piura, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Cooperativa Agraria APPBOSA.

Describir el impacto del problema de la investigación. El estudio permitirá que la empresa optimice recursos y mejore la ventaja competitiva en el mercado.

Procedimiento Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Percepción empresarial y gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa APPBOSA Sullana - 2023".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 15 minutos y se realizará en el ambiente de APPBOSA de la institución APPBOSA. 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 participar o 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 (a) (es) Yarleque Ayala, Lady Di Irene, email: liyarlequea@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Cosio Borda, Ricardo Fernando. email: rcosiob@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: José Santos Palomino Oramola
Fecha y hora: Viernes 23 de junio del 2023, a las 10:40 a.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].



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

ANEXO 6 DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN RVI N° 066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20484062031
Cooperativa Agraria APPBOSA	
Nombre del Titular o Representante legal:	José Santos Palomino Orainola
Nombres y Apellidos	DNI: 03666761
José Santos Palomino Orainola	

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal "c" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU N° 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:	Percepción empresarial y gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa APPBOSA Sullana -2023
Nombre del Programa Académico:	Negocios Internacionales
Autor: Nombres y Apellidos	DNI: 74737530
Lady Di Irene Yarleque Ayala	

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 y sello: _____

(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 si será necesario describir sus características.

Anexo 4. Matriz de Evaluación por juicio de expertos.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario para medir la variable percepción empresarial para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023”. 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 científico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Tamara Sheyla Reyes Carhuapoma
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Maestría en Administración de Negocios - MBA
Áreas de experiencia profesional:	Área administrativa dentro de empresas de servicios, telecomunicaciones y de educación. Docente Universitario
Institución donde labora:	Universidad Autónoma del Perú
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la variable “Percepción empresarial” para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.
Autora:	Lady Di Irene Yarleque Ayala
Significación:	El cuestionario está compuesto por ítems alusivos a la dimensión e indicadores de la variable percepción empresarial, el cual ayudará a dar respuesta a las hipótesis y objetivos de investigación. Asimismo, la escala con la que se trabaja corresponde a la escala de Likert donde: (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo

4. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Teoría
Percepción empresarial	Intención de uso	Utilidad percibida	1. El uso de la realidad virtual aportaría en las actividades clave de la empresa.	Modelo de aceptación de tecnología (TAM) y Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología (UTAUT)
			2. El uso de la realidad virtual disminuiría riesgos en mi área de trabajo.	
			3. El uso de la realidad virtual facilitaría la realización de mis actividades laborales.	
			4. La realidad virtual sería una herramienta de utilidad para la agroexportación.	
			5. Utilizar la realidad virtual aumentaría la productividad en la agroexportación.	
			6. Utilizar la realidad virtual ahorraría tiempo y costos en la agroexportación.	
			7. La realidad virtual resultará una herramienta de utilidad en la producción de banano orgánico.	
			8. El uso de realidad virtual sería de utilidad para la exportación de banano orgánico.	
			9. El uso de la realidad virtual aportaría a la mejora de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.	

			10. Aprender a utilizar la realidad virtual no será complicado.	Modelo de aceptación de tecnología (TAM), Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología (UTAUT) y la Teoría de percepción en las organizaciones.
			11. Utilizar la realidad virtual requerirá de mucho esfuerzo mental.	
			12. Sería sencillo utilizar la realidad virtual en mis actividades laborales.	
			13. Resultará sencillo incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.	
		Facilidad de uso percibida	14. Es sencillo incorporar nuevas tecnologías en la agroexportación.	
			15. No será complicado utilizar la realidad virtual en el proceso productivo del banano orgánico	
			16. Sería sencillo utilizar la realidad virtual en el proceso de exportación del banano orgánico.	
			17. Resultará sencillo incorporar la realidad virtual como parte de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el Cuestionario para medir la variable percepción empresarial para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023, elaborado por la estudiante Lady Yarleque Ayala 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

Dimensiones del instrumento: Cuestionario para medir la variable “percepción empresarial” para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

