



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Innovación y Entrepreneurship en la Consultora Soluciones en Gestión Pública  
S.A.C., San Isidro 2019.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Junior Lester Vera Gabriel (ORCID: 0000-0002-0826-4217)

**ASESOR:**

Mgtr. Carlos Andrés Guerra Bendezú (ORCID: 0000-0002-8928-1237)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA-PERÚ

2019

## Dedicatoria

A mi progenitora, por el aliento y la energía que me transmitía siempre para salir adelante, es el motor de mi vida, de querer superarme cada día. También le dedico a mi comunidad vallejana por permitirme formarme como profesional.

## Agradecimiento

A mis docentes, gracias por sus enseñanzas, consejos, moralejas, por permitirme expandir más mis conocimientos y adquirir nuevas habilidades. También a la empresa Soluciones en Gestión Pública S.A.C. por permitirme entrar al mundo de las licitaciones públicas con el estado peruano.

## Índice

Carátula .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice.....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	9
II. MÉTODO .....	22
2.1. Tipo y diseño de investigación .....	22
2.2. Operacionalización de variables .....	22
2.3. Población, muestra y muestreo .....	25
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	25
2.5. Procedimiento .....	27
2.6. Métodos de análisis de datos .....	28
2.7. Aspectos éticos.....	28
III. RESULTADOS .....	29
IV. DISCUSIÓN.....	37
VI. RECOMENDACIONES .....	39
REFERENCIAS .....	40
ANEXOS .....	44

## Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la innovación y el entrepreneurship.....	24
Tabla 2. Jueces expertos .....	26
Tabla 3. Baremos de confiabilidad .....	26
Tabla 4. Resultado de Alfa de Cronbach de la variable innovación.....	27
Tabla 5. Resultado de Alfa de Cronbach de la variable entrepreneurship .....	27
Tabla 6. Pruebas de normalidad Kolmogorov-Smirnov .....	29
Tabla 7. Distribución de frecuencias: Innovación .....	30
Tabla 8. Distribución de frecuencias: Entrepreneurship .....	31
Tabla 9. Distribución de frecuencias: Innovación en los procesos.....	32
Tabla 10. Distribución de frecuencias: Innovación de mercado .....	32
Tabla 11. Distribución de frecuencias: Innovación en modelos de negocio .....	33
Tabla 12. Distribución de frecuencias: Innovación en los servicios .....	33
Tabla 13. Coeficiente de correlación de Rho de Spearman: Dimensiones.....	35
Tabla 14. Coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la variable 1 y variable 2.....	36

## Índice de figuras

Figura 1. Percepción de la variable 1: Innovación.....	30
Figura 2. Percepción de la variable 2: Entrepreneurship.....	31

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la innovación y el entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C, San Isidro 2019. Ugarte (2019) define que hoy en días las organizaciones están en constantes cambios por ello buscan asociarse con StartUps, creando nuevas alianzas estratégicas de forma proactiva para desarrollar nuevas ideas innovadoras. Asimismo Álvaro & Domingo y Salvado (2016) menciona que el entrepreneurship es la identificación de nuevas oportunidades para la creación de nuevos servicios, productos, organizaciones viables, con el espíritu empresarial y emprendedor para llegar a lo que tanto se anhela, con esfuerzo y perseverancia, siendo pilares claves para el éxito. Esta teoría es indispensable para las personas que desean salir de su zona de confort y aventurarse en otros horizontes en un mundo empresarial. El tipo de investigación es aplicada con enfoque cuantitativo, diseño no experimental con corte transversal ya que no se manipularán las variables y es dado en un momento específico. La población fue conformada por 60 colaboradores y la muestra de 50 colaboradores. Se utilizó un instrumento de recolección de datos para posteriormente analizarlos de acuerdo a los resultados de frecuencia, descriptivos, prueba de normalidad, se concluyó que hay correlación positiva entre la variable innovación y entrepreneurship.

Palabras Clave: Innovación, entrepreneurship, startups

## ABSTRACT

The main objective of this research is to determine the relationship between innovation and entrepreneurship in the Public Management Solutions Consultancy S.A.C, San Isidro 2019. Ugarte (2019) defines that today organizations are constantly changing, so they seek to associate with StartUps, creating new strategic alliances proactively to develop new innovative ideas. Álvaro & Domingo y Salvado (2016) also mentions that entrepreneurship is the identification of new opportunities for the creation of new services, products, viable organizations, with the entrepreneurial and entrepreneurial spirit to reach what is so desired, with effort and perseverance. , being key pillars for success. This theory is essential for people who want to leave their comfort zone and venture into other horizons in a business world. The type of research is applied with a quantitative approach, a non-experimental design with a transversal cut since the variables will not be manipulated and is given at a specific time. The population was made up of 60 collaborators and the sample of 50 collaborators. A data collection instrument was used to subsequently analyze them according to the frequency, descriptive, normality test results, it was concluded that there is a positive correlation between the variable innovation and entrepreneurship,

Keywords: Innovation, entrepreneurship, startups



## I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, Portada Forbes (2019) Datos oficiales confirman que la innovación en el sector privado de México, constituyen el 99.8% de la economía en México, atribuyen el 42% del PIB nacional y son responsables de originar el 78% de los puestos de trabajo. Acorde con la OCDE menciona que las PYMES generalmente son pocas innovadoras que las grandes organizaciones, sin embargo, podrían ser más productivas e innovadoras que las grandes corporaciones, si aplican eficientemente sus recursos internos, habilidades gerenciales, investigación y desarrollo, pueden impactar de manera estratégica con mayor incidencia ante los corporativos.

A nivel nacional, Ranking GEM (2018) señala que el Perú se sitúa como el quinto país, más emprendedor del mundo, así lo afirma el informe Global Entrepreneurship Monitor en los años 2017-2018, estando posicionado en el primer puesto al nivel del Caribe y América Latina. No obstante, el nivel de porcentajes de peruanos cree tener el conocimiento suficiente y las habilidades necesarias para emprender un negocio, así como el nivel de porcentaje de peruanos que ya tienen sus propias empresas, Sin embargo Carlos Guerrero, investigador del grupo GEM en el Perú, enfatizó que el espíritu emprendedor de cada persona se ve reflejado ante la luz de lapredisposición para poner en marcha una decisión o una iniciativa. Dado ello, Jaime Serida, líder del grupo GEN y docente de ESAN, señaló que el 6.2% frente a 5.2 % del promedio del país se refiere a una existente elevada tasa de mortalidad de los emprendimientos y presenta menos niveles de innovación en la gestión empresarial de la mayoría de negocios o empresas.

A nivel local, Diario Oficial del Bicentenario (2018) los emprendedores deben tomar el riesgo de innovar en los negocios pensados, no solo basta en tener una idea grandiosa si no en tomar una acción para avanzar y tener los resultados esperados. Fernando Calmell, presidente de la Asociación de Emprendedores del Perú, menciona que un entrepreneur es alguien que indaga o busca permanentemente mejorar, superarse y captar nuevas oportunidades. Yanira Caraza, Coordinadora de Comunicaciones y Alianzas de Angel Ventures, indicó que un entrepreneur no solo debe tener un

enfoque, como en comercializar los productos o servicios que se manejan en la organización, si no por lo contrario buscar las soluciones más óptimas que se presenten en la sociedad, agregando también que para Álvaro Zárate, Representante de la red Perú Emprende y fundador de Citi Incubators, delimitó que hay 10,000 proyectos en los últimos años y alrededor de casi el 100% creyó o pensó que para gestionar una empresa o brindar sus servicios o productos era necesario un capital inicial.

Soluciones en Gestión Pública S.A.C., con RUC N° 20517765695, con nombre comercial SGP SAC, con domicilio legal en Cal. la pinta N° 150 Dpto. 604 – San Isidro, que se dedica en actividades empresariales como asesoría o consultoría a empresas privadas que licitan con el Estado Peruano, la problemática es que los clientes de SGP carecen de una eficiente gestión en la empresa, llegando a tener menos productividad y rentabilidad, por consiguiente generando un retraso en el armado de propuestas técnicas y económicas, por ende, el uso de la tecnología es un punto vital para la presentación del expediente en las licitaciones.

Las investigaciones dadas como trabajos previos a nivel internacional referentes a las variables innovación y entrepreneurship:

Cantos (2016) la presente tesis que se llevó a cabo titulada Community entrepreneurship strategy for the socioeconomic development of the Jose Tipan Niza neighborhood of the Santa Elena Canton, tesis para obtener el grado de Licenciada en organización y Desarrollo comunitario. Dicha investigación tiene como objetivo general cuatro pasos alineados uno al otro, 1er paso proponer, 2do paso identificar o captar, 3er paso delimitar, 4to paso desarrollar un emprendimiento comunitario como estrategia para el impulso socioeconómico. El método de esta investigación fue de tipo explicativo y el diseño de la presente investigación es correlacional causal, llevo a cabo como instrumento de obtención de datos una encuesta con una muestra de 111,218 personas. Los resultados señalaron que guardan relación uno al otro, entre las dos variables estudiadas Community entrepreneurship strategy and the socioeconomic development, resultado estadísticamente significativa, ya que un servicio o producto diferenciador en el mercado, impulsa el nivel socioeconómico de

la población, además cumpliendo con los requisitos establecidos por la ley.

Trabajos de investigación a nivel internacional, Morales (2015) en la presente investigación que se llevó a cabo titulada *Innovation Management in a Food Company. A case study*, tesis para obtener el grado de Magister en Gestión y Política de la Tecnología y la Innovación. Dicha investigación tiene como objetivo general diagnosticar la dirección de la empresa en el rubro de los alimentos aplicando la innovación de distintos modelos de países como España, Fundación Cotec aplica el Modelo Temaguide. México, Premio Nacional de Tecnología e innovación aplica el Modelo nacional de gestión de tecnología. Es allí donde se hizo un paréntesis de los diferentes modelos innovadores y modelos existentes, llegando a identificar el más óptimo para la empresa de alimentos. El método de esta presente investigación fue descriptiva de tipo cualitativa, ya que se recopiló información de los atributos de la dirección del modelo de innovación en la empresa Vesta S.A. Se utilizó como instrumento, entrevistas con un estudio de caso simple. Los resultados dieron a conocer que con los modelos de innovación aplicados a la empresa de alimentos Vesta S.A. indicaron un distinto grado de desarrollo en los pasos de los modelos propuestos.

