



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

**RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y EL
DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS MYPES
DE CONFECCIONES DEL EMPORIO COMERCIAL DE
GAMARRA, LIMA 2020**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autor:

Bach. Alfredo Anselmo Rodriguez Jimenez

Asesor:

Mg. Augusto Paz Campaña

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

“A Dios Padre que es el centro de mi vida, a mi amado hijo Zuriel que es la fuerza que me impulsa todos los días, a mi madre que siempre estuvo a mi lado incondicionalmente, a mi padre por darme la vida, a mis hermanos por celebrar mis logros como suyos, a mi tía Carmen por ser mi maestra y a toda mi familia por confiar en mí”.

Alfredo Anselmo Rodríguez Jiménez

AGRADECIMIENTO

“Agradezco a mi familia por confiar en mí, a mi universidad por darme las herramientas para forjarme profesionalmente, a mis profesores por sus valiosas enseñanzas y a mis compañeros que hicieron de cada minuto en la universidad un momento único e irrepetible, gracias porque su presencia en este camino influyo positivamente en el logro de este importante objetivo”.

Alfredo Anselmo Rodríguez Jiménez

Tabla de contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.1.1. Antecedentes.....	14
1.1.2. Marco teórico.....	22
1.2. Justificación de la investigación	35
1.3. Objetivos.....	36
1.3.1. Objetivo general	36
1.3.2. Objetivos específicos	36
1.4. Hipótesis	37
1.4.1. Hipótesis general	37
1.4.2. Hipótesis específicas.....	37
CAPITULO II. METODOLOGÍA	38
2.1. Tipo de investigación.....	38
2.2. Población y muestra (materiales, instrumentos y métodos).....	38
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	40
2.4. Procedimiento	41
2.5. Método de análisis de datos	42
2.6. Aspectos éticos.....	43
CAPITULO III. RESULTADOS	44
3.1. Análisis de los resultados de los cuestionarios	44
3.1.1. Análisis de los resultados de innovación tecnológica	45
3.1.2. Análisis de los resultados de desempeño organizacional	51
3.2. Contrastación de las hipótesis.....	60
3.2.1. Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov.....	60
3.2.2. Análisis factorial exploratorio	61
3.2.3. Correlaciones Rho de Spearman.....	65

3.2.4.	Contrastación de las hipótesis	65
3.2.4.1.	Hipótesis general.	66
3.2.4.2.	Primera hipótesis específica.	67
3.2.4.3.	Segunda hipótesis específica.	68
CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES		70
4.1.	Discusión.....	70
4.2.	Implicancias	71
4.3.	Limitaciones.....	72
4.4.	Conclusiones	73
CAPITULO V. RECOMENDACIONES		75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		77
ANEXO N° 1. MATRIZ OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.		85
ANEXO N° 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....		86
ANEXO N° 3. CUESTIONARIOS.....		87
ANEXO N° 4. VALIDACIÓN DE JUECES		89
ANEXO N° 5. ALFA DE CRONBACH		98
ANEXO N° 6. DATO ESTADÍSTICO KAISER-MEYER-OLKIN (KMO) Y PRUEBA DE EXTRACCIÓN MEDIANTE EL MÉTODO DE COMPONENTES DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA		102
ANEXO N° 7. DATO ESTADÍSTICO KAISER-MEYER-OLKIN (KMO) Y PRUEBA DE EXTRACCIÓN MEDIANTE EL MÉTODO DE COMPONENTES DE DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL		103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Líneas de productos y servicios	45
Tabla 2: Tecnologías de control	46
Tabla 3: Métodos innovadores	47
Tabla 4: Lanzamiento de productos y servicios	47
Tabla 5: Desarrollo de productos nuevos	48
Tabla 6: Productos y servicios personalizados	49
Tabla 7: Adopción de tecnología avanzada	50
Tabla 8: Retorno de inversión	51
Tabla 9: Crecimiento de ganancias.....	52
Tabla 10: Crecimiento de ventas	53
Tabla 11: Participación de mercado	54
Tabla 12: Satisfacción de cliente	55
Tabla 13: Imagen corporativa.....	56
Tabla 14: Valor de marca	57
Tabla 15: Productividad de empleados.....	58
Tabla 16: Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov - innovación tecnológica.....	60
Tabla 17: Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov - desempeño organizacional ..	61
Tabla 18: Prueba de KMO, Bartlett y Método de extracción - innovación tecnológica	62
Tabla 19: Varianza total explicada – innovación tecnológica.....	62
Tabla 20: Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser - innovación tecnológica.....	62
Tabla 21: Prueba de KMO, Bartlett y Método de extracción - desempeño organizacional	63
Tabla 22: Varianza total explicada – desempeño organizacional.....	63

Tabla 23: Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser - desempeño organizacional.....	64
Tabla 24: Correlaciones Rho de Spearman	65
Tabla 25: Resultado de Rho de Spearman - Hipótesis General.....	66
Tabla 26: Resultado de Rho de Spearman – Primera hipótesis específica.....	67
Tabla 27: Resultado de Rho de Spearman – Segunda hipótesis específica.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ciclo de vida de la tecnología. S curva	27
Figura 2. Líneas de productos y servicios	45
Figura 3. Tecnologías de control	46
Figura 4. Métodos innovadores	47
Figura 5. Lanzamiento de productos y servicios	48
Figura 6. Desarrollo de productos nuevos	49
Figura 7. Productos y servicios personalizados	50
Figura 8. Adopción de tecnología avanzada.....	51
Figura 9. Retorno de inversión	52
Figura 10. Crecimiento de ganancias	53
Figura 11. Crecimiento de ventas	54
Figura 12. Participación de mercado	55
Figura 13. Satisfacción de cliente.....	56
Figura 14. Imagen corporativa.....	57
Figura 15. Valor de marca	58
Figura 16. Productividad de empleados	59

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar si existe relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra 2020, para obtener información que determine cuál de las dimensiones relacionadas da mayor beneficio a las economías de las empresas MYPES, debido a que la innovación tecnológica puede llegar a convertirse en un elemento importante para el desempeño de las empresas del sector desde una correcta implementación. Esta tesis utiliza el tipo de investigación correlacional enfatizando el análisis cuantitativo y usa el diseño de investigación no experimental transversal correlacional, con una muestra de 209 administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra. La técnica de recopilación de información fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario de los investigadores Abdukhoshimov, K., & Durmuş-Özdemir, E. (2016). Además de usar el programa SPSS 22 para encontrar relación entre las variables y el Excel para exponer las tablas. Los resultados alcanzados en la presente investigación demuestran que la innovación tecnológica si se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

Palabras clave: Innovación tecnológica, Desempeño organizacional.

ABSTRACT

The objective of the investigation was to determine if there is a relationship between technological innovation and organizational performance in MYPES clothing manufacturing companies of Gamarra commercial emporium 2020, to obtain information that determines which of the related dimensions gives the greatest benefit to the economies of MYPES companies, because technological innovation can become an important element for the performance of companies in the sector from a correct implementation. This thesis uses the correlational type of research emphasizing quantitative analysis and uses the correlational cross-sectional non-experimental research design, with a sample of 209 administrators and / or managers of the MYPES clothing manufacturing companies of Gamarra commercial emporium. The information gathering technique was the survey and the instrument was the questionnaire of the researchers Abdukhoshimov, K., & Durmuş-Özdemir, E. (2016). In addition to using the SPSS 22 program to find a relationship between the variables and Excel to expose the tables. The results achieved in this investigation show that technological innovation is positively related to the organizational performance of the MYPES clothing manufacturing companies of Gamarra commercial emporium, Lima 2020.

Keywords: Technological innovation, Organizational performance.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Enfoque internacional

La innovación es un proceso significativo, dinámico y en desarrollo, cuyo resultado es un cambio positivo orientado a mejorar el proceso de transformación en las empresas y satisfacer mejor las necesidades del cliente. La economía actual tiende a caracterizarse como una economía nueva, global y basada en el conocimiento. La nueva economía global es una economía del conocimiento y las ideas. La integración completa de ideas y tecnologías innovadoras en los servicios y productos se ha convertido en la clave para crear nuevos puestos de trabajo y mejores niveles de vida. Solo aquellas empresas que son dinámicas son capaces de responder rápidamente a la demanda del mercado y son capaces de investigar y desarrollar nuevos productos, innovaciones y cambios tecnológicos (Lesáková, Ľ., 2014).

Todavía hay un bajo nivel de inversiones en investigación y desarrollo en Eslovaquia. Según el Cuadro europeo de indicadores de la innovación (EIS) 2010, Eslovaquia se ha clasificado internacionalmente entre los países con un bajo rendimiento en innovación, situándose en solo el 66% de la media de la Unión Europea (UE), y se ha clasificado en el puesto 21 entre la UE27 en términos de rendimiento en innovación y pertenecemos al grupo de los llamados innovadores moderados. Quedarse atrás tiene varias causas importantes, entre otras cosas, se debe al bajo gasto público y privado en investigación y desarrollo. El gasto medio en la UE27 se sitúa en el 1,82% del PIB, mientras que en Eslovaquia es sólo el 0,63% del PIB en 2010, y los fondos públicos representan el 55% del gasto total en ciencia e investigación (Lesáková, Ľ., 2014).

Las actividades de innovación en las PYME eslovacas están respaldadas principalmente por aquellas entidades comerciales, que están motivadas por la presión de la competencia, la necesidad de desarrollar e implementar nuevas tecnologías, hacer que la producción sea más efectiva, penetrar en nuevos mercados o reaccionar a los cambios del entorno empresarial. No existen dudas sobre los beneficios de las innovaciones en todos los negocios. Para las empresas y la economía, la innovación es un requisito previo para obtener una posición favorable en la futura economía global. Este es un tema de especial importancia para las PYME eslovacas (Lesáková, L., 2014).

Enfoque nacional

El Perú es un país privilegiado porque es una fuente importante de fibras de alta calidad, las cuales son muy valiosas en la industria textil y de la confección, pero a su vez, estos sectores también tienen tareas pendientes, incluida la competitividad productiva. Según León, C. (2018), representante de UBM en Perú, deben integrar la innovación tecnológica en las operaciones de la empresa para este fin. Los mercados internacionales actualmente piden productos que se puedan entregar en tiempos cortos, en cantidades, precios que sean competitivos y de productos que sean nuevos en variedad y diseño. " Los temas técnicos y la digitalización son un tema completamente global, lo hemos visto en diferentes industrias de nuestro país, y la industria textil y de la confección no se alejan de esta realidad ", señaló Carmen León.

Así mismo mencionó que la tecnología se ve también en máquinas nuevas que se utilizan para los procesos en la industria de confecciones y textil, y que en la industria peruana de confecciones se ha estado perdiendo competitividad en los diferentes mercados del extranjero, dado que no se invierte en innovación tecnológica, principalmente por el poca nivel de financiamiento y el poco conocimiento de adecuados

proveedores. "El uso de la tecnología más avanzada permitirá a la industria textil y de la confección de Perú acortar los tiempos de entrega, aumentar la flexibilidad de cantidad y reducir los costos de producción, aumentando así la competitividad", recalcó.

Igualmente es preciso mencionar que el Perú está ubicado dentro de 128 países en el puesto 71, de acuerdo con el Índice Global de Innovación (2019), en cuanto a innovación se refiere. Basándose en 82 indicadores que se encuentran relacionados a como se desarrolla la innovación en un país. Además, en términos de indicadores de desarrollo de la innovación, Perú ocupa el puesto 119 de 138 economías.

Según De Loayza, P. (2017), los peruanos tenemos mucha creatividad, pero hay muchos problemas para llegar a ser innovadores, porque esto incurrirá en costos adicionales o por la capacidad técnica de la metodología de investigación. De igual forma, el profesor de Rio Navarro (2017), los peruanos somos emprendedores, esto se refleja en la cantidad de negocios que se crean cada día, pero la mayoría son copias de otros negocios, pero con menos innovación.

En la mayoría de veces las MYPES rechazan la idea de trabajar la innovación dado que tienen la idea de que no son tecnológicas o porque no poseen el dinero para desenvolver o adquirir dicha tecnología, esto viene porque no conocen que no existe vínculo único entre tecnología e innovación. En otras palabras, se puede innovar sin tecnología. Puesto que, la tecnología viene a ser una herramienta, mas no la innovación. Uno de los principales problemas principales que posee la innovación y desarrollo (I+D) es pasar a la innovación, cómo descubrir este nuevo hallazgo, esta nueva tecnología puede transformarse en una innovación que le guste a la gente para resolver problemas (Ponce, F., & Zevallos, E., 2017).

No suele haber un método innovador, ni un método de pensamiento ni un método estructural. Todos los días hay un gerente que se enfoca en el trabajo diario y se olvida del plan estratégico, una vez completado, la innovación pierde importancia. La crisis solo agravará esta situación, intentará reducir riesgos y trasladar recursos al mantenimiento del proyecto en el corto plazo, en lugar de apostar por un modelo innovador que capte la demanda y refuerce su posición en el mercado. (Corilloclla, P., & Granda, A., 2013).

Estamos en un momento en el que estamos llenos de información, si no podemos procesar la información correctamente, esto puede provocar que entremos en un estado de oxidación de la información. La empresa tiene dos perspectivas. Internamente, no cuentan con una estructura que facilite el flujo de información entre equipos humanos. Pueden manejar y procesar información para incrementar la fuente de conocimiento. Por lo tanto, este tipo de conocimiento depende de una sola dirección, mientras que utiliza información sesgada y Elección incorrecta. Externamente, si no hay una herramienta de filtrado disponible (no todo el mundo sabe o quiere usar), entonces una gran cantidad de información hará que no se capture (Ramírez, C. G., & Reyes, L. A., 2019).

1.1.1. Antecedentes

Tras una búsqueda profunda a continuación, se muestran investigaciones que son tomadas como antecedentes, de acuerdo con el grado de importancia y ordenados cronológicamente. Es preciso mencionar que en la actualidad no existen investigaciones científicas que estudien a la innovación tecnológica y al desempeño organizacional en conjunto en el sector confecciones en el Perú.

Antecedentes internacionales

El artículo académico de Subrahmanya, M. H. (2011) titulado “Technological Innovations and Firm Performance of Manufacturing SMEs: Determinants and Outcomes.” Pretende estudiar cómo el espíritu empresarial y los factores a nivel de empresa fomentan la innovación tecnológica, promoviendo así el desempeño económico de las pequeñas y medianas empresas (PYME) en las industrias de autopartes, máquinas herramienta y electrónica. El estudio de Bangalore se basa en los datos principales recopilados de 157 pequeñas y medianas empresas durante cinco años (febrero de 2001 a junio de 2005) y utilizó un análisis de regresión escalonada. El investigador discutió cómo el espíritu empresarial y otros factores a nivel de la empresa afectan el espíritu empresarial y la innovación, los factores a nivel de la empresa, los factores de inversión y la innovación determinan el desempeño económico de las pymes. Las pequeñas y medianas empresas innovadoras están compuestas principalmente por empresarios capacitados, firmas de diseño única e innovan con sustento externo. Juntos, determinan el desempeño de innovación de las pymes en función de las ventas de innovación. Las ventas innovadoras y los insumos de factores les dan la oportunidad a los empresarios (especialmente a las empresas jóvenes) obtener un desempeño económico mejor en manera de un crecimiento mayor de la facturación.

Rahman, N. A., Yaacob, Z., & Radzi, R. M. (2016) en su artículo académico denominado “An overview of technological innovation on SME survival.” examina la literatura de la innovación tecnológica sobre la existencia de las PYME estudiando la literatura con artículo académico de PYME. La referencia previa sobre supervivencia sigue siendo escasa, incluso siendo el punto de referencia clave para medir el rendimiento empresarial. Se ha manifestado dentro de la literatura que la implementación de la innovación tecnológica está relacionada significativamente con el desempeño de las empresas, pero rara vez se discute su impacto en la existencia de las PYMES. La

existencia de las pymes se refiere al año de operaciones comerciales, la disponibilidad de planes futuros y la diversidad de gamas de productos y/o servicios. La metodología utilizada para este trabajo consiste en la búsqueda en la biblioteca y evaluar la revisión de la literatura previa en el tema de Supervivencia e Innovación Tecnológica de las PYMES. La búsqueda en la biblioteca abarca desde materiales en línea y fuera de línea hasta revistas de artículos y capítulos de un libro. Las referencias se basan en bases de datos en línea como Web of Science, Scopus, Science Direct y Google Scholar. La búsqueda avanzada se limita a PYME, Innovación, Tecnología, Supervivencia y pequeñas empresas. Las referencias solo se toman del artículo de la revista, el capítulo de un libro y el documento de texto completo. Según investigadores sociales y expertos en administración, las principales innovaciones tecnológicas destacadas en la literatura incluyen equipos y máquinas complejas, la integración de diferentes tecnologías, dispositivos, máquinas y equipos, y la integración de diferentes tecnologías y dispositivos de innovación. Al observar el alcance de la innovación tecnológica de Diaconu (2011); Las redes sociales, el registro computarizado, el marketing online pueden clasificarse bajo la innovación tecnológica actual, ya que estos medios se basan en la tecnología e influyen en la intensidad del desarrollo con procesos o productos nuevos o mejorados. Aparte de esta justificación, entre otros enfoques, estos tres medios están cerca del negocio y sus potenciales aún no se han optimizado. En resumen, la discusión crítica que se brinda en este trabajo ayudaría a fortalecer el cuerpo de conocimiento sobre los estudios de las PYMES, además de actuar como referencia para la investigación en otros países. Los resultados de esta revisión arrojan algunas luces sobre el potencial de las redes sociales como parte del marketing online; ya que los clientes en línea son mayores que los clientes típicos fuera de línea.

El artículo académico (cuantitativo-correlacional) de Ukpabio, M. G., Oyebisi, T. O., & Siyanbola, O. W. (2018) titulado “Effects of Innovation on Performance of Manufacturing SMEs in Nigeria.” estudia cómo la innovación influye el desempeño de las pequeñas y medianas empresas (PYME) manufactureras en países en desarrollo. Para enriquecer la literatura, este artículo estudia la influencia de varios aspectos de la innovación en el desempeño de las PYMES manufactureras nigerianas. Se obtuvo un total de 305 muestras de PYMES del subsector textil/cuero/confección y calzado; subsector madera / muebles y carpintería; y subsector de caucho y plástico doméstico / industrial en el suroeste de Nigeria. Se estudiaron los datos reunidos por medio del análisis de correlación y análisis de regresión jerárquica. Se llega a mostrar como resultado del análisis correlacional que todas las dimensiones de la innovación (proceso, producto, organización y mercado) poseen una relación significativamente positiva con el desempeño de la empresa. De igual forma se muestra el resultado del análisis de regresión jerárquica donde se ratifica que la innovación organizacional y la innovación de procesos poseen una significativa influencia en el desempeño de las pymes. Los resultados revelaron que la innovación del producto posee un alfa de Cronbach de 0.788, para innovación de proceso: 0,715, para innovación organizacional: 0,608 y para innovación de marketing: 0,952. En cuanto a la estadística de correlación se observó que entre la innovación y sus dimensiones de innovación existe una relación positiva con el desempeño de la empresa. Dimensión de innovación como; innovación de procesos ($r = 0.384$), innovación de procesos ($r = 0.476$), innovación de marketing ($r = 0.388$) e innovación organizacional ($r = 0.361$). En términos generales, la innovación posee una representación aproximada del 55,7% en la variación en el desempeño de las pymes manufactureras. En este artículo se llegó a la conclusión que las dimensiones de la innovación, concretamente la innovación de procesos y organizativa, son componentes

para la mejorara del desempeño de las PYMES en Nigeria. Es por esto, los dueños y/o gerentes de estas mismas empresa tienen que darle la debida importancia a la implementación de la innovación dentro de sus respectivas empresas, dado que influyen en el desempeño de las mismas.

