



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y
COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

TESIS

GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS PYMES
DEL RUBRO MADERAS DEL PARQUE INDUSTRIAL DE VILLA EL SALVADOR -
2023

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA

ZULY STEPHANNY ROJAS PEREZ
ORCID: 0000-0002-8998-0337

ASESOR

DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE
ORCID: 0000-0003-0128-0123

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE PROGRAMA
DIRECCIÓN DE ORGANIZACIONES Y PERSONAS**

LIMA, PERÚ, MAYO DE 2024



CC BY-ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

Referencia bibliográfica

Rojas Perez, Z. S., (2024). *Gestión de innovación y competitividad empresarial de las Pymes del rubro maderas del Parque Industrial de Villa el Salvador - 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Zuly Stephanny Rojas Perez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	74571094
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-8998-0337
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40612463
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0128-0123
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Graciela Margot Vejarano García
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	17936741
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Danny Retamozo Riojas
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	03695192
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Yudith Accilio Tucto
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	71830455
Datos de la investigación	
Título de la investigación	Gestión de innovación y competitividad empresarial de las Pymes del rubro maderas del Parque Industrial de Villa el Salvador - 2023
Línea de investigación Institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Dirección de organizaciones y personas
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de tesis conformado por: la MAG. GRACIELA MARGOT VEJARANO GARCÍA como presidenta, la MAG. DANNY RETAMOZO RIOJAS como secretaria y la MAG. YUDITH ACCILIO TUCTO como vocal, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS PYMES
DEL RUBRO MADERAS DEL PARQUE INDUSTRIAL DE VILLA EL SALVADOR –
2023

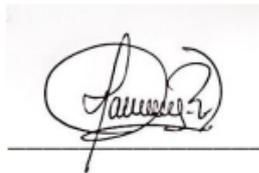
Presentado por la bachiller:
ZULY STEPHANNY ROJAS PEREZ

Para obtener el **Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado-Muy Bueno** con una calificación de **DIECISIETE (17)**.

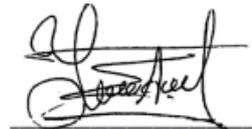
En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 28 de mayo del 2024.



PRESIDENTE
MAG. GRACIELA MARGOT
VEJARANO GARCÍA



SECRETARIO
MAG. DANNY RETAMOZO
RIOJAS



VOCAL
MAG. YUDITH ACCILIO
TUCTO

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE docente de la Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

**GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS PYMES
DEL RUBRO MADERAS DEL PARQUE INDUSTRIAL DE VILLA EL SALVADOR -
2023**

De la bachiller ZULY STEPHANNY ROJAS PEREZ, certifico que la tesis tiene un índice de similitud de 13% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito revisó y analizó dicho reporte a lo que concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 31 de julio de 2024



LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE

40612463



DEDICATORIA

A mi madre por enseñarme a luchar por mis sueños y a mi padre por sostenerme en cada paso de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A mi asesor, el Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe, quien con su pasión por la docencia ha logrado que esta parte de nuestra vida universitaria sea tan agradable, con su orientación, apoyo y paciencia, así como también con la dificultad necesaria para aprender, reflejando metafóricamente la forma de ver la vida.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
LISTA DE TABLAS	5
LISTA DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	41
2.1 Tipo y diseño de investigación	42
2.2 Población, muestra y muestreo.....	43
2.3 Hipótesis	44
2.4 Variables y operacionalización	45
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	46
2.6 Procedimientos	50
2.7 Análisis de datos	51
2.8 Aspectos éticos	52
CAPÍTULO III: RESULTADOS	53
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	65
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	71
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	75
REFERENCIAS	
ANEXOS	

LISTA DE TABLAS

- Tabla 1 Cuadro de operacionalización de la variable gestión de innovación
- Tabla 2 Cuadro de operacionalización de la variable competitividad empresarial
- Tabla 3 Resultados de validación por criterios de jueces
- Tabla 4 Ficha técnica del cuestionario de gestión de innovación
- Tabla 5 Ficha técnica del cuestionario de competitividad empresarial
- Tabla 6 Resultado de fiabilidad del cuestionario de gestión de innovación
- Tabla 7 Resultado de fiabilidad del cuestionario de competitividad empresarial
- Tabla 8 Valoración de la escala alfa de Cronbach
- Tabla 9 Escala de correlación de la R de Pearson
- Tabla 10 Resultados descriptivos de la variable gestión de innovación
- Tabla 11 Resultados descriptivos de la variable competitividad empresarial
- Tabla 12 Resultados descriptivos de la dimensión cultura de innovación
- Tabla 13 Resultados descriptivos de la dimensión creatividad innovadora
- Tabla 14 Resultados descriptivos de la dimensión capacidad de absorción
- Tabla 15 Resultados descriptivos de la dimensión concentración de segmento
- Tabla 16 Resultados descriptivos de la dimensión diferenciación
- Tabla 17 Resultados descriptivos de la dimensión liderazgo de costos
- Tabla 18 Prueba de normalidad de las variables
- Tabla 19 Resultado de correlación entre la gestión de innovación y competitividad empresarial
- Tabla 20 Resultado de correlación entre la gestión de innovación y concentración de segmento
- Tabla 21 Resultado de correlación entre la gestión de innovación y diferenciación
- Tabla 22 Resultado de correlación entre la gestión de innovación y liderazgo en costos

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Análisis porcentual de la relación entre la gestión de innovación y competitividad empresarial
- Figura 2 Gráfica de dispersión entre las variables

**GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS
PYMES DEL RUBRO MADERAS DEL PARQUE INDUSTRIAL DE VILLA EL
SALVADOR - 2023**

ZULY STEPHANNY ROJAS PÉREZ

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

La investigación responde al objetivo principal de analizar la relación entre la gestión de innovación y la competitividad empresarial en las pymes del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023. El estudio es de tipo básica, nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño es no experimental transversal. Asimismo, la población de estudio fue de 152 encargados de tienda de los cuales se consideró una muestra 110 encargados de los cuales obtuvo la información. La investigación utilizó dos cuestionarios para medir las variables en estudio, la cual estuvo compuesta por 18 reactivos para cada una de las pruebas. El análisis de confiabilidad de los cuestionarios de gestión de innovación y competitividad empresarial se realizó con la prueba estadística de Cronbach cuyos resultados fueron de 0.947 para ambos cuestionarios demostrando que son altamente confiables. En la prueba de hipótesis se obtuvo un resultado de correlación R de Pearson de 0.655 con un nivel de significancia de 0.000 lo que demuestra que las variables se relacionan de manera positiva fuerte. Este resultado se entiende que, mientras las empresas apliquen innovaciones en cooperación con los colaboradores, hay una probabilidad muy alta que se vea reflejado en el mercado haciéndose cada vez más competitivos.

Palabras claves: gestión de innovación, innovación, competitividad empresarial

**INNOVATION MANAGEMENT AND BUSINESS COMPETITIVENESS OF SMEs IN
THE WOOD BUSINESS OF THE VILLA EL SALVADOR INDUSTRIAL PARK -
2023**

ZULY STEPHANNY ROJAS PÉREZ

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The research responds to the main objective of analyzing the relationship between innovation management and business competitiveness in the pymes of the Villa El Salvador Industrial Park - 2023. The study is of a basic type, correlational level, quantitative approach, non-experimental cross-sectional design. Likewise, the study population was 152 store managers, of which a sample of 110 managers from whom the information was obtained was demonstrated. The research used two questionnaires to measure the variables under study, which was composed of 18 items for each of the tests. The reliability analysis of the innovation management and business competitiveness questionnaires was carried out with the Cronbach statistical test, the results of which were 0.947 for both questionnaires, demonstrating that they are highly reliable. In the hypothesis test, a Pearson R score result of 0.655 was obtained with a significance level of 0.000, which demonstrates that the variables are related in a strong positive way. This result means that, while companies apply innovations in cooperation with collaborators, there is a very high probability that it is reflected in the market becoming increasingly competitive.

Keywords: innovation management, innovation, business competitiveness

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

La gestión de innovación en una organización actualmente es una práctica muy utilizada por las grandes empresas que han traído en ellas exitosos beneficios tanto en producción, producto, organización y mercadotecnia, lo que ha desatado en el mercado una constante lucha por ganar un obtener un nivel alto de aceptación por parte de los clientes y con ello la competitividad empresarial en las pequeñas y medianas empresas. Este estudio muestra información importante de fuentes científicas confiables que dieron paso a la investigación para dar solución la problemática hallada en el sector pymes del Parque Industrial de Villa El Salvador, pues la innovación se presenta como un reto para las pymes debido a la coyuntura de los últimos años, la incertidumbre política, económica, y con ello el aumento de la competencia acometedora local (ESAN, 2023), de modo que el presente trabajo muestra al lector información altamente relevante y recomendable para el éxito de su organización.

Hoy en día las transformaciones digitales guardan relación directa con la innovación, la misma que crea procesos, productos, tecnología o las modifica, generando cambios positivos dentro de la organización. En ese sentido, gestionar la innovación es una forma emocionante de administrar, en su mayoría de casos, recursos intangibles de la organización, seguidos de criterios importantes como la absorción, difusión y adaptación de conocimientos, es una labor interesante para quienes llevan la pasión de enfrentarse a nuevos y constantes cambios (Zayas & Ávila, 2022). Por otro lado, la competitividad es la capacidad que tiene un país, región o entidad para crear un entorno favorable con el fin de ser sostenibles en el mercado con relación a sus competidores, por tanto, la competitividad empresarial es la habilidad que tiene una organización para mantener un nivel destacado frente a las demás empresas para generar valor y mayor prosperidad. Asimismo, Riquelme

(2022) indica que la competitividad empresarial trae beneficios sólidos para la organización, pues se vuelve atractiva para los segmentos potenciales.

Actualmente las organizaciones deben lidiar con un proceso macro que cambia constantemente, la globalización, cuyo fin es la integración de mercados a nivel mundial y con ello los avances tecnológicos evolucionan a gran escala, seguido de un adecuado proceso de innovación, el cual es considerado como factor de ventaja competitiva empresarial siempre y cuando las organizaciones tengan una estructura óptima de aprendizaje continuo (Acevedo & Díaz, 2021). De modo que, al transcurrir los años, el consumidor se ha vuelto más exigente, por ende, busca valores diferenciales en los productos y/o servicios, lo que exige a los ofertantes ser más innovadores, en consecuencia, las empresas buscan destacarse frente a las demás generando así un ambiente de competitividad empresarial.

En el ámbito empresarial, se conoce a la gestión de innovación como una fuente de oportunidades que genera valor agregado a los recursos, de modo que al implementarlo supone una diferencia frente a los competidores, siendo así que les permite destacar en el mercado, generando más productividad, menores costos y mayor rentabilidad. De tal manera, se fomenta un ambiente favorable para el desarrollo de la competitividad empresarial, teniendo una ventaja diferencial frente a los demás, logrando sostenibilidad y mayor alcance dentro del mercado. En tal sentido, las organizaciones que más destaquen serán aquellas que tengan la predisposición a generar cambios y compartirlos con los demás, para tener mayor presencia y aceptación por los consumidores a diferencia del resto (Suarez et al., 2020).

A nivel mundial, se realiza el ranking de índice global de innovación que mide el nivel de innovación en 132 países, destacando así a 15 economías como líderes

de innovación en la edición del año 2022, encabezado por Estados Unidos, Singapur, Alemania y China, de manera tal que existe un indicador sumamente importante en el ranking, investigación y desarrollo, el cual cuantifica la cantidad de proyectos aplicados en innovación lanzados en cada país, es así que este indicador arrojó un aumento de 2.8% a diferencia del año 2019. Cabe señalar que la guerra entre Rusia y Ucrania desató un ambiente tenso, de modo que hay un panorama de incertidumbre además de la recuperación post pandemia, ambos han producido un lento crecimiento en materia de innovación (Soumitra et al., 2022). En efecto el panorama global destaca economías desarrolladas quienes tienen una inversión alta en innovación y tecnología, que les permite ocupar los primeros puestos en los rankings internacionales.

Por otro lado, el ingreso per cápita de la población intervenido por los bienes y servicios finales están en función de la competitividad, los cuales destacan a Dinamarca, Suecia y Luxemburgo como las economías más competentes a nivel global. La competitividad no solo se rige de manera económica, sino también enlazado con diversos factores como instalaciones, eficiencia, menor burocracia, entre otras (The IMD World Competitiveness Center, 2022). En efecto la continua exigencia por destacar frente a los demás impulsa a las organizaciones a buscar estrategias para obtener un valor diferencial y ser acogidos por la demanda de un mercado en especial, logrando así el éxito empresarial.

A nivel de América Latina el panorama no es muy alentador, pues se redujo el gasto en investigación y desarrollo desde el 2013 en 0.65% al 2019 en 0.56%. Sin embargo, el comercio electrónico fue cercano al 60% en casos de países como Brasil, Chile y al 128% en Colombia y México en el año 2020 (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021), este último de grato interés para las empresas pues

hay una tendencia de mercado digital innovador interesante para competir, sin embargo, aún hay una tendencia negativa en investigación y desarrollo el cual es un indicador importante de la innovación global. Por otra parte, los efectos de la pandemia no han permitido que la recuperación económica abra paso a la competitividad regional, como consecuente la tendencia es negativa (The IMD World Competitiveness Center, 2022) aspecto que desata un estancamiento competitivo de las organizaciones con menor inversión.

A nivel nacional, el Perú subió 5 escalas en el ranking de índice de innovación Global; sin embargo, mantiene dificultades para hacer uso de los recursos útiles y transformarlos en investigación, desarrollo tecnológico y generar mayor productividad en consecuencia ocupó el puesto 81 de 132 economías evaluadas (Soumitra et al., 2022) lo que indica que necesita mayor inversión en adaptación de conocimiento para transformar los recursos en un valor agregado y con este generar sostenibilidad. De modo que el Perú tiene dificultades para gestionar los recursos disponibles para desarrollar exitosamente la innovación, el mismo que en un escenario inverso puede convertirlo en un país altamente competitivo trabajando en conjunto al sector empresarial importante de su economía, las Pymes.

A causa de la COVID-19 alrededor de 10.3% pequeñas empresas y 6.4% medianas empresas cerraron en el año 2020, además que por cada 5 PYME una de ellas quebró en el primer trimestre (Crisólogo & Fuente, 2021). La cantidad de mypes se redujo a un 48.84%, lo que dio paso a la informalidad, en consecuencia, el Banco Mundial entregó un préstamo por 750 millones de dólares al estado en apoyo a las nuevas normativas para que el sector empresarial siga resiliente y competitivo (Banco Mundial, 2023; ComexPerú, 2022), además se complementó con el aumento del PBI destinado para el desarrollo de innovación y tecnología, es así que el programa

ProInnovate toma fuerza y lanza diversos concursos de innovación, tecnología, digitalización y ciencia con el fin de apoyar a las mipymes (ProInnovate, 2023). Es importante nombrar también al programa Reactiva Perú, el cual beneficia a grandes, medianas, pequeñas y microempresas con créditos de financiación a una tasa de interés muy baja el cual les ha permitido subsistir durante la pandemia del COVID-19 e invertir para ser más competitivos en un mercado tan exigente que cambia día a día con las tendencias globales (Ministerio de Economía y Finanzas, 2020).

A consecuencia de la COVID-19, el estilo de vida de los consumidores cambió radicalmente, el comercio digital tuvo un crecimiento exponencial abriendo paso a nuevas formas de compra electrónicas y con ello la exigencia en su decisión de compra. Sin embargo, las pymes no estaban preparadas para este cambio, la innovación es un proceso que no tuvieron en cuenta en su desarrollo antes de la pandemia, tanto en tecnología, exportación, colaboración y sostenibilidad (ESAN, 2023).

Según el estudio del Ranking de innovación C3, el 17% de colaboradores de las empresas encuestadas obtuvieron acceso a tres recursos básicos para innovar (capacitaciones, tiempo, materiales), dicho ranking arroja como resultado 60 puntos de 0-100 el nivel de cultura innovadora, destacando como valor mínimo del 30% los incentivos como premios a quienes aporten ideas nuevas (Perú21, 2022), en vista del 83% de colaboradores que no tienen acceso a recursos básicos para innovar se entiende que la estrategia de cultura innovadora no está dando resultado, lo que genera poca disponibilidad para innovar y con ello pierden la competitividad en el mercado.

