



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Innovación Empresarial en las Mypes del sector calzado en el distrito El
Porvenir, año 2017**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Vargas Crespulo, Katherine Elizabeth

ASESORA METADÓLOGA

Dra. Espinoza Rodríguez, Olenka Ana Catherine

ASESOR ESPECIALISTA

Mg. Quiroz Veliz, Luis Enrique

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Planificación

TRUJILLO – PERU

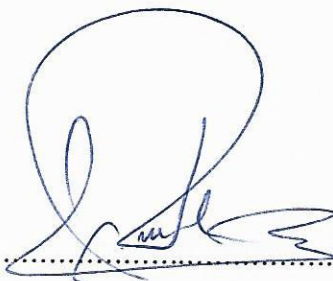
2017

Página del jurado

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Olenka ER', written over a horizontal dotted line.

Dra. Espinoza Rodríguez, Olenka

Presidenta

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luis Enrique', written over a horizontal dotted line.

Mg. Quiroz Veliz, Luis Enrique

Secretario

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Elizabeth Ugaz B', written over a horizontal dotted line.

Dra. Ugaz Barrantes, Clara Elizabeth

Vocal

Dedicatoria

A Dios por darme la vida y salud para poder cumplir mis metas, por guiarme e iluminar mi camino.

A mi madre Florita Crespulo Robles. Por hacer de mí una persona íntegra, por su constante apoyo y sacrificio que en todo momento me brindó, fortaleciendo mi superación profesional.

A mi hermana Romy Vargas Crespulo, por su cariño e inmenso amor, por apoyarme en todo momento.

A mi tía Janeth Vargas Viviano y a mi abuelita María Viviano Huamán, quienes me brindaron su apoyo incondicional para lograr mis objetivos.

Agradecimiento

A Dios por darme la vida, salud y por permitirme cumplir mis metas, sin él no hubiese podido llegar a donde estoy ahora.

A mi familia por su perseverancia y apoyo, por alimentar los ánimos de superarme y seguir luchando por ser una mejor profesional

A mi asesora Dra. Olenka Ana Catherine Espinoza Rodríguez por su paciencia, perseverancia y apoyo incondicional, para que la investigación sea exitosa, gracias por sus enseñanzas y conocimientos que me sirvieron de mucho apoyo.

A CITECCAL por la información brindada y los propietarios de las Micro y Pequeñas empresas del sector calzado del Distrito El Porvenir, quienes contribuyeron para la realización del presente trabajo de investigación.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Katherine Elizabeth Vargas Crespulo con DNI N° 48110648, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Trujillo, diciembre del 2017



.....
Katherine Elizabeth Vargas Crespulo

DNI. N° 48110648

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Innovación empresarial en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, año 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

La Autora

Índice

	pág.
Páginas preliminares	
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Trabajos previos	14
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	17
1.3.1. Innovación	17
1.3.2. Dimensiones.....	18
1.3.3. Medición	20
1.4. Formulación del problema	21
1.5. Justificación del estudio	21
1.6. Hipótesis	22
1.7. Objetivos.....	22
1.7.1. General.....	22
1.7.2. Específicos	22
II. MÉTODO.....	23
2.1. Diseño de investigación.....	24
2.2. Operacionalización de variables.....	24
2.3. Población y muestra	26
2.3.1. Población.....	26
2.3.2. Muestra.....	26
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	26
2.4.1. Técnica e instrumento	26
2.4.2. Validez.....	26
2.4.3. Confiabilidad.....	26
2.5. Métodos de análisis de datos	27

2.6. Aspectos éticos.....	28
III. RESULTADOS	29
IV. DISCUSIÓN.....	40
V. CONCLUSIONES	44
VI. RECOMENDACIONES.....	46
VII. PROPUESTA.....	49
VIII. REFERENCIAS	
ANEXOS	

Resumen

La presente investigación descriptiva tuvo como objetivo determinar el nivel de Innovación empresarial en Mypes del sector de calzado en el distrito de El Porvenir. Se utilizó un diseño no experimental de corte transversal. Se trabajó con una muestra de 26 Mypes a los cuales se le ejecutó una encuesta basado en el Manual de Oslo y una guía de observación. Además, se aplicó una prueba piloto para la confiabilidad siendo aceptable (.701**). Al procesar los resultados se puso a describir por niveles la innovación empresarial y sus dimensiones: producto, proceso, comercialización y organización. En conclusión, según la encuesta las dimensiones de producto y proceso representan niveles altos con un 76.9% y 84.6% respectivamente, en comercialización un nivel medio con una predominancia en las puntuaciones de 53.8% y en la dimensión organización un nivel bajo con un 65.4%. Según la guía de observación las dimensiones producto y proceso se obtienen niveles altos con un 61.5% y 69.2% respectivamente, en comercialización un nivel medio con un 73.1% y en organización un nivel bajo con un 61.5%. Con respecto a la innovación empresarial de las Mypes que conforman la muestra se obtuvo un nivel alto con un 61.5% y 53.8% según encuesta y guía de observación, respectivamente. Así mismo, se determinó la comprobación de la hipótesis que la innovación empresarial en Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir es alto.

Palabras clave: Innovación empresarial, producto, proceso, comercialización y organización.

Abstract

The objective of this descriptive investigation was to determine the level of business innovation in Mypes of the footwear sector in the district of El Porvenir. A non-experimental cross-sectional design was used. We worked with a sample of 26 Mypes to which a survey based on the Oslo Manual and an observation guide was carried out. In addition, a pilot test was applied for reliability being acceptable (.701 **). When processing the results, it was described by levels the business innovation and its dimensions: product, process, commercialization and organization. In conclusion, according to the survey the product and process dimensions represent high levels with 76.9% and 84.6% respectively, in marketing a medium level with a predominance in the scores of 53.8% and in the organization dimension a low level with 65.4%. According to the observation guide, the product and process dimensions are obtained high levels with 61.5% and 69.2% respectively, in marketing an average level with 73.1% and in organization a low level with 61.5%. Regarding the business innovation of the Mypes that make up the sample, a high level was obtained with 61.5% and 53.8% according to the survey and observation guide, respectively. Likewise, it determined the verification of the hypothesis that business innovation in Mypes of the footwear sector in the El Porvenir district is high.

Keywords: Business innovation, product, process, marketing and organization.

I. INTRODUCCIÓN

I. Introducción

1.1. Realidad problemática

Las MYPES en el Perú están adquiriendo cada vez mayor importancia en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo. Según El Peruano, la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Ley N° 28015, Art. 2), “se denomina micro y pequeña empresa a la unidad económica constituida por una persona natural o jurídico bajo cualquier forma de organización o forma empresarial”. Según el Ministerio de Trabajo y promoción del empleo (MTPE), las Mypes generan empleo al 80% de la población económicamente activa (PEA) y un 47% del producto bruto interno (PBI). Así mismo, constituyen un 98.3% de empresas existentes (94.4% son micro y 3.9% son pequeñas), sin embargo un 74% están en la informalidad. Tomando en cuenta la actividad económica: el 84,3% de las MYPES desarrollan actividades en el sector terciario de la economía, (comercio 46,9% y servicios 37,4%) (INEI, 2015).

El sector calzado en el Perú concentra el 96.7% microempresas, generando 2.5 pares de calzado al año por consumo per cápita. Así mismo, un 50% del mercado es importado, 20% ingresa por contrabando y solo 30% para el producto nacional (Mora, 2015).

En la Libertad hay unas 5 mil MYPES de calzado formales, pues si hablamos de las informales es un número mayor, produciendo anualmente 250 millones de soles lo que significa el 25% que se genera a nivel nacional en este rubro. Los principales ciudades que producen calzado están distribuidas de la siguiente manera: Lima (42%), Trujillo (25%), Arequipa (15%) y Huancayo (5%) (SUNAT, 2015).

En Trujillo, El Porvenir es el distrito que concentra mayor producción de calzado. Cada una produce 108 pares de calzado al día, llegando a ser 2160 pares al mes ya que solo se trabaja cinco días a la semana (de martes a sábado). Sin embargo, con la competitividad que existe hoy en día en el sector (calzados extranjeros que llegan de otros países como

China) causó una reducción al 50%. Hay Mypes que incluso han cerrado y otras prefieren comercializar y no producir, de las cuales solo entre el 10% y 15% exportan de manera continua y competitiva (SUNAT, 2015).

La razón de la poca exportación de calzado peruano se debe a que la mayoría de las empresas de la industria no posee tecnología y capacidad productiva para hacerle frente a la competencia global que existe hoy en día.

Después de analizar el sector calzado, estos vienen asumiendo los siguientes problemas: No están en constante actualización del diseño (solo en temporadas); insuficiencia de maquinarias para la fabricación del calzado, baja productividad en la mano de obra causada por los sistemas de producción antiguos; materiales de baja calidad y no utilizan métodos de gestión para la mejora de las tareas de la empresa. Por lo tanto, los problemas que tiene el sector nos indica que existe una deficiencia en innovación de procesos y uso de la tecnología, ya que sus trabajadores se retrasan en la producción del calzado por falta de tecnología, obteniendo como resultado la disminución en la productividad, también la baja actualización en diseño hace que la empresa no sea competitiva. Por tal motivo se plantea:

- ¿Cuál es el nivel de innovación empresarial en su dimensión productos en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017?
- ¿Cuál es el nivel de innovación empresarial en su dimensión proceso en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017?
- ¿Cuál es el nivel de innovación empresarial en su dimensión de comercialización en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017?
- ¿Cuál es el nivel de innovación empresarial en su dimensión de organización en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017?

1.2. Trabajos previos

Carrasco (2016) en su tesis:

Propuesta de un modelo de gestión de la innovación basado en la gestión por procesos para que una asociación de Mypes del sector calzado de Lima pueda cumplir pedidos mayores a la capacidad individual, presentada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima. Perú. La muestra lo constituye 51 Mypes formales manufactureras del sector calzado ubicadas en la provincia de Lima Metropolitana. El instrumento aplicado para medir la variable fue un cuestionario. Se concluyó de la siguiente manera, en el indicador ha podido atender esos pedidos grandes individualmente como empresa el 57% refiere que ha recibido, el 29% si ha podido atenderlos y el 14% no ha podido atenderlos, en el indicador cumple con la elaboración de todos sus pedidos a tiempo el 59% señaló que si y el 41% que suele presentar algunos retrasos, en el indicador interés en conseguir información sobre nuevas tecnologías el 22% respondió que no busca información y tampoco está interesado, seguido del 19% que busca información en los proveedores, en el indicador presencia de indicador para manejar la logística el 75% respondió que sí existe y el 25% que no, en el indicador presencia de documentación de procedimientos relacionados a producción el 67% respondió que no y el 33% que sí (p.49).

Lambert (2016) en su tesis:

Cultura intraemprendedora y la innovación de los micro y pequeños empresarios del calzado. Trujillo. Año 2016. El objetivo fue determinar la relación de la cultura intraemprendedora en la innovación de los micro y pequeños empresarios del calzado. La muestra estuvo compuesta por 50 colaboradores de las 10 Mypes. Para la recolección de datos se aplicó un cuestionario diseñado y elaborado por el autor de la investigación. En conclusión, se aprecia que la predominancia de las frecuencias se ubica en el nivel alto con un

71%, seguido del 18% en el nivel regular y el 11% en el nivel bajo. Asimismo, según un análisis específico y comparativo de personas que participaron en el programa Innóvate Perú y de los que no participaron, en la dimensión innovación de producto se observa que el 95% se ubica en un nivel alto en quienes participaron y un 50% en el nivel alto de quienes no participaron; en la dimensión innovación de proceso el 50% se ubica en el nivel alto en quienes participaron, y un 67% en el nivel bajo de quienes no participaron; en la dimensión innovación mercadotecnia un 60% se ubica en el nivel alto en quienes participaron y un 67% en el nivel regular en quienes no participaron; y en la dimensión innovación organizativa un 90% se ubica en el nivel alto en quienes participaron, y un 67% en el nivel alto en quienes no participaron (p.25).

Urcia (2014) en su tesis:

Cultura de la innovación y su influencia en la competitividad de la industria del calzado del distrito el Porvenir-Trujillo. El objetivo fue medir la capacidad de innovación de productos y procesos de las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) de calzado del distrito El Porvenir-Trujillo, Perú. La muestra estuvo compuesta por 252 Mypes, representadas por los gerentes. Para la medición de la variable se utilizó un cuestionario de 18 ítems basado en el Manual de Oslo. Se concluyó que en el indicador calificación a la red de comercialización que tiene la empresa, el 79% lo califica como muy mala, seguido del 10.7% como mala; en el indicador implementación de cambios beneficiosos en el proceso de producción de calzado, el 37.3% lo califica como mala, el 36.1% que no hubo seguido del 20.2% como regular; en el indicador implementación de cambios beneficiosos en el producto: materia prima, diseño, etc., el 31.3% señala que no hubo, el 26.2% regular, seguido del 23.4% indica como mala; y en el indicador implementación de cambios organizacionales, administrativos, contables, operacionales

ocurridos en la empresa, el 40.1% señala que regular, el 29.8% indica que como bueno seguido del 14.7% como excelente (p.56).

Ortega y Hurtado (2012) en su investigación:

Procesos de innovación aplicados en empresas de la industria del cuero y el calzado, en la ciudad de Bogotá. El objetivo fue identificar como la innovación y el conocimiento impacta de forma positiva en las empresas del sector del cuero y el calzado en Bogotá. La Muestra estuvo compuesta por 5 pequeñas empresas de las cuales suman un total de 73 participantes, el instrumento aplicado fue la matriz del modelo (MMGO). En conclusión los resultados están orientados en función a los niveles altos: en la empresa Calzado Bassari, en proceso de innovación el 11.1% se ubica en el nivel alto, en organización para la innovación el 12.50% se ubica en un nivel alto, en medición de la innovación el 20.83% se ubica en un nivel alto; en la empresa de calzado Lisantiny, en proceso de innovación el 13.89% se ubica en el nivel alto, en organización para la innovación el 16.87% se ubica en el nivel alto, en medición de la innovación el 33.33% se ubica en el nivel alto; en calzado Fordiva, en proceso de innovación el 11.11% se ubica en el nivel alto, en organización para la innovación el 12.50% se ubica en el nivel alto, y en medición de la innovación el 25% se ubica en el nivel alto (p.31).

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Innovación

Según Miller y Morris (1999, citado en Ortiz y Pedroza, 2006) “la innovación es el proceso de transformación e invención en algo que es comercialmente útil y valioso” (pp.64-82).

Así, la innovación sería un medio para lograr la efectividad consistente de las organizaciones a sus diversos grupos de interés y ser competitivo en el mercado.

Según Varela (2001) aclara que “la innovación consiste en lograr que el producto o servicio desarrollado llegue realmente al mercado y se han adquirido por el cliente” (p.38).

Es decir, que el empresario debe optar por la innovación y no a la invención para llegar ser exitoso y competitivo en el negocio.

De acuerdo a la OCDE (2005, p.56) indica que “es la introducción de un nuevo o mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa o las relaciones exteriores”.