Centeno (2017) en la presente investigación titulada *International Entrepreneurship in Developing Countries: Factors determinants of the prediction of international entrepreneurship*, para obtener el grado de Doctor en Ingeniería. Dicha investigación tiene como objetivo general descubrir en que forma o manera los recursos de un entrepreneur respaldado por su talento humano y capital social, influyen firmemente en las decisiones de los emprendedores, permitiéndoles a otros nuevos horizontes como mercados internacionales, llevando a cabo un significativa importancia y ventaja competitiva. El método de esta presente investigación fue de tipo aplicada, longitudinal, cuantitativa. Los resultados reflejan que los directivos de las empresas que tienen voz y voto en las decisiones futuras de la gestión empresarial direccionadas al mercado internacional, deben darse cuenta que no es suficiente tener conocimientos empresariales, si no en optar de tomar el riesgo de emprender en mercados internacionales porque es de suma importancia o vitalidad para la educación del emprendedor.

Burgos (2014) en la presente investigación titulada *Determining factors of innovation in metal-mechanic SMEs of Cartagena- Colombia*, para obtener el grado de Magister en Gestión de la innovación. Dicha presente estudio de investigación tuvo como objetivo general evaluar los distintos elementos que delimitan las actividades empresariales de la innovación en las organizaciones metalmecánicas del sector de Cartagena, aplicando una mejora constante en sus procesos o servicios del tipo de innovación continua. El método de esta presente investigación fue de tipo analítica, con un estudio de investigaciones y con una muestra de los documentos más elocuentes. Los resultados indican que las organizaciones que elaboran productos en base de materia prima como metal en el sector de Cartagena no tienen conocimiento que existen empresas que apoyan y promueven la mejora continua de los procesos en empresas del rubro metalmecánica.

Las investigaciones dadas como trabajos previos a nivel nacional, referentes a las variables innovación y entrepreneurship:

Rodavich (2017) en la presente investigación titulada *The entrepreneurial attitude and its relation with the capacity of creation of micro-enterprises in the administration students de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*. Esta dicha investigación tiene como objetivo general dar a conocer si guardan relación entre las variables, *The entrepreneurial attitude and The capacity of creation of micro- enterprises*, ya que estas aptitudes dependen del futuro de los nuevos emprendedores que surgen por primera vez en este mercado globalizado, con la finalidad de que aporten y causen positivamente el desarrollo del país. El método de esta presente investigación fue de tipo correlacional. Se utilizó como instrumento un cuestionario para medir su capacidad y actitud emprendedora con una muestra de 184 alumnos de distintos ciclos académicos. Los resultados señalaron una alta o buena relación entre las variables estudiadas, dando una gran satisfacción del alumnado en poder creer en sí mismos, en sus propias habilidades, conocimientos para forjar una microempresa ya sea riesgosa o no. Ante ello se darán las experiencias emprendedoras sean negativas o positivas, que de alguna manera formará un emprendedor exitoso.

Trigoso (2017) en la presente investigación titulada Innovation and knowledge management en Instituciones educativas de educación Primaria en el distrito de San Luis, 2016. Esta dicha presente investigación tiene como objetivo general concretar la interrelación entre Innovation and knowledge management en Instituciones Educativas de educación Primaria en el distrito de San Luis.. El método de esta presente investigación fue de tipo cuantitativo, llegando a recopilar datos para demostrar hipótesis. El resultado indica que será de muy útil para otros investigadores que quieran aportar con su innovación o algún proyecto o idea que sea viable para otros tipos de investigaciones ya que existe una buena o alta relación directa y es significativa.

Benavides y Tupayachi (2015) realizaron una investigación exhaustiva sobre Entrepreneurship and entrepreneur profile at the National University of San Antonio de Abad – Cusco, para obtener el grado de Magister en administración de negocios. Esta dicha investigación tiene como objetivo general, detallar el escenario actual en que vivimos los emprendedores y captar el idóneo perfil del emprendedor exitoso. El método de esta presente investigación fue de tipo descriptiva y de diseño experimental. El resultado da a conocer que a través de talleres de emprendimientos a llegado a potenciar las habilidades y características de las personas que están dispuestas generar un modelo de negocio innovador y que los recursos que se brindan al alumnado de las escuelas de la universidad, llegan a limitar a los estudiantes, por ende un emprendedor debe tomar riesgos y cazar oportunidades.

Vargas (2017) en la presente investigación titulada Business Innovation in the SMEs of the footwear sector in the district of The Porvenir, para obtener el grado de Licenciada en administración. Esta dicha investigación tiene como objetivo general delimitar la innovación en el rubro de calzado para causar una impresión a primera vista al público objetivo. El método de esta presente investigación fue de tipo descriptiva, con diseño no experimental con una muestra de 26 SMEs. Se utilizó como instrumento un cuestionario basado a la Guía de Oslo. Los resultados indicaron que existe un alto nivel, señalando que en estos últimos años 61.5% de empresarios aplican una innovación en sus negocios por lo contrario el 38.5% de empresarios no implementa la innovación empresarial y prefieren sus productos o servicios obsoletos, dando un nivel bajo.

Sustentando la variable innovación con teorías relacionadas al tema, Cámaras (2016) define que la innovación es el proceso de una idea y que con el tiempo se va transformando en un bien o servicio novedoso que puede ser gestionada mediante una innovación incremental debido a la alta demanda de los consumidores, ya que significativamente el producto o servicio será mejorado a fin de satisfacer al público objetivo.

Ugarte (2019) menciona que hoy en día las empresas tienen el espíritu innovador, en busca de modernizarse frente a los nuevos cambios constantes, frente a las nuevas tecnologías, buscan asociarse con startups de forma proactivas con ideas innovadoras para llevar a un mejor impulso la innovación. En Latinoamérica, grandes y pequeñas organizaciones están asociándose con más de 2,000 startups, pertenecientes a las industrias de tecnología y E-Commerce, en un 11,8% sectores de producción, en un 18,4% entidades financieras, en un 16,2% empresas de telecomunicaciones. Se centra básicamente en el desarrollo empresarial de nuevas ideas o soluciones, que son refutadas por un talento humano de innovadores, creando la competitividad en el transcurso de un tiempo determinando, buscando identificar una perspectiva no común, diferente, atípico, también creando posibles alianzas estratégicas a corto plazo o largo plazo, la innovación es la forma de promover factores importantes en la empresa que generaran un impacto en el éxito de la empresa, reflejándose en la rentabilidad.

Según la revista reconocida por su nivel de investigación, América Económica (2019) refiere que los seres humanos solemos pensar que todo es innovador, que si se vende un nuevo producto o servicio en una organización grande o pequeña, es siempre innovador. El proceso de la innovación te permite optimizar factores como tiempo, en procesos productivos del input y output. Asimismo, existen empresas tradicionales que aplican la herramienta de reingeniería y es ahí donde radica la auténtica innovación, teniendo en claro cuál es la dirección de la empresa y que proyectos se están llevando a cabo para la viabilidad de la entidad, formando parte en todos los procesos a los colaboradores, la innovación involucra todas las áreas de las empresas y debe ser direccionado por los líderes para que se tenga claro conjuntamente y pueda crearse una sinergia entre todos los miembros que forman parte en el organigrama de la empresa.

En la primera dimensión innovación en los procesos se referenció como autor, Moncada (2014) la innovación no quiere decir solo a la creación de nuevos productos o agregar un diseño a los productos existentes, si no en mejorar los procesos internos de como producirlo o en los servicios, de manera estratégica ser diferenciado por realizar un análisis exhaustivo a la situación actual. Por consiguiente, una persona innovadora tiene que ser visionaria estar un paso adelante de las demás empresas, estar a las expectativas o necesidades de los consumidores.

La dimensión innovación en los procesos será calculado a través de los siguientes indicadores: tecnología, benchmarking, mejora continua.

En la segunda dimensión innovación de mercado se referenció como autor, Gupta (2014) en este mundo globalizado, es necesario la innovación de mercado para las empresas tradicionales que usan obsoletos recursos, por ende, la innovación mejorará en su posicionamiento, estructuras de las distintas áreas de la empresa, asimismo creando una disminución en costos e incremento económico para la organización.

Real Academia Española (2016) define que es agregarle atributos siendo ser novedosas, asimismo el cambio gira en que consta en implementar una mejora continua cuando se ofrezca un producto tangible o se brinde un servicio.

La dimensión innovación de mercado se calculará a través de los siguientes indicadores: posicionamiento, competitividad.

La tercera dimensión innovación en modelos de negocio se referenció como autor, Mejía y Sanchez (2014) menciona que un modelo de negocio innovador de tipo organizacional capta estratégicamente oportunidades de portafolios peculiares (p.117).

Giannopoulos (2015) señala que la innovación es un proceso de las diversas áreas empresariales y toman como estrategia formar una ventaja competitiva al resto. Las organizaciones que se llegan a dar cuenta de las deficiencias de la gestión o la

decaída de ventas o servicios, tratan de adaptar sus capacidades y estar en permanentes cambios al mundo de los negocios.

La dimensión innovación en modelos de negocio se calculará a través de los siguientes indicadores: estratégico, creativo, productividad.

En la cuarta dimensión innovación en los servicios se referenció como autor, Centeno (2014) menciona que innovar se refiere a introducir un nuevo cambio en el producto o servicio. También ocurre cuando los empresarios tienen una visión que perciben y aplican en el mercado para ver el impacto de sus cambios que generan, acarreando los riesgos de su accionar, teniendo en cuenta que si causa un impacto grande, podría crearse un monopolio de una forma desconocida y parte positiva por el innovador con la iniciativa que llevo a desarrollarlo. Por ello las organizaciones deben estar al tanto de los cambios de la competencia para no llegar a la desaparición de la competencia.

La dimensión innovación de servicios se calculará a través de los siguientes indicadores: clientes, miembros de la organización, alianzas.