La información contenida de acuerdo con protección de patentes en las Pymes del rubro maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador es deficiente, es decir,

no se ha hallado información relevante de esta dimensión lo que nos lleva a cuestionar la forma en que los empresarios están gestionando la creación de nuevos diseños y su transformación. Es preocupante que no se esté patentando diseños, pues es un factor a favor de las Pymes para cuidar sus creaciones y evitar su plagio.

De acuerdo con ComexPerú (2022) en un análisis de índice de innovación global indica que las exportaciones de servicios y productos transformados o con valor agregado en el Perú se encuentran en los niveles más bajos del ranking, por lo tanto, muestra la poca capacidad de absorción de conocimiento para desarrollar la materia prima bajando los niveles de innovación frente a la competencia que exige el mercado.

A causa del COVID-19, el 10% de los negocios en el rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador cerraron o en muchos otros casos debido a problemas económicos fueron transferidos (Arias, 2023), la falta de recursos económicos sumada a la crisis sanitaria condujo grandes pérdidas en este sector y con ello la producción por falta de recursos, por ende, la mano de obra se redujo y como consecuencia el estancamiento del desarrollo empresarial, ante ello es preocupante el nivel de liderazgo en costo que obtiene cada uno de los socios mercantes del gremio de madera perteneciente a Apemives.

En consecuencia, a la post pandemia los empresarios del rubro de maderas Parque Industrial de Villa El Salvador han tratado de subsistir con cambios en los canales de venta, intentando trabajar con el Estado. Sin embargo, debido a que los requerimientos de las convocatorias tienen procedimientos burocráticos, decidieron desistir de ese canal y por consiguiente vender sus productos con un margen de ganancia mínima bordeando al costo de cada uno de estos, con el fin de salvara guardar sus máquinas del deterioro (El Comercio, 2020). Ante todo, es necesario

reinventarse con modelos de productos que los diferencie de su competencia para seguir adelante, hoy en día los microempresarios del rubro de maderas Parque Industrial de Villa El Salvador compiten con las tiendas por departamento, quienes a diferencia de estos tienen costes de producción más bajos, generando una alta desigualdad en precios difícilmente de competir, lo que está generando pérdidas en este sector de producción nacional.

Los microempresarios del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador tienen una competencia fuerte con las tiendas por departamento, pero lamentablemente están en desventaja, pues dicho sector les lleva 50 años de adelanto en tecnología (Arias, 2023) sobre todo en costos de materias importadas el cual está generando que la concentración del mercado se encuentre en las tiendas por departamento, por lo que no les está permitiendo ser sostenibles, bajando su nivel de competitividad.

En el Parque Industrial de Villa El Salvador existen clúster, así como gremios y asociaciones que les permite a las empresas crear alianzas estratégicas con el fin de mejorar su posicionamientos en estos sectores de manera que se desarrollan acciones altamente persuasivas en los ofertantes que les permite destacar frente a los demás y ser más competitivos, este tipo alianzas crean bloques en polos sectoriales, este tipo de estrategia empresarial es el nuevo comportamiento de las organizaciones más destacada, un ejemplo de ello es la competencia empresarial que se da en China en forma de clúster (Parra et al., 2019). Sin embargo, a causa del encarecimiento de materia prima, bajo nivel de tecnología y sobre todo la poca demanda en el Parque Industrial de Villa El Salvador, ha generado que la Central de Asociaciones Empresariales de la micro y pequeña empresa del Cono Sur

(Apemives), en vista de la baja recuperación de sus ventas busquen financiamiento para entrar a nuevos mercados internacionales (Parra et al., 2019).

En consecuencia, se plantea una pregunta que en adelante es fundamental para el progreso y enriquecimiento del estudio: ¿Qué relación existe entre la gestión de innovación y competitividad empresarial en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023? Es importante analizar las preguntas específicas en relación a la pregunta general de modo que se plantean las siguientes interrogantes: ¿Cuál es la relación entre gestión de innovación y concentración de segmento en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023?, ¿Cuál es la relación entre la gestión de innovación y diferenciación en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023?, ¿Cuál es la relación entre gestión de innovación y liderazgo en costos en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023?

La importancia de examinar la gestión de innovación permite ampliar el conocimiento estratégico de las organizaciones para implementar un sistema estructurado con el fin de alinearse a un plan de constantes innovaciones, las mismas que puedan difundirse en toda la organización y formar un ambiente altamente creativo, de modo que puedan compartirlos, absorberlos y aplicarlos, de tal manera que lleve a la organización a ser más competitivos, partiendo de la innovación como una variable de ventaja competitiva con las demás empresas, destacándose por sus constantes mejoras. En tal sentido, es importante estudiar la competitividad empresarial puesto que afianza las estrategias innovadoras para impulsarlas con el desarrollo y ampliando el panorama de tendencias actuales, en consecuencia, lograr un entorno sostenible, mejor productividad y mayor rentabilidad.

Por tanto, la investigación es de gran importancia debido a que analiza la realidad problemática de las organizaciones entorno a su capacidad de gestión de innovación y la relación que guarda con la competitividad empresarial. De manera que mediante la aplicación de cuestionarios en línea y su adecuado proceso estadístico proyecta un resultado con información válida para el inicio de la práctica de estrategias innovadoras con un fin competitivo. Es así como la investigación pretende llenar el vacío de conocimiento entorno a la gestión de innovación desde el ámbito organizacional hasta la competitividad empresarial de las pymes.

La investigación comprende justificación teórica, puesto que quiere transmitir información importante, selecta y actualizada acerca de las variables de gestión de innovación y competitividad empresarial, basada en fuentes confiables bibliográficas, de tal manera que sea un aporte para las futuras investigaciones. Siendo así que la investigación se basa en los aportes teóricos de Suarez et al. (2020) para desarrollar la variable de la gestión de la innovación, y en los aportes teóricos de Porter (1982), para el desarrollo de la variable de la competitividad empresarial.

Por otro lado, la investigación se justifica prácticamente debido a que los resultados hallados ofrecen soluciones enfocadas a la problemática analizada, de modo que permite establecer estrategias basadas en gestión de innovación y competitividad empresarial, de tal manera que permita a las micro y pequeñas empresas del Parque Industrial acogerse a este lineamiento y ponerlas en práctica para mejorar su capacidad innovadora y se vuelvan altamente competitivas, con el fin de lograr el éxito empresarial.

Finalmente, la investigación se justifica metodológica por la elaboración de un cuestionario en línea que ofrecerá información primaria acerca de la problemática analizada acerca de las variables gestión de innovación y competitividad empresarial,

de manera que permita a las micro y pequeñas empresas realizar mejoras de acuerdo con el análisis de las respuestas obtenidas del cuestionario.

El principal objetivo de la presente investigación es analizar la relación entre la gestión de innovación y la competitividad empresarial en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023. De ese modo, se proponen objetivos específicos que están alineados con los problemas específicos de la investigación, dichos objetivos son establecer la relación entre la gestión de innovación y la concentración de segmento en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023, describir la relación entre la gestión de innovación y la diferenciación de la pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023 y analizar la relación entre la gestión de innovación y liderazgo en costos en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023.

De acuerdo con lo analizado en líneas anteriores, una de las limitaciones para el desarrollo de la investigación han sido las pocas investigaciones realizadas en los últimos cinco años de acuerdo las variables gestión de innovación y competitividad empresarial en conjunto. Las deficientes investigaciones de acuerdo con la relación entre sí de las variables en estudio han sido las más complejas de hallar.

El análisis internacional de artículos con influencia significativa en la investigación que permitió contextualizar la relación de las variables de estudio y ampliar el conocimiento. En este sentido, Wongsansukcharoen y Thaweepaiboonwong (2023) desarrollaron un artículo científico titulado “Efectos de las innovaciones en las prácticas de recursos humanos, las capacidades de innovación y la ventaja competitiva en el rendimiento de las pequeñas y medianas empresas en Tailandia” desarrollado con el objetivo de analizar el desempeño de las

pequeñas y medianas empresas en Tailandia que integran innovación, en sus estructuras organizacionales de manera práctica con su capacidad de innovación, ventaja competitiva y la influencia de estas. Esta investigación fue de tipo cuantitativo estructural, no experimental correlacional. El estudio estuvo conformado por cuatro variables, la innovación en recursos humanos basadas en cinco dimensiones: reclutamiento y selección, remuneración y recompensas, desarrollo profesional, participación y capacitación; la capacidad de innovación compuesta por cinco dimensiones: innovación de producto, innovación de proceso, innovación de marketing, innovación de servicio e innovación administrativa; ventaja competitiva la cual es una variable latente y el rendimiento de las pymes basada en cinco dimensiones como la participación de mercado, rentabilidad, crecimiento de las ventas, tasa de desarrollo de nuevos productos y prácticas gerenciales. Aplicaron un tipo de muestreo intencional, se realizó una encuesta a 260 pymes tailandesas ubicadas en el Corredor Económico Oriental. Los resultados de la investigación determinaron que la variable innovación de recursos humanos tiene influencia sobre indirecta en el desempeño de las pymes en relación con la capacidad de innovación y la ventaja competitiva. El estudio concluye que las variables de innovación de recursos humanos y capacidad de innovación generan estrategias innovadoras que influyen positivamente ($\chi^2=2.165$; $\text{sig.}<0.001$) en el desempeño de las ventajas competitivas y las pymes, de modo que las dimensiones de las pymes les permite asignar recursos y sustentar el crecimiento de la organización, siendo más atractivos comercialmente y sostenibles.

Chaithanapat et al. (2022) desarrolló el artículo científico titulado “Relaciones entre el liderazgo orientado al conocimiento, la gestión del conocimiento del cliente, la calidad de la innovación y el desempeño empresarial en las pymes” desarrollado

con el objetivo de analizar el efecto entre la del conocimiento del cliente, la calidad de innovación y el liderazgo orientado al conocimiento ante el desempeño de las empresas mediante el uso de la competitividad de las pymes. Esta investigación fue de tipo explicativo correlacional, diseño no experimental transversal de enfoque cuantitativo. El estudio estuvo conformado por tres variables; el liderazgo orientado al conocimiento con dos dimensiones como liderazgo transformacional y liderazgo transaccional. Gestión del conocimiento de la cliente basada en tres dimensiones: conocimiento sobre los clientes, conocimiento para los clientes y conocimiento de los clientes. La calidad de la innovación conformada por la relación con la intensa innovación. En la investigación aplicó el método de muestro conveniente, realizó un cuestionario en línea a 283 gerentes las pymes manufactureras tailandesas. Los resultados de la investigación determinaron que la gestión del conocimiento de los clientes apoya sustancialmente a la calidad de innovación de las pymes que los destaca como más competitivos. El estudio concluye que capacidad de innovación media la relación ($t=1.714$; $\text{sig.}<0.01$) entre la gestión del conocimiento del cliente y el desempeño de la empresa.

Baierle et al. (2020) desarrolló el artículo científico titulado “Influencia de las variables de innovación abierta en la ventaja competitiva de las pequeñas y medianas empresas” desarrollado con el objetivo de identificar como influye la variable de innovación abierta en la capacidad competitiva de las pequeñas y mediana empresas manufactureras del sur de Brasil. Esta investigación fue de tipo correlacional, diseño no experimental de enfoque cuantitativo. El estudio estuvo confirmado por dos variables, la innovación que estuvo basada en siete dimensiones de las que destacan las ideas innovadoras, prácticas de innovación y actualización con nuevas tendencias y tecnologías; la competitividad que tuvo dieciocho dimensiones de las que destacan

la productividad laboral, resultado de ventas, la satisfacción del clientes y capacidad de producción. Se aplicó un tipo de muestreo estadístico descriptivo a 67 empresas pyme en el Sur de Brasil con modelo de regresión de mínimos cuadrados ordinarios. Los resultados de la investigación determinaron que las iniciativas de innovación tienen baja repercusión en la creación de ventajas competitivas. Por lo tanto, el estudio concluye que las variables de innovación abierta influyen en la competitividad de las pymes y el implementar la innovación sin estudios previos en la industria no da un resultado viable.

Mashavira et al. (2021) elaboraron el artículo científico “Competencias políticas gerenciales y el desempeño de las pequeñas y medianas empresas” desarrollado con el objetivo de analizar el impacto de las competencias políticas gerenciales y el desempeño de las pymes moderado por la innovación y el retorno interno de inversión en la provincia de Gauteng. Este estudio fue de tipo cuantitativo de diseño correlacional ex post facto. El estudio estuvo conformado por cuatro variables relacionadas entre sí, las competencias políticas, innovación, retorno de inversión y competencias políticas gerenciales. Las dimensiones más relevantes para el estudio fueron la astucia social, influencia interpersonal, capacidad de creación de redes y sinceridad aparente de la primera variable. Para el estudio, aplicó un tipo de muestreo por conveniencia con la herramienta de cuestionario en línea a 211 gerentes o propietarios de pymes de 15 distritos de Gauteng. Los resultados de la investigación demostraron que existe una relación significativa ($\rho=0.312$; $\text{sig.}<0.000$) entre las competencias políticas gerenciales y el desempeño de la organización regulado por la innovación y en menor medida con el retorno de inversión. El estudio concluye que las dimensiones más relevantes de las competencias políticas gerenciales son las sinceridad aparente e influencia interpersonal, sin embargo, son las menos aplicadas,

así mismo indica que el retorno de la inversión es la variable más adecuada para la calidad del servicio gerencial sin embargo los microempresarios señalaron a la innovación como la más importante.

Sudjatmoko et al. (2023) elaboraron el artículo científico “El impacto de la pandemia de COVID-19 en el desempeño de las mipyme de Indonesia con la innovación como mediación” desarrollado con el objetivo de analizar el impacto del COVID-19 en la innovación de las mimypes de Indonesia y la regulación de estas con innovación. La investigación se estructuró en torno a las variables de innovación durante la crisis pandémica del COVID-19. La primera variable abarcó cuatro dimensiones: innovación de producto, innovación de procesos, innovación de marketing e innovación organizacional. La segunda variable comprendió las dimensiones de consecuencias en términos de entrega, demanda, financiamiento y presión financiera. Se empleó un método de muestreo no probabilístico por conveniencia, realizando una encuesta a 300 propietarios de micro, pequeñas y medianas empresas (mipyme) en Indonesia. Los resultados de la investigación determinaron que el impacto de la crisis pandémica del COVID-19 fue positivo con relación a la innovación organizacional, de manera contraria sucede con la innovación en procesos. El estudio concluye que la innovación y sus dimensiones median la crisis pandémica COVID-19, de manera que la organización, los productos y el marketing innovadores mejora el desempeño de las mipyme; sin embargo, no es el caso de la innovación de procesos pues mostró un impacto menor como mediador frente a los otros.

En ese sentido, se enfatizan artículos nacionales los cuales aportan información importante para el análisis de las variables en estudio y sus aplicaciones. Es así como los siguientes cinco artículos han sido desarrollados en el Perú. En ese

sentido, García et al. (2021) elaboraron un artículo científico “Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante la COVID-19”, con el objetivo de analizar la influencia de la innovación organizacional en la competitividad de las mypes del sector industrial en los tiempos de COVID-19. El estudio estuvo confirmado por dos variables, innovación organizacional con dimensiones como capital humano, conocimiento y tecnología, creatividad, gestión empresarial, productividad y grado de innovación como las más relevantes, y la variable de competitividad con dimensiones como productividad, rentabilidad y crecimiento. Para ello, aplicó una encuesta 200 empresas, mediante un análisis de tipo descriptivo, de diseño no experimental de corte transversal, donde utilizó el paquete estadístico IBM SPSS 23 y la prueba de Pearson. Los resultados de la investigación predominan la productividad con un 55%, la creatividad del 55%, nuevamente la productividad con un 40% en la variable de competitividad, mientras que la rentabilidad en 45%; la correlación entre ambas variables tiene una existencia positiva ($r=0.459$; $p<.05$). Por lo tanto, el estudio concluye que las mypes que apuesten por la innovación podrán mantenerse en el mercado pese a la crisis del COVID-19.

Paez (2022) elaboró una tesis titulada *Modelo de gestión de la innovación como fuente de competitividad empresarial para Pymes Industriales*, desarrollado con el objetivo de desarrollar procesos que requieren las nuevas empresas para su permanencia en el mercado basadas en innovación para la toma de decisiones adecuadas. Este estudio fue de enfoque cuantitativo y diseño no experimental. El estudio estuvo conformado por dos variables, la competitividad basada en las dimensiones de productividad, tecnología y la innovación con las dimensiones de gestión del conocimiento y valor agregado. Para ellos aplicó la elaboración de

ecuaciones estructurales con la obtención del alfa Cronbach de 0.924 como nivel de confiabilidad de 39 ítems medidos en mypes de Lima Metropolitana. Es así como mediante los resultados obtenidos concluye que existe una relación directa entre ambas variables, la relación causa y efecto mejora el nivel de relación.