De acuerdo con el artículo académico de Wang, D. S. (2019) titulado “Association between technological innovation and firm performance in small and medium-sized enterprises.” Para hacer frente al drástico impacto del desarrollo industrial, cada gobierno ha formulado varias estrategias para mejorar la competencia nacional y ha construido una base sólida para lograr sus planes nacionales. A este nivel de país, la intensificación de la competencia global y la incertidumbre ambiental son preocupaciones primordiales. Por el contrario, a nivel de empresa, el rápido cambio tecnológico es una fuerza crítica que impulsa el crecimiento financiero y del mercado. Hay muchas pymes en países en desarrollo que deben innovar por falta de recursos. Para responder a este entorno cada vez más competitivo, las empresas no solo deben desarrollar nuevas habilidades, sino también explotar los productos y servicios existentes. En esta investigación (cuantitativo-correlacional) la muestra se obtuvo de una encuesta sobre prácticas de innovación entre pymes. Se utilizaron bases de datos mantenidas por el Ministerio de Asuntos Económicos de Taiwán para construir el marco muestral. Se evaluó la base de datos y se incluyeron documentos que permitieron la identificación de pequeñas y medianas empresas en Taiwán durante 2017-2018. Se utilizó el método de consistencia interna para evaluar la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach, donde todos los valores fueron superiores a 0,70. Se utiliza el método de encuesta dado que no existen información archivada minuciosa para valorar el desempeño y la innovación de la empresa. Se encuentra que existe una correlación positiva entre la innovación y el desempeño de la empresa, lo que indica que las pymes tienen que innovar. Al mismo tiempo, se muestra que existen

algunas tácticas de innovación que se encuentran relacionadas de manera positiva con el desempeño de la empresa en las PYMES, entre las cuales se pueden mencionar: el invento de procesos nuevos, el invento de productos nuevos y servicios y el aprovechamiento de nuevas oportunidades de ingresar a mercados nuevos y desarrollar de nuevos canales de distribución.

Según los investigadores Ndemezo, E., & Kayitana, C. (2020) en su artículo académico “Innovation and Firms’ Performance in the Rwandese Manufacturing Industry: A Firm-Level Empirical Analysis.” Para un rápido crecimiento económico en las economías en desarrollo, el espíritu empresarial y el desarrollo industrial se encuentran entre los objetivos valiosos. Si bien el espíritu empresarial es el pilar de un crecimiento económico significativo, solo puede esperar resultados tangibles a través de la innovación. La innovación se refiere a todos los pasos científicos, tecnológicos, organizativos, financieros y comerciales que realmente conducen o están destinados a conducir a la implementación de productos o servicios tecnológicamente nuevos o mejorados (OCDE, 2005). La OCDE (2005) hace un inventario de cuatro tipos de innovación: innovaciones de productos, innovaciones de procesos, innovaciones organizativas e innovaciones de marketing. La muestra utilizada contiene 59 empresas manufactureras ubicadas en las ciudades de Huye y Kigali. Los objetivos de este artículo académico son (i) los componentes concluyentes de la disposición de innovación y (ii) la relación de la innovación en el desempeño de las empresas manufactureras en Rwanda. Para lograr estos dos objetivos, se recurre al modelado estructural multietapa que proponen Crépon et al. (1998). A pesar de esto, se utilizó la técnica de dos partes, en la primera parte se determina que si existe relación entre las decisiones de innovación y los resultados de la innovación. Y en la segunda parte, se establece la relación entre los resultados de la innovación y el desempeño de la empresa. Los datos utilizados proceden

de la "encuesta empresarial de 2006" del Banco Mundial. Este artículo dió tres resultados:

(i) que la innovación de productos posee una vinculación directa con la innovación de procesos, dado que las empresas que decidieron implementar la innovación de procesos lo lograron a través de la implementación de nuevos productos o mejorados en el mercado; (ii) que el reconocimiento internacional de la calidad no se encuentra vinculado al compromiso estable con la innovación. Pero si se encuentra vinculado al uso de las tecnología con licencia que poseen las empresas del extranjero; (iii) el "reconocimiento internacional de la calidad" es el factor principal del desempeño financiero de la empresa.

Antecedentes nacionales

La investigación de Bodero, Y. (2012) titulada “Evaluación del desarrollo e innovación tecnológica de la región Piura en el sector productivo.” Estudio el nivel de desarrollo de las tecnologías y cómo se comporta la innovación tecnológica en Piura. Se compilaron y estudiaron datos de la encuesta de Diagnóstico de Innovación y Desarrollo Tecnológico (DIDT), que se aplicó a 14 empresas de la Región Piura. Se usó la evaluación propuesta en el Manual de Bogotá. El cual contiene un modelo de eslabones de cadena, lo que significa que la innovación debe ser considerada en la interacción con todo el proceso de producción. Basado en la retroalimentación permanente entre componentes y la interacción entre oportunidades de mercado y capacidades de la empresa. De esta forma, mide la capacidad de la empresa para afrontar el proceso de innovación y los esfuerzos por potenciar la capacidad de innovación, incluida la capacidad de conexión o conexión entre ellos. Se utilizan entrevistas y cuestionarios personalizados en forma de encuestas semi-pistola, con atención personalizada a las empresas. Esto último incluye proporcionar instrucciones preliminares sobre cómo responder el cuestionario y acordar una fecha límite para el formulario de búsqueda. En algunos casos, se utilizan entrevistas

estructuradas. El resultado es la formulación de políticas para mejorar la competitividad de la región, y estas políticas deben ser aplicadas en beneficio del desempeño de la empresa. Por lo tanto, la principal conclusión radica en la aprobación de la carta sindical como medio de optimización de recursos. La necesaria intervención del Estado para incentivar la inversión y desarrollar tecnologías innovadoras.

La investigación de Sotomayor, R. M. (2016) denominada “Propuesta de estrategias de ciencia, tecnología e innovación para la internacionalización en la industria del pisco en el Perú.” Tuvo como objetivo el identificar cuáles son las estrategias en relación a la ciencia, tecnología e innovación, teniendo como muestra a 173 empresas productoras de pisco, esta investigación fue de tipo descriptivo exploratorio, analítico con enfoque cuali-cuantitativo. Los datos obtenidos en las entrevistas fueron analizados con el software cualitativo para datos: ATLAS.ti, el SPSS V20 fue el programa estadístico que se usó para procesar la información reunida de las encuestas. Este instrumento fue sometido a la validación de juicio por expertos y permitiendo así hallar la confiabilidad a través del Alfa de Cronbach (0.792). Llegando a la conclusión que existen brechas tecnológicas como la poca inversión en investigación, desarrollo e innovación y sistematización de la información.

En la investigación de Hernández, C. M. (2018) titulada “Gestión de la tecnología en los proyectos de innovación de una empresa peruana del sector minero. Un estudio de caso.” El propósito principal es analizar y estudiar la gestión técnica de una empresa minera. Este trabajo de investigación es cualitativo. Se trata de un estudio de múltiples casos. La conclusión es: por el nivel de inversión y el impacto del proyecto, la empresa minera será mayor Implementar y proteger a gran escala, implementar y planificar parcialmente y realizar un seguimiento a menor escala.

La investigación de Vicente, J. L (2019) titulada “Innovación tecnológica y competitividad en las MYPES agroindustriales de la provincia de Pasco-2017.” El propósito es comprender el impacto de la innovación tecnológica en la competitividad de Pasco MYPES. Este trabajo es descriptivo y explicativo, con un diseño no experimental, y una muestra de 27 MYPES agroindustriales de la provincia de Pasco. Concluyó que la innovación tecnológica es fundamental para el desarrollo y crecimiento de la empresa y por tanto es competitiva.

1.1.2. Marco teórico

Innovación

A menudo, la innovación se confunde con la invención (Tidd, J., & Bessant, J. R., 2018). Por definición, la invención es una idea prometedora de producto o servicio, basada en nueva ciencia o tecnología (Branscomb, L., & Auerswald, P. E., 2002) en tanto que la innovación se considera una entrada exitosa de un nuevo producto basado en ciencia o tecnología en un mercado particular (Branscomb, L., & Auerswald, P. E., 2002). Más precisamente, la invención se trata de una investigación básica no dirigida y no económica, mientras que la innovación tiene una intención específica y un propósito económico (Godin, 2006). Una innovación puede ser un nuevo producto, servicio, diseño de producción o segmento comercial (Tidd, J., & Bessant, J. R., 2018). Desde una perspectiva schumpeteriana, toda organización que se esfuerce por obtener beneficios debe innovar para garantizar el cambio, el crecimiento y la eficacia de la organización (Jacobi, M., 2018).

Jacobi, M. (2018), por ejemplo, divide la innovación en innovación tecnológica y no tecnológica. Donde, la innovación de marketing y la innovación organizacional se asocian a las innovaciones no tecnológicas, en tanto que la innovación de productos y

procesos se relaciona con la innovación tecnológica (Jacobi, M., 2018). Al tener una mirada más profunda, a menudo la innovación ocurre externamente debido a los nuevos productos suministrados en un mercado, pero también están relacionados con los procesos corporativos internos. Por eso es importante distinguir entre diferentes segmentos de innovación (Engelen et al., 2015).

Teoría de innovación

Teoría de la difusión de la innovación de Rogers

Esta teoría es sin duda una de las más conocidas para entender cómo las empresas adoptan las tecnologías de la información (TI) y estudiar cómo las innovaciones de TI trascienden dentro de las empresas. Según la teoría, la innovación se percibe como una idea, un proceso o una tecnología que es nueva o desconocida para los individuos dentro de un área o contexto social particular. La difusión es un proceso en el que la información sobre la innovación fluirá de una persona a otra en el sistema social a lo largo del tiempo (Rogers, E. M., 1995).

Desde la década de 1960, la teoría de la difusión de la innovación se ha utilizado para explicar el proceso de adopción de la innovación. Después de una extensa revisión de la literatura, Rogers (1995) descubrió cinco atributos que el usuario percibe y que siempre se han considerado los determinantes del éxito de la innovación de TI: ventaja relativa, compatibilidad, complejidad, posibilidad y observabilidad. La ventaja relativa es la percepción que tiene el usuario de los bienes o mejoraría de las tecnologías existentes al acoger innovaciones. La compatibilidad captura la medida en que una innovación es coherente con el entorno técnico y social existente. Cuanto más pueda integrarse o coexistir una innovación con los valores existentes, la experiencia pasada y las

necesidades de los potenciales adoptantes, mayores serán sus perspectivas de difusión y adopción (Tornatzky, L. G., & Klein, K. J., 1982).

La complejidad mide el grado en que se percibe que una innovación es difícil de entender, implementar o usar. Una innovación que es menos compleja tiene más probabilidades de ser aceptada por los usuarios finales. La probabilidad es la capacidad de una innovación para ser puesta a prueba sin un compromiso total y con una inversión mínima. Indica si los posibles adoptantes tienen la oportunidad de experimentar con la innovación antes de comprometerse a utilizarla. Es más probable que los individuos adopten una innovación con mayor capacidad de prueba. Para terminar, la observabilidad es el grado en que los beneficios de la innovación son perceptibles para los posibles adoptantes. Solo cuando los resultados se perciban como beneficiosos, se adoptará una innovación (Attar, M. M., 2016).

Aparte de los cinco determinantes que se presentan anteriormente acerca del éxito de la innovación, Rogers (1995) cree que la comunicación de la innovación tiene tres elementos clave, a saber, los canales de comunicación, el tiempo y el sistema social. Se refieren a los canales de comunicación como los medios por los que las personas consiguen datos sobre las innovaciones y comprenden su utilidad. Implica tanto los medios de comunicación como la comunicación interpersonal. Rogers sugiere que los medios de comunicación tienen un efecto directo, inmediato y más poderoso en la difusión porque pueden difundir el conocimiento sobre la innovación a un gran número de adoptantes potenciales rápidamente, pero la comunicación cara a cara entre individuos del mismo estatus socioeconómico. y el nivel educativo es más eficaz para persuadir a los posibles adoptantes de que acepten una innovación (Moore, G. C., & Benbasat, I., 1991).

Rogers (1995) también ha caracterizado a los individuos de un sistema social en cinco grupos basados en sus actitudes hacia una innovación: innovadores, adoptadores anteriores, mayoría anterior, mayoría tardía y rezagados. Los innovadores, que representan el 2,5% de la población en un sistema social, son el primer grupo en adoptar una innovación. Según Rogers (1995), los innovadores tienen la capacidad de comprender y aplicar conocimientos técnicos complejos esenciales para incorporar la innovación desde fuera del sistema social. El siguiente grupo son los primeros en adoptar, que son una parte más integrada del sistema social que los innovadores. Tienden a estar bien informados sobre la innovación, bien conectados con las nuevas tecnologías y económicamente más exitosos. Los dos primeros grupos de adoptantes comprenden el 16% de la población en un sistema social. Los siguientes dos grupos, que representan el 68% de la población del sistema social, son adoptadores mayoritarios tempranos y tardíos. El último 16% de los individuos del sistema social son rezagados. Son los más resistentes a una innovación y es más probable que se conviertan en no adoptantes debido a sus recursos limitados y falta de conciencia o conocimiento de la innovación (Attar, M. M., 2016).

Innovación tecnológica

Según Abdukhoshimov, K., y Durmuş-Özdemir, E. (2016), la innovación tecnológica se describe como la idea de implementar nuevos productos o nuevos servicios en el proceso de producción u operación de servicio de una organización, o introducir nuevos elementos. La innovación tecnológica de acuerdo con Oystakh, M. (2016) es la comercialización de nuevos productos y procesos que se originan a partir de nuevas tecnologías, pero también de la explotación exitosa, a través de la recombinación creativa, de la tecnología establecida tiene un lugar central en los esfuerzos de las empresas

comerciales para competir contra los competidores globales. Mientras que para Sinha, K. M. (2013) la innovación tecnológica se define como la transformación de una idea en un producto vendible o proceso operativo nuevo o mejorado en la industria o el comercio. Así mismo la innovación tecnológica según Tiruneh, E. A. (2014) comprende nuevos productos y procesos y cambios tecnológicos significativos en los productos y procesos.

Por ejemplo, para desarrollar una aplicación, una empresa puede crear tareas y recursos genéricos para continuar con la aplicación. Adicionalmente, afirmaron que la trayectoria tecnológica que se considera una posible herramienta de dirección de la tecnología que ayuda a construir un paradigma tecnológico.

En el mundo empresarial moderno, la innovación tecnológica se ha convertido en un foco central de la alta dirección en varias organizaciones. Se argumenta que, en los mercados turbulentos, triunfan las empresas que utilizan tecnología moderna para productos y servicios (Coccia, M., 2017).

De manera similar, la "innovación de productos" y la "innovación de procesos" se utilizan como tipos de innovación tecnológica en el "Manual de Oslo" (2005). En este sentido, la innovación tecnológica de productos es el resultado de la producción y venta de nuevos productos (productos o servicios) o con características de desempeño mejoradas, mientras que la innovación tecnológica de procesos corresponde a la implementación o adopción de nuevos procesos productivos o mejorados. Podemos admitir que la mayoría de las empresas innovadoras introducen ambos tipos de innovación para la competitividad de precios (especialmente a través de la innovación de procesos) o la competitividad tecnológica (relacionada con la innovación de productos).

Teoría de innovación tecnológica

Teoría del ciclo de vida de la tecnología: curva en S

Esta teoría usa el modelo S-Curve para demostrar el esfuerzo que efectúan las empresas para invertir en el desarrollo de nuevas tecnologías (niveles de rendimiento). Además, la curva también muestra cómo los sistemas sociales adoptan nuevas tecnologías desde el principio hasta el final del ciclo de vida.

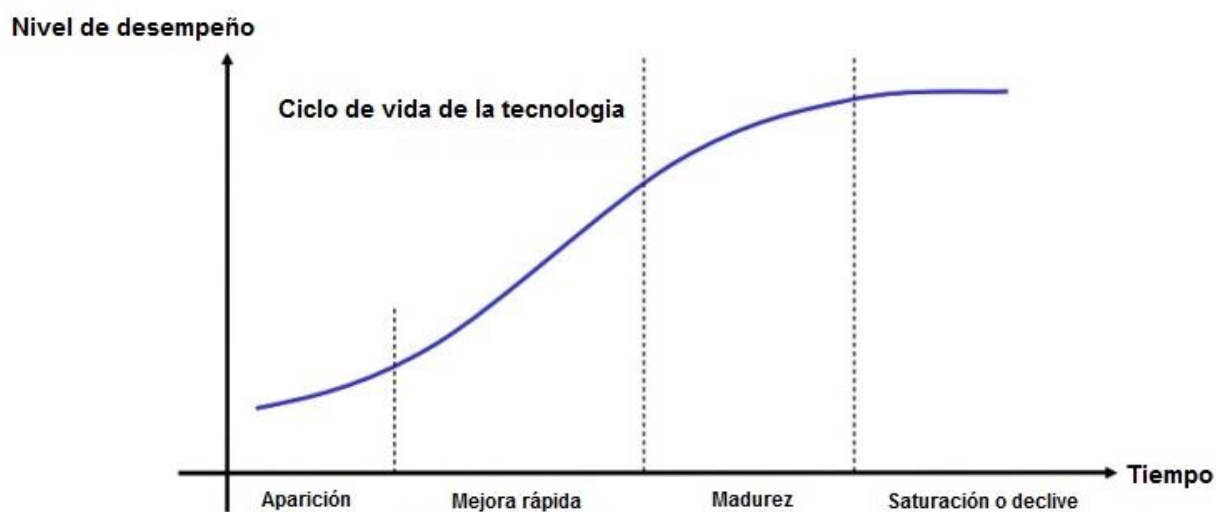


Figura 1. Ciclo de vida de la tecnología. S curva

S-Curve contiene cuatro fases diferentes. La primera etapa es el paso de emergencia, donde aparece la nueva tecnología. En este punto el desempeño de la tecnología nueva se encuentra por debajo del desempeño de las tecnologías que ya se hallan en el mercado. Las empresas invierten recursos en I + D + i para obtener información al respecto. En la segunda fase (mejora rápida) las empresas han adquirido suficientes conocimientos y se considera una tecnología de confianza. La nueva tecnología comienza a ser utilizada por otras organizaciones y también otras empresas comienzan a invertir recursos para mejorarla. Produce un crecimiento rápido y sostenido y el resto de las tecnologías empiezan a quedar obsoletas. En la etapa de madurez, la nueva tecnología es muy estable y la experiencia adquirida brinda procesos exitosos para

resolver todos los problemas que puedan ocurrir. Las mejoras en esa etapa son más difíciles de lograr porque el desempeño tecnológico es muy alto. En la etapa final, saturación o declive, la tecnología está dando su mejor desempeño. Empiezan a aparecer nuevas tecnologías que brindan alternativas interesantes para hacer lo mismo, pero con un mejor desempeño (Lázaro, B., 2013).