Es decir, define a la innovación como un cambio significativo con el propósito de diferenciar los pequeños cambios normales y tradicionales. Así mismo, la innovación consiste en pequeños cambios paulatinos.

Según Drucker (1988) “la innovación es acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza” (p.38).

Así mismo, un cambio existente en la innovación es un una ventaja competitiva y creador de riqueza.

Según Schumpeter (1934; Berry y Taggart, 1994, citado en Ortiz y Pedroza, 2006) “la innovación consiste no solo en nuevos productos y procesos, sino también en nuevas formas de organización, nuevos mercados y nuevas fuentes de materias primas” (pp. 64-82).

Es decir, la innovación es motor de fuerza para el desarrollo económico.

Según Nelson (1974, citados por Pavón e Hidalgo, 1997), define a la innovación “como un cambio que requiere un considerable grado de imaginación; constituye una ruptura relativamente profunda con las formas establecidas de hacer las cosas y con ello crea fundamentalmente nueva capacidad” (p. 23).

Es decir, innovación es el transcurso de cambiar las ideas en resultados creando valor a los bienes y servicios de la empresa.

1.3.2. Dimensiones

Según Jacques (2000) clasifica a la innovación en base a la naturaleza intrínseca de la nueva idea en innovación tecnológica, organizativa y comercial.

Innovación tecnológica, “se basa en las características físicas del producto, ya sea al nivel de fabricación, de una materia prima, de nuevos productos básicos, productos terminados o de sistemas complejos nuevos. Innovación organizativa, se basa en los modos de organización, distribución y comunicación. Innovación comercial, se basa en las actividades que llevan el producto desde el fabricante al consumidor final” (pp. 54-55).

Según Gómez y Calvo (2010, citados por Herrmann, Gassmann y Eisert, 2007) distinguen a la innovación como:

Innovación radical, hacen referencia a productos o servicios totalmente nuevos, que provocan un cambio drástico en el mercado. Innovación incremental, cuando actualiza productos o procesos ya existentes. Está en el día a día de una organización, ya que constituyen pequeños cambios o adaptaciones de éstas hacia el entorno (p. 59).

Según Dussauge, Hart y Ramanantsoa (1992) clasifican a la innovación según la magnitud del cambio en:

Innovación incremental, no se cambia la coyuntura entre conocimientos y elementos del producto, solo se fortalecen o perfeccionan. Innovación radical, tanto la diseño como los elementos son cambiados, se trata de un nuevo producto. Innovación modular,

se cambian radicalmente los componentes modulares de un producto pero su arquitectura permanece sin cambio. Innovación arquitectural, se modifica la forma en que se articulan los componentes y conceptos del producto pero los componentes, es decir se refuerzan o permanecen sin cambios. (p.14-15)

Según la OCDE (2005) explica que existen cuatro dimensiones como en producto, proceso, comercial y organizacional.

1.3.2.1. La innovación del producto. “Es la introducción de un bien o servicio nuevo o con una mejora significativa de sus características. Incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y materiales” (p.58).

1.3.2.2. La innovación de proceso. “Es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Implementación de mejoras en las actividades de producción, con el fin de reducir costes, mejorar la calidad y productividad” (p.59).

1.3.2.3. La innovación de comercialización. “Es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos en el diseño o envasado de un producto, su posicionamiento” (p.60).

1.3.2.4. La innovación de organización. “Es la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa” (p.62).

Es decir la innovación del producto es la adquisición o asimilación de nuevas tecnologías para mejorar o producir productos en la empresa u organización. La innovación del proceso es optimizar la efectividad y la eficiencia empresarial, perfeccionando los controles y reforzando los mecanismos internos para responder a las demandas de nuevos y futuros clientes. La innovación de comercialización son aquellas que afectan a elementos de la política de marketing como la distribución, la publicidad o aplicaciones del producto y la innovación de organización suponen cambios en la estructura y organizaciones de los recursos de la empresa.

1.3.3. Medición

Según los lineamientos del Manual de Oslo (2005, p.45), concibe que la variable innovación se medirá a través del cuestionario. Determinándose las variables que intervienen en el proceso de innovación de productos, procesos, comercial y organizativas de una empresa.

El Manual de Oslo (OCDE, 2005, p.143), propone una escala:

Para medir el resultado de la innovación sobre la base de la autoevaluación por parte de directores de la empresa del número de innovaciones desarrolladas en su empresa, ya que permite evaluar la eficacia de los procesos de innovación. La aplicación de esta escala (muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto), de confirmada validez y ampliamente utilizada, es recomendada con el fin de aprovechar la experiencia de estudios anteriores.

Este manual trata de la recogida de datos sobre la innovación en la empresa, especifica que se debe realizar una encuesta muestral (sondeo) por medio de un procedimiento aleatorio con probabilidades de selección conocida. También manifiesta que el cuestionario debe ser simple y breve posible, ya que cuanto más largo sea el cuestionario menor será el índice de respuestas. Utilizando una escala binaria u ordinal, percibiendo si la empresa es innovadora, parcialmente innovadora o no innova.

La medición de la innovación, término acuñado por OECD (2005, citado en Urcia, 2014, p.52) hace referencia que:

El Indicador de Innovación Empresarial (IIE), se realiza multiplicando las respuestas obtenidas en cada variable por su escala valorativa (de 1 a 5) utilizando una escala de Likert y promediando los valores de los componentes de las variables, logrando calificar si existe capacidad innovadora en las MYPES del sector calzado del distrito El Porvenir dentro de tres perfiles: Empresa Innovadora, habitualmente es líder en su sector y se encuentran bien posicionadas en su sector. Parcialmente innovadora, estima estar menos bien posicionada que las anteriores y poseen una actitud de

espera en el que identifican principalmente innovaciones organizacionales. No innovadora, no posee experiencia previa en materia de innovación, ni considera en un futuro próximo adoptar procesos de innovación.

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de innovación empresarial en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, año 2017?

1.5. Justificación del estudio

Siguiendo los criterios establecidos por Hernández, Fernández y Baptista (2010, pp.39-40), la presente investigación se justifica por lo siguiente:

- a) Conveniencia.** La presente investigación está realizada con la finalidad de desarrollar lo aprendido en mi carrera, de tal manera formular soluciones administrativas a las Mypes del sector calzado del distrito de El Porvenir, cuya aplicación mejore la innovación empresarial y por ende ser competitivos en el sector calzado.
- b) Relevancia Social.** La investigación tiene como principal beneficio aportar a las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir. Así mismo, a sus clientes, ya que al innovar sus procesos tanto los clientes como los microempresarios obtendrán más ventas y mayor productividad, respectivamente.
- c) Implicaciones Prácticas.** La necesidad de estudio de este problema sobre la innovación empresarial en las Mypes del sector calzado, es debido a que si no existe innovación en la empresa, esto reducirá el proceso productivo como la competitividad en el mercado.
- d) Unidad Metodológica.** La investigación se basará en identificar el nivel de innovación empresarial en las Mypes del sector calzado, lo cual va a permitir lograr ser competitivas, incrementando la productividad de la mano de obra.

1.6. Hipótesis

La innovación empresarial en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir en el año 2017, es alto.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Determinar el nivel de innovación empresarial en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, año 2017.

1.7.2. Específicos

- O₁ Identificar el nivel de innovación empresarial en su dimensión de productos en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.
- O₂ Identificar el nivel de innovación empresarial en su dimensión de procesos en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.
- O₃ Identificar el nivel de innovación empresarial en su dimensión de comercialización en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.
- O₄ Identificar el nivel de innovación empresarial en su dimensión de organización en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.
- O₅ Elaborar una propuesta para mejorar la innovación empresarial en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

II. MÉTODO

II. Método

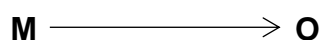
2.1. Diseño de investigación

No experimental. Hernández et al., (2010), definen la investigación no experimental como “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables”. Es decir, se observa los fenómenos para luego ser analizados.

Transversal. Porque se realiza en un tiempo determinado, esta información es recopilada entre los meses de septiembre a diciembre del 2017 a los gerentes de las diversas Mypes, para llevar a cabo el estudio de innovación empresarial en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, año 2017.

Investigación descriptiva. “El cual permite la incidencia, de las modalidades, niveles, características y los perfiles de las personas o grupos en una o más variables en una población que se someta a un análisis” (Hernández et al., 2010). Es decir, describe la situación actual de cómo se encuentran las Mypes del sector calzado en cuanto a la innovación empresarial.

Este diseño puede ser representado de la siguiente forma:



M: Muestra de investigación

O: Variable innovación empresarial

2.2. Operacionalización de variables

Tabla N° 2.1. Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Innovación empresarial	"Es la introducción de un nuevo o mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores". OCDE (2005, p.56).	La presente investigación se midió a través de 4 dimensiones lo cual se formuló un cuestionario basada en el Manual de Oslo para identificar la innovación en las empresas del sector calzado en distrito El Porvenir, año 2017. OCDE (2005, pp.58-63).	Innovación de producto	Diseño	Ordinal
				Materiales e insumos	
				Diversificación	
			Innovación de proceso	Métodos o herramientas	
				Técnicas o mecanismos	
				Maquinaria	
			Innovación de comercialización	Promoción	
				Productividad	
				Red de comercialización	
Innovación de organización	Métodos de trabajo				
	Métodos de gestión				
				Programas de innovación	

Nota: La definición conceptual de la siguiente tabla se ajusta a Manual de Oslo (2005), así mismo que las dimensiones.

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

Compuesta por 26 Mypes formales cuya actividad principal es la producción de calzado, registradas en el Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas (CITECCAL) de Trujillo en el 2017.

2.3.2. Muestra

Fue la misma que la población y estuvo conformada por 26 Mypes.

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

2.4.1. Técnica e instrumento

Se utilizó como técnica de investigación la encuesta a través de un cuestionario, así como también una guía de observación a los microempresarios fabricantes de calzado del distrito El Porvenir que han realizado innovación empresarial.

2.4.2. Validez

Para determinar la validez del instrumento, se sometió a una evaluación, proporcionándoles a reconocidos profesionales con grado académico de maestría, a 3 docentes especialistas de la Escuela de Administración de la Universidad Cesar Vallejo la escala y el instrumento a aplicarse, con la respectiva hoja de evaluación de juicio de expertos. Ellos determinaron la adecuación muestral de los ítems de los instrumentos.

2.4.3. Confiabilidad

Se estableció una muestra piloto a 20 microempresarios, pertenecientes al sector calzado en el distrito El Porvenir aplicándoles una encuesta. Obteniéndose un alfa de Cronbach de .701**, llegando a ser un instrumento de confiabilidad aceptable.

2.5. Métodos de análisis de datos

Se realizó medidas de tendencia central en Microsoft Excel (frecuencia, media, desviación estándar) y se utilizó el programa SPSS para realizar la comparación de los dos instrumentos y la prueba t de las muestras independientes y para la medición de las variables se utilizaron tablas y gráficos estadísticos, finalmente se interpretaran los datos para después llegar a las conclusiones. Las variables se han desdoblado en sus componentes. A cada componente se evalúa cualitativamente (Muy bajo, Bajo, Medio, Alto y Muy alto). Para cuantificar la valoración cualitativa en una equivalencia numérica de 1 a 5 unidades. Para efectos de determinar los niveles de la variable innovación empresarial, fueron establecidos restando la máxima y la mínima puntuación esperada y dividido entre la cantidad de niveles a obtener, es decir, por distribución de rangos iguales.

Para determinar los niveles de las dimensiones:

Máximo	15		
Mínimo	3	Bajo	3 - 7
Rango	12	Medio	7 - 11
Criterio	3	Alto	11 - 15
Intervalo	4		

Para determinar los niveles de la variable innovación empresarial:

Máximo	60		
Mínimo	12	Bajo	12 - 28
Rango	48	Medio	28 - 44
Criterio	3	Alto	44 - 60
Intervalo	16		

2.6. Aspectos éticos

De acuerdo a la ética de la investigación no se usa el trabajo de otros como si fuera propio, todo está citado, las investigaciones relevantes para el trabajo, como los antecedentes descritos, los resultados obtenidos fueron tal y cual se obtuvieron, para poder realizar la comprobación de hipótesis de la investigación.

III. RESULTADOS

III. Resultados

Objetivo 1.

Identificar el nivel de innovación empresarial en su dimensión productos en Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Tabla 3.1.

Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión innovación de productos.

Variable	Nivel	f	%
Innovación de productos	Alto	20	76.9
	Medio	6	23.1
	Bajo	0	0.0
Total		26	100.0

Nota: f=Frecuencia; %=Porcentaje. Encuesta aplicada a microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 3.1., se observa los niveles de las puntuaciones en la dimensión innovación de productos según la encuesta aplicada a los microempresarios del sector calzado, donde el nivel alto predomina con un 76.9%, seguido del nivel medio con un 23.1%. Ello se debe a que los microempresarios tienen un nivel muy alto en el indicador diversificación del producto ya que están en constante cambio y creación de nuevos productos, tienen un nivel alto en el diseño de sus productos y utilizan materiales e insumos innovadores para la producción del calzado.

Tabla 3.2.

Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión innovación de productos.

Variable	Nivel	f	%
Innovación de productos	Alto	16	61.5
	Medio	10	38.5
	Bajo	0	0.0
Total		26	100.0

Nota: f=Frecuencia; %=Porcentaje. Guía de observación aplicada a microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 3.2., se observa los niveles de las puntuaciones en la dimensión innovación de productos según la guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado, donde el nivel alto predomina con un 61.5%, seguido del nivel medio con un 38.5%. Ello se debe a que los microempresarios tienen un nivel muy alto en el indicador materiales e insumos ya que utilizan innovadores productos para la fabricación del calzado, un nivel alto en el indicador diversificación del producto ya que la empresa ha desarrollado una cultura de innovación orientada a desarrollar nuevos productos y tienen un nivel medio en el indicador diseño de sus productos debido a que parte de las necesidades expresadas por el mercado, prestando atención a lo expresado por sus clientes.

Objetivo 2.

Identificar el nivel de innovación empresarial en su dimensión procesos en Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Tabla 3.3.

Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión innovación de procesos.

Variable	Nivel	f	%
Innovación de procesos	Alto	22	84.6
	Medio	4	15.4
	Bajo	0	0.0
Total		26	100.0

Nota: f=Frecuencia; %=Porcentaje. Encuesta aplicada a microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 3.3., se observa los niveles de las puntuaciones en la dimensión innovación de procesos según la encuesta aplicada a los microempresarios del sector calzado, donde el nivel alto predomina con un 84.6%, seguido del nivel medio con un 15.4%. Ello se debe a que los microempresarios tienen un nivel muy alto en el indicador maquinaria ya que adquieren maquinarias de última generación para la mejora de la producción, igual que un nivel muy alto en el indicador técnicas o mecanismos por la implementación de estas y en el indicador métodos o herramientas un nivel alto por la incorporación de un método de logística en la mejora de las tareas de la empresa.

Tabla 3.4.

Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión innovación de procesos.