- **Primera dimensión:** Intención de uso
- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir la intención de uso para la realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Utilidad percibida	El uso de la realidad virtual aportaría en las actividades clave de la empresa.	4	4	4	
	El uso de la realidad virtual disminuiría riesgos en mi área de trabajo.	4	4	4	
	El uso de la realidad virtual facilitaría la realización de mis actividades laborales.	4	4	4	
	La realidad virtual sería una herramienta de utilidad para la agroexportación.	4	4	4	
	Utilizar la realidad virtual aumentaría la productividad en la agroexportación.	4	4	4	
	Utilizar la realidad virtual ahorraría tiempo y costos en la agroexportación.	4	4	4	
	La realidad virtual resultará una herramienta de utilidad en la producción de banano orgánico.	4	4	4	
	El uso de realidad virtual sería de utilidad para la exportación de banano orgánico.	4	4	4	
	El uso de la realidad virtual aportaría a la mejora de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.	4	4	4	
Facilidad de uso percibida	Aprender a utilizar la realidad virtual no será complicado.	3	3	3	
	Utilizar la realidad virtual requerirá de mucho esfuerzo mental.	3	3	3	
	Sería sencillo utilizar la realidad virtual en mis actividades laborales.	4	4	4	
	Resultará sencillo incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.	3	3	3	
	Es sencillo incorporar nuevas tecnologías en la agroexportación.	4	4	4	
	No será complicado utilizar la realidad virtual en el proceso productivo del banano orgánico	3	3	3	
	Sería sencillo utilizar la realidad virtual en el proceso de exportación del banano orgánico.	3	3	3	
	Resultará sencillo incorporar la realidad virtual como parte de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.	3	3	3	



Firma del evaluador

DNI 71023497

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario para medir la variable gestión del cambio para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023”. 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 científico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Tamara Sheyla Reyes Carhuapoma
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Maestría en Administración de Negocios - MBA
Áreas de experiencia profesional:	Área administrativa dentro de empresas de servicios, telecomunicaciones y de educación. Docente Universitario
Institución donde labora:	Universidad Autónoma del Perú
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la variable “Gestión del cambio” para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.
Autora:	Lady Di Irene Yarleque Ayala
Significación:	El cuestionario está compuesto por ítems alusivos a la dimensión e indicadores de la variable gestión del cambio, el cual ayudará a dar respuesta a las hipótesis y objetivos de investigación. Asimismo, la escala con la que se trabaja corresponde a la escala de Likert donde: (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo

4. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Teoría
Gestión del cambio	Descongelar	Rompimiento	1. Es necesario realizar cambios tecnológicos para el crecimiento de la empresa.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo ADKAR
			2. Es necesario realizar actualizaciones tecnológicas para el desarrollo de la agroexportación.	
			3. Estaría dispuesto a salir de mi zona de confort para adaptarme a nuevas tecnologías.	
			4. Estaría dispuesto a cambiar procesos no funcionales por unos nuevos e innovadores.	
	Ansiedad	5. Considero que la incorporación de la realidad virtual en mis actividades laborales podría generarme estrés.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo ADKAR	
		6. Considero que podría adaptarme fácilmente a procesos nuevos e innovadores.		
	Seguridad	7. La comunicación del cambio e información sobre el uso de realidad virtual me aportaría seguridad al implementarla dentro de mis funciones laborales.	Modelo de tres pasos de Lewin	
	Cambio	Motivación	8. Considero importante el papel del líder al implementar nuevas tecnologías en la agroexportación.	Modelo de tres pasos de Lewin t

	Modelos de comportamiento	9. Considero importante el acompañamiento al utilizar tecnologías como la realidad virtual en la empresa.	el Modelos de 8 pasos de Kotter	
		10. Estaría dispuesto a convertir a la realidad virtual en una herramienta de apoyo en mis actividades laborales diarias.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo de 8 pasos de Kotter	
		11. Estaría dispuesto a fomentar y apoyar a mis compañeros de trabajo en el uso de la realidad virtual.		
		12. Las evaluaciones frecuentes son necesarias para supervisar el incremento gradual del uso de realidad virtual en la empresa.		
	Recongelar	Recompensa	13. Considero importante ser reconocido por mi desempeño al utilizar realidad virtual.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo ADKAR
			14. Considero que la realidad virtual es una herramienta de apoyo para incrementar el logro de objetivos y obtener reconocimiento por ello.	
		Retroalimentación	15. Estaría dispuesto a dar a conocer la experiencia de utilizar la realidad virtual en la agroexportación con el fin de generar mejoras en la incorporación de esta tecnología.	Modelo de tres pasos de Lewin, Modelo de 8 pasos de Kotter
			16. Considero importante evaluar los logros obtenidos con el uso de la realidad virtual en la agroexportación.	
			17. Estaría dispuesto a aportar con ideas de mejora para incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el Cuestionario medir la variable gestión del cambio para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023, elaborado por la estudiante Lady Yarleque Ayala 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