Sustentando la variable entrepreneurship con teorías relacionadas al tema, Schnarch (2016) menciona que el entrepreneurship se forma a través de la sinergia, a través de la creación de nuevos modelos de negocios rentables que aportan un desarrollo y progreso para la sociedad o país. Los nuevos empresarios están realizando nuevas innovaciones con el fin de crear un mejor futuro para los consumidores.

Álvaro & Domingo y Salvado (2016) la palabra entrepreneurship es definido como identificar nuevas oportunidades, en la creación de nuevas organizaciones con un espíritu emprendedor, es vital el entrepreneurship en las nuevas empresas que tienen iniciativa empresarial y en empresas tradicionales.

Vara (2016) para tener un efecto positivo aplicando el entrepreneurship para el progreso económico y en la zona geográfica donde desarrolla sus actividades, es de gran influencia a otras personas inspirarlas a crear sus empresas innovadoras que



tanto anhelan, asumiendo los riesgos y siendo optimistas con los proyectos al futuro

Lecaro (2017) define que en la región del país de Ecuador ha influenciado en el desarrollo del entrepreneurship, siendo referente en las distintas generaciones de negocios, determinando que el país de Colombia, Perú y Ecuador potencian el impacto de la economía a nivel de Latinoamérica

Ocampo (2016) el entrepreneurship es vital para la economía de los países del continente, existen países con déficit en el recurso de h2O llegando a sobrepasar a los estudiantes que no cuentan con un centro de trabajo.

Mas (2017) menciona que la actitud emprendedora es tener la iniciativa para llevar a cabo un proyecto, con pasión, creatividad, innovación, no perdiendo la autoconfianza, un pilar vital es la perseverancia y la disciplina para vencer las barreras psicológicas, que atrasan los resultados esperados para la empresa.

Julian (2019) el grado del entrepreneurship es importante para planificar y direccionar el desarrollo regional, en el incremento de los puestos laborales, en el alto impacto al nivel de educación. Asimismo, la dinamización económica permitirá generar una mejora continua, una retroalimentación a favor de la región. Varela (2015) expresa que en el mundo empresarial, los que se encuentran en la etapa de la adolescencia, aplican el entrepreneurship un 24%, asimismo los que se encuentran en la etapa de la mediana edad, aplican el entrepreneurship un 27% y el 15% está conformado por emprendedores con estudios de posgrado.

Gámez (2013) hace referencia que el entrepreneurship se desarrolla con la confianza en sí mismo, con la seguridad de identificar nuevos negocios, actuando en actividades independientes con compromiso y responsabilidad, para la determinación y la estabilidad de la organización, viéndose reflejado en la actividad económica.

Robert (2014) refiere que el entrepreneurship debe ser aplicado en las escuelas, universidades, teniendo un modelo económico en la cual se descubran nuevas

habilidades y potencialice las fortalezas para crear nuevos servicios, empresas competentes con responsabilidad social, ya que serán reconocidas al nivel educativo por su desempeño óptimo con la sociedad, formando emprendedores con una visión más allá de la superación personal.

Gamage y Wickramasighe (2014) explica que el entrepreneurship requiere ser evaluado respecto a los valores socioculturales que afectan a la sociedad y a la actividad empresarial, para tener una mejora continua en las deficiencias de acuerdo a los resultados obtenidos de la medición.

Jacob & Nedelea (2014) define que el entrepreneurship, está basado en tres niveles de análisis, primero se encuentra lo “individual”, segundo se encuentra lo “corporativo”, tercero se encuentra lo “estatal”, ya que son factores claves para un nuevo cambio económico en el modelo que se esté iniciando actividades empresariales.

The entrepreneur, he is a person convinced of his decisions and actions that make the first jump in a business or business model and that he is his own boss, regardless of the risks or consequences that lie ahead, one of the characteristics of the entrepreneur is that the problems look at it from a positive perspective, also because of its resilience before the adversities, for its innate qualities and for fixing its objectives to a certain term

En la quinta dimensión oportunismo se referenció como autor, Chau (2015) señala que el emprendedor oportunista constantemente buscar reinventarse, identificar proyectos viables y utiliza sus aptitudes como oportunidad (p.22).

La dimensión del emprendedor oportunista de servicios se calculará a través de los siguientes indicadores: identificar nuevas oportunidades, captar proyectos viables.

En la sexta dimensión visión se referenció a la institución, Instituto de Emprendimiento Avanzado (2018) expresa que el emprendedor visionario debe

estar a la expectativa de la competencia en un mercado globalizado que es cada vez mayor, las empresas que están decididas ir por el camino de visionarse e innovar, desarrollan o mejoran sus procesos en sus productos y servicios siendo más competitivos, la innovación cobra protagonismo desde allí, porque superan o sobresalen en un mercado saturado transformándose en marcas conocidas, posicionándose en el Top of mind de los consumidores o clientes. Incluso Steve Jobs, lo definió a la perfección: “la innovación es lo que diferencia a un líder de un seguidor”

La dimensión del emprendedor visionario se calculará a través de los siguientes indicadores: planificación, prevención de problemas o casos fortuitos

En la séptima dimensión persuasión se referenció como autor, Llantada (2018) define que un emprendedor persuasivo, es la persona líder que influye positivamente o toma el poder de convencer a realizar o desarrollar cosas con fines positivos a través de acciones benéficas, buscando siempre lograr los objetivos de la organización con el apoyo del talento humano guiado por los valores y la transparencia, convirtiéndote en un emprendedor más confiable para el equipo de trabajo.

La dimensión del emprendedor persuasivo se calculará a través de los siguientes indicadores: liderazgo, acciones benéficas.

En la octava dimensión actitud positiva se referenció como autor, Chau (2015) señala que un entrepreneur es una persona con actitud positiva, atrevida, que es firme en el camino que se direcciona, es apasionado por lo que realiza o desarrolla, que pone mucho empeño en sus objetivos trazados. Una de las grandes características del entrepreneur es que es intuitivo y tenaz. Aplicando los conocimientos y herramientas necesarias que logrará alcanzar el éxito (p.22).

Drucker (1985) definió que un emprendedor puede ser cualquier tipo de individuo sin importar el género ni los años, siempre y cuando tenga el talento innato para formar negocios.

La dimensión de la actitud positiva se calculará a través de los siguientes indicadores:  
ser optimista, pasión, ser adaptativo.

Problema General de investigación ¿Existe relación entre la innovación y el entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019? Problemas específicos, ¿Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los procesos en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019? ¿Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación de mercado en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019? ¿Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en modelos de negocio en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019? ¿Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los servicios en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019?

Justificación del estudio, la presente investigación logrará fomentar The entrepreneurship por medio de la innovación en el entorno de los clientes y de la consultora del distrito de San Isidro.

Justificación teórica, el aporte teórico de la investigación estará en la disyuntiva de las teorías relacionadas o dadas al tema, de las variables estudiadas. En el caso de la variable innovación, se llevará a cabo analizar las teorías de Giannopoulos (2015) y Centeno (2014). Para la otra variable que es entrepreneurship se llevará a cabo analizar las teorías de Schnarch (2016) y Chau (2015).

Justificación práctica, se busca mejorar el entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., es por ello que se implementará o aplicará la innovación en los clientes de la organización, para lo cual el autor, Moncada (2014) define que la innovación no quiere decir solo a la creación de nuevos productos o agregar un diseño a los productos existentes, si no en mejorar los procesos internos de como producirlo o en los servicios, y llegar a expandirse de

manera estratégica en otro sector, llegando a ser diferenciado por realizar un análisis exhaustivo a la situación actual.

Justificación metodológica, para lograr los objetivos trazados del presente estudio de investigación, se formularon instrumentos de medición como los cuestionarios, tanto en la variable innovación y en la variable entrepreneurship. Estos instrumentos demostrarán la veracidad de la investigación.

Justificación económica, esta investigación propone a los clientes de la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., expandirse en otro sector donde se puedan brindar sus servicios con el fin de generar más rentabilidad y productividad para la organización, asimismo mejorar en su gestión empresarial, en sus procesos internos y externos, logrando ser más competitivos.

La hipótesis general de investigación, existe relación entre la innovación y el entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019. Hipótesis específicas de investigación, existe relación entre la variable innovación y la

dimensión innovación en los procesos en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019. Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación de mercado en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019. Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en modelos de negocio en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019. Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los servicios en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.

El objetivo general, es determinar la relación entre la innovación y el entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019. Objetivos específicos, Determinar la relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los procesos en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019. Determinar la relación entre la variable innovación y la dimensión innovación de mercado en la consultora

Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019. Determinar la relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en modelos de negocio en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019. Determinar la relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los servicios en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación es aplicada y el diseño de investigación es **no experimental y de corte transversal**, porque no existe el control o manipulación deliberada de la variable innovación, y es dado en un momento único, dándose a observar fenómenos en un contexto natural.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), define que no es posible influir, manipular o llevar el control de las variables independientes porque ya se dieron a conocer en un contexto natural.

Sampieri (2010) señala que un enfoque cuantitativo, se realiza la medición de los resultados obtenidos o datos convertidos en números para la evaluación correspondiente, la investigación cuantitativa es recolectada a base de datos numéricos obtenidos a través de un análisis estadístico por los instrumentos de encuestas o cuestionarios.

Hernández, et al. (2014) define que los tipos de investigaciones transversales se da a conocer en un punto dado, la objetividad de las variables es guardar interrelación entre ellas con el respectivo análisis.

Sampieri (2010) indica que el nivel de investigación descriptiva, te dará a conocer los acontecimientos, hechos, que describan la naturaleza del segmento, para la medición, evaluación y el análisis que se dará independientemente en cada serie de cuestiones.

