



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

**Gestión de la innovación y su influencia en la competitividad
de un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Ortega Caceres, Hernan (orcid.org/0000-0001-6053-0853)

ASESOR:

Dr. Rojas Mori, Johnny Silvino (orcid.org/0000-0002-4645-4234)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Reforma y Modernización del Estado

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

Mi trabajo de tesis la dedico con todo amor y respeto a mi hermano mayor Darwin Ortega Cáceres quien era un apasionado al estudio y superación de vida, hoy descansa en paz a lado del señor, a mis queridos padres Hernán y Rosa Elvira, quienes inculcaron valores humanos en mi persona y me dieron su mejor herencia una profesión. A mi hermana Gutia, por su apoyo incondicional por las muchas sugerencias y apoyo moral de seguir adelante trabajo, y por supuesto a mi amada esposa Marlene, maravillosa mujer, que sin el apoyo no hubiera sido posible concretizar este ansiado proyecto. A mis hijos Gabriel Sebastian y Hernán Facundo motores de mi vida de seguir luchando día a día.

Hernán Ortega Cáceres

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por darme fuerza en este camino del conocimiento y hacerme ver que cada día es más hermoso de vivir, a mis formadores académico, personas llenas de verdadera vocación de servicio y en especial a esta institución Universidad César Vallejo quien gustosamente me acogió como uno de sus integrantes de esta gran familia.

Hernán Ortega Cáceres



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ROJAS MORI JOHNNY SILVINO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE UN HOSPITAL ESTATAL EN EL SUR DEL PERÚ, 2021", cuyo autor es ORTEGA CACERES HERNAN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 04 de Febrero del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ROJAS MORI JOHNNY SILVINO DNI: 16720055 ORCID: 0000-0002-4645-4134	Firmado electrónicamente por: JSROJASM12 el 04- 02-2022 19:55:24

Código documento Trilce: TRI - 0287964



ESCUELA DE POSGRADO

ESCUELA PROFESIONAL DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, ORTEGA CACERES HERNAN estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE UN HOSPITAL ESTATAL EN EL SUR DEL PERÚ, 2021", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
ORTEGA CACERES HERNAN DNI: 41156938 ORCID: 0000-0001-6053-0853	Firmado electrónicamente por: HORTEGACA el 20-08- 2024 13:03:44

Código documento Trilce: INV - 1710127

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	18
3.1. Tipo y diseño de investigación	18
3.2. Variables y operacionalización	18
3.3. Población, muestra y muestreo	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.5. Procedimientos	21
3.6. Método de análisis de la información	21
3.7. Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN	31
VI. CONCLUSIONES	37
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	39
ANEXOS	51

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Distribución de frecuencias de gestión de innovación y sus dimensiones	23
Tabla 2 Distribución de frecuencias de competitividad y sus dimensiones	25
Tabla 3 Determinación del ajuste de los datos para el modelo de la gestión de la innovación en la competitividad	26
Tabla 4 Determinación del ajuste de los datos para el modelo de innovación del servicio en la competitividad	27
Tabla 5 Determinación del ajuste de los datos para el modelo de innovación de procesos en la competitividad	28
Tabla 6 Determinación del ajuste de los datos para el modelo de innovación de la organización en la competitividad	29
Tabla 7 Determinación del ajuste de los datos para el modelo de innovación de la organización en la competitividad	30
Tabla 8 Resumen de procesamiento de casos	64
Tabla 9 Estadísticas de fiabilidad	64

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo principal determinar cómo la gestión de la innovación influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú 2021, se procedió en su avance a través de la investigación básica, acompañado con un diseño no experimental de corte transeccional, adoptando como unidades informantes a una muestra de 60 empleados de un hospital estatal en el Sur del Perú, la recaudación de datos se realizó utilizando la técnica de encuesta, asimismo, se ejecutó un instrumento con 45 ítems con alternativas tipo escala de Likert, los datos proporcionados a nivel descriptivo utilizaron tanto tablas como figuras, además de la regresión ordinal como modelo estadístico para analizar la justificación de las variables; los resultados exponen que la gestión de la innovación es estimada de forma moderada mientras que la competitividad es considerada mayormente como favorable, además de un valor de la prueba de Nagelkerke de 0.484, que manifiesta que la gestión de la innovación influye en un 48.4% en la competitividad. Se infiere que la gestión de la innovación explica en un nivel bajo el comportamiento de la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú.

Palabras clave: Gestión, innovación, competitividad, hospital

ABSTRACT

The main objective of the research that has been carried out was to determine how the management of innovation influences competitiveness in a state hospital in southern Peru 2021, its development was carried out through basic research, accompanied by a non-experimental design transectional, adopting as informants 60 workers from a state hospital in southern Peru, data collection was carried out using the survey technique, likewise, an instrument with 45 items with Likert scale alternatives was executed, the data provided at a descriptive level, they used both tables and figures, in addition to ordinal regression as a statistical model to analyze the justification of the variables; The results show that innovation management is moderately estimated while competitiveness is considered mostly as favorable, in addition to a value of the Nagelkerke test of 0.484, which shows that innovation management influences 48.4% in the competitiveness. It is inferred that innovation management explains at a low level the behavior of competitiveness in a state hospital in southern Peru.

Keywords: Management, innovation, competitiveness, hospital

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las instituciones requieren de elementos sustanciales que respondan a los incesantes cambios y pretensiones del medio ambiente que los rodea, tales como estrategias, metas, objetivos; pero, más que nada innovación y eficiencia (Adams et al., 2006). En este sentido, todo organismo se encuentra obligado a estar apto para adjudicar, continuar en el mercado, competir con otras empresas y volverse sostenibles y beneficiosos (Candelin-Palmqvist et al., 2012). Para obtenerlo existe la innovación, la cual es una mortal medicina, en la que se debe desafiar, con esta capacidad desarrollada, se puede generar la sostenibilidad organizacional; por tal motivo, ha comenzado a ser el componente principal en las organizaciones más competitivas (Pierre, 2016).

En la actual situación de una crisis sanitaria, producto de la COVID-19, que mostró la realidad actual a nivel global, en la que países desarrollados atendían de manera eficiente esta situación, producto de la innovación, que a la vez se desprende de la inversión en ciencia tecnología e innovación y en políticas claras sobre la materia, sin embargo no ha sido así en países en desarrollo como el nuestro, donde se ha tenido serias deficiencias en la prestación de servicios básicos como la salud y educación (Liu et al., 2020).

A nivel de Latino América la realidad ha sido bastante desalentadora, donde se ha tenido hospitales totalmente desbordados, pacientes desatendidos, insumos básicos desabastecidos, escaso personal capacitado, laboratorios sin capacidad para poder brindar medicamentos para la atención de las emergencias, escaso personal que pueda realizar labores de atención básica, servicios totalmente colapsados (OPS, 2020). Esta situación ha hecho entrever que la escasa innovación en países en desarrollo muestra que las organizaciones principalmente las de salud sean bajas en competitividad (Bhawsar y Chattopadhyay, 2015).

La gestión de la innovación es muy significativa en las organizaciones, en vista de que es clave para sus estrategias, porque les admite asociarse a los mercados, así como extenderse a otros nuevos; en consecuencia, si se promueve la cultura de la innovación en una organización, esta tiene más probabilidades de desarrollarse con destreza (Sivula, 2018). Es altamente trascendental y hasta

obligatorio que exista innovación en las instituciones, porque colabora a precisar los menesteres del mercado de forma adelantada, a reestructurar estrategias, perfeccionar los productos y servicios, satisfacción laboral; lamentablemente todo esto no se muestra en evidencia en la mayoría de organizaciones de gestión estatal (Luciano et al., 2021).

De acuerdo con CONCYTEC (2019) no se cuenta con suficiente respaldo por parte del Estado en el Perú, y solamente se asigna el 0.12% del Producto Bruto Interno (PBI) a la innovación, esto incide de cierta manera en el que las empresas peruanas no logren alcanzar su máximo desarrollo. Adicionalmente, los fondos destinados a la implementación de tecnología, innovación y ciencia, se hallan muy apartados de los normalizados globalmente. Más aún, se ha comprobado que el 77% de las grandes empresas peruanas destina su inversión en la innovación, al mismo tiempo el 60% de las pequeñas empresas también han tomado esta disposición, conforme a un informe emitido por el BBVA (2019). Cabe revelar que se ha observado que el porcentaje de asociaciones que quieren comenzar a innovar ha sido aminorado del 65% al 61%; de igual manera, se disminuyó el índice del rendimiento de la innovación del 97% al 92%.

En el país, no se tiene un sistema nacional de innovación del todo fortalecido, que conceda favorecer a las empresas públicas y privadas, ya que esto involucra capital, disposición de tiempo, compromiso y, más que nada, celebrar de una extensa perspectiva del avance del país. Pues, incorpora una secuencia de pasos, en los que están comprometidos múltiples actores, tal como componentes de la empresa como del espacio que los rodea, y el montaje de ambos no es nada sencillo (Sørensen y Torfing, 2011). Por estas razones, todas las organizaciones tienen la responsabilidad de reformar de maneras independientes, por esta razón se puede deducir que no existe solo una modalidad de efectuar la innovación dado a su pluralidad (Stewart y Kastle, 2015). Pierre (2016) considera que Perú, tanto en instituciones públicas como privadas, es el país que menos invierte en esta clase de labores, independientemente de que es uno de los factores más significativos para fortalecer la competitividad del país (Sánchez et al., 2021). También se menciona que, si se espera acceder al rumbo del desarrollo y garantizar los objetivos formulados en busca de enfocar sus necesidades, es determinante para

el país, desempeñarse en la innovación, continuando con una revolución industrial (Torfing, 2019).

Los procesamientos de innovación funcionan comenzando con el trabajo del equipo directivo de la organización, asumiendo resoluciones contundentes, que asocien igualmente a todos los socios que son parte de ella. El recelo a las variaciones y desplazarse en territorios alternativos a los ya experimentados son los grandes impedimentos iniciales para innovar (Sørensen, 2012). Por añadidura, la competitividad es un término apenas contemplado y practicado por muchas de las organizaciones (Bhawsar y Chattopadhyay, 2015). Esto se fundamenta por la falta de comprensión del panorama macro, la situación actual de manera internacional, la preocupación por la evolución, la reestructuración, la inversión y reinversión en el patrimonio tangible, humano, comercial, económico, entre otros factores que ejercen la posibilidad de que estas se paralicen y quiebren (Neary, 2006).

En tales circunstancias, el motivo central que pone limitaciones a la innovación en las organizaciones es el cortoplacismo, sin tener presente el enfoque a largo plazo (van den Bergh, 2013). La innovación que desempeñan las organizaciones peruanas no dispone de una visión de futuro resultante a su enfoque a corto plazo y dichas condiciones perjudican a la competitividad de las organizaciones peruanas tanto en el mercado local, nacional e internacional. De manera similar, el país cuenta con engorrosas impedimento en lo que se hace referencia a la competitividad, esto de acuerdo con el Foro Económico Mundial (2017), por lo que deben ser afrontados con el exclusivo fin de garantizar ascensos, ya que de momento se localiza en el puesto 69 del ranking de competitividad.

En ese contexto, se ha generado la siguiente cuestión de estudio: ¿De qué manera la gestión de la innovación influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021? vinculando sus problemas específicos correspondientes: ¿De qué manera la innovación del servicio influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021?, ¿De qué manera la innovación de procesos influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021?, ¿De qué manera la innovación en la organización influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021? y, ¿De qué manera

la innovación en la prestación de servicios influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021?

La presente investigación encuentra su justificación en primer lugar aportar nuevas evidencias de las relaciones de las variables innovación y competitividad en el sector salud en entidades estatales. Asimismo, brindó nuevos instrumentos que se pueden aplicar para seguir midiendo las variables en otros ámbitos y en otros sectores del Estado, con la finalidad de mejorar los procesos de innovación y volver más competitivas a las organizaciones. Desde el punto de vista práctico proporcionó argumentos para la toma de decisiones a funcionarios encargados del sector salud a implementar políticas de innovación permanente a fin de lograr que las instituciones del sector salud sean más competitivas en beneficio de las poblaciones más vulnerables principalmente.

Paralelamente, se han expuesto diversos objetivos, el general: determinar cómo la gestión de la innovación influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú 2021; asimismo, los objetivos específicos fueron: determinar cómo la innovación del servicio influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. Determinar cómo la innovación de procesos influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. Determinar cómo la innovación en la organización influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. Determinar cómo la innovación en la prestación de servicios influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.

Por otra parte, fue planteada la hipótesis general: la gestión de la innovación influye positivamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. De igual manera, a nivel específico se formularon las siguientes hipótesis: La innovación del servicio influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. La innovación de procesos influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. La innovación en la organización influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. Y, la innovación en la prestación de servicios influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Son varios los antecedentes que explican y relacionan este trabajo de investigación, entre ellos se encuentran Martínez y Padilla (2020), quienes se propusieron como objetivo explorar el vínculo entre innovación empresarial y competitividad empresarial, estudio realizado en Colombia, siguieron un análisis de metodología y diseño en sitio, para lo cual se realizó una encuesta por cuestionario a 33 gerentes de organizaciones dedicadas a los campos de la estética, la estadística y los mínimos cuadrados. Este estudio concluyó que el 62.3% de las innovaciones tienen relación con la competitividad de la investigación, destacando que esta relación es positiva y directa.

Pertuz y Pérez (2020) se propusieron como objetivo describir las principales situaciones de aprendizaje en la organización y la práctica de promover la innovación en empresas medianas, esto con el método descriptivo cuantitativo; además, para este trabajo, en la recolección de información se utilizaron las técnicas de encuesta en escala de Likert. Se estudio en organizaciones medianas de Valledupar, Colombia, y la conclusión es que estas organizaciones promueven el proceso de aprendizaje a través de una cultura organizacional adecuada, forman y logran clarificar estrategias competitivas; de igual manera, consideran la selección y generación de ideas como innovación.

En su trabajo de investigación, Berastegui et al. (2020) tuvieron como objetivo analizar las capacidades innovadoras del sector de la construcción y aplicar el diseño transversal sin considerar experimentos; de igual manera, abordaron una lista de preguntas tipo cuestionario, estas preguntas consideraron la confiabilidad del caso y se aplicó a las siete organizaciones en Colombia cuyo campo principal es la construcción de carreteras. Concluyeron que hay una gran cantidad de elementos innovadores, a nivel de bienes como servicio, en el ámbito de sus capacidades de innovación, destacan en sus proyectos Innovación en la prestación de servicios durante la ejecución.