Dimensiones de innovación tecnológica

A continuación se explican las dimensiones de la innovación tecnológica (innovación de producto e innovación de procesos), tomando como referencia a los investigadores Abdukhoshimov, K., y Durmuş-Özdemir, E. (2016), dado que son a quienes les pertenece el cuestionario y a su vez son quienes mejor explican dicha dimensiones.

Innovación de producto

La innovación de productos se refiere a la mejora de activos originales, la modificación del diseño de activos confirmados o el uso de suministro fresco en la construcción de activos confirmados (Alegre, Lapiedra, & Chiva, 2006). Como lo definen Abdukhoshimov, K., y Durmuş-Özdemir, E. (2016) la innovación de productos es el conocimiento más reciente del pasado en el mercado donde opera la empresa. La innovación de producto se define como el nuevo producto que es totalmente diferente del producto anterior y existe la idea de que la frase de innovación de producto va de la mano con frase de novedad (Herrmann, A., Tomczak, T., & Befurt, R., 2006).

Según Abdukhoshimov, K., y Durmuş-Özdemir, E. (2016), la innovación de productos es un proceso donde se encuentra involucrado el diseño, investigación y desarrollo, gestión y comportamientos comercializables relacionados con la promoción

de nuevos productos. La innovación de productos es el elemento principal en el desarrollo empresarial, y el desempeño de los métodos de innovación de productos empresariales es una parte medible del desarrollo de nuevos productos. La razón principal es que las empresas utilizan la innovación de productos para obtener beneficios futuros.

Desde una perspectiva empresarial, la innovación de productos contiene la invención de nuevos productos, mejoras en la calidad del producto y especificaciones técnicas, o la adición de nuevos materiales, componentes o funciones valiosas a productos existentes. Cubre la mejora de bienes y servicios o el desarrollo de nuevas categorías (Rennings, K., Ziegler, A., Ankele, K., & Hoffmann, E., 2006).

Según Alegre, J., Lapiedra, R., & Chiva, R. (2006) en los últimos años, ha habido un entorno muy radical y poderoso, que es crucial para el alto nivel de exploración y supervivencia de la innovación de productos. La innovación de productos es especialmente el resultado de tres tendencias principales; alta competencia mundial dividida, mercado desafiante y el tercero es la diferencia y el cambio rápido en las tecnologías. La innovación de productos puede implicar nuevos productos o productos elocuentemente mejorados, y su singularidad puede variar mucho por el uso de conocimientos, tecnologías nuevas o materiales (Abdukhoshimov, K., & Durmuş-Özdemir, E., 2016).

Innovación de procesos

La innovación de procesos se interpreta como equipos, herramientas, materiales y otras tecnologías nuevas o mejoradas que influyen de manera directa a las empresas que están innovando; esas empresas producen los bienes que se venden posteriormente en el mercado. Existe una gran diferencia entre las innovaciones de procesos y las innovaciones de productos, que es; tecnologías de productos nuevas o mejoradas que la organización

vende para la satisfacción de los clientes o de sus clientes (Abdukhoshimov, K., & Durmuş-Özdemir, E., 2016). La innovación de procesos significa implementar sistemas de fabricación y/o producción o mejorarlos.

Da la oportunidad de producir una determinada cantidad de productos y servicios con menos insumos. Esto último se puede interpretar en términos de ecoeficiencia (Côté, R., Booth, A., & Louis, B., 2006). Un tipo de innovación que ha recibido poca atención en la literatura pero que se ha vuelto bastante importante en los años actuales.

Una innovación de proceso es la adopción de métodos de producción nuevos o considerablemente mejores, que tienen métodos de entrega del producto final (Bogers, M., 2009). La innovación de procesos abarca desde cambios incrementales hasta cambios más radicales. La innovación de procesos trae importantes modificaciones en equipos, técnicas o software. Las innovaciones de proceso se esfuerzan por reducir el costo unitario de fabricación o entrega, aumentar el valor y el valor, o fabricar o entregar productos nuevos o más mejorados (Brown, C. J., & Frame, P., 2004).

La innovación de procesos puede jugar un papel estratégico muy importante. Permite fabricar algo que otros no pueden, o formular de una manera mejor que otras empresas competidoras. Mediante la innovación de procesos, las empresas pueden crear una ventaja competitiva muy útil (Hall, R., & Andriani, P., 2002).

Desempeño organizacional

El desempeño organizacional contiene la productividad real o los resultados del negocio calculado, mas no su productividad o metas planificadas. El desempeño organizacional se define como la cabida que tiene la empresa para alcanzar sus objetivos con el apoyo de una gerencia inteligente, un buen gobierno y la capacidad de

comprometerse continuamente con alcanzar los objetivos comerciales (García Osorio, O., Quintero Quintero, J., & Arias-Pérez, J., 2014). El desempeño organizacional es una señal que indica qué tan bien una empresa logra sus objetivos. El desempeño organizacional es uno de los constructos más clave en la investigación de la gestión (Ho, L. A., 2008).

Los investigadores creen que existen diferencias en cómo definen el desempeño organizacional. La mayoría de los investigadores usan la palabra desempeño para determinar un conjunto de métricas para la eficiencia de entrada y salida y la eficiencia de las transacciones (Shahzad, F., Luqman, R. A., Khan, A. R., & Shabbir, L., 2012).

En esta investigación, se usa el término "desempeño organizacional" cuando se evalúa qué tan bien (es decir, cuán efectiva y eficientemente) las organizaciones están logrando sus metas en sus declaraciones de misión. Por ejemplo, cuando una organización se desempeña bien, podemos decir que su desempeño está en un nivel alto. Aunque, como explicaron Shahzad, F., Luqman, R. A., Khan, A. R., & Shabbir, L. (2012), el desempeño es equivalente a la productividad. Debido al uso eficiente y eficaz de los recursos para alcanzar resultados, el desempeño significa más que la productividad y se encuentra evaluado y guiado por variados estándares que son igual de importantes como la eficiencia, efectividad y equidad.

Según Mahapatro, B. B. (2013), mientras que los economistas y los ingenieros industriales tienen una definición precisa (es decir, la producción sobre la entrada con la calidad considerada) de productividad, los administradores (o gerentes) tienen una definición ambigua que tiene que ver con el desempeño general de una organización con características específicas lo que significa que varía de una situación a otra.

Teoría de desempeño organizacional

Teoría de la Visión Basada en Recursos (RBV, por sus siglas en inglés)

Desde el punto de vista de la gestión estratégica, la visión basada en recursos (RBV) revela el desempeño de las empresas manufactureras (Nham, P. T., 2011). La visión basada en recursos (RBV) examina los recursos, capacidades y capacidades básicas disponibles de la empresa para conseguir y conservar una ventaja competitiva en los mercados (Amit, R., & Schoemaker, P. J. H., 1993; Barney, J. B., 2001; Wernerfelt, B., 2011) ¿Y por qué una empresa se enfrenta en la misma industria, en el mismo entorno, pero funciona de manera diferente? Zott, C. (2003) responde esta interrogante basado en que estudió la visión basada en recursos (RBV) como el marco principal para que las empresas cultiven estrategias corporativas. Adnan, M., Abdulhamid, T., & Sohail, B. (2018) establecieron la visión de la capacidad principal y la competitividad basada en la capacidad también relacionada con la RBV.

Esto revela cómo la asociación conserva o gana una ventaja competitiva para perfeccionar la eficacia de la empresa. Grahovac, J. y Miller, D. J. (2009) estudiaron cómo el valor de los recursos, el valor de la innovación y el costo de imitación afectan el desempeño y conservan la ventaja competitiva, mientras que Makadok, R. (2010) examinan la interacción entre la restricción de la rivalidad y los efectos de la ventaja competitiva en las ganancias. La ventaja competitiva es una excelente creación de valor. (Costa, L. A., Cool, K., & Dierickx, I., 2013; Peteraf, M. A., & Barney, J. B., 2003). Por ejemplo, una empresa tiene ventaja competitiva solo cuando crea un valor económico superior a la rivalidad (Adnan, M., Abdulhamid, T., & Sohail, B., 2018; Grahovac, J., & Miller, D. J., 2009; Makadok, R., 2010). La RBV se centró en resultados de nivel medio como la generación de valor superior (Sirmon, D. G., Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Gilbert, B. A., 2011), las innovaciones y tal vez el rendimiento a corto plazo resultante,

brinda una ventaja competitiva temporal (D'Aveni, R. A., Dagnino, G. B., & Smith, K. G., 2010). Makadok, R. (2011) estudió para reconocer la variación de las ganancias centrándose en fuentes internas que pueden no solo causar una ventaja competitiva temporal. Se han proporcionado diversos recursos a distinguidos académicos y se han citado diversas discusiones sobre la estrategia de desarrollo para establecer la teoría de la RBV en el campo de la gestión estratégica.

Los recursos homogéneos, es decir, los recursos financieros, los recursos físicos, los recursos humanos, los recursos tecnológicos, los recursos organizacionales y de reputación se clasifican por Grant, R. M. (1991). En otras palabras, los recursos homogéneos se configuran como una capacidad para “una única, personalizada, idiosincrásica y específica de una empresa” (Drnevich, P. L., & Kriauciunas, A. P., 2011). Además, los recursos se clasifican en recursos tangibles (es decir, recursos financieros, recursos físicos y recursos humanos) y recursos intangibles (es decir, patentes, reconocimiento de marca y reputación) (Adnan, M., Abdulhamid, T., & Sohail, B., 2018). Adnan, M., et al. (2018) destacan los recursos intangibles que no son de naturaleza física, como los activos y las competencias básicas, y estos activos se clasifican en activos legales (es decir, acuerdos y contratos, patentes y marcas registradas) y activos legales (es decir, reputación y red de proveedores) y otros recursos estructurales-culturales. En el estudio de Müller-Lietzkow, J. (2004), se asume que en el mercado imperfecto una empresa obtiene una ventaja competitiva solo cuando asigna y distribuye recursos clave de manera excelente. Por lo tanto, RBV señala recursos, habilidades y competencias centrales que están altamente relacionadas para examinar la sustentabilidad de la empresa, prolongando así el desempeño de la empresa. Los conocimientos técnicos especializados de la empresa tienen un gran impacto en el rendimiento. El estudio muestra que la Vista basada en recursos (RBV) hace hincapié en una ventaja competitiva sostenible, mientras

que las capacidades ordinarias afectan el rendimiento en el mismo entorno y las capacidades dinámicas en la alteración. Aunque comparando los estudios, encontramos que la heterogeneidad es una fuente principal para mantener la ventaja competitiva, así como el desempeño superior de la empresa (Drnevich, P. L., & Kriauciunas, A. P., 2011; Spanos, Y. E., & Lioukas, S., 2001). Por lo tanto, para estudiar más la progresión y el desarrollo de la teoría RBV utilizada como una herramienta estratégica para reconocer los recursos disponibles, las capacidades y las competencias básicas que poseen (Saxena, M., & Joshi, A., 2011).

Dimensiones de desempeño organizacional

A continuación se explican las dimensiones de desempeño organizacional (desempeño financiero y desempeño no financiero), tomando como referencia a los investigadores García Osorio, O., Quintero Quintero, J., & Arias-Pérez, J. (2014), dado que son a quienes les pertenece el cuestionario y a su vez son quienes mejor explican dicha dimensiones.

El desempeño financiero se basa generalmente en elementos del estado de resultados o del balance general, y pueden advertir sobre los cambios en el crecimiento de las ventas (por familias de productos, canal, segmentos de clientes) o en categorías de gastos (García Osorio, O., Quintero Quintero, J., & Arias-Pérez, J., 2014).

El desempeño no financiero es otra medida que se usa para valorar las actividades que una empresa piensa que son trascendentales para alcanzar sus objetivos estratégicos. Estos incluyen métricas relacionadas con los empleados, clientes, calidad, operaciones, tiempo de ciclo y la cadena de suministro de la organización o la relación del canal (García Osorio, O., Quintero Quintero, J., & Arias-Pérez, J., 2014).

1.2. Justificación de la investigación

El enfoque teórico de este trabajo de investigación es estudiar la relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional de la empresa de confección MYPES en el centro comercial Gamarra, Lima 2020, y estudiar la escala de innovación tecnológica (innovación de producto e innovación de procesos) en el desempeño organizacional de la misma empresa MYPES. El propósito es beneficiar su economía para que sepan qué dimensión tiene mayor relación.

Cabe mencionar que la innovación tecnológica puede ser un componente trascendental, por lo que, siempre que se implemente adecuadamente, el desempeño de la empresa de confección MYPES en el centro comercial de Gamarra se verá beneficiado. Una vez que se obtengan los resultados de esta investigación, el primer grupo de beneficiarios será el mismo. La empresa MYPES, porque se les informará de los resultados anteriores, involucrando la relación entre las variables anteriores, con el fin de lograr el objetivo. Establezca metas y establezca metas.

De acuerdo a la relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional de las mismas empresas MYPES, se podrán diseñar estrategias novedosas para que los responsables de la empresa de confección MYPES en el centro comercial Gamarra alcancen a tomar las disposiciones correctas para perfeccionar el desempeño de sus correspondientes empresas, obteniendo así muchos beneficios.

Asimismo, otro beneficiado de los resultados es el rubro de confección, ya que la mayoría de los problemas encontrados en las mismas empresas de confecciones MYPES de Gamarra se encuentran en las distintas empresas del rubro. Asimismo, se espera que la investigación sea de utilidad para futuras investigaciones desarrolladas a lo largo de los años, y que decidan estudiar las variables consideradas en esta investigación.

Además, esta investigación es un aporte que no se encuentra en la literatura, pues investigaciones previas sobre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional de la empresa de confecciones MYPES se han estudiado por separado y en otros rubros, ignorando la importancia de estas variables en su conjunto.

Problema general

¿Existe relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020?

Problemas específicos

¿Existe relación entre la innovación de producto y el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020?

¿Existe relación entre la innovación de procesos y el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar si existe relación de la innovación tecnológica y el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar la relación de la innovación de producto y el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

Determinar la relación de la innovación de procesos y el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

La innovación tecnológica se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

1.4.2. Hipótesis específicas

La innovación de producto se relaciona positivamente con el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

La innovación de procesos se relaciona positivamente con el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

CAPITULO II. METODOLOGÍA

2..1. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se empleó en esta investigación básica es el tipo correlacional haciendo énfasis en el análisis cuantitativo, dado que la investigación tiene como objetivo recolectar información para que se puedan demostrar hipótesis a partir de valores numéricos y estadísticos, así como la predicción de un valor aproximado (Hernández, Fernández & Batista, 2014). De la misma forma se utilizó un diseño de investigación no experimental de corte transversal, según el estudio de Sánchez y Reyes (2000), las variables estudiadas no se manipulan intencionadamente por el responsable de la investigación. Según Hernández et al. (2014) es de corte transversal, porque los datos se recolectan en un momento específico, lo que es relevante porque se intenta establecer si existe una correlación entre las variables tomadas en consideración.

2..2. Población y muestra (materiales, instrumentos y métodos)

La población está formada por 5160 empresas de confección MYPES del centro comercial Gamarra, Lima 2020 (INEI, 2019), a las que se tiene en cuenta para encontrar una muestra representativa y poder recoger la información que se necesita.

La muestra que se toma en cuenta para esta investigación es una muestra no probabilística y por conveniencia, según Hernández et al. (2014) es un muestreo en la que los investigadores eligen las muestras basándose en un juicio personal en vez de una selección aleatoria. Y es por conveniencia, según lo citado por Kinneer y Taylor (1998), porque se emplea para establecer muestras basadas en la accesibilidad y la disposición de las personas que forman parte de la muestra en un determinado intervalo de tiempo. Por estas razones, la muestra de este estudio son 209 gerentes y/o administradores de las

empresas de confecciones MYPES en el centro comercial Gamarra, pues este número de gerentes y/o administradores son los que tienen tiempo para participar en el desarrollo del proyecto, los cuales respondieron los cuestionario por parte de las mismas empresas como personas jurídicas. Teniendo en cuenta el contenido citado por Hair, JF, Anderson, RE, Tatham, RL y Black, WC (1999), para que la muestra sea confiable, debe haber al menos 200 entrevistados para que puedan ser utilizados como muestra representativa.

Criterios de inclusión

Se incluyen a las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020, que se encuentran registradas en la SUNAT.

Se incluye a los administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

Se incluye a los administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020, con disponibilidad de tiempo para participar de los cuestionarios.

Se incluye a los administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020, con un mínimo de dos años en el cargo.

Criterios de exclusión

Se excluyen los administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020, que no tienen la disponibilidad de tiempo para participar de los cuestionarios.

Se excluyen a los administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020, con menos de dos años en el cargo.

Se excluyen los empleados de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020, con un cargo distinto al de administrador y/o gerente.

Se excluyen las medianas y grandes de las empresas de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020, que se encuentran registradas en la SUNAT.

2..3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

De acuerdo con Hernández et al. (2014) la encuesta es una técnica de recopilación de información donde el investigador interroga a los investigados los datos que desea obtener. Se trata de conseguir información, de manera sistemática y ordenada de una población o muestra, sobre las variables consideradas en una investigación. En tanto que el cuestionario es el instrumento que se utiliza con la intención de obtener respuestas acerca de los problemas en estudio y que son desarrollado por la misma persona encuestada.

Para medir las variables de innovación tecnológica y sus dos dimensiones (innovación de procesos e innovación de producto), se aplicó un cuestionario compuesto por los investigadores Abdukhoshimov, K. y Durmuş-Özdemir, E. (2016). El cuestionario consta de 7 afirmaciones y distribuida apropiadamente con una escala de Likert del 1 al 5 en donde 5 es igual a de acuerdo, 4 es igual a parcialmente de acuerdo, 3 es igual a indiferente, 2 es igual a parcialmente en desacuerdo y 1 es igual a en desacuerdo (anexo 3). Para las variables de desempeño organizacional y sus dos dimensiones (desempeño financiero y desempeño no financiero) se aplicó el cuestionario de los investigadores

García Osorio, O., Quintero Quintero, J. y Arias-Pérez, J. (2014) el cual consiste de 8 afirmaciones, distribuida apropiadamente con una escala de Likert del 1 al 5 en donde 5 es igual a muy superior frente a sus competidores, 4 es igual a superior a sus competidores, 3 es igual a ni superior ni inferior frente a sus competidores, 2 es igual a inferior frente a sus competidores y 1 es igual a muy inferior frente a sus competidores (anexo 3).

La herramienta de investigación (cuestionario) fue verificada por juicio de expertos (Anexo 4), y su confiabilidad fue reconocida por el Alfa de Cronbach (innovación de producto: 0.920, innovación de procesos: 0.799, desempeño financiero:0,919 y desempeño no financiero: 0.932). Así mismo, las hipótesis son contrastadas mediante la prueba Rho de Spearman, según con Hernández et al. (2014) se emplea para la comprobación de la correlación de dos variables.