### 2.2. Operacionalización de variables

#### 2.2.1. Variables

*Variables de investigación*

<b>Variables de investigación</b>	<b>Tipo</b>
Innovación	<b>Variable 1</b>
Entrepreneurship	<b>Variable 2</b>

2.2.2. Operacionalización

Tabla 1. Operacionalización de la Innovación y el Entrepreneurship

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Innovación	Moncada (2014), la innovación no quiere decir solo a la creación de nuevos productos o agregar un diseño a los productos existentes, si no en mejorar los procesos internos de como producirlo o en los servicios, de manera estratégica ser diferenciado por realizar un análisis exhaustivo a la situación actual.	El entrepreneurship es medido con un cuestionario con 11 ítems, a través de la escala de Likert, para medir las dimensiones siguientes: Innovación en los procesos, innovación de mercado, innovación en modelos de negocio, innovación en los servicios.	Innovación en los procesos Innovación de mercado Innovación en modelos de negocio Innovación en los servicios	Tecnología Benchmarking Mejora continua Posicionamiento Competitividad Estratégico Creativo Productividad Clientes Miembros de la organización Alianzas	Cuestionario	
Entrepreneurship	Estela (2019), define que se trata de una persona movida por una visión interior y es quien organiza, conduce, decide desarrollar proyectos viables o algún tipo de iniciativas organizacionales, con fines de lucro, asimismo corriendo un riesgo en el margen financiero.	La innovación es medido con un cuestionario con 09 ítems, a través de la escala de Likert, para medir las dimensiones siguientes: Oportunismo, visión, pasión, actitud positiva.	Oportunismo Visión Persuasión Actitud positiva	Identificar nuevas oportunidades Captar proyectos rentables Planificación Prevención de problemas o casos fortuitos Liderazgo Acciones benéficas Ser optimista Pasión Ser adaptativo	Cuestionario	

ORDINAL



## 2.3. Población, muestra y muestreo

### 2.3.1. Población

La sujeta consideración de toda la población, se tomará en cuenta a los colaboradores de la empresa

La población está conformado por 50 personas.

### 2.3.2. Muestra Tamaño de la muestra

Se llevará a cabo una muestra censal, teniendo en cuenta a toda la población completa, que está representada por los colaboradores de la empresa, se realizará su correspondiente estudio.

Hernández et al (2014) señala que en la muestra, se debería incorporar cualquier, tipo o variedad de casos como por ejemplo animales, objetos, plantas y personas, que al final serán recolectadas su información y se definirá o delimitará con una mayor precisión.

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### 2.4.1. Técnica de recolección de datos

En este estudio investigación se utilizó como herramienta la obtención de datos, a través una encuesta, con el fin de llegar a conocer información sobre las variables estudiadas.

Bernal (2010) indica que lo fundamental o el propósito de la encuesta, es la información que se obtendrá de las personas para su respectiva medición numérica.

### 2.4.2. Instrumento de recolección de datos

Se optó por utilizar cuestionarios conformadas por 20 preguntas para las dos variables, 11 preguntas para la primera variable innovación, 9 preguntas para la segunda variable entrepreneurship, a través la escala de Likert, donde existen 5 opciones de respuesta, por ende se medirán las variables estudiadas a los colaboradores de la organización, cuya objetividad es lograr el mejoramiento de los puntos débiles de la organización en la presente investigación.

### A. Validez del instrumento

La presente investigación fue validada por jueces expertos en la materia, verificando las preguntas detalladamente de acuerdo a las variables, dimensiones e indicadores que se encuentran en el cuestionario

*Tabla 2. Jueces expertos*

<b>N°</b>	<b>Experto</b>
01	Dr. Juan Manuel Vásquez Espinoza
02	Dr. David Fernando Aliaga Correa
03	Mgtr. Carlos Andrés Guerra Bendezú
04	Dr. Teodoro Carranza Estela

### A. Confiabilidad del instrumento

Para Hernández (2014) define que la confiabilidad es el grado en que será aplicado al mismo individuo de un conjunto, produciendo resultados iguales. El grado de confiabilidad se evaluó mediante el coeficiente del Alfa de Cronbach de acuerdo a los rendimientos obtenidos se analizará en el siguiente cuadro:

*Tabla 3. Baremos de Confiabilidad*

0.53 a menos	Nula confiabilidad
0.54 a 0.59	Baja confiabilidad
0.60 a 0.65	Moderada confiabilidad
0.66 a 0.71	Fuerte confiabilidad
0.72 a 0.99	Alta confiabilidad
1	Perfecto confiabilidad

Fuente: Metodología de la investigación científica

Se aplicó la encuesta piloto para validar la confiabilidad, dirigida a 10 personas de la empresa, en la siguiente tabla n°4 refleja la prueba estadística como resultado de alfa de cronbach de la variable innovación conformada por 11 preguntas, y para la variable entrepreneurship se reflejará en la tabla n°5 la prueba estadística como resultado de alfa de cronbach conformada con 9 preguntas.

*Tabla 4. Resultado de Alfa de Cronbach*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
0.941	11

Interpretación: El grado de valor obtenido es de una alta confiabilidad de 0.941 de resultado de Alfa de Cronbach.

*Tabla 5. Resultado de Alfa de Cronbach*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
0.941	9

Interpretación: El grado de confiabilidad de 0.941 es alta, llegando a la conclusión que ha sido de manera óptima la obtención de datos o información del presente estudio.

## 2.5. Procedimiento

La etapa del procedimiento de la presente investigación, abarco por diferentes fases, en primer lugar se identificó la problemática, de acuerdo a ello, se elaboró un cuestionario que respecta temas sobre la innovación y el entrepreneurship, luego de recopilar la información como prueba piloto para hallar la confiabilidad, se solicitó la autorización al Gerente Comercial y Operaciones para asignar el instrumento correspondiente, luego se analizó estadísticamente los datos con el programa Spss Statistics 24.

## 2.6. Métodos de análisis de datos

Se utilizará la estadística descriptiva, para conocer los atributos o características de las variables estudiadas, como también en las dimensiones.

Posada (2016) define que la estadística descriptiva, permite presentarse en gráficos estadísticos, tablas que ayudarán a describir más claro las características o comportamientos de sí mismos.

También se utilizó el nivel de análisis inferencial para la obtención rápida de las conclusiones de la información o datos obtenidos de las personas que presenta el estudio de investigación.

## 2.7. Aspectos éticos

Respeto de la propiedad intelectual: De acuerdo a lo solicitado a cada carrera universitaria, se utilizó citas, referencias al estilo APA, respetando las teorías de cada autor.

Consentimiento informado: Para llevar a cabo la encuesta, primero se informó el objetivo principal de la investigación, teniendo como respuesta la autorización de la empresa, dado ello, los encuestados llenaron el cuestionario de manera voluntaria.

Para Ballesteros (2017) Para lograr el completo llenado de manera certera de los cuestionarios es importante implementar un buen diálogo con los encuestados para el presente estudio de investigación

Observación participante: No hubo intervención ni influencia por parte de los encuestados en marcar alguna de las 5 alternativas.

Para Sáez (2017) define que existen circunstancias de percepciones o subjetividad por parte de los encuestados que como consecuencia a la presente investigación puede ser positivo o negativo.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Pruebas de normalidad

##### 3.1.1. Pruebas de hipótesis

Se plantearon las siguientes hipótesis para la variable 1 llamada innovación:

H0: Los datos de la primera variable innovación en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019, muestran una distribución normal.

H1: Los datos de la primera variable innovación en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019, no muestran una distribución normal.

Se plantearon las siguientes hipótesis para la variable 2 llamada entrepreneurship

H0: Los datos de la segunda variable entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019, muestran una distribución normal.

H1: Los datos de la segunda variable entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019, no muestran una distribución normal.

Se usó el 5 % de nivel de sig. para realizar un contraste bilateral, de los datos obtenidos en la siguiente tabla 1

*Tabla 6. Kolmogorov-Smirnov*

Pruebas de normalidad para la primera variable innovación y la segunda variable entrepreneurship.

	Estadístico	gl	Sig.
Innovación	0.168	50	0.001
Entrepreneurship	0.156	50	0.004

*a. Corrección de significación de Lilliefors*

*Fuente: Elaboración propia*

Distribución normal: Sig. (p-valor) > 0.05 Se rechaza H1 y se acepta H0

No hay distribución normal: Sig. (p-valor) < 0.05 Se rechaza H0 y se acepta

H1 Interpretación:

En la tabla 6 se observa, que el p-valor es menor que el 0.05 “(p-valor) <

0.05”, por consiguiente se llega a rechazar la hipótesis nula (H0) y se llega a aceptar la hipótesis alterna (H1), en el cual fundamenta que no hay distribución normal, por ello se aplicó la técnica no paramétrica Rho Spearman para medir el coeficiente de correlación entre las dos variables.

### 3.2. Resultados descriptivos

#### 3.2.1. Resultados descriptivos de la variable 1

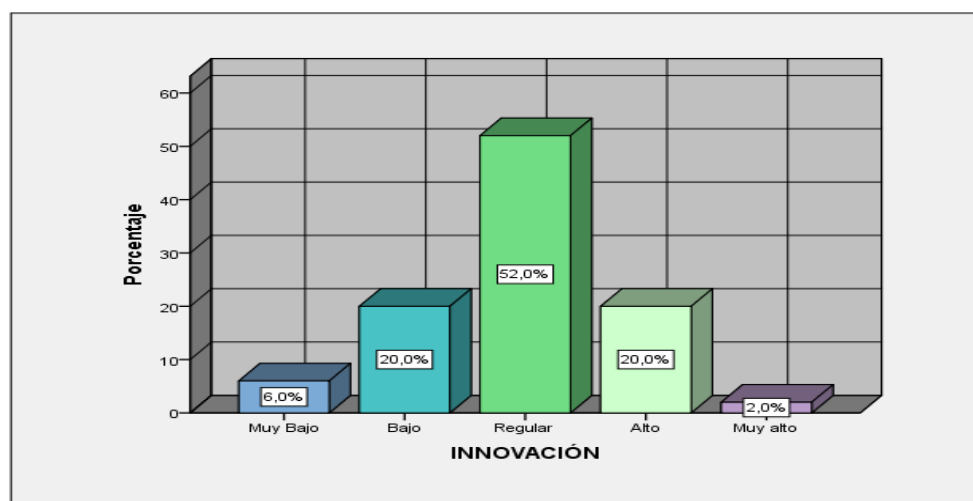
*Tabla 7. Innovación*

Distribución de frecuencias de la variable 1		
	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bajo	3	6.0
Bajo	10	20.0
Regular	26	52.0
Alto	10	20.0
Muy alto	1	2.0
Total	50	100.0

*Fuente: Encuesta a colaboradores*

Interpretación:

En tabla 7 se observa la distribución de frecuencias de la variable 1 llamada innovación, respecto a ello, se obtuvo como resultados que el 6% de encuestados representaron un nivel muy bajo mientras, que el 20% de encuestados representaron un nivel bajo, el 52% de encuestados representaron un nivel regular, por el otro lado representaron un 20% de encuestados a un nivel alto y finalmente un 2% de encuestados en un nivel muy alto.