Almanza y Calderón (2019) plantearon en su trabajo de investigación como objetivo describir los aspectos interiores y externos que inciden en la competitividad de las Pequeñas y micro empresas (PYMES) en la venta de abarrotes de

Michoacán, utilizando métodos cuantitativos relevantes para tal fin; de igual forma, con base en Likert, el cuestionario de la escala especial, incluidos 90 artículos, se consideró una muestra de 383 comerciantes. La conclusión es que las empresas con mayor grado de éxito son las que tienen un trabajo estratégico, además de tener una gran experiencia, pero también colaboradores bien capacitados, lo que les confiere tomar mejores apreciaciones, internalizando la innovación como una operación constante, generando ideas innovadoras, olvidando mecanismos desactualizados.

Así mismo, Mercado (2017) tuvo como objetivo brindar un modelo de innovación en la gestión que permita innovar a las Pymes mineras, esta investigación es cuantitativa, a nivel descriptivo y la población fue compuesta por tres empresas. El estudio concluyó que los elementos estratégicos tienen el mayor impacto, por lo que el acceso a la tecnología es fundamental y debe utilizarse para mejorar los procesos y la calidad de los productos que ofrece. Además, se deben promover los procesos de I + D e innovación, así como se deben implementar indicadores para medir el impacto, también encontraron que este tipo de empresas tienen un comportamiento regular y altamente competitivo, pero la diferencia no es obvia.

Por otro lado, Rojas (2019) realizó una su investigación sugiriendo medir cómo la innovación empresarial afecta las ventas de una empresa nacional. En el trabajo se utilizaron métodos deductivos hipotéticos, correlación y alcance causal, no experimento aplicado, donde 37 trabajadores se enumeran como Los colaboradores de la investigación. Concluyó que la relación entre innovación y ventas es muy significativa, lo que nos permite examinar todas las hipótesis propuestas.

Del mismo modo Marín (2018) realizó una investigación de metodología tipo básica, además del diseño no experimental, pero también un estudio de recolección de datos puntual, el propósito es determinar cómo la gestión de la innovación afecta la competitividad de la empresa. Organización agroindustrial, cuya población está compuesta por 33 gerentes. Entre ellas, se extraen las siguientes conclusiones: con un nivel de confianza del 95%, la gestión de la innovación tiene un impacto significativo en la competitividad empresarial en cuanto a dimensiones, innovación

de producto, proceso, organización y comercialización. El 78.8% de las organizaciones encuestadas indicó que la innovación de producto es regular, el 84.8% de la innovación de procesos es regular y el 93.9% de la innovación organizacional es regular. Cabe señalar que la innovación organizacional es suficiente en el 0% de las organizaciones, se exhibe insuficiencia de crecimiento en investigación, reside un ambiente de trabajo no apto, incentivos económicos mínimos, no hay liderazgo ni motivación y nula tecnología de la información; por último, se probó con el 90.9% la innovación en comercialización es regular.

Cabe mencionar a Portillo (2018) realizó una investigación cuantitativa con un diseño transversal no experimental y un nivel de correlación descriptiva, enfocada en determinar el impacto de la innovación empresarial en la competitividad industrial. La población del estudio incluyó a 269 gerentes de 450 panaderías. Las conclusiones del estudio indican un impacto directo entre la innovación empresarial y la competitividad industrial, con un nivel de significancia $p = 0.029 < 0.05$. Además, se encontró que la innovación de productos ($p = 0.002 < 0.05$), procesos ($p = 0.005 < 0.05$) y gestión ($p = 0.016 < 0.05$) también influyen positivamente en la competitividad, respaldadas por altos porcentajes de aceptación entre los encuestados.

Otro aporte es el de Vega (2018) realizó un estudio para comprender la innovación y la gestión de las empresas de curtiembres de Lima. Desde el punto de vista metodológico, fue un trabajo explicativo, en el cual 18 empresas conformaron la población. Concluyó que el proceso de innovación sobre gastar menos costos para hacerlos más efectivos en la respuesta a las crisis emergentes, pero no priorizan la innovación de productos y servicios, principalmente debido al alto costo de implementación, enfatizando la necesidad de participar en el proceso Priorizar al implementar la innovación dentro de la compañía.

La investigación de Pacheco (2017) orientada a comprender la gestión de la innovación de una empresa limeña. Utilizó el método mixto con un diseño no experimental, de igual manera sugirió una propuesta para promover la innovación en la gestión. La población fue compuesta por 50 personas y 3 propietarios de empresas; la conclusión es que el 62% de los encuestados cree que la dimensión de calidad total de la competitividad empresarial de COLDFINOX tiene un nivel

efectivo, el 74% de los encuestados cree que existe un nivel de evaluación comparativa eficaz de la competitividad empresarial. Sin embargo, se encontró que la empresa carecía de una estrategia de gestión para promover la innovación de sus procesos.

Ahora bien, referente al base conceptual de la “Gestión de la Innovación”, la Real Academia Española (RAE, 2014) calificó a la innovación como generar o alterar un resultado, servicio o presentarlo en el mercado. Con esa idea como precedente, Díez (2010) expresa que alterar alguna parte, presentando nuevas ideas, es en sí Innovar. Por lo cual, es algo de lo que no nos podemos librar. Los cambios que surgen de las instituciones sociales y económicas necesitan constantemente nuevos productos, novísimas formas de actuar, procesos nuevos. La constante disposición de medios a la par de ideas, son las que permiten experiencias en las diversas formas de organización de empresas.

Según Hengsberger (2019) el vocablo innovación proviene de la palabra latina *innovare*, misma que significa renovación. Desde la perspectiva económica, la innovación representa lo novedoso, que coopera con ganancias a una organización y/o sociedad. Por ello, se basa en un aspecto importante para toda organización empresarial. Teniendo en cuenta el dictamen de las facultades dinámicas, Garzón (2015) explica que innovar aquella habilidad con la que cuenta la organización para generar distintos productos, nuevos servicios, desarrollar otras formas para producir, descubrir otros mercados, otras y distintas fuentes de proveedores que brinden suministros, organizarse de distinta manera, que tengan una orientación hacia la estrategia más adecuada de la empresa.

Para ello, esta capacidad de innovar que tienen las empresas debe explicar los lazos que unen los recursos con las capacidades de la organización, al igual que estos con el conjunto de productos y mercados, esencialmente en los entornos cambiantes en los cuales actualmente se encuentre la organización. De igual manera, la Comisión Europea (1995), señala que innovar tiene una traducción de renovar y ampliar el conjunto de productos o servicios que se ofrecen en los mercados. Adicional a renovar métodos de producción, abastecimiento, distribución y cambio de gestión, organización y demás condiciones de trabajo mejores, como brindar una cualificación de las personas que participan dentro de la organización.

Para, Varela et al. (2013) el innovar agrega un nuevo valor y permite impulsar el desarrollo de la sociedad, dando paso al crecimiento, al igual que el bienestar del producto de ese desarrollo que se genera. De la misma forma, Scarone (2005) menciona que innovar es generar novedad, mejoras en los procesos de negocio, haciendo uso las mejores energías que la empresa ofrece. Por lo tanto, para lograr que los procesos de innovación sean exitosos, es primordial tener una participación interna participativa, que les permita definir de manera adecuada no solo su estructura, sino los procesos que se siguen en ella.

Para Schumpeter (1934) la innovación representa la oportunidad de crear un nuevo producto, mejorar de manera original un producto que ya existe mediante el uso de una oferta de materiales mediante la reorganización de la industria. Se llama a una empresa transformadora, a aquella que haya agregado una creación y un cambio dentro de ella. Por ello, Sánchez y Castrillo (2005) afirmaron que la innovación en la corporación se refiere a los cambios programados en sus diligencias con el fin de mejorar el producto o bien que esta oferta. Adicional a esto, la gestión innovativa significa introducir un bien, servicio, proceso totalmente nuevo o parcialmente mejorado, o quizás considerar otras formas de realizar la comercialización o de estructuración de una nueva forma de organización, que se orienta a las prácticas realizadas en el negocio, al trabajo a realizar o a como se relaciona con el entorno.

Por otra parte, Moreno et al. (2010) calificó a la innovación como aquella actividad que deja que las organizaciones sean capaces de desarrollar procedimientos o propuestas originales, mejorar sus contribuciones al cliente y, en muchos casos, la creación de empresas completamente nuevos. Bajo el punto de vista de Barba (2011), la innovación es el proceso empresarial global que necesita colocar el foco en el retorno de la inversión. Es otras palabras, toda innovación empresarial tiene como fin generar utilidades.

Adicionalmente, Belapatiño y Perea (2018) calificaron a la innovación como una nueva forma de ideas que impulsan el mejoramiento de los procesos mediante los cuales los inputs se convierten productos finales. Tratándose entonces de crear o alterar un producto, proceso que se puede usar de forma eficiente en cuanto a los recursos, reduciendo costos, generando valor para la empresa. Por su lado,

Güell, (2014) menciona que la gestión de la innovación se puede considerar un procedimiento de dirección, fuertemente ligado al enfoque de cada empresa y en consonancia con su visión y valores concretos.

De igual manera, la gestión de la innovación para Falcone et al. (2018), es la capacidad de una empresa para crear importancia y ocasionar un impacto positivo en un determinado producto, servicio o proceso en el mercado, que nacen del desarrollo de actividades nuevas y mejoradas basadas en la creatividad y una actitud emprendedora de los actores competentes en la organización. La gestión de la innovación necesita que la organización se vea involucrada y dirija los recursos de la empresa para estimular la creación de productos novedosos y opiniones que admitan desarrollar de manera original procesos y servicios (ESAN, 2016).

Así pues, para Fxtrader (2010) menciona que la gestión de la innovación permite generar nuevos productos, servicios, o mejorar los que ya existen. Sobre gestionar la innovación, esta comprende todo proceso de creación o presentación de algo nuevo, lo que implica presentar y desarrollar nuevas ideas, además de ponerlas en práctica haciendo que se traduzcan en el lanzamiento de flamantes productos al mercado o introducción de procesos internos originales (PROAGILIST, 2020). Mientras, Sánchez et al. (2016) menciona que la gestión de la innovación es una herramienta en la que los dirigentes comprometerán encaminar sus energías para impulsar la cultura dentro de las organizaciones. Es decir, se debe promover que la innovación se transforme en parte de la cultura organizacional de la empresa.

Referente a la base teórica, los modelos de la Innovación, según Schumpeter (1934) referencia a las fuerzas económicas, mencionando entre ellas a la innovación. Por tanto, la más significativa contribución de Schumpeter, a la teoría económica es la importancia del rol de un empresario innovador en la implementación de métodos de desarrollo económico genuino; en otras palabras, un desarrollo basado en la realización de nuevas combinaciones o innovaciones (Bazhal, 2016).

En esa línea, Schumpeter (1934) propone que la innovación se puede dar en productos, maneras de producción, abrir distintos mercados, desarrollar fuentes que abastecen, y crear nuevas formas de mercado. Schumpeter menciona en todas

sus investigaciones el desarrollo económico como un proceso dinámico al cual llamó como ruina creadora, el cual se entiende que las nuevas tecnologías sustituyen a las anteriores. De igual manera, sostiene que existen innovaciones incrementales e innovaciones radicales. La primera consiste en alimentar un proceso continuo de cambio; mientras que el segunda, en cambios importantes o significativos (Sánchez y Castrillo 2005).

Sobre el modelo gestión de la innovación empresarial, Güell (2014) menciona que el proceso de la gestión empresarial consta de la apertura al exterior, generar y seleccionar ideas, es decir un filtro, procesos de gestión, es decir la elaboración de proyectos y programas, realizar y capturar los beneficios, cultura y organización, visión y estrategia. En base a este modelo el área apertura al exterior se concentra en la orientación al cliente, y la exploración externa; misma que genera y selecciona ideas, consiste en inventar ideas, conceptos y prototipos, los cuales se seleccionan mediante una evaluación; procesos de gestión, que se basan en gestionar proyectos y programas de innovación mediante la medición y mejora; realizar y obtener los beneficios; cultura y organización, hace referencia a un determinado hecho que es fruto de su historia y origen; visión y estrategia, la visión innovadora es relevante para enfocar los procesos y actividades de la empresa (Güell, 2014).

Desde la posición de Carro et al. (2017) los modelos de la innovación se basan en la consideración de la tecnología y mercado como sus columnas bases, concentrando gradualmente, factores humanos, sociales y culturales. Tomando en cuenta esta idea, propusieron un modelo para la gestión de la innovación que incluya los demás pilares mencionados o factores significativos.

Factores de transferencia internos como el humano, cultura organizacional y estructura organizacional influyen en la transferencia de datos de la empresa y en las habilidades para el aprendizaje desde el interior. De igual manera, se debe dar mayor importancia a estos factores de transferencia. Por otra parte, los factores dinámicos están conformados por la Destreza Tecnológica, Gestión del Conocimiento, Blindaje de la Operación, Competitividad en el Mercado, Gobierno y Administración Financiera. El objetivo del modelo es hacer partícipes de la innovación a todos los agentes de la entidad; ya sea de forma directa o indirecta. Por ello, se debe considerar los factores dinámicos y factores de transferencia en

todo proceso de innovación empresarial.

Según Sánchez y Castrillo (2005) plantearon un modelo para la gestión de la innovación, que está conformado por cuatro elementos que son la innovación de producto, innovación de proceso, innovación comercial, e innovación organizativa. La innovación en el producto se basa en los cambios sustanciales o mejoras en las características del producto (bien o servicio); mientras que la innovación el proceso se basa en introducir cambios en los métodos de producción. La innovación en organización, consiste en incluir nuevos métodos organizativos y la innovación comercial, hace referencia a la incorporación de nuevas formas de comercialización como la presentación, diseño, promoción de producto. Igualmente, es necesario tomar en cuenta estos elementos de la innovación para considerar una empresa con novedosa (Sánchez y Castrillo 2005).

Respecto a las dimensiones de la “Gestión de innovación”, en este trabajo de investigación se propuso como dimensión: la innovación de servicio, innovación de proceso, innovación de la prestación del servicio e innovación organizativa.