Dimensiones del instrumento: Cuestionario para medir la variable “gestión del cambio” para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

- **Primera dimensión:** Descongelar
- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir la intención de salir de la zona de confort, para utilizar realidad virtual, en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Rompimiento	Es necesario realizar cambios tecnológicos para el crecimiento de la empresa	4	4	4	
	Es necesario realizar actualizaciones tecnológicas para el desarrollo de la agroexportación	4	4	4	
	Estaría dispuesto a salir de mi zona de confort para adaptarme a nuevas tecnologías	3	3	3	
	Estaría dispuesto a cambiar procesos no funcionales por unos nuevos e innovadores	4	4	4	
Ansiedad	Considero que la incorporación de la realidad virtual en mis actividades laborales podría generarme estrés	4	4	4	
	Considero que podría adaptarme fácilmente a procesos nuevos e innovadores	4	4	4	
Seguridad	La comunicación del cambio e información sobre el uso de realidad virtual me aportaría seguridad al implementarla dentro de mis funciones laborales	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** Cambio
- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir la motivación y los modelos de comportamiento para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Motivación	Considero importante el papel del líder al implementar nuevas tecnologías en la agroexportación	3	3	3	
	Considero importante el acompañamiento al utilizar tecnologías como la realidad virtual en la empresa	4	4	4	
Modelos de comportamiento	Estaría dispuesto a convertir a la realidad virtual en una herramienta de apoyo en mis actividades laborales diarias	4	4	4	
	Estaría dispuesto a fomentar y apoyar a mis compañeros de trabajo en el uso de la realidad virtual	4	4	4	
	Las evaluaciones frecuentes son necesarias para supervisar el incremento gradual del uso de realidad virtual en la empresa.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Recongelar
- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir el sentido de recompensa y retroalimentación para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Recompensa	Considero importante ser reconocido por mi desempeño al utilizar realidad virtual	3	3	3	

	Considero que la realidad virtual es una herramienta de apoyo para incrementar el logro de objetivos y obtener reconocimiento por ello	3	3	3	
Retroalimentación	Estaría dispuesto a dar a conocer la experiencia de utilizar la realidad virtual en la agroexportación con el fin de generar mejoras en la incorporación de esta tecnología	4	4	4	
	Considero importante evaluar los logros obtenidos con el uso de la realidad virtual en la agroexportación.	4	4	4	
	Estaría dispuesto a aportar con ideas de mejora para incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI 71023497

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir la variable percepción empresarial para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023". 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 científico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez	MBA Susan Silvera Arcos
Grado profesional	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica	Especialista en negocios internacionales, marketing internacional y generación de startups.
Áreas de experiencia profesional	Comercio exterior, docente universitaria.
Institución donde labora	Universidad Privada Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años () Mas de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la variable "Percepción empresarial" para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.
Autora:	Lady Di Irene Yarleque Ayala
Significación:	El cuestionario está compuesto por ítems alusivos a la dimensión e indicadores de la variable percepción empresarial, el cual ayudará a dar respuesta a las hipótesis y objetivos de investigación. Asimismo, la escala con la que se trabaja corresponde a la escala de Likert donde: (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo

4. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Teoría
Percepción empresarial	Intención de uso	Utilidad percibida	1. El uso de la realidad virtual aportaría en las actividades clave de la empresa.	Modelo de aceptación de tecnología (TAM) y Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología (UTAUT)
			2. El uso de la realidad virtual disminuiría riesgos en mi área de trabajo.	
			3. El uso de la realidad virtual facilitaría la realización de mis actividades laborales.	
			4. La realidad virtual sería una herramienta de utilidad para la agroexportación.	
			5. Utilizar la realidad virtual aumentaría la productividad en la agroexportación.	
			6. Utilizar la realidad virtual ahorraría tiempo y costos en la agroexportación.	
			7. La realidad virtual resultará una herramienta de utilidad en la producción de banano orgánico.	
			8. El uso de realidad virtual sería de utilidad para la exportación de banano orgánico.	