Flores y Quispe (2022) elaboraron una tesis titulada *La innovación y la ventaja competitiva de los Retailers Modernos en Lima Metropolitana en el 2021-2022* con el objetivo de analizar en qué medida influye la innovación en la ventaja competitiva en los retails de moda en Lima Metropolitana. Esta investigación fue de enfoque cuantitativo explicativo no experimental correlacional. El estudio estuvo conformado por dos variables, innovación y ventaja competitiva, cuya primera variable estuvo compuesta por las dimensiones de innovación de productos, procesos, organización y mercadotecnia; la segunda variable conformada por las dimensiones de ventaja en costos y diferenciación. Aplicaron un tipo de muestreo deliberado a 50 gerentes de retailres seleccionados de Lima Metropolitana. Los resultados indicaron que la innovación de productos es la dimensión que menos se aplica en estos retails con relación a la ventaja competitiva, la ventaja en costos es la dimensión en menos aplicada en relación con la innovación. La investigación concluye en que la innovación tiene un impacto significativo ($p\text{-valor} = 0.00 < \alpha = 0.05$) en la ventaja competitiva de los retailres modernos de Lima Metropolitana, teniendo como principales factores aplicados la innovación organizacional y diferenciación.

Tinta (2022) elaboró una tesis titulada *Innovación tecnológica y la competitividad de las microempresas del distrito de Comas, 2021* con el objetivo de analizar la relación entre la innovación tecnológica y la competitividad empresarial de los microempresarios del distrito de Comas en el año 2021. Esta investigación fue de metodología cuantitativa y diseño correlacional no experimental, abordando la

innovación tecnológica a través de las variables de innovación tecnológica y competitividad empresarial. La primera variable se desglosó en dotación de recursos humanos, sistema de control de calidad y nuevas tecnologías de la información y comunicación, mientras que la segunda incluyó dimensiones como calidad de producto, productividad y diseño del mercado. Aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia a 87 microempresas en el distrito de Comas. Los resultados evidenciaron una relación positiva significativa ($r=0.639$; $p<0.05$) entre la innovación tecnológica y la competitividad empresarial. En conclusión, la aplicación efectiva de la innovación tecnológica, especialmente en áreas críticas como recursos humanos y nuevas tecnologías, puede incidir positivamente en el éxito empresarial de las microempresas.

Cutipa et al. (2021) desarrollaron el artículo científico titulado “La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil” con el objetivo de determinar la relación que existe entre la intensidad de innovación y la competitividad de mypes exportadoras de artesanía textil en el departamento de Puno. Esta investigación fue descriptiva de enfoque cuantitativo y diseño no experimental-transaccional, compuesta por dos variables. La primera, intensidad de innovación donde incluyó cuatro dimensiones: innovación en producto, innovación en mercados, innovación en procesos e innovación en modelo de negocios. La segunda competitividad que constó de tres dimensiones: calidad de producto, productividad y desempeño en el mercado. Dado el tamaño reducido de la población, se llevó a cabo una encuesta mediante cuestionarios dirigidos a 31 micro y pequeñas empresas exportadoras del sector de artesanía textil en el departamento de Puno, Perú. Los resultados destacaron una relación significativa y elevada ($Rho=0.726$; $p<0.00$) entre la intensidad de innovación y la competitividad,

atribuyendo esta asociación a la eficacia en las actividades de desarrollo de nuevos productos. En consecuencia, la investigación concluye que, al intensificar la innovación en productos, procesos, mercados y modelos de negocio, las empresas pueden alcanzar un nivel superior de competencia en términos de calidad de producto, productividad y desempeño en el mercado internacional.

El análisis de la gestión de innovación se desarrolla en base a las teorías halladas, las cuales fortalecen sus cimientos con fuentes altamente confiables. En ese sentido, Suarez et al. (2020) realizó la compilación de varios autores acerca de las teorías de la innovación; sin embargo, dicho libro gira en función a la teoría de la innovación realizada por Schumpeter en el año 1939, por ende, es de suma importancia nombrar a Schumpeter en la investigación pues su teoría es el cimiento del concepto de innovación actual. De modo que la innovación es el ingreso de nuevos productos o procesos productivos en el mercado de manera exitosa, dejando lo ya existente como obsoleto (Suarez et al., 2020). Del mismo modo el *Manual de Oslo* en su cuarta edición, agrega a este concepto la idea que la combinación de nuevos productos y procesos en todos los ámbitos también es considerada innovación (Castillo, 2018). La innovación es el ingreso e incorporación de nuevos y exitosos productos, procesos y servicios en el ámbito empresarial influyendo de manera positiva (Wang et al., 2022), de modo que hoy en día con una demanda tan cambiante en el mercado, la innovación es considerada como un recurso clave para ser altamente competitivos (Chaithanapat et al., 2022; Wongsansukcharoen & Thaweepaiboonwong, 2023).

La innovación de manera global es aquella que genera valor agregado para diferenciarse de los demás, produciendo en los ofertantes gran rentabilidad y desde la perspectiva del demandante cubriendo su necesidad con nuevas ideas (Díaz et al.,

2021). Del mismo modo, Schumpeter (2002) define a la innovación como una nueva forma de producción relacionada con el ámbito económico en base a los costos marginales, en síntesis, caracteriza la innovación en dos partes: innovación radical e innovación incremental. Del mismo modo, la innovación se distribuye debido al impacto que genera en la organización (Castillo, 2018).

La innovación radical es la alteración de la estructura organizacional de manera abrupta por la creación o mejora de nuevos procesos, productos o servicios que se desarrollan de forma no lineal (Schumpeter, 2002; Wang et al., 2021). De esta forma se desplaza de manera rápida a los anteriores con el fin de conquistar más mercados enfocado a necesidades actuales de la demanda (Kang & Hwang, 2019), asumiendo altos riesgos por los costos comprometidos en las mejoras tales como investigación y desarrollo, sin embargo, pese al riesgo del fracaso con altos costos, puede tener un impacto altamente significativo para generar nuevas oportunidades (Machuca et al., 2023).

La innovación incremental es aquella que presenta una continua mejora en base a procesos, productos o servicios ya establecidos con mejor eficiencia, no genera un riesgo alto en comparación a la innovación radical; sin embargo, puede ser insuficiente para competir a gran escala y en muchos casos suele mostrar un estancamiento, quedándose en constante procesos de mejora sin presentar un estallido exitoso (Núñez et al., 2020; Wang et al., 2021). Lo que incide en tener gran conocimiento estructurado para mantenerse en el mercado, puesto que combinan el conocimiento reforzándolo para obtener mejores resultados (Vercher et al., 2023).

En análisis a la teoría de la innovación presentada por Schumpeter se presentan las siguientes dimensiones, que en la presente investigación a medida de su uso son claves para el desarrollo de la innovación en las Pymes. La cultura de

innovación en las organizaciones se desarrolla de manera escalonada (Díaz et al., 2021) debe estar acorde con el conocimiento interno para poder explotarlos y en consecuencia generar crecimiento, el cual es considerado como parte de un procedimiento, más no como una política organizacional en absoluto (Baierle et al., 2020), tiene beneficios que favorecen al entorno laboral gracias a los nuevos procesos adaptados para reducir costos administrativos reflejados en sistemas, rutinas, mecanismos (Sudjatmoko et al., 2023).

La cultura de innovación está estrechamente ligada a la filosofía empresarial de la organización, es así como los colaboradores operan en torno a la evolución y desarrollo de la empresa. De modo que cuando la alta gerencia propone cambios y mejoras con relación al aumento de efectividad laboral en la empresa, esta tiene que actuar con mesura para que su plan se desarrolle de manera exitosa, pues la principal fuente de producción son los colaboradores, quienes tienen que captar los nuevos conocimientos y adaptarse a ellos con compromiso (Naveed et al., 2022). La adopción del conocimiento por parte de los colaboradores en las PYME se logra con una labor constante y a largo plazo (Ballesteros et al., 2022), de modo que la mejor manera en que se pueda medir una respuesta activa es mediante los siguientes factores:

A. En relación con las capacitaciones. Se entiende como la a optimización de habilidades, el desarrollo de conocimiento y sistematización de estrategias para la adopción de mejoras en la organización se promueven de manera más efectiva, más aún en la actualidad se promueve la innovación de capacitaciones en las organizaciones para obtener resultados positivos del desempeño empresarial (Ballesteros et al., 2022; Wongsansukcharoen & Thaweepaiboonwong, 2023).

De acuerdo con la infraestructura, en la estructura organizacional en el entorno interno de la empresa debe tener las condiciones óptimas para el desarrollo de

nuevos conocimientos, sistemas y procesos, en base a la predisposición de los colaboradores a expandir sus conocimientos (Ballesteros et al., 2022; García et al., 2021; Wongsansukcharoen & Thaweepaiboonwong, 2023).

La detección de problemas corresponde a contar con el compromiso de los colaboradores para adoptar planes innovadores tiene un resultado beneficioso para la organización, pues los colaboradores son quienes tienen un alcance directo con el producto o cliente, de modo que tienen consigo la retroalimentación de satisfacción de este, es así que identifican problemas y posibles soluciones de la misma, logrando una participación activa en este proceso con ideas interesantes que en un futuro con la aplicación de las mismas pueden convertirse en innovación. De modo que se obtienen oportunidades de innovación con la aplicación basada en las capacidades creativas de los colaboradores (Henao et al., 2020).

Parte del alcance de las políticas en una organización innovadora, pretenden seguir dos tipos, las cuales se analizan mediante el entorno actual (Bonet & Gonzáles, 2021).

- La política renovada con un alcance de innovación en menor proporción de manera continua sobre las políticas actuales y de mayor alcance en innovación a las políticas mejoradas sobre sus fundamentos (Bonet & Gonzáles, 2021). Pues esta política supone mejorar a las ya establecidas en base a procesos de organización mejor estructurados, sistematizados y mecanizados.
- La política innovadora mejor conocida como disruptiva supone un cambio brusco que tiene un alcance menor pues aún se encuentran en un estado emergente, que luego de su madurez pasan a ser considerado como tal una política nueva y en consecuencia como política innovadora.

B. Respecto a la creatividad innovadora. Es preciso indicar que la creatividad es parte fundamental para desarrollar innovación, están reflejadas en ideas mejoradas o nuevas, de modo a que a raíz de la necesidad vista desde un problema u oportunidad genera propuestas creativas que buscan solución en beneficio del crecimiento de la organización. Las creaciones innovadoras que logran una madurez adecuada para luego darse a conocer logran transformarse en productos, servicios o procesos con valor agregado, los cuales en adelante deben ser difíciles de imitar para obtener mayores beneficios en el mercado (Bonet & Gonzáles, 2021). De modo que para que una organización logre obtener resultados positivos debe crear un ambiente favorable el cual fomentará una actitud creativa en el talento humano de la organización, la creatividad se debe plasmar en actividades individuales y grupales, de ese modo generar nuevos conocimientos (Asih et al., 2023). Un claro ejemplo del desarrollo de creaciones innovadoras es el Design Thinking (Chen & Venkatesh, 2019), siendo una herramienta frecuentemente utilizada por mercadólogos para obtener ideas con valor agregado y aplicarlo en una organización. Es así como una de las diez E de las estrategias actuales de la cultura organizacional engloba a la innovación creativa como emprendimiento con capacidad de iniciativa creativas (Bonet & Gonzáles, 2021).

La necesidad de mejora se analiza a raíz de la pandemia del COVID-19, los empresarios se vieron en la necesidad de salir de su zona de confort, para seguir siendo competitivos en el mercado potenciando sus habilidades y conocimientos (García et al., 2021). De modo que la necesidad de mejora desencadenó una nueva oportunidad para desenvolverse en rubros que el algún momento fueron desconocidos, los cuales a raíz de una condición global pudieron descubrir.

En relación con las pruebas piloto, teniendo en cuenta que el desarrollo de habilidades y conocimientos adquiridos o mejorados tienen un impacto significativo en la organización, esta se considera innovación siempre y cuando a raíz de pruebas piloto se obtenga un resultado positivo, sobre todo con valor agregado. De tal manera, ante problemas y retos cotidianos la actitud creativa se potencia sin temor a riesgos, pues favorece el desarrollo de la organización (Caro, 2019).

C. Respecto a la capacidad de absorción. Se puede indicar que es la capacidad de asimilar, identificar, convertir y absorber los nuevos conocimientos de manera efectiva tiene un impacto relevante en la organización, pues permite a las empresas adaptarse y reconocer activamente a los nuevos cambios (Cohen & Levinthal, 1994). De modo que a medida en que se realice dicha habilidad en las organizaciones con un adecuado hallazgo de los nuevos conocimientos, la difusión por parte de la alta gerencia y la adaptación de estas permite el éxito a largo plazo (Cappellari et al., 2019).

En consecuencia, se presentan tres relaciones relevantes para analizar la capacidad de absorción en las organizaciones.

A. Con relación a los nuevos conocimientos, la percepción y el conocimiento de los colaboradores es un factor relevante de la organización que los afecta directamente, pues como se ha mencionado anteriormente los colaboradores son pieza fundamental de éxito de una innovación y su absorción en las empresas.

La difusión de nuevos conocimientos, de acuerdo con las partes interesadas alrededor de una organización compuestas por los clientes, competidores, proveedores son relevantes para los nuevos conocimientos compartidos entre sí, con el fin de competir frente a empresas grandes. De modo que en el futuro se construyen clúster, la nueva forma de competir (Parra et al., 2019).

La aplicación de nuevos conocimientos es la capacidad de gestionar los recursos humanos con una adecuada filosofía empresarial en base a los procesos de adquisición, difusión y adaptación de conocimientos para lograr una ventaja frente a las demás organizaciones.

B. En relación con el análisis de la competitividad empresarial se desarrolla en base a las teorías halladas por las variables en investigación, las cuales fortalecen sus cimientos con fuentes altamente confiables.

Es así como la segunda variable está propuesta por la teoría de Porter (1982) acerca de la ventaja competitiva, es la base para el desarrollo de la variable en estudio pues dicha teoría abarca conocimientos relevantes como estrategias, fuentes de competitividad, tipos de competitividad y más, que han sido desarrolladas y aplicadas por diversas organizaciones. Debido a las altas exigencias del mercado actual, las organizaciones optan por diferenciarse de los demás, creando estrategias altamente eficientes con el fin de ganar una posición importante de su segmento (Atto et al., 2020). Tal es así que la competitividad empresarial busca entender a las organizaciones para obtener una diferencia con valor agregado que los conserve en una posición notoria impulsando estrategias innovadoras frente a los demás, aprovechando sus recursos y combinándolos, generando así sostenibilidad para mantenerse en el mercado (Cutipa et al., 2021; Porter, 2009). Con el fin de obtener una ventaja competitiva frente a los demás, las estrategias aplicadas por las empresas se ven reflejadas en la rivalidad que existe cuando lanzan al mercado precios competitivos, publicidad agresiva, diversidad de productos y servicios adicionales a los que ofrecen (Chaithanapat et al., 2022). Por ello es importante contemplar las fuentes de competitividad influyentes en la rentabilidad de una empresa. Tal es así, que la competitividad se constituye por cuatro fuentes influyentes

como: clientes, proveedores, posibles aspirantes y productos sustitutos (Porter, 1982).

Los clientes son la fuente que genera alta rentabilidad a una organización ya sea por el volumen de compra o por la satisfacción de su necesidad, su influencia en el poder de negociación ejerce gran presión a la reducción de precios. Los clientes tienden a adquirir sus productos o insumos en una empresa siempre y cuando esta logre satisfacer necesidades que según su condición consideran básicos, tales como: calidad, diferenciación, precios, atributos adicionales (Porter, 1982). Mientras mayor sea la satisfacción del cliente, mayor será la rentabilidad en una empresa (Atto et al., 2020).

La alianza con los proveedores es importante para conseguir una ventaja diferencial frente a los demás, los proveedores son aquellos que tienen un papel importante en el entorno externo para que las organizaciones puedan conseguir productos a bajos costos, buena calidad y con respuesta inmediata. Es así como la selección adecuada de proveedores debe ser cuantitativa y cualitativa, la empresa debe tener en cuenta el volumen de compra que realizará en cada proveedor y evitar la concentración de adquisición de productos o insumos en un solo proveedor, pues esto le dará poder al proveedor e influirá en la variación de precios (Arenal, 2022; Porter, 1982).