Variable	Nivel	f	%
Innovación de procesos	Alto	18	69.2
	Medio	8	30.8
	Bajo	0	0.0
Total		26	100.0

Nota: f=Frecuencia; %=Porcentaje. Guía de observación aplicada a microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 3.4., se observa los niveles de las puntuaciones en la dimensión innovación de procesos según la guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado, donde el nivel alto predomina con un 69.2%, seguido del nivel medio con un 30.8%. Ello se debe a que los microempresarios tienen un nivel alto en los indicadores maquinaria y técnicas o mecanismos ya que implementó nuevas maquinarias para la fabricación de sus procesos e incorporan nuevas técnicas para la mejora de la gestión avanzada, así mismo, un nivel alto y muy alto en el indicador métodos y herramientas por la incorporación de estas en la mejora de las tareas de la empresa.

Objetivo 3.

Identificar el nivel de innovación empresarial en su dimensión comercial en Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Tabla 3.5.

Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión innovación de comercialización.

Variable	Nivel	f	%
Innovación de comercialización	Alto	12	46.2
	Medio	14	53.8
	Bajo	0	0.0
Total		26	100.0

Nota: f=Frecuencia; %=Porcentaje. Encuesta aplicada a microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 3.5., se observa los niveles de las puntuaciones en la dimensión innovación de comercialización según la encuesta aplicada a los microempresarios del sector calzado, donde el nivel medio predomina con un 53.8%, seguido del nivel alto con un 46.2%. Ello se debe a que los microempresarios tienen un nivel alto en los indicadores red de comercialización y productividad debido a que cuentan con tiendas en Trujillo y provincias, y mejoró la producción con la implementación de nuevas maquinarias y en el indicador promoción un nivel medio ya que utilizan poco los medios virtuales como redes sociales o páginas web para promocionar su producto.

Tabla 3.6.

Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión innovación de comercialización.

Variable	Nivel	f	%
Innovación de comercialización	Alto	7	26.9
	Medio	19	73.1
	Bajo	0	0.0
Total		26	100.0

Nota: f=Frecuencia; %=Porcentaje. Guía de observación aplicada a microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 3.6., se observa los niveles de las puntuaciones en la dimensión innovación de comercialización según la guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado, donde el nivel medio predomina con un 73.1%, seguido del nivel alto con un 26.9%. Ello se debe a que los microempresarios tienen un nivel alto en el indicador ventas ya que implementó en nuevas tecnologías para mejorar su producción. Así mismo, un nivel medio en el indicador satisfacción del cliente y en el indicador promoción debido a que se capta la voz del cliente para la mejora de sus diseños y utilizan ocasionalmente algún medio virtual para ofrecer sus productos.

Objetivo 4.

Identificar el nivel de innovación empresarial en su dimensión organizacional en Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Tabla 3.7.

Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión innovación de organización.

Variable	Nivel	f	%
Innovación de organización	Alto	0	0.0
	Medio	9	34.6
	Bajo	17	65.4
Total		26	100.0

Nota: f=Frecuencia; %=Porcentaje. Encuesta aplicada a microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 3.7., se observa los niveles de las puntuaciones en la dimensión innovación de organización según la guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado, donde el nivel bajo predomina con un 65.4%, seguido del nivel medio con un 34.6%. Ello se debe a que los microempresarios tienen un nivel medio en el indicador programas de innovación ya que no se sienten apoyados por la institución pública, un nivel bajo en el indicador métodos de trabajo debido a que no existe integración en áreas de trabajo (cada colaborador se centra en lo que tiene que hacer) y en el indicador métodos de gestión existe un nivel bajo ya que existe una deficiencia en la incorporación de métodos de planificación estratégica en la conducción de la empresa.

Tabla 3.8.

Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión innovación de organización.

Variable	Nivel	f	%
Innovación de Organización	Alto	0	0.0
	Medio	10	38.5
	Bajo	16	61.5
Total		26	100.0

Nota: f=Frecuencia; %=Porcentaje. Guía de observación aplicada a microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 3.8., se observa los niveles de las puntuaciones en la dimensión innovación de organización según la guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado, donde el nivel bajo predomina con un 61.5%, seguido del nivel medio con un 38.5%. Ello se debe a que los microempresarios tienen un nivel bajo en el indicador métodos de trabajo ya que no existen ni los procesos, ni los incentivos que puedan apoyar dicha forma de trabajo (recursos limitados), un nivel muy bajo en el indicador programas de innovación ya que no ha recibido ningún tipo de financiamiento público, se perciben de forma negativa en cuanto a las condiciones como a los plazos de resolución y en el indicador métodos de gestión existe un nivel bajo ya no incorpora nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas.

Objetivo General e Hipótesis

Determinar el nivel de Innovación empresarial en Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, año 2017.

Tabla 3.9.

Medidas de frecuencia por niveles de la variable innovación empresarial.

Variable	Nivel	f	%
Innovación Empresarial	Alto	16	61.5
	Medio	10	38.5
	Bajo	0	0.0
Total		26	100.0

Nota: f=Frecuencia; %=Porcentaje. Encuesta aplicada a microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 3.9., se observa la distribución de las puntuaciones según la encuesta aplicada a los microempresarios del sector calzado de la variable innovación empresarial, donde el nivel predominante se ubica en el nivel alto con un 61.5%, seguido del nivel medio con un 38.5%. Ello se debe a que existe un nivel alto en la dimensión innovación de producto y proceso; debido a la diversificación de sus productos y maquinarias adquiridas para la mejora de la producción respectivamente, un nivel medio en la dimensión innovación de comercialización; debido a la promoción y red de comercialización de su producto y un nivel bajo en la dimensión innovación de organización; debido a métodos de trabajo y métodos de gestión. Así mismo, se determinó la comprobación de la hipótesis que la innovación empresarial del sector calzado en el distrito El Porvenir es alto.

Tabla 3.10.

Medidas de frecuencia por niveles de la variable innovación empresarial.

Variable	Nivel	f	%
Innovación Empresarial	Alto	14	53.8
	Medio	12	46.2
	Bajo	0	0.0
Total		26	100.0

Nota: f=Frecuencia; %=Porcentaje. Guía de observación aplicada a microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 3.10., se observa la distribución de las puntuaciones según la guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado de la variable innovación empresarial, donde el nivel predominante se ubica en el nivel alto con un 53.8%, seguido del nivel medio con un 46.2%. Ello se debe a que existe un nivel alto en la dimensión innovación de producto y proceso; debido a materiales e insumos en la producción de sus productos y maquinarias adquiridas para la mejora de la producción respectivamente, un nivel medio en la dimensión innovación de comercialización; debido a las ventas y satisfacción del cliente en el producto y un nivel bajo en la dimensión innovación de organización; debido a métodos de trabajo y programas de innovación. Así mismo, se determinó la comprobación de la hipótesis que la innovación empresarial del sector calzado en el distrito El Porvenir es alto.

IV. DISCUSIÓN

IV. Discusión

El estudio parte de la realidad de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) del sector calzado, donde se observa la inexistencia de maquinaria de última generación para el armado de calzado, baja productividad en la mano de obra, la deficiencia de incorporar métodos de logística y métodos de gestión para la mejora de las tareas en la empresa.

Por tal razón, el propósito del estudio fue determinar el nivel de innovación empresarial en las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir. Se tuvieron limitaciones para la recolección de datos respecto a la gran población de Mypes existentes en el distrito El Porvenir y la poca accesibilidad para aplicar un instrumento a profundidad. Es por ello que se contó con la participación del Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas (CITECCAL), por consiguiente se estudió a 26 empresas que han implementado en algún momento ciertas características de innovación. Sin embargo, después de explicar cómo se realizó la recolección de datos se obtuvieron resultados confiables.

En el primer objetivo específico, los resultados sobre innovación de productos se muestran en las tablas 3.1 y 3.2, según la encuesta aplicada la predominancia de las frecuencias se ubica en el nivel alto con un 76.9%, de modo similar en la guía de observación el porcentaje más frecuente se ubica en el nivel alto con un 61.5%. Lo encontrado se corrobora con los hallazgos de Lambert (2016), quien encontró que el 50% de la muestra evaluada se ubica en un nivel alto en innovación de producto, no obstante difiere de lo concluido por Urcia (2014) quien en su estudio evidencia que en el indicador implementación de cambios beneficiosos en el producto, el más alto porcentaje calificaba como mala (31.3%), seguido del 26.2% que califica como regular. De ello se concluye, a medida que haya “una introducción de un bien o servicio nuevo o con una mejora significativa de sus características”, los empresarios de la muestra estudiada lo califican como adecuado, ello es ratificado por un estudio previo y disímil a otro, lo cual se debe a la variabilidad cultural, o al momento de la aplicación del instrumento.

En el segundo objetivo específico, los resultados sobre innovación de procesos se muestran en las tablas 3.3 y 3.4, según la encuesta aplicada el 84.6% se ubica en el nivel alto, así mismo en la guía de observación el 69.2% se ubica en el nivel alto. Lo medido se revalida con los hallazgos de Carrasco (2016), donde en el indicador presencia de manejo en logística el 75% señala que si existe y solo el 25% que no existe; no obstante, en el estudio de Ortega y Hurtado (2012) según los datos recolectados de tres empresas en la dimensión innovación de procesos, en la primera se evidencia el 11.1% puntúa en el nivel alto, en la segunda el 13.89% en el nivel alto y en la tercera el 11.1% en dicho nivel. De lo cual se concluye, a medida que haya “una introducción de un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción o de distribución”, los empresarios de la muestra estudiada lo califican como adecuado, no obstante, ello difiere con el trabajo previo desarrollado en Colombia, dicha diferencia se debe a diversas variables que pueden influir , como el contexto cultural.

En el tercer objetivo específico, los resultados sobre innovación comercial se muestran en las tablas 3.5 y 3.6, en la encuesta aplicada se evidencia que la predominancia de las puntuaciones se ubica en el nivel medio con un 53.8%, de modo similar en la guía de observación se aprecia que las frecuencias más altas se ubican en el nivel medio con un 73.1%. Lo encontrado se corrobora con los hallazgos de Carrasco (2016), donde en el indicador atención a pedidos grandes individualmente como empresa, el 57% señala que si ha podido atenderlos, de modo similar en el indicador cumple con la elaboración de todos sus pedidos a tiempo, el 59% señaló que sí; además, se ratifica en lo hallado por Lambert (2016) quien en la dimensión innovación de mercadotecnia el 60% se ubica en un nivel alto. De los cual se concluye, a medida que exista “una aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos en el diseño o envasado de un producto”, los empresarios de la muestra estudiada lo califican como medianamente adecuado.

En el cuarto objetivo específico, los resultados sobre innovación de organización se muestran en las tablas 3.7 y 3.8, en la encuesta aplicada la puntuación más alta se ubica en el nivel bajo con un 65.4%, asimismo en la guía de observación la frecuencia más alta se ubica en el nivel bajo con un 61.5%. Lo encontrado se

ratifica con los hallazgos de Urcia (2014), donde se encontró en el indicador implementación de cambios organizacionales, administrativos, contables operacionales ocurridos en la empresa, el mayor porcentaje 40.1% se ubica en un nivel regular; de modo similar Ortega y Hurtado (2012) en la dimensión organización para la innovación, según el análisis de tres empresas evaluadas, en la primera se encontró que solo el 12.50% se ubica en el nivel alto, en la segunda solo el 16.87% se ubica en el nivel alto y la tercera solo el 12.50% se ubica en dicho nivel. De lo cual se concluye, a medida que haya “una introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas y la organización del lugar de trabajo”, los empresarios de la muestra estudiada lo califican como inadecuado.

En objetivo general fue determinar el nivel de innovación empresarial en Mypes del sector calzado, los resultados sobre la variable innovación empresarial se muestran en las tablas 3.9 y 3.10, según la encuesta aplicada se aprecia que la predominancia de las frecuencias se ubica en el nivel alto con un 61.5% y en la guía de observación se aprecia que las frecuencias predominantes se ubica en el nivel alto con un 53.8%. Ello se revalida con lo hallado por Lambert (2016) quien halló que la innovación empresarial en una muestra de microempresarios el 71% poseía un alto nivel de innovación. De ello se concluye, a medida que haya “una introducción de un nuevo o mejorado producto, de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa o las relaciones exteriores”, los empresarios de la muestra estudiada lo califican como adecuado. De modo similar, se comprueba con la hipótesis obteniéndose un nivel alto en la variable innovación empresarial en Mypes del sector calzado.

La investigación tiene como principal beneficio aportar a las empresas, sobre todo a los clientes de las Mypes del sector calzado en el distrito El Porvenir, ya que al innovar sus procesos tanto los clientes y las mismas Mypes obtendrán más ventas y mayor productividad. Así mismo, servirá como antecedente para estudios posteriores.

V. CONCLUSIONES

V. Conclusiones

Al analizar e interpretar los resultados obtenidos y del planteamiento teórico que sustenta esta investigación, se concluye lo siguiente:

- 5.1. El nivel identificado de innovación empresarial en su dimensión de producto fue alto según la encuesta aplicada a los microempresarios del sector calzado de la muestra estudiada. De modo similar, según la guía de observación en un nivel alto. Esto afirma que existe una perspectiva alta de los microempresarios acerca del diseño, materiales e insumos y diversificación del producto. (Tabla 3.1 y 3.2)
- 5.2. Se llegó a identificar un nivel alto en la dimensión de proceso según la encuesta y guía de observación respectivamente, aplicada a los microempresarios del sector calzado. Se confirma que la perspectiva de los microempresarios sobre el método de producción, técnicas o mecanismos y maquinarias innovadoras presenta niveles altos. (Tabla 3.3 y 3.4)
- 5.3. Se identificó un nivel de comercialización medio según encuesta y guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado. Se afirma que existe un nivel medio en cuanto a la promoción, producción y red de comercialización. (Tabla 3.5 y 3.6)
- 5.4. En la dimensión de organización se identificó un nivel bajo según encuesta y guía de observación aplicada a los microempresarios de la muestra estudiada. Es decir, que los microempresarios no utilizan sistemáticamente un método de gestión, organización de trabajo. (Tabla 3.7 y 3.8)
- 5.5. Existe un nivel alto de innovación empresarial según la encuesta aplicada a los microempresarios del sector calzado de la muestra estudiada. Del mismo modo, la guía de observación presenta un nivel alto. Ello se debe a que según el Manual de Oslo para que exista innovación empresarial debe ser introducido en el mercado o utilizado en la mejora de las tareas de la empresa durante la aplicación del instrumento. Por tanto los microempresarios adquirieron maquinarias innovadoras, materiales e insumos, extendieron su red de comercialización y acudieron a programas de capacitación promovidos por el estado.