		9. El uso de la realidad virtual aportaría a la mejora de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.	
	Facilidad de uso percibida	10. Aprender a utilizar la realidad virtual no será complicado.	Modelo de aceptación de tecnología (TAM), Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología (UTAUT) y la Teoría de percepción en las organizaciones.
		11. Utilizar la realidad virtual requerirá de mucho esfuerzo mental.	
		12. Sería sencillo utilizar la realidad virtual en mis actividades laborales.	
		13. Resultará sencillo incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.	
		14. Es sencillo incorporar nuevas tecnologías en la agroexportación.	
		15. No será complicado utilizar la realidad virtual en el proceso productivo del banano orgánico	
		16. Sería sencillo utilizar la realidad virtual en el proceso de exportación del banano orgánico.	
		17. Resultará sencillo incorporar la realidad virtual como parte de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el Cuestionario para medir la variable percepción empresarial para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023, elaborado por la estudiante Lady Yarleque Ayala 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

Dimensiones del instrumento: Cuestionario para medir la variable “percepción empresarial” para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

- **Primera dimensión:** Intención de uso
- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir la intención de uso para la realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Utilidad percibida	El uso de la realidad virtual aportaría en las actividades clave de la empresa.	4	4	4	
	El uso de la realidad virtual disminuiría riesgos en mi área de trabajo.	4	4	4	
	El uso de la realidad virtual facilitaría la realización de mis actividades laborales.	4	4	4	
	La realidad virtual sería una herramienta de utilidad para la agroexportación.	4	4	4	
	Utilizar la realidad virtual aumentaría la productividad en la agroexportación.	4	4	4	
	Utilizar la realidad virtual ahorraría tiempo y costos en la agroexportación.	4	4	4	
	La realidad virtual resultará una herramienta de utilidad en la producción de banano orgánico.	4	4	4	
	El uso de realidad virtual sería de utilidad para la exportación de banano orgánico.	4	4	4	
	El uso de la realidad virtual aportaría a la mejora de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.	4	4	4	
Facilidad de uso percibida	Aprender a utilizar la realidad virtual no será complicado.	4	4	4	
	Utilizar la realidad virtual requerirá de mucho esfuerzo mental.	4	4	4	
	Sería sencillo utilizar la realidad virtual en mis actividades laborales.	4	4	4	
	Resultará sencillo incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.	4	4	4	
	Es sencillo incorporar nuevas tecnologías en la agroexportación.	4	4	4	
	No será complicado utilizar la realidad virtual en el proceso productivo del banano orgánico	4	4	4	
	Sería sencillo utilizar la realidad virtual en el proceso de exportación del banano orgánico.	4	4	4	
	Resultará sencillo incorporar la realidad virtual como parte de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.	4	4	4	



Firma del evaluador
DNI: 70066528

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario para medir la variable gestión del cambio para el uso de realidad virtual en colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023”. 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 científico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez	MBA Susan Silvera Arcos
Grado profesional	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica	Especialista en negocios internacionales, marketing internacional y generación de startups.
Áreas de experiencia profesional	Comercio exterior, docente universitaria.
Institución donde labora	Universidad Privada Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años () Mas de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la variable “Gestión del cambio” para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.
Autora:	Lady Di Irene Yarleque Ayala
Significación:	El cuestionario está compuesto por ítems alusivos a la dimensión e indicadores de la variable gestión del cambio, el cual ayudará a dar respuesta a las hipótesis y objetivos de investigación. Asimismo, la escala con la que se trabaja corresponde a la escala de Likert donde: (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo

4. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Teoría
Gestión del cambio	Descongelar	Rompimiento	1. Es necesario realizar cambios tecnológicos para el crecimiento de la empresa.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo ADKAR
			2. Es necesario realizar actualizaciones tecnológicas para el desarrollo de la agroexportación.	
			3. Estaría dispuesto a salir de mi zona de confort para adaptarme a nuevas tecnologías.	
			4. Estaría dispuesto a cambiar procesos no funcionales por unos nuevos e innovadores.	
	Ansiedad	5. Considero que la incorporación de la realidad virtual en mis actividades laborales podría generarme estrés.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo ADKAR	
		6. Considero que podría adaptarme fácilmente a procesos nuevos e innovadores.		
	Seguridad	7. La comunicación del cambio e información sobre el uso de realidad virtual me aportaría seguridad al implementarla dentro de mis funciones laborales.	Modelo de tres pasos de Lewin	
	Cambio	Motivación	8. Considero importante el papel del líder al implementar nuevas tecnologías en la agroexportación.	Modelo de tres pasos de Lewin t