Los posibles aspirantes, identificada como aquellas nuevas empresas que se integran al rubro o sector, de modo que se considera una amenaza latente en el entorno externo, pues impacta en la rentabilidad de las organizaciones (Porter, 1982). Es así como las empresas deben de estar en constante alerta frente a posibles aspirantes que debido a la frescura de la integración pueden lograr cambios significativos en el desarrollo de productos.

Los productos sustitutos tienen un impacto directo en la rentabilidad de una organización, pues no solo reduce el volumen de producción que dejan de realizar las empresas en temporadas altas sino también limitan las utilidades en temporadas normales (Porter, 1982). De modo que es importante que las innovaciones en una empresa sean difíciles de sustituir, pues así su producto tendrá más alcance en el mercado por un largo tiempo (Knudsen et al., 2021).

De acuerdo con la teoría de Porter (1982), las estrategias competitivas en una empresa toman fuerza en tres indicadores que son medibles para gestionar la toma de decisiones en torno a la respuesta efectiva de cada una de ellas, en tanto el compromiso y acuerdos de apoyo por parte de la alta gerencia sea riguroso las estrategias permitirán afrontar a las fuentes de competitividad. Es importante resaltar que el rendimiento de la competitividad empresarial también está reflejado en su desempeño y estado financiero (Horvathova & Mokrisova, 2020).

En relación al liderazgo en costos se destaca como la primera estrategia propuesta por Porter (1982) indica que las empresas son más competitivas en bajos costos frente a las demás siempre y cuando acaparen la reducción de costos en sus procesos, insumos, publicidad de ventas, sin descuidar la calidad y el servicio, de modo que para alcanzar un liderazgo en costos las empresas deben obtener un porcentaje alto en consumo de insumos para su producción, de esta manera se podrá obtener costos bajos con relación al volumen de compra. Con el fin de posicionarse como líderes en costos, las organizaciones deben ejercer un control eficiente sobre sus costos fijos y variables, contar con establecimientos que logren cubrir la capacidad productiva para cumplir con las exigencias de la demanda y sobre todo deben contar con mayor tecnología para reducir el tiempo de entrega de productos. De modo que la adquisición de equipos tecnológicos es importante para reducir el

tiempo de uso de mano de obra, que puede ser utilizado en otras áreas de la empresa (Atto et al., 2020; Porter, 1982).

Para que una empresa líder en costo, se propone analizar los siguientes indicadores en las organizaciones:

La capacidad productiva como el área de producción de una organización es el lugar indicado en donde se calculará la capacidad de producción para cumplir con lo que exige la demanda, de modo que para cumplir con ello se requiere ajustar los costos de producción de acuerdo con la cantidad a producir el cual se relaciona de manera directa con el uso óptimo de su capacidad en consecuencia mejorando procesos (Atto et al., 2020). Una eficiente forma de eliminar los costos o reducirlos en porcentajes mínimos es tener control en cadena de valor.

El control de costos como una de las principales teorías de los principios de administración indica que en último paso del eslabón es el control, pues es donde se analiza que los pasos anteriores hayan sido cumplidos según los requerimientos de proceso, sin duda alguna este último paso es muy importante para que los productos, servicios se hayan ejecutado de manera correcta y se eviten los errores (Taylor, 1985). Ante ello el factor del control de costos es un indicador que tiene el fin de maximizar la producción en base a la eficiencia y la reducción de costos irrelevantes en el proceso, de tal manera algunas empresas tienen en sus organizaciones métodos importantes para aplicarlo. Uno de los métodos usados para el control de los gastos es el sistema costos ABC el cual está basado en las actividades considerando a cada área como responsable de costos directos y gastos, permitiendo mejora toma de decisiones gracias a la gestión eficiente (Ramos & Valle, 2020).

Los equipos tecnológicos logran una ventaja competitiva sobre de los demás, no basta con reducir los costos y maximizar la productividad al 100% de la capacidad

instalada, también se requiere de equipos con tecnología que impulse la adquisición de nuevos conocimientos, esto genera en la organización una diferencia frente a sus competidores (Atto et al., 2020; Parra et al., 2019; Porter, 1982).

De acuerdo con la diferenciación se obtiene al recibir la percepción del cliente frente al producto o servicio recibido, el cual debe ser distinto y único a lo que ofrecen los competidores, tiende a enfocarse a clientes que no son sensibles al precio, pues los costos usados en esta estrategia son más elevados porque incurren a tener un mejor producto, seguimientos de cliente y precisar que la imagen de marca sea la mejor (Porter, 1982). La diferenciación puede estar integrada en el servicio de entrega, en la mercadotecnia o en la innovación producida, no afecta a la utilidad pues los clientes están dispuestos a pagar precios altos contar de encontrarse totalmente satisfechos, por ende, su nivel de lealtad con la empresa es muy alta, debido al costo alto invertido es difícil que la competencia logre lanzar productos sustitutos (Parra et al., 2019).

Para que las organizaciones logren diferenciarse de los demás con valor agregado, es importante que implementen tres indicadores relevantes para obtener clientes que puedan minimizar la sensibilidad a los precios (Atto et al., 2020; Parra et al., 2019).

Respecto a los productos de calidad, se debe implementar controles rigurosos para evitar productos defectuosos y, en consecuencia, costos adicionales. La demanda que busca productos de calidad tiene conocimiento previo del producto a adquirir, por ende, lograr la satisfacción en ellos, permitirá una posible compra futura en la organización (Parra et al., 2019).

Respecto al servicio post venta, las empresas tienen que poner mucho énfasis en grado de satisfacción del cliente luego de que este adquiera el producto, pues es

la mejor forma de obtener una retroalimentación de este, de acuerdo con ello poder modificar o mejorar el producto, el cliente tendrá una percepción positiva porque se está prestando atención a sus dolencias o felicitaciones en su experiencia (Atto et al., 2020; Parra et al., 2019).

De acuerdo con la imagen de marca, es el mensaje que reciba cada parte interesada de tener un vínculo con la organización ya sea laboral, comercial o social está ligada a la percepción que los mismos tengan de la marca, esto reforzará la confianza en la organización y un atractivo para las partes interesadas de formar parte de su entorno (Ramos & Valle, 2020).

La concentración de segmento es la combinación aplicada de liderazgos de costos y diferenciación en un adecuado sector en específico, los cuales deben tener las condiciones y características que se busca para que este pueda adquirir de manera satisfactoria los productos o servicios (Parra et al., 2019; Porter, 1982). En ese sentido, es importante comprender que al tener una estrategia enfocada al segmento esta puede tener en su base a clientes que consuman de acuerdo con el precio que están dispuestos pagar hasta la intención de compra dependiendo de su cultura o costumbres, los objetivos estarán enfocados en un sector en específico y el alcance será más efectivo. Porter (1982) destacó características importantes para concentrarse en un solo segmento, es así como, dentro de las características más relevantes en su libro, la presente investigación se enfoca a las características como tendencias actuales, productos homogéneos y estrategia enfocada.

Respecto a las tendencias actuales, Se entiende por tendencia a la inclinación de personas hacia fines puntuales (Real Academia Española, 2023), de modo que al concebir esta característica como importante en la aplicación de la estrategia de concentración de segmento, se debe al estudio de población dentro de un sector

importante para la aplicación de estrategias, ante ello los mercadólogos están al tanto de los gustos y preferencias actuales de la demanda. Es importante destacar que las tendencias actuales se analizan para todo el entorno de la organización.

Respecto a los productos homogéneos, son aquellos productos de igual semejanza para segmentos enfocados en un sector en específico muestran datos en forma de indicadores que son fundamentales para una adecuada toma de decisiones. Los productos con características iguales fomentan aumento de demanda en un mismo sector, siempre y cuando este haya sido estudiado con mucha minuciosidad para obtener una respuesta favorable. Por otro lado, es importante tener una retroalimentación de los consumidores para confirmar si los productos homogéneos son percibidos como lo han propuesto los expertos en mercadotecnia (Chuquin et al., 2020).

De acuerdo con la estrategia enfocada, son aquellas decisiones que toma la alta gerencia para captar la atención de un sector en específico que busca, en algunos casos, un mismo producto que satisfaga sus necesidades, es así como las maniobras que se realicen para posicionar, captarlos y fidelizarlos será con relación al estudio de una población con características, gustos, preferencias similares (Eyzaguirre et al., 2019).

Los principales términos usados en las bases teóricas y que son necesarios definirlos, son los siguientes:

Recursos intangibles. Son aquellos activos que no se pueden tocar, sin embargo, genera alto valor en la organización, es la capacidad que tienen una organización la cual es usada en bien de una empresa.

Difusión. Es la acción de compartir una idea, conocimiento, actividad a otras personas.

Per Cápita. Es el ingreso de flujo monetario por persona en un país, analizado de manera económica a nivel macro.

Patente. Es un documento que acredita la autenticidad y autoría de activos tangibles e intangibles.

Valor agregado. Es el grado de importancia que se le da a un bien o servicios, que lo hace diferente al resto.

Contextualizar. Es la acción de compartir la información más relevante que están relacionados a un tema principal para entenderlo a gran capacidad.

Coste marginal. Incremento de costos de producción por el aumento de la oferta de productos, generando la toma de decisiones adecuada.

Optimización. Es la acción aumentar efectividad para reducir proceso en una organización, ya sea en tiempos, documentación, sistemas.

Sistematización. Es la acción de desarrollar una estructura que sigue procesos estandarizados para ejecutar un plan o proyecto.

Retroalimentación. Es la verificación de que un conocimiento compartido ha sido entendido por las demás personas, ayuda en el ámbito de gestión.

Mercadólogo. Es un tecnicismo usado en el ámbito empresarial que nombra a aquellas personas profesionales en materia de mercadotecnia.

CAPÍTULO II
METODOLOGÍA

2.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación se basa en una exhaustiva revisión de la literatura relacionada con las variables de gestión de innovación y competitividad empresarial, así como en la comprensión de la problemática existente en el entorno local y la formulación de hipótesis que vinculan ambas variables. Por lo tanto, el tipo de investigación llevado a cabo se clasifica como investigación básica, ya que se examinan a fondo los estudios relevantes relacionados con las variables mencionadas. Con ello se realiza los problemas y posibles soluciones en la localidad en que se encuentran (Ñaupas et al., 2018).

El estudio es de alcance correlacional, pues describen las variables para luego medirlas de manera independiente con el fin de correlacionarlas y conocer el nivel de asociación de ambos resultados (Ñaupas et al., 2018).

En consecuencia, la investigación adoptó un enfoque cuantitativo, inicialmente llevada a cabo la exploración de información esencial para el análisis de datos obtenidos mediante procesos estadísticos, los cuales responden a las preguntas de investigación para luego confirmar o rechazar las hipótesis planteadas. Del mismo modo (Ñaupas et al., 2018) caracteriza a este enfoque por usar métodos y técnicas cuantitativas, para la obtención de datos con el fin de analizarlos y comprobar las hipótesis planteadas por el investigador en base a los problemas observados.

Diseño de investigación

Los investigadores requieren seguir un plan que cumplan con ciertos criterios como contar con la intervención directa sobre la variable y sobre todo elegir muy bien el tipo de diseño a escoger, con el fin de obtener una respuesta válida y tener precisión sobre la varianza (Ñaupas et al., 2018). De acuerdo con lo explicado, este estudio se

ha optado por un diseño no experimental, ya que no se realiza la manipulación de ninguna de las variables para obtener una respuesta verosímil en la investigación.

Es importante indicar que la investigación tiene un corte transversal, pues este será medido en un solo momento, sin realizar seguimiento de alguna de las variables en durante 5 años o más en simultáneo (Ñaupás et al., 2018).

2.2. Población, muestra y muestreo

Población

La población es aquella que tiene dentro de sí la cantidad total de unidades de estudio que poseen características solicitadas por el investigador y que a su vez sean medibles (Ñaupás et al., 2018). De acuerdo con la información brindada por la central de Asociaciones Empresariales y Empresarios de Micro y pequeña empresa de Villa El Salvador (Apemives), en el caso del gremio de maderera está compuesta por 152 socios lo que conforman la población.

Muestra

La muestra es la representación fraccionada de una población en estudio que tiene características comunes entre sí (Ñaupás et al., 2018). Según lo expuesto, se realizó la visita la Central de Asociaciones Empresariales y Empresarios de la micro y pequeña empresa del cono Sur (Apemives) para obtener información relevante para la población y como consiguiente la muestra, es así como según la información brindada por la Asociación, se procede a realizar la siguiente fórmula para hallar la muestra en estudio.

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

N: Representa la población en estudio.

Z: Representa el nivel de confianza.

p: Representa el nivel de significancia.

q: (1-p): Representa el nivel de significancia no aceptado.

e^2 : Representa el error de estimación.

$$110 = \frac{152 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (152 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

Según lo expuesto, la muestra en estudio se considera a 110 empresarios asociados al gremio maderero Asimves, para llegar a este análisis se representó al 95% el nivel de confianza, de modo que se consideró como 5% el margen de error, así mismo las posibilidades de éxito y rechazo fueron del 5%.

Muestreo

La manera en que se escoge el orden de la unidad de estudio para aplicar la herramienta de estudio y medir la información que comparta, se desarrolló de manera no probabilística intencional. Pues no toda la población tiene la misma posibilidad de formar parte de la muestra (Hernández & Mendoza, 2018).

2.3. Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación significativa entre la gestión de innovación y la competitividad empresarial en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023.

Hipótesis específicas

Existe relación significativa entre la gestión de innovación y la concentración de segmento de la Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023.

Existe relación significativa entre la gestión de innovación y la diferenciación de la Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023.

Existe relación significativa entre la gestión de innovación y liderazgo en costos en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023.

2.4. Variables y operacionalización

La variable es un concepto que puede modificarse y su variación puede ser analizada o medida (Hernández & Mendoza, 2018).

La operacionalización implica la transformación de variables teóricas en variables intermedias, estas en ítems con el fin encontrar indicadores empíricos que se puedan convertir en reactivos para la medición (Ñaupas et al., 2018).

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de la variable gestión de innovación

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
La gestión de innovación es la capacidad que tiene una empresa para administrar los nuevos conocimientos en productos, procesos o servicios (Suarez et al., 2020).	La gestión de innovación consta de tres dimensiones (Cultura de innovación, creaciones innovadoras y capacidad de absorción), nueve indicadores que permiten construir dieciocho ítems.	Cultura de innovación Creaciones innovadoras Capacidad de absorción	- Infraestructura - Capacitaciones - Detección de problemas - Pruebas piloto - Actitud creativa - Necesidad de mejora - Nuevos conocimientos - Difusión de nuevos conocimientos - Aplicación de nuevos conocimientos	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre

La operacionalización de una variable es importante porque permite transformar la variable genérica en específica con la finalidad de hacerlos medibles mediante valoraciones objetivas.

el grado indica medir cada variable, siendo así que se eliminan sesgos y confusiones que pudieron surgir en su elaboración (Hernández & Mendoza, 2018). De modo que, en la tabla 3 se muestra la validez otorgada por tres especialistas en el tema:

Tabla 3

Resultados de validación por criterios de jueces

Jueces expertos	Cuestionario de gestión de innovación	Cuestionario de competitividad empresarial
Mg. Mario Edgart Chura Alegre	Aplicable	Aplicable
Mg. Tamara Reyes Carhuapoma	Aplicable	Aplicable
Mg. Jorge Alonso Ramos Chang	Aplicable	Aplicable

En un inicio, desde la perspectiva de los expertos en la materia, observaron una relación tácita con la forma de contextualizar los verbos, luego de ello el orden de los reactivos, de modo que se realizaron las modificaciones indicadas y con ello se concretó una reunión para su validez. De tal manera, se llevó a cabo una reunión con cada uno de ellos y se validó el instrumento de recolección de datos de manera exitosa.

Instrumento I. Cuestionario de gestión de innovación

La aplicación del cuestionario en línea es una herramienta esencial para el desarrollo de la investigación, pues permite medir las tres dimensiones de la gestión de innovación, la cuales son la cultura de innovación, creatividad innovadora y capacidad de absorción. El cuestionario en línea está conformado por 18 ítems, tomando como referencia tres ítems para cada dimensión en una escala de Likert.