2..4. Procedimiento

En el proceso de recolección de datos se consideraron dos cuestionarios que se aplicaron a los gerentes y/o administradores de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra entre el 17 de octubre del 2020 y el 7 de noviembre del 2020 mediante correos electrónicos (concedidos por las mismas empresas), coordinado con el mismo gerente y/o administrador vía telefónica con anticipación para coordinar su colaboración y conseguir su permisión para enviar cada cuestionario, requiriendo que den respuestas sinceras además de ser ellos mismos que respondan como representante de la empresa.

Las información es tabulada con el programa SPSS 22, de modo que cualquier relación entre las variables se puede encontrar de acuerdo con el coeficiente de

correlación Rho de Spearman y la hipótesis, y la tabla se puede visualizar utilizando el software Excel.

2..5. Método de análisis de datos

En relación al método de análisis de los datos se llevó a cabo un análisis descriptivo para la variable innovación tecnológica así como para la variable desempeño organizacional.

En seguida, se explica al detalle los resultados conseguidos de las afirmaciones efectuadas en los cuestionarios, comenzando por las que corresponden a la variable innovación tecnológica y concluyendo por las que corresponden a la variable desempeño organizacional.

Es de suma importancia mencionar que se realizó la validación de los cuestionarios por medio del juicio de tres expertos (anexo 4), teniendo la aprobación respectiva para ambos cuestionarios. La validación del constructo se efectuó por medio del análisis factorial exploratorio, el cual se usa para explicar cómo las mediciones de las variables se relacionan de forma conveniente con las mediciones de otros conceptos correlacionales teóricos.

La confiabilidad fue analizada por medio del alfa de Cronbach tanto para el cuestionario de la variable de innovación tecnológica y el cuestionario de la variable de desempeño organizacional (anexo 5).

Igualmente se desarrolló la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov (pág. 55 y 56) logrando identificar cual es el tipo de distribución que tiene cada una de las afirmaciones que se usan en los dos cuestionarios, el mismo que demostró tener una distribución no paramétrica, en relación a la distribución no paramétrica, de acuerdo con

Lizama, P., & Boccardo, G. (2014) mencionan que la prueba de coeficiente de correlación Rho de Spearman es una prueba no paramétrica, para una distribución muestral no se apega a una distribución conocida, dado que las estimaciones muestrales no representan parámetros poblacionales, es por esto que en este trabajo de investigación se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

Tomando como base lo citado por los investigadores líneas arriba, se desarrolló el análisis de coeficientes de correlación Rho de Spearman, mediante el software estadístico SPSS 22, con lo cual se obtuvo la matriz de correlaciones, obteniendo ratificar las relaciones entre las variables y dimensiones, para poder ratificar las hipótesis que se plantean en este trabajo de investigación.

2..6. Aspectos éticos

En este trabajo de investigación se tiene consideración y respeto por las personas que no tenían la disponibilidad para participar de los cuestionarios. Para poder realizar los cuestionarios se pidió la aprobación correspondiente a las personas encargadas de cada una de las empresas, manifestándoles para su aprobación y asentamiento los cuestionarios como recolectores de información, con la finalidad de que sean aprobados y se puedan ingresar los administradores que desarrollaron los cuestionarios.

El desarrollo y la aplicación de los instrumentos de recolección de datos se efectuaron anónimamente, así como la obtención de la información que se mantendrá de manera confidencial, no prestándose a valoraciones individuales. Además, se está respetando la propiedad intelectual de los autores de las referencias bibliográficas consultadas para el presente trabajo de investigación, citándolos de acuerdo con el Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (APA), sexta edición, disponible en todos los centro de información de la Universidad Privada del Norte.

CAPITULO III. RESULTADOS

En las investigaciones que se realizan en las ciencias sociales se encuentran dos tipos de errores, el de 1% y el de 5%, donde el tipo de error del 5% es el que mayormente se halla. Por tal razón en esta investigación se tendrá un 95% de confiabilidad para generalizar los resultados conseguidos sin equivocarse.

Asimismo, en este capítulo se presenta el análisis de los resultados obtenidos basados en los dos cuestionarios, la contrastación de las hipótesis, donde se desarrollaron tanto la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov, el análisis factorial, la correlación Rho de Spearman y la correlación de las hipótesis, así como las discusiones y las conclusiones.

3.1. Análisis de los resultados de los cuestionarios

A continuación se muestran los resultados obtenidos de los 209 cuestionarios aplicados a los gerentes y/o administradores de las empresas MYPES de confecciones en el centro comercial Gamarra, Lima 2020, en cuanto a la relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional de sus empresas.

3.1.1. Análisis de los resultados de innovación tecnológica

Tabla 1:

Líneas de productos y servicios

IT1. Nuestra empresa amplía el número de líneas de productos y servicios				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	En desacuerdo	4	1.9	1.9
	Parcialmente en desacuerdo	20	9.6	9.6
	Indiferente	32	15.3	15.3
	Parcialmente de acuerdo	52	24.9	24.9
	De acuerdo	101	48.3	48.3
Total	209	100.0	100.0	

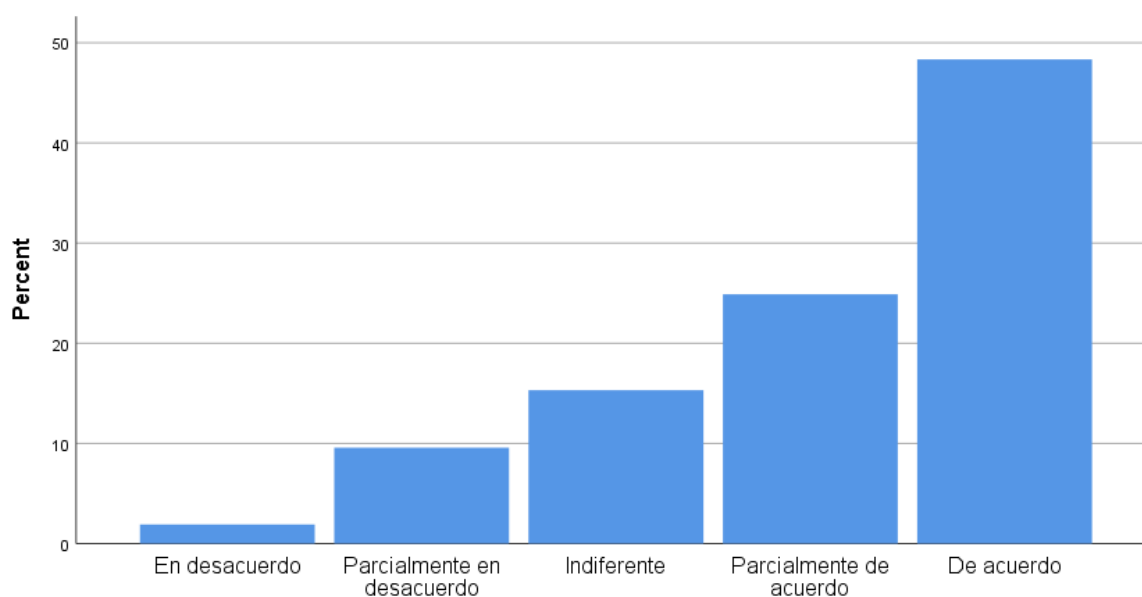


Figura 2. Líneas de productos y servicios

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 1, del 100% de encuestados el 48.3% asegura estar de acuerdo con la afirmación “Nuestra empresa amplía el número de líneas de productos y servicios”, el 24.9% asegura estar parcialmente de acuerdo, el 15.3% asegura estar indiferente, el 9.6% asegura estar parcialmente en desacuerdo y el 1.9% asegura estar en desacuerdo. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que en la empresa se amplía el número de líneas de productos y servicios.

Tabla 2:

Tecnologías de control

IT2. Las tecnologías de control de procesos utilizados en los proyectos de infraestructura permiten servir a diversas demandas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	21	10.0	10.0	10.0
Parcialmente en desacuerdo	20	9.6	9.6	19.6
Indiferente	18	8.6	8.6	28.2
Parcialmente de acuerdo	56	26.8	26.8	55.0
De acuerdo	94	45.0	45.0	100.0
Total	209	100.0	100.0	

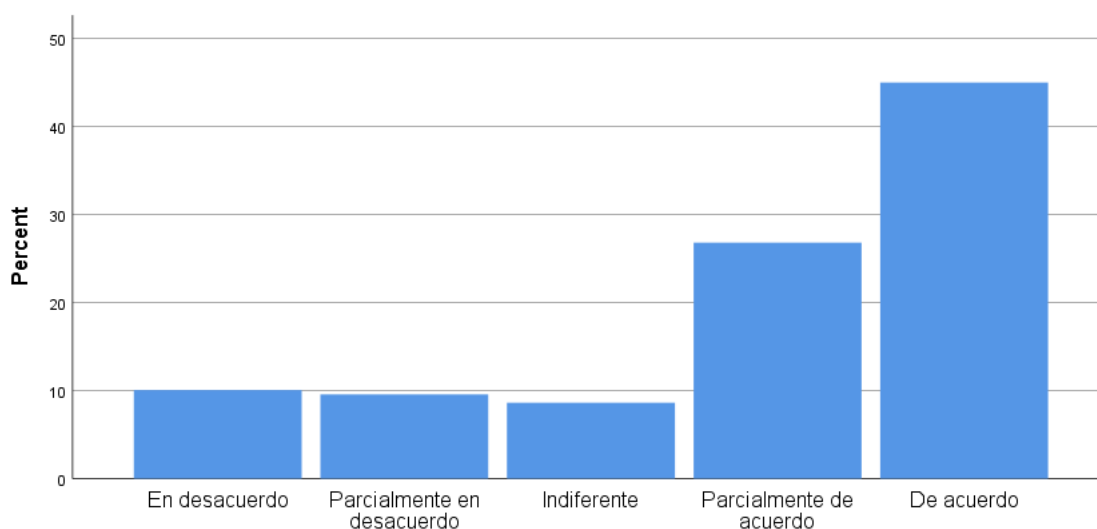


Figura 3. Tecnologías de control

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 2, del 100% de encuestados el 45% asegura estar de acuerdo con la afirmación “Las tecnologías de control de procesos utilizados en los proyectos de infraestructura permiten servir a diversas demandas”, el 26.8% asegura estar parcialmente de acuerdo, el 8.6% asegura estar indiferente, el 9.6% asegura estar parcialmente en desacuerdo y el 10% asegura estar en desacuerdo. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que en las tecnologías de control de procesos utilizados en los proyectos de infraestructura permiten servir a diversas demandas.

Tabla 3:
Métodos innovadores

IT3. Nuestra empresa lleva métodos innovadores para la promoción de los mercados				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	En desacuerdo	21	10.0	10.0
	Parcialmente en desacuerdo	21	10.0	20.1
	Indiferente	43	20.6	40.7
	Parcialmente de acuerdo	101	48.3	89.0
	De acuerdo	23	11.0	100.0
Total	209	100.0	100.0	

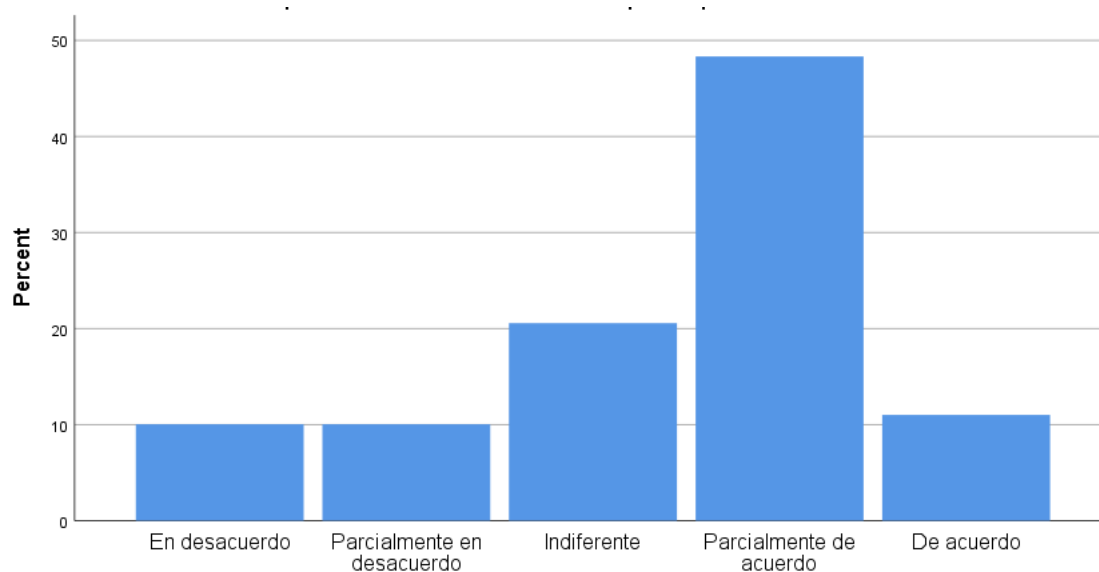


Figura 4. Métodos innovadores

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 3, del 100% de encuestados el 11% asegura estar de acuerdo con la afirmación “Nuestra empresa lleva métodos innovadores para la promoción de los mercados”, el 48.3% asegura estar parcialmente de acuerdo, el 20.6% asegura estar indiferente, el 10% asegura estar parcialmente en desacuerdo y el 10% asegura estar en desacuerdo. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que la empresa lleva métodos innovadores para la promoción de los mercados.

Tabla 4:
Lanzamiento de productos y servicios

IT4. Nuestra empresa lanza nuevos productos y servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	En desacuerdo	8	3.8	3.8
	Parcialmente en desacuerdo	24	11.5	15.3
	Indiferente	51	24.4	39.7
	Parcialmente de acuerdo	94	45.0	84.7
	De acuerdo	32	15.3	100.0
Total	209	100.0	100.0	

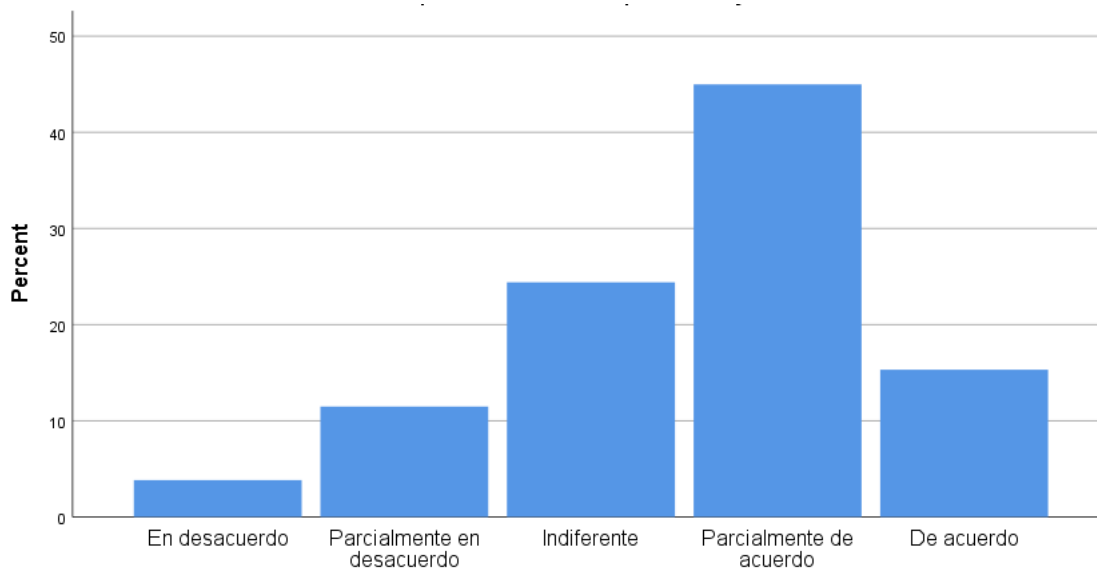


Figura 5. Lanzamiento de productos y servicios

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 4, del 100% de encuestados el 15.3% asegura estar de acuerdo con la afirmación “Nuestra empresa lanza nuevos productos y servicios”, el 45% asegura estar parcialmente de acuerdo, el 24.4% asegura estar indiferente, el 11.5% asegura estar parcialmente en desacuerdo y el 3.8% asegura estar en desacuerdo. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que la empresa lanza nuevos productos y servicios.

Tabla 5:
Desarrollo de productos nuevos

IT5. Nuestra empresa se dedica al desarrollo de nuevos productos (NPD) para obtener las patentes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	20	9.6	9.6	9.6
Parcialmente en desacuerdo	16	7.7	7.7	17.2
Indiferente	15	7.2	7.2	24.4
Parcialmente de acuerdo	64	30.6	30.6	55.0
De acuerdo	94	45.0	45.0	100.0
Total	209	100.0	100.0	

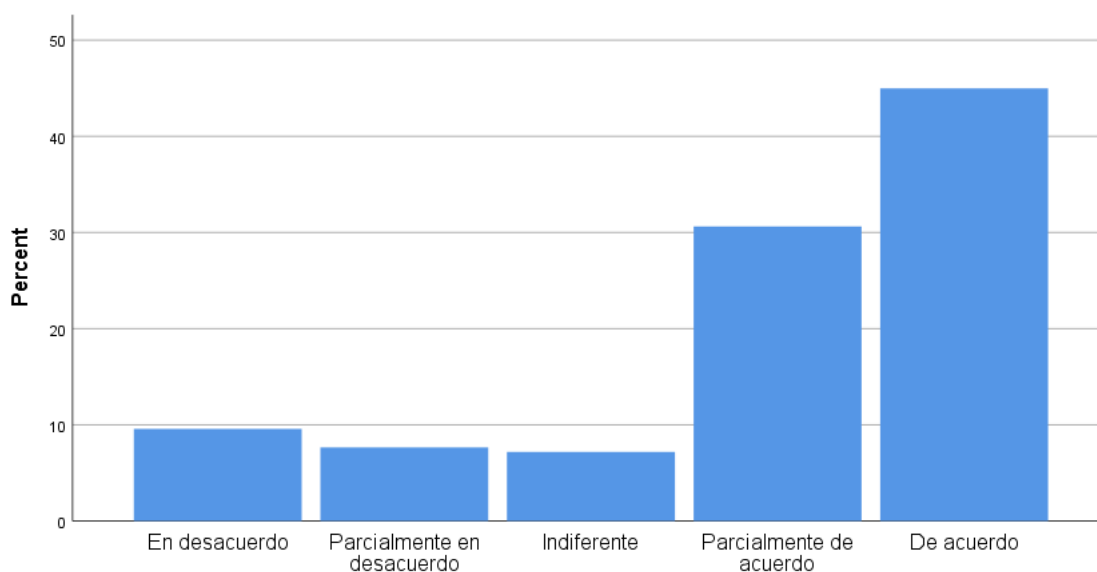


Figura 6. Desarrollo de productos nuevos

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 5, del 100% de encuestados el 45% asegura estar de acuerdo con la afirmación “Nuestra empresa se dedica al desarrollo de nuevos productos (NPD) para obtener las patentes”, el 30.6% asegura estar parcialmente de acuerdo, el 7.2% asegura estar indiferente, el 7.7% asegura estar parcialmente en desacuerdo y el 9.6% asegura estar en desacuerdo. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que la empresa se dedica al desarrollo de nuevos productos (NPD) para obtener las patentes.

