



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

Innovación empresarial y rendimiento económico financiero de Caja del Santa a  
percepción de sus funcionarios, 2014 - 2018

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctor en Administración

AUTOR:

Mg. Godofredo Sebastián Tapay Paredes (ORCID: 0000-0001-9318-0060)

ASESORA:

Dra. Carmen Carbonell García (ORCID: 0000-0001-9096-2714)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

CHIMBOTE – PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

Con gratitud al CREADOR ETERNO

A mi padre por su ejemplo de vida

A mi madre por sus oraciones inagotables

A Liz mi compañera incansable en el camino

A Lizita porque es fuente de alegría.

A Elune por darle nuevo brillo a mis ojos

Godofredo Tapay

## **Agradecimiento**

Especial para el Directorio y Gerentes  
de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito  
del Santa.

El Autor

## **PÁGINA DEL JURADO**



## DECLARATORIA DE AUTENCIDAD

Yo, Godofredo Sebastián Tapay Paredes, estudiante de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo filial Chimbote, declaro que el trabajo académico titulado “Innovación empresarial y rendimiento económico financiero en la Caja Santa, a percepción de sus funcionarios, 2014 - 2018”, en 123 folios para la obtención del grado académico de doctor en Administración, es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Nuevo Chimbote, enero 2020



Godofredo Tapay Paredes

DNI No. 32983261

## Índice

	<b>Página</b>
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página de Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	18
2.1.Tipo y diseño de investigación	18
2.2.Operacionalización de las variables	19
2.3.Población, muestra y muestreo	21
2.4.Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	21
2.5.Procedimientos	22
2.6.Método de análisis de datos	23
2.7.Aspectos éticos	23
III. RESULTADOS	25
IV. DISCUSIÓN	39
V. CONCLUSIONES	46
VI. RECOMENDACIONES	49
VII. PROPUESTA	50
REFERENCIAS	56
ANEXOS	62
Anexo 1: Matriz de consistencia	63
Anexo 2: Instrumentos - Ficha técnica	66
Anexo 3: Validez y confiabilidad	85
Anexo 4: Autorización de la institución donde se aplicó la investigación	95
Anexo 5: Base de datos	97
Anexo 6: Propuesta	100
Anexo 7: Artículo científico	

## Índice de tablas

		<b>Página.</b>
Tabla 01	Relación entre innovación empresarial y rendimiento económico financiero	25
Tabla 02	Correlación entre las variables innovación empresarial y rendimiento económico financiero	26
Tabla 03	Innovación empresarial	26
Tabla 04	Nivel de innovación empresarial por dimensiones	27
Tabla 05	Rendimiento económico financiero	28
Tabla 06	Nivel de rendimiento económico financiero por dimensiones	29
Tabla 07	Relación de actividades de innovación y rendimiento económico financiero	30
Tabla 08	Correlación entre actividades de innovación y rendimiento económico financiero	31
Tabla 09	Relación entre innovación de producto y rendimiento económico financiero	31
Tabla 10	Correlación entre innovación de productos y rendimiento económico financiero	32
Tabla 11	Relación de innovación de procesos y rendimiento económico financiero	33
Tabla 12	Correlación entre innovación de procesos y rendimiento económico financiero	34
Tabla 13	Relación de innovación organizacional y rendimiento económico financiero	34
Tabla 14	Correlación entre innovación organizacional y rendimiento económico	35
Tabla 15	Relación de innovación de marketing y rendimiento económico financiero	36
Tabla 16	Correlación entre innovación de marketing y rendimiento económico financiero	36
Tabla 17	Prueba de Normalidad de Kolmogorov Smirnov para las variables y dimensiones de Innovación Empresarial y Rendimiento Económico Financiero.	37

## Índice de figuras

		<b>Página.</b>
Figura 1	Relación entre Innovación Empresarial y Rendimiento económico financiero.	38

## RESUMEN

Esta tesis tuvo como propósito determinar la relación entre la innovación empresarial y el rendimiento económico financiero de Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, desde la percepción de sus funcionarios, en el periodo 2014 – 2018. La investigación fue de tipo no experimental y de corte transversal, y de diseño descriptivo, correlacional y propositivo porque en el informe se incluye la presentación de una propuesta de mejora.

De una población de doscientos ochenta y tres trabajadores, se seleccionó por conveniencia, una muestra conformada por veintiocho funcionarios de la Caja Municipal del Santa, entre miembros del Directorio, los tres miembros de la gerencia mancomunada, los administradores de agencia y los jefes de oficina. Buscando asegurar la consistencia y veracidad de los datos recogidos, se utilizaron técnicas e instrumentos diversos; para ambas variables se utilizaron el cuestionario, la guía de entrevista y la matriz de análisis documental. Para efectos de la comprobación de hipótesis se utilizó la prueba estadística paramétrica de Pearson con un nivel de error de 0.01, utilizando el SPSS versión 25.

Finalmente, las conclusiones e implicancias de los resultados a que se ha llegado en la presente investigación, ha permitido comprobar que la innovación empresarial se relacionó positivamente en nivel alto con el rendimiento económico financiero de la Caja Municipal del Santa, a percepción de sus funcionarios, durante el período del 2014- 2018.

Palabras clave: Innovación empresarial, rendimiento económico financiero, actividades de innovación, rentabilidad, productividad.

## **ABSTRACT**

This thesis aimed to determine the relationship between business innovation and financial economic performance of Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, from the perception of its officials, in the period 2014 - 2018. The research was non-experimental and cross-sectional, descriptive, correlational and propositive design, because the report includes the presentation of a proposal for improvement.

From a population of two hundred and eighty-three workers, a sample of twenty-eight officials from the Caja del Santa was selected for convenience, among members of the Board of Directors, the three members of the joint management, the agency managers and the office heads. In order to ensure the consistency of the data collected, various techniques and instruments were used; for both variables, the questionnaire, the interview guide and the document analysis matrix were used. For the purposes of hypothesis testing, the Pearson parametric statistical test was used with an error level of 0.01, using SPSS version 25.

Finally, the conclusions and implications of the results reached in the present investigation have allowed to prove that business innovation was positively related at a high level with the financial economic performance of the Municipal Savings and Credit Fund of Santa, from the perception of its officials, during the period of 2014-2018.

**Keywords:** Business innovation, financial economic performance, innovation activities, profitability, productivity.

## I. INTRODUCCIÓN

En los últimos diez años (2008 -2018), las empresas del sector financiero del mundo están incorporando de manera intensiva innovaciones tecnológicas para mantener el nivel competitivo, y la rentabilidad esperada. La dinámica con que se producen las innovaciones está generando cambios drásticos en los modelos empresariales y operativos de las empresas financieras; y, por supuesto, en la orientación de sus inversiones hacia el desarrollo y adaptación de innovaciones (EY, 2016). El Perú no es ajeno a esta dinámica, por lo que las instituciones del sistema financiero, tanto bancos como micro financieras, entre éstas las “Cajas Municipales de Ahorro y Crédito – CMACS” Caja Piura (2019), están alineadas con dicha tendencia.

Para tener una perspectiva más amplia de lo afirmado, Gonzalo (2015) dice que la gran banca española invirtió entre 2010 y 2015, 12 mil millones de Euros en tecnología digital, y Díaz (2018), refiere que la banca española presupuestó invertir, solo durante 2018, 4.015 millones de euros en innovación digital, apuntando a la transformación comercial, mayor y mejor experiencia con el cliente, intensificar la búsqueda de eficiencia y mantener y mejorar posición competitiva. Por su lado el diario peruano Gestión (2018) da cuenta de un estudio sobre la tecnología bancaria en América Latina, revelando que la Banca de este subcontinente durante el mismo año invirtió en promedio, el 20% de su presupuesto operativo en innovación tecnológica, orientada mayormente a profundizar en la digitalización de operaciones tanto activas como pasivas. Este estudio también señala que la banca peruana invirtió el 10.99% de su presupuesto anual, ocupado el sexto lugar en volumen invertido.

No se ha podido evidenciar el volumen de inversión del sistema de Cajas Municipales en innovación tecnológica, sin embargo, sí se aprecia que el sistema tiene conciencia de la importancia de asignar recursos al propósito de incorporar innovaciones digitales a sus procesos, como se puede deducir de lo afirmado por Rossi (2015) que la Caja Tacna, de la que es gerente, ha venido orientando su estrategia de servicios, incorporando tecnología digital en sus operaciones, a través del uso de la internet y la telefonía móvil.

En la misma línea, se expresa una gerente de la Caja Piura, Rumiche (2015) “las cajas municipales hemos invertido en tecnología que facilita la vida de nuestros clientes ya

sea mediante cajeros automáticos inteligentes; agentes corresponsales,(...); y el uso de internet” (Pág. 9); asimismo, el presidente del Directorio de la Caja Paita, Rodríguez (2015) afirma que las instituciones microfinancieras, para consolidarse y ser sostenibles, necesitan una actitud innovadora para incorporar cambios novedosos en sus productos y servicios; en lo que coincide el gerente de riesgos de la Caja Sullana Rivas (2019), quien plantea que “El contacto con los clientes del sistema financiero ha ido evolucionando y ahora está en una etapa de llevar herramientas tecnológicas a los usuarios más alejados” en alusión al objetivo de inclusión financiera de las Cajas Municipales; En la misma línea de discurso, el Presidente del Directorio de la Caja Trujillo Angulo (2014) afirma “Algo que nos enorgullece es que nuestro progreso institucional ha avanzado siempre de la mano con la innovación, la tecnología y la calidad sostenible en todas sus dimensiones” (Pág. 3), refiriéndose a la tecnología digital aplicada a sus operaciones pasivas y activas.

Para evidenciar la importancia que la “Federación de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito – FEPCMAC” (Sánchez C. , 2019), ha puesto en el tema de la innovación para las Cajas Municipales, en tres de los cuatro Seminarios Internacionales de micro finanzas que ha organizado en los años 2015 – 2018, el tema central ha sido la Innovación relacionado con la sostenibilidad de las micro finanzas, con el uso de tecnologías para ampliar la inclusión financiera, y también con la digitalización y su impacto en la ética y los valores en los negocios micro financieros (FEPCMAC, 2019).