*Figura 1. Percepción de la Variable innovación*

Interpretación:

En la figura 1 se puede apreciar el gráfico de barras, delimitando los niveles de bajo, regular, alto que fueron obtenidos por los colaboradores pertenecientes al área administrativa y en lo cual los niveles de muy bajo y muy alto fueron obtenidos por personales no pertenecientes al área administrativa.

### 3.2.2. Resultados descriptivos de la variable 2

Tabla 8. *Entrepreneurship*

Distribución de frecuencias de la variable 2

	Frecuencia	Porcentaje %
Muy Bajo	3	6.0
Bajo	4	8.0
Regular	20	40.0
Alto	10	20.0
Muy Alto	13	26.0
Total	50	100.0

Fuente: Encuesta a colaboradores

Interpretación:

En la tabla 8 se observa la distribución de frecuencias de la variable 2 llamada entrepreneurship, respecto a ello, se obtuvo como resultados que el 6% de encuestados representaron un nivel muy bajo, mientras que el 8% de encuestados representaron un nivel bajo, el 40% de encuestados representaron un nivel regular, por el otro lado representaron un 20% de encuestados a un nivel alto y finalmente un 26% de encuestados en un nivel muy alto.

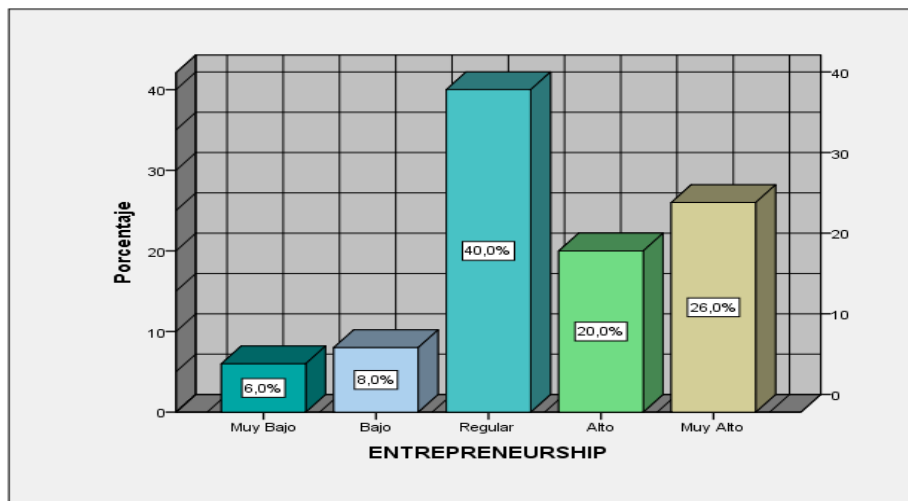


Figura 2. *Percepción de la Variable entrepreneurship*

Interpretación: En la figura 2 se puede apreciar el gráfico de barras, delimitando los niveles de regular, alto, muy alto que fueron obtenidos por los colaboradores pertenecientes al área administrativa y en lo cual los niveles de muy bajo y bajo fueron obtenidos por personales no pertenecientes al área administrativa.

### 3.2.3. Resultados descriptivos de la dimensión 1

*Tabla 9. Innovación en los procesos*

Distribución de frecuencias de la dimensión 1

	Frecuencia	Porcentaje %
Muy Bajo	1	2.0
Bajo	3	6.0
Regular	6	12.0
Alto	18	36.0
Muy Alto	22	44.0
Total	50	100.0

*Fuente: Encuesta a colaboradores*

Interpretación:

En la tabla 9 se observa la distribución de frecuencias de la dimensión 1 llamada innovación en los procesos, respecto a ello, se obtuvo como resultados que el 2% de encuestados representaron un nivel muy bajo, mientras que el 6% de encuestados representaron un nivel bajo, el 12% de encuestados representaron un nivel regular, por el otro lado representaron un 36% de encuestados a un nivel alto y finalmente un 44% de encuestados en un nivel muy alto.

### 3.2.4. Resultados descriptivos de la dimensión 2

*Tabla 10. Innovación de mercado*

Distribución de frecuencias de la dimensión 2

	Frecuencia	Porcentaje %
Muy Bajo	5	10.0
Regular	36	72.0
Muy Alto	9	18.0
Total	50	100.0

*Fuente: Encuesta a colaboradores*

Interpretación:

En la tabla 10 se observa la distribución de frecuencias de la dimensión 2 llamada



innovación de mercado, respecto a ello, se obtuvo como resultados que el 10% de encuestados representaron un nivel muy bajo, mientras que el 72% de encuestados representaron un nivel regular, finalmente un 18% de encuestados representaron en un nivel muy alto.

### 3.2.5. Resultados descriptivos de la dimensión 3

*Tabla 11. Innovación en modelos de negocio*

Distribución de frecuencias de la dimensión 3

	Frecuencia	Porcentaje %
Muy Bajo	27	54.0
Regular	21	42.0
Muy Alto	2	4.0
Total	50	100.0

*Fuente: Encuesta a colaboradores*

#### Interpretación:

En la tabla 11 se observa la distribución de frecuencias de la dimensión 3 llamada innovación en modelos de negocio, respecto a ello, se obtuvo como resultados que el 54% de encuestados representaron un nivel muy bajo, mientras que el 42% de encuestados representaron un nivel regular, finalmente un 4% de encuestados representaron en un nivel muy alto.

### 3.2.6. Resultados descriptivos de la dimensión 4

*Tabla 12. Innovación en los servicios*

Distribución de frecuencias de la dimensión 4

	Frecuencia	Porcentaje %
Muy Bajo	4	8.0
Regular	19	38.0
Alto	24	48.0
Muy Alto	3	6.0
Total	50	100

*Fuente: Encuesta a colaboradores*

#### Interpretación:

En la tabla 12 se observa la distribución de frecuencias de la dimensión 4 llamada innovación en los servicios, respecto a ello, se obtuvo como resultados que el 8% de encuestados representaron un nivel muy bajo, mientras que el 38% de encuestados representaron un nivel regular y el 48% de encuestados representaron un nivel alto, finalmente un 6% de encuestados representaron en un nivel muy alto.

### 3.3. Resultado de las correlaciones

Se aplicó la medida no paramétrica de correlación, Rho de Spearman, para constatar las hipótesis específicas y la hipótesis general. Asimismo, solo se considerará el valor del índice de correlación de Rho de Spearman, llegándose a descartar el p-valor y en nivel de significancia, ya que el presente estudio es de tipo censal.

#### 3.3.1. Hipótesis específica 1

H0: No existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los procesos en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019.

H1: Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los procesos en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019.

#### 3.3.2. Hipótesis específica 2

H0: No existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación de mercado en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019.

H1: Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación de mercado en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019.

#### 3.3.3. Hipótesis específica 3

H0: No existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en modelos de negocio en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019.

H1: Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en modelos de negocio en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019.

#### 3.3.4. Hipótesis específica 4

H0: No existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los servicios en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019.

H1: Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los servicios en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019.

Tabla 13. Coeficiente de correlación

			Variable 1
	Dimensión 1	Coeficiente de correlación	0,685**
Rho de Spearman	Dimensión 2	Coeficiente de correlación	0,492**
	Dimensión 3	Coeficiente de correlación	0,451**
	Dimensión 4	Coeficiente de correlación	0,576**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 13, se puede apreciar el coeficiente de correlación de las 4 dimensiones, con la variable entrepreneurship, dado que el coeficiente de correlación es de 0,685 de la dimensión 1, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1) con una correlación positiva moderada. En la dimensión 2, el coeficiente de correlación es de 0,492 en lo cual se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1) con una correlación positiva moderada. En la dimensión 3 el coeficiente de correlación es de 0,451 en la cual se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1) con una correlación positiva moderada. Finalmente en la dimensión 4 el coeficiente de correlación es de 0,576 en la cual se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1) con una correlación positiva moderada.

### 3.3.5. Hipótesis general

Ho: No existe relación entre innovación y entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019.

H1: Existe relación entre la variable innovación y entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., en la ciudad de Lima – San Isidro, año 2019.

*Tabla 14. Coeficiente de correlación entre la variable 1 y variable 2*

		Innovación	Entrepreneurship
Rho de Spearman	Innovación	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,955**
		N	50
Entrepreneurship	Entrepreneurship	Coeficiente de correlación	,955**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	50

*Fuente Elaborado en SPSS 24*

Interpretación:

Según la tabla 14, se puede observar los resultados obtenidos de coeficiente de correlación, Rho de Spearman entre la variable 1 y la variable 2. En el cual es de 0,955, dando certeza y evidencia que existe una correlación positiva muy alta, por ende se rechazó la hipótesis nula (H0) y se aceptó la hipótesis alterna (H1).

#### IV. DISCUSIÓN

Es fundamental tener en cuenta dos aspectos importantes para el surgimiento de la empresa, por un lado la innovación que es esencial para la dirección estratégica en un mundo empresarial más competitivo, optimizando el factor tiempo, logrando la eficiencia y la productividad. Por otro lado se debe tener en cuenta el entrepreneurship, para desarrollar ideas nuevas de servicio o producto, además de identificar nuevos nichos de negocio implicando el riesgo que se genere, con la finalidad de que sea rentable y sostenible por un plazo duradero.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente tesis de investigación, se pudo determinar el 0,955 de correlación positiva muy alta entre la variable 1 y la variable 2. Los resultados obtenidos se asemejan a la tesis de investigación de Rodavich (2017) titulada *The entrepreneurial attitude and its relation with the capacity of creation of micro-enterprises in the administration students de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*, en el año 2017, en lo cual como objetivo principal tuvo la correlación de las variables 1 y 2, logrando un impacto en los estudiantes en poder confiar en sí mismos y tomar el riesgo para emprender, creando nuevas empresas viables.