Tabla 6:
Productos y servicios personalizados

IT6. Nuestra empresa lanza productos y servicios personalizados de acuerdo a las demandas del mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	En desacuerdo	26	12.4	12.4
	Parcialmente en desacuerdo	19	9.1	21.5
	Indiferente	36	17.2	38.8
	Parcialmente de acuerdo	121	57.9	96.7
	De acuerdo	7	3.3	100.0
Total	209	100.0	100.0	

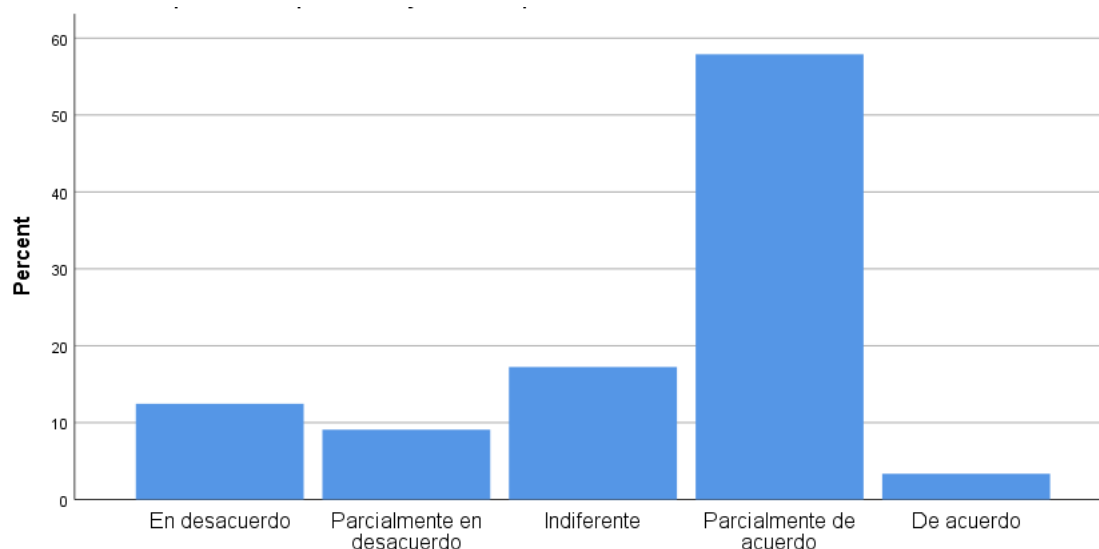


Figura 7. Productos y servicios personalizados

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 6, del 100% de encuestados el 3.3% asegura estar de acuerdo con la afirmación “Nuestra empresa lanza productos y servicios personalizados de acuerdo a las demandas del mercado”, el 57.9% asegura estar parcialmente de acuerdo, el 17.2% asegura estar indiferente, el 9.1% asegura estar parcialmente en desacuerdo y el 12.4% asegura estar en desacuerdo. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que la empresa lanza productos y servicios personalizados de acuerdo a las demandas del mercado.

Tabla 7:
Adopción de tecnología avanzada

IT7. Nuestra empresa adopta la tecnología avanzada de control de procesos en tiempo real

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Parcialmente en desacuerdo	5	2.4	2.4	2.4
Indiferente	42	20.1	20.1	22.5
Valido Parcialmente de acuerdo	113	54.1	54.1	76.6
De acuerdo	49	23.4	23.4	100.0
Total	209	100.0	100.0	

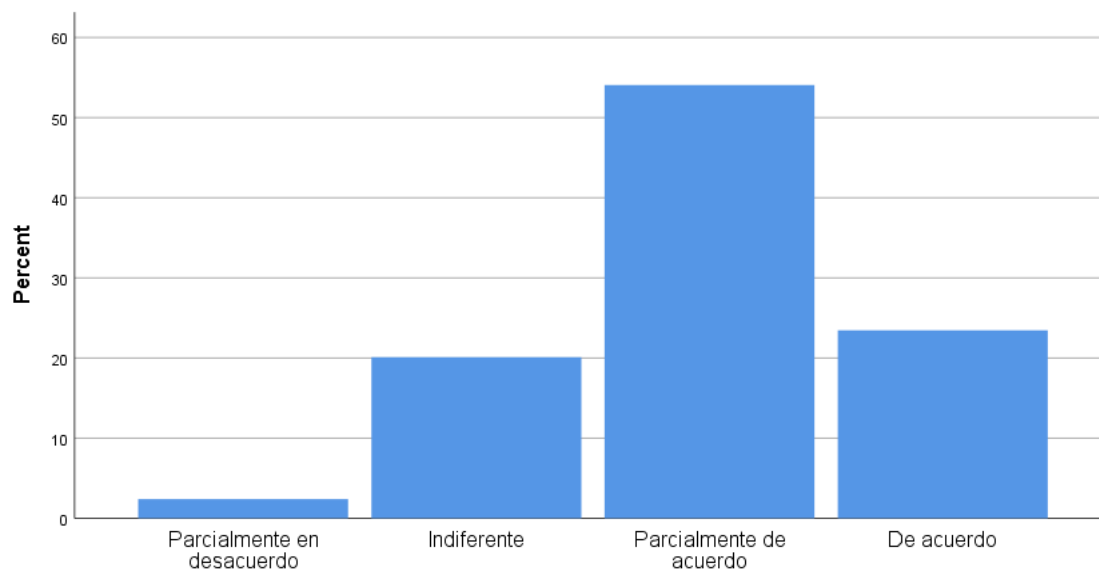


Figura 8. Adopción de tecnología avanzada

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 7, del 100% de encuestados el 23.4% asegura estar de acuerdo con la afirmación “Nuestra empresa adopta la tecnología avanzada de control de procesos en tiempo real”, el 54.1% asegura estar parcialmente de acuerdo, el 20.1% asegura estar indiferente y el 2.4% asegura estar parcialmente en desacuerdo. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que la empresa adopta la tecnología avanzada de control de procesos en tiempo real.

3.1.2. Análisis de los resultados de desempeño organizacional

Tabla 8:
Retorno de inversión

DO1. El retorno sobre la inversión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy inferior frente a mis competidores	7	3.3	3.3	3.3
inferior frente a mis competidores	14	6.7	6.7	10.0
ni inferior ni superior frente a mis competidores	35	16.7	16.7	26.8
superior frente a mis competidores	116	55.5	55.5	82.3
muy superior frente a mis competidores	37	17.7	17.7	100.0
Total	209	100.0	100.0	

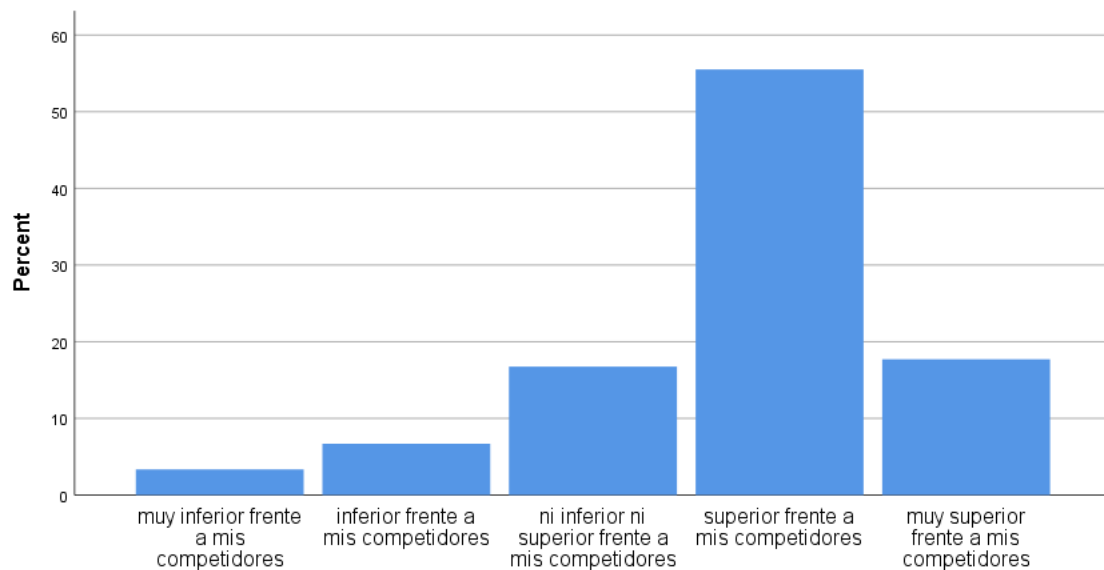


Figura 9. Retorno de inversión

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 8, del 100% de encuestados el 17.7% asegura que el retorno de la inversión es muy superior frente a sus competidores, el 55.5% asegura que es superior frente a sus competidores, el 16.7% asegura que es ni inferior ni superior frente a sus competidores, el 6.7% asegura que es inferior frente a sus competidores y el 3.3% asegura que es muy inferior frente a sus competidores. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que el retorno de inversión es superior frente a sus competidores.

Tabla 9:
Crecimiento de ganancias

DO2. El crecimiento de las ganancias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy inferior frente a mis competidores	9	4.3	4.3	4.3
inferior frente a mis competidores	40	19.1	19.1	23.4
ni inferior ni superior frente a mis competidores	121	57.9	57.9	81.3
superior frente a mis competidores	36	17.2	17.2	98.6
muy superior frente a mis competidores	3	1.4	1.4	100.0
Total	209	100.0	100.0	

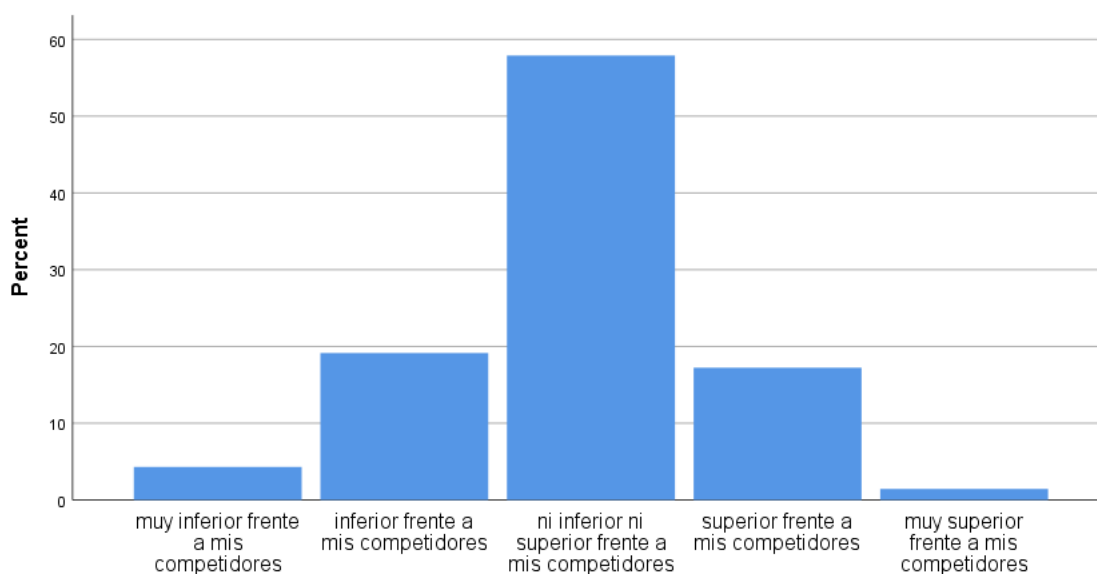


Figura 10. Crecimiento de ganancias

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 9, del 100% de encuestados el 1.4% asegura que el crecimiento de las ganancias es muy superior frente a sus competidores, el 17.2% asegura que es superior frente a sus competidores, el 57.9% asegura que es ni inferior ni superior frente a sus competidores, el 19.1% asegura que es inferior frente a sus competidores y el 4.3% asegura que es muy inferior frente a sus competidores. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que el crecimiento de las ganancias es ni inferior ni superior frente a sus competidores.

Tabla 10:
Crecimiento de ventas

DO3. El crecimiento en ventas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy inferior frente a mis competidores	6	2.9	2.9	2.9
inferior frente a mis competidores	18	8.6	8.6	11.5
ni inferior ni superior frente a mis competidores	23	11.0	11.0	22.5
superior frente a mis competidores	50	23.9	23.9	46.4
muy superior frente a mis competidores	112	53.6	53.6	100.0
Total	209	100.0	100.0	

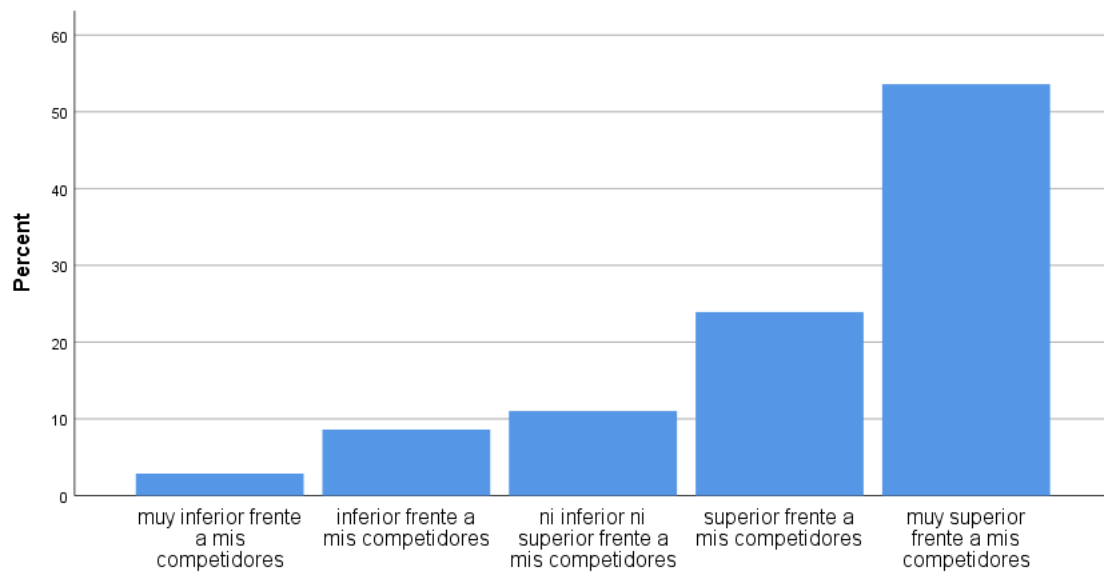


Figura 11. Crecimiento de ventas

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 10, del 100% de encuestados el 53.6% asegura que el crecimiento en ventas es muy superior frente a sus competidores, el 23.9% asegura que es superior frente a sus competidores, el 11% asegura que es ni inferior ni superior frente a sus competidores, el 8.6% asegura que es inferior frente a sus competidores y el 2.9% asegura que es muy inferior frente a sus competidores. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que el crecimiento en ventas es superior frente a sus competidores.

Tabla 11:
Participación de mercado

DO4. El aumento de la participación de mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy inferior frente a mis competidores	10	4.8	4.8	4.8
inferior frente a mis competidores	19	9.1	9.1	13.9
ni inferior ni superior frente a mis competidores	46	22.0	22.0	35.9
superior frente a mis competidores	105	50.2	50.2	86.1
muy superior frente a mis competidores	29	13.9	13.9	100.0
Total	209	100.0	100.0	

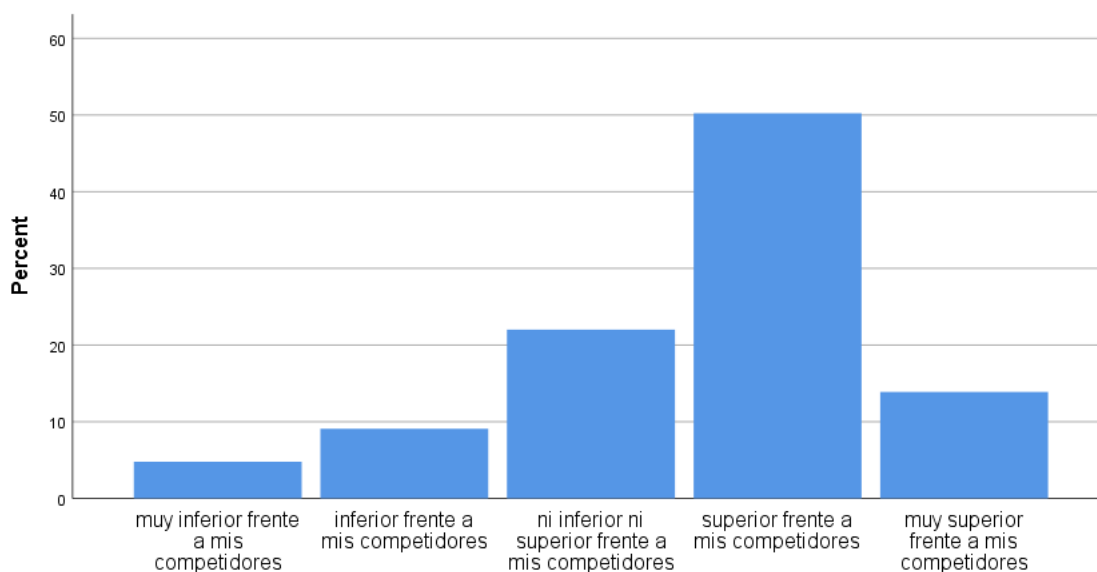


Figura 12. Participación de mercado

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 11, del 100% de encuestados el 13.9% asegura que el aumento de la participación de mercado es muy superior frente a sus competidores, el 50.2% asegura que es superior frente a sus competidores, el 22% asegura que es ni inferior ni superior frente a sus competidores, el 9.1% asegura que es inferior frente a sus competidores y el 4.8% asegura que es muy inferior frente a sus competidores. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que el aumento de la participación de mercado es superior frente a sus competidores.