Tabla 4*Ficha técnica del cuestionario de gestión de innovación*

Característica	Descripción
Nombre del cuestionario	Escala de gestión de innovación
Autora	Zuly Stephanny Rojas Pérez
Ámbito de aplicación	Parque Industrial de Villa el Salvador
Unidades de información	Microempresarios
Duración	15 minutos
Objetivo	Medir la gestión de la innovación
Materiales	Cuestionario Google forms
Escala de medición	Likert
Normas de calificación	Se medirán mediante escala de puntajes con la desviación estándar.

Instrumento II. Cuestionario de competitividad empresarial

La aplicación del cuestionario en línea es una herramienta esencial para el desarrollo de la investigación, pues permite medir las tres dimensiones de competitividad empresarial, la cuales son: concentración de segmento, diferenciación y liderazgo en costos. El cuestionario en línea está conformado por 18 ítems, tomando como referencia tres ítems para cada dimensión, también se aplicó.

Tabla 5*Ficha técnica del cuestionario de competitividad empresarial*

Nombre del cuestionario	Escala de competitividad empresarial
Autora	Zuly Stephanny Rojas Pérez
Ámbito de aplicación	Parque Industrial de Villa el Salvador
Unidades de información	Microempresarios
Duración	15 minutos
Objetivo	Medir de forma objetiva de la competitividad empresarial
Materiales	Cuestionario Google forms
Escala de medición	Likert
Normas de calificación	Se medirán mediante baremos

La confiabilidad es el grado que se aplica de manera uniforme a un instrumento en muestras, casos o individuos, obteniendo resultados coherentes mediante procedimientos que determinan la consistencia de esta. De modo que, el procedimiento aplicado para determinar la confiabilidad del instrumento es el coeficiente de alfa de Cronbach, este debe de encontrarse entre la escala 0 y 1, no existe una regla que defina en qué valor exacto debe encontrarse para demostrar su aceptación. Sin embargo, de acuerdo con el análisis de diversos expertos teóricos en la materia, se concuerda que mientras el coeficiente se encuentre entre la escala de 0.00 a 0.75 es no confiable, de 0.80 a 0.95 es altamente confiable y de 0.95 a 1.00 se determina muy confiable. Esta última escala se concuerda con diversos autores que, al ser muy confiable, suele indicar un grado de redundancia en los indicadores (Hernández & Mendoza, 2018).

De modo que, para determinar la confiabilidad del instrumento utilizado en la investigación, se realizó una prueba piloto a 25 respuestas de la muestra en estudio para cada variable. Los cuales pasaron por el procedimiento de la medida de consistencia alfa de Cronbach, que determina el nivel de aceptación. Es así como, en las siguientes tablas se muestran los resultados del análisis estadístico realizado en el programa SPSS 26.

Tabla 6

Resultado de fiabilidad del cuestionario de gestión de innovación

Dimensiones	Alfa de Cronbach	Nº de elemento
Cultura de innovación	0.820	6
Creatividad innovadora	0.903	6
Capacidad de absorción	0.947	6
Total	0.947	18

La tabla 6 muestra resultados altamente confiables (0.947), respecto al cuestionario de la variable gestión de innovación. Respecto a la confiabilidad de sus factores se obtuvieron que oscilan entre 0.820 y 0.947 lo que demuestra que también son altamente confiables. Estos resultados avalan la eficacia de los datos para obtener legitimidad sobre los objetivos planteados en la investigación.

Tabla 7

Resultado de fiabilidad del cuestionario de competitividad empresarial

Dimensiones	Alfa de Cronbach	N° de elemento
Concentración de mercado	0.864	6
Diferenciación	0.819	6
Liderazgo en costos	0.910	6
Total	0.947	18

La tabla 7 muestra resultados altamente confiables (0.947) respecto al cuestionario de la variable competitividad empresarial. Por otro lado, sus factores presentan valores que oscilan entre el 0.864 y 0.910 lo que demuestra que también son altamente confiables. El resultado obtenido avala la eficacia de los datos para obtener legitimidad sobre los objetivos planteados en la investigación.

Finalmente, es preciso mencionar que los cuestionarios presentan niveles adecuados de confiabilidad, ética y compromiso por el uso adecuado de la información, con fines altamente académicos y de investigación, es así como a continuación se muestra el análisis de alfa de Cronbach para comprobar el nivel de la confiabilidad.

2.6. Procedimientos

De acuerdo con la problemática observada en el entorno de la unidad de análisis, se realizó un análisis exhaustivo de múltiples literaturas a nivel mundial, latinoamericano, nacional y local en un temporizador no menor a 5 años verificando

el marco teórico y apoyado en distintos resultados confiables obtenidos de diferentes estudios realizados por los autores. Se realizó el estado del arte, que consiste en la revisión de estudios anteriores tales como artículos científicos originales y tesis de los últimos 4 años. Luego, se solicitó permiso a la Central Asociaciones Empresariales y Empresarios de la micro y pequeña empresa del cono Sur (Apemives) para que tengan conocimiento sobre el estudio a realizarse y se considere el consentimiento informado de la muestra. Se elaboró un cuestionario con el fin de obtener información primaria acerca de la población en estudio en relación con las variables analizadas.

2.7. Análisis de datos

El análisis de datos se llevó a cabo mediante un meticuloso proceso estadístico que abarcó seis procesos importantes para la prueba de la hipótesis. En primer lugar, se procedió a la creación de una base de datos en Excel y en SPSS versión 26, en segundo lugar, se llevó a cabo un análisis de confiabilidad mediante una prueba piloto, considerando la aplicación del estadístico alfa de Cronbach en caso de que el cuestionario se presentara en una escala politómica.

Tabla 8

Valoración de la escala alfa de Cronbach

Intervalo	Valor
(0.00 – 0.75)	No confiable
(0.80 – 0.95)	Altamente confiable
(0.95 – 1.00)	Muy confiable

Nota: Hernández y Mendoza, 2018, p. 172

En tercer lugar, se llevó a cabo un análisis estadístico descriptivo examinando las medidas de dispersión y centralización, los cuales se presentan en tablas de frecuencia y gráficos de barra. En cuarto lugar, se analizaron las tablas de contingencia que establecen niveles descriptivos de correlación de variables. En quinto lugar, se sometió la muestra obtenida de la población a la prueba de

normalidad. Finalmente, se procedió a realizar la prueba de contrastación de hipótesis con estadístico de correlación.

Tabla 9

Escala de correlación de la R de Pearson

Rango	Relación
0.00	Correlación nula
+ 0.2 a + 0.4	Correlación positiva débil
+ 0.6 a + 0.9	Correlación positiva fuerte
+ 1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Hernández y Mendoza, 2018, p. 178

2.8. Aspectos éticos

La obtención de información se realizó siguiendo los lineamientos de la ética en la investigación de modo que el presente estudio tiene información que no constituye un plagio, en ese sentido la información brindada por las unidades de análisis será de carácter confidencial, es así como la muestra tiene conocimiento informado sobre el estudio del que forman parte y saben para que se usaron los resultados obtenidos que han de brindar en la investigación, en ese sentido los datos analizados no serán alterados ni modificados para lograr comprobar la hipótesis, sino que reflejan la realidad del ámbito en estudio. Por otro lado, la redacción científica se realizó de acuerdo con la normativa APA 7 y sus modificaciones en la guía de normas APA de la Universidad Autónoma del Perú.

CAPÍTULO III
RESULTADOS

3.1. Resultados descriptivos de las variables

Tabla 10

Resultados descriptivos de la variable gestión de innovación

	Encargados	Porcentaje
Ineficiente	25	22,7
Regular	56	50,9
Eficiente	29	26,4
Total	110	100,0

Los resultados descriptivos de la tabla 10 muestran a 56 encargados que representan el 50.9% de los encuestados, los cuales consideran que la innovación se gestiona de carácter regular, 29 encargados que representan el 26.4% consideran que la gestión de innovación es eficiente y 25 encargados que representan el 22.7% consideran que la innovación se gestiona de manera ineficiente. Esta información evidencia que la cuarta parte de los encuestados coincide que no hay un eficiente manejo de la innovación, lo que concuerda con la situación problemática en las que están inmersas las pymes, al no tener la capacidad para gestionar procesos innovadores que los ubique a la vanguardia del mercado actual, que se aceleró debido a la pandemia de la COVID-19.

Tabla 11

Resultados descriptivos de la variable competitividad empresarial

	Encargados	Porcentaje
Ineficiente	25	22,7
Regular	54	49,1
Eficiente	31	28,2
Total	110	100,0

Los resultados descriptivos de la tabla 11 muestran a 54 encargados que representan el 49.1%, de los encuestados, los cuales consideran que la

competitividad empresarial se desarrolla de manera regular, 31 encargados que representan el 28.2% consideran la empresa es eficiente en competitividad empresarial y 25 encargados que representan el 22.7% consideran que el desarrollo competitivo empresarial de su centro laboral es ineficiente. Lo anteriormente expuesto evidencia que la competitividad empresarial es ineficiente e irregular, lo que no permite desarrollar acciones persuasivas en los ofertantes para diferenciarse de lo demás.

3.2. Resultados descriptivos de las dimensiones

Resultados descriptivos de las dimensiones de la gestión de innovación

Tabla 12

Resultados descriptivos de la dimensión cultura de innovación

	Encargados	Porcentaje
Ineficiente	29	26,4
Regular	61	55,5
Eficiente	20	18,2
Total	110	100,0

Los resultados descriptivos de la tabla 12 muestran a 61 encargados que representan el 55.5%, de los encuestados, los cuales consideran que la cultura de innovación se desarrolla de manera consistente, 29 encargados que representan el 26.4% consideran que la cultura de innovación es eficiente en su centro de labores y un grupo de 20 encargados que representan el 18.2% consideran que la cultura de innovación es ineficiente. Lo expuesto evidencia que la cultura de innovación regular e ineficiente tiene más del 80% de representación, lo cual afirma lo anteriormente expuesto, respecto al poco o nulo acceso a los recursos básicos para innovar (capacitaciones, tiempo y materiales).

Tabla 13*Resultados descriptivos de la dimensión creatividad innovadora*

	Encargados	Porcentaje
Ineficiente	24	21,8
Regular	53	48,2
Eficiente	33	30,0
Total	110	100,0

Los resultados descriptivos de la tabla 13, muestran a 53 encargados que representan el 48.2%, de los encuestados, los cuales consideran que la creatividad innovadora se desarrolla de manera regular, 33 encargados que representan el 30% consideran que la creatividad innovadora en la empresa es eficiente y 24 encargados que representan el 21.8% consideran que la creatividad innovadora es ineficiente. Esta información evidencia que la creatividad innovadora no se desarrolla de manera estandariza y con controles que puedan patentar diseños innovadores, provocando la copia in situ de los mismos.

Tabla 14*Resultados descriptivos de la dimensión capacidad de absorción*

	Encargados	Porcentaje
Ineficiente	28	25,5
Regular	50	45,5
Eficiente	32	29,1
Total	110	100,0

En la tabla 14 se evidencia a 50 encargados que representan el 45.5%, de los encuestados, los cuales consideran que la capacidad de absorción se desarrolla de manera regular, 32 encargados que representan el 29.1% consideran que la capacidad de absorción en la empresa es eficiente y 28 encargados que representan el 25.5% consideran que la capacidad de absorción es ineficiente. Esta información

evidencia que los colaboradores solicita, crea y comparte nuevos conocimientos con el fin de aportar valor agregado.

Resultados descriptivos de las dimensiones de competitividad empresarial

Tabla 15

Resultados descriptivos de la dimensión concentración de segmento

	Encargados	Porcentaje
Ineficiente	31	28,2
Regular	50	45,5
Eficiente	29	26,4
Total	110	100,0

Los resultados descriptivos de la tabla 15, muestran a 50 encargados que representan el 45.5%, de los encuestados, los cuales consideran que la concentración de segmento se desarrolla de manera regular, 31 encargados que representan el 28.2% consideran que la concentración de segmento en la empresa es ineficiente y 29 encargados que representan el 26.4% consideran que la concentración de segmento es ineficiente. Esta información evidencia que los encuestados no valida la estrategia de concentración de segmento como eficiente para ser más competitivos.

Tabla 16

Resultados descriptivos de la dimensión diferenciación

	Encargados	Porcentaje
Ineficiente	28	25,5
Regular	59	53,6
Eficiente	23	20,9
Total	110	100,0

Los resultados descriptivos de la tabla 16, muestran a 59 encargados que representan el 53.6%, de los encuestados, los cuales consideran que la estrategia de diferenciación se desarrolla de manera regular, 28 encargados que representan el 25.5% consideran que es ineficiente y 23 encargados que representan el 20.9%

consideran que es eficiente. Esto evidencia que los encuestados consideran que se diferencian frente a los demás para ser más competitivos.

Tabla 17

Resultados descriptivos de la dimensión liderazgo de costos

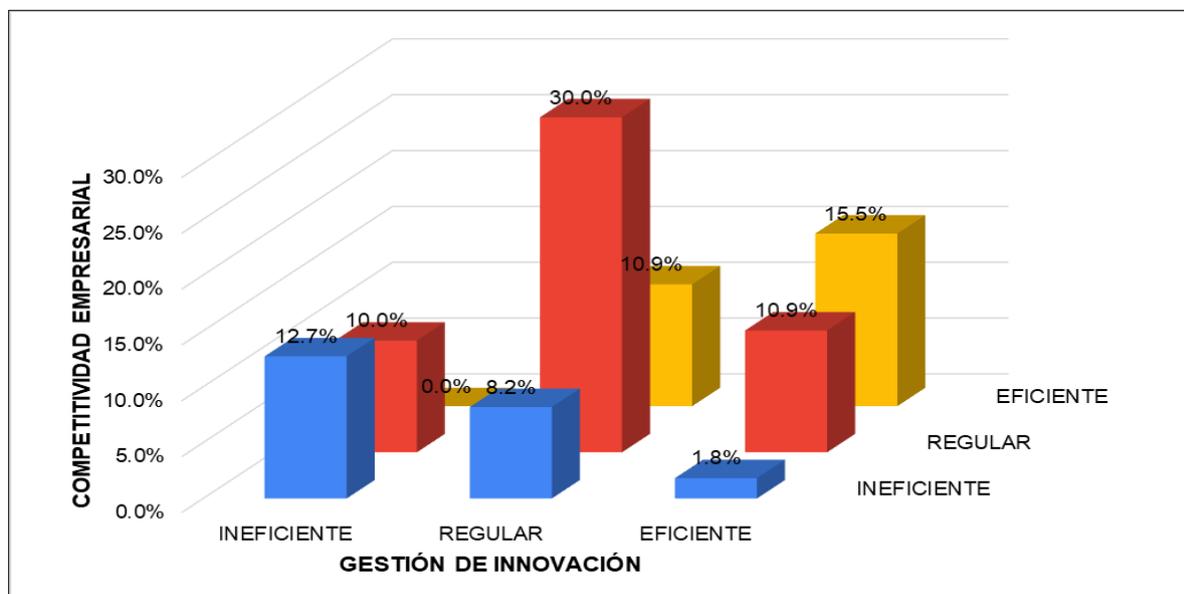
	Encargados	Porcentaje
Ineficiente	28	25,5
Regular	60	54,5
Eficiente	22	20,0
Total	110	100,0

Los resultados de la tabla 17 muestran a 60 encargados que representan el 54.5%, de los encuestados, los cuales consideran que la estrategia de liderazgo de costos se desarrolla de manera regular, 28 encargados que representan el 25.5% consideran que es ineficiente y 22 encargados que representan el 20% consideran que es eficiente. Lo anteriormente expuesto evidencia que menos de un cuarto de los encuestados consideran que desarrollan de manera eficiente el liderazgo en costos frente a los demás para ser más competitivos.

3.3. Resultados descriptivos de las variables relacionadas

Figura 1

Análisis porcentual de la relación entre la gestión de innovación y competitividad empresarial



En la figura 1 se presentan los resultados de la tabla cruzada entre las variables de gestión de innovación y competitividad empresarial. En ella se observa que el 12.7% considera que estas variables se relacionan de forma ineficiente, el 30% considera que es regular y el 15.5% considera que esta relación es eficiente. Esta tendencia indica que las variables se encuentran asociadas de forma importante.

3.4. Prueba de normalidad de las variables

H₀. Las variables gestión de innovación y competitividad empresarial presentan una distribución normal.