“Innovación del servicio”, para Sánchez y Castrillo (2005) la innovación del servicio es la incorporación de bienes y/o servicios nuevos o mejorados tanto en sus características como en los usos que se les pueda dar. Para ello se debe innovar en las características técnicas que este tiene, lo que la compone o lo que se usa para su construcción, la tecnología que se incorpora u otra forma de mejora.

“Innovación de procesos”, para Sánchez y Castrillo (2005) significa presentar otros métodos para producir o distribuir de manera nueva o avance, se debe incluir nuevas y distintas técnicas, equipos o software cambiados.

“Innovación en la organización”, desde la postura de Sánchez y Castrillo (2005) es la presentación un novedoso sistema de organización aplicado a las prácticas de comercio, estructura del trabajo o a las vinculaciones externas de la empresa. Agrega además que la innovación en la organización tiene como finalidad perfeccionar los resultados de la organización para lo cual se busca la disminución de costos administrativos, además de la mejora de la satisfacción de los trabajadores, por lo que, en consecuencia, se fortalece la productividad laboral.

“Innovación en la prestación de servicios”, Sánchez y Castrillo (2005) afirman

que la innovación en la prestación del servicio es la presentación de un nuevo procedimiento de mercantilización que centre mejoras esenciales en el diseño o presentación del producto, en su posicionamiento, en su promoción o en su costo.

Base conceptual de la “Competitividad empresarial”, en palabras de Ramírez et al (2018) se entiende que la competitividad es un planteamiento típico en la teoría económica que hace insinuación simple a la facultad de disputar de un individuo o una unidad fructuosa correspondiente a finalidades preestablecidos. También, se sabe que la competitividad empresarial contempla en aplicar procesos de protección u ofensivas con el fin de implantar una condición defendible en el negocio y partiendo de ello, acceder a un desempeño eficiente en torno a la inversión para la empresa, esto según Porter (2008).

De igual manera, en concordancia con Porter la competitividad empresarial es la cualificación de una corporación para generar y mercadear su productividad en calidad de precio más optimas, calidad y posibilidad que sus competidores. Así también, Enright et al. (1994) se remiten a la competitividad de una empresa como su destreza para proporcionar propiedades y prestaciones, similares o más efectivos y eficientemente que sus rivales. Mientras que, es fundamental tener prioridad en el escenario tanto interno (procesos organizacionales) como externo (mercado), ya que es el potencial de una compañía que se afianza en la instauración de beneficios competitivos frente a los competidores, ya que posterior a esta interacción se originan o crean ventajas competitivas (Stavrou, 2005).

Por otra parte, Gordon (2014) menciona que la competitividad empresarial es la facultad de una entidad de contar y conservar aspectos positivos frente a sus competidores, mismas que le posibiliten sostener posicionamiento en el mercado, en otras palabras, que cuente con condiciones que la competencia no posee, creando así un rendimiento superior en comparación con los demás negocios. Tomando lo dicho por Ibarra et al. (2017) la competitividad empresarial es una parte detallada de la competitividad de los países y por tanto no es exclusivo. Según Romo y Abdel (2005), la competitividad empresarial es creada de la brecha competitiva que tiene una empresa al momento de sus procesos de producción y de organización, expresados en costo y calidad de productos en comparación a sus rivales en un determinado mercado.

La competitividad empresarial, es una variable multifactorial que necesita de recursos humanos, recursos tecnológicos, etc. y externos (Rodríguez-Perez y Ordóñez de Pablos, 2003). Así mismo, se califica a la competitividad empresarial como la capacidad de una empresa de generar e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de mercado de manera sostenible (Singh et al., 2016). En otras palabras, estas estrategias deben estar vigentes de acuerdo al mercado en donde actúan.

Además, se dice que la competitividad empresarial no puede ser llamada una característica, sino más bien una combinación de factores que se encuentran en el contexto donde actúan las organización o unidades productoras, dichos factores son tecnología, calidad, capital intelectual, innovación, entre otras (Lin et al., 2017). Según Jarramillo (2017) se debe actuar de manera estratégica para la utilización de los recursos, y además se debe buscar realizar un análisis tanto interno como independiente para tener la posibilidad de determinar las capacidades empresariales que se poseen y conferir solución eficiente a las posibilidades que se formulan en el mercado.

Sobre las bases teóricas de la “competitividad empresarial” Ibarra et al. (2017) menciona que el modelo de la competitividad organizacional está conformado por las dimensiones de planear estratégicamente, producir, ofrecer calidad, comercializar, aspectos contables y financieros, potencial humano, gestionar ambientalmente, y los sistemas de información. La planeación estratégica consta de propósitos, metas, inspección del entorno, políticas, y régimen de riesgos. La producción y operaciones está conformada por procesos de producción, certificaciones, planeaciones de materiales, flexibilidad productiva, desarrollo de nuevos productos y procesos.

El aseguramiento de la calidad está formado por la normatividad, grupos de trabajo y retroalimentación, y procesos certificados. La comercialización hace referencia a la investigación de mercado, políticas de venta, satisfacción de clientes, distribución, y relaciones cliente-proveedores. La contabilidad y finanzas está conformado por inventarios, pago de impuestos, estrategias fiscales, estructura de costos, y administración financiera.

Los recursos humanos hacen referencia a los procesos de selección y reclutamiento, compensaciones, capacitación y adiestramiento, seguridad e higiene, al igual la rotación y clima laboral. Gestión ambiental está conformado por programa de manejo de desechos, y políticas de reutilización. Los sistemas de información están ordenados por las tecnologías de la información, sistematización, y alternativas de contingencia (Ibarra et al., 2017).

Según con López y Cabrera (2018) la competitividad empresarial establece las relaciones de una empresa con el mercado. La ventaja competitiva se basa en la generación de ventajas competitivas que surgen a raíz de las interrelaciones internas y externas de los procesos. Por ello, plantean un modelo basado por factores exógenos y endógenos que impulsan la competitividad de la empresa. Asimismo, López y Cabrera (2018) hace énfasis en que la factibilidad con la que una empresa alcanza y mantiene sus niveles de éxito aun en las competencias distintivas o ventajas que desarrolle a nivel interno y en los condicionamientos externos que le brinda su ambiente.

Los factores fundamentales para esto, son los recursos, las nuevas decisiones, el aprendizaje, el flujo de información que va y viene de la empresa al ambiente, y del ambiente a la empresa. El modelo menciona que existen factores que están bajo el control de la empresa y otros que no, es este contexto, lo que puede hacer la entidad es implementar mecanismos de adaptación a las condiciones del ambiente (López y Cabrera, 2018).

Desde la perspectiva de Porter (2008) existen tres estrategias que son eficaces para enfrentar a los factores de la competencia y mantener un desempeño exitoso ante los competidores: el liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque o concentración. Para aplicar de manera exitosa las estrategias anteriormente mencionadas y lograr la competitividad, es necesario el compromiso y apoyo total de la organización. Además, cabe señalar que estas estrategias tienen por objetivo superar a los rivales de una determinada industria.

Dimensiones de la competitividad empresarial, “Mejora de la competitividad”, la competitividad, en palabras simples se refiere a la capacidad de una organización específica para proporcionar sus productos o servicios con la misma eficacia y

eficiencia que sus principales competidores en el mercado. Por lo tanto, mejorar la competitividad se vuelve en el objetivo final de muchas empresas públicas y privadas en todo el mundo. La mejora de la competitividad deja que las empresas produzcan algunos servicios o productos superiores para los clientes (Jahanshahi, 2010).

Para las empresas de cualquier rubro, confiar en un recurso para obtener ventajas no es un éxito, pero las mejores y más exitosas empresas saben que deben ver la ventaja competitiva desde nuevos y distintos ángulos, para así utilizar varios tipos de recursos y capacidades para crear competitividad y ventaja. En una industria específica, distintas empresas son más rentables que otras. Este desempeño superior es el resultado de poseer factores específicos e inimitables que resultan en un mejor desempeño que la competencia (Delery y Roumpi, 2017).

En mundo en constante cambio y competitivo como el de hoy, la mayoría de las empresas buscan maneras de aumentar su competitividad y liderazgo en comparación con sus competidores (Jahanshahi et al., 2015). Los recursos humanos o también llamados empleados, se pueden considerar como la fuente más importante de mejora de la competitividad en el sector público. Con forme con la teoría basada en recursos, al centrarse en los recursos internos, como lo son los recursos humanos, las empresas estarán en una mejor posición para explotar sus oportunidades de mercado y brindar un desempeño superior.

La "Competitividad interna", ha sido calificada como una de las más importantes competencias de las organizaciones públicas y privadas. Es por tal razón que, si la competencia principal se gestiona correctamente mente, la organización puede mejorar su competitividad frente a sus principales competidores y la manera en la que sus clientes lo consideran (Jahanshahi et al., 2015). Sin embargo, ciertos investigadores consideran que la competitividad interna permite a las organizaciones públicas y privadas ofrecer mejores servicios a sus clientes (López-Gamero y Molina-Azorín, 2016).

De manera simple, la competitividad interna contempla a los empleados como los activos más importantes de la organización y los trata como clientes internos. Al hacer hincapié en que una organización privada o pública presta una

gran cantidad de atención a las diferentes necesidades de los empleados (Gharleghi et al., 2018). Mejorar el compromiso de los empleados con los objetivos y metas de la organización es la prioridad más grande en lo que a competitividad respecta. De igual manera, apoya la conciencia organizacional frente a sus empleados y permite que las organizaciones satisfagan a estos y los motiven a desempeñarse mejor en su lugar de trabajo (Lings, 2004).

La “Actitud laboral positiva”, contar con trabajadores comprometidos juega un papel importante en la mejora de la competitividad de las organizaciones públicas y privadas (Lyons, Duxbury y Higgins, 2006). Los empleados que tienen menor intención de irse están más preocupados o absortos en su organización. Por otro lado, los empleados con más intención de irse piensan de manera negativa sobre su organización y su trabajo. Contar con una menor intención de dejar la empresa se asocia con un mayor nivel de desempeño laboral individual, mismo que mejora el desempeño financiero de sus organizaciones (Chin-Wen Liao, 2012).

Por ello, es relevante comprender qué factores reducen la intención de los empleados de irse porque los empleados más leales valoran mucho más los objetivos de la organización y apoyan a la empresa para que este alcance ventajas competitivas a largo plazo. En este sentido, se considera que contar con un estilo de gestión flexible y un entorno de trabajo de apoyo es fundamental para motivar a los empleados y reducir su intención de irse (Ahad et al., 2021).

“Intención de salir”, es sabido que la insatisfacción con el trabajo es uno de los principales motivos por las que los empleados abandonan su organización (Hom y Kinicki, 2001). Adicionalmente, la intención de irse es incrementa cuando los empleados tienen serias cuestiones sobre la justicia organizacional, la equidad o cuando reciben un apoyo emocional insuficiente de su organización. Apoyándonos en esta literatura, se puede predecir que la gestión de la innovación puede minimizar la intención de los empleados de dejar la empresa, ya que la innovación propicia instituciones más atractivas para los trabajadores, brindándoles estatus y sentido de pertenencia; por lo tanto, ayuda a las organizaciones a identificar expectativas claramente diferentes de sus clientes internos y trabajar en sus necesidades personales y organizativas de la manera más eficaz (Sfremmel, 1991).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La exploración fue de tipo básica, porque se quiso profundizar las limitaciones de la información que ya se sabe, por intermedio de mayores pruebas. De acuerdo con Arias (2012), la investigación básica se concierne esencialmente por el saber de forma desinteresada, principalmente lo motivado por voluntad intelectual y por tener mejor comprensión que sea más precisa, o que conceda reforzar lo que ya se conoce.

Por otro lado, el nivel de investigación al que se recurrió fue explicativa, al respecto Arias (2012), manifestó que este nivel de investigación, tiene como misión el encontrar fundamento de los hechos, es por ello que empleó la vinculación de causa y efecto. En este sentido, se realizó un afianzamiento tanto de las causas como de los efectos, respaldándose en las pruebas de hipótesis, así como lo que se deduce faculta a tener una comprensión más minuciosa del tema.

Por añadidura, el diseño de investigación trabajado fue el no experimental, de corte transeccional; porque no se intervino en las variables estudiadas, y transeccional porque todos los datos se recolectaron en un solo momento. Mencionado por Behar (2008), cuando el investigador contempla los fenómenos tal y como se producen de forma natural, sin tomar parte en su desarrollo, es una investigación no experimental.

3.2. Variables y operacionalización

Variable X: Gestión de la Innovación

Definición conceptual

De acuerdo a lo mencionado en la escuela de administración de negocios para graduados ESAN (2016) la gestión de la innovación hace participar a la organización y a la dirección de los recursos de la empresa con el fin de estimular la generación de conocimientos novedosos, elaborar ideas que posibiliten preparar nuevos productos, procesos y servicios.

Definición operacional

En el actual trabajo de investigación la variable Gestión de la Innovación se midió dependiendo de cuatro dimensiones: innovación de servicio, innovación de proceso, innovación de prestación de servicio, e innovación organizativa (Sánchez y Castillo, 2005). Donde la primera dimensión mencionada fue analizada con 4 ítems; la segunda, con 4 ítems; la tercera, con 4 ítems y la cuarta dimensión tuvo 4 ítems.

Variable Y: Competitividad

Definición conceptual

Conforme con Porter (2008), la competitividad empresarial comprende ocupar actividades de descargo u ofensivas para instaurar una postura justificable en la industria y de esta manera asegurar un desempeño eficiente sobre la inversión para la organización.

Definición operacional

La variable mencionada se evaluó por medio de ciertas dimensiones como: mejora de la competitividad, competitividad interna, actitud laboral positiva, intención de salir (Jahanshahi y Bhattacharjee, 2020) la primera dimensión se determinó con 5; la segunda, con 15 ítems, la tercera dimensión se analizó con 5 ítems y la cuarta dimensión con 4 ítems.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Sobre la base de Arias (2012), la población se refiere un conjunto limitado o infinito de integrantes con componentes compartidos para los cuales serán extensivas los resultados de la investigación. Esta queda establecida por el problema y por los objetivos del trabajo. Teniendo en cuenta dicha descripción la población de estudio estuvo integrada por 70 trabajadores administrativos del hospital del Sur del Perú, entre nombrados y contratados.

Muestra

La muestra de la presente investigación estuvo dada 60 colaboradores; definidos bajo los siguientes parámetros: población 70 personas, nivel de confianza 95%, margen de error del 5%, $p=0.5$ y $q=0.5$.