VI. RECOMENDACIONES

VI. Recomendaciones

A los microempresarios del sector calzado de la muestra estudiada se recomienda lo siguiente:

- 6.1. En la dimensión producto se sugiere elaborar diseños de acuerdo a las necesidades expresadas del mercado, ello deriva de un estudio de mercado y el contacto con el cliente. Así mismo desarrollar productos para segmentos nuevos.
- 6.2. Se sugiere en la dimensión proceso fortalecer los métodos o herramientas para la mejora de las tareas de la empresa, utilizando un método de logística o despacho de insumos para una mejor productividad de la mano de obra.
- 6.3. En función a los hallazgos en la dimensión comercialización se sugiere fortalecer los medios o técnicas de promoción del producto para mejorar la relación con los clientes.
- 6.4. En base a este estudio se sugiere en la dimensión organización elaborar programas de capacitación en métodos de gestión, como control de calidad del producto. Así mismo, implementar estrategias para aumentar el capital intelectual y humano.
- 6.5. Se sugiere capacitar a los microempresarios en innovación empresarial con el propósito de fin de mejorar ausencias y restricciones. Asimismo emplear estrategias o mecanismos para diferentes Mypes del sector.

Al director del Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas (CITECCAL) se recomienda:

- 6.6. Mejorar los programas de capacitación a los microempresarios del sector calzado como charlas, técnicas, cursos, seminarios u otros. Así mismo motivarlos a asistir a estas capacitaciones con la participación de sus colaboradores ya que los servicios tecnológicos del CITEccal – Trujillo aportan significativamente a su productividad y desarrollo. De igual manera incentivar a los microempresarios otorgándoles un certificado por su

participación a los diversos programas realizados y hacerles un seguimiento a los resultados obtenidos de dichas capacitaciones.

A futuros investigadores se recomienda:

- 6.7. Efectuar un estudio explicativo de la variable innovación empresarial y otras variables como competitividad, productividad, etc., con el propósito de establecer manifestaciones habituales o disímiles que expliquen cómo influye la innovación empresarial en estas variables propuestas, aplicando estrategias o programas de capacitación para enmendar deficiencias y limitaciones.

VII.PROPUESTA

VII. Propuesta

I. Introducción

La presente propuesta de mejora, aborda los métodos de gestión en el que debe de mejorar las Mypes, el cual se pretende elaborar programas de capacitación en el concurso de control de calidad del producto que sean de manejo práctico para el aumento de la competitividad. Es decir, las Mypes al ofrecer un producto de calidad, satisfacen las necesidades del cliente como también del consumidor. Así mismo, generan rentabilidad en las ventas y reconocimiento de la marca. Para ello el Estado promueve un concurso nacional, a través del Ministerio de Producción.

II. Justificación

Es importante la elaboración y aplicación de esta propuesta porque se ha detectado una deficiencia en la dimensión organizacional en las microempresas de la muestra estudiada, por lo que se debe centrar y definir mecanismos que les permitan, tanto a los gerentes y clientes lograr ser más competitivos en el mercado.

III. Objetivos

General

Determinar las actividades o procesos para la obtención de certificaciones en sistemas de gestión, mejorando la productividad de la empresa.

Específico

- Conocer las bases del proyecto y las etapas de este.
- Capacitar a los encargados de las Mypes en procesos de gestión y producción.

¿Quiénes participan?

Pueden participar MIPYME como también entidades productoras de bienes y servicios, los cuales deben tener más de un año de funcionamiento, no tener deudas en la SUNAT. Así mismo, no tener deudas con entidades financieras.

IV. Plan de acción

El programa de capacitación para el concurso de la mejora de la calidad consta de 3 pasos el cual se presenta, se evalúa y se entregan resultados del proyecto. Para dicho proyecto las bases se encuentran en la web de innóvate Perú.

1. Bases del proyecto

Presentación

Se realizará mediante la plataforma del programa innóvate Perú, ya que no se presenta el proyecto físicamente.

Evaluación

Este proyecto constará mediante 2 etapas. La primera se denomina implementación; donde se realiza el diagnóstico y la preparación del proyecto y la segunda es la verificación; donde se realizara una auditoria para la obtención del certificado. Ello será evaluado por un especialista, los criterios a calificar son: impacto y relevancia, viabilidad, costo beneficio y los factores complementarios en el proyecto.

“Cada criterio tiene una puntuación de 0 a 100 puntos y se requiere un puntaje final de 70 puntos para ser aprobado. El puntaje final resulta del promedio ponderado del puntaje por criterio por el peso específico asignado a cada uno de ellos. Los resultados de la evaluación serán aprobados por el Consejo Directivo de FIDECOM” y éstos se publicarán en la página web: www.innovateperu.gob.pe.

Resultados

Los microempresarios verán los resultados en la página del programa, los resultados son inimpugnables y no son impugnados en ninguna etapa del proceso del concurso.

Duración del proyecto

El proyecto tendrá un término de 18 meses. Los recursos monetarios no son reembolsables (RNR) y un proyecto ha sido finalizado con la obtención de la certificación.

Financiamiento

El financiamiento tiene las siguientes condiciones:

Financiamiento	INNÓVATE PERÚ – FIDECOM		Cofinanciamiento	
	Monto	%	% mínimo de aporte Monetario	% máximo de aporte No Monetario
1ª etapa	S/. 35, 000	50%	13%	37%
2ª etapa	S/. 10, 000	50%	50%	--

2. Capacitaciones o consultorías

Se realizará consultorías a los microempresarios para el diagnóstico de brechas y de preparación para el certificado de control de calidad.

Se contará con servicio de terceros: auditoria externa y certificación. Mantenimiento de equipos, análisis, ensayos de laboratorio y otros directamente asociados al proyecto.

Recursos materiales: materiales bibliográficos, actividades de difusión y otros.

CRITERIOS Y ASPECTOS A EVALUAR	Ponderación
I. IMPACTO Y RELEVANCIA	35%
Impacto potencial Impactos económicos a partir del mercado al que se busca acceder o de la productividad que va a generar esta certificación.	
II. VIABILIDAD	25%
Viabilidad y calidad técnica de la propuesta Consistencia y coherencia entre el objetivo, propuesta de actividades, presupuesto y resultados. Pertinencia de los gastos indicados en el diagnóstico de brechas, para cumplir con los objetivos del proyecto.	
Viabilidad comercial. Justificación del impacto de la certificación para la apertura de nuevos mercados o mantener mercados existentes.	
Capacidades de las entidades solicitantes. Condiciones de las empresas (individuales o participantes) para obtener el certificado expresada en ventas, número de trabajadores, giro de negocio. Condiciones de la entidad coordinadora para gestionar el proyecto, cuando corresponda. Compromiso de la máxima autoridad de las empresas para obtener el certificado.	
III. COSTO BENEFICIO	25%
Relación entre beneficios y costos de la inversión. Relevancia del cofinanciamiento de las Entidades Solicitantes.	
IV. FACTORES COMPLEMENTARIOS	15%
Ubicación de las Entidades Solicitantes y grado de descentralización.	
FINAL	100%

VIII. REFERENCIAS

Referencias

- Berry, M. & Taggart, J. (1994). *Managing Technology and Innovation*. A review. "R & D Management". Vol. 24, N° 4, pp. 341-353
- Carrasco, J. (2016). *Propuesta de un modelo de gestión de la innovación basado en la gestión por procesos para que una asociación de mypes del sector calzados de Lima pueda cumplir pedidos mayores a la capacidad individual, al año 2016*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Dussauge, P., Hart, S. & Ramantsoa, B. (1992). *Estrategic Technology Management*. Chichester, England: J. Wiley.
- Drucker, P., (1988). *Management: tareas, responsabilidades y prácticas*. New York.: Harper & Row.
- El Peruano. Ley de promoción y formalización de las micro y pequeña empresa. DL. 28015.
- Gómez, A, Calvo, J. (2010). *La Innovación: Factor clave del éxito empresarial*. Madrid. Ra-Ma Editorial.
- Herrmann, A., Gassmann, O., Eisert, U. (2007). *An empirical study of the antecedents for radical product innovations and capabilities for transformation*. A review "Journal of Engineering and Technology Management". Vol. 24.
- INEI y PRODUCE (2015). Encuesta nacional de innovación en la industria manufacturera 2015, Perú.
- Jacques, L. (2000). *Marketing estratégico*. 3ra edición. España: Mc Graw – Hill.
- Lambert, A. (2016). *Cultura intraemprendedora y la innovación de los micro y pequeños empresarios del calzado*. Trujillo. Año 2016. (Tesis de Licenciatura) Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.
- Miller, W., & Morris, L. (1999). *La gestión del conocimiento, la tecnología y la innovación*. I + D 4ª Generación. EE.UU. John Wiley & Sons, Inc.

- Nelson, R. (1974). *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. Madrid: Aguilar.
- OCDE (2005). *Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Tercera Edición. Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos oficina de estadísticas de la comunidades europeas. Madrid: Grupo Tragsa. Recuperado de <http://www.repositorio.autonoma.edu.co>
- Ortega, N. y Hurtado, C. (2012). *Procesos de innovación aplicados en empresas de la industria del cuero y el calzado, en la ciudad de Bogotá*. Universidad EAN, Bogotá, Colombia.
- Ortiz, S., & Pedroza, Á. (2006). *Qué es la gestión de la innovación y la tecnología*. Revista "Journal of technology , management & innovation". Vol. 1, N° 2, pp. 64-81. Recuperado de <http://www.jotmi.org>
- Pavón, J., & Hidalgo, A. (1997). *Gestión e Innovación. Un enfoque estratégico*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge. Harvard University Press.
- Urcia, M. (2014). *Cultura de la innovación y su influencia en la competitividad en la industria del calzado del distrito el Porvenir, Trujillo*. (Tesis Doctoral) Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Varela V, R., (2001). *Innovación empresarial, arte y ciencia en la creación*. Bogotá D.C. 2º edición. Recuperado de <http://www.eap.ucr.ac.cr>

ANEXOS

Tabla 13

Prueba de Normalidad de Shapiro-Wilk del instrumento utilizado para medir innovación empresarial en las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Dimensión/Escala	Muestra Total		
	Z	DE	Sig.
Innovación de Producto	.924	52	.003
Innovación de Procesos	.907	52	.001
Innovación de comercialización	.933	52	.006
Innovación de Organización	.831	52	.000
Innovación Empresarial	.976	52	.379

En la tabla 13, se observa distribución en las dimensiones innovación de producto, innovación de procesos, innovación de comercialización y en innovación de organización ($p < .05$), en tanto, en el instrumento total se observa simetría en la distribución de los datos ($p > .05$).

Tabla 14

Estadísticos de contraste mediante la prueba U de Mann – Whitney según las dimensiones de los instrumentos de recolección de datos (encuesta y guía de observación) de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Factores	Encuesta (n=26)		Guía de Observación (n=26)		Mann – Whitney U	Z	Sig.
	RP	SR	RP	SR			
Innovación de Producto	26.38	686.00	26.62	692.00	335.000	-.056	.955
Innovación de Procesos	27.77	722.00	25.23	656.00	305.000	-.620	.535
Innovación de comercialización	34.29	891.50	18.71	486.50	135.500	-3.770	.000
Innovación de Organización	24.77	644.00	28.23	734.00	293.000	-.897	.370

En la tabla 14, Se aprecia los estadísticos de contraste de las dimensiones de innovación empresarial, de las cuales donde no existe evidencia de diferencias significativas en las puntuaciones de innovación de producto, innovación de procesos e innovación de organización ($p > .05$), a excepción de la dimensión innovación de comercialización donde si se observa diferencias significativas en las respuestas según la encuesta y la guía de observación ($p < .05$).

Tabla 15

Estadísticos mediante la prueba T de Student según los instrumentos de recolección de datos (encuesta y guía de observación) de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Escalas	Encuesta (n=26)		Guía de Observación (n=26)		Levene		t de Student		
	Media	D. E.	Media	D. E.	F	Sig.	t	g. l.	P
Innovación Empresarial	44.54	3.547	44.00	3.960	.969	.330	1.476	50	.146

En la Tabla 15, se aprecia los estadísticos de contraste según los dos instrumentos usados para medir innovación empresarial, donde se aprecia que no existe diferencias significativas en las puntuaciones de los instrumentos ($p > .05$).

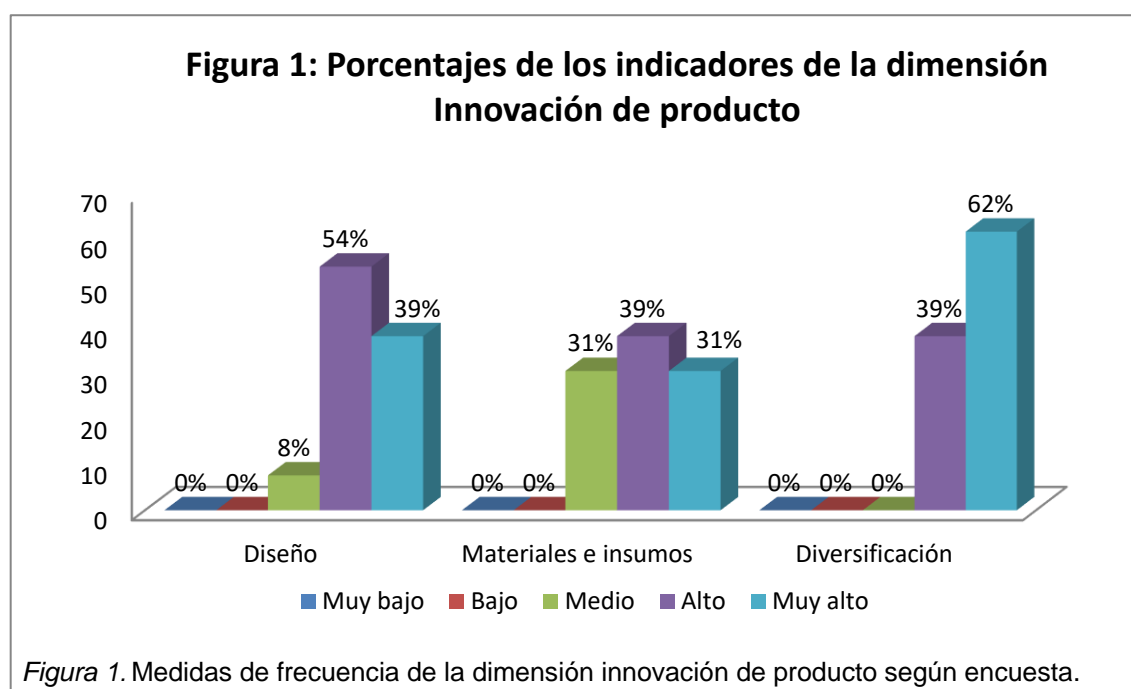
Tabla N° 17

Frecuencia de respuestas por indicadores de la dimensión productos de la innovación empresarial según la encuesta de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Innovación de Producto	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Diseño	0	0	0	0	2	8	14	54	10	39	100
Materiales e insumos	0	0	0	0	8	31	10	39	8	31	100
Diversificación	0	0	0	0	0	0	10	39	16	62	100

Nota: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 17, se observa la predominancia de las puntuaciones en la dimensión innovación de producto por indicadores respecto a la encuesta, donde los microempresarios del sector calzado tienen un nivel alto en el diseño de sus productos, materiales e insumos con un 54% y 39% respectivamente y el indicador diversificación predomina un nivel muy alto de 62%.



Nótese la predominancia de un nivel alto en el indicador diversificación del producto con un 62%, así mismo un nivel alto en el indicador diseño, materiales e insumos con un 54% y 39% respectivamente.