En cuanto a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa - Caja Santa, con sede central en Chimbote, Región Ancash, que es el objeto de estudio en la presente investigación, no hay estudios específicos que permitan evaluar el nivel y el tipo de innovaciones que está incorporando a sus procesos, salvo las menciones que se hacen en las memorias corporativas anuales. De las 11 Cajas Municipales existentes en el Perú, la Caja Santa es considerada entre las pequeñas porque sus activos totales no superan los 200 millones de soles, al igual que la Caja Paita; mientras que las cajas de Cajas Ica, Tacna y Maynas son consideradas medianas porque sus activos supera los 200 millones de soles, y las cajas de Trujillo, Sullana, Piura, Arequipa, Cusco y Huancayo son consideradas grandes porque tienen activos totales por encima de los 2.5 miles de millones de soles, (SBS, Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019); pero aún cuando es catalogada pequeña, la Caja Santa, también está haciendo esfuerzos por la innovación según lo expresado por su gerente de operaciones, José Luis



Lam, en una entrevista efectuada por el autor de la presente investigación, el 13 de mayo del 2019, afirmó que la Caja del Santa “viene ejecutando un plan de inversiones para renovar e incrementar tecnología de hardware y software, (...) para mejorar los procesos actuales, pero también, para disponer de capacidad para integrar más adelante las tecnologías digitales”.

En las investigaciones realizadas por numerosos autores en el mundo, sobre la relación entre innovación empresarial y el impacto en sus resultados económico financieros, generalmente se ha encontrado una fuerte correlación entre ambas, como se aprecia, en la conclusión a la que arriba Darroch (2005), cuando dice que el poder de reacción de la empresa al requerimiento de incorporar innovaciones tiene impacto en sus resultados financieros; en la misma línea se encuentran autores como Bockova & Zizlavzki (2016), que concluyen que, en el largo plazo, las empresas que son sostenibles y tienen éxito, son aquellas muy activas en la incorporación de innovaciones; coincide García (2012) cuando concluye que las empresas deben incorporar la innovación, como área clave, en el diseño de sus estrategias para incrementar su competitividad y sostenibilidad en el largo plazo; y también Swaminathan (2014), quien afirma que el motor de las ganancias en una empresa es su capacidad de innovación; otros que están en la misma dirección son (Al-Ansari, 2014; Prepletany, 2013; Hannu, 2010; Mate, 2016).

Otros autores, teniendo como marco referencial el modelo de innovación abierta, como Kostopoulos, Papalexandris, Papachrioni & Loannou (2011), en su investigación concluyen que la capacidad de absorción de innovaciones, tiene una influencia relevante en el resultado financiero de las empresas, lo que se potencializa, cuando la empresa se enfoca en la innovación colaborativa, con la participación de clientes, proveedores, incluso competidores, y con universidades y centros de investigación. Desde otra perspectiva, Heimonen (2017) encontró que, en las empresas rentables, el desarrollo de nuevos productos es consecuencia del diálogo con las partes interesadas lo cual facilita la innovación; igual opina (Peñaloza, 2007). Por su lado Ngamsutti (2016), encontró que la aptitud de una empresa para innovar en marketing tiene efectos positivos en sus resultados de mercado; Por su parte Chemutai & Makori (2014), también concluyen que las innovaciones en los procesos reducen costos y mejoran la rentabilidad de las empresas; posiciones coincidentes encontramos en (Gálvez y García, 2012; Bockova & Zizlavzki, 2016; Gunday, Ulusoy, Kilic & Alpkán, 2011; Tuan, Nhan, Pham Giang & Ngoc, 2016).

En Colombia, Polo, Ramos, Arrieta y Gonzáles, (2017) encontraron que entre las empresas de bebidas y alimentos había una alta correlación entre gasto en innovación y mejora de productos, pero no así de procesos; en cambio Atalay, Anafarta & Sarvan, (2011), analizando la industria automovilística de Turquía, encontraron que de las cuatro clases de innovación desarrolladas e incorporadas, las de producto y de procesos son los que tienen impactos positivos en el rendimiento de las empresas, y las innovaciones de marketing y en la organización son irrelevantes .

Enfocando la atención en antecedentes relacionados estrictamente con el sector financiero, citamos a Nader (2011) cuando dice que la banca saudí ha mejorado su rentabilidad a partir de incorporar elementos de tecnología digital en sus operaciones; a las mismas conclusiones arriba Lehmann & Sydow (2015) al decir que las empresas bancarias que incorporan las nuevas tecnologías digitales y otras innovaciones, logran generar valor real en la empresa; en esta línea concluyen también (Mwangi, 2013; Mwenda, 2016). En tanto, son interesantes las conclusiones a las que arriba Guzmán y Escobar (2010) por cuanto encuentran que las cajas de ahorros españolas más pequeñas tienen indicadores de productividad y eficiencia menores que las de las Cajas de mayor tamaño, explicadas por el menor nivel de gasto relativo en innovación tecnológica.

Por su lado, hay autores que se han enfocado en una perspectiva más inclusiva de la innovación, asumiendo que las innovaciones que las empresas financieras pueden desarrollar y adoptar son innovaciones de: organización, de marketing, de proceso y de producto; destacan Anzola, Bayona-Saes y García-Marco (2015), que, en un estudio empírico, encontraron que la adopción de innovaciones organizativas contribuyeron a una mejor coordinación de los procesos de una empresa, lo que se tradujo en incremento de ingresos, en consecuencia, en mejora de los resultados económico financieros; también destaca Alfonso (2010), quien concluye que la incorporación de tecnologías ha cambiado drásticamente la actividad bancaria, tanto en su enfoque comercial, en la utilización de nuevos canales de atención y la innovación de productos, en la búsqueda de competitividad y crecimiento. Igual opina Zabaleta (2017), quien afirma que las empresas bancarias que tienen la práctica de mejora de procesos, han logrado elevar la productividad, la eficiencia, mejor gestión de riesgos, mejora de su posición de solvencia y su rentabilidad; con este enfoque coincide, como voz autorizada del Banco de España, Fuentes (2005), cuando concluye que la banca española que ha introducido nuevas tecnologías puede propiciar un

incremento de su eficiencia y mejoras en su productividad, sin embargo, no ha logrado lo mismo en la reducción de sus costos unitarios; y García y Romero (2002) que encontraron que el uso de internet permitió a la banca española ganar en eficiencia, pero los clientes percibían que la calidad de los servicios había desmejorado.

En el ámbito Latinoamericano, una perspectiva que toca directamente a las Cajas, por lo tanto, a los intereses de la investigación propuesta, es el de Hoder, Wagner, Sguerra & Bertol (2016), quienes afirman que en Latinoamérica y el Caribe, las nuevas tecnologías, pueden mejorar las capacidades de las instituciones financieras para dar una mejor atención al segmento de las Mipymes, siendo así más competitivos y mejorando sus ingresos; también destaca De Souza (2017), que en su tesis demostró que las empresas financieras de Brasil introducen innovaciones no solo en tecnología digital, sino principalmente para desarrollar nuevos productos y servicios, mejorar productos, mejorar procesos y desarrollar la fuerza laboral; Por su lado Fontes (2012), en sus conclusiones, comenta que con la inclusión de innovaciones tecnológicas de la comunicación, los bancos de Brasil, han logrado mejorar el desempeño global, es decir, mejorar y desarrollar nuevos productos y servicios, mejora de procesos, mejorar la atención a los clientes, y la mejora de la eficiencia, por lo tanto de los resultados económico financieros. El enfoque de los últimos siete autores, es el que se utilizó en la ejecución de la investigación propuesta, en tanto se alinea con el modelo y las teorías que la fundamentan.

En este apartado, aun de los antecedentes, se considera relevante proponer evidencias acerca del modelo de innovación que viene siendo utilizado en el mundo, y que será el mismo que sirvió de fundamento para la ejecución de la investigación. En el ámbito global, se han identificado múltiples evidencias de la utilización del modelo abierto de innovación, tanto por empresas manufactureras y de servicios, entre estas, las empresas bancarias, demostrando así la versatilidad y flexibilidad del modelo para ser adoptado en todo tipo de empresas, por actividad y por tamaño. Entre los casos de empresas de servicios, destaca el de Starbucks Corporation, tratado por Martínez y Rufo (2013), donde evalúan la plataforma “My Starbucks Idea”, que fue creada por la empresa para capturar ideas para mejorar sus servicios, tanto al interno de la empresa como de fuentes externas. En el caso de instituciones financieras, el más relevante es del BBVA, que fue tratado por Ramis-Pujol, Droege y Tort-Martorell (2015), quienes muestran cómo el BBVA adoptó el modelo de innovación abierta,

el que se tradujo en dos modelos propios “Tucuentas” y el “econta”; en la misma perspectiva, Ardila (2017) afirma que las instituciones financieras “tradicionales”, han tenido que asumir un papel activo en la incorporación de tecnología digital, aprovechando la innovación a abierta, para no perder competitividad, frente a nuevos jugadores totalmente digitales como las “fintech”, que están creciendo aceleradamente en el mundo..

A continuación, se presentan los modelos y teorías que dan el respaldo científico al tratamiento de las dos variables consideradas en la investigación.

La variable innovación empresarial, es tratado con base en el modelo de innovación abierta desarrollado por Chesbrought (2014), complementado con el enfoque de innovación de la OCDE, expresado en el Manual de Oslo. Ambos vienen tomando carácter paradigmático, por el uso intensivo y extensivo que se hace de ellos, en los ámbitos privado y público, en las empresas grandes y pequeñas, y en empresas de las diferentes actividades económico productivas.

El modelo, que sirve de marco al trabajo investigativo, es el de innovación abierta, desarrollado y propuesto por Chesbrought (2014) que, en síntesis lo expresó como el aceleramiento de las prácticas innovadoras dentro de la empresa, por la combinación de los flujos internos y externos de conocimiento, con posibilidades de vender las innovaciones en los mercados a otros potenciales usuarios; lo que significa que, en el proceso de innovación, las organizaciones pueden utilizar intensivamente tanto el conocimiento interno, como el conocimiento externo, desarrollado por otros agentes, y le da el mismo valor a las fuentes internas y externas de nuevas ideas. Esto pone en perspectiva que una empresa que adopte este modelo, acelerará sus procesos de innovación y le permitirá llegar más rápido a los mercados, ser más competitivos y poder generar y retener valor.