Se tuvo en cuenta la tesis de Vargas (2017) titulada *Business Innovation in the SMEs of the footwear sector in the district of The Porvenir*, indicando que existe un alto nivel de innovación en los años anteriores, el 61.5% aplicado por empresarios experimentados con un larga trayectoria en el mundo empresarial y por el otro lado el 38.5% de empresarios con limitaciones en innovación por dar preferencia sus servicios tradicionales o sus productos obsoletos.

Además, teniendo en cuenta los resultados obtenidos, la presente investigación de Centeno da a conocer el impacto del entrepreneurship a nivel Latinoamérica, Centeno (2017) titulada *International Entrepreneurship in Developing Countries: Factors determinants of the prediction of international entrepreneurship* es similar a la presente tesis, porque lograron generar un impacto en otros horizontes, por el hecho de adquirir más conocimientos por su nivel sociocultural y estar preparados para los constantes cambios que emergen en el mundo.

El mundo empresarial, requiere de nuevas innovaciones y entrepreneurs para lograr una ventaja competitiva diferente al resto de empresas, el factor diferenciador será clave para el futuro de la organización, convirtiéndose en una empresa exitosa. Por lo que es necesario aplicar los dos aspectos para generar un impacto económico dentro de la organización

## **V. CONCLUSIONES**

Luego de haber obtenido los resultados, se presenta las siguientes conclusiones en concordancia con el objetivo general y los objetivos específicos del presente estudio de investigación:

Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los procesos en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019

Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación de mercado en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019

Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en modelos de negocio en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.

Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los servicios en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.

Existe relación entre la innovación y el entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.

## VI. RECOMENDACIONES

1. Sugiero que los colaboradores de la empresa Soluciones en Gestión Pública, Sociedad Anónima Cerrada, se arriesguen a emprender nuevos procesos para optimizar el factor tiempo y la entrega de los expedientes técnicos y económicos.
2. Recomiendo que se realice una investigación exhaustiva sobre el entrepreneurship ya que es vital para mejorar la organización, el mundo, adoptando un nuevo modelo económico y tener la decisión de introducirse en un proyecto empresarial rentable.
3. Se recomienda constantemente en innovar nuevos servicios, mercados para generar un impacto empresarial, en donde se desarrolle las actividades de consultoría, asesoría.
4. Se recomendaría elaborar un plan de contingencia para los problemas fortuitos que sucedan en la consultora, asimismo captar nuevas oportunidades dado que formará los mejores consultores, porque consolidarán sus aptitudes.
5. Se ha de recomendar, capacitarse con charlas magistrales por el organismo técnico especializado, Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado en sus distintas instalaciones, para mantenerse actualizado referente a la Ley N° 30225, Ley de contrataciones del Estado, dado que se tendrá una visión más amplia.
6. Se recomienda abordar el tema de la persuasión, dado que es muy fundamental para las futuras negociaciones, asimismo para competir con las demás entidades del estado, dado que el Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado – OSCE, se pronunciará cuando absuelva las consultas de los proveedores en un proyecto vigente, delimitando acoger o no acoger la observación.

## REFERENCIAS

G. James y W. Ananda (2014). Researching peculiarity of entrepreneurs: From positivism to social constructivism *Journal of Entrepreneurial Education*, pp. 91-100

V. Severian y N. Alexandru (2014). Entrepreneurship, support of the economic changes in China *The USV Annals of Economics and Public Administration*, pp. 15-28

Cámaras (2016). La innovación en el proceso de una idea y el tiempo que se va transformando en un bien o servicio novedoso.

Cantos (2016). Community entrepreneurship strategy for the socioeconomic development of the Jose Tipan Niza neighborhood of the Santa Elena Canton.

Morales (2015). Innovation Management in a Food Company.

Centeno (2017). Entrepreneurship in Developing Countries: Factors determinants of the prediction of international entrepreneurship.

IE (2018): Entrepreneur aplicando los tipos de innovación.

Burgos (2014). Determining factors of innovation in metal-mechanic SMEs of Cartagena- Colombia.

Rodavich (2017). The entrepreneurial attitude and its relation with the capacity of creation of micro-enterprises in the administration students of the Inca Garcilaso of the Vega University.

Trigoso (2017). Innovation and knowledge management in educational institutions of primary education in the district of San Luis.

Forbes (2019). Innovación en las empresas del país México.

Benavides y Tupayachi (2015). Entrepreneurship and entrepreneur profile at the National University of San Antonio de Abad – Cusco



Vargas (2017). Innovation in the SMEs of the footwear sector in the district of The Porvenir.

Chau (2015). El entrepreneur constantemente buscar reinventarse utilizando sus aptitudes como oportunidad en un mundo empresarial.

Llantada (2018). La persuasión de los emprendedores es vital para una organización.

Schnarch (2016). Creación de nuevos modelos de negocios rentables que aportan un desarrollo y progreso para el país.

Moncada (2014). Un entrepreneur innovador visionario y estar a las expectativas o necesidades de los consumidores.

Mejía y Sanchez (2014). Modelo de negocio innovador de tipo organizacional.

Ranking Gem (2018). Los países más emprendedores al nivel de la estadística.

Diario Peruano (2018): Aplicar la innovación para el crecimiento de las empresas y para el aporte a la sociedad.

Gupta (2014). La innovación en sus procedimientos, estructuras de las distintas áreas de la organización.

Real Academia Española (2016). Implementar un cambio en la forma de ofrecer el productor o brindar el servicio.

Giannopoulos (2015). La innovación es un proceso de las diversas áreas empresariales y toman como estrategia formar una ventaja competitiva al resto.

Centeno (2014). La innovación se refiere a introducir un nuevo cambio en el producto o servicio.

Sampieri (2010). El enfoque cuantitativo y el tipo de nivel de investigación descriptiva.

Hernández, et al. (2014): Tipo de investigaciones y la interrelación de las variables.

Posada (2016): Estadística descriptiva en gráficos y tablas de las características de la conducta.

Ballesteros (2017). La importancia de una comunicación efectiva con el encuestado en un estudio de investigación.

Sáez (2017). La subjetividad y percepción de las personas que son encuestadas en un estudio de investigación.

Ugarte, G. (2019). Competencias de innovación para fomentar innovación y diversidad. Latinoamérica

América Economía (2019). ¿Innovación o simple optimización de negocio? Obtenido de MBA & Educación Ejecutiva:

<https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/innovacion-o-simple-optimizacion-de-negocio>

Ranking mundial de emprendimiento (2017). Condiciones sistemáticas para el entrepreneurship dinámico en América Latina. Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento

Álvaro & Domingo y Salvado (2016). Conceptos, teoría y perspectiva. Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Valencia.

Vara, C. (2016). El entrepreneurship y las competencias del entrepreneur. Portal Dircom

Lecaro et al, (2017). Global Entrepreneurship Monitor. Ecuador

Ocampo, D. (2016). El emprendimiento social en la formación integral. Escuela de Administración de Negocios (81). Doi:<http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1554>

Mas, J. (2017). Actitud emprendedora. MASEMPRESA:  
CREARMAS. (S.L.D.P). RECUPERADO DE:  
<http://www.crearmas.com/udocumentos/actitud%20emprendedora.pdf>

D. Julian (2019). Regional development and entrepreneurship:  
Evidence for Colombia: Fondo de Cultura Economica

Varela, R. (2015). GEM Reto para la política empresarial  
colombiana: Mejorar la permanencia de los empresarios en la tubería  
empresarial. Universidad Icesi

Gámez, J. (2013). Emprendimiento y creación de empresas: teorías,  
modelos y casos. Bogotá: Universidad de La Salle, Unisalle.

J. Robert, S. Charles (2014). Technology and distance education  
entrepreneurship programs: An eight-point frame-work for best practice. *Journal  
of Entrepreneurship Programs*, pp. 101- 117

ANEXOS


ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Innovación y entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		METODOLOGÍA
			VARIABLES Y DIMENSIONES	INDICADORES	
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Existe relación entre la innovación y el entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019?</p> <p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>a) ¿Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los procesos en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019?</p> <p>b) ¿Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación de mercado en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019?</p> <p>c) ¿Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en modelos de negocio en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019?</p> <p>d) ¿Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los servicios en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación entre la innovación y el entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019. .</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>a) Determinar la relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los procesos en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.</p> <p>b) Determinar la relación entre la variable innovación y la dimensión innovación de mercado en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.</p> <p>c) Determinar la relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en modelos de negocio en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.</p> <p>d) Determinar la relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los servicios en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Existe relación entre la innovación y el entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>a) Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los procesos en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.</p> <p>b) Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación de mercado en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.</p> <p>c) Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en modelos de negocio en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019</p> <p>d) .Existe relación entre la variable innovación y la dimensión innovación en los servicios en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.</p>	<p><b>V1. Innovación</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Innovación en los procesos.</li> <li>Innovación de mercado.</li> <li>Innovación en modelos de negocio.</li> <li>Innovación en los servicios.</li> </ol> <p><b>V2. Entrepreneurship</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Oportunismo.</li> <li>Visión.</li> <li>Persuasión.</li> <li>Actitud positiva.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Tecnología.</b></li> <li>- <b>Benchmarking.</b></li> <li>- <b>Mejora continua.</b></li> <li>- <b>Posicionamiento.</b></li> <li>- <b>Competitividad.</b></li> <li>- <b>Estratégico.</b></li> <li>- <b>Creativo.</b></li> <li>- <b>Productividad.</b></li> <li>- <b>Clientes.</b></li> <li>- <b>Miembros de la organización.</b></li> <li>- <b>Alianzas.</b></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Identificar nuevas oportunidades.</b></li> <li>- <b>Captar proyectos rentables.</b></li> <li>- <b>Planificación.</b></li> <li>- <b>Prevención de problemas o casos fortuitos.</b></li> <li>- <b>Liderazgo.</b></li> <li>- <b>Acciones benéficas.</b></li> <li>- <b>Ser optimista.</b></li> <li>- <b>Pasión.</b></li> <li>- <b>Ser adaptativo.</b></li> </ul>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo.</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Aplicada.</p> <p><b>Diseño de investigación:</b> No experimental (transversal).</p> <p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo.</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Descriptiva - Correlacional.</p> <p><b>Método de investigación:</b> Hipotético – deductivo.</p> <p><b>Población</b> 50 personas.</p> <p><b>Muestra</b> Muestra censal 50 personas.</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario.</p>