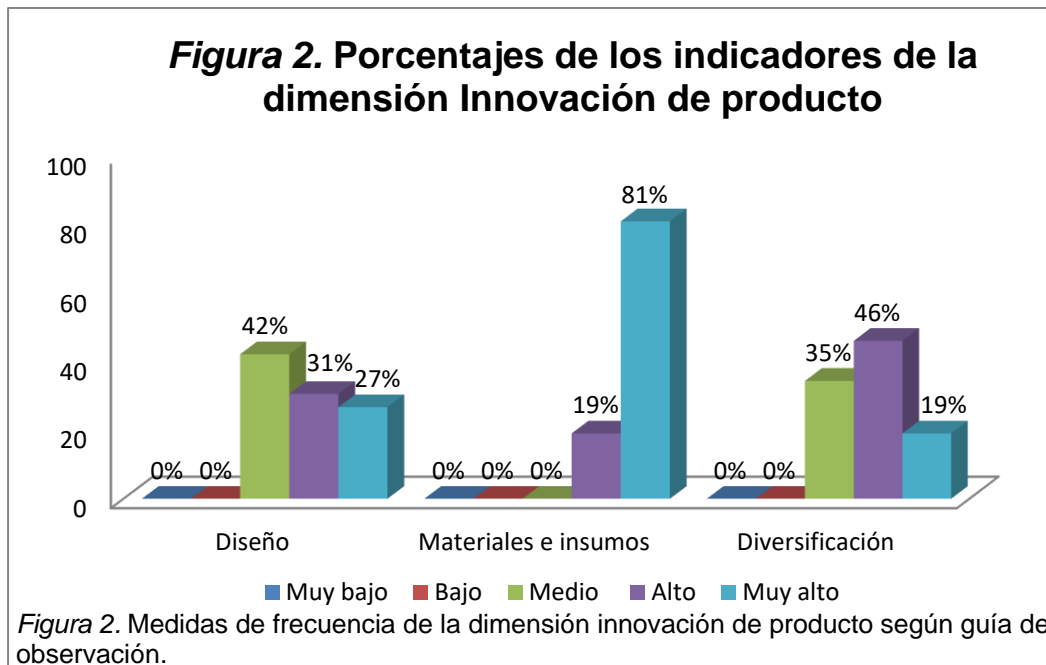
Tabla N° 18

Frecuencia de respuestas por indicadores de la dimensión productos de la innovación empresarial según la guía de observación de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Innovación de Producto	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Diseño	0	0	0	0	11	42	8	31	7	27	100
Materiales e insumos	0	0	0	0	0	0	5	19	21	81	100
Diversificación	0	0	0	0	9	35	12	46	5	19	100

Nota: Guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 18, se observa la predominancia de las puntuaciones en la dimensión innovación de producto por indicadores respecto a la guía de observación, donde en el indicador diseño predomina un nivel medio con un 42%, en los indicadores materiales e insumos predomina el nivel muy alto con un 81% y en el indicador diversificación predomina un nivel alto con un 46%.



Nótese la predominancia de un nivel muy alto en el indicador material e insumos con un 81%, así mismo un nivel alto en el indicador diversificación con un 46% y en el indicador diseño un nivel medio con un 42%.

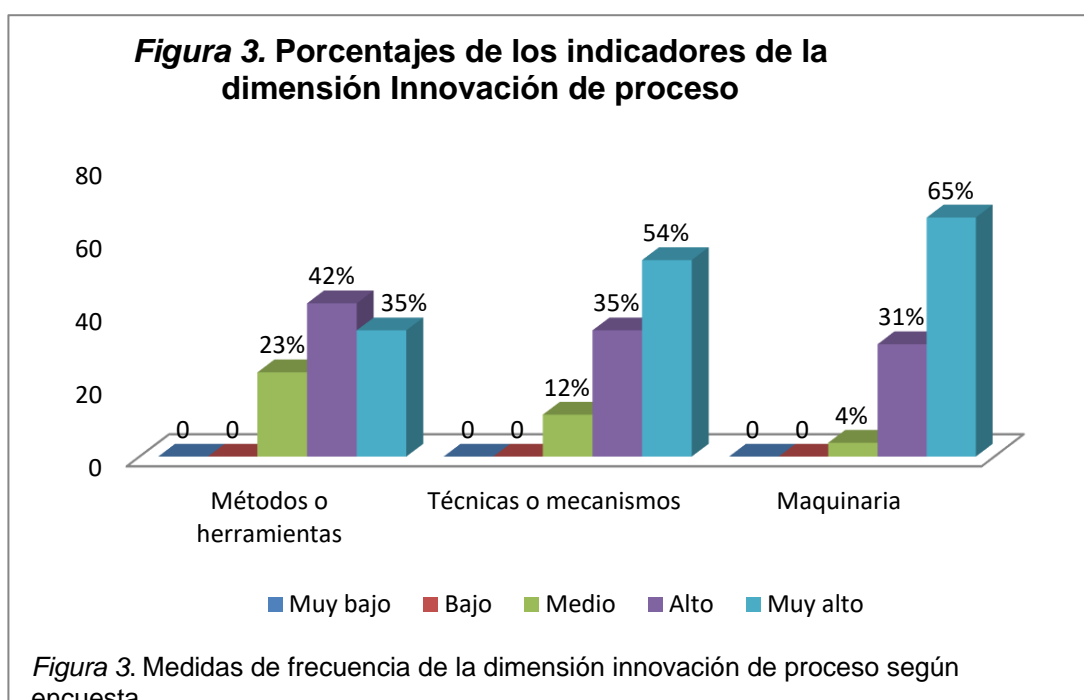
Tabla N° 19.

Frecuencia de respuestas por indicadores de la dimensión innovación de procesos de la innovación empresarial según la encuesta de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Innovación de Procesos	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Métodos o herramientas	0	0	0	0	6	23	11	42	9	35	100
Técnicas o mecanismos	0	0	0	0	3	12	9	35	14	54	100
Maquinaria	0	0	0	0	1	4	8	31	17	65	100

Nota: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 19, se observa la predominancia de las puntuaciones en la dimensión innovación de procesos por indicadores respecto a la encuesta, donde en el indicador métodos o herramientas predomina un nivel Alto 42%, en técnicas o mecanismos y en maquinaria predomina un nivel Muy alto con un 54% y 65% respectivamente.



Nótese la predominancia de un nivel Muy alto en el indicador maquinaria y técnicas o mecanismos con un 65% y 54% respectivamente y en el indicador métodos y herramientas predomina un nivel Alto con un 42%.

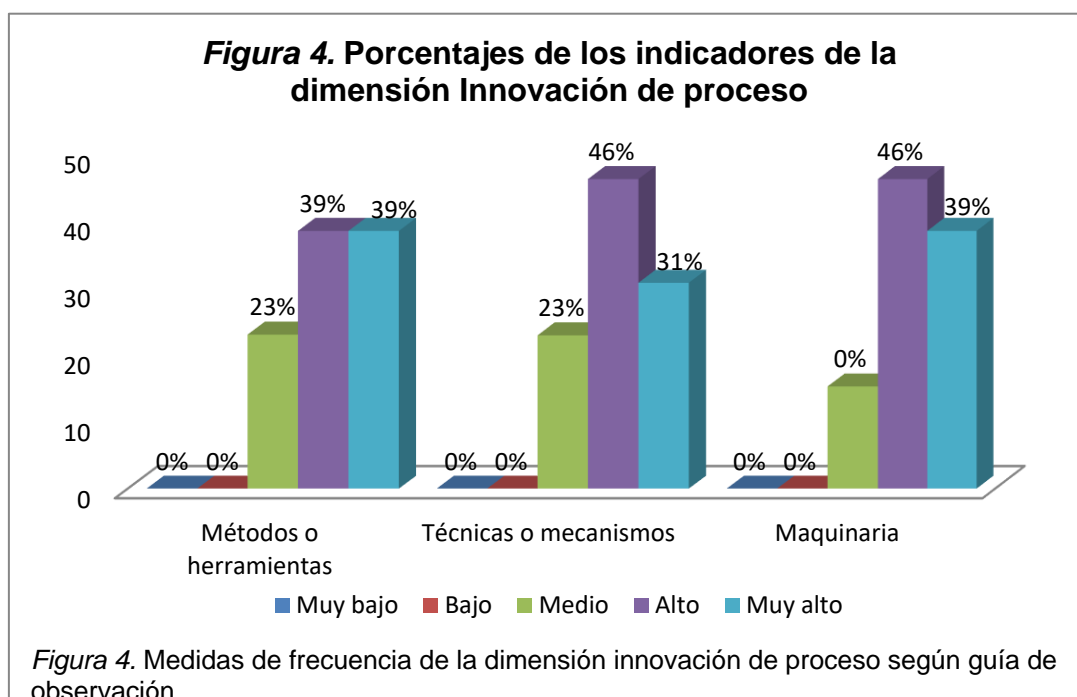
Tabla N° 20.

Frecuencia de respuestas por indicadores de la dimensión innovación de procesos de la innovación empresarial según la guía de observación de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Innovación de Procesos	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto		Total %
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Métodos o herramientas	0	0	0	0	6	23	10	39	10	39	100
Técnicas o mecanismos	0	0	0	0	6	23	12	46	8	31	100
Maquinaria	0	0	0	0	4	15	12	46	10	39	100

Nota: Guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 20, se observa la predominancia de las puntuaciones en la dimensión innovación de procesos por indicadores respecto a la guía de observación, donde en el indicador métodos o herramientas predomina un nivel alto y muy alto con un 39%, en técnicas o mecanismos y en maquinaria predomina un nivel alto con un 46% respectivamente.



Nótese la predominancia de un nivel alto en los indicadores maquinaria y técnicas o mecanismos con un 46%, en el indicador métodos o herramientas predomina un nivel alto y muy alto con un 39% respectivamente.

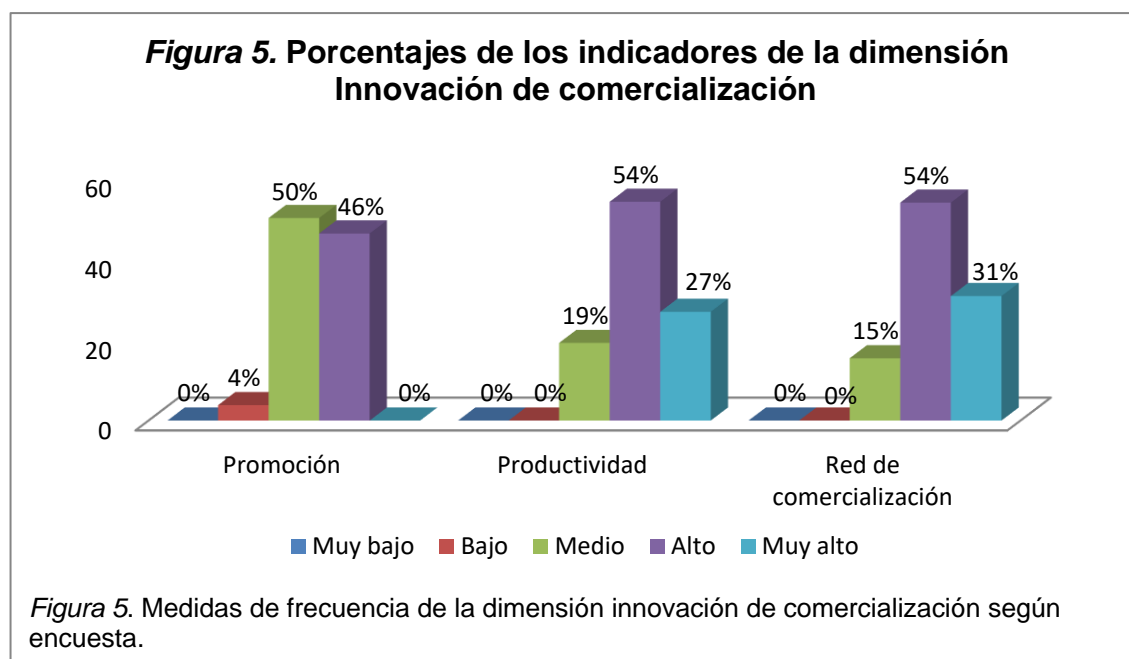
Tabla N° 21.

Frecuencia de respuestas por indicadores de la dimensión Innovación de Comercialización de la innovación empresarial según la encuesta de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Innovación de Comercialización	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Promoción	0	0	1	4	13	50	12	46	0	0	100
Productividad	0	0	0	0	5	19	14	54	7	27	100
Red de comercialización	0	0	0	0	4	15	14	54	8	31	100

Nota: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 21, se observa la predominancia de las puntuaciones en la dimensión Innovación de comercialización por indicadores respecto a la encuesta, donde en el indicador promoción predomina un nivel Medio con un 50%, en el indicador productividad y red de comercialización predomina un nivel Alto con un 54% respectivamente.



Nótese la predominancia de un nivel alto en los indicadores productividad y red de comercialización con un 54% y en el indicador promoción predomina un nivel medio con un 50%.

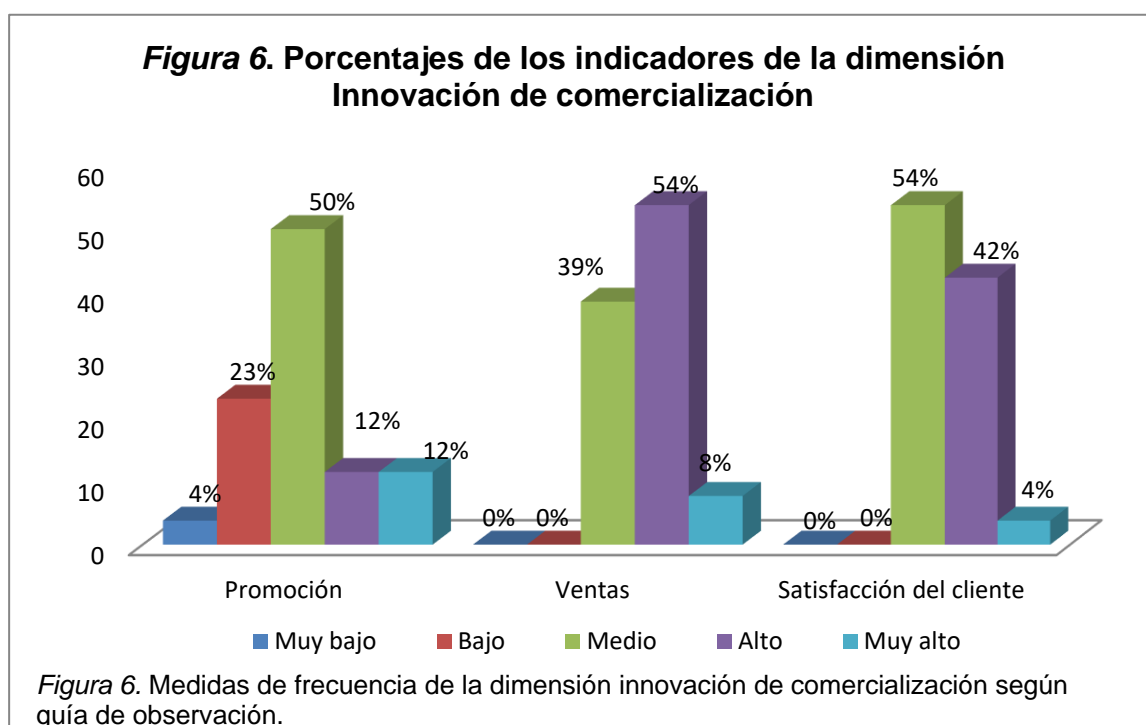
Tabla N° 22.