	Modelos de comportamiento	9. Considero importante el acompañamiento al utilizar tecnologías como la realidad virtual en la empresa.	el Modelos de 8 pasos de Kotter	
		10. Estaría dispuesto a convertir a la realidad virtual en una herramienta de apoyo en mis actividades laborales diarias.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo de 8 pasos de Kotter	
		11. Estaría dispuesto a fomentar y apoyar a mis compañeros de trabajo en el uso de la realidad virtual.		
		12. Las evaluaciones frecuentes son necesarias para supervisar el incremento gradual del uso de realidad virtual en la empresa.		
	Recongelar	Recompensa	13. Considero importante ser reconocido por mi desempeño al utilizar realidad virtual.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo ADKAR
			14. Considero que la realidad virtual es una herramienta de apoyo para incrementar el logro de objetivos y obtener reconocimiento por ello.	
		Retroalimentación	15. Estaría dispuesto a dar a conocer la experiencia de utilizar la realidad virtual en la agroexportación con el fin de generar mejoras en la incorporación de esta tecnología.	Modelo de tres pasos de Lewin, Modelo de 8 pasos de Kotter
			16. Considero importante evaluar los logros obtenidos con el uso de la realidad virtual en la agroexportación.	
			17. Estaría dispuesto a aportar con ideas de mejora para incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el Cuestionario medir la variable gestión del cambio para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023, elaborado por la estudiante Lady Yarleque Ayala 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

Dimensiones del instrumento: Cuestionario para medir la variable “gestión del cambio” para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

- **Primera dimensión:** Descongelar
- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir la intención de salir de la zona de confort, para utilizar realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Rompimiento	Es necesario realizar cambios tecnológicos para el crecimiento de la empresa	4	4	4	
	Es necesario realizar actualizaciones tecnológicas para el desarrollo de la agroexportación	4	4	4	
	Estaría dispuesto a salir de mi zona de confort para adaptarme a nuevas tecnologías	4	4	4	
	Estaría dispuesto a cambiar procesos no funcionales por unos nuevos e innovadores	4	4	4	
Ansiedad	Considero que la incorporación de la realidad virtual en mis actividades laborales podría generarme estrés	4	4	4	
	Considero que podría adaptarme fácilmente a procesos nuevos e innovadores	4	4	4	
Seguridad	La comunicación del cambio e información sobre el uso de realidad virtual me aportaría seguridad al implementarla dentro de mis funciones laborales	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** Cambio
- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir la motivación y los modelos de comportamiento para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Motivación	Considero importante el papel del líder al implementar nuevas tecnologías en la agroexportación	4	4	4	
	Considero importante el acompañamiento al utilizar tecnologías como la realidad virtual en la empresa	4	4	4	
Modelos de comportamiento	Estaría dispuesto a convertir a la realidad virtual en una herramienta de apoyo en mis actividades laborales diarias	4	4	4	
	Estaría dispuesto a fomentar y apoyar a mis compañeros de trabajo en el uso de la realidad virtual	4	4	4	
	Las evaluaciones frecuentes son necesarias para supervisar el incremento gradual del uso de realidad virtual en la empresa.	4	4	4	

- **Tercera dimensión:** Recongelar
- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir el sentido de recompensa y retroalimentación para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Recompensa	Considero importante ser reconocido por mi desempeño al utilizar realidad virtual	4	4	4	

	Considero que la realidad virtual es una herramienta de apoyo para incrementar el logro de objetivos y obtener reconocimiento por ello	4	4	4	
Retroalimentación	Estaría dispuesto a dar a conocer la experiencia de utilizar la realidad virtual en la agroexportación con el fin de generar mejoras en la incorporación de esta tecnología	4	4	4	
	Considero importante evaluar los logros obtenidos con el uso de la realidad virtual en la agroexportación.	4	4	4	
	Estaría dispuesto a aportar con ideas de mejora para incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa	4	4	4	



Firma del evaluador
DNI: 70066528

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario para medir la variable percepción empresarial para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023”. 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 científico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Mary Hellen Mariela Michca Maquiña
Grado profesional:	Maestría () Doctor (X)
Área de formación académica:	Educativa
Áreas de experiencia profesional:	Docente metodóloga
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la variable “Percepción empresarial” para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.
Autora:	Lady Di Irene Yarleque Ayala
Significación:	El cuestionario está compuesto por ítems alusivos a la dimensión e indicadores de la variable percepción empresarial, el cual ayudará a dar respuesta a las hipótesis y objetivos de investigación. Asimismo, la escala con la que se trabaja corresponde a la escala de Likert donde: (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo

4. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Teoría
Percepción empresarial	Intención de uso	Utilidad percibida	1. El uso de la realidad virtual aportaría en las actividades clave de la empresa.	Modelo de aceptación de tecnología (TAM) y Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología (UTAUT)
			2. El uso de la realidad virtual disminuiría riesgos en mi área de trabajo.	
			3. El uso de la realidad virtual facilitaría la realización de mis actividades laborales.	
			4. La realidad virtual sería una herramienta de utilidad para la agroexportación.	
			5. Utilizar la realidad virtual aumentaría la productividad en la agroexportación.	
			6. Utilizar la realidad virtual ahorraría tiempo y costos en la agroexportación.	
			7. La realidad virtual resultará una herramienta de utilidad en la producción de banano orgánico.	
			8. El uso de realidad virtual sería de utilidad para la exportación de banano orgánico.	

		9. El uso de la realidad virtual aportaría a la mejora de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.	
	Facilidad de uso percibida	10. Aprender a utilizar la realidad virtual no será complicado.	Modelo de aceptación de tecnología (TAM), Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología (UTAUT) y la Teoría de percepción en las organizaciones.
		11. Utilizar la realidad virtual requerirá de mucho esfuerzo mental.	
		12. Sería sencillo utilizar la realidad virtual en mis actividades laborales.	
		13. Resultará sencillo incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.	
		14. Es sencillo incorporar nuevas tecnologías en la agroexportación.	
		15. No será complicado utilizar la realidad virtual en el proceso productivo del banano orgánico	
		16. Sería sencillo utilizar la realidad virtual en el proceso de exportación del banano orgánico.	
		17. Resultará sencillo incorporar la realidad virtual como parte de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.	

5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el Cuestionario para medir la variable percepción empresarial para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023, elaborado por la estudiante Lady Yarleque Ayala 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

Dimensiones del instrumento: Cuestionario para medir la variable “percepción empresarial” para el uso de realidad virtual en los colaboradores de una empresa agroexportadora de banano Sullana – 2023.

- **Primera dimensión:** Intención de uso

- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir la intención de uso para la realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Utilidad percibida	El uso de la realidad virtual aportaría en las actividades clave de la empresa.			X	
	El uso de la realidad virtual disminuiría riesgos en mi área de trabajo.			X	
	El uso de la realidad virtual facilitaría la realización de mis actividades laborales.			X	
	La realidad virtual sería una herramienta de utilidad para la agroexportación.			X	
	Utilizar la realidad virtual aumentaría la productividad en la agroexportación.			X	
	Utilizar la realidad virtual ahorraría tiempo y costos en la agroexportación.			X	
	La realidad virtual resultará una herramienta de utilidad en la producción de banano orgánico.			X	
	El uso de realidad virtual sería de utilidad para la exportación de banano orgánico.			X	
	El uso de la realidad virtual aportaría a la mejora de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.			X	
Facilidad de uso percibida	Aprender a utilizar la realidad virtual no será complicado.			X	
	Utilizar la realidad virtual requerirá de mucho esfuerzo mental.			X	
	Sería sencillo utilizar la realidad virtual en mis actividades laborales.			X	
	Resultará sencillo incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.			X	
	Es sencillo incorporar nuevas tecnologías en la agroexportación.			X	
	No será complicado utilizar la realidad virtual en el proceso productivo del banano orgánico			X	
	Sería sencillo utilizar la realidad virtual en el proceso de exportación del banano orgánico.			X	
	Resultará sencillo incorporar la realidad virtual como parte de los procesos de control de calidad del banano orgánico que exige el mercado internacional.			X	

Dra. Mary Hellen Mariela Michca Maguiña

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir la variable gestión del cambio para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023". 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 científico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Mary Hellen Mariela Michca Maquiña
Grado profesional:	Maestría () Doctor (X)
Área de formación académica:	Educativa
Áreas de experiencia profesional:	Docente metodóloga
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la variable "Gestión del cambio" para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.
Autora:	Lady Di Irene Yarleque Ayala
Significación:	El cuestionario está compuesto por ítems alusivos a la dimensión e indicadores de la variable gestión del cambio, el cual ayudará a dar respuesta a las hipótesis y objetivos de investigación. Asimismo, la escala con la que se trabaja corresponde a la escala de Likert donde: (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo

4. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Teoría
Gestión del cambio	Descongelar	Rompimiento	1. Es necesario realizar cambios tecnológicos para el crecimiento de la empresa.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo ADKAR
			2. Es necesario realizar actualizaciones tecnológicas para el desarrollo de la agroexportación.	
			3. Estaría dispuesto a salir de mi zona de confort para adaptarme a nuevas tecnologías.	
			4. Estaría dispuesto a cambiar procesos no funcionales por unos nuevos e innovadores.	
	Ansiedad	5. Considero que la incorporación de la realidad virtual en mis actividades laborales podría generarme estrés.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo ADKAR	
		6. Considero que podría adaptarme fácilmente a procesos nuevos e innovadores.		
	Seguridad	7. La comunicación del cambio e información sobre el uso de realidad virtual me aportaría seguridad al implementarla dentro de mis funciones laborales.	Modelo de tres pasos de Lewin	
	Cambio	Motivación	8. Considero importante el papel del líder al implementar nuevas tecnologías en la agroexportación.	Modelo de tres pasos de Lewin t

	Modelos de comportamiento	9. Considero importante el acompañamiento al utilizar tecnologías como la realidad virtual en la empresa.	el Modelos de 8 pasos de Kotter	
		10. Estaría dispuesto a convertir a la realidad virtual en una herramienta de apoyo en mis actividades laborales diarias.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo de 8 pasos de Kotter	
		11. Estaría dispuesto a fomentar y apoyar a mis compañeros de trabajo en el uso de la realidad virtual.		
		12. Las evaluaciones frecuentes son necesarias para supervisar el incremento gradual del uso de realidad virtual en la empresa.		
	Recongelar	Recompensa	13. Considero importante ser reconocido por mi desempeño al utilizar realidad virtual.	Modelo de tres pasos de Lewin y el Modelo ADKAR
			14. Considero que la realidad virtual es una herramienta de apoyo para incrementar el logro de objetivos y obtener reconocimiento por ello.	
		Retroalimentación	15. Estaría dispuesto a dar a conocer la experiencia de utilizar la realidad virtual en la agroexportación con el fin de generar mejoras en la incorporación de esta tecnología.	Modelo de tres pasos de Lewin, Modelo de 8 pasos de Kotter
			16. Considero importante evaluar los logros obtenidos con el uso de la realidad virtual en la agroexportación.	
			17. Estaría dispuesto a aportar con ideas de mejora para incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa.	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el Cuestionario medir la variable gestión del cambio para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023, elaborado por la estudiante Lady Yarleque Ayala 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

Dimensiones del instrumento: Cuestionario para medir la variable “gestión del cambio” para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023.

- **Primera dimensión:** Descongelar
- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir la intención de salir de la zona de confort, para utilizar realidad virtual, en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Rompimiento	Es necesario realizar cambios tecnológicos para el crecimiento de la empresa			X	
	Es necesario realizar actualizaciones tecnológicas para el desarrollo de la agroexportación			X	
	Estaría dispuesto a salir de mi zona de confort para adaptarme a nuevas tecnologías			X	
	Estaría dispuesto a cambiar procesos no funcionales por unos nuevos e innovadores			X	
Ansiedad	Considero que la incorporación de la realidad virtual en mis actividades laborales podría generarme estrés			X	
	Considero que podría adaptarme fácilmente a procesos nuevos e innovadores			X	
Seguridad	La comunicación del cambio e información sobre el uso de realidad virtual me aportaría seguridad al implementarla dentro de mis funciones laborales			X	

- **Segunda dimensión:** Cambio
- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir la motivación y los modelos de comportamiento para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Motivación	Considero importante el papel del líder al implementar nuevas tecnologías en la agroexportación			X	
	Considero importante el acompañamiento al utilizar tecnologías como la realidad virtual en la empresa			X	
Modelos de comportamiento	Estaría dispuesto a convertir a la realidad virtual en una herramienta de apoyo en mis actividades laborales diarias			X	
	Estaría dispuesto a fomentar y apoyar a mis compañeros de trabajo en el uso de la realidad virtual			X	
	Las evaluaciones frecuentes son necesarias para supervisar el incremento gradual del uso de realidad virtual en la empresa.			X	

- **Tercera dimensión:** Recongelar

- **Objetivos de la Dimensión:** Dimensión que permite medir el sentido de recompensa y retroalimentación para el uso de realidad virtual en los colaboradores de la empresa APPBOSA, Sullana - 2023