Este modelo surge en contraposición a los modelos tradicionales, considerados cerrados por proponer que las innovaciones tienen carácter privado y secreto, porque son desarrollados internamente en las empresas, por unidades especializadas de Investigación y desarrollo a cuya actividad se destina recursos financieros considerables. Entre los más conocidos están los modelos lineales propuestos por Myers & Marquis (1969) Myers y Marquis (1969), Rothwell (1977) y Cooper (1979), los que postulan que, los proyectos de investigación e innovación se inician basados en la plataforma científica y tecnológica de la

empresa. Posteriormente, Rothwell (1994) propone un nuevo modelo denominado Modelo de Innovación en Red. El planteamiento central de este modelo llamado también de sistema, es que el proceso innovador se da por el aprendizaje entre las distintas unidades funcionales, y con la red de proveedores, clientes y colaboradores.

En este planteamiento se aprecia un antecedente de lo que ahora es el modelo de innovación abierta. El modelo reconoce la importancia de la utilización de componentes electrónicos, que incrementan la velocidad y eficiencia del proceso innovador, lo cual es coherente con el contexto económico y competitivo de los años noventa, en que la estrategia empresarial estaba concentrada, por un lado, en desarrollar nuevos productos a la mayor velocidad posible; y, por otro lado, en flexibilizar y adaptar sus estructuras organizacional y productiva para corresponder a los requerimientos de los mercados.

El Manual de Oslo (OECD, 2005), se ha convertido en una guía, en un modelo a seguir en el diseño de estrategias de innovación, tanto a nivel de país como en las empresas; por tal motivo, para los efectos de la investigación realizada, sirve de marco y complemento al modelo de innovación abierta, en tanto provee respaldo al tratamiento de las dimensiones de la variable Innovación empresarial.

A continuación, se citan dos teorías, que se refuerzan mutuamente, para fundamentar la acción innovadora de las empresas. La primera teoría propuesta por Shumpeter (1944) cuyas bases se encuentran en su libro “Teoría del desenvolvimiento económico” publicado en español en 1944.

El autor, en primer lugar, define innovación como una nueva combinación de factores productivos, aunque enfatiza que la innovación no se refiere estrictamente a solo un problema técnico, por lo que su concepto de innovación tiene cinco componentes: Primero, la introducción de un nuevo bien o de un bien mejorado en calidad [innovación de producto]; segundo, la incorporación de nuevos métodos de producción [innovación de proceso]; tercero, la inauguración de un mercado nuevo [innovación de marketing]; cuarto, la identificación de un nuevo proveedor de materias primas y bienes intermedios; y finalmente, la creación de una nueva organización [innovación organizacional] (Pág. 82).

La propuesta teórica de Shumpeter identifica tres fases en el proceso de innovación: Invención, innovación y difusión, y tres elementos inductores: desenvolvimiento, crédito y la figura del empresario. La fase de invención, tiene que ver con la génesis y el desarrollo de una idea, al punto que sea posible medir su potencial de mercado y su aporte al desarrollo económico. La fase de Innovación, donde la invención se transforma en un producto o un servicio que se lanza al mercado y queda expuesto a la competencia y a la aceptación o no de los consumidores. Esta es la fase clave que puede dar a la empresa innovadora una condición de “monopolio” y generar un desequilibrio de mercado aún de la economía, dependiendo del nivel de impacto de la innovación. Fase de difusión, ocurre cuando, al hacerse público la innovación, se expone a ser copiado por la competencia y rompe la situación monopólica de la empresa innovadora (Pág. 84).

El nivel de efectividad y de impacto del proceso trietápico de innovación dependerá de la existencia y condición de tres inductores: primero, el grado de desenvolvimiento de la empresa, entendido como los cambios en la vida económica inducidos por fuerzas de origen interno y no por fuerzas externas; segundo inductor, el crédito, a través del cual el sujeto innovador, se provee de recursos para adquirir los medios de producción para llevar a cabo las nuevas combinaciones; tercer inductor, el empresario definido como el que efectivamente lleva a cabo las nuevas combinaciones (innovaciones), en tanto personas con una voluntad y energía superiores a lo normal y capaces de generar desequilibrios. En conclusión, el empresario es el eje del proceso innovador (Págs. 74-88).

La segunda teoría es la de Nelson y Winter (2000), que elaboran su propuesta sobre la base del trabajo de Schumpeter, afirmando que es imposible analizar el cambio tecnológico en el marco del enfoque estático propuesto por los seguidores de la economía clásica, pues es necesario un cuerpo teórico que sustente que la novedad tecnológica es consecuencia de acciones ejecutadas por los productores, lo que le da carácter endógeno. Los autores estructuran su teoría con dos premisas; la primera en la que plantean que casi todo cambio no trivial en un producto o proceso, si no ha sido visto previamente, es una innovación, lo que se puede considerar la definición de innovación de éstos. La segunda premisa, en el que afirman que toda innovación implica incertidumbre antes y después de ser introducida en los mercados, lo que hace del proceso innovador un generador de

desequilibrio continuo en el sistema, en esto se manifiesta su cercanía a las propuestas de Shumpeter. Sin embargo, lo que más destaca es su propuesta respecto a que el proceso de innovación contribuye a la mejora del rendimiento y la eficiencia en las empresas y en la economía, lo cual dependerá del nivel de gasto en I&D en las industrias, en donde también influye la estructura institucional, en la que se incluye la base o plataforma científica.

Al igual que Shumpeter, Nelson y Winter, consideran que el proceso de innovación comprende las etapas de invención, innovación y difusión, pero donde hacen un nuevo aporte es cuando plantean que en el proceso de innovación interviene una compleja estructura institucional diversa relacionada con la actividad o sector económico. En dichas estructuras suelen intervenir de manera interactiva: las autoridades, diseñando e implementado políticas de innovación, muchas de ellas en el marco de un sistema nacional o regional de innovación, que incluye una serie de programas de promoción y estímulo de la actividad innovadora tanto en las empresas como en la academia; las instituciones sin fines de lucro, con interés en estimular la innovación en determinados sectores como de la salud o la educación por ejemplo; la academia, interesada en vincular la teoría con la experimentación práctica; y finalmente, el eje dinamizador de la innovación, la empresa y el empresario (Nelson, R. y Winter, S., 2000).

Finalmente, los autores presentan como propósito del proceso de innovación la mejora de los niveles de rendimiento y eficiencia en las empresas y en la economía, lo cual dependerá del nivel de gasto en I&D en las industrias, en donde también influye la estructura institucional, que incluye la base científica, y los entornos de selección, que son los que determinan el grado de efectividad y rendimiento de la inversión en I&D.

Para poner en perspectiva los escenarios futuros que deben ser el marco referencial para diseñar la propuesta que será el resultado principal de la investigación, a continuación, se presentan las mega tendencias que se avizora seguirá el desarrollo tecnológico y las innovaciones que la industria financiera tendrá que incorporar a sus procesos para ser sostenibles: primera mega tendencia, intensificación de la regulación por el estado, lo cual está reorganizando al sector financiero y determinando nuevos modelos de negocios; segunda mega tendencia, la tecnología lo cambiará todo, en tanto se afiance como un poderoso facilitador para reducir costos y mejorar los servicios; tercera mega tendencia, con los cambios demográficos, que están trastocando las prioridades y oportunidades de

crecimiento de las empresas financieras; cuarta mega tendencia, cambios sociales y de comportamiento, de parte de los clientes y otros agentes sociales los que requieren transparencia para mantener niveles de confianza aceptables (PWC, 2015).

A partir del informe de Ernst & Young - EY, reconocida consultora de nivel internacional, elaborado para la Asociación de Bancos del Perú en el año 2016, es posible observar, desde una perspectiva peruana, las tendencias de la innovación en el sector financiero. En el estudio referido, se precisan tres líneas de innovación que las instituciones financieras deben seguir para ser competitivas: la primera referida a la omnicanalidad, estrategia orientada a generar experiencias satisfactorias en el cliente, a través de diferentes plataformas relacionadas; la segunda referida a pagos digitales, el cual aún no es tan difundido como las instituciones desean, por desconfianza en la seguridad de estos medios; la tercera que tiene que ver con el internet de las cosas (IoT), que es un concepto referido a la interconexión digital de objetos con internet, lo cual permite la gestión remota del funcionamiento de dichos objetos ya sea por personas o por unidades de inteligencia artificial (EY., 2016).

En cuanto se refiere a la variable rendimiento económico financiero, se han seleccionado tres teorías para fundamentar su tratamiento en el trabajo de investigación realizado, siguiendo el criterio que éstas hagan referencia a la relación entre los esfuerzos de innovación llevados a cabo por las empresas y su impacto positivo en el rendimiento económico y financiero de éstas.

Respecto a las teorías de rentabilidad, las más conocida es la de Van Horne y Wachowicz, (2010), que parten del concepto de creación de valor en la empresa, el cual lo define como el rendimiento excedente que se produce cuando el rendimiento de un proyecto supera el esperado por los mercados financieros. Señala también, que la creación de valor en la empresa tiene varias fuentes, pero las dos más relevantes son el atractivo de la industria y la ventaja competitiva que haya creado y mantenido. Respecto a la ventaja competitiva, se refiere a la posición relativa que tenga una empresa en la industria o sector económico; dicha posición de fuerza puede ser por "...ventaja de costos, ventaja de marketing y precio, ventaja de calidad percibida y capacidad organizacional superior..." (Pág. 382).