Frecuencia de respuestas por indicadores de la dimensión innovación de comercialización de la innovación empresarial según la guía de observación de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Innovación de Comercialización	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Promoción	1	4	6	23	13	50	3	12	3	12	100
Ventas	0	0	0	0	10	39	14	54	2	8	100
Satisfacción del cliente	0	0	0	0	14	54	11	42	1	4	100

Nota: Guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 22, se observa la predominancia de las puntuaciones en la dimensión Innovación de comercialización por indicadores respecto a la guía de observación, donde en el indicador promoción predomina un nivel medio con un 50%, en el indicador ventas predomina un nivel alto con un 54% y en el indicador satisfacción del cliente predomina un nivel medio con un 54%.



Nótese la predominancia de un nivel alto en el indicador ventas con un 54%, en el indicador satisfacción del cliente predomina un nivel medio con un 54% y en el indicador promoción predomina un nivel medio con un 50%.

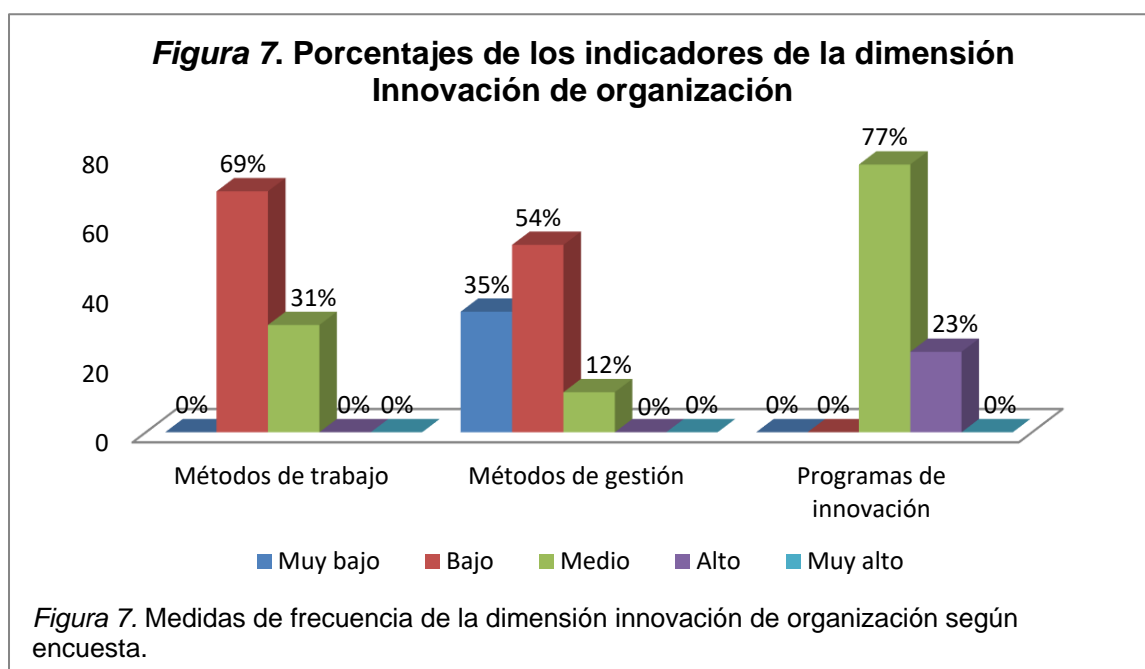
Tabla N° 23.

Frecuencia de respuestas por indicadores de la dimensión Innovación de Organización de la innovación empresarial según la encuesta de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Innovación de Organización	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Métodos de trabajo	0	0	18	69	8	31	0	0	0	0	100
Métodos de gestión	9	35	14	54	3	12	0	0	0	0	100
Programas de innovación	0	0	0	0	20	77	6	23	0	0	100

Nota: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 23, se observa la predominancia de las puntuaciones en la dimensión Innovación de organización por indicadores respecto a la encuesta, donde en el indicador métodos de trabajo y métodos de gestión predomina un nivel bajo con un 69% y 54% respectivamente y en el indicador programas de innovación predomina un nivel medio con un 77%.



Nótese la predominancia de un nivel medio en el indicador programas de innovación con un 77%, en el indicador métodos de trabajo y en métodos de gestión predomina un nivel bajo con un 69% y 54% respectivamente.

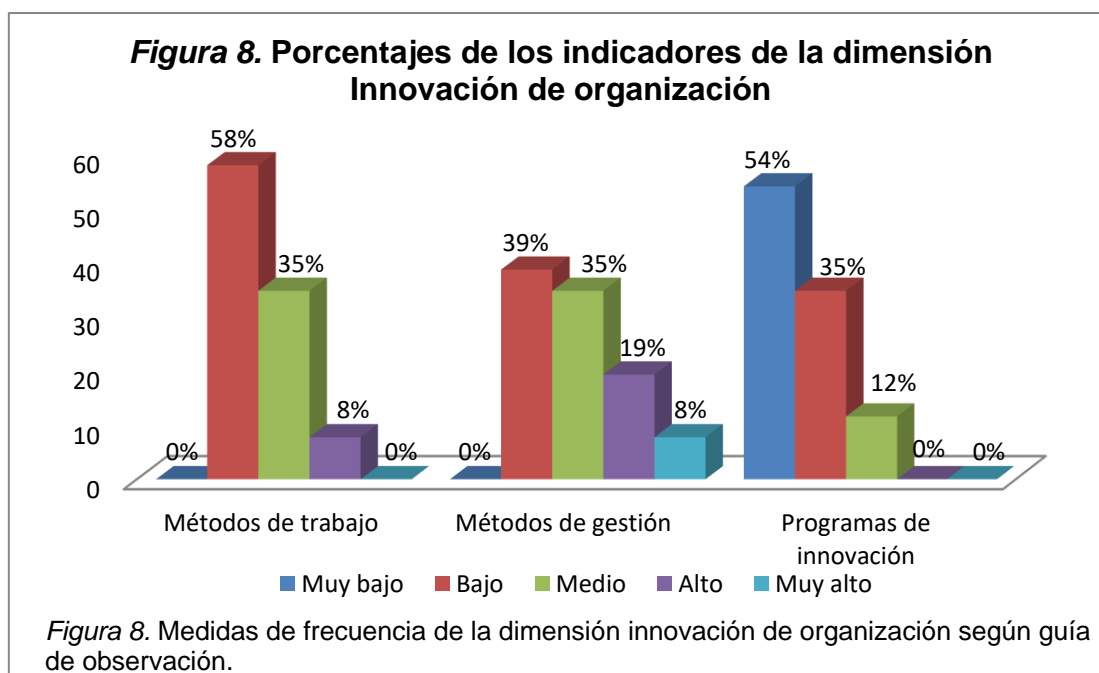
Tabla N° 24.

Frecuencia de respuestas por indicadores de la dimensión innovación de Organización de la innovación empresarial según la guía de observación de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, 2017.

Innovación de Organización	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto		Total
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	
Métodos de trabajo	0	0	15	58	9	35	2	8	0	0	100
Métodos de gestión	0	0	10	39	9	35	5	19	2	8	100
Programas de innovación	14	54	9	35	3	12	0	0	0	0	100

Nota: Guía de observación aplicada a los microempresarios del sector calzado en el distrito El Porvenir 2017.

En la tabla 24, se observa la predominancia de las puntuaciones en la dimensión Innovación de organización por indicadores respecto a la guía de observación, donde en los indicadores métodos de trabajo y métodos de gestión predomina un nivel bajo con un 58% y 39% respectivamente y en el indicador en programas de innovación predomina un nivel muy bajo con un 54%.



Nótese la predominancia de un nivel bajo en el indicador métodos de trabajo con un 58%, el indicador programas de innovación un nivel muy bajo con un 54% y en el indicador métodos de gestión predomina un nivel bajo con un 39%.

Cuestionario

OBJETIVO: Determinar el nivel de Innovación empresarial en las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir.

INSTRUCCIONES: A continuación se presentan varias preguntas relacionadas a la variable innovación empresarial. Al respecto se le solicita a usted, se sirva responder de forma veraz, en vista que será de mucha importancia para la investigación que se viene llevando a cabo. Calificándose de 1 al 5 siendo 1 muy bajo y 5 muy alto.

Innovación de producto

1. ¿Cómo califica la innovación de su empresa en el diseño de sus productos?

Muy bajo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

2. ¿Cómo califica la adquisición de materiales e insumos innovadores para la producción del calzado?

Muy bajo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

3. ¿Cómo califica el constante cambio y creación de nuevos productos? (diversificación)

Muy bajo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

Innovación de proceso

4. ¿Cómo califica la incorporación de un método de logística, producción, despacho de insumos, etc.?

Muy bajo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

5. ¿De acuerdo a los cambios innovadores cómo califica la implementación de nuevas técnicas o mecanismos para la mejora de las tareas de la empresa?

Muy bajo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

6. ¿Cómo califica la adquisición de maquinaria innovadora para la mejora de la producción?

Muy bajo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

Innovación de comercialización

7. ¿Cómo califica la incorporación de nuevos medios virtuales o técnicas de promoción del producto (marketing)? (pág. web, redes sociales, etc.)

Muy bajo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

8. ¿En comparación de hace dos años como califica la mejora de la producción con la implementación de nuevas tecnologías?

Muy bajo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

9. ¿Cómo califica a la red de comercialización que tiene la empresa? (tiendas, sucursales, etc.)

Muy bajo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

Innovación de organización

10. ¿Cómo califica la incorporación de nuevos métodos de organizar el trabajo? (trabajo en equipo, integración en áreas, etc.)

Muy malo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

11. ¿Cómo califica la incorporación de métodos de gestión en la conducción de su empresa? (planificación estratégica, aseguramiento de la calidad, etc.)

Muy malo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

12. ¿Cómo califica los programas de innovación promovidos por el estado? (Fondo Innóvate, etc.)

Muy malo	1	Alto	4
Bajo	2	Muy alto	5
Medio	3		

¡Gracias por su participación!

Guía de observación

El cuestionario tiene como propósito facilitar la reflexión de la empresa sobre sus competencias de innovación. La guía de observación aporta información sobre el estado actual de la empresa en este ámbito y hace posible la detección de debilidades que sirvan de base para marcar una orientación estratégica a la innovación. Para contestar el cuestionario se debe señalar una opción por cada ítem, calificándose del 1 al 5, el que más se aproxime a la realidad de la empresa.

Innovación de producto

1. ¿Tiene programas de desarrollo continuo para sacar nuevos productos?

- a) La empresa no cuenta con un programa de desarrollo.
- b) La empresa cuenta con solo un programa de desarrollo continuo para realizar nuevos productos.
- c) La empresa cuenta con 2 programas de desarrollo. El seguimiento no es periódico ni sistemático.
- d) La empresa ha desarrollado una cultura de innovación orientada a desarrollar nuevos productos de manera continua.
- e) La empresa emplea más de 3 programas de desarrollo continuo para la fabricación de nuevos productos.

2. ¿Cómo se desarrollan nuevos productos?

- a) El desarrollo de nuevos productos se inicia sin especificar características, requerimientos y condiciones, simplemente se desarrolla sin un estudio previo.
- b) No se cuenta con la información de las necesidades de los clientes ni de las posibilidades de ese desarrollo en el mercado.
- c) El desarrollo parte de las necesidades expresadas por el mercado, pero prestando especial atención a lo expresado por sus clientes.
- d) Se parte de una lista de necesidades y de requisitos. Se asigna un equipo para el desarrollo del producto.
- e) El desarrollo del producto se deriva de una investigación de mercado y del contacto con el cliente.

3. ¿Adquisición de nuevos insumos?

- a) No se utilizan insumos innovadores para la fabricación del producto.
- b) La empresa no cuenta con insumos de buena calidad para la fabricación del producto.
- c) La empresa cuenta con insumos de temporadas pasadas para la fabricación del producto.
- d) La empresa cuenta con uno u otros insumos innovadores para la fabricación del producto.
- e) La empresa esta abastecida de insumos innovadores y de buena calidad para fabricación del producto.

Innovación de proceso

4. ¿La empresa incorpora herramientas para la mejora y la gestión avanzada?

- a) No se utilizan y no se tiene planeado implantar herramientas para la generación de innovaciones de proceso.
- b) Se tiene planeado implantar herramientas para la mejora en los procesos.
- c) Se ha utilizado ocasionalmente alguna herramienta para redefinir procesos.
- d) La empresa incorpora con frecuencia herramientas para la mejora y la gestión avanzada y no se hace de forma sistemática.
- e) La empresa incorpora herramientas de forma sistemática y cuenta con especialistas y personas externas.

5. ¿Aumentó la capacidad de producción con la implementación de nuevas maquinarias?

- a) No aumentó la producción ya que no se implementó en nuevas maquinarias.
- b) Se tiene planeado adquirir maquinarias de última generación para la mejora de la producción.

- c) La empresa cuenta con maquinaria de baja tecnología y no mejora la producción.
- d) La empresa implementó nuevas maquinarias para la fabricación de sus procesos pero no aumento su capacidad de producción.
- e) La empresa ha adquirido maquinarias nuevas de alta tecnología, lo cual aumentó su capacidad de producción.

6. ¿La empresa incorpora método de logística, distribución, producción, etc.?

- a) No se utilizan método de logística, distribución o despacho de insumos.
- b) Se tiene planeado utilizar un método nuevo en la mejora de procesos.
- c) Se ha utilizado ocasionalmente algún método de logística, distribución para redefinir procesos.
- d) La empresa incorpora con frecuencia métodos para la mejora y la gestión avanzada y no se hace de forma sistemática.
- e) La empresa incorpora nuevos métodos de forma sistemática y cuenta con especialistas y personas externas.

Innovación comercial

7. ¿La empresa incrementó sus ventas con la implementación de nuevas tecnologías?

- a) No incrementó sus ventas ya que no se implementó en nuevas tecnologías.
- b) Se tiene planeado implementar tecnología nueva de última generación.
- c) La empresa cuenta con tecnologías en maquinaria.
- d) La empresa implementó nuevas tecnologías pero no incremento sus ventas
- e) La empresa implementó nuevas tecnologías incrementando así sus ventas.

8. ¿La empresa incorpora nuevos medios o técnicas de promoción del producto?