Tabla 12:
Satisfacción de cliente

DO5. El aumento en la satisfacción del cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy inferior frente a mis competidores	12	5.7	5.7	5.7
inferior frente a mis competidores	19	9.1	9.1	14.8
ni inferior ni superior frente a mis competidores	56	26.8	26.8	41.6
superior frente a mis competidores	107	51.2	51.2	92.8
muy superior frente a mis competidores	15	7.2	7.2	100.0
Total	209	100.0	100.0	

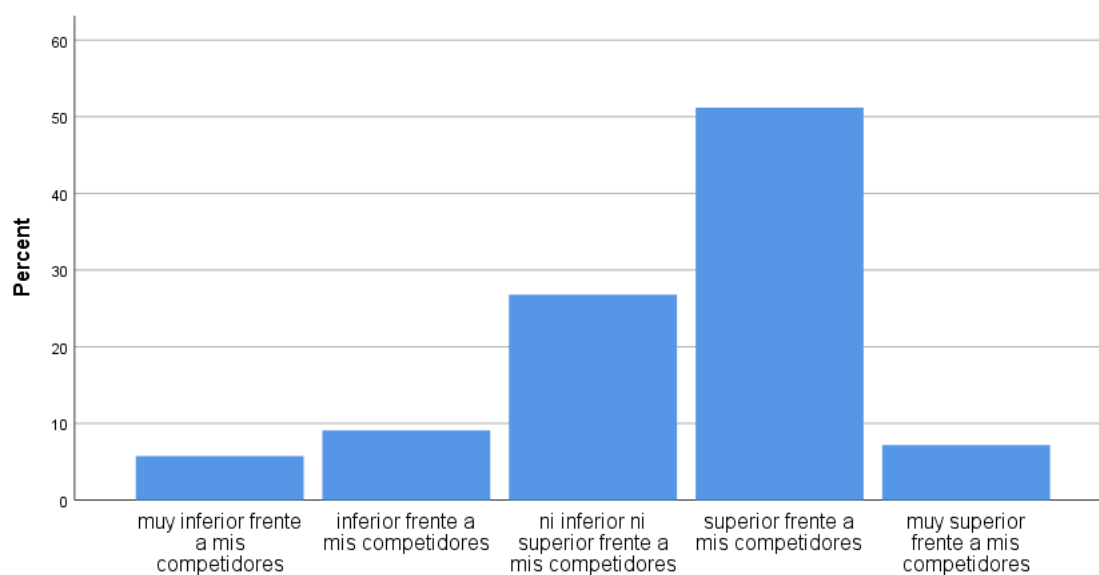


Figura 13. Satisfacción de cliente

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 12, del 100% de encuestados el 7.2% asegura que el aumento en la satisfacción del cliente es muy superior frente a sus competidores, el 51.2% asegura que es superior frente a sus competidores, el 26.8% asegura que es ni inferior ni superior frente a sus competidores, el 9.1% asegura que es inferior frente a sus competidores y el 5.7% asegura que es muy inferior frente a sus competidores. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que el aumento en la satisfacción del cliente es superior frente a sus competidores.

Tabla 13:
Imagen corporativa

DO6. El mejoramiento de la imagen corporativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy inferior frente a mis competidores	7	3.3	3.3	3.3
inferior frente a mis competidores	22	10.5	10.5	13.9
ni inferior ni superior frente a mis competidores	47	22.5	22.5	36.4
superior frente a mis competidores	123	58.9	58.9	95.2
muy superior frente a mis competidores	10	4.8	4.8	100.0
Total	209	100.0	100.0	

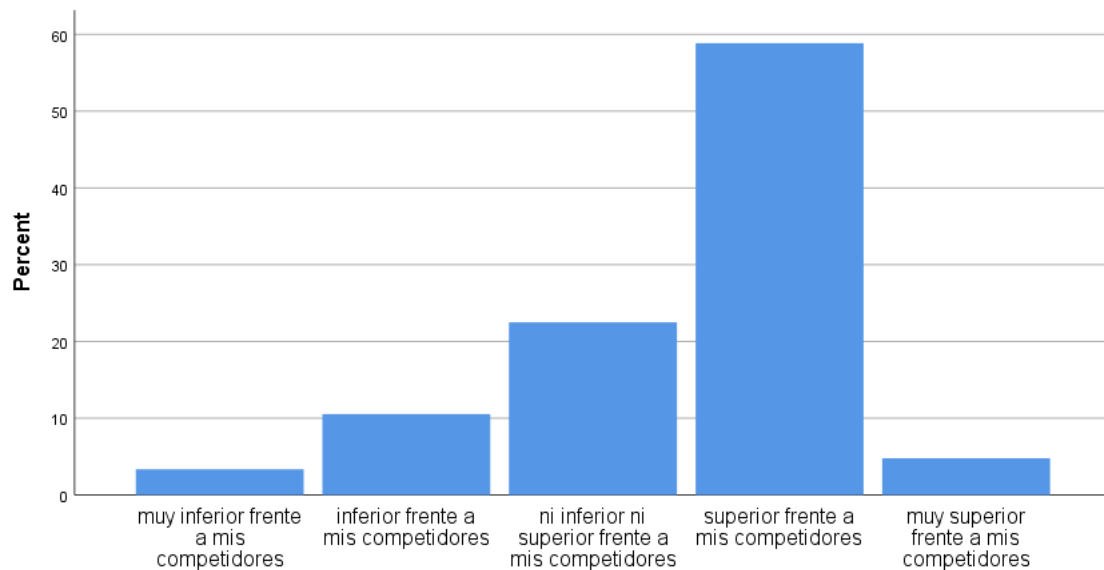


Figura 14. Imagen corporativa

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 13, del 100% de encuestados el 4.8% asegura que el mejoramiento de la imagen corporativa es muy superior frente a sus competidores, el 58.9% asegura que es superior frente a sus competidores, el 22.5% asegura que es ni inferior ni superior frente a sus competidores, el 10.5% asegura que es inferior frente a sus competidores y el 3.3% asegura que es muy inferior frente a sus competidores. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que el mejoramiento de la imagen corporativa es superior frente a sus competidores.

Tabla 14:
Valor de marca

DO7. El aumento del valor de las marcas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy inferior frente a mis competidores	11	5.3	5.3	5.3
inferior frente a mis competidores	19	9.1	9.1	14.4
ni inferior ni superior frente a mis competidores	52	24.9	24.9	39.2
superior frente a mis competidores	110	52.6	52.6	91.9
muy superior frente a mis competidores	17	8.1	8.1	100.0
Total	209	100.0	100.0	

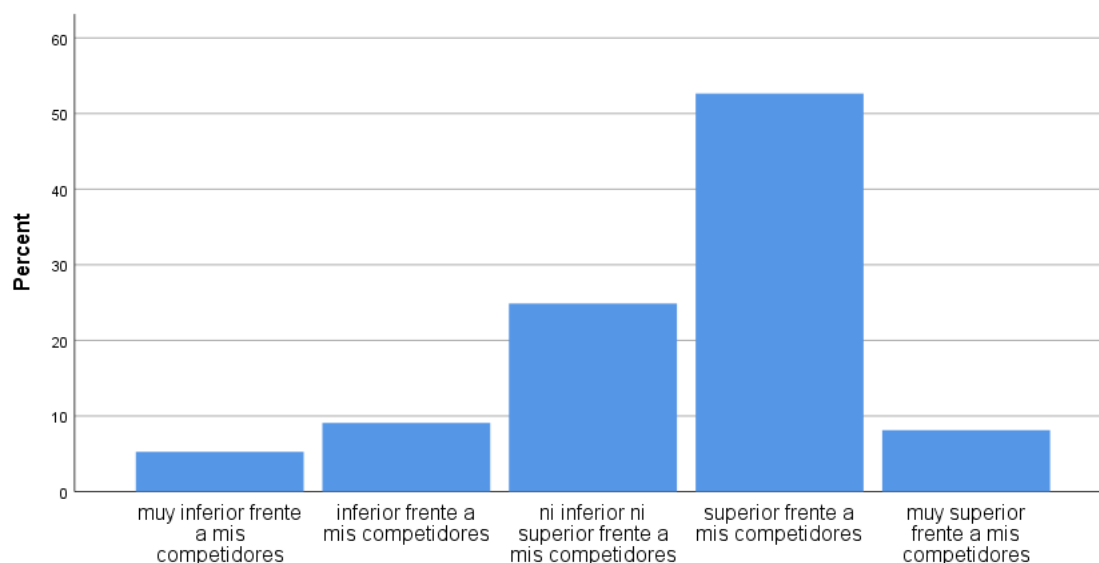


Figura 15. Valor de marca

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 14, del 100% de encuestados el 8.1% asegura que el aumento del valor de las marcas es muy superior frente a sus competidores, el 52.6% asegura que es superior frente a sus competidores, el 24.9% asegura que es ni inferior ni superior frente a sus competidores, el 9.1% asegura que es inferior frente a sus competidores y el 5.3% asegura que es muy inferior frente a sus competidores. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que el aumento del valor de las marcas es superior frente a sus competidores.

Tabla 15:
Productividad de empleados

DO8. El aumento de la productividad de los empleados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy inferior frente a mis competidores	7	3.3	3.3	3.3
inferior frente a mis competidores	18	8.6	8.6	12.0
ni inferior ni superior frente a mis competidores	46	22.0	22.0	34.0
superior frente a mis competidores	131	62.7	62.7	96.7
muy superior frente a mis competidores	7	3.3	3.3	100.0
Total	209	100.0	100.0	

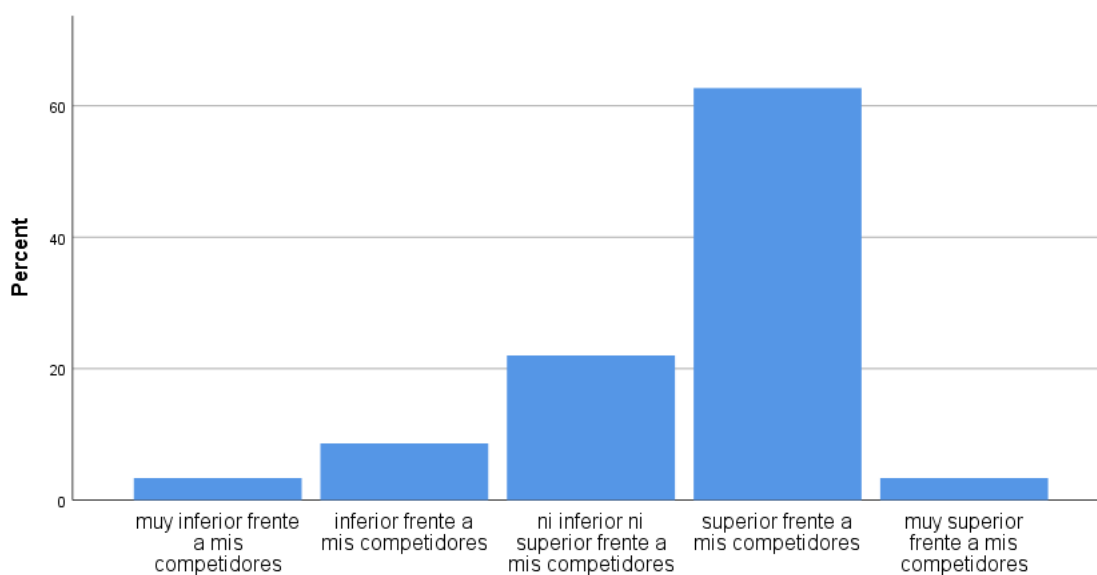


Figura 16. Productividad de empleados

Interpretación: cómo se muestra en la tabla 15, del 100% de encuestados el 3.3% asegura que el aumento de la productividad de los empleados es muy superior frente a sus competidores, el 62.7% asegura que es superior frente a sus competidores, el 22% asegura que es ni inferior ni superior frente a sus competidores, el 8.6% asegura que es inferior frente a sus competidores y el 3.3% asegura que es muy inferior frente a sus competidores. Por lo que se llega a la conclusión que la gran mayoría asegura que el aumento de la productividad de los empleados es superior frente a sus competidores.

3.2. Contrastación de las hipótesis

3.2.1. Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

La prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov se emplea para muestras mayores a 50 mientras que la prueba de normalidad Shapiro-Wilk se emplea para muestras menores a 50, es por esto que se empleó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov dado que se desea saber si la distribución de la información obtenida tiene distribución paramétrica o no paramétrica, en otras palabras, se pretende hallar una relación entre la distribución de la muestra y la distribución teórica. Como se muestra en las tablas 16 y 17, las afirmaciones de los cuestionarios que se han desarrollado tienen respuestas no normales puesto que su significancia es igual a $p = 0.000 < 0.05$, tomando como base lo citado anteriormente se llega a la conclusión que los cuestionarios poseen afirmaciones con una distribución no normal por ende su distribución es no paramétrica lo cual justifica el uso de la prueba Rho de Spearman, el cual se utiliza por tres factores, que la muestra tenga distribución no normal, que el tipo de investigación sea correlacional y que en la investigación se estudien dos variables.

Tabla 16:

Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov - innovación tecnológica

	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadística	df	Sig.	Estadística	df	Sig.
IT1. Nuestra empresa amplía el número de líneas de productos y servicios	.283	209	.000	.792	209	.000
IT2. Las tecnologías de control de procesos utilizados en los proyectos de infraestructura permiten servir a diversas demandas	.256	209	.000	.779	209	.000
IT3. Nuestra empresa lleva métodos innovadores para la promoción de los mercados	.295	209	.000	.844	209	.000
IT4. Nuestra empresa lanza nuevos productos y servicios	.270	209	.000	.876	209	.000
IT5. Nuestra empresa se dedica al desarrollo de nuevos productos (NPD) para obtener las patentes	.275	209	.000	.764	209	.000

IT6. Nuestra empresa lanza productos y servicios personalizados de acuerdo a las demandas del mercado	.348	209	.000	.755	209	.000
IT7. Nuestra empresa adopta la tecnología avanzada de control de procesos en tiempo real	.283	209	.000	.828	209	.000

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

Tabla 17:

Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov - desempeño organizacional

	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadística	df	Sig.	Estadística	df	Sig.
DO1. El retorno sobre la inversión	.327	209	.000	.817	209	.000
DO2. El crecimiento de las ganancias	.305	209	.000	.842	209	.000
DO3. El crecimiento en ventas	.310	209	.000	.750	209	.000
DO4. El aumento de la participación de mercado	.300	209	.000	.849	209	.000
DO5. El aumento en la satisfacción del cliente	.300	209	.000	.832	209	.000
DO6. El mejoramiento de la imagen corporativa	.348	209	.000	.785	209	.000
DO7. El aumento del valor de las marcas	.310	209	.000	.829	209	.000
DO8. El aumento de la productividad de los empleados	.370	209	.000	.743	209	.000

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

3.2.2. Análisis factorial exploratorio

Para confirmar las dimensiones de las variables se emplea el análisis factorial exploratorio. Donde el método de componentes principales que se emplea para la extracción de las afirmaciones y el método Varimax que se emplea para la rotación de las mismas afirmaciones, son los métodos empleados. En seguida, se presentan los resultados conseguidos en la variable innovación tecnológica: en el estadístico Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) se obtuvo un 0.830, en el aproximado del Chi-cuadrado se obtuvo un 978.146 y en la significancia se obtuvo un 0.000 (tabla 18). Es por esto y a raíz de un buen ajuste factorial basados en la buena aplicación del estadístico KMO (0.830). Por estos motivos es que se obtienen dos factores o dimensiones que pueden explicar el 79.649% de la matriz de componente y en la varianza total (tabla 19).

Tabla 18:

Prueba de KMO, Bartlett y Método de extracción - innovación tecnológica

Prueba de KMO, Bartlett			
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo.			.830
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado		978.146
	Df		21
	Sig.		.000

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

La dimensión “innovación de producto” es el primer factor y posee un 58.683% en la varianza y la dimensión “innovación de procesos” es el segundo factor y posee un 20.967% en la varianza.

Tabla 19:

Varianza total explicada – innovación tecnológica

Factor	Varianza total explicada								
	Valores propios iniciales		Sumas de rotación de cargas al cuadrado				Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	% de Total varianza	% acumulado	% de Total varianza	% acumulado	% de Total varianza	% acumulado			
1	4.108	58.683	58.683	4.108	58.683	58.683	3.321	47.437	47.437
2	1.468	20.967	79.649	1.468	20.967	79.649	2.255	32.212	79.649

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

De acuerdo el método Varimax utilizado para simplificar la expresión de subespacios específicos, solo a través de cada elemento importante, normalizado por Kaiser, la matriz de componentes muestra que la dimensión “innovación de producto” es el primer factor y se encuentra agrupado entre las afirmaciones 1 y 4 y la dimensiones “innovación de procesos” es el segundo factor y se encuentra agrupado entre las afirmaciones 5 y 7.

Tabla 20:

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser - innovación tecnológica

	Método de rotación Varimax	
	Componente 1	Componente 2
IT1. Nuestra empresa amplía el número de líneas de productos y servicios	.853	
IT2. Las tecnologías de control de procesos utilizados en los proyectos de infraestructura permiten servir a diversas demandas	.890	

IT3. Nuestra empresa lleva métodos innovadores para la promoción de los mercados	.904
IT4. Nuestra empresa lanza nuevos productos y servicios	.867
IT5. Nuestra empresa se dedica al desarrollo de nuevos productos (NPD) para obtener las patentes	.788
IT6. Nuestra empresa lanza productos y servicios personalizados de acuerdo a las demandas del mercado	.802
IT7. Nuestra empresa adopta la tecnología avanzada de control de procesos en tiempo real	.906

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

En tanto los resultados conseguidos para la variable desempeño organizacional son: en el estadístico Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) se obtuvo un 0.836, en el aproximado del Chi-cuadrado se obtuvo un 2185.408 y en la significancia se obtuvo un 0.000 (tabla 21). Por lo tanto, se observa un buen ajuste factorial a raíz de la buena aplicación del estadístico KMO (0.836). es por estos motivos que se consiguen dos dimensiones o factores que explican el 83.826% de la varianza total y en la matriz de componente (tabla 22).

Tabla 21:

Prueba de KMO, Bartlett y Método de extracción - desempeño organizacional

KMO and Bartlett's Test			
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo.			.836
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado		2185.408
	df		28
	Sig.		.000

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

La dimensión “desempeño no financiero” es el primer factor y posee un 70.431% en la varianza y la dimensión “desempeño financiero” es el segundo factor y posee un 13.395% en la varianza.

Tabla 22:

Varianza total explicada – desempeño organizacional

Factor	Varianza total explicada								
	Valores propios iniciales			Sumas de rotación de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	% de		%	% de		%	% de		%
	Total	varianza	acumulado	Total	varianza	acumulado	Total	varianza	acumulado
1	5.634	70.431	70.431	5.634	70.431	70.431	3.619	45.241	45.241
2	1.072	13.395	83.826	1.072	13.395	83.826	3.087	38.585	83.826

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

De acuerdo el método Varimax utilizado para simplificar la expresión de subespacios específicos, solo a través de cada elemento importante, normalizado por Kaiser, la matriz de componentes muestra que la dimensión “desempeño no financiero” es el primer factor y está estructurado entre las afirmaciones 5 y 8 y la dimensiones “desempeño financiero” es el segundo factor y está estructurado entre las afirmaciones 1 y 4.

Tabla 23:

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser - desempeño organizacional

	Método de rotación Varimax	
	Componente	
	1	2
DO1. El retorno sobre la inversión		.850
DO2. El crecimiento de las ganancias		.933
DO3. El crecimiento en ventas		.695
DO4. El aumento de la participación de mercado		.786
DO5. El aumento en la satisfacción del cliente	.833	
DO6. El mejoramiento de la imagen corporativa	.885	
DO7. El aumento del valor de las marcas	.830	
DO8. El aumento de la productividad de los empleados	.876	

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

3.2.3. Correlaciones Rho de Spearman

Con base en los resultados obtenidos de los dos cuestionarios, los cuales fueron aplicados a los gerentes y/o administradores de las empresas MYPES de confecciones del comercio comercial de Gamarra, Lima 2020, se presentan las relaciones encontradas mediante la prueba Rho de Spearman, puesto que se emplea para datos no paramétricos, entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional (tabla 24).