También es reconocida la teoría del rendimiento empresarial, desde la teoría de los recursos, de Núñez-Cacho, Grande y Muñoz (2012), donde sostienen que el estudio del



rendimiento empresarial es considerado uno de los más complejos, porque puede abordarse desde diferentes perspectivas; y, citando a (Delaney & Huselid, 1996) enfocan el rendimiento en dos partes, la primera referida al rendimiento organizacional, donde identifican indicadores como calidad de los productos, innovación e introducción de nuevos productos, capacidad para atraer y retener talento, satisfacción del cliente y clima laboral, el segundo es el rendimiento de mercado, evidenciado por indicadores como: actividades e inversión en marketing, crecimiento de las ventas, participación de mercado y rentabilidad.

Para medir el rendimiento de las empresas, los autores proponen tres grupos de indicadores, el primero referido a indicadores de crecimiento, que evalúan el dinamismo de la empresa en el tiempo; asimismo evidencian el nivel de competitividad y la capacidad para crear valor y la sostenibilidad en el mercado; el segundo, referido a indicadores que miden el desempeño de la organización inducido por el desempeño de los trabajadores, poniendo como ejemplo, indicadores para medir la gerencia del conocimiento, el grado y efectividad de la supervisión y los controles, el grado de complacencia y de obligación de la población laboral con la organización, el nivel de ausentismo y reducción de la rotación; el tercer grupo, referido a indicadores económico financieros, que por su carácter cuantitativo, su uso tiene especial relevancia para medir el rendimiento de las empresas, destacando los indicadores de rentabilidad económica (ROA), de rentabilidad financiera (ROE), y los márgenes de beneficios.

La tercera teoría es la de (Parada, 1988), quien sostiene que la rentabilidad permite tener una medida monetaria de la eficiencia empresarial, entendida esta, como el mejor uso de los recursos (inversión) en la realización de la actividad económica, comparado con el beneficio (utilidad) obtenido; es decir, la rentabilidad posibilita evaluar la gestión económica y financiera de una unidad económica empresarial. Pero lo más notable de la propuesta del autor es que conceptúa la rentabilidad como una vía para concretar otros objetivos empresariales importantes, como: optimizar el nivel de inversiones, lograr niveles apropiados de libertad y seguridad ante los cambios del entorno, así como de mejora de imagen y reputación., dejando claro que la rentabilidad no es el único indicador que puede utilizarse en la evaluación económica y financiera de una empresa.

En cuanto a dimensiones e indicadores de la variable rendimiento económico financiero, se tomará como referencia la batería de indicadores para medir la gestión de las

entidades financieras determinadas y definidas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP – SBS, como organismo regulador del sistema financiero peruano; la que está constituida por 6 grupos de indicadores, haciendo un total de 19 indicadores, los cuales son actualizados y publicados mensualmente en la página web de dicha institución, para cada una de las instituciones financieras, bancos, financieras, cajas municipales y cajas rurales; Estos indicadores son los que servirán de base para operativizar la variable dos de la investigación ejecutada, permitiendo medir cuantitativamente los resultados del desempeño de la Caja Municipal del Santa.

En este apartado, se conceptualizan las variables y dimensiones que le dan sentido a la investigación. En primer lugar, se define la variable innovación empresarial; y al respecto Drucker (1999) dice, al igual que Shumpeter, que la innovación es la actividad clave de los empresarios, a través del cual pueden generar e introducir productos y servicios distintos al mercado, abriendo la posibilidad de aprovechar nuevas oportunidades de negocios. Por su lado, Porter (1991) postula que la innovación es el fundamento para originar ventajas competitivas en las empresas, y, como Shumpeter, afirma que la innovación consiste en enfocarse en nuevas tecnologías y en nuevas formas de hacer las cosas, por lo que puede expresarse a través de un producto novedoso, un proceso nuevo de producción, una manera inédita de gestión comercial o nuevas formas de capacitar y entrenar los recursos humanos. Asimismo, desde una perspectiva más amplia, Itami (2010), define la innovación como transformaciones drásticas en la vida de las personas por la introducción de nuevos productos o servicios, distinguiendo que una innovación es mucho más amplia que un descubrimiento tecnológico.

Una definición más conocida y aceptada de Innovación Empresarial se encuentra en la versión del año 2005 del “manual de Oslo”, editado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OECD (2005, pág. 56); la cual es usada en el ámbito mundial como guía para la elaboración de modelos específicos de gestión de la innovación, tanto de alcance macroeconómico como microeconómico. En el documento citado, la OCDE define innovación como la concepción e introducción de modificaciones relevantes de productos o servicios, en procesos de operación, en marketing y en aspectos organizacionales, en la búsqueda de mejorar los resultados de la compañía; entendiéndose que esto se da en un contexto de innovación abierta. Basado en el mismo manual, se definen las cinco dimensiones de la investigación: actividades de innovación, innovación e producto, innovación de procesos, innovación organizacional e innovación de marketing.

Se define innovación de producto como el desarrollo e introducción de un nuevo bien o servicio, también cuando los productos han sido objeto de mejoras relevantes en su composición técnica, en los materiales utilizados, en el diseño o en otros atributos funcionales, y también los casos cuando un producto existente es objeto de solo algunos ligeros cambios en sus especificaciones técnicas y sirve para un nuevo uso (2005, Pág. 58).

Asimismo, se define Innovación de Proceso, como poner en práctica procesos de producción u operación, una nueva forma de distribución, actividades de soporte inédito o significativamente perfeccionado (2005, pág. 59). Estas innovaciones usualmente están orientadas a disminuir costos unitarios de producción, ganar en eficiencia y productividad. Se admite que las innovaciones pueden darse tanto en los procesos principales como los de producción y ventas, así como en los procesos de soporte, como los de finanzas, investigación y desarrollo, y recursos humanos.

La dimensión Innovación en Organización es definida como una nueva forma de organización de las prácticas en la gestión de la empresa, en la manera de organizar del lugar de trabajo o de los vínculos con agentes externos a la empresa (2005, pág. 62). Estas innovaciones generalmente se aplican buscando mejorar el rendimiento de la empresa, reduciendo los gastos administrativos, elevar la productividad del recurso humano, y aún a reducir los gastos de abastecimiento. Se espera que una innovación organizacional, sea resultado de cambios en la estrategia empresarial, porque se están produciendo a la vez cambios relativamente drásticos en el modelo del negocio, que comprendan nuevos métodos y procedimientos de trabajo; la concentración de funciones y mayores responsabilidades en la toma de decisiones.

La dimensión Innovación de Marketing, es definida como la introducción de cambios significativos en los métodos de comercialización, que impliquen modificaciones importantes en el diseño y composición de los envases y empaques, estrategias nuevas de distribución, de promoción, publicidad y posicionamiento, así como en los métodos de fijación de precios (pág. 60). Con estas innovaciones se busca incrementar la satisfacción del cliente, identificar y abrir nuevos mercados, y reposicionar e incrementar las ventas de un producto.

La variable rendimiento económico financiero se define a partir del concepto de Rentabilidad que Pérez-Carballo (2010) lo plantea como una relación entre la utilidad y la

inversión utilizada para obtenerla, enfatizando su importancia para medir la productividad del factor capital, para remunerar a los inversionistas y, lo más relevante, para aportar al financiamiento del crecimiento de la empresa. Esta definición de rentabilidad es relativamente consensuada mundialmente, como se percibe cuando León (2009), dice que la rentabilidad permite la medición de la productividad de los recursos utilizados en un negocio, y que, además, garantiza la sostenibilidad de la empresa en el tiempo.

También existe consenso respecto a la separación entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera; la primera es definida por la relación entre la utilidad y el activo total (ROA), y la segunda por la relación entre utilidad y el patrimonio contable (ROE). Sin embargo hay discrepancias en cuanto a qué indicador de utilidad usar para el cálculo de la rentabilidad económica; la mayoría de autores, como el propio Pérez-Carballo, proponen el uso de la utilidad operativa, porque consideran que en la cálculo de la rentabilidad económica, no debe tenerse en cuenta el impacto de la estructura financiera de la empresa; mientras que otros autores, como Sánchez (1994), defiende el uso de la utilidad neta en la determinación de la rentabilidad económica, argumentando que el costo financiero sí incide en la competencia económica de la empresa para generar beneficios.

Asimismo, también hay consenso en que el rendimiento económico financiero de las empresas además de la rentabilidad, tiene otras dimensiones relevantes como: el aumento de los ingresos, mejora de la productividad y de la seguridad o solvencia, que proveen indicadores e información sobre los resultados generados por las decisiones y los recursos utilizados en las operaciones de la empresa, tal como lo sostienen Parada y también Núñez- Cacho y otros, cuyas teorías se han citado líneas arriba.

La dimensión ingresos, se define de acuerdo a Guajardo y Andrade (2012), como el flujo de recursos que perciben las empresas por la comercialización de productos o servicios, al contado o al crédito; y se refuerza con la definición de Label, De Leon y Ramos (2012) al precisar que los ingresos son lo que la empresa ha generado por la venta de mercadería o servicios durante un periodo. Ahora es pertinente precisar que la fuente de los ingresos de las empresas financieras, difiere de las empresas no financieras, al asumir el nombre de ingresos financieros, y son llamados así, de acuerdo con el glosario vigente desde el 2016, publicado por la SBS, los provenientes de los intereses y comisiones por créditos, que son los más representativos en la composición de los ingresos de las instituciones

financieras, y por otros derivados de inversiones diversas de corto plazo y otras operaciones financieras.

La dimensión solvencia se define como la competencia de una empresa para cumplir con las obligaciones en el largo plazo, sin embargo, algunos autores proponen que la solvencia tiene una perspectiva en el corto plazo; por eso es mejor entender solvencia como capacidad de la empresa para pagar sus obligaciones sin importar el plazo. La solvencia de corto plazo es determinada por la relación activo corriente con pasivos corriente, que pone en evidencia la posición de liquidez de la empresa, mientras que la solvencia de largo plazo está más ligado a la estructura financiera de la empresa, es decir, a la relación proporcional que hay entre los recursos propios con la masa de deuda asumida por la empresa (Gómez,2018).