## ANEXO B: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ITEMS		Escala Likert				
		N	CN	A	CS	S
Variable: Innovación		1	2	3	4	5
<b>Innovación en los procesos</b>						
1.-	La empresa cuenta con los suficientes recursos tecnológicos para el desarrollo de propuestas.					
2.-	La empresa considera realizar un seguimiento constante a otras organizaciones del mismo rubro.					
3.-	En la empresa se realiza mejoras en los procesos operativos y administrativos.					
<b>Innovación de mercado</b>						
4.-	Considera usted que la empresa está bien posicionada en el mercado.					
5.-	Considera usted que la empresa es diferenciada de las demás organizaciones por el servicio de calidad.					
<b>Innovación en modelos de negocio</b>						
6.-	La empresa cuenta con planes estratégicos para la realización de armado de propuestas económicas y técnicas.					
7.-	Dentro el ámbito laboral considera usted que existe dinamismo y creatividad.					
8.-	Considera usted que la empresa tiene una alta productividad					
<b>Innovación en los servicios</b>						
9.-	Los clientes se encuentran satisfechos por los servicios brindados.					
10.-	Realizan un buen desempeño en sus actividades los colaboradores de la organización.					
11.-	Existen alianzas estratégicas para concursar en las licitaciones del estado peruano.					
<b>Variable: Entrepreneurship</b>						
<b>Oportunismo</b>						
12.-	Los freelancers de la empresa identifican oportunidades para la expansión del servicio.					
13.-	Los freelancers de la empresa captan proyectos viables que son atractivos para el gerente general.					
<b>Visión</b>						
14.-	Existe una planificación eficiente para el desarrollo de actividades.					
15.-	Existe un plan de contingencia para cualquier problema o caso fortuito.					
<b>Persuasión</b>						
16.-	Dentro la empresa se desarrolla un buen liderazgo por el jefe inmediato.					
17.-	Considera usted que existen negociaciones con acciones benéficas.					
<b>Actitud positiva</b>						
18.-	Considera usted que el optimismo es lo que caracteriza a cada miembro de la empresa.					
19.-	Los freelancers de la empresa realizan con pasión sus actividades.					
20.-	Los jefes de cada proyecto son flexibles para la adaptación del manejo y presentación de propuesta.					

ANEXO C: VALIDACIÓN POR CRITERIO DE EXPERTOS

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION			
Título de la investigación: Innovación y entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Juanito 2019.			
Apellidos y nombres del investigador: Vera Gabriel, Junior Lester			
Apellidos y nombres del experto: <u>Mgtr. Carlos Andrés Guerra Benítez</u>			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS
INNOVACION	Innovación en los procesos	Tecnología	La empresa cuenta con los software necesarios tecnológicos para el desarrollo de proyectos
		Recursos humanos	La empresa realiza un seguimiento constante a otros especialistas del mismo rubro.
		Mejora continua	En la empresa se realiza seguim en los procesos operativos y administrativos
		Post-venta	Considera vital que la empresa está bien posicionada en el mercado.
	Innovación de mercado	Competitividad	Considera vital que la empresa es diferenciada de las demás organizaciones por el servicio de calidad.
		Estrategia	La empresa cuenta con planes estratégicos para la realización de armad de propuestas económicas y técnicas.
	Innovación en modelos de negocio	Confianza	Dentro del ámbito laboral considera vital que cuente con recursos y creatividad
		Productividad	Considera vital que la empresa tiene una alta productividad
	Innovación en los servicios	Clientes	Los clientes se encuentran satisfechos que los servicios brindados
		Miembros de la organización	Realizan un buen desempeño en sus actividades los colaboradores de la organización.
ENTREPRENEURSHIP	Oportunismo	Alanzas	Existen algunas estrategias para conseguir en los mercados del estado peruano
		Identificar áreas aprovechables	Los beneficios de la empresa identifican oportunidades para la expansión de servicios.
	Visión	Capacidad de resolver problemas	Los beneficios de la empresa captan proyectos viables que son atractivos para el gerente general
		Planificación	Existen una planificación adecuada para el desarrollo de actividades.
	Perseverancia	Prevención de problemas a causa de errores	Existen un plan de contingencia para cualquier problema o caso fortuito
		Acciones benéficas	Dentro la empresa se desarrolla un buen liderazgo por el jefe inmediato.
	Actitud positiva	Ser optimista	Considera vital que cuando se enfrentan con acciones benéficas
		Flexión	Considera vital que el optimismo es lo que caracteriza a cada miembro de la empresa.
		Ser adaptativo	Los beneficios de la empresa realiza con paciencia sus actividades.
			Los retos de cada proyecto son flexibles para la adaptividad del trabajo y presentación de propuestas.
Firma del experto: 			Fecha de firma: <u>27/09/2019</u>

ESCALA

SI CUMPLE

NO CUMPLE

OPINIÓN DEL EXPERTO

OBSERVACIONES/ SUGERIDAS

5 = Siempre siempre

4 = Casi siempre

3 = A veces

2 = Casi nunca

1 = Nunca

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION

Titulo de la investigación: Innovación y emprendimiento en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.		Apellidos y nombres del investigador: Vera Gabriel, Junior Leslie		Apellidos y nombres del experto: Dr. Vassily Estroza Juan Manuel		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	OPINION DEL EXPERTO	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE
INNOVACION	Innovación en los procesos	Flexibilidad	La empresa cuenta con los suficientes recursos tecnológicos para el desarrollo de proyectos.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Resistencia	La empresa considera realizar un seguimiento continuo a otras organizaciones del mismo rubro.		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Innovación de servicios	Mejora continua	En la empresa se realizan mejoras en los procesos operativos y administrativos.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Posicionamiento	Considera ampliar la oferta de servicios bien posicionada en el mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Competitividad	Considera útil que la empresa se diferencie de las demás organizaciones por el servicio de calidad.		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Innovación en modelos de negocio	Estrategia	La empresa cuenta con planes estratégicos para la realización de nuevos proyectos económicos y sociales.		<input checked="" type="checkbox"/>	
			Control	Dentro el ámbito legal considera útil que exista diagnóstico y actividad.		<input checked="" type="checkbox"/>
		Productividad	Considera útil que la empresa fije una alta productividad.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Clientes	Los clientes se concentran satisfechos por los servicios brindados.		<input checked="" type="checkbox"/>	
			Miembros de la organización	Realizan un buen desempeño en sus actividades los colaboradores de la organización.	5= Siempre 4= Casi siempre 3= A veces 2= Casi nunca 1= Nunca	<input checked="" type="checkbox"/>
ENTREPRENEURSHIP	Oportunismo	Altruismo	Existen diversas estrategias para conseguir en los negocios del estado peruano.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Identificar nuevas oportunidades	Los frenteros de la empresa identifican oportunidades para la expansión del servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Visión	Captar proyectos viables	Los frenteros de la empresa captan proyectos viables que son atractivos para el género general.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Flexibilidad	Existe una planificación eficiente para el desarrollo de actividades.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Previsión de problemas o casos difíciles	Existe un plan de contingencia para cualquier problema o caso difícil.		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Persuasión	Liderazgo	Dentro la empresa se desarrolla un buen liderazgo en el sector empresarial.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Actuación benévola	Considera útil que existan relaciones con actores benéficos.		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Actitud positiva	Ser optimista	Considera útil que el optimismo es lo que caracteriza a cada miembro de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Pasión	Los frenteros de la empresa actúan con pasión sus actividades.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Ser adaptativo	Los roles de cada proyecto son flexibles para la adaptación del servicio y presentación de propuestas.		<input checked="" type="checkbox"/>	
Firma del experto:			Fecha de firma: 24.09.2019		<input checked="" type="checkbox"/>	

Dr. VASSILY ESTROZA JUAN MANUEL  
CONSEJO REGULADOR




**MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION**

Título de la investigación: Innovación y entrepreneurship en la consultoría Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.  
 Apellidos y nombres del investigador: Vera Gabriel, Junior Lealher

Apellidos y nombres del experto: Dr. SUPER CAGRE DAVID FERNANDO

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	OPINION DEL EXPERTO	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE / OBSERVACIONES/ SUGERIDAS
INNOVACION	Innovación en los procesos	Tecnología	La empresa cuenta con los suficientes recursos tecnológicos para el desarrollo de propuestas.	5= Siempre cumple 4 = Casi siempre cumple 3 = A veces cumple 2 = Casi nunca cumple 1 = Nunca cumple	✓	
		Benchmarking	La empresa considera realizar un seguimiento constante a otras organizaciones del mismo rubro.			✓
	Innovación de mercado	Mejora continua	En la empresa se realiza mejoras en los procesos operativos y administrativos.			✓
		Posicionamiento	Considera útil que la empresa esté bien posicionada en el mercado.			✓
		Competitividad	Considera útil que la empresa es diferenciada de las demás organizaciones por el servicio de calidad.			✓
	Innovación en modelos de negocio	Estratégico	La empresa cuenta con planes estratégicos para la realización de armados de propuestas económicas y técnicas.			✓
		Creatividad	Dentro el ámbito laboral considera útil que exista dinamismo y creatividad.			✓
	Innovación en los servicios	Productividad	Considera útil que la empresa tiene una alta productividad.			✓
		Clientes	Los clientes se encuentran satisfechos por los servicios brindados.			✓
		Miembros de la organización	Realizan un buen desempeño en sus actividades los colaboradores de la organización.			✓
Alianzas		Existen alianzas estratégicas para concurrir en las licitaciones del estado peruano.	✓			
Identificar nuevas oportunidades		Los frentes de la empresa identifican oportunidades para la expansión del servicio.	✓			
Opportunismo	Captar proyectos rentables	Los frentes de la empresa captan proyectos viables que son atractivos para el gerente general.	✓			
	Planificación	Existe una planificación eficiente para el desarrollo de actividades.	✓			
Visión	Prevención de problemas o caos futuros	Existe un plan de contingencia para cualquier problema o caso fortuito.	✓			
	Liderazgo	Dentro la empresa se desarrolla un buen liderazgo por el jefe inmediato.	✓			
Persuasión	Acciones específicas	Considera útil que existen negociaciones con acciones benéficas.	✓			
	Ser optimista	Considera útil que el optimismo es lo que caracteriza a cada miembro de la empresa.	✓			
Actitud positiva	Psión	Los líderes de la empresa realizan con pasión sus actividades.	✓			
	Ser adaptativo	Los jefes de cada proyecto son flexibles para la adaptación del manejo y presentación de propuestas.	✓			
		Fecha de firma <u>17/09/2019</u>	✓			