H_a. Las variables gestión de innovación y competitividad empresarial no presentan una distribución normal.

Tabla 18

Prueba de normalidad de las variables

		Gestión de innovación	Competitividad empresarial
N		110	110
Parámetros normales ^{a,b}	Media	56,50	67,37
	Desv. Desviación	17,698	15,986
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,064	,138
	Positivo	,030	,078
	Negativo	-,064	-,138
Estadístico de prueba		,064	,138
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^{c, d}	,200 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

En la tabla 18 se presentan resultados de la prueba de normalidad aplicada a las variables gestión de innovación y competitividad empresarial. Se observa un nivel de significancia de 0.200 para la variable competitividad empresarial, mientras que el nivel de significancia de 0.200 la para la variable de gestión de innovación, estos

valores indican una distribución de contraste normal. En consecuencia, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. Estos resultados respaldan el uso de una prueba paramétrica, en este caso, la prueba de R de Pearson.

3.5. Procedimientos correlacionales

Prueba de hipótesis general

H₀. No existe relación significativa entre la gestión de innovación y la competitividad empresarial en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023.

H_a. Existe relación significativa entre la gestión de innovación y la competitividad empresarial en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023.

Tabla 19

Resultado de correlación entre la gestión de innovación y competitividad empresarial

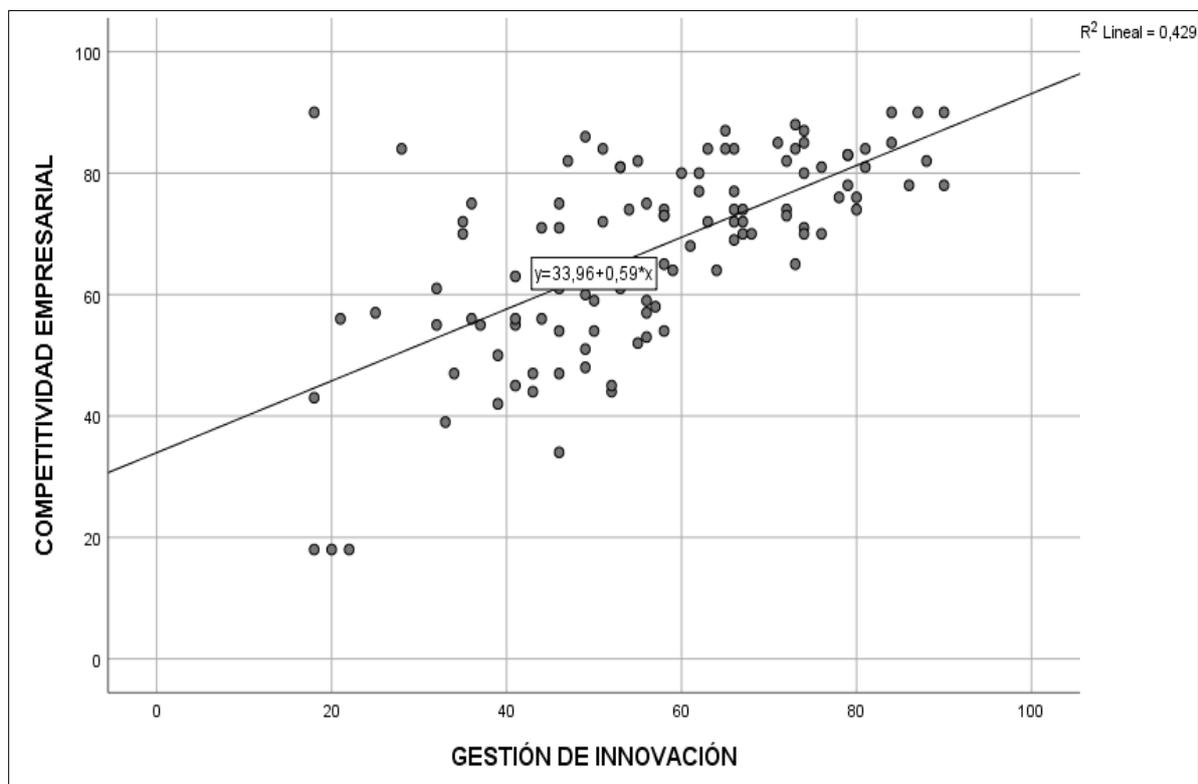
		Competitividad empresarial
Gestión de innovación	Correlación de Pearson	,655**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	110

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

Los resultados expresados en la tabla 19 evidencian la relación que presenta la gestión de innovación y competitividad empresarial. En ella se observa un nivel de significancia 0.000 que es menos a 0.005 lo que permite aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula. Por otro lado, se observa un coeficiente de correlación de 0.655 indicando que las variables presentan una correlación positiva media de acuerdo con la percepción de los encargados de tienda de los socios del gremio de maderero de Apemives.

Figura 2

Gráfica de dispersión entre las variables



Los resultados del gráfico de dispersión de puntos entre las variables gestión de innovación y competitividad empresarial se presenta en la figura 2. En ella se observan una tendencia positiva y directa. Es decir, mientras mayor sean los puntos de gestión de innovación, mayor será los puntajes de la competitividad empresarial.

Prueba de hipótesis específica 1

H₀. No existe relación significativa entre la gestión de innovación y la concentración de segmento de la Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023.

H₁. Existe relación significativa entre la gestión de innovación y la concentración de segmento de la Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023.

Tabla 20*Resultado de correlación entre la gestión de innovación y concentración de segmento*

		Concentración de mercado
Gestión de innovación	Correlación de Pearson	,650**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	110

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

Los resultados expresados en la tabla 20 evidencian la relación que presenta la gestión de innovación y concentración de segmento. En ella se observa un nivel de significancia 0.000 que es menos a 0.005 lo que permite aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula. Por otro lado, se observa un coeficiente de correlación de 0.650 indicando que las variables presentan una correlación fuerte, de acuerdo con la percepción de los encargados de tienda de los socios del gremio de maderero de Apemives.

Prueba de hipótesis específica 2

H₀. La gestión de innovación no se relaciona de manera positiva con la diferenciación en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023.

H₂. La gestión de innovación se relaciona de manera positiva con la productividad en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023.

Tabla 21*Resultado de correlación entre la gestión de innovación y diferenciación*

		Diferenciación
Gestión de innovación	Correlación de Pearson	,617**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	110

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

Los resultados expresados en la tabla 21 evidencian la relación que presenta la gestión de innovación y diferenciación. En ella se observa un nivel de significancia 0.000 que es menos a 0.005 lo que permite aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula. Por otro lado, se observa un coeficiente de correlación de 0.617 indicando que las variables presentan una correlación fuerte, de acuerdo con la percepción de los encargados de tienda de los socios del gremio de maderero de Apemives.

Prueba de hipótesis específica 3

H₀. No existe relación significativa entre la gestión de innovación y liderazgo en costos en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023.

H₃. Existe relación significativa entre la gestión de innovación y liderazgo en costos en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023.

Tabla 22

Resultado de correlación entre la gestión de innovación y liderazgo en costos

		Liderazgo en costos
Gestión de innovación	Correlación de Pearson	,548**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	110

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

Los resultados expresados en la tabla 22 evidencian la relación que presenta la gestión de innovación y liderazgo de costos. En ella se observa un nivel de significancia 0.000 que es menos a 0.005 lo que permite aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula. Por otro lado, se observa un coeficiente de correlación de 0.548 indicando que las variables presentan una correlación fuerte, de acuerdo

con la percepción de los encargados de tienda de los socios del gremio de maderero de Apemives.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

En lo que concierne a los cuestionarios ejecutados, pasaron por criterios de confiabilidad medida por el procedimiento de alfa de Cronbach. El cuestionario de gestión de innovación proyectó el valor de 0.947 en confiabilidad y el cuestionario de competitividad empresarial obtuvo el mismo valor de 0.947. Así mismo pasó por la validez por juicio de expertos, validez que tuvo un resultado positivo aceptable unánime. De modo que, ambas variables se encuentran en el rango de altamente confiable, es así como la investigación continúa.

La hipótesis general, pasó por la prueba de R de Pearson dando resultado una correlación positiva fuerte ($r=0.655$, $\text{sig.}=0.000$) entre la variable gestión de innovación y competitividad empresarial en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador. Del mismo modo, coincide con los resultados obtenidos por García et al. (2021) en su artículo científico "Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante la COVID-19", que evidencia una relación existente positiva fuerte ($r=0.459$, $\text{sig.}<0.05$) entre las mypes del sector comercial de Moyobamba. Dentro de la misma línea, la hipótesis general coincide con Tinta (2022), con los resultados obtenidos en su tesis *Innovación tecnológica y la competitividad de las microempresas del distrito de Comas 2021*, se observa que la correlación entre sus variables innovación organizacional y competitividad empresarial, es positiva fuerte y significativa ($r=0.639$, $\text{sig.}<0.05$). Asimismo, los resultados obtenidos coinciden con Cutipa et al. (2021) en su artículo científico "La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadoras de artesanía textil", se evidencia que las variables intensidad de innovación y competitividad tienen una correlación positiva fuerte ($Rho=0.726$, $\text{sig.}<0.00$) en las mypes exportadoras de artesanía textil en Puno, Perú. Sin embargo, difiere de los resultados obtenidos por Mashavira et al. (2021) en su artículo científico

“Competencias políticas gerenciales y el desempeño de pequeñas y medianas empresas”, se aprecia que la correlación entre competencias políticas gerenciales y desempeño, ambas variables son positiva débil ($Rho=0.312$, $sig.<0.000$) en las mypes de Sudáfrica. Siguiendo las consideraciones precedentes, las mipymes en estudio evidencian la que la relación significativa y congruente entre la gestión de innovación y competitividad empresarial, denota una presencia significativa de la organización en el mercado, destacando con un valor diferencial frente a los demás. Al respecto Suarez et al. (2020) apoyado en la teoría de Schumpeter (2002), indican que es de gran importancia considerar a la innovación en cada ámbito de su procesos y productos, pues deja lo existente como obsoleto, de la misma manera Wongsansukcharoen y Thaweepaiboonwong (2023) considera que la innovación es un recurso clave para ser altamente competitivos en un mercado tan cambiante como en el que nos encontramos, de manera que desde un punto de vista global, la innovación genera valor agregado para diferenciarse de los demás, cubriendo la necesidad con nuevas ideas altamente exigentes por la demanda actual, las cuales pueden considerarse a través de estrategias, fuentes, tipos de competitividad (Acevedo & Díaz, 2021; Porter, 1982).

De acuerdo con los resultados de comprobación de la hipótesis específica 1 se evidencia una correlación positiva fuerte ($r=0.650$, $sig.<0.000$) entre la variable gestión de innovación y la dimensión concentración de segmento en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador. Estos resultados concuerdan con los resultados obtenidos por Chaithanapat et al. (2022) en su artículo científico “Relaciones entre el liderazgo orientado al conocimiento, la gestión del conocimiento del cliente, a la calidad de innovación y el desempeño empresarial en las pymes” se evidencia que la gestión de innovación y la estrategia de concentración de segmento

tienen una correlación positiva débil ($r^2=0,43$, sig.<0,001) de manera significativa en las Pymes de Tailandia. Así mismo, los resultados obtenidos por Baieler et al. (2020) en su artículo científico “Influencia de las variables de innovación abierta en la ventaja competitiva de las pequeñas y medianas empresas” concuerda en que la orientación del mercado tiene efectos positivos significativos los cuales estimula las ideas en los colaboradores, obteniendo una correlación positiva débil ($\beta=0,360$; $p<0,011$) y gestiona mejora la cadena de suministros ($\beta=0,264$, $p<0,014$) de las pequeñas y medianas empresas de Brasil. Por otro lado, los resultados obtenidos por Flores y Quispe (2022) en su tesis *La innovación y la ventaja competitiva de los reatilers modernos en Lima Metropolitana en el 2021-2022*, muestra que la concentración de segmento en este tipo de negocio es altamente competitiva, pues la innovación tiene un impacto significativo ($p\text{-valor}=0.00<0.05$), en contraste con las Pymes de Lima Metropolitana. En atención a los resultados expuestos, las Pymes que consideran a la concentración de segmento y la gestión de innovación denotaron una relación fuerte significativa, de modo que al tener una estrategia fuerte como la concentración de segmento y desarrollarla de forma innovadora, conlleva al éxito de la empresa. De tal manera, la estrategia enfocada genera que las decisiones por captar la atención de un público en específico con características similares desarrollen productos que satisfaga sus necesidades, con el fin de fidelizarlos (Eyzaguirre et al., 2019).

Los resultados obtenidos de la segunda hipótesis específica, se evidencia una correlación positiva fuerte ($r=0.617$; sig.<0.000) entre la variable gestión de innovación y la dimensión diferenciación en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador. Asimismo, los resultados obtenidos por Flores y Quispe (2022) en su tesis *La innovación y la ventaja competitiva de los retailers de moda en Lima Metropolitana en el 2021-2022*, con respecto al nivel de significancia ($p\text{-valor} < 0.05$)

de la dimensión diferenciación es alta con relación a la variable de innovación. Si bien es cierto que, la correlación entre la variable gestión de innovación y la dimensión es positiva y fuerte, es poca la información hallada acerca de esta en investigaciones. Sin embargo, la diferenciación no afecta a la utilidad, pues los clientes están dispuestos a pagar precios altos con tal de sentirse completamente satisfechos (Parra et al., 2019).

De acuerdo con los resultados obtenidos de la hipótesis específica 3, se evidencia una correlación positiva fuerte ($r=0.548$; sig.<0.000) entre la variable gestión de innovación y la dimensión liderazgo de costos en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador. Sin embargo, difiere de García et al. (2021) en su artículo científico “Innovación organizaciones como factor de competitividad empresarial en mypes durante el COVID-19” con los resultados hallados, las variables innovación organizacional y competitividad donde obtiene una correlación positiva débil ($r= 0.320$; sig.<0.05) de las mypes de Moyobamba. De modo que dista de los resultados obtenidos, las Pymes optan por llevar su sistema de costos de manera empírica, sin contar con un profesional financiero que pueda aportar estrategias como el liderazgo en costos para ser más competitivos, es así como Sudjatmoko et al. (2023) decide eliminar este indicador en su artículo científico “El impacto de la pandemia de COVID-19 en el desempeño de las mipyme de Indonesia con la innovación como mediación”, pues en sus resultados de las variables innovación y desempeño evidencia que el nivel de significancia es débil frente a los demás indicadores que aportan información más relevante para su investigación en las mypes de Tailandia. Al respecto de liderazgo de costos, se considera como una estrategia fuerte en comparación con la competencia, siempre y cuando se ejecute un buen control de costos fijos y variables, reducción de costos en procesos sin

descuidar la calidad y el servicio Porter (1982), lo cual es respaldado por la adquisición de equipos tecnológicos para reducir el costo en mano de obra y tiempos de producción que puede ser provechoso para otras áreas de la empresa (Atto, 2020; Porter, 1982).

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES

En relación con el objetivo general, se concluye que la variable gestión de innovación y competitividad empresarial en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, tienen una correlación positiva fuerte, en efecto se demuestra en los resultados obtenidos ($r=0.655$, $\text{sig.}<0.000$) en la prueba estadística. En este sentido, se exponen los resultados descriptivos, los encargados de tienda perciben que la innovación se gestiona de manera regular en un 50.91%, en la misma escala los encargados de tienda perciben que la competitividad empresarial se desarrolla de manera regular en un 49.09%. En base a estas consideraciones obtenidas de los resultados estadísticos, es importante indicar que mientras las empresas apliquen innovaciones en cooperación con los colaboradores, hay una probabilidad muy alta que se vea reflejado en su nivel de aceptación frente a las demás empresas, de este modo, se destacan como altamente competitivos.

De acuerdo con el objetivo específico 1, se concluye que la relación entre la variable gestión de innovación y la dimensión concentración de segmento en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, tienen una correlación fuerte, es así como se demuestra en los resultados obtenidos ($r=0.650$, $\text{sig.}<000$) en la prueba estadística. De modo que, al exponer los resultados descriptivos, los encargados de tienda perciben que la gestión de innovación se desarrolla de manera regular e ineficiente en un 50.91% y 22.73% respectivamente en el mismo orden, en el mismo nivel se halla la percepción por parte de los encargados de tienda respecto a la ejecución de la estrategia de concentración de segmento reflejados de manera regular en 45.45% e ineficiente en 28.18%. Es importante indicar que los resultados descriptivos mostraron un porcentaje exacto que coincide entre la variable y la dimensión en 26.36%. En síntesis, la concentración de segmento es una estrategia que distingue a las empresas por su influencia en la

segmentación de mercado específico, lo que demuestra que a mayor conocimiento de la demanda ofreciendo un producto con valor agregado, mayor será su posicionamiento en el mercado, fortaleciendo innovaciones en sus procesos de manera eficiente para obtener productos altamente rentables.