Finalmente, la dimensión Productividad que es definida, desde la perspectiva microeconómica, como la capacidad de una empresa de producir más con la misma cantidad de insumos, o de producir lo mismo con una menor cantidad de insumos (Munro, 2002). Complementa esta posición, Bravo (2014) cuando afirma que la productividad empresarial crea valor compartido con los diversos grupos involucrados que participan en el proceso productivo: trabajadores, comunidad, proveedores, autoridades tributarias, instituciones públicas, inversionistas y otros.

La descripción de la realidad problemática, así como la identificación de antecedentes y los fundamentos teóricos, permite enunciar la pregunta de la investigación como “¿Cuál es la relación entre Innovación Empresarial y el rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de ahorro y Crédito del Santa, a percepción de sus funcionarios, durante el periodo 2014 – 2018?”, que fue el punto de arranque y motivación para la ejecución de la investigación, la cual se justifica plenamente desde diferentes perspectivas: desde la perspectiva social, porque el sujeto de estudio es una institución dedicada al negocio micro financiero, que, desde el inicio de actividades en marzo de 1986 viene cumpliendo un rol social relevante al haber permitido que las MyPEs y la población de bajos recursos, puedan acceder al mercado financiero y, así, a oportunidades para mejorar sus condiciones de vida; desde la perspectiva económica, se justifica el esfuerzo de investigación, porque permitió obtener información sobre los recursos que la Caja Santa, está orientando a la innovación, y sobre el impacto en la competitividad, rentabilidad y

sostenibilidad, de una institución micro financiera, que cumple un rol promotor del desarrollo económico regional y local. Desde la perspectiva tecnológica, se justifica la investigación porque, permitió determinar el modelo de innovación que sigue la Caja del Santa, si ha generado innovaciones internamente o por contribución externa, y, especialmente, permitió obtener datos sobre cómo las innovaciones introducidas, han impactado en la atención a la población objetivo. Desde la perspectiva teórica, ejecutar la investigación permitió contribuir a formar un cuerpo de conocimiento respecto a cómo las innovaciones tecnológicas están impactando en el desempeño, competitividad y sostenibilidad de la Caja Municipal del Santa, tema sobre el cual no se han encontrado investigaciones previas en el país, la región y en la localidad; por lo tanto, la investigación resultará un antecedente importante para la realización de futuras investigaciones en el sistema de Cajas Municipales del Perú.

En este nivel de avance, ya se tienen los argumentos y fundamentos para señalar los objetivos que se propusieron alcanzar con la investigación.

El objetivo general:

Determinar la relación entre innovación empresarial y el rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, en el periodo 2014 – 2018.

Objetivos específicos:

Analizar la innovación empresarial en la Caja Municipal de ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, durante el periodo 2014 – 2018.

Analizar el rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, durante el periodo 2014 – 2018.

Analizar la relación entre actividades de innovación con el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018.

Analizar la relación entre innovación de producto con el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018.

Analizar la relación entre innovación de proceso con el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018.

Analizar la relación entre innovación organizacional con el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018.

Analizar la relación entre innovación de marketing con el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018.

Desarrollar una propuesta de mejora en el proceso de gestión de la innovación para ser aplicado en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa.

Planteados el problema y los objetivos que se busca con la investigación, se deriva finalmente la hipótesis general de la investigación:

Hi: Se evidencia relación significativa entre las actividades de innovación empresarial, y rendimiento económico financiero de la Caja Santa, a percepción de sus funcionarios, en el periodo 2014 – 2018.

H<sub>0</sub>: No se evidencia relación significativa entre las actividades de innovación empresarial, y rendimiento económico financiero de la Caja Santa, a percepción de sus funcionarios, en el periodo 2014 – 2018.

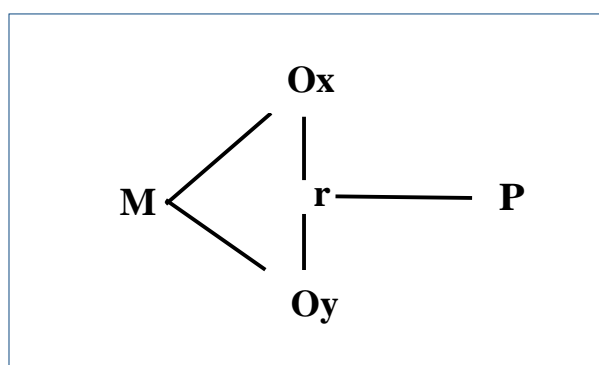
## II. MÉTODO

### 2.1 Tipo y diseño de investigación

Para tener mejor idea del diseño de la investigación realizada, se precisa en primer lugar que esta es de tipo no experimental, porque no se manipulará ninguna de las variables que serán tratadas, y, de corte transversal para el periodo 2014 – 2018; en tanto se levantará datos estadísticos de este periodo; mientras que el diseño específico es de carácter descriptivo y correlacional (Carrasco, 2017), también propositivo, por cuanto, un objetivo de la investigación, considera la elaboración y propuesta de mejora en la Gestión de la Innovación que podrá ser implementadas en la Caja Santa, y, por extensión, servir de referencia para otras Cajas municipales.

Se precisa que el método de investigación es el mixto, el cual lo entendemos según lo plantean Hernández-Sampieri y Mendoza (2019), como un itinerario nuevo de investigación donde se entrelazan los métodos cuantitativo y cualitativo, aportando lo mejor de cada una, potenciando así el proceso investigativo, desde el momento de la recolección de datos, con la utilización de instrumentos de ámbos métodos, su procesamiento para obtener los resultados, hasta ganar en extensión y profundidad en la fundamentación de la discusión, las conclusiones y el diseño de propuestas de mejora..

El esquema de investigación es el siguiente:



M: corresponde a la muestra, constituida por funcionarios de la Caja Santa.

Ox: Vista de la variable uno, innovación empresarial

Oy: Vista de la variable dos, rendimiento económico financiero

r: El indicador de correlación de las dos variables



P: propuesta como resultado de la investigación. En este caso, consistente en una guía para la gestión de la innovación en la Caja del Santa.

## **2.2 Variables de operacionalización**

Las variables determinadas para la ejecución de la investigación son definidas operacionalmente de la siguiente manera:

Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición
Innovación empresarial	La concepción e introducción de modificaciones relevantes de productos o servicios, en procesos de operación, en marketing y en aspectos organizacionales, en la búsqueda de mejorar los resultados de la compañía (OCDE, 2005, pag.56)	Se refiere a los cambios significativos que la Caja Santa, introduce en productos, procesos, organizacionales y de marketing con el propósito de asegurar las expectativas de rendimiento económico y financiero	Actividades de innovación	- Tipos de actividades - Motivadores de la innovación	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27	Ordinal 2.51 a 3.00 1.31 a 2.50 0.00 a 1.30
			Innovación de producto	- Productos y servicios mejorados - Productos y servicios nuevos. - Fuente de desarrollo	28, 29, 30, 31, 32, 33, 34,	
			Innovación de proceso	-Tipo de innovación de proceso -Fuente de desarrollo de la innovación	35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42	
			Innovación organizacional	-Tipo de innovación -importancia de la innovación en la empresa	43, 44, 45, 46, 47, 48	
			Innovación de marketing	-Tipo de innovación -enfoque en el cliente	49, 50, 51, 52, 53, 54	
Rendimiento económico financiero	Una relación entre la utilidad y la inversión realizada para obtenerla, enfatizando u importancia para medir la productividad del factor capital, para remunerar a los inversionistas, y, lo más relevante, para aportar al financiamiento del crecimiento de la empresa, (Pérez-Carballo, 2010, pág. 58)	Se refiere a la relación entre el beneficio y los recursos utilizados por la Caja Santa para obtenerlo, permitiendo tener, además, una medición de la solvencia y la productividad, a partir de la evolución y comportamiento de sus ingresos	Crecimiento de los ingresos	-Incremento de ingresos. -Nuevas fuentes	1, 2, 3	Ordinal 2.51 a 3.00 1.31 a 2.50 0.00 a 1.30
			Rentabilidad	-Rentabilidad económica -Rentabilidad financiera	4, 5	
			Solvencia	-De corto plazo -De largo plazo	6, 7, 8	
			Productividad	-De recursos humanos. -Operativa	9, 10, 11, 12	

### **2.3 Población, muestra y muestreo**

La población total de trabajadores en la Caja Santa, estará constituida por 283 personas, pero de estos se ha tomado como muestra a 28 que tienen nivel de funcionarios, ubicados en la estructura organizacional, como director (1), gerentes (3), administradores de agencia (10) y jefes de oficina (14). Entre estos se encuentran administradores de empresas, contadores, economistas, ingenieros y abogados, con una edad promedio de 42 años, y laborando en la empresa un promedio de 9 años; asimismo 10 del total son mujeres y 18 son varones.

La muestra de 28 personas han sido determinada usando el método de muestreo por conveniencia, haciendo uso del criterio de inclusión, en atención a que el tema de la investigación requiere que los participantes tengan conocimientos relativamente especializados y estar en posición de liderazgo; siendo así, la muestra está conformada por: un miembro del Directorio, los tres gerentes mancomunados, diez administradores de agencia, y catorce jefes de oficina, a quienes se aplicaron los diversos instrumentos para el recojo de datos. El hecho que los participantes sean de diferente nivel jerárquico, que tengan diversas profesiones, y cubran todos los procesos de la Caja Santa, permitió obtener datos de diferentes perspectivas, que, al ser cruzados, aseguraron un mayor grado de confiabilidad de los datos obtenidos, por lo tanto, también de los resultados buscados en la investigación.

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

#### **2.4.1 Técnica**

En el trabajo de recolección de datos, tanto de la variable uno, innovación empresarial, como de la variable dos, rendimiento económico financiero, se usó tres técnicas: la técnica de la encuesta, la técnica de la entrevista semi - estructurada y la técnica del análisis documental.

#### **2.4.2 Instrumentos**

Para cada variable se utilizaron los siguientes instrumentos: el cuestionario, la guía de entrevistas y la matriz de registro de datos.

Además, se desarrolló la prueba de normalidad para verificar la distribución de los datos recogidos en la aplicación del instrumento de recolección de datos.