Firma del experto:  2761989



**MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION**

Título de la investigación: *Innovación y emprendimiento en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.*

Apellidos y nombres del investigador: *Vera Gómez, Junior Lealder.*

Apellidos y nombres del experto: *Dr. Corvino, Estela Teodoro*

ASPECTO POR EVALUAR

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTAS	ESCALA	OPINION DEL EXPERTO	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE
INNOVACION	Innovación en los procesos	Tecnología	La empresa cuenta con los suficientes recursos tecnológicos para el desarrollo de procesos.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Marketing	La empresa cuenta con un seguimiento constante a otras empresas/sector del mismo rubro.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Método control	En la empresa se realiza mejoras en los procesos operativos y administrativos.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Investigamiento	Considera útil que la empresa sea bien posicionada en el mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Competitividad	Considera útil que la empresa se diferencie de las demás organizaciones por el servicio de calidad.		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Innovación en modelos de negocio	Estrategia	La empresa cuenta con planes estratégicos para la realización de armados de proyectos económicos y sociales.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Creatividad	Dentro del rubro/sector considera útil que, como, desarrollo y capacidad.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Productividad	Considera útil que la empresa sea una alta productividad.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Clientes	Los clientes se encuentran satisfechos por los servicios brindados.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Miembros de la organización	Realizan o hacen despegos en sus actividades los colaboradores de la organización.		<input checked="" type="checkbox"/>	
ENTREPRENEURSHIP	Oportunismo	Atención	Existen planes estratégicos para concretar en los resultados del periodo pasado.	5= Siempre 4 = Casi siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Ideas/ser nuevas oportunidades	Los resultados de la empresa identifican oportunidades para la expansión del servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Capaz proyectos nuevos	Los resultados de la empresa captan proyectos viables que son atractivos para el garante general.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Planificación	Existe una planificación eficiente para el desarrollo de actividades.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Prevención de problemas y casos difíciles	Existe un plan de contingencia para cualquier problema o caso fortuito.		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Visión	Liderazgo	Dentro la empresa se desarrolla un buen liderazgo por el jefe/iniciador.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Acciones beneficiosas	Considera útil que existan acciones que sean acciones benéficas.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Ser optimista	Considera útil que el optimismo es lo que conmueve a todos miembros de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Trabajo	Los resultados de la empresa muestran que están un actividad.		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Ser adaptativo	Los roles de cada proyecto son flexibles para la adaptación del tiempo y presentación de proyectos.		<input checked="" type="checkbox"/>	
Firma del experto:			Fecha de firma: <i>17/05/2019</i>			

## ANEXO D: CUESTIONARIO



### Cuestionario

El presente cuestionario servirá para elaborar una tesis acerca de **Innovación y entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019.**

Quisiera pedirle en forma muy especial su colaboración para que conteste las preguntas, que no llevarán mucho tiempo, cabe precisar que sus respuestas serán confidenciales. Las opiniones de todos los encuestados serán el sustento del proyecto de investigación para optar el grado académico de título profesional, haciendo un hincapié en que nunca se comunicarán datos individuales.


**Le pido que conteste con la mayor claridad posible respecto al tema.**

NUNCA	CASI NUNCA	AVECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
N	CN	A	CS	S

PREGUNTAS		VALORACIÓN				
		N	CN	A	CS	S
1.-	La empresa cuenta con los suficientes recursos tecnológicos para el desarrollo de propuestas.					
2.-	La empresa considera realizar un seguimiento constante a otras organizaciones del mismo rubro.					
3.-	En la empresa se realiza mejoras en los procesos operativos y administrativos.					
4.-	Considera usted que la empresa está bien posicionada en el mercado.					
5.-	Considera usted que la empresa es diferenciada de las demás organizaciones por el servicio de calidad.					
6.-	La empresa cuenta con planes estratégicos para la realización de armado de propuestas económicas y técnicas.					
7.-	Dentro el ámbito laboral considera usted que existe dinamismo y creatividad.					
8.-	Considera usted que la empresa tiene una alta productividad					
9.-	Los clientes se encuentran satisfechos por los servicios brindados.					
10.-	Realizan un buen desempeño en sus actividades los colaboradores de la organización.					
11.-	Existen alianzas estratégicas para concursar en las licitaciones del estado peruano.					
12.-	Los freelancers de la empresa identifican oportunidades para la expansión del servicio.					
13.-	Los freelancers de la empresa captan proyectos viables que son atractivos para el gerente general.					
14.-	Existe una planificación eficiente para el desarrollo de actividades.					
15.-	Existe un plan de contingencia para cualquier problema o caso fortuito.					
16.-	Dentro la empresa se desarrolla un buen liderazgo por el jefe inmediato.					
17.-	Considera usted que existen negociaciones con acciones benéficas.					
18.-	Considera usted que el optimismo es lo que caracteriza a cada miembro de la empresa.					
19.-	Los freelancers de la empresa realizan con pasión sus actividades.					
20.-	Los jefes de cada proyecto son flexibles para la adaptación del manejo y presentación de propuesta.					

**Muchas gracias por su colaboración.**

ANEXO E: CONTROL DE ASESORÍA

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>CONTROL DE ASESORÍAS</b>	Código : F01-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 20-06-2019
		Página : 1 de 1

1. DATOS GENERALES

Filial / sede:	LIMA NORTE	Período académica:	2019-II
Programa académica:	ADMINISTRACIÓN	Ciclo: X	X
Docente:	MGTR. GUERRA BENDEZU CARLOS ANDRES	E-mail:	cguerrab@ucv.edu.pe

N°	Autor	Fecha	Hora	Breve descripción de la asesoría
1	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	06/09/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	ANALIZA LOS LINEAMIENTOS Y PROCEDIMIENTOS QUE FUNDAMENTAN LA ELABORACIÓN DEL DPI
2	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	13/09/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	APLICA LAS PROPIEDADES MÉTRICAS DE VALIDEZ, CONFIABILIDAD
3	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	20/09/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	APLICA EL PROCEDIMIENTO PLANIFICADO DE RECOJO DE DATOS PARA LA EJECUCIÓN DE SU TESIS
4	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	27/09/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	APLICA EL PROCEDIMIENTO PLANIFICADO DE RECOJO DE DATOS PARA LA EJECUCIÓN DE SU TESIS
5	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	04/10/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	APLICA EL PROCEDIMIENTO PLANIFICADO DE RECOJO DE DATOS PARA LA EJECUCIÓN DE SU TESIS
6	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	11/10/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	APLICA EL PROCESAMIENTO Y TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE SUS DATOS
7	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	18/10/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	1ª JORNADA DE SUSTENTACION
8	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	25/10/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	ORGANIZA LOS RESULTADOS Y LOS DESCRIBE
9	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	02/11/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	ANALIZA LOS RESULTADOS Y LOS DISCUTE CON LOS ANTECEDENTES DE SU INVESTIGACIÓN
10	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	09/11/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	ELABORA LAS CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES
11	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	16/11/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	REVISIÓN DEL INFORME DE TESIS
12	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	23/11/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	REVISIÓN DEL INFORME DE TESIS
13	VERA GABRIEL JUNIOR LESTHER	30/11/2019	8 p.m. a 9:40p.m.	REVISIÓN DEL INFORME DE TESIS

  
 Firmo del Docente

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

## ANEXO G: CARTA DE AUTORIZACIÓN



### CARTA DE AUTORIZACIÓN

Lima, 28 de Noviembre de 2019.

Yo, **David Fernando Alíaga Correa**, identificado con DNI 27168879, en mi calidad de Gerente Comercial y de Operaciones de la empresa Soluciones en Gestión Pública S.A.C, autorizo a **Junior Leisher Vera Gabriel** con DNI 72374422, estudiante de la Universidad César Vallejo, a utilizar información confidencial de la empresa para el proyecto de investigación denominado "Innovación y entrepreneurship en la consultora Soluciones en Gestión Pública S.A.C., San Isidro 2019." El estudiante asume que toda la información y el resultado del proyecto será de uso exclusivamente académico.

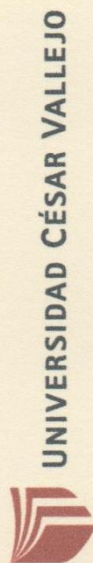
El material suministrado por la empresa será la base para la construcción de un estudio de investigación. La información y resultado que se obtenga del mismo podrán llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye la formación de los estudiantes de la Escuela de Administración.

Atentamente,

David Fernando, Alíaga Correa  
DNI 27168879



ANEXO H: CERTIFICADO POR EL COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN ACTIVA  
EN EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO



# CERTIFICADO

Otorgado a

**JUNIOR LESTHER VERA GABRIEL**

En reconocimiento por su COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN ACTIVA en el desarrollo de  
**PROYECTOS DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO**

Lima, 29 de abril del 2019.



**Dr. Carlos delgado Céspedes**  
Coordinador Académico  
EP de Administración  
Filial Lima.



**Mg. Giancarlo Mancarella Valladares**  
Secretario Académico  
EP de Administración  
Filial Lima.