En el objetivo específico 2, se concluye que la relación entre la variable gestión de innovación y la dimensión diferenciación en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, tienen una correlación positiva fuerte, tal y como lo demuestran los resultados hallados ($r=0.617$; $\text{sig.}<0.000$) en la prueba estadística. Es así como, en los resultados descriptivos, indican que los colaboradores de tienda perciben que la gestión de innovación se desarrolla de manera regular en 50.91%, mientras que la diferenciación coincide relativamente en 53.64% de acuerdo con su percepción con esta estrategia de manera regular. De tal manera, mientras que la empresa integre la innovación a su servicio, mercadotecnia, productos un grado de comunicación con la retroalimentación muy alta por parte de sus colaboradores tendrá mejores ingresos, pues la demanda fidelizada no tiene inconvenientes en pagar un alto precio por cubrir satisfechamente su necesidad.

De acuerdo con el objetivo específico 3, se concluye que la variable gestión de innovación y la dimensión liderazgo de costos en las pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, tienen una correlación positiva fuerte, los resultados están respaldados por la prueba estadística ($r=0.548$, $\text{sig.}<0.000$) evidenciada en la investigación. Así mismo, ello es respaldado por los resultados descriptivos, los cuales evidencia que gran parte de los colaboradores percibe que la innovación es gestionada de manera regular e ineficiente sumando así un 73.64% del total de los encuestados, en una proporción mayor el liderazgo de costos es percibido en un nivel regular e ineficiente sumando así un 80.00% del total de los encuestados.

El nivel de conocimiento de la muestra en estudio considera en un nivel muy bajo la gestión de innovación, en base a los costos producidos por cada área en los están inmiscuidos los procesos de producción, de modo que fortalecer esta estrategia impulsa a las empresas a competir con precios acordes al mercado, siendo sostenibles en el tiempo.

CAPÍTULO VI
RECOMENDACIONES

En cuanto a las aplicaciones derivadas de la conclusión general que involucra las variables de gestión de innovación y competitividad empresarial, se sugiere a los socios del sector maderero de Apemives, específicamente a las pequeñas y medianas empresas (pymes) ubicadas en el Parque Industrial de Villa El Salvador, que promuevan la innovación a través de procesos organizativos. Esto implica fomentar de manera secuencial ideas, procesos y productos creativos con valor agregado, evitando así respuestas abruptas por parte de los colaboradores. De modo que esta estrategia debe de estar acompañada de las siguientes actividades:

- Desarrollar capacitaciones periódicas que optimicen las habilidades, conocimientos de adopción de innovación.
- Desarrollar una estructura organizacional, desde una base como el organigrama, el cual deber ser óptimo para el desarrollo de nuevos conocimientos, sistemas y servicios.
- Implementar un buzón de sugerencias, que será analizado de manera mensual para mejorar la detección de problemas.
- Ejercer el desing thinking para desarrollar ideas con valor agregado en reuniones trimestrales con los colaboradores.
- Dinámica organizacional que les permita realizar una retroalimentación con las ideas innovadoras propuestas.

De acuerdo con la primera conclusión hallado en la investigación entre la variable gestión de innovación y la dimensión concentración de segmento, se recomienda a los socios del rubro maderero de Apemives de las pymes del Parque Industrial de Villa El Salvador, hacer uso de las fuerzas de Porter, afianzando la relación con los clientes, proveedores, nuevos competidores y productos sustitutos. Tal es así, que esta estrategia es sostenida por las siguientes actividades:

- Realzar la satisfacción del cliente mediante la ejecución de productos de alta calidad, destacando a uno de sus colaboradores en el área de producción para que supervise que los trabajos culminados lleven un acabo de gran nivel.
- Seguimiento de los datos cuantitativos y cualitativos de los proveedores mediante una base de datos en Excel, para conseguir productos a bajo costo, buena calidad y con respuesta inmediata.
- Identificar a las nuevas empresas que se integra el sector haciendo recorridos mensuales como cliente oculto en el área potencial, analizando los cambios significativos que traen para su integración en el mercado.
- Desarrollo de productos difíciles de imitar, patentándolos en Indecopi.

En cuanto a la segunda conclusión específica, hallado en la investigación entre la variable gestión de innovación y la dimensión diferenciación, se recomienda a los socios del rubro maderero de Apemives de las pymes del Parque Industrial de Villa El Salvador, implementar el servicio post venta de calidad que realce la imagen de marce. Las actividades propuestas para implementar la estrategia son la siguientes:

- Tener una base en Excel, donde se guarde la información de los compradores al detalle obtenidos al momento de realizar el comprobante de compra.
- Realizar un seguimiento periódico mediante llamada o WhatsApp, luego de la compra, a la semana y un mes después para obtener una retroalimentación del producto.
- Realizar una encuesta de satisfacción a los clientes para medir el grado de atención, producto y precio de la empresa.

De acuerdo con la tercera conclusión específico, entre la variable gestión de innovación y la dimensión liderazgo en costos, se recomienda a los socios del rubro maderero de Apemives de las pymes del Parque Industrial de Villa El Salvador, aplicar

el sistema de costos ABC, sistema que consiste en dividir los costos por áreas para un mejor desempeño en la gestión de recursos financieros, los cuales deben ser aplicados mediante las siguientes actividades:

- Las áreas involucradas en cada proceso, debe tener un personal responsable que se hará cargo de los costos directos y gastos.
- El responsable de cada área debe gestionar un reporte porcentual donde se visualicen los costos directos y gastos ejecutados en la semana.
- Concretar una reunión periódica, de manera semanal para tomar decisiones en base a las presentaciones de los reportes, realizados por cada responsable de área.

REFERENCIAS

- Acevedo, J., & Díaz, I. (2021). The Role of Absorptive Capacity in Innovation and Productivity in Chilean Companies: An Adapted CDM Model Across Industries. *Journal of Technology Management and Innovation*, 16(4), 22–35. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242021000400022>
- Arenal, C. (2022). *Gestión de proveedores*. Tutor Formación.
- Arias, F. (2023, octubre). *Empresarios del Parque Industrial VES atraviesan crisis de ventas*. Infoabe. <https://www.infobae.com/peru/2023/10/27/empresarios-del-parque-industrial-ves-atraviesan-crisis-de-ventas/>
- Asih, A., Fauzya, A., & Achmad, F. (2023). Exploring the role of organizational creativity and open innovation in enhancing SMEs performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100-145. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100045>
- Atto, A., Largo, R., Ollague, J., & Espinoza, C. (2020). Errores en los procesos mediante la revisión de la filosofía Lean Six Sigma y su incidencia en la productividad y competitividad de las pymes de la provincia de El Oro. *Digital Publisher*, 5(6), 377–397. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.435>
- Baierle, I., Benítez, G., Nara, E., Schaefer, J., & Sellitto, M. (2020). Influence of Open Innovation variables on the Competitive Edge of Small and Medium Enterprises. *Journal of open innovation: Technology, market, and complexity*, 6(1), 179 - 189. <https://doi.org/10.3390/JOITMC6040179>
- Ballesteros, E., Carvajal, V., & Cuji, M. (2022). Prácticas organizacionales: administración de la innovación en pymes. *Brazilian Journal of Development*, 8(5), 39557–39568. <https://doi.org/10.34117/bjdv8n5-445>
- Banco Mundial (2023, mayo). *América Latina y el Caribe: Panorama general*. Banco Mundial. <https://www.bancomundial.org/es/region/lac/overview#3>

- Bonet, L., & Gonzáles, M. (2021). *La innovación en la gestión de la cultura*. Universidad de Barcelona.
- Cappellari, G., Welter, C., Hermes, L., & Sausen, J. (2019). Absorptive capacity: components and organizational mechanisms for its development. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 20(6), 117-129. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eramd190028>
- Caro, E. (2019). Desarrollo de valores organizacionales para la innovación social. Una mirada desde el emprendimiento en el contexto cubano actual. *Economía y Desarrollo*, 161(1), 189-201. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842019000100003&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Castillo, R. (2018). *Manual de Oslo: Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a la innovación*. Madrid.
- Chaithanapat, P., Punnakitikashem, P., Khin, N., & Rakthin, S. (2022). Relationships among knowledge-oriented leadership, customer knowledge management, innovation quality and firm performance in SMEs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(1), 100-162. <https://doi.org/10.1016/J.JIK.2022.100162>
- Chen, S., & Venkatesh, A. (2019). An investigation of how design-oriented organisations implement design thinking. *Journal of Marketing Management*, 29(15), 1680–1700. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.800898>
- Chuquin, N., Villagómez, P., & Oleas, J. (2020). La competitividad empresarial de las pymes a través de modelación matemática. *Digital Publisher*, 2(5), 4–13. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.2.161>
- Cohen, W., & Levinthal, D. (1994). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 3(5), 128-152.

[https://www.researchgate.net/publication/220019726_Absorptive_Capacity_A
_New_Perspective_on_Learning_and_Innovation](https://www.researchgate.net/publication/220019726_Absorptive_Capacity_A_New_Perspective_on_Learning_and_Innovation)

ComexPerú (2022, octubre). *Sociedad de comercio exterior del Perú*. ComexPerú.

[https://www.comexperu.org.pe/articulo/peru-escala-cinco-posiciones-en-el-
indice-de-innovacion-global-como-generar-mayor-innovacion-y-tecnologia-en-
el-pais](https://www.comexperu.org.pe/articulo/peru-escala-cinco-posiciones-en-el-indice-de-innovacion-global-como-generar-mayor-innovacion-y-tecnologia-en-el-pais)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021, diciembre). *Innovación para el desarrollo: La clave para una recuperación transformadora en América Latina y el Caribe*. Cepal. [https://www.cepal.org/es/publicaciones/47544-
innovacion-desarrollo-la-clave-recuperacion-transformadora-america-latina-
caribe](https://www.cepal.org/es/publicaciones/47544-innovacion-desarrollo-la-clave-recuperacion-transformadora-america-latina-caribe)

Crisólogo, T., & Fuente, V. (2021). *Impacto de la pandemia sobre el tejido empresarial formal*. Instituto Peruano de Economía.

Cutipá, A., Escobar, F., Anchapuri, M., & Valreymond, D. (2021). La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 8(9), 112 - 122. <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2848>

Díaz, I., Acevedo, J., & Cortes, P. (2021). *Evolución de la innovación en Chile. Radiografía de la última década en las empresas chilenas*. RIL editores.

El Comercio (2020, 16 de agosto). Parque Industrial en silencio: Cómo viven la crisis las mypes de muebles y confecciones de Villa El Salvador. *Diario El Comercio*. [https://elcomercio.pe/economia/peru/parque-industrial-en-silencio-como-
viven-la-crisis-las-mypes-de-muebles-y-confecciones-de-villa-el-salvador-
noticia/](https://elcomercio.pe/economia/peru/parque-industrial-en-silencio-como-viven-la-crisis-las-mypes-de-muebles-y-confecciones-de-villa-el-salvador-noticia/)

ESAN (2023). *B2B en Perú ¿Qué oportunidades existen en el mercado?* ESAN Business.

Eyzaguirre, N., Marcel, M., Rodríguez, J., & Tokman, M. (2019). *Hacia la economía del conocimiento: el camino para crecer con equidad en el largo plazo*. Estudios Públicos.

Flores, D., & Quispe, S. (2022). *La innovación y la ventaja competitiva de los retailers modernos de moda en Lima Metropolitana en el 2021 – 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/667510/Flores_RD.pdf?sequence=3&isAllowed=y

García J., Tumbajulca A., & Cruz ,J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el COVID-19. *Comuni@cción*, 12(2), 99–110. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>

Henao, V., Bom, Y., Ovalles, M., & Ocampo L. (2020). Gestión de la innovación en empresas de economía solidaria de Caldas-Colombia. *Económicas CUC*, 41(2), 65–82. <https://doi.org/10.17981/econcuc.41.2.2020.org.4>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación : Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

Horvathova, J., & Mokrisova, M. (2020). Business competitiveness, its financial and economic parameters. *Montenegrin Journal of Economics*, 16(1), 139–153. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2020.16-1.9>

Kang, S., & Hwang, J. (2019). An Investigation into the Performance of an Ambidextrously Balanced Innovator and Its Relatedness to Open Innovation.

Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 5.
<https://doi.org/10.3390/joitmc5020023>

Knudsen, E., Lien, L., Timmermans, B., Belik, I., & Pandey, S. (2021). Stability in turbulent times? The effect of digitalization on the sustainability of competitive advantage. *Journal of Business Research*, 12(8), 360–369.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.008>

Machuca, F., Canova, C., & Fabián, M. (2023). Vista de una aproximación a los conceptos de innovación radical, incremental y disruptiva en las organizaciones. *Región Científica*, 2(1), 89-100.
<https://doi.org/10.58763/rc202324>

Mashavira, N., Chipunza, C., & Dzansi, D. (2021). Managerial political competencies and the performance of small and medium-sized enterprises in South Africa. *Acta Commercii*, 21(1), 1–13. <https://doi.org/10.4102/ac.v21i1.884>

Ministerio de Economía y Finanzas (2020, junio). *¿Qué es Reactiva Perú?* MEF.
https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=102665&lang=es-ES&view=article&id=6429

Naveed, R., Alhaidan, H., Al Halbusi, H., & Al-Swidi, A. K. (2022). ¿Las organizaciones realmente evolucionan? El vínculo crítico entre la cultura organizacional y la innovación organizacional hacia la efectividad organizacional: el papel central de la resistencia organizacional. *Revista de innovación y conocimiento*, 7(2), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100178>

Núñez, M., Banegas, A., Ozuna, A., Atila, J., Autónoma, U., & Moreno, G. (2020). Gestión del conocimiento y capacidades de innovación incremental en empresas de México y Bolivia. *Información Tecnológica*, 31(5), 101–108.
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000500101>

- Ñaupas, H., Marcelino, P., Valdivia, R., Jesús, D., Palacios, J., Hugo, V., & Delgado, E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.
- Paez, R. (2022). *Modelo de gestión de la innovación como fuente de competitividad empresarial para Pymes Industriales* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3161804>
- Parra, A., López, L., & Ramírez, A. (2019). *Gestión de la competitividad empresarial*. Morata.
- Perú21 (2022, 20 de octubre). Empresas peruanas mejoraron indicador global de cultura de innovación frente al 2020. *Diario Perú21*. <https://peru21.pe/emprendimiento/empresas-peruanas-mejoraron-indicador-global-de-cultura-de-innovacion-frente-al-2020-futurelab-peru-universidad-ucal-brinca-global-noticia/>
- Porter, M. (1982). *Estrategia competitiva: Técnicas para analizar industrias y competidores*. Ediciones Deusto.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo* (9ª ed.). Ediciones Deusto.
- ProInnovate (2023, mayo). *Programa nacional de desarrollo tecnológico e innovación*. ProInnovate. <https://www.proinnovate.gob.pe/>
- Ramos, E., & Valle, N. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: Camino al cambio empresarial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 292–298. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100292&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- Real Academia Española (2023, junio). *Diccionario de la lengua española*. RAE. <https://dle.rae.es/tendencia>

- Riquelme, L. (2022). *Empoderamiento laboral y competitividad*. Pirámide.
- Schumpeter, J. (2002). *Ciclos económicos: Análisis teórico, histórico y estadístico del proceso capitalista*. Relieve.
- Soumitra D., Lanvin, B., Lorena, L., & Wunsch, S. (2022). What is the Future of Innovation-driven Growth? *Global Innovation Index*, 8(5), 2003–2015. <https://doi.org/10.34667/TIND.46596>
- Suarez, D., Erbes, A., & Barletta, F. (2020). *Teoría de la innovación: Evolución, tendencias y desafíos: Herramientas conceptuales para la enseñanza y el aprendizaje*. Ediciones Complutense.
- Sudjatmoko, A., Ichsan, M., Astriani, M., & Clairine, A. (2023). The Impact of COVID-19 Pandemic on the Performance of Indonesian MSME with Innovation as Mediation. *Cogent Business & Management*, 10(1), 89-110. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2179962>
- Taylor, F. (1985). *Principios de la administración científica*. Herreo Hermanos.
- The IMD world competitiveness center (2022, mayo). *Mundo Competitivo Centro: Ranking 2022*. IMD. <https://www.imd.org/annual-reports/annual-report/research-and-thought-leadership/global-research-centers/world-competitiveness-center/>
- Tinta, R. (2022). *Innovación tecnológica y la competitividad empresarial de las microempresas del distrito de Comas, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/0536e52c-8b49-438b-b63c-2c9c94542fa4/content>