### Prueba de normalidad

Tabla 18

*Prueba de Normalidad de Kolmogorov Smirnov para las variables y dimensiones de Innovación Empresarial y Rendimiento Económico Financiero.*

Variable / Dimensiones	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
<b>Innovación Empresarial</b>	<b>0.224</b>	<b>28</b>	<b>0.001</b>
- Actividad de innovación	0,102	28	0,200
- Innovación de producto	0,121	28	0,200
- Innovación de proceso	0,169	28	0,040
- Innovación organizacional	0,175	28	0,028
- Innovación de marketing	0,210	28	0,003
<b>Rendimiento económico financiero</b>	<b>0.116</b>	<b>28</b>	<b>0.200</b>
- Ingresos	0,147	28	0,128
- Rentabilidad	0,364	28	0,000
- Solvencia	0,143	28	0,151
- Productividad	0,170	28	0,038

Fuente: Encuesta, entrevista y análisis documental.

### Interpretación:

En la Tabla 18 se visualiza que, los únicos conjuntos que se pueden considerar que tienen o se aproximan a una distribución con forma normal son: Actividad de innovación, Innovación de producto, Rendimiento Económico Financiero, Ingresos y solvencia, donde para todos ellos el p-value es mayor que 0.05. Y para los otros conjuntos se considera que los datos tienen una forma o distribución considerada no normal ( $p < 0.05$ ).

Finalmente tenemos que entre las dimensiones Innovación de proceso y la dimensión Innovación de marketing con la variable Rendimiento Económico Financiero no existe una relación significativa, con un  $r_s = 0.219$  ( $p > 0.05$ ) y  $r_s = 0.229$  ( $p > 0.05$ ), respectivamente.

### **2.4.3 Validez y confiabilidad de instrumentos**

Para la validez de los cuestionarios, estos fueron sometidos a la consideración de cinco expertos, quienes emitieron su opinión y firmaron documentos que son adjuntados entre los anexos.

Para los efectos de la confiabilidad de los cuestionarios, se evaluó su consistencia interna, utilizando como método estadístico la fórmula de Alfa de Cronbach, calculado sobre la matriz de datos obtenida de la prueba piloto en la que se aplicó los cuestionarios a la totalidad de la muestra (28). En el caso del cuestionario de la variable uno, se obtuvo un valor de  $\alpha=0.8485$ , y en el caso de la variable dos, se obtuvo un valor de  $\alpha=0.8757$ .

## **2.5 Procedimientos**

En este apartado, se describe las actividades llevadas a cabo para la preparación de la presente investigación:

El primer paso fue identificar el problema de estudio, que surge por la preocupación de los directores de la Caja Municipal del Santa, por saber cómo el avance tecnológico está impactando en el desempeño de las empresas, en especial de las del sistema de CMACS del Perú, empresas especializadas en Micro finanzas, que se han convertido en modelo a seguir por otras instituciones nacionales y del extranjero.

El siguiente paso, consistió en buscar antecedentes documentales sobre la relación innovación y resultados empresariales, así como modelos, corrientes y teorías que sustenten las variables identificadas. Esta tarea permitió estructurar distintas versiones de la matriz de consistencia, que permitió sistematizar y alinear, el problema de investigación, con las hipótesis de trabajo y con los objetivos de investigación; asimismo, el despliegue de las variables de estudio con sus respectivas dimensiones e indicadores.

A continuación, se procedió a describir la realidad problemática de cómo las empresas del ámbito internacional y nacional hacen esfuerzos para introducir innovaciones, con el propósito de asegurar rendimientos razonables, competitividad y sostenibilidad, lo que permitió confirmar la selección de las variables de estudio.

El paso siguiente fue presentar argumentos sólidos para justificar, desde una perspectiva teórica, social, económica y tecnológica, la ejecución de la investigación.

Luego se procedió a determinar la metodología a seguir en la investigación. Se partió de definir que el tipo de investigación es no experimental y de corte transversal para un periodo de cinco años; luego se determinó un diseño de carácter descriptivo, correlacional y propositivo. A continuación, se procedió a determinar la muestra, a partir de la población de trabajadores de la Caja Santa (283), seleccionado a 28 con nivel de funcionarios. También se seleccionó las técnicas e instrumentos para la captura de los datos, determinándose que para ambas variables: innovación empresarial y rendimiento económico financiero, se trabajará con las técnicas de la encuesta, la entrevista estructurada y el análisis documental, con sus respectivos instrumentos: cuestionario, guía de entrevista y la matriz de registro de datos.

Los cuestionarios fueron sometidos a prueba de validez mediante juicio de expertos, con grado de doctor y experiencia en investigación; y su confiabilidad se determinó, aplicando una prueba piloto a los veintiocho miembros de la muestra de la caja Santa, refrendado por un  $\alpha=0.8485$ , para la variable innovación empresarial y un  $\alpha=0.8757$  para la variable rendimiento económico financiero.

## **2.6 Método de análisis de datos**

En el análisis de datos obtenidos, se utilizó el paquete estadístico IBM \* SPSS, que permitió elaborar y analizar la matriz de datos. Luego se procedió al análisis descriptivo de los datos por cada variable, y se hizo las respectivas pruebas estadísticas de hipótesis.

## **2.7 Aspectos éticos**

En el proceso de elaboración tanto del proyecto como de la investigación misma, el autor ha determinado conducir su trabajo bajo los siguientes principios éticos:

Desde la perspectiva del valor social o científico, se garantiza que la investigación tiene valor científico porque se hará uso escrupuloso del método científico; y tiene importancia social, por cuanto sus resultados y propuesta pueden ser de utilidad para orientar mejor los esfuerzos de innovación que están haciendo instituciones representativas del Perú, como son las Cajas Municipales.

Se asegura una selección equitativa de los sujetos de estudio, en estricta relación con los objetivos de la investigación. Se descarta intervención de criterios meramente subjetivos.

Se enfatiza, el consentimiento informado de todas las personas jurídicas y naturales que participarán en la investigación propuesta, sin que sean vulnerados sus valores, intereses y preferencias, para lo cual se les proveerá la información necesaria sobre la finalidad, los riesgos, los beneficios de la investigación.

Se garantiza el respeto a los sujetos de investigación, en cuanto a la confidencialidad y manejo responsable de la información provista, así como su derecho a tener los resultados de la investigación.

### III. RESULTADOS

3.1 Objetivo general: determinar la relación entre innovación empresarial y el rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, en el periodo 2014 – 2018.

Tabla 01  
*Relación entre innovación empresarial y rendimiento económico financiero*

CARACTERIZACION DE LA MUESTRA		RENDIMIENTO ECONOMICO FINANCIERO						
		Deficiente		Regular		Bueno		
		Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	
INNOVACIÓN EMPRESARIAL	CARGO DEL FUNCIONARIO	DIRECTOR	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%
		GERENTES	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%
		ADMINISTRADOR DE AGENCIA	0	0.0%	1	3.6%	8	28.6%
		JEFES DE OFICINA	0	0.0%	8	28.6%	7	25.0%
	EADADES	29-37 años	0	0.0%	2	7.1%	6	21.4%
		38 - 46 años	0	0.0%	3	10.7%	8	28.6%
		47 - 54 años	0	0.0%	4	14.3%	5	17.9%
	TIEMPO DE SERVICIO	1-5 años	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
		6-10 años	0	0.0%	3	10.7%	4	14.3%
		11-15 años	0	0.0%	2	7.1%	5	17.9%
	GENERO	16 a más años	0	0.0%	2	7.1%	2	7.1%
		VARON	0	0.0%	7	25.0%	11	39.3%
	LUGAR DE TRABAJO	MUJER	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
		SEDE CENTRAL	0	0.0%	7	25.0%	12	42.9%
		AGENCIAS	0	0.0%	2	7.1%	7	25.0%

Fuente: Base de datos de los instrumentos de medición

#### Interpretación:

Las cifras de la Tabla 01, son claves, por cuanto ponen en evidencia la relación entre las dos variables de la investigación. La totalidad de los funcionarios encuestados percibieron que durante el periodo 2014 – 2018 la Caja Santa tuvo un nivel bueno de innovación empresarial, y de estos, el 67.2% percibieron que el nivel de rendimiento económico y financiero de la empresa también fue bueno, y el 32.2% que el rendimiento fue regular.



Tabla 02

*Percepción de los funcionarios sobre innovación empresarial y rendimiento económico financiero, periodo 2014 -2018*

Variables	Bueno		Regular		Deficiente		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Innovación empresarial	28	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	28	100%
Rendimiento económico financiero	19	67.8%	13	32.2%	0	0.0%	28	100%

Fuente: Base de datos de los instrumentos de medición

La Tabla 02, revela que el 100% de los encuestados consideran que el Nivel de innovación empresarial en la Caja del Santa fue bueno en los años 2014 - 2018; asimismo, el 67.8% consideran que el nivel de rendimiento económico financiero fue bueno, y el 32.2%, que solo fue regular.