Para determinar la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Reemplazando la fórmula, se tiene lo siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 70}{(0.05)^2(70 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

De donde se tiene que $n = 60$ trabajadores

Muestreo

El muestreo para la designación del personal fue probabilístico (Otzen y Manterola, 2017).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para la recaudación de datos de la presente investigación referente a las variables gestión de la innovación y competitividad empresarial, se recurrió a la técnica de la encuesta (Katz et al., 2019), con el instrumento el cuestionario (Arribas, 2004).

Instrumento

Arias (2012) define a la encuesta como un método que procura alcanzar información que dispensa un grupo o muestra de individuos en cuanto a sí mismos, o con respecto hacia un tema en particular. Para Hernández y Mendoza (2018) el cuestionario es una serie de interrogantes en cuestión de una o más variables a evaluar.

Validez

Con el fin de verificar el cuestionario se ejecutó una encuesta experimental, posteriormente a través del Cronbach se comprobó la confiabilidad, asimismo se acudió al juicio de expertos en los temas de gestión de la innovación y competitividad empresarial para la validación del instrumento (Robles Garrote y Rojas, 2015).

Confiabilidad

Adicionalmente, se aplicó el programa estadístico SPSS y Excel para la comprobación de los datos, a través de ellos se obtuvieron tablas y figuras que expusieron los efectos del estudio a partir del cual se llevaron a cabo las interpretaciones (González y Pazmiño, 2015).

3.5. Procedimientos

El proceso a seguir para la captación, elaboración y exposición de resultados, en primer lugar, consignó en demandar el consentimiento para la puesta en práctica del instrumento, seguidamente se llevó a cabo la encuesta vía web, a los informantes que fueron seleccionados en el muestreo (Diaz De Rada, 2017).

3.6. Método de análisis de la información

Tanto la estadística descriptiva como la estadística inferencial fueron los métodos estadísticos aprovechados en el desarrollo de la investigación: en el primer caso se hizo uso de tablas de frecuencia y figuras; en el segundo caso se acogió la regresión logística ordinal (Prematunga, 2012).

3.7. Aspectos éticos

Es indispensable tener en cuenta la costumbre moral durante todo el proceso de investigación. En primer lugar, se preservó la autoría de toda información secundaria a utilizada; por otra parte, en circunstancia a la información primaria se procedió por medio de la conciencia informada, honrando siempre la anonimidad de los informantes, así como el uso primordialmente para el fin de la investigación de la evidencia alcanzada, con mucho respeto a la equidad de género, así como la no diferenciación de ningún individuo (Álvarez, 2018).

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

La investigación ha arrojado interesantes resultados a nivel descriptivo, que se pasa a describir a nivel de variables y dimensiones.

En la tabla 1, sobre la variable Gestión de Innovación solo el 13.3% lo calificó como muy inadecuado, un 33.3% como inadecuado y un 30% regular. Por otro lado, un 16.7% lo señaló como bueno y un pequeño porcentaje representado por el 6.7% como excelente. Como los porcentajes señalan, es necesario trabajar en mejorar la Gestión de Innovación ya que un gran grupo califica de manera negativa a este.

En lo que respecta a las dimensiones sobre la Innovación del Servicio, el 6.7% lo señaló como muy deficiente, el 41.7% como deficiente y un 21.7% como regular. 18.3% calificó a esta variable como simplemente buena y como excelente solo un 11.7%. Los resultados obtenidos muestran que existe un gran grupo que tiene una respuesta intermedia negativa sobre la Innovación del Servicio, por lo que requerirá maneras de mejorarla. En cuanto a la dimensión Innovación de Procesos, el 8.3% la calificó como muy deficiente, el 35% como deficiente y el 30% como regular, siendo un 73.3% de opiniones negativas. Asimismo, el 16.7% lo calificó como bueno y tan solo el 10% como excelente. Los resultados muestran que es necesario trabajar esta dimensión para que el alto porcentaje de opiniones desfavorable mejore.

Sobre la dimensión Innovación en la organización, los resultados demostraron que el 8.3% calificó a esta como muy deficiente, el 38.3% como deficiente y el 28,3% como regular. En contraste a estas respuestas, el 16,7% la calificó como buena y tan solo el 8.3% como excelente. La dimensión Innovación en la organización deberá buscar alternativas para cambiar la opinión de los encuestados y los porcentajes mejoren. Sobre la dimensión Innovación en la prestación de servicios, se obtuvieron los siguientes resultados: el 11.7% calificó a esta dimensión como muy deficiente, mientras que un 25% como deficiente y el 31.7% como regular. El 23.3% calificó como buena a esta dimensión y tan solo el 8.3% como excelente.

Tabla 1*Distribución de frecuencias de gestión de innovación y sus dimensiones*

		Nivel	Rango	F	%
Variable	Vx: Gestión de innovación	Muy inadecuado	[16-28]	8	13.3%
		Inadecuado	[29-41]	20	33.3%
		Regular	[42-54]	18	30%
		Bueno	[55-67]	10	16.7%
		Excelente	[68-80]	4	6.7%
Dimensión	D1: Innovación del servicio	Muy deficiente	[4-6]	4	6.7%
		Deficiente	[7-9]	25	41.7%
		Regular	[10-12]	13	21.7%
		Bueno	[13-16]	11	18.3%
		Excelente	[17-20]	7	11.7%
Dimensión	D2: Innovación de procesos	Muy deficiente	[4-6]	5	8.3%
		Deficiente	[7-9]	21	35%
		Regular	[10-12]	18	30%
		Bueno	[13-16]	10	16.7%
		Excelente	[17-20]	6	10%
Dimensión	D3: innovación en la organización	Muy deficiente	[4-6]	5	8.3%
		Deficiente	[7-9]	23	38.3%
		Regular	[10-12]	17	28.3%
		Bueno	[13-16]	10	16.7%
		Excelente	[17-20]	5	8.3%
Dimensión	D4: Innovación en la prestación	Muy deficiente	[4-6]	7	11.7%
		Deficiente	[7-9]	15	25%
		Regular	[10-12]	19	31.7%
		Bueno	[13-16]	14	23.3%
		Excelente	[17-20]	5	8.3%

Nota. Resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta.

En la tabla 2, la variable estudiada fue la de competitividad, misma que fue evaluada y de la cual se obtuvieron los siguientes resultados. El 16.7% la calificó como deficiente, el 43.3% como regular, apenas el 21.7% como buena y el 18.3% como excelente. Aunque la variable no tiene resultados negativos, es necesario trabajar en ella para lograr un cambio positivo.

Sobre la dimensión Mejora de la competitividad, se obtuvieron los siguientes resultados. El 6,7% la calificó como muy deficiente, un 21.7% como deficiente y un gran porcentaje del 40% como regular. Sin embargo, un 16.7% le califican como buena y el 15% como excelente. Como los personajes muestran, es necesario trabajar con esta dimensión para obtener resultados más positivos. Respecto a la Competitividad interna, se obtuvo que el 18,3% la calificó como muy deficiente, el 23.3% como deficiente y el 28.3% como regular. Solo el 20% la calificó como buena y apenas el 10% como excelente. Los porcentajes muestran que apenas el 30% de los encuestados respondieron de manera positiva, mientras que más de la mitad muestra que esta dimensión necesita mejora.

Sobre la dimensión Actitud laboral, se obtuvieron los siguientes resultados. El 18.3% lo calificó como deficiente, el 23.3% como regular. Por otro lado, el 38.3% lo calificó como bueno y el 20% como excelente. Si bien esta dimensión cuenta con porcentajes positivos, es necesario seguir con planes que ayuden a mejorar y permitan que las respuestas negativas. Y, por último, acerca de la dimensión Intención de salir, se sabe que el 10% califica a esta dimensión como muy deficiente, el 8.3% lo califica como deficiente y el 45% simplemente como regular. Sin embargo, el 25% calificó a esta como dimensión como buena y apenas el 11.7% la señaló como excelente. Es necesario que se busquen alternativas que apoyen la mejora de esta dimensión, ya que un porcentaje considerable la califica de manera negativa.

Tabla 2*Distribución de frecuencias de competitividad y sus dimensiones*

		Nivel	Rango	F	%
Variable	Vy: Competitividad	Muy deficiente	[29-51]	0	0%
		Deficiente	52-74]	10	16.7%
		Regular	[75-97]	26	43.3%
		Bueno	[98-121]	13	21.7%
		Excelente	[122-145]	11	18.3%
Dimensión	D1: Mejora de la competitividad	Muy deficiente	[5-8]	4	6.7%
		Deficiente	[9-12]	13	21.7%
		Regular	[13-16]	24	40%
		Bueno	[17-20]	10	16.7%
		Excelente	[21-25]	9	15%
Dimensión	D2: Competitividad interna	Muy deficiente	[15-29]	11	18.3%
		Deficiente	30-44]	14	23.3%
		Regular	[45-59]	17	28.3%
		Bueno	[60-74]	12	20%
		Excelente	[75-90]	6	10%
Dimensión	D3: Actitud laboral positiva	Muy deficiente	[5-8]	0	0%
		Deficiente	[9-12]	11	18.3%
		Regular	[13-16]	14	23.3%
		Bueno	[17-20]	23	38.3%
		Excelente	[21-25]	12	20%
Dimensión	D4: Intención de salir	Muy deficiente	[4-6]	6	10%
		Deficiente	[7-9]	5	8.3%
		Regular	[10-12]	27	45%
		Bueno	[13-16]	15	25%
		Excelente	[17-20]	7	11.7%

Nota. Resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta.

4.2. Resultados inferenciales

Para medir la influencia de la gestión de la innovación en la competitividad de un hospital estatal en el Sur del Perú, se ha determinado utilizando pruebas no paramétricas, para ello se ha recurrido a la regresión logística ordinal, puesto que se tiene variables categóricas. Los resultados se muestran a continuación.

Prueba de hipótesis

Hipótesis general

La gestión de la innovación influye positivamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.

El objetivo general que persigue la investigación es determinar cómo la gestión de la innovación influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú 2021; en la tabla 3, se mide la Influencia de la gestión de la innovación en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú 2021. El Chi cuadrado al que se ha alcanzado es 35.656, se sabe que el modelo es adecuado debido al grado de significancia 0.000, menor a $p=0.05$, además se tiene un Pseudo R cuadrado medido a través de la prueba de Nagelkerke de 0.484, con el cual se puede afirmar que la gestión de la innovación explica el 48.4% del comportamiento de la gobernabilidad local.

Tabla 3

Determinación del ajuste de los datos para el modelo de la gestión de la innovación en la competitividad

	Chi cuadrado	gl	Sig.	Pseudo R-cuadrado	
Gestión de la				Cox y Snell	0.448
innovación en la	35.656	4	0.000	Nagelkerke	0.484
competitividad				McFadden	0.228

Hipótesis específica 1

La innovación del servicio influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.

El primer objetivo específico busca determinar la influencia de la gestión de innovación en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021; en la tabla 4, se mide la Influencia de la de la gestión de innovación en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. Con un grado de significancia 0.000, menor a $p=0.05$, que indica que el modelo es adecuado, también se muestra el Chi cuadrado es 20.227; además se puede afirmar que la innovación del servicio explica el 30,9%% de la competitividad porque se tiene un Pseudo R-cuadrado medido a través de la prueba de Nagelkerke de 0.309.

Tabla 4

Determinación del ajuste de los datos para el modelo de innovación del servicio en la competitividad

	Chi cuadrado	gl	Sig.	Pseudo R-cuadrado	
innovación del				Cox y Snell	0.286
servicio en la	20.227	4	0.000	Nagelkerke	0.309
competitividad				McFadden	0.129

Hipótesis específica 2:

La innovación de procesos influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.

En la tabla 5, se mide el segundo objetivo específico la Influencia de la innovación de procesos en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. Con un grado de significancia 0.000, menor a $p=0.05$, que indica que el modelo es adecuado y un Chi cuadrado de 28.411, de igual manera se tiene un Pseudo R-cuadrado medido a través de la prueba de Nagelkerke de 0.407, con el cual se puede afirmar que la innovación de procesos explica el 40.7% de la competitividad.

Tabla 5

Determinación del ajuste de los datos para el modelo de innovación de procesos en la competitividad

	Chi cuadrado	gl	Sig.	Pseudo R-cuadrado	
innovación del				Cox y Snell	0.377
proceso en la	28.411	4	0.000	Nagelkerke	0.407
competitividad				McFadden	0.182

Hipótesis específica 3

La innovación de la organización influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.

Se propuso determinar la influencia de la innovación de la organización en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021 para el tercer objetivo específico; en la tabla 6, se mide la Influencia de la innovación de la organización en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. Con el Chi cuadrado de 38.797 y un grado de significancia 0.000, menor a $p=0.05$, que indica que el modelo es adecuado, se puede afirmar que la innovación de la organización explica el 51.4% de la competitividad, esto gracias a que se tiene un Pseudo R-cuadrado medido a través de la prueba de Nagelkerke de 0.514.

Tabla 6

Determinación del ajuste de los datos para el modelo de innovación de la organización en la competitividad

	Chi cuadrado	gl	Sig.	Pseudo R-cuadrado	
Innovación de la				Cox y Snell	0.476
organización en la	38.797	4	0.000	Nagelkerke	0.514
competitividad				McFadden	0.248

Hipótesis específica 4

La innovación en la prestación influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.

El cuarto objetivo específico se propuso determinar la influencia de la innovación prestación en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021; en la tabla 6, se mide la Influencia de la innovación de la organización en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021. El Chi cuadrado es 49.897, con un grado de significancia 0.000, menor a $p=0.05$, que indica que el modelo es adecuado, además se tiene un Pseudo R-cuadrado medido a través de la prueba de Nagelkerke de 0.610, con el cual se puede afirmar que la innovación en la prestación de servicios explica el 61% de la competitividad.

Tabla 7

Determinación del ajuste de los datos para el modelo de innovación de la organización en la competitividad

	Chi cuadrado	gl	Sig.	Pseudo R-cuadrado	
Innovación en la prestación de servicio en la competitividad	49.897	4	0.000	Cox y Snell	0.565
				Nagelkerke	0.610
				McFadden	0.319

V. DISCUSIÓN

La actual investigación se centró en determinar la influencia de la gestión de la innovación en la competitividad de un hospital estatal en el sur del Perú, y con el fin de evidenciar de manera empírica se utilizó la encuesta con la aplicación de un cuestionario, los cuales permitieron alcanzar resultados descriptivos e inferenciales.