- Vercher, N., Bosworth, G., & Esparcia, J. (2023). Developing a framework for radical and incremental social innovation in rural areas. *Journal of Rural Studies*, 9(9), 233–242. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.01.007>
- Wang, J., Omar, A., Alotaibi, F., Daradkeh, Y., & Althubiti, S. (2022). Business intelligence ability to enhance organizational performance and performance evaluation capabilities by improving data mining systems for competitive advantage. *Information Processing and Management*, 59(6), 15-28. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2022.103075>
- Wang, K., Tan, R., Peng, Q., Sun, Y., Li, H., & Sun, J. (2021). Radical innovation of product design using an effect solving method. *Computers & Industrial Engineering*, 15(1), 106-127. <https://doi.org/10.1016/J.CIE.2020.106970>
- Wongsansukcharoen, J., & Thaweepaiboonwong, J. (2023). Effect of innovations in human resource practices, innovation capabilities, and competitive advantage on small and medium enterprises' performance in Thailand. *European Research on Management and Business Economics*, 29(1), 100-121. <https://doi.org/10.1016/J.iedeen.2022.100210>
- Zayas, C., & Ávila, L. (2022). La relación entre innovación y crecimiento económico: evidencia de Chile y México. *RAN. Revistas Academia y Negocios*, 8(1), 15–22. <https://doi.org/10.29393/ran8-5ricl20005>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Gestión de innovación y competitividad empresarial de las Pymes del rubro maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador -

2023

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores		
<p>Problema general ¿Qué relación existe entre la gestión de innovación y competitividad empresarial en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es la relación entre gestión de innovación y concentración de segmento en las Pymes del rubro de maderas del</p>	<p>Objetivo general Analizar la relación entre la gestión de innovación y la competitividad empresarial en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023.</p> <p>Objetivos específicos Establecer la relación entre la gestión de innovación y la concentración de segmento en las Pymes</p>	<p>Hipótesis general Existe relación significativa entre la gestión de innovación y la competitividad empresarial en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023.</p> <p>Hipótesis específicas Existe relación significativa entre la gestión de innovación y la concentración de segmento de la Pymes del rubro de maderas del</p>	Variable 1: Gestión de innovación		
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
			Cultura de innovación	- Infraestructura - Capacitaciones - Detección de problemas	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			Creaciones innovadoras	- Pruebas de validación - Actitud creativa - Necesidad de mejora	
Capacidad de absorción	- Nuevos conocimientos - Difusión de nuevos conocimientos				

<p>Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023?, ¿Cuál es la relación entre la gestión de innovación y diferenciación en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023? ¿Cuál es la relación entre gestión de innovación y liderazgo en costos en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023?</p>	<p>del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador – 2023. Describir la relación entre la gestión de innovación y la diferenciación de la Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador – 2023. Analizar la relación entre la gestión de innovación y liderazgo en costos en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador - 2023.</p>	<p>Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023. Existe relación significativa entre la gestión de innovación y la diferenciación de la Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023. Existe relación significativa entre la gestión de innovación y liderazgo en costos en las Pymes del rubro de maderas del Parque Industrial de Villa El Salvador, 2023.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de nuevos conocimientos 	
Variable 2: Competitividad empresarial					
		Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	
		Concentración de segmento	<ul style="list-style-type: none"> - Tendencias actuales - Productos homogéneos - Estrategia enfocada 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. siempre 	
		Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> - Producto de calidad - Servicio Post venta - Imagen de marca 		
		Liderazgo en costos	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad productiva - Control de costos - Equipos tecnológicos 		

Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Instrumentos	Estadísticos utilizados
Tipo: Básica Diseño: No experimental Enfoque: Cuantitativo	Población: 152 Muestra: 110	Variable 1: Gestión de innovación Instrumentos: Cuestionario de gestión de innovación Variable 2: Competitividad empresarial Instrumentos: Cuestionario de competitividad empresarial	Estadísticos descriptivos Tablas estadísticas Gráficos estadísticos Medidas de dispersión: Desviación estándar Estadísticos inferenciales R de Pearson

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

INSTRUMENTO SOBRE LA GESTIÓN DE INNOVACIÓN

Instrucciones: Este cuestionario contiene unas frases relativamente cortas, que permite hacer una descripción de cómo percibes la gestión de innovación. Para ello debes responder con la mayor sinceridad posible a cada uno de los ítems que aparecen a continuación, de acuerdo como pienses o actúes. Tu colaboración será muy apreciada y contribuirá a una mejor comprensión de la vida laboral.

1. Nunca	Casi nunca	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre
----------	------------	------------	-----------------	------------

		Puntajes				
		1	2	3	4	5
Cultura innovación						
1	El Estado fomenta el desarrollo de infraestructura para la innovación de Pymes.	1	2	3	4	5
2	Las mejoras de instalaciones las realizan profesionales de acuerdo con el desarrollo de innovación.	1	2	3	4	5
3	Se desarrollan programas de capacitación en temas de innovación de acuerdo con las necesidades de conocimientos nuevos.	1	2	3	4	5
4	Se comparten programas de capacitación periódica en temas de innovación	1	2	3	4	5
5	Se pone a disposición el buzón de sugerencias para las incidencias observadas por colaboradores y clientes	1	2	3	4	5
6	Se escucha activamente a los colaboradores para entender los problemas	1	2	3	4	5
Creatividad innovadora						
7	Las ideas creativas son puestas a prueba para pasar filtros de aceptación	1	2	3	4	5
8	Las pruebas de validación son expuestas al público para tener una mejor retroalimentación	1	2	3	4	5
9	Se premia la actitud creativa del personal a cargo	1	2	3	4	5
10	Se fomenta un ambiente para activar la creatividad	1	2	3	4	5
11	El personal a cargo participa en los procesos de mejora	1	2	3	4	5
12	El personal a cargo comunica la necesidad de mejora	1	2	3	4	5

Capacidad de absorción						
13	Se capacita constantemente para obtener nuevos conocimientos.	1	2	3	4	5
14	Las capacitaciones de nuevos conocimientos están en base al mejor desempeño de su área.	1	2	3	4	5
15	Difunde los nuevos conocimientos al personal a cargo mediante reuniones.	1	2	3	4	5
16	El personal a cargo difunde entre sus compañeros los nuevos conocimientos.	1	2	3	4	5
17	Realiza actividades específicas para aplicar los nuevos conocimientos por áreas.	1	2	3	4	5
18	Propone la aplicación de nuevos conocimientos como parte de su cultura	1	2	3	4	5

INSTRUMENTO SOBRE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Instrucciones: Este cuestionario contiene unas frases relativamente cortas, que permite hacer una descripción de cómo percibes la competitividad empresarial. Para ello debes responder con la mayor sinceridad posible a cada uno de los ítems que aparecen a continuación, de acuerdo como pienses o actúes. Tu colaboración será muy apreciada y contribuirá a una mejor comprensión de la vida laboral.

1. Nunca	2. Casi nunca	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre
----------	---------------	------------	-----------------	------------

		Puntajes				
		1	2	3	4	5
Concentración de mercado						
1	Se buscan constantemente actualizaciones de los productos	1	2	3	4	5
2	Se mejoran los procesos de acuerdo con las tendencias del mercado	1	2	3	4	5
3	El desarrollo de productos de una misma línea de producción satisface a las nuevas necesidades de su cliente	1	2	3	4	5
4	La venta de productos homogéneos genera altos ingresos	1	2	3	4	5
5	Se realizan estrategias de marketing enfocados al segmento de mercado	1	2	3	4	5
6	Se estudia al mercado constantemente para reevaluar las estrategias	1	2	3	4	5
Diferenciación						
7	Los productos pasan por un proceso de calidad para salir a la venta	1	2	3	4	5
8	La empresa cuenta con un certificado de calidad	1	2	3	4	5
9	El área comercial realiza seguimiento de las ventas luego del cierre	1	2	3	4	5
10	Propone mejoras después de las recomendaciones del consumidor	1	2	3	4	5
11	El segmento reconoce a la empresa por su logo, atención y ubicación.	1	2	3	4	5
12	El desarrollo exitoso de los productos, superan las expectativas de su cliente logrando buena reputación de la empresa	1	2	3	4	5
Liderazgo en costos						
13	La empresa cuenta con un taller operativo amplio para la producción	1	2	3	4	5

14	La empresa cuenta con los suficientes insumos para cubrir la demanda	1	2	3	4	5
15	La empresa cuenta con un sistema de seguimiento de costos	1	2	3	4	5
16	El área de compras desarrolla su gestión en base a los requerimientos de las ventas	1	2	3	4	5
17	La empresa implementa herramientas de alta tecnología que logra reducir los costos de operación	1	2	3	4	5
18	La empresa busca diferenciarse de la competencia con el desarrollo de equipos tecnológicos.	1	2	3	4	5

Anexo 3. Ficha de validación de juicio de expertos

Validación del instrumento: GESTIÓN DE INNOVACIÓN

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Mario Edgart Chura Alegre

DNI: 43486931

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico [X]

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Mario Edgart Chura Alegre

DNI: 43486931

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico [x]

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento: GESTIÓN DE INNOVACIÓN

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg./Lic./Ing.:

Ramos Chang, Jorge Alonso

DNI: 40968849

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico []

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg./Lic./Ing.:

Ramos Chang, Jorge Alonso

DNI: 40968849

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico []

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento: Gestión de Innovación

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg./Lic./Ing.:

Mg. Tamara Reyes Carhuapoma

DNI: 71023497

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico []

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento: Competitividad Empresarial

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg./Lic./Ing.:

Mg. Tamara Reyes Carhuapoma

DNI: 71023497

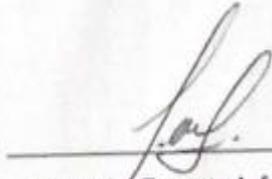
Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico []

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Anexo 4. Documento que acredita la investigación in situ

 **Autónoma**
Universidad Autónoma del Perú

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo "

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA GESTIÓN

Sr. presidente: Carlos Acevedo

Presidencia central de la asociaciones empresariales y empresarios de la micro y pequeña empresa del cono Sur- APEMIVES

Me es muy grato dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y a su vez presentarme. Yo Zuly Stephanny Rojas Pérez identificada con DNI 74571094, estudiante de pregrado cursando el décimo ciclo de carrera profesional de Administración de Empresas en la Universidad Autónoma del Perú situada en Villa El Salvador.

Me dirijo a su despacho a fin de solicitar una entrevista en materia académica, dado que estoy desarrollando mi tesis de investigación, en donde he considerado al gremio empresarial de APEMIVES como organización para poder elaborar mi investigación, por ende, solicito a su despacho una entrevista académica de una duración de 45 minutos de su valioso tiempo en horarios de la tarde.

Agradecería pueda aceptar mi petición ya que es de índole académico y profesional.

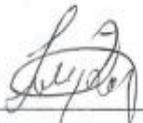
Saludos cordiales

Lima, 29 de septiembre de 2023

Atentamente,



CENTRAL DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES
Y EMPRESARIOS DE LA MICRO Y PEQUEÑA
EMPRESA DEL CONO SUR DE LIMA
APEMIVES CONO SUR
RECIBIDO
N° Exped: 140-2023
Fecha: 29-09-23 Hora: 5:50pm
Firma: [Signature]



Zuly Stephanny Rojas Pérez
74571094

Anexo 5. Informe de incidencias

ZULY STEPHANNY ROJAS PÉREZ TESIS PARA REPOSITORIO _ ZULY STEPH... [↔ Cambiar a la nueva versión](#) [ⓘ Detalles de la entrega](#)

Universidad Autónoma del Perú

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS PYMES DEL RUBRO MADERAS DEL PARQUE INDUSTRIAL DE VILLA EL SALVADOR - 2023

PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA
ZULY STEPHANNY ROJAS PÉREZ
ORCID: 0000-0002-8998-0337

ASESOR
DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE

Compartir

Página 1 de 102

Fuentes principales Todas las fuentes

64 Exclusiones por similitud

13%
Similitud general

Marcas de alerta **0**

13% Similitud general

Detalles del documento

AI

1	repositorio.autonoma.edu.pe	INTERNET	6%
2	hdl.handle.net	INTERNET	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe	INTERNET	<1%
4	Universidad Tecnológica del Per...	TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
5	EP NBS SAC el 9 de noviembre d...	TRABAJOS ENTREGADOS	<1%

Anexo 6. Base de datos

Items	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	G18	G19	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	G18	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	CE10	CE11	CE12	CE13	CE14	CE15	CE16	CE17	CE18		
1	2	2	2	3	2	1	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	
2	3	1	2	1	1	4	4	3	4	2	1	3	1	1	5	2	4	4	5	5	4	5	5	3	4	1	3	5	4	4	1	5	4	4	5	4		
3	1	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	3	4	4	4	3	5	3		
4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2		
5	2	3	1	2	2	3	3	4	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2		
6	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	
7	4	5	3	3	4	2	2	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	5	3	2	3	3	4	4	4	2	3	3	
8	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5		
9	1	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	
10	1	3	3	2	1	2	3	1	2	1	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	
11	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
13	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3
14	3	4	4	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	4	1	1	1	1	2	
15	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
17	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	5	1	5	3	5	5	5	5	3	2	3	4	4	
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	2	5	1	2	5	3	2	2	2	3	1	1	1	1	
19	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	2	2	2	
20	2	3	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	2	2	3	2	3	4	
21	5	5	4	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	
22	4	4	3	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5		
23	2	1	1	1	3	5	4	4	2	4	4	5	2	2	5	4	2	5	4	5	4	3	1	1	5	1	4	3	3	3	5	5	1	1	2	2	2	
24	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	5	5	2	5	5	5	3	5	4	4	5	4	1	1	5	2	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	
25	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	3	3	3	3	
26	2	1	1	3	5	4	1	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
27	2	2	2	3	1	2	5	4	4	5	5	3	5	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	5	3	5	1	3	4	3	3	4	3	3	5	3	3	
28	3	3	4	5	3	5	5	5	1	5	4	5	1	1	5	5	1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2
29	3	5	3	1	1	1	5	1	3	2	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5
30	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	5	3	3	
31	1	5	1	1	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5
33	3	4	3	3	2	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	2	2	3	1	5	5	3	5	5	3	4	4	3	3	3	
34	3	3	4	4	2	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	3	3	4	2	4	1	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	
35	3	3	2	1	3	5	2	2	3	3	3	4	1	1	1	1	1	2	4	4	5	3	1	3	4	1	1	4	2	5	5	5	3	5	3	5	5	
36	2	3	3	3	1	1	3	3	3	1	2	3	1	1	4	4	3	3	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	3	

Items	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	G18	G19	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	G18	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	CE10	CE11	CE12	CE13	CE14	CE15	CE16	CE17	CE18		
37	2	2	2	2	3	4	3	5	3	2	2	3	2	1	3	2	2	3	5	5	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
38	2	1	5	3	1	1	1	1	1	3	1	2	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	3	3	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	2	2	4	4	5	3	3	3	4	4	5	5	3	4	5	5	2	3	3	5	5	5	
40	3	3	3	4	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	3	4	5	5	3	3	2	2	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
41	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	2	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4
42	2	3	4	4	3	5	5	3	3	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	3	3	2	4	1	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4
43	2	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	3	3	5	1	3	4	3	4	3	3	3	5	4	3	3	
44	2	4	3	3	4	5	3	5	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
45	5	3	3	1	3	1	1	5	1	5	1	1	3	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
46	2	5	3	3	3	5	3	3	4	3	3	4	5	5	5	2	4	5	4	5	4	5	4	4	1	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
47	1	3	1	1	2	3	1	3	1	1	2	3	2	3	2	2	2	2	5	3	5	3	5	5	1	1	2	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5
48	2	3	2	1	1	1	1	2	3	2	2	3	2	4	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	4	3	1	3	1	3	4	1	2	3	1	1	1	1
49	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	1	3	3	1	1	3	3	5	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	5	5	5	2	1	1	4	1	5											