Tabla 03

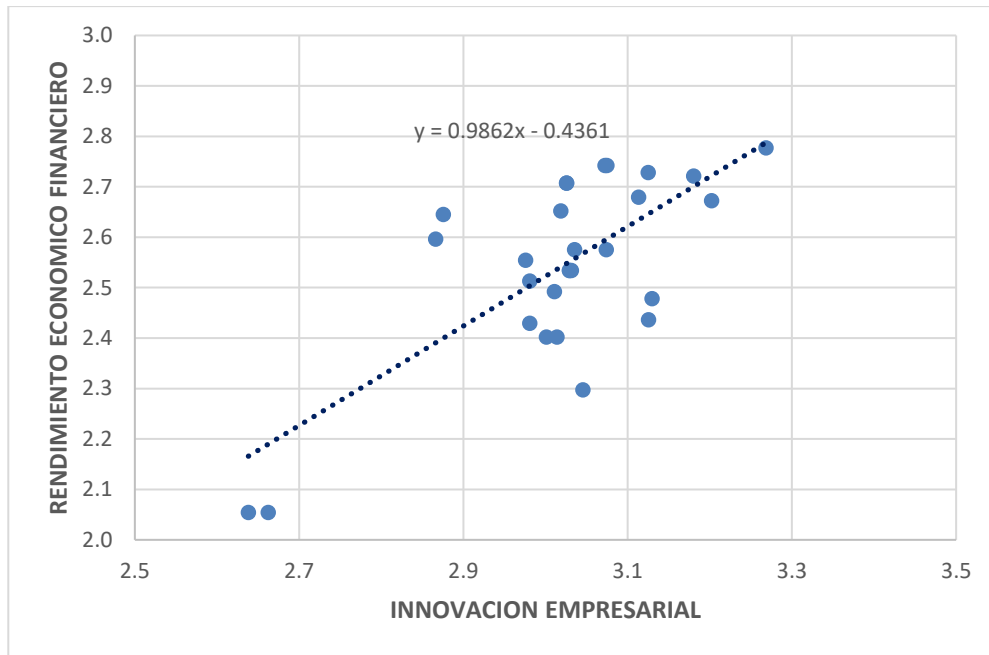
*Correlación entre las variables innovación empresarial y rendimiento económico financiero*

		TOTAL DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL	TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO
TOTAL DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL	Correlación de Pearson	1	,729**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	28	28
TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO	Correlación de Pearson	,729**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	28	28

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

### **Interpretación:**

En la Tabla 03, se pone en evidencia que entre las dos variables hay un alto nivel de correlación positiva y alto nivel de significación, con base en el índice de Pearson de 0.729 y una  $p < 0.01$



Fuente: Encuesta, entrevista y análisis documental.

*Figura 01:* Relación entre Innovación Empresarial y Rendimiento económico financiero.

**Interpretación:**

En la figura 01 se puede apreciar la existencia de una relación directa entre la Innovación Empresarial y el Rendimiento Económico Financiero. Cuando se incrementa la valoración de la percepción, que tienen los directivos o funcionarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, sobre la Innovación Empresarial la percepción del Rendimiento Económico Financiero también se incrementa.

3.2 Objetivo específico uno: Analizar la innovación empresarial en la Caja Municipal de ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, durante el periodo 2014 – 2018.

Tabla 04:

*Innovación Empresarial*

CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA		INNOVACIÓN EMPRESARIAL					
		Deficiente		Regular		Bueno	
		Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla
CARGO DEL FUNCIONARIO	DIRECTOR	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%
	GERENTES	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%
	ADMINISTRADOR DE AGENCIA	0	0.0%	0	0.0%	9	32.1%
	JEFES DE OFICINA	0	0.0%	0	0.0%	15	53.6%
EDADES	29-37 años	0	0.0%	0	0.0%	8	28.6%
	38 - 46 años	0	0.0%	0	0.0%	11	39.3%
	47 - 54 años	0	0.0%	0	0.0%	9	32.1%
TIEMPO DE SERVICIO	1-5 años	0	0.0%	0	0.0%	10	35.7%
	6-10 años	0	0.0%	0	0.0%	7	25.0%
	11-15 años	0	0.0%	0	0.0%	7	25.0%
	16 a más años	0	0.0%	0	0.0%	4	14.3%
GENERO	VARON	0	0.0%	0	0.0%	18	64.3%
	MUJER	0	0.0%	0	0.0%	10	35.7%
LUGAR DE TRABAJO	SEDE CENTRAL	0	0.0%	0	0.0%	19	67.9%
	AGENCIAS	0	0.0%	0	0.0%	9	32.1%

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

**Interpretación:**

En la Tabla 04 se observa que el 100% de los funcionarios, desde directores a jefes de oficina, independientemente de la edad, el tiempo de servicio, género y la sede trabajo, consideran que la innovación empresarial fue de nivel bueno en el periodo analizado.

Tabla 05:

*Nivel de innovación empresarial por dimensiones*

Dimensiones	Bueno		Regular		Deficiente	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Actividades de innovación	28	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
Innovación de producto	28	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
Innovación de proceso	26	92.9%	2	7.1%	0	0.0%
Innovación organizacional	0	0.0%	28	100.0%	0	0.0%
Innovación de marketing	28	100.0%	0	0.0%	0	0.0%

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

**Interpretación:**

En la Tabla 05 se observa que las dimensiones actividades de innovación, innovación de productos, e innovación de marketing son las que fueron calificadas como de nivel bueno por el 100% de los encuestados, mientras que la dimensión innovación de procesos, recibió la calificación de bueno por el 92.9% de los encuestados y un 8.1%, lo calificó como regular; y la dimensión organizacional fue catalogada como de nivel regular por el 100% de los funcionarios de la empresa.

3.3 Objetivo específico dos: Analizar el rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, durante el periodo 2014 – 2018

Tabla 06:

*Rendimiento económico financiero*

CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA		RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO					
		Deficiente		Regular		Bueno	
		Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla
CARGO DEL FUNCIONARIO	DIRECTOR	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%
	GERENTES	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%
	ADMINISTRADOR DE AGENCIA	0	0.0%	1	3.6%	8	28.6%
	JEFES DE OFICINA	0	0.0%	8	28.6%	7	25.0%
EDADES	29-37 años	0	0.0%	2	7.1%	6	21.4%
	38 - 46 años	0	0.0%	3	10.7%	8	28.6%
	47 - 54 años	0	0.0%	4	14.3%	5	17.9%
TIEMPO DE SERVICIO	1-5 años	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
	6-10 años	0	0.0%	3	10.7%	4	14.3%
	11-15 años	0	0.0%	2	7.1%	5	17.9%
	16 a más años	0	0.0%	2	7.1%	2	7.1%
GENERO	VARON	0	0.0%	7	25.0%	11	39.3%
	MUJER	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
LUGAR DE TRABAJO	SEDE CENTRAL	0	0.0%	7	25.0%	12	42.9%
	AGENCIAS	0	0.0%	2	7.1%	7	25.0%

Fuente: Base de datos del instrumento de medición.

**Interpretación:**

La Tabla 06 evidencia que el 67.9% de los funcionarios consideran que el rendimiento económico de la Caja Santa fue bueno, de los cuales 53.6% corresponden a la percepción de administradores de agencia y jefes de oficina; Mientras que el 32.1% de funcionarios indican que el rendimiento fue solo regular. Se aprecia asimismo que los menores de 46 años, que suman el 50%, señalan que el rendimiento fue bueno; mientras que los que están en el rango de 38 a más de 50 años, que representan el 15%, estiman que el rendimiento fue regular.

Tabla 07:

*Nivel de Rendimiento económico financiero por dimensiones*

Dimensiones	Bueno		Regular		Deficiente	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Incremento de ingresos	8	28.6%	20	71.4%	0	0.0%
Rentabilidad	0	0.0%	28	100.0%	0	0.0%
Solvencia	22	78.6%	6	21.4%	0	0.0%
Productividad	27	96.4%	1	3.6%	0	0.0%

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

**Interpretación:**

El análisis de la variable rendimiento económico financiero, por cada uno de sus dimensiones, se realiza con los datos de la Tabla 07, apreciándose que la dimensión rentabilidad es la que tuvo la calificación de nivel regular, en la que coincidieron el 100% de los encuestados, sigue la dimensión incremento de ingresos, a la que el 71.4% calificó de nivel regular y el 28.6% de nivel bueno, a continuación la dimensión solvencia, cuyo nivel fue catalogado como bueno por el 78.6% de los encuestados y el 21.4% lo calificó de regular; finalmente la dimensión productividad, que fue considerado de nivel bueno por el 98.4% de los funcionarios, y el 3.6% lo consideró de nivel regular.

3.4 Objetivo específico tres: Analizar la relación de actividades de innovación y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018.

Tabla 08:

*Relación de actividades de innovación y rendimiento económico financiero*

ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN / CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA		RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO						
		Deficiente		Regular		Bueno		
		Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	
ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN	CARGO DEL FUNCIONARIO	DIRECTOR	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%
		GERENTES	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%
		ADMINISTRADOR DE AGENCIA	0	0.0%	1	3.6%	8	28.6%
		JEFES DE OFICINA	0	0.0%	8	28.6%	7	25.0%
	EADADES	29-37 años	0	0.0%	2	7.1%	6	21.4%
		38 - 46 años	0	0.0%	3	10.7%	8	28.6%
		47 - 54 años	0	0.0%	4	14.3%	5	17.9%
	TIEMPO DE SERVICIO	1-5 años	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
		6-10 años	0	0.0%	3	10.7%	4	14.3%
		11-15 años	0	0.0%	2	7.1%	5	17.9%
		16 a más años	0	0.0%	2	7.1%	2	7.1%
	GENERO	VARON	0	0.0%	7	25.0%	11	39.3%
		MUJER	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
	LUGAR DE TRABAJO	SEDE CENTRAL	0	0.0%	7	25.0%	12	42.9%
		AGENCIAS	0	0.0%	2	7.1%	7	25.0%

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

### Interpretación:

La Tabla 08 revela que los funcionarios que consideran que hay un nivel bueno de actividades de innovación en la empresa, perciben también, en un 53.6%, que el nivel de rendimiento económico financiero fue bueno en los años 2014 - 2018, mientras que el 32.2% de aquellos, señalan que el rendimiento solo fue regular, y en esto influyen mayormente los administradores de agencia.

Tabla 09:

*Correlación entre actividades de innovación y rendimiento económico financiero*

		TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO	ACTIVIDADES DE INNOVACION
TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO	Correlación de Pearson	1	,583**
	Sig. (bilateral)		.001
	N	28	28
ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN	Correlación de Pearson	,583**	1
	Sig. (bilateral)	.001	
	N	28	28

Fuente; Base de datos del instrumento de medición

**Interpretación:**

Del mismo modo en la Tabla 09 se aprecia un valor de 0.583 para el índice de Pearson, evidenciando así, que hubo un nivel moderado de correlación positiva, pero de alta significación, entre la dimensión actividades de innovación y la variable rendimiento económico financiero.

3.5 Objetivo específico cuatro: Analizar la relación de las innovaciones de producto y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018.