Se entiende que la gestión de la innovación es introducir productos, servicios, procesos nuevos o parcialmente mejorados, o considerar otras formas de comercializar o construir una nueva forma organizativa que esté orientada a la práctica empresarial, ejecución de obra o porque esté relacionada con el medio ambiente (Sanchez y Castrillo, 2005). Los resultados a nivel descriptivo sobre Gestión de Innovación, demostraron que solo el 13.3% lo calificó como muy inadecuado, un 33.3% como inadecuado y un 30% regular.

Por otro lado, un 16.7% lo señaló como bueno y un pequeño porcentaje representado por el 6.7% como excelente. Estos resultados corroboran la escasa innovación en el sector público, lo que refleja una estructura vertical, que no promueve la innovación y se dedica a realizar siempre los mismos procedimientos, aunque estos no estén brindando buenos resultados para la organización (Sørensen, 2012). Tal y como los porcentajes precisan, es preciso ocuparse en mejorar el nivel de gestión de la innovación en la organización debido a que el mayor porcentaje lo califica de una manera negativa a comparación de los que si consideran que cuenta con buen nivel.

En un estudio similar, como el de Marín (2018), se encontró que el 78.8% de las organizaciones que estudió indicaron que la innovación de producto es regular, el 84.8% considera que la innovación de procesos de igual manera es regular, al igual que el 93.9% opina que la innovación organizacional es regular; esto demostró que la innovación organizacional no es suficiente en tales organizaciones para que puedan tener crecimiento, haya un buen ambiente de trabajo con liderazgo y tecnología óptima. A pesar que son dos sectores distintos, los resultados en muchos de los casos son similares, esto se debe a que no se tiene una cultura de innovación a nivel de región o en países en desarrollo se adolece de esta práctica,

lo que conlleva siempre a ser menos competitivos frente a la competencia.

De igual manera, se cuenta con el estudio de Pacheco (2017), donde se evidenció que la calidad total de la competitividad empresarial de una organización cuenta con un nivel efectivo, gracias a los resultados que demostraron que el 60% de encuestas opinan lo mencionado, también se evidencia que el 74% de individuos consideran que el nivel de evaluación de la competitividad es eficaz; no obstante, la empresa carece de una estrategia que gestione la innovación en sus procesos. Por lo que se debe implementar más prácticas del sector privado al sector público a fin de mejorar los procesos y de esta manera brindar mejores servicios a los ciudadanos que recurren a las diferentes entidades.

La competitividad empresarial es la aptitud de una empresa de poseer y mantener sus ventajas en relación con sus competidores, de modo que pueda mantener una posición en el mercado (Neary, 2006). En otras palabras, tiene condiciones que los competidores no poseen, lo que genera un desempeño superior (Gordon, 2014). Según los resultados obtenidos, se observó que el 16.7% la calificó como deficiente, el 43.3% como regular, apenas el 21.7% como buena y el 18.3% como excelente. Si bien la variable no posee resultados negativos, es necesario trabajar en ella para alcanzar un cambio efectivo. Muy a pesar de ser un sector atendido principalmente por el Estado, no se puede evidenciar una mayor competitividad, lo que lleva a recibir constantemente quejas por parte de los usuarios y que, en muchos de los casos, los que cuentan con los recursos necesarios, recurren al sector privado para obtener el mismo servicio sin embargo quedan desatendidos y diversas quejas los que no pueden costear los servicios privados en salud.

En lo que respecta a los resultados inferenciales de la hipótesis general, se ha encontrado un Chi cuadrado de 35.656 con 4 grados de libertad, un valor de significancia de 0.000, menor a $p=0.05$, que permite afirmar que la regresión ordinal es el modelo que permitirá determinar la influencia de la variable independiente en la dependiente, del mismo modo se ha determinado un valor de la prueba de Nagelkerke de 0.484, que indicaría que la gestión de la innovación explica un 48.4% de la competitividad empresarial. El valor encontrado es un valor relativamente alto, por lo que se debe poner mayor interés en los procesos innovativos, con la finalidad

de determinar nuevas formas de hacer las cosas, que conlleven a prestar mejores servicios y de esta manera atender de manera más óptima a los clientes que asisten por los servicios prestados.

Dichos resultados difieren de los obtenidos por el estudio de Martínez y Padilla (2020), quienes al examinar la relación entre innovación empresarial y competitividad empresarial llegaron a la conclusión de que el 62.3% de las innovaciones se corresponden de forma directa con la competitividad de la organización, lo que hace destacar la relación positiva y directa de ambas variables. Esto se debe principalmente debido a que en el sector empresarial es un requisito fundamental para el crecimiento, sobrevivencia y sostenibilidad de las empresas en el mercado, el tener que innovar permanentemente, lo cual genera una mayor competitividad en las empresas, frente a un mercado cada vez más competitivo. Esto corrobora que el sector público debe seguir los mismos pasos en la innovación de tal manera que se tenga mayor competitividad organizacional (Bhawsar y Chattopadhyay, 2015).

De igual manera, se compara con la investigación de Portillo (2018), la cual tuvo el objetivo de analizar el impacto de la innovación empresarial y la competitividad industrial. El autor concluyó que hay un impacto directo entre la innovación de productos y competitividad en panificadoras del Callao, puesto que cuentan con productos novedosos y de buena calidad, de igual manera hay un impacto directo entre innovación de procesos y la competitividad de las empresas debido a sus dispositivos y mobiliarios óptimos, por último, también encontró que hay incidencia directa entre innovación de gestión y la toma de decisiones. Lo que demuestra que la innovación se convierte en el requisito fundamental de las organizaciones para seguir siendo competitivas en el mercado en que se encuentran (Neary, 2006).

En lo que respecta a la influencia de la innovación del servicio, el cual se refiere a incorporar las particularidades de los bienes y/o servicios nuevos, mejorados y los posibles usos de los mismos (Stewart-Weeks y Kastelle, 2015). Para ello, es necesario innovar en sus características técnicas, su composición o contenido utilizado en su construcción, la tecnología utilizada u otras formas mejoradas (Sánchez y Castrillo, 2005). Los resultados mostraron que el 6.7% lo

señaló como muy deficiente, el 41.7% como deficiente y un 21.7% como regular. 18.3% calificó a esta variable como simplemente buena y como excelente solo un 11.7%.

Los resultados obtenidos muestran que existe un gran grupo que tiene una respuesta intermedia negativa sobre la innovación del servicio, por lo que se puede deducir que la organización aun cuenta con deficiencias en cuanto a las características positivas con las que cuentan. Esto es un hecho generalizado principalmente en las entidades prestadoras del servicio de salud en el cual se puede evidenciar largos tiempos de espera para la atención, malos tratos a los clientes, en algunos casos malas prácticas médicas, o en su defecto la escasa empatía con los pacientes que acuden a un centro de salud para la atención de sus enfermedades.

A nivel inferencial y a través de la regresión ordinal, se obtuvo un Chi cuadrado de 20.227 con 4 grados de libertad, un valor de significancia de 0.000, menor a $p=0.05$, por lo que el modelo es adecuado para ser usado, con un valor de Pseudo R-Cuadrado de la prueba de Nagelkerke de 0.309, que indicaría que la innovación del servicio explica el 30.9% de la competitividad en sector salud. Este hecho es fundamental, debido a que la salud es un servicio que en nuestro país es brindado principalmente por el sector público, principalmente a sectores vulnerables y de escasos recursos, por lo que es fundamental prestarle mayor atención a la innovación de los servicios que actualmente se viene brindando.

En cuanto a la influencia de la innovación de procesos que básicamente se define como la forma de demostrar otros métodos de producción o distribución de formas nuevas o avanzadas. Debe incluir tecnologías nuevas y diferentes, equipos o softwares modificados (Sánchez y Castrillo, 2005). Por esta parte, el 8.3% la calificó como muy deficiente, el 35% como deficiente y el 30% como regular, siendo un 73.3% de opiniones negativas. Asimismo, el 16.7% lo calificó como bueno y tan solo el 10% como bueno. Los resultados muestran que es necesario trabajar esta dimensión para que el alto porcentaje de opiniones desfavorable mejore.

Respecto a la influencia de la innovación de procesos en la competitividad organizacional, se ha encontrado un Chi cuadrado de 28.411 con 4 grados de

libertad, un valor de significancia de 0.000, menor a $p=0.05$, además de resultados de la prueba de Nagelkerke con un valor de 0.407, que indicaría que la innovación de procesos explica el 40.7% de la competitividad. De acuerdo con los resultados, se puede inferir que la innovación de procesos tiene una gran influencia en la competitividad del hospital estudiado, pero aún se necesita seguir implementando estrategias que puedan potenciar la actividad dentro del equipo de trabajo. Es por ello que la dirección de la institución debe procurar seguir innovando en los procesos a todo nivel a fin de llegar a un nivel más óptimo de lo que se presta a los clientes.

Con respecto a la influencia de la innovación de la organización la cual es una introducción a un nuevo procedimiento de organización, aplicable a las experiencias comerciales, organización del encargo o relaciones externas de la empresa, que tiene como finalidad optimar el desempeño de la empresa y buscar reducir los costos de gestión, además de mejorar la satisfacción de los trabajadores, aumentando así la productividad laboral (Sánchez y Castrillo, 2005). A nivel descriptivo, se evidenció que el 8.3% calificó a esta como muy deficiente, el 38.3% como deficiente y el 28.3% como regular. En contraste a estas respuestas, el 16.7% la calificó como buena y tan solo el 8.3% como excelente. La dimensión innovación en la organización deberá buscar alternativas para mejorar la metodología que sigue la organización en cuanto al desempeño de sus tareas para que la empresa pueda mejorar su productividad.

Para determinar la influencia de la innovación de la organización en la competitividad organizacional se ha utilizado regresiones ordinales, lo que permitió obtener el Chi cuadrado de 38.797 con 4 grados de libertad, un valor de significancia de 0.000, menor a $p=0.05$, por lo que el modelo es adecuado para ser usado, además de un Pseudo R-cuadrado calculado a través de la prueba de Nagelkerke de 0.514, que indicaría que la innovación de la organización explica el 51.4% de la competitividad.

En referencia a la influencia de la innovación en la prestación de servicios es la presentación de un nuevo procedimiento de marketing, que se enfoca en el fortalecimiento en el diseño o exposición del producto, posicionamiento, divulgación o costo (Sánchez y Castrillo, 2005). Como resultados ante dicha dimensión, se

obtuvo que el 11.7% calificó a esta dimensión como muy deficiente, mientras que un 25% como deficiente y el 31.7% como regular. El 23.3% calificó como buena a esta dimensión y tan solo el 8.3% como excelente.

De acuerdo a la influencia de la innovación en la prestación de servicios en la competitividad organizacional, se obtuvo un Chi cuadrado de 49.897 con 4 grados de libertad, un valor de significancia de 0.000, menor a $p=0.05$, además de resultados de la prueba de Nagelkerke con un valor de 0.610, que indicaría que la innovación en la prestación de servicios explica el 61% de la competitividad.

VI. CONCLUSIONES

1. Existe influencia directa de nivel bajo de la gestión de la innovación en la competitividad organizacional, la influencia es baja debido a que no se hace hincapié en optimizar y organizar los procesos de servicio o de comercio.
2. La innovación del servicio influye en un bajo nivel en la competitividad empresarial, de este resultado se puede inferir que la organización aun cuenta con características obsoletas que bajan la productividad.
3. La influencia en la innovación de procesos influye en un nivel bajo en la competitividad empresarial, debido a que no se apuesta por nuevas formas de trabajar, utilizando métodos de producción que estén en tendencia o sea avanzado para que puedan mejorar su desempeño y tener un mejor posicionamiento en comparación con sus competidores.
4. La innovación de la organización influye en un nivel bajo en la competitividad empresarial, esto se debe a que en el equipo de trabajo no existen métodos de organización eficientes para optimizar la labor de los colaboradores, esto también influye a que la empresa tenga más egresos relacionados a la gestión y la satisfacción del equipo no sea muy alta.
5. La innovación en la prestación de servicios influye en un nivel bajo en la competitividad empresarial, puesto que la organización no se ha preocupado por mejorar su estrategia de marketing y su método de exposición y divulgación de servicios no es suficientemente correcta para un mayor alcance por parte de su público objetivo.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar una reingeniería en lo que respecta los procesos que siguen para el desenvolvimiento de las responsabilidades por parte del personal para que puedan alcanzar más los objetivos propuestos a corto y largo plazo.
2. Se recomienda invertir un poco en los dispositivos que se hacen uso para la realización de sus labores puesto que acelerarían el proceso y mejoraría su productividad en gran mayoría.
3. Se recomienda actualizar los métodos de producción con el fin de que los colaboradores estén más actualizados y logren mostrar un desempeño más eficiente para conseguir posicionarse en un buen nivel a comparación con otras empresas.
4. Se recomienda a los líderes de la organización elaborar estrategias para mejorar la organización de sus empleados con el fin de que estos puedan sentirse en un mejor ambiente laboral y su trabajo sea más óptimo.
5. Se recomienda comenzar a trabajar con profesionales de publicidad y marketing para que los servicios que brinda la organización puedan tener mayor alcance

REFERENCIAS

- Adams, R., Bessant, J., & Phelps, R. (2006). Innovation management measurement: A review. *In International Journal of Management Reviews*, 8(1), pp. 21–47.
<https://doi.org/10.1111/j.14682370.2006.00119.x>
- Ahad, R., Mustafa, M. Z., Mohamad, S., Abdullah, N. H. S., & Nordin, M. N. (2021). Work attitude, organizational commitment and emotional intelligence of Malaysian vocational college teachers. *Journal of Technical Education and Training*, 13(1), 15–21. <https://doi.org/10.30880/jtet.2021.13.01.002>
- Álvarez, P. (2018). Ética e investigación. *Ética e Investigación*, 2. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6312423>
- Almanza, R., & Calderón, P. (2019). Los Factores Internos de las Pymes y su Influencia en la Competitividad (Caso Sector Comercio en Lázaro Cárdenas Michoacán). *Horizontes Empresariales*, 4-20.
<https://revistas.ceipa.edu.co/index.php/perspectiva-empresarial/article/view/629>
- Aragón, A., Rubio, A., Serna, A., & Chablé, J. (2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco. *Investigacion y ciencia de la Universidad Autonoma de Aguas Calientes*, 4-12. Obtenido de <https://investigacion.uaa.mx/RevistalyC/archivo/revista47/Articulo%201.p df>
- Arias, F. (2012). *EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN (INDUCCIÓN A LA METODOLOGÍA CIENTÍFICA)*. EDITORIAL EPISTEME.
https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matrofas Profesión*, 5(17), 23–29.
<https://www.federacion-matronas.org/wp->

content/uploads/2018/01/vol5n17pag23-29.pdf

Avendaño, W. (2012). Innovación: un proceso necesario para la pequeñas y medianas empresas del municipio de San José de Cúcuta, Norte de Santander (Colombia). *Semestre económico*, 187-207. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1650/165024299008.pdf>

Barba, E. (2011). *Innovación 100 consejos para inspirarla y gestionarla*. Barcelona: Libros de Cabecera S.L.
<https://www.marcialpons.es/media/pdf/innovacion-100-consejos-parainspirarla-y-gestionarla.pdf>

Bazhal, I. (2016). La teoría del desarrollo económico de JA Schumpeter: características clave. *MPRA*, 2-17.
https://mpra.ub.unimuenchen.de/69883/1/MPRA_paper_69883.pdf

Behar, D. (2008). Metodología de la Investigación.