- a) No incorporó nuevos medios o técnicas de promoción del producto.
- b) Se tiene planeado incorporar nuevos medios o técnicas de promoción.
- c) Se ha utilizado ocasionalmente algún medio o técnicas de promoción.
- d) La empresa incorporó con frecuencia nuevos medios de promoción.
- e) La empresa incorpora una nueva técnica de promoción para mejorar la relación con sus clientes y evalúa con periodicidad los mecanismos de promoción y seguimiento de tendencias.

9. ¿Introduce cambios significativos en el diseño o empaque del producto? (satisfacción del cliente)

- a) No se realiza cambios significativos en el diseño o empaque. No se escucha la voz del cliente.
- b) En las innovaciones del producto desarrolladas apenas contemplan la perspectiva del diseño.
- c) La empresa ha integrado la voz del cliente desde hace tiempo aunque no siempre se ha tenido en cuenta para el diseño del producto.
- d) La empresa tiene un proceso claro de captación de voz del cliente y lo utiliza tanto para el diseño como para el funcionamiento de sus procesos.
- e) La empresa introduce cambios significativos en el diseño o empaque del producto. Existe un responsable o un departamento de diseño que participa en la fase de desarrollo del producto.

Innovación organizacional

10. ¿La empresa promueve el trabajo en equipo que está apoyada por procesos, métodos y herramientas?

- a) No existe competencias de trabajo en equipo. No se promueve el trabajo en equipo.
- b) La empresa es consciente de las posibilidades de formar redes y grupos de trabajo pero implica escasamente a su equipo humano (recursos limitados).

procesos, ni los métodos, ni la herramientas, ni los incentivos que puedan apoyar dicha forma de trabajo.

- d) La empresa ha promovido el trabajo en equipo en el pasado y existen metodologías informales.
- e) Existe el trabajo en equipo que está apoyada en procesos, métodos y herramientas. Los equipos trabajan de forma fluida.
11. ¿Incorpora nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas o instituciones públicas?
- a) No incorpora nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas.
- b) Se tiene planeado incorporar nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas.
- c) La empresa establece relaciones genéricas con otras organizaciones sin contemplar el tema de innovación.
- d) La empresa trata de innovar conjuntamente con aquellos agentes que forman parte del proceso productivo (clientes, proveedores, etc.).
- e) La empresa incorpora nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas o instituciones públicas (asociaciones, administraciones, clientes, etc.)
12. ¿La empresa ha recibido financiamiento público para innovación tecnológica en los 3 últimos años?
- a) No ha recibido ningún tipo de financiamiento público para innovación tecnológica. No conoce las líneas de financiamiento o programas de apoyo.
- b) La empresa conoce la existencia de líneas de financiación, pero nunca ha recurrido a ellas porque se perciben de forma negativa en cuanto a las condiciones como a los plazos de resolución.
- c) La empresa conoce la existencia de líneas de financiación y ha intentado acceder a ellas para financiar algunos procesos de innovación, pero la experiencia se finalizó.
- d) La empresa ha recurrido a financiamiento pública y la concesión de estas ha sido lo que ha posibilitado contar con procesos innovadores.
- e) La empresa ha recibido financiamiento público para innovación tecnológica en estos 3 últimos años.

GUIA DE OBSERVACIÓN

Empresa:

Gerente:

Vigencia en el mercado:

Fecha:

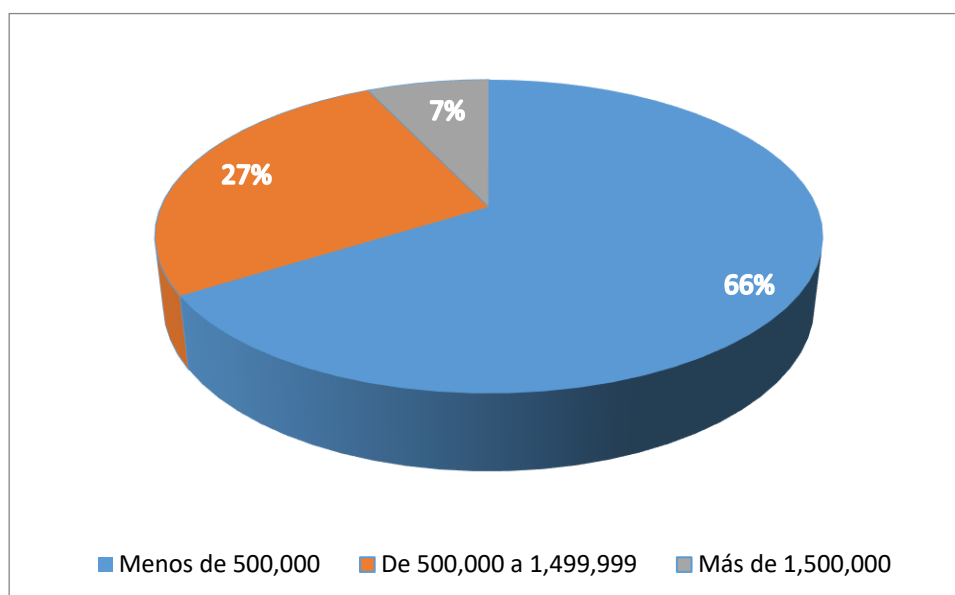
INDICADORES	CALIFICACIÓN					OBSERVACIÓN
	1	2	3	4	5	
Innovación en producto						
Como se desarrollan nuevos productos.						
Adquisición de nuevos insumos.						
Tiene programas de desarrollo continuo para sacar nuevos productos.						
Innovación en proceso						
Incorpora un método de logística, distribución, etc.						
La empresa incorpora herramientas para la mejora y la gestión avanzada.						
Aumentó la capacidad de producción con la implementación de nuevas maquinarias.						
Innovación comercial						
Incorpora nuevos medios o técnicas de promoción del producto.						
La empresa incrementó sus ventas con la implementación de nuevas tecnologías.						
Introduce cambios significativos en el diseño o empaque del producto (satisfacción del cliente).						
Innovación organizacional						
La empresa promueve el trabajo en equipo que está apoyada por procesos, métodos y herramientas.						
Incorpora nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas o instituciones públicas.						
La empresa ha recibido financiamiento público para innovación tecnológica en los 3 últimos años. (programa público)						

Cuadro N° 1
Sector calzado por rango de ventas, 2016
(En soles)

Intervalos	%
Menos de 500,000	66.1
De 500,000 a 1,499,999	26.8
Más de 1,500,000	7.1
Total	100

Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

Gráfico N° 1
Sector calzado, por intervalo de ventas, 2016
(Distribución porcentual)



Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

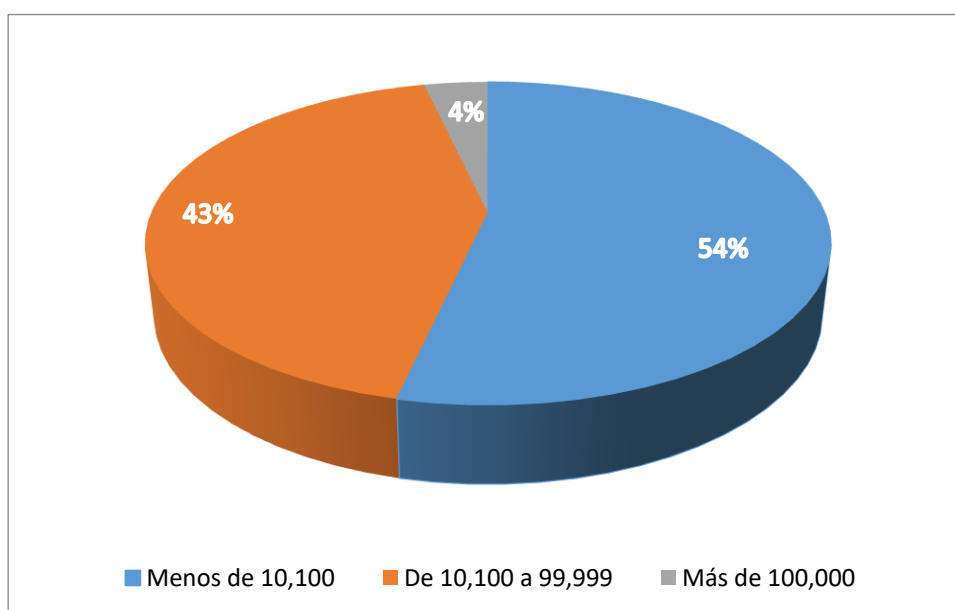
Con respecto a las ventas del sector calzado, un 66,1 por ciento del total de empresas tuvieron ventas menores de 500 mil soles, a su vez, un 26,8 por ciento de empresas tuvieron ventas entre 500 mil y 1 millón 499 mil soles. En tanto, un 7,1 por ciento registraron venta por más de 1 millón 500 mil soles.

Cuadro Nº 2
Sector calzado por rango de producción, 2016
(En pares)

Intervalos	%
Menos de 10,100	53.6
De 10,100 a 99,999	42.9
Más de 100,000	3.6
Total	100

Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

Gráfico Nº 2
Sector calzado, por intervalo de producción, 2016
(Distribución porcentual)



Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

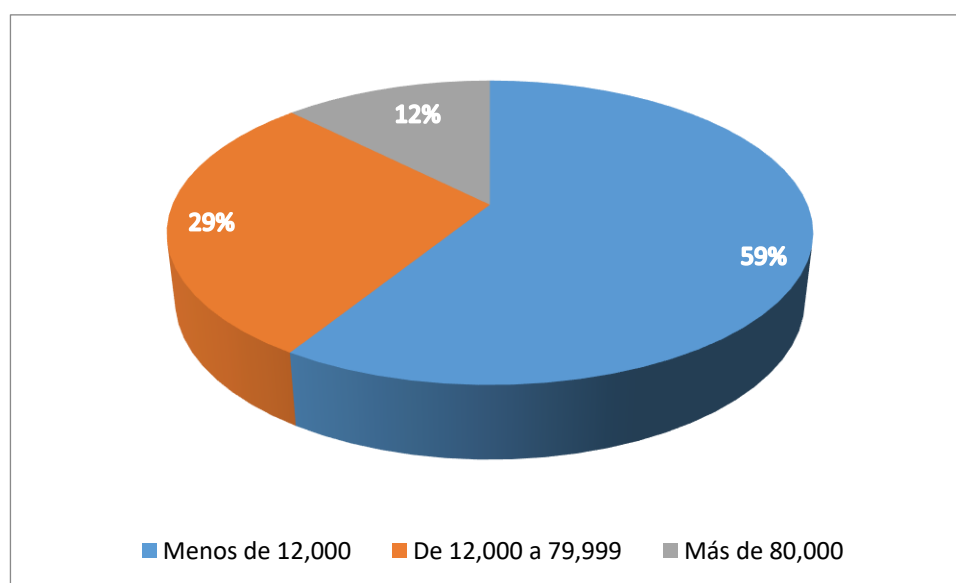
Para el sector calzado el nivel de producción se compuso en un, 53,6 por ciento del total de empresas tuvieron una producción menor a 10 mil, a su vez, un 26,7 por ciento de empresas produjeron entre 10 mil y 99 mil. En tanto, un 20 por ciento registraron venta por más de 100 mil.

Cuadro N° 3
Inversión del sector calzado, 2016
(En soles)

Intervalos	%
Menos de 12,000	58.9
De 12,000 a 79,999	28.6
Más de 80,000	12.5
Total	100

Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

Gráfico N° 3
Sector calzado, por intervalos, 2016
(Distribución porcentual)



Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

De acuerdo a los resultados, al nivel de inversión para el sector calzado, un 58,9 por ciento del total de empresas ha invertido un monto menor a 12 mil soles, a su vez, un 28,6 por ciento de empresas invirtieron entre 12 mil y 79 mil soles. En tanto, un 12,5 por ciento registraron inversión por más de 80 mil soles.

Cuadro N° 4
Inversión empresarial sector calzado, por tipo, 2016
(Distribución porcentual)

Actividad Empresarial	%
Compra de equipos	75.6
Asistencia tecnológica	5.8
Contratación de personal	6.0
Sistemas de gestión	4.7
Cambios organizacionales	1.5
Estrategias de mercadeo	6.4
Total	100

Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

Cuadro N° 5
Inversión en innovación sector calzado, por tipo, 2016
(Distribución porcentual)

Actividad Empresarial	%
Compra de equipos	30.6
Asistencia tecnológica	3.7
Contratación de personal	0.0
Sistemas de gestión	0.0
Cambios organizacionales	0.0
Estrategias de mercadeo	0.0
Total	100

Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

Las empresas del sector calzado, han priorizado la inversión empresarial en la compra de equipos (75,6 por ciento), secundada por la inversión en estrategias de mercadeo. Asimismo, en su menor inversión empresarial ha sido en generar cambios organizacionales (1,5 por ciento). En lo respectivo a la inversión en actividades de innovación, constan principalmente de la compra de equipos tecnológicos (30,6) de la inversión total de la empresa, complementando esta adquisición, con asistencia tecnológica (3,7) del total invertido.

Cuadro N° 6
Objetivos de inversión del sector calzado, por tipo, 2016
(Distribución porcentual)

Objetivos	%
Ampliación de mercado	17.8
Apertura de nuevo mercado	14.8
Reducción de costo de mano de obra	15.2
Mejora en calidad de productos	16.5
Ahorro de tiempo y materiales	18.7
Aprovechamiento de oportunidades	17.0
Total	100

Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

Cuadro N°7
Obstáculos para inversión del sector calzado, por tipo, 2016
(Distribución porcentual)

Obstáculos	%
Dificultad de acceso a financiamiento	9.7
Escasez de personal calificado	15.3
Coste elevado de capacitación	7.6
Falta de información	19.5
Informalidad en el mercado	14.4
Ausencia de cooperación	19.1
Ausencia de instituciones	14.4
Total	100

Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

Con respecto a las empresas de calzado, éstas generaron inversión empresarial, teniendo como principal objetivo, el obtener ahorro de tiempo y materiales (18,7 por ciento), secundado por la inversión para ampliar su mercado (17,8 por ciento). En tanto, los principales obstáculos que encontró el sector calzado fue en primer lugar la falta de información (19,5 por ciento), seguido por la ausencia de cooperación (19, 1 por ciento) y la escasez de personal calificado (15,3 por ciento).

Cuadro N° 8
Cantidad de personal del sector calzado, por tipo, 2016

Personal	Permanente		Temporal		Total
	f	%	f	%	%
Administrativo	2	43.5	2	56.5	100
Calificado	3	50.9	3	49.1	100
Semi y no calificado	6	45.4	7	54.6	100

Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

Con respecto al tipo de contratación del personal, para el segmento administrativo el 56.5 por ciento son trabajadores temporales en la empresa; asimismo, para los trabajadores calificados el 50.9 por ciento está bajo el tipo de contratación permanente. En tanto, para el segmento semi y no calificado el 54.6 por ciento son contratados de manera temporal.

Cuadro N° 9
Servicios requeridos del sector calzado, por tipo, 2016
(Distribución porcentual)

Servicios	%
Capacitación administrativa	18.8
Control físico y químico de procesos	11.5
Nuevos productos en el mercado	25.5
Nuevos diseños en acabado	17.6
Programas de gestión ambiental y SST	1.2
Investigación y optimización de procesos	18.2
Procesos para exportar	7.3
Total	100

Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

De acuerdo con lo obtenido en el Diagnóstico Empresarial 2016, el servicio que más requieren las empresas del sector calzado, refieren principalmente a la fabricación de nuevos productos para el mercado (25,5 por ciento), secundado por la necesidad de una mejora en las capacidades administrativas de la empresa (18,8 por ciento).