Tabla 24:
Correlaciones Rho de Spearman

		Correlaciones			
		Inn_prod	Inn_proc	desemp_org	
Spearman's rho	Inn_prod	Coefficiente de correlación	1.000	.402**	.617**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
		N	209	209	209
	Inn_proc	Coefficiente de correlación	.402**	1.000	.395**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
		N	209	209	209
	desemp_org	Coefficiente de correlación	.617**	.395**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
		N	209	209	209

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

3.2.4. Contrastación de las hipótesis

En la contrastación de las hipótesis se desarrolló la prueba de Spearman, que se utiliza para aprobar soluciones con el objetivo de obtener datos de manera precisa.

3.2.4.1. Hipótesis general.

i. Planteamiento de las hipótesis

La innovación tecnológica se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

Hipótesis nula

(Ho): La innovación tecnológica NO se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

Hipótesis alterna

(H1): La innovación tecnológica SI se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

ii. Nivel de significancia

Nivel de significancia por considerar igual a $\alpha = 0.05$.

iii. Cálculo de la prueba estadística:

Tabla 25:

Resultado de Rho de Spearman - Hipótesis General

			desemp_org
		Coeficiente de correlación	.629**
Spearman's rho	Inno_Tec	Sig. (2-tailed)	.000
		N	209

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

iv. Toma de decisiones

El nivel de significancia es 0.05, existe evidencia estadística para sustentar la hipótesis alterna ($r = 0.629$, $p = 0.000 < 0.05$), y la conclusión es que la innovación

tecnológica si se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

3.2.4.2. *Primera hipótesis específica.*

i. Planteamiento de las hipótesis

La innovación de producto se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

Hipótesis nula

(H₀): La innovación de producto NO se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

Hipótesis alterna

(H₁): La innovación de producto SI se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

ii. Nivel de significancia

Nivel de significancia por considerar igual a $\alpha = 0.05$.

iii. Cálculo de la prueba estadística:

Tabla 26:

Resultado de Rho de Spearman – Primera hipótesis específica

			desemp_org
		Coeficiente de correlación	.617**
Spearman's rho	Inn_prod	Sig. (2-tailed)	.000
		N	209

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

iv. Toma de decisiones

El nivel de significancia es 0.05, existe evidencia estadística para sustentar la hipótesis alterna ($r = 0.617$, $p = 0.000 < 0.05$), y la conclusión es que la innovación de producto si se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

3.2.4.3. Segunda hipótesis específica.

i. Planteamiento de las hipótesis

La innovación de procesos se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

Hipótesis nula

(Ho): La innovación de procesos NO se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

Hipótesis alterna

(H1): La innovación de procesos SI se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

ii. Nivel de significancia

Nivel de significancia por considerar igual a $\alpha = 0.05$.

iii. Cálculo de la prueba estadística:

Tabla 27:

Resultado de Rho de Spearman – Segunda hipótesis específica

			desemp_org
Spearman's rho	Inn_proc	Coefficiente de correlación	.395**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	209

Elaboración: Rodríguez (2020) – Extraído de SPSS 22

iv. Toma de decisiones

El nivel de significancia es 0.05, existe evidencia estadística para sustentar la hipótesis alterna ($r = 0.395$, $p = 0.000 < 0.05$), y la conclusión es que la innovación de procesos si se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.

CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

En esta investigación titulada “Relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020” el objetivo principal es determinar la relación entre las variables de innovación tecnológica y las variables de desempeño organizacional, los resultados logrados presentan una relación significativamente positiva de acuerdo al procedimiento de información efectuado por medio de los instrumentos desarrollados.

- 1) Se reconoce que la innovación tecnológica y el desempeño organizacional ostentan un coeficiente de correlación de $r = 0.629$, $p = 0.000 < 0.05$, y se concluye que la innovación tecnológica si se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020. Concerniente a la relación encontrada entre las variables mencionadas anteriormente se realiza la comparación con otras investigaciones que consiguieron el mismo resultado, como en la investigación de Wang, D. S. (2019) quien consiguió como resultado que la innovación si se relaciona positivamente con el desempeño de la empresa en las PYMES, entre ellas, la invención de un nuevo proceso, la invención de nuevos productos y servicios, la utilización de nuevas oportunidades dentro de un nuevo mercado y el desarrollo de una nueva distribución de los canales.
- 2) Se reconoce que la innovación de productos y el desempeño organizacional poseen un coeficiente de correlación de $r = 0.617$, $p = 0.000 < 0.05$, y se concluye que la innovación de productos si se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020. Concerniente a la relación

encontrada entre las variables mencionadas anteriormente se realiza la comparación con otras investigaciones que alcanzaron el mismo resultado, como en la investigación de Ndemezo, E., y Kayitana, C. (2020) quienes consiguieron que la innovación de productos si está relacionada directamente con el desempeño organizacional, lo que representa que las empresas que decidieron participar en la introducción de productos nuevos o mejorados en el mercado, obtuvieron mejoras en su desempeño..

- 3) Se reconoce que la innovación de procesos y el desempeño organizacional poseen un coeficiente de correlación de $r = 0.395$, $p = 0.000 < 0.05$, y se concluye que la innovación de procesos si se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020. Concerniente a la relación hallada entre las variables mencionadas anteriormente se realiza la comparación con otras investigaciones que consiguieron el mismo resultado, como en la investigación de Ukpabio, M. G., Oyebisi, T. O., y Siyanbola, O. W. (2018) en donde se consiguió que la innovación de procesos es un elemento crítico para mejorar el desempeño de las PYMES en Nigeria. Por lo tanto, los propietarios y gerentes de las PYME deben prestar una atención crítica a la implementación de actividades de innovación de procesos en sus empresas, ya que impacta positivamente en el desempeño.

4.2. Implicancias

- 1) Si bien esta investigación ha realizado importantes aportes en diferentes campos, aun así, ninguna investigación puede dar respuesta a todas las preguntas en ningún campo de investigación. Por ende, en esta oportunidad,

corresponde plantear direcciones de investigación futuras para prolongar la exploración, profundizando el conocimiento de la innovación tecnológica.

- 2) En primer lugar, los resultados de la investigación actual exponen que todos los aspectos de la innovación tecnológica tienen una relación significativa con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.
- 3) En segundo lugar, se pueden realizar estudios similares en diferentes grupos o tipos empresas MYPES de confecciones para comprender su desempeño en todos los aspectos de la innovación tecnológica.
- 4) En tercer lugar, esta investigación involucra las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, por lo que será interesante implementar el mismo marco de investigación en diferentes industrias.
- 5) En cuarto lugar, para otros tipos empresas MYPES de confecciones, se pueden realizar estudios similares, porque la literatura cree que la innovación tecnológica se puede implementar en todas las empresas, independientemente de su tipo o departamento.

4.3. Limitaciones

En este trabajo de investigación se presentaron algunas dificultades, las cuales no fueron de gran inconveniente para el buen desarrollo de esta investigación.

1. La disponibilidad de tiempo que no tuvieron algunos de los administradores de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.
2. La situación de emergencia sanitaria que atraviesa el Perú actualmente, dado que no se podía conocer con exactitud si todos los administradores de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra se

encontraban en la capacidad de responder de manera satisfactoria las afirmaciones de los cuestionarios.

3. Adecuar los horarios de los administradores de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra para poder efectuar las actividades para desarrollar este trabajo de investigación.

4.4. Conclusiones

De acuerdo con los resultados hallados basados en los dos cuestionarios desarrollados para esta investigación concerniente a la innovación tecnológica y al desempeño organizacional se llega a las siguientes conclusiones.

- 1) Basados en la evaluación de los cuestionarios desarrollados, mediante el estadígrafo Kolmogorov-Smirnov, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y de la prueba Rho de Spearman ($r = 0.629$, $p = 0.000 < 0.05$), se concluye que la innovación tecnológica es un ingrediente importante para el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020. Por ende, en esta investigación se confirma que la innovación tecnológica si se relaciona positivamente con el desempeño organizacional; por lo que se afirma que si las empresas implementaran una idea para un nuevo producto o un nuevo servicio o introdujeran nuevos elementos en el proceso de producción o la operación del servicio de la organización, llevara a que el desempeño organizacional mejore de manera considerable. Por ende, se corrobora la hipótesis que se plantea y se cumple con el objetivo general presentado en este trabajo de investigación.
- 2) Basados en la evaluación de los cuestionarios desarrollados, mediante el estadígrafo Kolmogorov-Smirnov, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y de la prueba Rho de Spearman ($r = 0.617$, $p = 0.000 < 0.05$), se concluye que la innovación

de producto es un componente significativo para el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del comercio comercial de Gamarra, Lima 2020. Por ende, en esta investigación se confirma que la innovación de producto si se relaciona positivamente con el desempeño organizacional; por lo que se afirma que si las empresas mejoraran sus productos o inventaran nuevos productos así como su calidad y especificaciones técnicas, llevara a que el desempeño organizacional mejore de manera considerable. Por ende, se corrobora la hipótesis que se plantea y se cumple con el primer objetivo específico presentado en este trabajo de investigación.

- 3) Basados en la evaluación de los cuestionarios desarrollados, mediante el estadígrafo Kolmogorov-Smirnov, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y de la prueba Rho de Spearman ($r = 0.395$, $p = 0.000 < 0.05$), se concluye que la innovación de procesos es un componente significativo para el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del comercio comercial de Gamarra, Lima 2020. Por ende, en esta investigación se confirma que la innovación de procesos si se relaciona positivamente con el desempeño organizacional; por lo que se afirma que si las empresas implementaran un sistema de fabricación/producción o entrega nuevo o parcialmente mejorado, llevara a que el desempeño organizacional mejore de manera considerable. Por ende, se corrobora la hipótesis que se plantea y se cumple con el segundo objetivo específico presentado en este trabajo de investigación.

CAPITULO V. RECOMENDACIONES

- 1) A las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020, se les recomienda que realicen el reconocimiento de los elementos que podrían estimular la implementación de la innovación tecnológica, así como de los elementos que la obstaculizarían, dado que al conocer estos elementos se podrá estar en la posición de diseñar políticas adecuadas a orientar la innovación tecnológica, para esto deberán de capacitar sus trabajadores, dicha capacitación tendrá que ser efectuada por uno de los trabajadores que tenga experiencia en el campo para que así la empresa no realice gastos extras, o de lo contrario contratar personal calificado y con experiencia en la innovación tecnológica.
- 2) A las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020, se les recomienda mejorar los productos o fabricar productos novedosos, con la intención de aumentar el desempeño de sus empresas, para que esto pueda realizar tendrán que saber cuáles son las experiencias de sus clientes con los productos que ofrecen, pidiéndoles que participen de encuestas efectuadas por medio de correos electrónicos o personalmente, para poder conocer cuáles son las necesidades y/o exigencias de sus clientes seleccionando las que más se repitan entre sus clientes.
- 3) A las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020, se les recomienda efectuar innovar en sus procesos, para que así sus procedimientos puedan estar bien organizados, para esto tendrán que mejorar sus procesos que ya tienen en sus empresas o de lo contrario implementar procesos nuevos, para que la eficiencia y eficacia de sus empresas mejore y aumente.
- 4) Así mismo investigaciones futuras pueden centrarse en una industria para proporcionar resultados e implicaciones más específicos. Finalmente, la

investigación actual utiliza la innovación tecnológica y sus dimensiones. Las investigaciones pueden extender el estudio de las innovaciones que no se toman en cuenta como las innovaciones no tecnológicas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdukhoshimov, K., & Durmuş-Özdemir, E. (2016) Impact of technological and non-technological innovation on firm performance: empirical study at Turk telekom group antalya office.
- Adnan, M., Abdulhamid, T., & Sohail, B. (2018). Predicting Firm Performance Through Resource-Based Framework. *European Journal of Business & Management*, 10(1), 31-36.
- Adnan, M., Abdulhamid, T., & Sohail, B. (2018). Predicting Firm Performance Through Resource-Based Framework. *European Journal of Business & Management*, 10(1), 31-36.
- Alegre, J., Lapiedra, R., & Chiva, R. (2006). A measurement scale for product innovation performance. *European Journal of Innovation Management*.
- Amit, R., & Schoemaker, P. J. H. (1993). Strategic Asset and Organizational Rent *Strategic Management Journal*.
- Attar, M. M. (2016). Technological innovation in poultry supply chain from a halal perspective in Iran (Doctoral dissertation, University of Huddersfield).
- Barney, J. B. (2001). Is the resource-based “view” a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of management review*, 26(1), 41-56.
- Bodero Regalado, Y. (2012). Evaluación del desarrollo e innovación tecnológica de la región Piura en el sector productivo.
- Bogers, M. (2009). The sources of process innovation in user firms (No. THESIS). EPFL.
- Branscomb, L., & Auerswald, P. E. (2002). Between invention and innovation an analysis of funding for early-stage technology development. *Nist Gcr*, 02-841.
- Brown, C. J., & Frame, P. (2004). Small Business Innovation Management. *Intrnational Journal of Innovation and Learning*, 2(3), 209-224.

- Coccia, M. (2017). Sources of technological innovation: Radical and incremental innovation problem-driven to support competitive advantage of firms. *Technology Analysis & Strategic Management*, 29(9), 1048-1061.
- Corilloclla Terbullino, P., & Granda Sandoval, A. (2013). La innovación tecnológica en el sector manufacturero: esfuerzos y resultados de la pequeña, mediana y gran empresa.
- Costa, L. A., Cool, K., & Dierickx, I. (2013). The competitive implications of the deployment of unique resources. *Strategic management journal*, 34(4), 445-463.
- Côté, R., Booth, A., & Louis, B. (2006). Eco-efficiency and SMEs in Nova Scotia, Canada. *Journal of cleaner Production*, 14(6-7), 542-550.
- D'Aveni, R. A., Dagnino, G. B., & Smith, K. G. (2010). The age of temporary advantage. *Strategic management journal*, 31(13), 1371-1385.
- De Loayza, P. (2017, 8 de febrero) “¿Es el Perú un país de innovadores?”. Recuperado de: <https://rpp.pe/blog/innovados/es-el-peru-un-pais-de-innovadores-noticia-1028658>.
- Del Rio Navarro, M. (2017, 8 de febrero) “¿Es el Perú un país de innovadores?”. Recuperado de: <https://rpp.pe/blog/innovados/es-el-peru-un-pais-de-innovadores-noticia-1028658>.
- Drnevich, P. L., & Kriauciunas, A. P. (2011). Clarifying the conditions and limits of the contributions of ordinary and dynamic capabilities to relative firm performance. *Strategic management journal*, 32(3), 254-279.
- Engelen, A., Engelen, M., & Bachmann, J. T. (2015). Corporate Entrepreneurship in verschiedenen nationalen Kontexten. In *Corporate Entrepreneurship* (pp. 243-274). Springer Gabler, Wiesbaden.

- Ettlie, J. E., & Elsenbach, J. M. (2007). Modified Stage-Gate® regimes in new product development. *Journal of Product Innovation Management*, 24(1), 20-33.
- García Osorio, O., Quintero Quintero, J., & Arias-Pérez, J. (2014). Capacidades de innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional en empresas del sector servicios. *Cuadernos de Administración*, 27(49).
- Gestión (2018). Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas-confecciones-deben-incorporar-innovacion-tecnologica-costos-226939-noticia/?ref=gesr>
- Godin, B. (2006). The linear model of innovation: The historical construction of an analytical framework. *Science, Technology, & Human Values*, 31(6), 639-667.
- Grahovac, J., & Miller, D. J. (2009). Competitive advantage and performance: the impact of value creation and costliness of imitation. *Strategic Management Journal*, 30(11), 1192-1212.
- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California management review*, 33(3), 114-135.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1999). *Análisis multivariante* (Vol. 491). Madrid: Prentice Hall.
- Hall, R., & Andriani, P. (2002). Managing knowledge for innovation. *Long range planning*, 35(1), 29-48.
- Hernández Martínez, C. M. *Gestión de la tecnología en los proyectos de innovación de una empresa peruana del sector minero. Un estudio de caso.*
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Herrmann, A., Tomczak, T., & Befurt, R. (2006). Determinants of radical product innovations. *European Journal of Innovation Management*.

- Ho, L. A. (2008). What affects organizational performance?. *Industrial Management & Data Systems*.
- Karim Suhag, A., Solangi, S. R., Larik, R. S. A., Lakh, M. K., & Tagar, A. H. (2017). The relationship of innovation with organizational performance. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5(2), 292-306.
- Kinnear, T., & Taylor, J. (1998). *Investigación de mercados*. Colombia.
- Lázaro Izquierdo, B. (2013). *Innovation and Technology Management*.
- León, C. (2018, 9 de febrero). “Empresas de confecciones deben incorporar la innovación tecnológica, ¿cuánto es el costo?”. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas-confecciones-deben-incorporar-innovacion-tecnologica-cost-226939-noticia/>
- Lesáková, L. (2014). Evaluating innovations in small and medium enterprises in Slovakia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 74-81.
- Lizama, P., & Boccardo, G. (2014). *Guía de Asociación entre variables Pearson y Spearman en SPSS*. Universidad de Chile-Facultad de Ciencias Sociales (FACSO)-Departamento de Sociología.
- Mahapatro, B. B. (2013). Organization performance. *Human resource management*, 272-279.
- Makadok, R. (2010). The interaction effect of rivalry restraint and competitive advantage on profit: Why the whole is less than the sum of the parts. *Management science*, 56(2), 356-372.
- Makadok, R. (2011). Invited editorial: The four theories of profit and their joint effects. *Journal of Management*, 37(5), 1316-1334.

- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information systems research*, 2(3), 192-222.
- Müller-Lietzkow, J. (2004). Free Resources and the resource-based view. *Informatik 2004, Informatik verbindet, Band 2, Beiträge der 34. Jahrestagung der Gesellschaft für Informatik eV (GI)*.
- Ndemezo, E., & Kayitana, C. (2020). Innovation and Firms' Performance in the Rwandese Manufacturing Industry: A Firm-Level Empirical Analysis. In *Rwandan Economy at the Crossroads of Development* (pp. 99-114). Springer, Singapore.
- Nham, P. T. (2011). Building an integrated framework of strategic management theories to explain performance of firm in one industry. *Building an integrated framework of strategic management theories to*
- Nham, P. T. (2011). Building an integrated framework of strategic management theories to explain performance of firm in one industry.
- Oystrakh, M. (2016). The Effect of Technological Innovations on Economic Activity.
- Peteraf, M. A., & Barney, J. B. (2003). Unraveling The Resource-Based Tangle *Managerial and Decision Economics* 24.
- Ponce, F., & Zevallos, E. (2017). La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible, sino accesible. *360 Revista deficiencias de la gestión*, 1.
- Rahman, N. A., Yaacob, Z., & Radzi, R. M. (2016). An overview of technological innovation on SME survival: A conceptual paper. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 508-515.

Ramírez López, C. G., & Reyes Nieto, L. A. (2019). Impacto de la innovación tecnológica y no tecnológica en el desempeño organizacional de Mypes de confecciones de Gamarra 2019.

Rennings, K., Ziegler, A., Ankele, K., & Hoffmann, E. (2006). The influence of different characteristics of the EU environmental management and auditing scheme on technical environmental innovations and economic performance. *Ecological Economics*, 57(1), 45-59.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*.