Belapatiño, V., & Perea, H. (07 de agosto de 2018). *Perú: Innovación una agenda pendiente*. Obtenido de BBVA: https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2018/07/Peru_Innovacion-AgendaPendiente.pdf

Berastegui, N., Severiche, E., Paternina, D., & Salazar, F. (2020). Capacidades de innovación empresarial en el sector infraestructura vial del departamento de Córdoba. *REVISTA INTERNACIONAL MULTIDISCIPLINARIA*, (1), 130-160.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8528308.pdf>

Bhawsar, P., & Chattopadhyay, U. (2015). Competitiveness: Review, Reflections and Directions. *Global Business Review*, 16(4), 665–679.
<https://doi.org/10.1177/0972150915581115>

Cabrera, A., López, P., & Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Colombia: Universidad Central.

https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/competitividad_peq_emp.pdf

Díaz De Rada, V., (2017). Web Survey Methodology. Mario Callegaro, Katja Lozar Manfreda y Vasja Vehovar (Londres, Sage, 2015). *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (157), 165-169.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99749054010>

Camacho, M. (2017). *La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas de mango*. Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.

[http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2910/1/2017_Camacho_La competitividad-empresarial.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2910/1/2017_Camacho_La%20competitividad-empresarial.pdf)

Carro, J., Reyes, B., Garnica, J., & Rosano, G. (2017). Modelo del proceso de innovación mediante factores dinámicos y de transferencia. *Ciencia Tecnológica* (53), 5-15. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6407913>

Comisión Europea. (1995). *Libro verde de la innovación*. Francia: COMISIÓN EUROPEA. <https://sid.usal.es/idocs/F8/FDO11925/libroverde.pdf>

Candelin-Palmqvist, H., Sandberg, B., & Mylly, U. M. (2012). Intellectual property rights in innovation management research: A review. In *Technovation*, 32(9), pp. 502–512

<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2012.01.005>

Chin-Wen Liao. (2012). Work values, work attitude and job performance of green energy industry employees in Taiwan. *AFRICAN JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT*, 6(15). <https://doi.org/10.5897/ajbm11.1449>

Díez, A. (2010). La gestión del conocimiento y los procesos de innovación. *Encuentros multidisciplinarios*, 1-9.

<http://www.encuentrosmultidisciplinares.org/Revistan%C2%BA36/ALFO>

NSO%20DIEZ%20RU BIO.pdf

Drucker, P. (2004). La disciplina de la innovación. *Harvard Business School*, 37.
<http://s017.sela.org/media/2366647/r-la-disciplina-de-la-innovacion.pdf>

Enright, M., Francés, A., & Scott, E. (1994). *Venezuela, el reto de la competitividad*. Caracas: IESA.
https://books.google.com.pe/books/about/Venezuela_el_reto_de_la_competitividad.html?id=-LWOAAAIAAJyredir_esc=y

ESAN. (22 de setiembre del 2016). *7 aspectos clave en la gestión de la innovación*.
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/7-aspectos-clave-en-la-gestion-de-la-innovacion>

Falcone, G., Jiménez, J., Tinajero, Z., & Serna, J. (2018). Gestión de Innovación en Negocios. *Vincula técnica Efam*, 463-478.
http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica_3/49%20FALCONE_JIMENEZ_TINAJERO_SERNA.pdf

Fxrader. (06 de diciembre de 2010). *La gestión de la innovación en 8 pasos*.
<https://www.emprendices.co/la-gestion-de-la-innovacion-en-8-pasos/>

García, O. (23 de junio de 2015). *Competitividad, concepto e importancia*.
<https://www.milenio.com/opinion/variosautores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividadconcepto-e-importancia>

González, J., García, L., Lucero, C., & Romero, N. (2013). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Scielo*, 109 - 135.
<http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n36/n36a04.pdf>

González, J. A., & Pazmiño, M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Likert. *Revista Publicando*, 2(2),

62-77.

<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/22>

Gordon, D. (2014). *Competencia Empresarial*.

<http://www.colbritanico.edu.co/CBCStudents/Proyectos%20de%20metodolo>

Güell, F. (2014). *Un modelo de gestión de la innovación*. España: Universidad de Girona.

<https://www.aec.es/formacion/catalogo-cursos/gestion-la-innovacion/>

Hengsberger, A. (02 de octubre de 2019). *¿Qué es la gestión de la innovación?*

<https://www.leadinnovation.com/es/blog/qu%C3%A9-es-gesti%C3%B3n-innovaci%C3%B3n>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación*.

México: McGraw-hill Interamericana editores S.A.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la*

Investigación. México: McGraw-Hill: Quinta Edición.

Humberto, E. (2011). *La Innovación en la Empresa Peruana*. América Economía.

<https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/lainnovacion-en-la-empresa-peruana>.

Ibarra, M., Gonzáles, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 107-130.

<http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-3500107.pdf>

Jarramillo, R. (2017). Una mirada a la competitividad. *Revista Dictamen Libre*, 87-

98. <https://www.redalyc.org/pdf/674/67413393002.pdf>

Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial.

- Omnia*, 158-184. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>
- Jahanshahi, A. A., & Bhattacharjee, A. (2020). Competitiveness improvement in public sector organizations: What they need? *Journal of Public Affairs*, 20(2). <https://doi.org/10.1002/pa.2011>
- Katz, A. M., Seid, G., & Abiuso, F. L. (2019). La técnica de encuesta: Características y aplicaciones. In *Cátedra: Moreno Cuaderno De Cátedra N° 7*. <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wpcontent/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-técnica-deencuesta.pdf>
- Lin, C., Wang, C. Y. P., Wang, C. Y., & Jaw, B. S. (2017). The role of human capital management in organizational competitiveness. *Social Behavior and Personality*, 45(1), 81–92. <https://doi.org/10.2224/sbp.5614>
- Liu, X., Chen, J., Wang, D., Li, X., Wang, E., Jin, Y., Ma, Y., Yu, C., Luo, C., Zhang, L., Liu, C., Zhou, Y., Yang, L., Song, J., Bai, T., & Hou, X. (2020). COVID-19 Outbreak Can Change the Job Burnout in Health Care Professionals. *Frontiers in Psychiatry*, 11(December), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.563781>
- López, P., & Cabrera, A. (2018). *La competitividad empresarial, su concepción y condicionantes: estudio cualitativo con expertos y empresarios*. Fundación Universidad Central. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/419/1296>
- López-Gamero, M. D., & Molina-Azorín, J. F. (2016). Environmental Management and Firm Competitiveness: The Joint Analysis of External and Internal Elements. *Long Range Planning*, 49(6), 746–763. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.12.002>
- Luciano, R., Sotomayor, J., Barrial, D., & Loayza, M. (2021). Gestión administrativa en el proceso presupuestal del sector educación en gobiernos subnacionales

del Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 11701–11717. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1195

Marín, C. (2018). *Gestión de la Innovación y su Influencia en la competitividad en la Empresas agroindustriales, rubro aceituno de la Región Tacna, año 2016* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann]. <https://repositorio.unjbg.edu.pe/items/480e32b3-a838-4155-8985-780cd7700f01>

Martínez, J., & Padilla, L. (2020). Innovación organizacional competitividad empresarial. *Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. Revista de Ciencias Sociales.*, 120-132. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/32428>

Medeiros, V., Goncalves Godoi, L., y Camargos Texeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*, 7-27. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45005/1/RVE129_Medeiros.pdf

Mejía, R. (2008). *Metodología de investigación. Como realizar y presentar trabajos de investigación*. La Paz Bolivia: Sagitario.

Mercado, C. (2017). *Propuesta de Modelo de Gestión de la Innovación para Fortalecer la Competitividad de las Pymes del Sector Minero de Calizas del Municipio de Toluviejo – Sucre*. [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar]. <https://repositorio.utb.edu.co/handle/20.500.12585/3528#page=1>

Monterroso, E. (2016). Competitividad y estrategia: conceptos, fundamentos y relaciones. *Revista electrónica del departamento de ciencias sociales Universidad Nacional de Lujan*, 4-26. <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2016/05/RSOC014-002->

Moreno, S., Barragán, M., Martínez, N., Henríquez, B., Caldas, C., Agudelo, M., & Pineda, L. (2010). *Conceptos básicos de innovación*. Bogotá: Bogotá Emprende.

https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1052/4269_car_tilla_conceptos_innovacion.pdf?sequence=1

Neary, J. P. (2006). Measuring Competitiveness. *The Economic and Social Review*, 37(2). 197-213.

<https://ideas.repec.org/a/eso/journl/v37y2006i2p197-213.html>

Observatorio Tecnológico Universidad Alicante. (s.f.). *Guía de gestión de la innovación*.

https://www.ovtt.org/guias/guiapractica-innovacion/?cli_action=1615314066.741

OPS. (2020). *La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia*.

<https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia#:~:text=La%20epidemia%20de%20COVID%2D19,un%20gran%20n%C3%BAmero%20de%20personas.>

Orozco, J., Ruiz, K., & Corrales, R. (2015). *Manual para la gestión de la innovación*. Costa Rica: Universidad Nacional Costa Rica.

<https://repositorio.una.ac.cr/items/c8916165-bd48-4ede-a37c-8bea820b0b5e>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227–232.

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037

Pacheco, R. (2017). Gestión de la Innovación para la competitividad empresarial de

la empresa Coldfinox Lima, 2017. [Tesis de grado, Universidad Norbet Wiener].

<https://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/20.500.13053/1890>

Pérez, V. (19 de agosto de 2008). *Concepto de competitividad empresarial*.

<https://www.gestiopolis.com/conceptocompetitividad-empresarial/>

Pertuz, V. & Pérez, A. (2020). Condiciones para el aprendizaje organizacional y prácticas de gestión de innovación: un análisis en medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(3), 209-218. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000300209>

Pierre, J. (2016). Gestión de la Innovación Empresarial. *Revista de Ciencias de la Gestión*, 16-36.

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/view/14869>

Pinochet, O. (2017). *Participación ciudadana en la gestión pública local: el caso de la comuna de Pudahuel*. [Tesis de grado, Universidad de Chile].

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/145052>

Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo editorial Patria.

https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA_COMPETITIVA_T%C3%A9nicas_para_el_an%C3%A1lisis_de_los_sectores_y_de_la_competencia

Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo editorial Patria.

Portillo, H. (2018). *Innovación Empresarial y la competitividad industrial en las panificadoras en la provincia constitucional, Callao-2017*. [Tesis de grado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega].

[http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3752/TESIS
MAEST](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3752/TESIS_MAEST_).

Prematunga, R. K. (2012). Correlational analysis. *Australian Critical Care*, 25(3), 195–199. <https://doi.org/10.1016/j.aucc.2012.02.003>

PROAGILIST. (2020). *¿Qué es la gestión de la innovación?* Obtenido de Proagilist.es: <https://proagilist.es/innovacion-creatividad/gestioninnovacion/>

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Innovación. <https://dle.rae.es/?w=innovaci%C3%B3n>.

Real Academia Española. (2020). (09 de marzo de 2020). *Competitividad*. <https://dle.rae.es/competitividad?m=form>.

Robles Garrote, P. & Rojas, M. D. C. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada*, (18). https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c37.pdf

Rodríguez, J., & Ordóñez de Pablos, P. (2003). Knowledge management and organizational competitiveness: A framework for human capital analysis. *Journal of Knowledge Management*, 7(3), pp. 82 - 91. <https://doi.org/10.1108/13673270310485640>

Rodríguez, W. (2011). *Guía de Investigación Científica*. Fondo Editorial UCH. https://repositorio.uch.edu.pe/jspui/bitstream/20.500.12872/23/1/rodriguez_arainaga_walabonso_guia%20_investigacion_cientifica.pdf

Rojas, E. (2019). *La innovación empresarial y su influencia en las ventas en los clientes de la empresa SERCOPLUS S.A.C. [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]*.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52852?show=full>

Romo, D., & Abdel, G. (2005). Sobre el concepto de competitividad. *Instituto Tecnológico Autónomo de México*, 200-214.

http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/76/1/David_Romo.pdf

Sanchez, M., & Castrillo, R. (2005). *Manual de OSLO directrices para la recogida e interpretacion de información relativa a innovación*. OECD/European Communities. <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001708.pdf>

Sánchez, M., Cervantes, V., & Peralta, P. (2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla - Colombia. *Revista de ciencias sociales*, 76-91.

<https://www.redalyc.org/pdf/280/28049145007.pdf>

Sánchez Solís, Y., Palomino Torres, E. F., Salinas Loarte, E. A., Bedoya Campos, Y. Y., & Flores Vilcapoma, L. R. (2021). Entorno económico y niveles de competitividad de las regiones menos competitivas del Perú. *Revista Publicando*, 8(30), 1–13. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2195>

Schumpeter, J. (1934). *La teoría del desarrollo económico*. Cambridge, Massachusetts.: Harvard University Press.

<https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674879904>

Stremmel, A.J. (1991). Predictors of intention to leave child care work. *Early Childhood Research Quarterly*, 6, 285-298.

<https://www.semanticscholar.org/paper/Predictors-of-intention-to-leave-child-care-work-Stremmel/31b3f62938e0792bcc483ae9f0e963bf267d37dc>

Singh, S. K., Burgess, T. F., & Heap, J. (2016). Managing performance and productivity for organizational competitiveness. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(6).