Gráfico N° 10
 Valorización de servicios del sector calzado, por tipo, 2016
 (Distribución porcentual)

Valorización de servicios	%
Cursos de capacitación	15.2
Ensayos de laboratorio	13.2
Asistencia técnica	10.1
Diseño, modelaje y seriado	14.8
Información técnica	14.2
Certificación laboral	9.6
Servicios de soporte productivo	9.3
Asesoría en proyectos	13.5
Total	100

Nota: CITE Cuero y Calzado Trujillo - Diagnóstico Sectorial 2016.

En concordancia con los servicios requeridos por las empresas del sector calzado, los empresarios otorgan mayor valoración a los servicios capacitación administrativa (15,2 por ciento), secundado por el diseño, modelaje y seriado para fabricación de nuevos productos para su ingreso al mercado (14,8 por ciento).

Cuadro N° 11
Empresas del sector calzado en El Porvenir, por tipo, 2016

Empresas	Ventas año 2015	Producción año 2015	Ventas año 2016	Producción año 2016	Nº Trabajadores	Inversión innovación
Empresa 1	141,300	900	162,500	1,016	5	16,000
Empresa 2	522,040	15,000	585,350	17,150	10	15,000
Empresa 3	623,470	7,000	692,000	8,200	10	9,000
Empresa 4	326,600	1,000	375,600	2,010	10	18,000
Empresa 5	116,170	3,000	133,600	3,800	10	8,000
Empresa 6	240,430	4,000	276,500	5,000	5	3,000
Empresa 7	506,080	32,000	582,000	36,200	7	12,000
Empresa 8	217,390	5,000	250,000	6,000	6	5,000
Empresa 9	173,910	4,000	200,000	5,000	2	3,500
Empresa 10	147,820	4,000	170,000	4,800	6	2,200
Empresa 11	46,080	2,000	53,000	2,700	7	2,000
Empresa 12	52,170	4,000	60,000	4,500	5	2,200
Empresa 13	260,870	10,000	300,000	12,000	5	5,000
Empresa 14	217,390	7,000	250,000	8,000	5	10,000
Empresa 15	41,740	1,000	48,000	2,000	4	3,000
Empresa 16	217,390	18,000	300,000	20,000	10	7,000
Empresa 17	130,440	5,000	150,000	6,000	6	6,000
Empresa 18	173,920	5,000	200,000	5,500	6	6,000
Empresa 19	191,310	10,000	220,000	12,000	5	7,500
Empresa 20	591,310	27,000	600,000	30,000	10	20,000
Empresa 21	660,870	22,000	760,000	25,000	8	4,000
Empresa 22	869,570	10,000	880,000	12,000	10	15,000
Empresa 23	608,690	22,000	700,000	25,000	6	8,000
Empresa 24	113,040	3,000	130,000	3,500	4	3,000
Empresa 25	86,950	4,000	100,000	4,500	8	3,000
Empresa 26	52,170	2,000	60,000	2,200	5	3,000

Nota: CITEcuero y Calzado Trujillo – Oficina de Proyectos I+D+i.

FICHA DE VALIDACIÓN (CUESTIONARIO)

OBJETIVO: Determinar el nivel de innovación empresarial en las Mypes del sector calzado del distrito El Porvenir año 2017

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACION								OBSERVACION Y/O RECOMENDACIONES				
				ESCALA DE LIKERT					RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION		RELACION ENTRE LA DIMENSION Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE EL ITEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA			
				Muy malo	Malo	Regular	Buena	Muy buena	SI	NO	SI	NO	SI		NO	SI	NO	
INNOVACIÓN EMPRESARIAL	Innovación de producto	Diseño	¿Cómo califica la innovación de su empresa en el diseño de sus productos?															
		Materiales e insumos	¿Cómo califica la adquisición de materiales e insumos innovadores para la producción del calzado?															
		Diversificación	¿Cómo califica el constante cambio y creación de nuevos productos?															
	Innovación de procesos	Métodos o herramientas	¿Cómo califica la incorporación de un método de logística, producción, despacho de insumos, etc.?															
		Técnicas o mecanismos	¿Cómo califica los cambios innovadores con la implementación de nuevas técnicas o mecanismos para la mejora de las tareas de la empresa?															
		Maquinaria	¿Cómo califica la adquisición de maquinaria innovadora para la mejora de la producción?															
	Innovación de comercialización	Promoción	¿Cómo califica la incorporación de nuevos medios virtuales o técnicas de promoción del producto?															
		Productividad	¿En comparación de hace dos años como califica la mejora de la producción con la implementación de nuevas tecnologías?															
		Red de comercialización	¿Cómo califica a la red de comercialización que tiene la empresa? (tiendas, sucursales, etc.)															

Innovación organizacional	Método de trabajo	¿Cómo califica la incorporación de nuevos métodos de organizar el trabajo? (trabajo en equipo, integración en áreas, etc.)																		
	Métodos de gestión	¿Cómo califica la incorporación de métodos de gestión en la conducción de su empresa? (planificación estratégica, aseguramiento de la calidad, etc.)																		
	Programas de innovación	¿Cómo califica los programas de innovación promovidos por el estado? (Fondo Innóvate, etc.)																		

NOMBRE Y APELLIDOS: *Miguel Elias Pinglo Bucari*

GRADO ACADÉMICO: *Mg*

FECHA: *12/09/17*

FIRMA DEL EVALUADOR: *mf*

FICHA DE VALIDACIÓN (CUESTIONARIO)

OBJETIVO: Determinar el nivel de innovación empresarial en las Mypes del sector calzado del distrito El Porvenir año 2017

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACION								OBSERVACION Y/O RECOMENDACIONES				
				ESCALA DE LIKERT					RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION		RELACION ENTRE LA DIMENSION Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE EL ITEM Y LA OPCION DE RESPUESTA			
				Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	SI	NO	SI	NO	SI		NO	SI	NO	
INNOVACIÓN EMPRESARIAL	Innovación de producto	Diseño	¿Cómo califica la innovación de su empresa en el diseño de sus productos?															
		Materiales e insumos	¿Cómo califica la adquisición de materiales e insumos innovadores para la producción del calzado?															
		Diversificación	¿Cómo califica el constante cambio y creación de nuevos productos?															
	Innovación de procesos	Métodos o herramientas	¿Cómo califica la incorporación de un método de logística, producción, despacho de insumos, etc.?															
		Técnicas o mecanismos	¿Cómo califica los cambios innovadores con la implementación de nuevas técnicas o mecanismos para la mejora de las tareas de la empresa?															
		Maquinaria	¿Cómo califica la adquisición de maquinaria innovadora para la mejora de la producción?															
	Innovación de comercialización	Promoción	¿Cómo califica la incorporación de nuevos medios virtuales o técnicas de promoción del producto?															
		Productividad	¿En comparación de hace dos años como califica la mejora de la producción con la implementación de nuevas tecnologías?															
		Red de comercialización	¿Cómo califica a la red de comercialización que tiene la empresa? (tiendas, sucursales, etc.)															

Innovación organizacional	Método de trabajo	¿Cómo califica la incorporación de nuevos métodos de organizar el trabajo? (trabajo en equipo, integración en áreas, etc.)																		
	Métodos de gestión	¿Cómo califica la incorporación de métodos de gestión en la conducción de su empresa? (planificación estratégica, aseguramiento de la calidad, etc.)																		
	Programas de innovación	¿Cómo califica los programas de innovación promovidos por el estado? (Fondo Innóvate, etc.)																		

NOMBRE Y APELLIDOS:

Alex Edmundo Adrianén Jiménez

GRADO ACADÉMICO:

Maestro

FECHA:

12 Sep. 2017

FIRMA DEL EVALUADOR:



FICHA DE VALIDACIÓN (GUIA DE OBSERVACIÓN)

OBJETIVO: Determinar el nivel de innovación empresarial en las Mypes del sector calzado del distrito El Porvenir año 2017

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACION										OBSERVACION Y/O RECOMENDACIONES		
				CALIFICACIÓN					RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE EL ITEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA			
				1	2	3	4	5	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI		NO	
INNOVACIÓN EMPRESARIAL	Innovación de producto	Diseño	Como se desarrollan nuevos productos.															
		Materiales	Adquisición de nuevos insumos.															
		Diversificación	Tiene programas de desarrollo continuo para sacar nuevos productos.															
	Innovación de proceso	Técnicas o mecanismos	Incorpora un método de logística, distribución, etc.															
		Métodos o herramientas	La empresa incorpora herramientas para la mejora y la gestión avanzada.															
		Maquinaria	Aumentó la capacidad de producción con la implementación de nuevas maquinarias.															
	Innovación de comercialización	Promoción	Incorpora nuevos medios o técnicas de promoción del producto.															
		Ventas	La empresa incrementó sus ventas con la implementación de nuevas tecnologías.															
		Satisfacción del cliente	Introduce cambios significativos en el diseño o empaque del producto (satisfacción del cliente).															

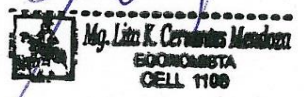
Innovación organizacional	Método de trabajo	La empresa promueve el trabajo en equipo que está apoyada por procesos, métodos y herramientas.																		
	Métodos de gestión	Incorpora nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas o instituciones públicas.																		
	Programas de innovación	La empresa ha recibido financiamiento público para innovación tecnológica en los 3 últimos años. (programa público)																		

NOMBRE Y APELLIDOS: *Lita Karina Cervantes Mendoza*

GRADO ACADEMICO: *Magister*

FECHA: *12/09/17*

FIRMA DEL EVALUADOR:

[Handwritten Signature]

 Mg. Lita K. Cervantes Mendoza
 ECONOMISTA
 C.E.L.L. 1100

ENCUESTA

Nº MYPES	Innovación de producto			Innovación de proceso			Innovación de comercialización			Innovación de organización		
	E01	E02	E03	E04	E05	E06	E07	E08	E09	E10	E11	E12
EMP01	3	5	5	3	3	3	3	4	5	3	2	3
EMP02	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3
EMP03	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	2	3
EMP04	4	5	4	5	4	5	4	3	3	2	1	4
EMP05	5	4	5	4	5	5	4	3	4	2	2	3
EMP06	4	3	4	3	5	5	3	3	4	3	1	3
EMP07	5	4	5	5	4	4	4	5	3	2	3	3
EMP08	5	4	5	4	5	5	3	4	4	2	1	4
EMP09	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	3
EMP10	4	3	5	5	4	5	4	5	5	3	2	3
EMP11	4	4	5	4	5	5	3	4	4	2	1	4
EMP12	5	3	4	4	5	5	3	5	4	2	2	3
EMP13	4	3	4	4	4	5	4	4	3	2	1	3
EMP14	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	2	4
EMP15	5	3	5	5	4	5	4	4	5	2	1	3
EMP16	4	4	5	4	5	4	3	4	4	2	2	3
EMP17	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	1	3
EMP18	4	4	5	5	5	4	4	4	3	2	2	4
EMP19	4	5	4	5	5	5	3	4	4	3	1	3
EMP20	5	4	5	4	5	5	3	4	5	2	2	3
EMP21	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	2	3
EMP22	4	4	4	3	4	5	3	4	4	2	1	3
EMP23	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	2	4
EMP24	4	3	4	3	4	4	2	3	4	2	2	3
EMP25	4	4	5	4	5	4	3	4	5	2	2	3
EMP26	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	3	3

GUIA DE OBSERVACIÓN

Nº MYPES	Innovación de producto			Innovación de proceso			Innovación de comercialización			Innovación de organización		
	G01	G02	G03	G04	G05	G06	G07	G08	G09	G10	G11	G12
EMP01	3	5	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3
EMP02	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	2	1
EMP03	3	5	3	4	4	5	2	4	3	2	3	2
EMP04	3	5	3	4	3	4	3	5	3	2	3	1
EMP05	5	5	4	5	5	5	2	3	4	2	4	1
EMP06	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	3	2
EMP07	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2
EMP08	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	1
EMP09	4	5	3	3	4	4	2	3	3	3	2	1
EMP10	3	5	3	4	3	4	3	4	4	3	2	2
EMP11	3	4	4	5	5	5	5	4	4	2	4	1
EMP12	4	5	3	3	3	4	2	3	3	3	5	1
EMP13	5	5	4	5	4	5	2	4	3	2	4	2
EMP14	3	5	3	5	5	5	3	4	5	3	2	3
EMP15	4	5	4	3	5	4	3	3	4	3	2	1
EMP16	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2	1
EMP17	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	3	2
EMP18	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	1
EMP19	4	5	5	5	5	5	4	3	3	2	3	2
EMP20	3	5	4	5	5	4	3	5	4	3	2	2
EMP21	4	5	4	3	4	4	2	4	3	3	4	1
EMP22	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3	2	2
EMP23	4	5	5	5	4	3	5	4	3	2	3	3
EMP24	3	5	3	5	4	4	3	3	3	2	3	1
EMP25	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	2	2
EMP26	5	5	4	4	5	3	5	4	3	3	3	1



"Año del buen servicio al ciudadano"

EL DIRECTOR DEL CITE CUERO Y CALZADO TRUJILLO - CITECCAL TRUJILLO:

OTORGA LA PRESENTE CONSTANCIA DE RECOLECCION DE DATOS

A KATHERINE ELIZABETH VARGAS CRESPULO, identificada con DNI N° 48110648, estudiante del X ciclo de la escuela de ADMINISTRACION de la Universidad Cesar Vallejo, quien ha recolectado datos correspondientes al desarrollo de su trabajo de investigación de la información de diferentes empresas MYPES del sector de El Porvenir registradas en el CITE CUERO Y CALZADO TRUJILLO – CITECCAL TRUJILLO ubicado en MZ. N2 Lot.1 Barrio 5ª del CP. Alto Trujillo.

Se expide el presente documento a solicitud de la interesada, para los fines pertinentes.

Trujillo, 20 de Noviembre del 2017



[Handwritten signature]
Lic. MIGUEL ELIAS PINGLO BAZAN
DIRECTOR
CITEcuero y calzado - Trujillo

Fiabilidad

Escala: Innovación Empresarial

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	26	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	26	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,730	12

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	41,62	10,566	,698	,843	,661
P02	41,81	12,002	,316	,520	,722
P03	40,96	13,638	,229	,457	,727
P04	41,38	10,246	,713	,655	,655
P05	41,46	10,898	,570	,722	,680
P06	41,31	12,062	,469	,692	,700
P07	42,42	12,414	,380	,417	,711
P08	41,69	11,822	,435	,429	,703
P09	41,42	13,854	,006	,201	,758
P10	43,54	13,778	,085	,617	,740
P11	44,08	12,954	,195	,543	,735
P12	42,62	13,446	,211	,612	,728







Catalogo (diseños)