Sánchez, H., & Reyes, C. (2000). *Diseños de investigación*. Alvitres, V. *Métodos científicos, Planificación de la Investigación*. Perú: Edit. Ciencia.

Saxena, M., & Joshi, A. (2011). Strategy and Resources – Review of concept. *Review of Business and Technology*

Saxena, M., & Joshi, A. (2011). Strategy and Resources – Review of concept. *Review of Business and Technology*

Saxena, M., & Joshi, A. (2011). Strategy and Resources – Review of concept. *Review of Business and Technology*

Saxena, M., & Joshi, A. (2011). Strategy and Resources – Review of concept. *Review of Business and Technology Research*, 4(1), 536-545.

Shahzad, F., Luqman, R. A., Khan, A. R., & Shabbir, L. (2012). Impact of organizational culture on organizational performance: An overview. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*.

Singh, R., Mathiassen, L., & Mishra, A. (2015). Organizational Path Constitution in Technological Innovation: Evidence from Rural Telehealth. *Mis Quarterly*, 39(3).

Sinha, K. M. (2013). *Innovation Process: an Integrated Analysis of the Role played by Various Actors* (Doctoral dissertation, LUISS Guido Carli).

- Sirmon, D. G., Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Gilbert, B. A. (2011). Resource orchestration to create competitive advantage: Breadth, depth, and life cycle effects. *Journal of management*, 37(5), 1390-1412.
- Sotomayor Parian, R. M. (2016). Propuesta de estrategias de ciencia, tecnología e innovación para la internacionalización en la industria del pisco en el Perú.
- Spanos, Y. E., & Lioukas, S. (2001). An examination into the causal logic of rent generation: contrasting Porter's competitive strategy framework and the resource-based perspective. *Strategic management journal*, 22(10), 907-934.
- Subrahmanya, M. H. (2011). Technological Innovations and Firm Performance of Manufacturing SMEs: Determinants and Outcomes. *ASCI Journal of Management*, 41(1).
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2018). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.
- Tiruneh, E. A. (2014). Essays on the effects of human capital, innovation and technology on economic performance (Doctoral dissertation, University of Trento).
- Tornatzky, L. G., & Klein, K. J. (1982). Innovation characteristics and innovation adoption-implementation: A meta-analysis of findings. *IEEE Transactions on engineering management*, (1), 28-45.
- Ukpabio, M. G., Oyebisi, T. O., & Siyanbola, O. W. (2018). Effects of Innovation on Performance of Manufacturing SMEs in Nigeria: An empirical study. Retrieved on, 21(09), 2019.
- Vicente, J. L (2019). Innovación tecnológica y competitividad en las MYPES agroindustriales de la provincia de Pasco-2017.

Wang, D. S. (2019). Association between technological innovation and firm performance in small and medium-sized enterprises. *International Journal of Innovation Science*.

Wernerfelt, B. (2011). Invited editorial: The use of resources in resource acquisition. *Journal of management*, 37(5), 1369-1373.

Zhang, Y., Khan, U., Lee, S., & Salik, M. (2019). The influence of management innovation and technological innovation on organization performance. A mediating role of sustainability. *Sustainability*, 11(2), 495.

Zott, C. (2003). Dynamic capabilities and the emergence of intraindustry differential firm performance: insights from a simulation study. *Strategic management journal*, 24(2), 97-125.

ANEXO N° 1. MATRIZ OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ESCALA
INDEPENDIENTE	Según Abdukhoshimov, K., y Durmuş-Özdemir, E. (2016), la innovación tecnológica se refiere a la implementación de una idea para un nuevo producto o un nuevo servicio o la introducción de nuevos elementos en el proceso de producción o la operación del servicio de una organización.	La implementación de la innovación tecnológica llevará a que la empresa pueda producir productos novedosos, así como a introducir elementos nuevos en los procesos.	Innovación de producto	Líneas de productos	1
Innovación tecnológica				Demandas	2
				Métodos innovadores	3
				Lanzamiento de productos	4
Innovación de procesos			Desarrollo de nuevos productos	5	
			Productos personalizados	6	
			Control de procesos	7	
DEPENDIENTE	El desempeño de la organización se ha definido como la capacidad de la empresa para lograr sus metas y objetivos con la ayuda de una administración talentosa, un buen gobierno y una constante re-dedicación para lograr los objetivos comerciales (García Osorio, O., Quintero Quintero, J., & Arias-Pérez, J., 2014).	Es un indicador del logro de los objetivos y metas que se traza la empresa.	Desempeño financiero	Retorno de inversión	1
Desempeño organizacional				Crecimiento de ganancias	2
				Crecimiento de ventas	3
				Participación de mercado	4
			Desempeño no financiero	Satisfacción de cliente	5
Imagen de empresa				6	
Valor de la marca				7	
Productividad de empleados				8	

ANEXO N° 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA

ANEXO: MATRIZ DE CONSISTENCIA				
Autor: _____		Fecha: / /		
SOCIO:				
Título: Relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p><u>Problema general</u></p> <p>¿Existe relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020?</p> <p><u>Problemas específicos</u></p> <p>¿Existe relación entre la innovación de producto y el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020?</p> <p>¿Existe relación entre la innovación de procesos y el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020?</p>	<p><u>Objetivo general</u></p> <p>Determinar si existe relación de la innovación tecnológica y el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <p>Determinar la relación de la innovación de producto y el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.</p> <p>Determinar la relación de la innovación de procesos y el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.</p>	<p><u>Hipótesis general</u></p> <p>La innovación tecnológica se relaciona positivamente con el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.</p> <p><u>Hipótesis específicas</u></p> <p>La innovación de producto se relaciona positivamente con el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.</p> <p>La innovación de procesos se relaciona positivamente con el desempeño organizacional en empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.</p>	<p>X1: Innovación tecnológica.</p> <p>X1A: Innovación de producto</p> <p>X1B: Innovación de procesos.</p> <p>X2: Desempeño Organizacional.</p> <p>X2A: desempeño financiero.</p> <p>X2B: desempeño no financiero</p>	<p><u>Tipo de investigación:</u></p> <p>Correlacional (enfoque cuantitativo)</p> <p><u>Diseño de investigación:</u></p> <p>No experimental transversal y correlacional.</p> <p><u>Muestra</u></p> <p>358 administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020.</p> <p><u>Instrumentos de la investigación:</u></p> <p>El cuestionario se realizará a los administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confección del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020. En donde el cuestionario de innovación tecnológica pertenece a los investigadores Abdukhoshimov, K., y Durmuş-Özdemir, E. (2016) y el cuestionario de desempeño organizacional pertenece a los investigadores García Osorio, O., Quintero Quintero, J., y Arias-Pérez, J. (2014)</p>

ANEXO N° 3. CUESTIONARIOS

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

CARRERA: ADMINISTRACIÓN

Tema: “RELACION ENTRE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS MYPES DE CONFECCIONES DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA, LIMA 2020”

VARIABLE: innovación tecnológica

Instrucción:

A continuación, se presenta una serie de ítems para que sean respondidos por usted. Lea detenidamente cada enunciado, marque una sola alternativa con un X en la casilla correspondiente al enunciado elegido. Es fundamental su absoluta sinceridad dentro de las respuestas, pues de ellas depende el éxito de la presente investigación.

NOTA: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5 donde:

1	2	3	4	5
En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo

Número	ITEM	1	2	3	4	5
1	Nuestra empresa se extiende el número de líneas de productos y servicios					
2	Las tecnologías de control de procesos utilizados en los proyectos de infraestructura permiten servir a diversas demandas					
3	Nuestra empresa lleva métodos innovadores para la promoción de los mercados					
4	Nuestra empresa lanza nuevos productos y servicios					
5	Nuestra empresa se dedica al desarrollo de nuevos productos (NPD) para obtener las patentes					
6	Nuestra empresa lanza productos y servicios personalizados de acuerdo a las demandas del mercado					
7	Nuestra empresa adopta la tecnología avanzada de control de procesos en tiempo real					

Quedo agradecido de su aporte a este estudio.

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

CARRERA: ADMINISTRACIÓN

Tema: “RELACION ENTRE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS MYPES DE CONFECCIONES DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA, LIMA 2020”

VARIABLE: desempeño organizacional

Instrucción:

A continuación, se presenta una serie de ítems para que sean respondidos por usted. Lea detenidamente cada enunciado, marque una sola alternativa con un X en la casilla correspondiente al enunciado elegido. Es fundamental su absoluta sinceridad dentro de las respuestas, pues de ellas depende el éxito de la presente investigación.

NOTA: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5 donde:

1	2	3	4	5
muy inferior frente a sus competidores	inferior frente a sus competidores	ni inferior ni superior frente a sus competidores	superior frente a sus competidores	muy superior frente a sus competidores

Número	ITEM	1	2	3	4	5
1	El retorno sobre la inversión					
2	El crecimiento de las ganancias					
3	El crecimiento en ventas					
4	El aumento de la participación de mercado					
5	El aumento en la satisfacción del cliente					
6	El mejoramiento de la imagen corporativa					
7	El aumento del valor de las marcas					
8	El aumento de la productividad de los empleados					

Quedo agradecido de su aporte a este estudio.

ANEXO N° 4. VALIDACIÓN DE JUECES

Juez N° 1



Carta de Solicitud de Juez Experto

Señor(a)

Magnolia J. Dusek Paz

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarlo(a) cordialmente y a la vez manifestarle que, conocedor de su trayectoria académica y profesional, molesto su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendo utilizar en la Tesis para el título de Licenciado en Administración, por la Universidad Privada del Norte

El instrumento tiene como objetivo medir las variables de Innovación tecnológica y Desempeño organizacional, por lo que, con la finalidad de determinar la validez de su contenido, solicito el visto bueno y aprobación de los métodos e instrumentos aplicados en la presente Investigación, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjunta el instrumento y la matriz de operacionalización de la variable considerando dimensiones, indicadores, categorías y escala de medición.

Agradezco anticipadamente su colaboración y estoy seguro de que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.



Atentamente,

Alfredo Anselmo Rodríguez Jiménez

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente documento tiene como finalidad validar los cuestionarios de innovación tecnológica y desempeño organizacional, el mismo que será aplicado a los administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confección del comercio comercial de Gamarra que forman parte del estudio “RELACION ENTRE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS MYPES DE CONFECCIONES DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA” que corresponde a un diseño de investigación cuantitativo correlacional no experimental transversal.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: Claridad de la redacción, Congruencia con el contenido, Contexto correcto del ítem y Dominio del Constructo. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: 01

Fecha actual: 12 de Octubre del 2020

Nombres y Apellidos de Juez: MAGNOLIA JESUS DUSEK PAZ

Institución donde labora: UPN Sede Breña

Años de experiencia profesional o científica: 15 años

Grado de Instrucción: Superior - Magister

Puesto que desempeña: Docente TC en la Carrera de Administración



Firma y/o Sello

EVALUACION DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de la investigación: RELACION ENTRE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS MYPES DE CONFECCIONES DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacer llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradezco de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación

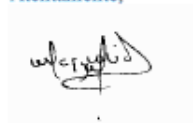
A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Buena	Muy Buena
		0	1	2	3	4
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					4
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					4
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					4
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					4
5. PERTINENCIA Y SUFICIENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					4
SUMATORIA PARCIAL						20
SUMATORIA TOTAL		20				

Observaciones:.....

.....

Atentamente,



MAGNOLIA JESUS DUSEK PAZ

DNI: 06782959

Juez N° 2



Carta de Solicitud de Juez Experto

Señor(a)

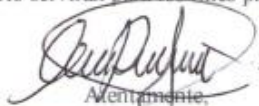
Juan A. León Muñoz

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarlo(a) cordialmente y a la vez manifestarle que, conocedor de su trayectoria académica y profesional, molesto su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendo utilizar en la Tesis para el título de Licenciado en Administración, por la Universidad Privada del Norte

El instrumento tiene como objetivo medir las variables de Innovación tecnológica y Desempeño organizacional, por lo que, con la finalidad de determinar la validez de su contenido, solicito el visto bueno y aprobación de los métodos e instrumentos aplicados en la presente Investigación, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjunta el instrumento y la matriz de operacionalización de la variable considerando dimensiones, indicadores, categorías y escala de medición.

Agradezco anticipadamente su colaboración y estoy seguro de que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.



Alfredo Anselmo Rodríguez Jiménez

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente documento tiene como finalidad validar los cuestionarios de innovación tecnológica y desempeño organizacional, el mismo que será aplicado a los administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confección del comercio comercial de Gamarra que forman parte del estudio “RELACION ENTRE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS MYPES DE CONFECCIONES DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA” que corresponde a un diseño de investigación cuantitativo correlacional no experimental transversal.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: Claridad de la redacción, Congruencia con el contenido, Contexto correcto del ítem y Dominio del Constructo. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: 2
Fecha actual: 16/10/2020
Nombres y Apellidos de Juez: Juan Antonio Peón Muñoz
Institución donde labora: UPN
Años de experiencia profesional o científica: 15 años
Grado de Instrucción: Maestro
Puesto que desempeña: Docente


Firma y/o Sello

EVALUACION DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de la investigación: RELACION ENTRE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS MYPES DE CONFECCIONES DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradezco de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Mal	Regular	Bueno	Muy Bueno
		0	1	2	3	4
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					4
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					4
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					4
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					4
5. PERTINENCIA Y SUFICIENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					4
SUMATORIA PARCIAL						20
SUMATORIA TOTAL		20				

Observaciones:.....

APPLICABLE

Atentamente,

Mag. Juan Antonio León Muñoz

Juez N° 3



Carta de Solicitud de Juez Experto

Señor(a)

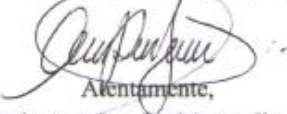
Sara R. Zacarias Vallejos

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarlo(a) cordialmente y a la vez manifestarle que, conocedor de su trayectoria académica y profesional, molesto su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendo utilizar en la Tesis para el título de Licenciado en Administración, por la Universidad Privada del Norte

El instrumento tiene como objetivo medir las variables de Innovación tecnológica y Desempeño organizacional, por lo que, con la finalidad de determinar la validez de su contenido, solicito el visto bueno y aprobación de los métodos e instrumentos aplicados en la presente Investigación, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjunta el instrumento y la matriz de operacionalización de la variable considerando dimensiones, indicadores, categorías y escala de medición.

Agradezco anticipadamente su colaboración y estoy seguro de que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.


Atentamente,
Alfredo Anselmo Rodríguez Jiménez



INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTOS)

El presente documento tiene como finalidad validar los cuestionarios de innovación tecnológica y desempeño organizacional, el mismo que será aplicado a los administradores y/o gerentes de las empresas MYPES de confección del comercio comercial de Gamarra que forman parte del estudio “RELACION ENTRE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS MYPES DE CONFECCIONES DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA” que corresponde a un diseño de investigación cuantitativo correlacional no experimental transversal.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: Claridad de la redacción, Congruencia con el contenido, Contexto correcto del ítem y Dominio del Constructo. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: 3

Fecha actual: 16/10/20

Nombres y Apellidos de Juez: Sara Ricardina Zacarías Vallejos

Institución donde labora: Universidad Privada del Norte

Años de experiencia profesional o científica: 7

Grado de Instrucción: Magister

Puesto que desempeña: Docente



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
MAY 06 2018

EVALUACION DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de la investigación: RELACION ENTRE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS MYPES DE CONFECCIONES DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradezco de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Mal	Regular	Bueno	Muy Bueno
		0	1	2	3	4
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA Y SUFICIENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					9	8
SUMATORIA TOTAL		17				

Atentamente,



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
MAT 06-2019

ANEXO N° 5. ALFA DE CRONBACH

Innovación tecnológica

Innovación de procesos

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	209	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	209	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IT5. Nuestra empresa se dedica al desarrollo de nuevos productos (NPD) para obtener las patentes	7.29	2.785	.664	.745
IT6. Nuestra empresa lanza productos y servicios personalizados de acuerdo a las demandas del mercado	7.92	3.302	.711	.651
IT7. Nuestra empresa adopta la tecnología avanzada de control de procesos en tiempo real	7.24	4.714	.666	.767

Innovación de producto

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	209	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	209	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IT1. Nuestra empresa amplía el número de líneas de productos y servicios	10.84	10.146	.824	.894
IT2. Las tecnologías de control de procesos utilizados en los proyectos de infraestructura permiten servir a diversas demandas	11.05	8.594	.843	.893
IT3. Nuestra empresa lleva métodos innovadores para la promoción de los mercados	11.52	9.789	.852	.884
IT4. Nuestra empresa lanza nuevos productos y servicios	11.35	10.893	.775	.911

Desempeño organizacional

Desempeño financiero

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	209	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	209	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DO1. El retorno sobre la inversión	10.68	7.044	.794	.902
DO2. El crecimiento de las ganancias	11.54	7.711	.828	.900
DO3. El crecimiento en ventas	10.29	6.188	.802	.906
DO4. El aumento de la participación de mercado	10.87	6.405	.880	.871

Desempeño no financiero

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	209	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	209	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DO5. El aumento en la satisfacción del cliente	10.55	5.999	.854	.908
DO6. El mejoramiento de la imagen corporativa	10.48	6.511	.824	.918
DO7. El aumento del valor de las marcas	10.50	5.992	.861	.906
DO8. El aumento de la productividad de los empleados	10.45	6.663	.834	.915

ANEXO N° 6. DATO ESTADÍSTICO KAISER-MEYER-OLKIN (KMO) Y PRUEBA DE EXTRACCIÓN MEDIANTE EL MÉTODO DE COMPONENTES DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.830
	Approx. Chi-Square	978.146
Bartlett's Test of Sphericity	df	21
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
IT1. Nuestra empresa amplía el número de líneas de productos y servicios	1.000	.805
IT2. Las tecnologías de control de procesos utilizados en los proyectos de infraestructura permiten servir a diversas demandas	1.000	.839
IT3. Nuestra empresa lleva métodos innovadores para la promoción de los mercados	1.000	.851
IT4. Nuestra empresa lanza nuevos productos y servicios	1.000	.763
IT5. Nuestra empresa se dedica al desarrollo de nuevos productos (NPD) para obtener las patentes	1.000	.707
IT6. Nuestra empresa lanza productos y servicios personalizados de acuerdo a las demandas del mercado	1.000	.789
IT7. Nuestra empresa adopta la tecnología avanzada de control de procesos en tiempo real	1.000	.822

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**ANEXO N° 7. DATO ESTADÍSTICO KAISER-MEYER-OLKIN (KMO) Y
PRUEBA DE EXTRACCIÓN MEDIANTE EL MÉTODO DE COMPONENTES
DE DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL**

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.836
	Approx. Chi-Square	2185.408
Bartlett's Test of Sphericity	df	28
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
DO1. El retorno sobre la inversión	1.000	.818
DO2. El crecimiento de las ganancias	1.000	.902
DO3. El crecimiento en ventas	1.000	.791
DO4. El aumento de la participación de mercado	1.000	.868
DO5. El aumento en la satisfacción del cliente	1.000	.812
DO6. El mejoramiento de la imagen corporativa	1.000	.846
DO7. El aumento del valor de las marcas	1.000	.823
DO8. El aumento de la productividad de los empleados	1.000	.847

Extraction Method: Principal Component Analysis.