<https://doi.org/10.1108/ijppm-05-2016-0090>

- Sørensen, E. (2012). Governance And Innovation in the Public Sector. *The Oxford Handbook of Governance*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199560530.013.0015>
- Sørensen, E., & Torfing, J. (2011). Enhancing collaborative innovation in the public sector. *Administration and Society*, 43(8), 842–868. <https://doi.org/10.1177/0095399711418768>
- Stavrou, E. T. (2005). Flexible work bundles and organizational competitiveness: A cross-national study of the European work context. *Journal of Organizational Behavior*, 26(8), 923–947. <https://doi.org/10.1002/job.356>
- Stewart-Weeks, M., & Kastle, T. (2015). Innovation in the Public Sector. *Australian Journal of Public Administration*, 74(1), 63–72. <https://doi.org/10.1111/1467-8500.12129>
- Sivula, J. (14 de diciembre de 2018). *Importancia de la innovación, no lo puedes negar*. <https://www.viima.com/es/blog/importancia-de-la-innovaci%C3%B3n>
- Torfing, J. (2019). Collaborative innovation in the public sector: the argument. *Public Management Review*, 21(1), pp. 1–11. <https://doi.org/10.1080/14719037.2018.1430248>
- Van den Bergh, J. C. J. M. (2013). Environmental and climate innovation: Limitations, policies and prices. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(1), pp. 11–23. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2012.08.004>
- Vega, T. (2018). Innovación y Gestión en las microempresas del sector de la industria curtiembre en San Juan de Lurigancho y Lima Metropolitana al 2012 - 2013. [Tesis de grado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán Huánuco]. <http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream>.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE UN HOSPITAL ESTATAL EN EL SUR DEL PERÚ, 2021						
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensión	Indicadores	Metodología
<p>Problema general</p> <p>¿De qué manera la gestión de la innovación influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar cómo la gestión de la innovación influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú 2021.</p>	<p>Hipótesis general La gestión de la innovación influye positivamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.</p>	<p>Variable 01 Gestión de la innovación</p>	Producto	<ul style="list-style-type: none"> Mejoras en las características del producto Cambios en las especificaciones del producto Elaboración de nuevos productos Cambios en las características funcionales del producto 	<p>Tipo de investigación: Básico</p> <p>Nivel de investigación: Explicativa</p> <p>Diseño de investigación: No experimental transversal</p> <p>Población: Está conformado por 876</p>
<p>Problema específico</p> <p>¿De qué manera la innovación del servicio influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar cómo la innovación del servicio influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>La innovación del servicio influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021</p>		Procesos	<ul style="list-style-type: none"> Cambios en los métodos de producción Cambios en los métodos de la distribución del producto Implementación de nuevos equipos tecnológicos Manejo de software 	
<p>¿De qué manera la innovación de procesos influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021?</p>	<p>Determinar cómo la innovación de procesos influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021</p>	<p>La innovación de procesos influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021</p>		Organización	<ul style="list-style-type: none"> Mejoras en la organización del trabajo Reducción de costos administrativos Mejoras en la Productividad laboral Fortalecimiento de las relaciones externas de la empresa 	
<p>¿De qué manera la innovación en la organización influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021?</p>	<p>Determinar cómo la innovación en la organización influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021</p>	<p>La innovación en la organización influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021</p>		Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> Mejoras en la presentación del producto Posicionamiento Promoción del producto Políticas de fijación de precio 	
<p>¿De qué manera la innovación en la organización influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021?</p>	<p>Determinar cómo la innovación en la organización influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021</p>	<p>La innovación en la organización influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021</p>		Mejora de la competitividad	<ul style="list-style-type: none"> Compararse con la competencia Imagen corporativa 	

<p>organización influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021?</p> <p>¿De qué manera la innovación en la prestación de servicios influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021?</p>	<p>competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.</p> <p>Determinar cómo la innovación en la prestación de servicios influye en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.</p>	<p>hospital estatal en el Sur del Perú 2021</p> <p>La innovación en la prestación del servicio influye significativamente en la competitividad en un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021.</p>	<p>Variable 02 Competitividad empresarial</p>	<p>Competitividad interna</p> <p>Actitud laboral positiva</p> <p>Intención de salir</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visión clara • Preparación de empleados • Sistemas de recompensas • Información y comunicación • Flexibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Exceso de trabajo • Trabajo Voluntario • Mejora de condiciones laborales <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de nuevos trabajos • Piensa en cambiar de trabajo 	<p>trabajadores entre nombrados y contratados</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>
---	---	---	--	---	--	---

Fuente: *Elaboración propia*

Anexo 2. Operacionalización de variables gestión de la innovación y competitividad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Variable independiente Gestión de la innovación	La gestión de la innovación involucra a la organización y a la dirección de los recursos de la empresa para impulsar la creación de nuevos conocimientos, generar ideas que permitan desarrollar nuevos productos, procesos y servicios (ESAN, 2016, p.1).	En este trabajo de investigación la variable Gestión de la Innovación se mide a través de cuatro dimensiones: innovación de producto, innovación de proceso, innovación comercial, e innovación organizativa Sánchez y Castillo (2005). Asimismo, la primera dimensión se mide con 4 ítems; la segunda, con 4 ítems; la tercera, con 4 ítems y la cuarta dimensión se mide con 4 ítems.	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoras en las características del servicio • Cambios en las especificaciones del producto • Elaboración de nuevos servicios • Cambios en las características funcionales del servicio 	1) Nunca (2) Casi nunca (3) Indeciso (4) Casi siempre (5) Siempre
			Proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en los métodos de prestación de servicios • Cambios en los métodos de la distribución • Implementación de nuevos equipos tecnológicos • Manejo de software 	
			Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoras en la organización del trabajo • Reducción de costos administrativos • Mejoras en la Productividad laboral • Fortalecimiento de las relaciones externas de la empresa 	
			Prestación del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoras en la presentación del servicio • Posicionamiento • Promoción del servicio • Políticas de fijación de precio 	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Variable independiente Gestión de la innovación	Porter (2008) la competitividad consiste en tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer una posición defendible en el sector (...) y con ello conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión para la organización (p. 51).	Esta variable se mide a través de las dimensiones: mejora de la competitividad, competitividad interna, actitud laboral positiva, intención de salir (Jahanshahi y Bhattacharjee, 2020). La primera dimensión se medirá con 5; la segunda, con 15 ítems, la tercera dimensión se mide con 5 ítems y la cuarta dimensión con 4 ítems.	Mejora de la competitividad	<ul style="list-style-type: none"> • Compararse con la competencia • Imagen corporativa 	1) Nunca (2) Casi nunca (3) Indeciso (4) Casi siempre (5) Siempre
			Competitividad interna	<ul style="list-style-type: none"> • Visión clara • Preparación de empleados • Sistemas de recompensas • Información y comunicación • Flexibilidad 	
			Actitud laboral positiva	<ul style="list-style-type: none"> • Exceso de trabajo • Trabajo Voluntario • Mejora de condiciones laborales 	
			Intención de salir	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de nuevos trabajos • Piensa en cambiar de trabajo 	

Fuente: *Elaboración propia*

Anexo 3. Instrumento

Cuestionario

Estimado señor (a);

El presente cuestionario busca obtener información con el objeto de llevar a cabo el proyecto “**Gestión de la innovación y su influencia en la competitividad de un hospital estatal en el sur del Perú, 2021**”, agradeciendo de ante mano su colaboración que nos permitirá lograr los objetivos planteados. La información obtenida tendrá un trato confidencial, la cual será utilizada con fines netamente académicos. Haciendo hincapié que al participar de la presente usted participa de forma voluntaria.

1. Edad:
2. Sexo M () F ()

Marcar con una X según estime conveniente.

N°	Gestión de la innovación para la competitividad empresarial en la empresa de curtiembre Ecológica del Norte E.I.R.L., 2021	Nunca	Casi nunca	Indeciso	Casi siempre	Siempre
		1	2	3	4	5
	VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN					
	Dimensión 1: innovación del servicio	1	2	3	4	5
1	Se realizan mejoras importantes en las características de los servicios					
2	Se realizan cambios en las especificaciones técnicas del servicio					
3	Se elaboran nuevos servicios					
4	Se realizan cambios en las características funcionales del servicio					
	Dimensión 2: innovación de procesos	1	2	3	4	5
5	Existe cambios significativos en los métodos de producción					
6	Se realizan cambios en los métodos de la distribución del producto					
7	Implementación con nuevos equipos tecnológicos para mejorar los diseños					
8	Se manejan software para controlar los procesos de producción					
	Dimensión 3: innovación en la organización	1	2	3	4	5
9	Se implementan mejoras en la organización del trabajo					
10	Se implementan medidas que permiten reducir los costos administrativos					
11	Existe mejoras de la productividad laboral					
12	Se fortalece las relaciones externas (clientes, proveedores, etc.)					
	Dimensión 4: innovación en la prestación de servicios	1	2	3	4	5

13	Existe mejoras en la presentación del producto como el logotipo					
14	Se fomenta el posicionamiento del producto en el mercado local					
15	se promociona el producto en el mercado utilizando estrategias					
16	Se establece políticas de fijación de precio					
VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD						
Dimensión 01: Mejora de la competitividad		1	2	3	4	5
17	La calidad de los servicios que ofrece la organización es mejor que los servicios de la competencia.					
18	La organización tiene una mejor capacidad de gestión que la competencia.					
19	En nuestra organización obtenemos más beneficios que los competidores.					
20	La imagen corporativa de la organización es mejor que la de la competencia.					
21	Los competidores tienen dificultades para ocupar el lugar de la ventaja competitiva de la organización.					
Dimensión 02: Competitividad interna		1	2	3	4	5
22	Nuestra organización ofrece a los empleados una visión en la que pueden creer.					
23	La administración comunica bien la visión de nuestra organización a los empleados.					
24	Esta organización prepara a los empleados para desempeñarse bien.					
25	Nuestra organización ve el desarrollo de conocimientos y habilidades en los empleados como una inversión más que como un costo.					
26	El desarrollo de habilidades y conocimientos de los empleados ocurre como un proceso continuo en nuestra organización.					
27	Esta organización enseña a los empleados "por qué deben hacer las cosas" y no solo "cómo deben hacer las cosas".					
28	En nuestra organización, vamos más allá de la capacitación y también educamos a los empleados.					
29	Los sistemas de recompensa y medición del desempeño alientan a los empleados a trabajar juntos.					
30	La administración mide y recompensa el desempeño de los empleados que más contribuye a la visión de nuestra organización.					
31	La administración utiliza los datos recopilados de los empleados para mejorar sus puestos de trabajo y desarrollar la estrategia de la organización.					
32	Nuestra organización comunica a los empleados la importancia de sus					

	roles de servicio.					
33	En nuestra organización, aquellos empleados que brindan un servicio excelente son recompensados por sus esfuerzos.					
34	En esta organización, los empleados están debidamente capacitados para desempeñar sus funciones de servicio.					
35	Esta organización tiene la flexibilidad para adaptarse a las diferentes necesidades de los empleados.					
36	Esta organización puso un énfasis considerable en la comunicación con los empleados.					
	Dimensión 03: actitud laboral positiva	1	2	3	4	5
	En los últimos 12 meses ¿con qué frecuencia lo ha hecho?					
37	¿Hizo más trabajo del requerido?					
38	Voluntario para trabajar horas extras					
39	Intentó cambiar las condiciones de trabajo.					
40	Negociado con supervisores para mejorar el trabajo.					
41	Intenté pensar en formas de hacer mejor el trabajo					
	Dimensión 04: intención de salir	1	2	3	4	5
42	Es probable que busque activamente un nuevo trabajo el próximo año.					
43	Probablemente buscaré un nuevo trabajo el próximo año.					
44	A menudo pienso en cambiar de trabajo.					
45	Es probable que busque activamente un nuevo trabajo el próximo año.					

Muchas gracias.

Anexo 4. Certificado de validez

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide gestión de la innovación.

DIMENSIONES / ítems		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: innovación del servicio								
1	Se realizan mejoras importantes en las características de los servicios	X		X		X		
2	Se realizan cambios en las especificaciones técnicas del servicio	X		X		X		
3	Se elaboran nuevos servicios	X		X		X		
4	Se realizan cambios en las características funcionales del servicio	X		X		X		
Dimensión 2: innovación de procesos								
5	Existe cambios significativos en los métodos de producción	X		X		X		
6	Se realizan cambios en los métodos de la distribución del producto	X		X		X		
7	Implementación con nuevos equipos tecnológicos para mejorar los diseños	X		X		X		
8	Se manejan software para controlar los procesos de producción	X		X		X		
Dimensión 3: innovación en la organización								
9	Se implementan mejoras en la organización del trabajo	X		X		X		
10	Se implementan medidas que permiten reducir los costos administrativos	X		X		X		
11	Existe mejoras de la productividad laboral	X		X		X		
12	Se fortalece las relaciones externas (clientes, proveedores, etc.)	X		X		X		
Dimensión 4: innovación en la prestación de servicios								
13	Existe mejoras en la presentación del producto como el logotipo	X		X		X		
14	Se fomenta el posicionamiento del producto en el mercado local	X		X		X		
15	se promociona el producto en el mercado utilizando estrategias	X		X		X		
16	Se establece políticas de fijación de precio	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay

suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. José Abdón Sotomayor Chahuaylla DNI: 31551681.....

Especialidad del validador: Gestión Pública

Abancay, 12 de octubre del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIEN DE APURÍMAC
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
Dr. José Abdón Sotomayor Chahuaylla
DOCENTE

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide competitividad.