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Recompensa	Considero importante ser reconocido por mi desempeño al utilizar realidad virtual			X	
	Considero que la realidad virtual es una herramienta de apoyo para incrementar el logro de objetivos y obtener reconocimiento por ello			X	
Retroalimentación	Estaría dispuesto a dar a conocer la experiencia de utilizar la realidad virtual en la agroexportación con el fin de generar mejoras en la incorporación de esta tecnología			X	
	Considero importante evaluar los logros obtenidos con el uso de la realidad virtual en la agroexportación.			X	
	Estaría dispuesto a aportar con ideas de mejora para incorporar la realidad virtual en las actividades clave de la empresa			X	



Dra. Mary Hellen Mariela
Michca Maguiña


DNI:41478652

Teléfono: 995801023

Anexo 5. Resultado de similitud del programa Turnitin.

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?lang=es&ro=103&lo=2265308955&s=1&u=1088032488

feedback studio | LADY DI IRENE YARLEQUE AYALA | Percepción empresarial y gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - ...



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Percepción empresarial y gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023

Tesis para obtener el Título Profesional de Negocios Internacionales

AUTORA:
Yarleque Ayala, Lady Di Irene (orcid.org/0000-0002-0334-6395)

ASESOR:
Dr. Cosío Borda, Ricardo Fernando (orcid.org/0000-0002-1765-097X)

LINEA DE INVESTIGACION:
Mercados emergentes

LINEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:
Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PURA - PERÚ
(2023)

Página: 1 de 29 | Número de palabras: 9585 | Versión solo texto del informe | Alta resolución | Activado

Resumen de coincidencias

12 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés

Coincidencias

Nº	Fuente	Porcentaje
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	4 %
3	doaj.org Fuente de Internet	<1 %
4	revistas.unat.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
5	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
6	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
7	"Propuesta de niveles d... Publicación	<1 %
8	revista.uct.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
9	journalpress.com Fuente de Internet	<1 %
10	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
11	tesis.unam.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

09:40 28/12/2023

Anexo 6. Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología	Técnica e instrumento de recolección de datos	Población y muestra
Problema general: ¿cuál es la relación entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023?	Objetivo general: Determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023.	Existe relación positiva entre la percepción empresarial y la gestión del cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023.	Variable 1: Percepción empresarial	Intención de uso.	Tipo: Aplicada. Enfoque: Cuantitativo. Nivel: Correlacional Corte: Transversal. Diseño: No experimental	Técnica de recolección de datos: Encuesta. Instrumento de recolección de datos: Cuestionario.	Población: 210 trabajadores de la empresa agroexportadora APPBOSA Muestra: 136 trabajadores de la empresa agroexportadora APPBOSA.
Problemas específicos: ¿Cuál es la relación entre la percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora	Objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la empresa	Hipótesis específicas: Existe relación positiva entre la percepción empresarial y la descongelación para el uso de realidad virtual en la	Variable 2: Gestión del cambio.	Descongelar. Cambio. Recongelar.			

<p>APPBOSA, Sullana - 2023? ¿Cuál es la relación entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023?</p> <p>APPBOSA, Sullana - 2023? ¿Cuál es la relación entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023?</p>	<p>agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023. Determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023. Determinar la relación que existe entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023.</p>	<p>empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023. Existe relación positiva entre la percepción empresarial y el cambio para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana – 2023. Existe relación positiva entre la percepción empresarial y la recongelación para el uso de realidad virtual en la empresa agroexportadora APPBOSA, Sullana - 2023.</p>
--	--	--

Anexo 7. Cálculo de la muestra

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

Donde:

n = tamaño de muestra obtenida

z = nivel de confianza (95% = 1.96)

N = población total

p = probabilidad a favor (50%)

q = probabilidad en contra (50%)

e = margen de error deseado (5% = 0.05)

Reemplazando los datos:

$$n = \frac{(1.96)^2 (210)(0.50)(0.50)}{(0.05)^2 (210 - 1) + (1.96)^2 (0.50)(0.50)} = 136.006 \text{ trabajadores}$$

Anexo 8. Confiabilidad del instrumento.

Estadísticas de fiabilidad para el cuestionario de la variable percepción empresarial.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,806	17

Estadísticas de fiabilidad para el cuestionario de la variable gestión del cambio.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,956	17