DIMENSIONES / ítems		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Mejora de la competitividad								
31	La calidad de los servicios que ofrece la organización es mejor que los servicios de la competencia.	X		X		X		
32	La organización tiene una mejor capacidad de gestión que la competencia.	X		X		X		
33	En nuestra organización obtenemos más beneficios que los competidores.	X		X		X		
34	La imagen corporativa de la organización es mejor que la de la competencia.	X		X		X		
35	Los competidores tienen dificultades para ocupar el lugar de la ventaja competitiva de la organización.	X		X		X		
Dimensión 02: Competitividad interna								
22	Nuestra organización ofrece a los empleados una visión en la que pueden creer.	X	No	X	No	X	No	
23	La administración comunica bien la visión de nuestra organización a los empleados.	X		X		X		
24	Esta organización prepara a los empleados para desempeñarse bien.	X		X		X		
25	Nuestra organización ve el desarrollo de conocimientos y habilidades en los empleados como una inversión más que como un costo.	X		X		X		
26	El desarrollo de habilidades y conocimientos de los empleados ocurre como un proceso continuo en nuestra organización.	X		X		X		
27	Esta organización enseña a los empleados "por qué deben hacer las cosas" y no solo "cómo deben hacer las cosas".	X		X		X		
28	En nuestra organización, vamos más allá de la capacitación y también educamos a los empleados.	X		X		X		
29	Los sistemas de recompensa y medición del desempeño alientan a los empleados a trabajar juntos.	X		X		X		
30	La administración mide y recompensa el desempeño de los empleados que más contribuye a la visión de nuestra organización.	X		X		X		
31	La administración utiliza los datos recopilados de los empleados para mejorar sus puestos de trabajo y desarrollar la estrategia de la organización.	X		X		X		
32	Nuestra organización comunica a los empleados la importancia de sus roles de servicio.	X		X		X		
33	En nuestra organización, aquellos empleados que brindan un servicio excelente son recompensados por sus esfuerzos.	X		X		X		
34	En esta organización, los empleados están debidamente capacitados para desempeñar sus funciones de servicio.	X		X		X		
35	Esta organización tiene la flexibilidad para adaptarse a las diferentes necesidades de los empleados.	X		X		X		
36	Esta organización puso un énfasis considerable en la comunicación con los empleados.	X		X		X		
Dimensión 3: Dimensión 03: actitud laboral positiva								
En los últimos 12 meses ¿con qué frecuencia lo ha hecho?		Si	No	Si	No	Si	No	
37	¿Hizo más trabajo del requerido?	X		X		X		
38	Voluntario para trabajar horas extras	X		X		X		

39	Intenté cambiar las condiciones de trabajo.	X		X		X		
40	Negociado con supervisores para mejorar el trabajo.	X		X		X		
41	Intenté pensar en formas de hacer mejor el trabajo	X		X		X		
Dimensión 04: intención de salir		Si	No	Si	No	Si	No	
42	Es probable que busque activamente un nuevo trabajo el próximo año.	X		X		X		
43	Probablemente buscaré un nuevo trabajo el próximo año.	X		X		X		
44	A menudo pienso en cambiar de trabajo.	X		X		X		
45	Es probable que busque activamente un nuevo trabajo el próximo año.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay

suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. José Abdón Sotomayor Chahuaylla DNI: 31551681.....

Especialidad del validador: **Gestión Pública**

Abancay, 12 de octubre del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

UNIVERSIDAD NACIONAL MIGUEL BASTIEN DE APURÍMAC
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

 Dr. José Abdón Sotomayor Chahuaylla
 D.O.C.B.S.P.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide gestión de la innovación.

DIMENSIONES / ítems		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: innovación del servicio								
1	Se realizan mejoras importantes en las características de los servicios	X		X		X		
2	Se realizan cambios en las especificaciones técnicas del servicio	X		X		X		
3	Se elaboran nuevos servicios	X		X		X		
4	Se realizan cambios en las características funcionales del servicio	X		X		X		
Dimensión 2: innovación de procesos								
5	Existe cambios significativos en los métodos de producción	X		X		X		
6	Se realizan cambios en los métodos de la distribución del producto	X		X		X		
7	Implementación con nuevos equipos tecnológicos para mejorar los diseños	X		X		X		
8	Se manejan software para controlar los procesos de producción	X		X		X		
Dimensión 3: innovación en la organización								
9	Se implementan mejoras en la organización del trabajo	X		X		X		
10	Se implementan medidas que permiten reducir los costos administrativos	X		X		X		
11	Existe mejoras de la productividad laboral	X		X		X		
12	Se fortalece las relaciones externas (clientes, proveedores, etc.)	X		X		X		
Dimensión 4: innovación en la prestación de servicios								
13	Existe mejoras en la presentación del producto como el logotipo	X		X		X		
14	Se fomenta el posicionamiento del producto en el mercado local	X		X		X		
15	se promociona el producto en el mercado utilizando estrategias	X		X		X		
16	Se establece políticas de fijación de precio	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Rober Anibal Luciano Alipio

DNI 19692169

Especialidad del validador: GESTIÓN PÚBLICA

Lima, 12 de octubre del 2021.

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

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

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

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



 UNIVERSIDAD NACIONAL
 AUTÓNOMA ANDINA DE LIMA

 Dr. Rober Anibal Luciano Alipio
 Docente Principal
 Firma del experto informante

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide competitividad.

DIMENSIONES / items		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Mejora de la competitividad								
31	La calidad de los servicios que ofrece la organización es mejor que los servicios de la competencia.	X		X		X		
32	La organización tiene una mejor capacidad de gestión que la competencia.	X		X		X		
33	En nuestra organización obtenemos más beneficios que los competidores.	X		X		X		
34	La imagen corporativa de la organización es mejor que la de la competencia.	X		X		X		
35	Los competidores tienen dificultades para ocupar el lugar de la ventaja competitiva de la organización.	X		X		X		
Dimensión 02: Competitividad interna		Si	No	Si	No	Si	No	
22	Nuestra organización ofrece a los empleados una visión en la que pueden creer.	X		X		X		
23	La administración comunica bien la visión de nuestra organización a los empleados.	X		X		X		
24	Esta organización prepara a los empleados para desempeñarse bien.	X		X		X		
25	Nuestra organización ve el desarrollo de conocimientos y habilidades en los empleados como una inversión más que como un costo.	X		X		X		
26	El desarrollo de habilidades y conocimientos de los empleados ocurre como un proceso continuo en nuestra organización.	X		X		X		
27	Esta organización enseña a los empleados "por qué deben hacer las cosas" y no solo "cómo deben hacer las cosas".	X		X		X		
28	En nuestra organización, vamos más allá de la capacitación y también educamos a los empleados.	X		X		X		
29	Los sistemas de recompensa y medición del desempeño alientan a los empleados a trabajar juntos.	X		X		X		
30	La administración mide y recompensa el desempeño de los empleados que más contribuye a la visión de nuestra organización.	X		X		X		
31	La administración utiliza los datos recopilados de los empleados para mejorar sus puestos de trabajo y desarrollar la estrategia de la organización.	X		X		X		
32	Nuestra organización comunica a los empleados la importancia de sus roles de servicio.	X		X		X		
33	En nuestra organización, aquellos empleados que brindan un servicio excelente son recompensados por sus esfuerzos.	X		X		X		
34	En esta organización, los empleados están debidamente capacitados para desempeñar sus funciones de servicio.	X		X		X		
35	Esta organización tiene la flexibilidad para adaptarse a las diferentes necesidades de los empleados.	X		X		X		
36	Esta organización puso un énfasis considerable en la comunicación con los empleados.	X		X		X		
Dimensión 3: Dimensión 03: actitud laboral positiva								
En los últimos 12 meses ¿con qué frecuencia lo ha hecho?		Si	No	Si	No	Si	No	
37	¿Hizo más trabajo del requerido?	X		X		X		
38	Voluntario para trabajar horas extras	X		X		X		
39	Intentó cambiar las condiciones de trabajo.	X		X		X		
40	Negociado con supervisores para mejorar el trabajo.	X		X		X		
41	Intenté pensar en formas de hacer mejor el trabajo	X		X		X		
Dimensión 04: intención de salir		Si	No	Si	No	Si	No	
42	Es probable que busque activamente un nuevo trabajo el próximo año.	X		X		X		
43	Probablemente buscaré un nuevo trabajo el próximo año.	X		X		X		
44	A menudo pienso en cambiar de trabajo.	X		X		X		
45	Es probable que busque activamente un nuevo trabajo el próximo año.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr. Rober Anibal Luciano Alipio**

DNI 19692169

Especialidad del validador: **GESTIÓN PÚBLICA**

Lima, 12 de octubre del 2021.

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

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

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

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



 UNIVERSIDAD NACIONAL
 AUTÓNOMA DE AREQUIPA

Dr. Rober Anibal Luciano Alipio
 Docente Principal
 Firma del experto Informante

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide competitividad.

DIMENSIONES / items		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Mejora de la competitividad								
31	La calidad de los servicios que ofrece la organización es mejor que los servicios de la competencia.	X		X		X		
32	La organización tiene una mejor capacidad de gestión que la competencia.	X		X		X		
33	En nuestra organización obtenemos más beneficios que los competidores.	X		X		X		
34	La imagen corporativa de la organización es mejor que la de la competencia.	X		X		X		
35	Los competidores tienen dificultades para ocupar el lugar de la ventaja competitiva de la organización.	X		X		X		
Dimensión 02: Competitividad interna		Si	No	Si	No	Si	No	
22	Nuestra organización ofrece a los empleados una visión en la que pueden creer.	X		X		X		
23	La administración comunica bien la visión de nuestra organización a los empleados.	X		X		X		
24	Esta organización prepara a los empleados para desempeñarse bien.	X		X		X		
25	Nuestra organización ve el desarrollo de conocimientos y habilidades en los empleados como una inversión más que como un costo.	X		X		X		
26	El desarrollo de habilidades y conocimientos de los empleados ocurre como un proceso continuo en nuestra organización.	X		X		X		
27	Esta organización enseña a los empleados "por qué deben hacer las cosas" y no solo "cómo deben hacer las cosas".	X		X		X		
28	En nuestra organización, vamos más allá de la capacitación y también educamos a los empleados.	X		X		X		
29	Los sistemas de recompensa y medición del desempeño alientan a los empleados a trabajar juntos.	X		X		X		
30	La administración mide y recompensa el desempeño de los empleados que más contribuye a la visión de nuestra organización.	X		X		X		
31	La administración utiliza los datos recopilados de los empleados para mejorar sus puestos de trabajo y desarrollar la estrategia de la organización.	X		X		X		
32	Nuestra organización comunica a los empleados la importancia de sus roles de servicio.	X		X		X		
33	En nuestra organización, aquellos empleados que brindan un servicio excelente son recompensados por sus esfuerzos.	X		X		X		
34	En esta organización, los empleados están debidamente capacitados para desempeñar sus funciones de servicio.	X		X		X		
35	Esta organización tiene la flexibilidad para adaptarse a las diferentes necesidades de los empleados.	X		X		X		
36	Esta organización puso un énfasis considerable en la comunicación con los empleados.	X		X		X		
Dimensión 3: Dimensión 03: actitud laboral positiva								
En los últimos 12 meses ¿con qué frecuencia lo ha hecho?		Si	No	Si	No	Si	No	
37	¿Hizo más trabajo del requerido?	X		X		X		
38	Voluntario para trabajar horas extras	X		X		X		

39	Intentó cambiar las condiciones de trabajo.	X		X		X		
40	Negociado con supervisores para mejorar el trabajo.	X		X		X		
41	Intenté pensar en formas de hacer mejor el trabajo	X		X		X		
Dimensión 04: intención de salir		Si	No	Si	No	Si	No	
42	Es probable que busque activamente un nuevo trabajo el próximo año.	X		X		X		
43	Probablemente buscaré un nuevo trabajo el próximo año.	X		X		X		
44	A menudo pienso en cambiar de trabajo.	X		X		X		
45	Es probable que busque activamente un nuevo trabajo el próximo año.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Alipio Orco Díaz DNI: 09262306

Especialidad del validador: Economista

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

28 de octubre del 2020

Anexo 5. Validación de instrumentos

Determinación de la confiabilidad del instrumento

Para la determinación de la confiabilidad del instrumento se ha utilizado el estadístico Alfa de Cronbach, en la tabla 7 se muestra la cantidad de elementos utilizados en la muestra y en la tabla 8 se muestra los valores de confiabilidad obtenidos, que asciende a 0.962 que es un valor alto por lo tanto se puede afirmar que el instrumento es confiable.

Tabla 8 *Resumen de procesamiento de casos*

	N		%
Casos	Válido	60	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	60	100,0

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

Tabla 9 *Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.962	45

Anexo 6. Consentimiento y/o asentimiento informado

1.- Declaratoria de autenticidad de autor

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL AUTOR

Yo, Hernán Ortega Cáceres, alumno de la Escuela de postgrado Ciencias Sociales y Programa académico de Gestión Pública de la Universidad César Vallejo Lima Norte, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la Tesis titulado "Gestión de la innovación y su influencia en la competitividad de un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021" son:

1. De mi autoría
2. El presente trabajo de Tesis no ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
3. El trabajo de Tesis no ha sido publicado ni presentado anteriormente.
4. Los resultados presentados en el presente trabajo de Tesis son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Abancay 15 de diciembre del 2021



Hernán Ortega Cáceres
DNI N°41156938



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Solicito: Autorización para realizar trabajo de investigación en Hospital Regional Guillermo Díaz de la Vega de Abancay .

Sr. JOSE PATRICIO BECERRA RODRIGUEZ

Director del Hospital Regional Guillermo Díaz de la Vega de Abancay



Yo, Ing. Hernán Ortega Cáceres, identificada con DNI N° 41156938, con código CIP N° 10977, y con domicilio en la calle los geraneos S/N –Tamburco-Abancay. Ante usted respetuosamente me presento y expongo los siguiente:

Que, encontrandome en el último ciclo de estudios de maestría en Gestión Pública en la Universidad Cesar Vallejo , solicito a su digna persona autorizacion para realizar mi trabajo de invenstigación en su distinguida institución sobre **“Gestión de la innovación y su influencia en la competitividad de un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021”**, para obtar por el grado de magister.

Por lo expuesto:

Ruego a usted acceder a mi solicitud

Abancay, 01 de diciembre del 2021.

ORTEGA CACERES HERNÁN

DNI N°41156938

Anexo 06. Consentimiento y/o asentimiento informado

1.- Declaratoria de autenticidad de autor

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL AUTOR

Yo, Hernán Ortega Cáceres, alumno de la Escuela de postgrado Ciencias Sociales y Programa académico de Gestión Pública de la Universidad César Vallejo Lima Norte, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la Tesis titulado "Gestión de la innovación y su influencia en la competitividad de un hospital estatal en el Sur del Perú, 2021" son:

1. De mi autoría
2. El presente trabajo de Tesis no ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
3. El trabajo de Tesis no ha sido publicado ni presentado anteriormente.
4. Los resultados presentados en el presente trabajo de Tesis son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Abancay 15 de diciembre del 2021



Hernán Ortega Cáceres
DNI N°41156938