Tabla 10:

*Relación entre innovación de producto y rendimiento económico financiero*

INNOVACIÓN DEL PRODUCTO / CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA		RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO						
		Deficiente		Regular		Bueno		
		Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	
INNOVACIÓN DE PRODUCTO	CARGO DEL FUNCIONARIO	DIRECTOR	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%
		GERENTES	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%
		ADMINISTRADOR DE AGENCIA	0	0.0%	1	3.6%	8	28.6%
		JEFES DE OFICINA	0	0.0%	8	28.6%	7	25.0%
	EADADES	29-37 años	0	0.0%	2	7.1%	6	21.4%
		38 - 46 años	0	0.0%	3	10.7%	8	28.6%
		47 - 54 años	0	0.0%	4	14.3%	5	17.9%
		55 años y más	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
	TIEMPO DE SERVICIO	1-5 años	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
		6-10 años	0	0.0%	3	10.7%	4	14.3%
		11-15 años	0	0.0%	2	7.1%	5	17.9%
		16 a más años	0	0.0%	2	7.1%	2	7.1%
	GENERO	VARON	0	0.0%	7	25.0%	11	39.3%
		MUJER	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
	LUGAR DE TRABAJO	SEDE CENTRAL	0	0.0%	7	25.0%	12	42.9%
		AGENCIAS	0	0.0%	2	7.1%	7	25.0%

Fuente: Base de datos del instrumento de medición



**Interpretación:**

En la Tabla 10 se observa que los funcionarios que perciben que en la empresa hay un nivel bueno de innovaciones de producto en la Caja Santa, asimismo señalan, en un 53.6% que hubo un nivel bueno de rendimiento económico financiero en el periodo analizado.

Tabla 11:

*Correlación entre innovación de productos y rendimiento económico financiero*

		TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO	INNOVACIÓN DEL PRODUCTO
TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO	Correlación de Pearson	1	,527**
	Sig. (bilateral)		.004
	N	28	28
INNOVACIÓN DEL PRODUCTO	Correlación de Pearson	,527**	1
	Sig. (bilateral)	.004	
	N	28	28

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

**Interpretación:**

Asimismo, en la Tabla 11, se aprecia que el índice de Pearson de 0.527, evidenciado un nivel moderado de correlación positiva, pero de alta significación, entre las innovaciones de producto y el rendimiento obtenido por la empresa.

3.6 Objetivo específico cinco: Analizar la relación de las innovaciones de proceso y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018

Tabla 12:

*Relación de innovación de procesos y rendimiento económico financiero*

INNOVACIÓN DE PROCESOS / CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA		RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO							
		Deficiente		Regular		Bueno			
		Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla		
INNOVACIÓN DE PROCESOS	CARGO DEL FUNCIONARIO	DIRECTOR	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
		GERENTES	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
		ADMINISTRADOR DE AGENCIA	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%	
		JEFES DE OFICINA	0	0.0%	2	7.1%	0	0.0%	
	EDADES	29-37 años	0	0.0%	1	3.6%	0	0.0%	
		38 - 46 años	0	0.0%	1	3.6%	1	3.6%	
		47 - 54 años	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
	TIEMPO DE SERVICIO	1-5 años	0	0.0%	2	7.1%	0	0.0%	
		6-10 años	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
		11-15 años	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%	
		16 a más años	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
	GENERO	VARON	0	0.0%	2	7.1%	1	3.6%	
		MUJER	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
	LUGAR DE TRABAJO	SEDE CENTRAL	0	0.0%	2	7.1%	0	0.0%	
		AGENCIAS	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%	
	RNIE	CARGO DEL FUNCIONARIO	DIRECTOR	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%
			GERENTES	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%
			ADMINISTRADOR DE AGENCIA	0	0.0%	1	3.6%	7	25.0%
		EDADES	JEFES DE OFICINA	0	0.0%	6	21.4%	7	25.0%
			29-37 años	0	0.0%	1	3.6%	6	21.4%
			38 - 46 años	0	0.0%	2	7.1%	7	25.0%
		TIEMPO DE SERVICIO	47 - 54 años	0	0.0%	4	14.3%	5	17.9%
			1-5 años	0	0.0%	0	0.0%	8	28.6%
			6-10 años	0	0.0%	3	10.7%	4	14.3%
11-15 años			0	0.0%	2	7.1%	4	14.3%	
GENERO		16 a más años	0	0.0%	2	7.1%	2	7.1%	
		VARON	0	0.0%	5	17.9%	10	35.7%	
LUGAR DE TRABAJO	MUJER	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%		
	SEDE CENTRAL	0	0.0%	5	17.9%	12	42.9%		
	AGENCIAS	0	0.0%	2	7.1%	6	21.4%		

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

### Interpretación:

La Tabla 12, revela que los funcionarios que señalaron que la Caja Santa tuvo un nivel bueno de innovación de procesos en el 2014 al 2108, también coincidieron en un 64.3% que la empresa tuvo buen nivel de rendimiento económico financiero y el 25% de funcionarios percibieron que fue sólo regular; asimismo, los funcionarios que percibieron que el nivel de innovación de procesos en la empresa es regular, también coinciden en un 7.1 % que el rendimiento económico financiero de la empresa fue solo regular.

Tabla 13:

*Correlación entre innovación de procesos y rendimiento económico financiero*

		TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO	INNOVACIÓN DE PROCESOS
TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO	Correlación de Pearson	1	,444*
	Sig. (bilateral)		.018
	N	28	28
INNOVACIÓN DE PROCESOS	Correlación de Pearson	,444*	1
	Sig. (bilateral)	.018	
	N	28	28

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

### Interpretación:

La Tabla 13, evidencia un moderado nivel de correlación positiva entre innovación de procesos y el rendimiento económico financiero en la Caja Santa, porque el índice de Pearson solo fue de 0.444.

3.7 Objetivo específico seis: Analizar la relación de las innovaciones organizacionales y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018.

Tabla 14:

*Relación de innovación organizacional y rendimiento económico financiero*

INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL / CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA	RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO							
	Deficiente		Regular		Bueno			
	Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla		
INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL	CARGO DEL FUNCIONARIO	DIRECTOR	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%
		GERENTES	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%
		ADMINISTRADOR DE AGENCIA	0	0.0%	1	3.6%	8	28.6%
		JEFES DE OFICINA	0	0.0%	8	28.6%	7	25.0%
	EADADES	29-37 años	0	0.0%	2	7.1%	6	21.4%
		38 - 46 años	0	0.0%	3	10.7%	8	28.6%
		47 - 54 años	0	0.0%	4	14.3%	5	17.9%
	TIEMPO DE SERVICIO	1-5 años	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
		6-10 años	0	0.0%	3	10.7%	4	14.3%
		11-15 años	0	0.0%	2	7.1%	5	17.9%
		16 a más años	0	0.0%	2	7.1%	2	7.1%
	GENERO	VARON	0	0.0%	7	25.0%	11	39.3%
MUJER		0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%	
LUGAR DE TRABAJO	SEDE CENTRAL	0	0.0%	7	25.0%	12	42.9%	
	AGENCIAS	0	0.0%	2	7.1%	7	25.0%	

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

**Interpretación:**

En la Tabla 14 se observa que los funcionarios que consideran que en el periodo 2014 – 2018, la Caja Santa tuvo un nivel bueno de innovación organizacional, también coincidieron en un 67.2% que el nivel de rendimiento económico de la empresa fue también bueno en el referido periodo, incidiendo en mayor porcentaje la opinión de los administradores de agencia y jefes de oficina (53.6%).

Tabla 15:

*Correlación entre innovación organizacional y rendimiento económico*

		<b>TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO</b>	<b>INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL</b>
<b>TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO</b>	Correlación de Pearson	1	,696**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	28	28
<b>INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL</b>	Correlación de Pearson	,696**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	28	28

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

**Interpretación:**

En la Tabla 15, se aprecia un índice de Pearson de 0.696, que estaría evidenciando un moderado nivel de correlación positiva y de alta significación entre innovación organizacional y el rendimiento económico financiero en la Caja Santa.

3.8 Objetivo específico siete: Analizar la relación de las innovaciones de marketing y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018.

Tabla 16

*Relación de innovación de marketing y rendimiento económico financiero*

INNOVACIÓN DE MARKETING / CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA		RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO						
		Deficiente		Regular		Bueno		
		Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	Recuento	% del N total de tabla	
INNOVACIÓN DE MARKETING	CARGO DEL FUNCIONARIO	DIRECTOR	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%
		GERENTES	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%
		ADMINISTRADOR DE AGENCIA	0	0.0%	1	3.6%	8	28.6%
		JEFES DE OFICINA	0	0.0%	8	28.6%	7	25.0%
	EADADES	29-37 años	0	0.0%	2	7.1%	6	21.4%
		38 - 46 años	0	0.0%	3	10.7%	8	28.6%
		47 - 54 años	0	0.0%	4	14.3%	5	17.9%
	TIEMPO DE SERVICIO	1-5 años	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
		6-10 años	0	0.0%	3	10.7%	4	14.3%
		11-15 años	0	0.0%	2	7.1%	5	17.9%
	GENERO	16 a más años	0	0.0%	2	7.1%	2	7.1%
		VARON	0	0.0%	7	25.0%	11	39.3%
		MUJER	0	0.0%	2	7.1%	8	28.6%
	LUGAR DE TRABAJO	SEDE CENTRAL	0	0.0%	7	25.0%	12	42.9%
		AGENCIAS	0	0.0%	2	7.1%	7	25.0%

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

### Interpretación:

La Tabla 16, evidencia que la totalidad de los funcionarios percibieron que, durante el periodo de análisis, la Caja Municipal del Santa tuvo un nivel bueno de innovación de marketing, de éstos, el 67.2% consideran que también fue bueno el nivel de rendimiento económico financiero, y el 32.2% consideró que solo fue regular.

Tabla 17

*Correlación entre innovación de marketing y rendimiento económico financiero*

		TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO	INNOVACIÓN DE MARKETING
TOTAL RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO	Correlación de Pearson	1	,534**
	Sig. (bilateral)		.003
	N	28	28
INNOVACIÓN DE MARKETING	Correlación de Pearson	,534**	1
	Sig. (bilateral)	.003	
	N	28	28

Fuente: Base de datos del instrumento de medición

### **Interpretación:**

Asimismo, en la Tabla 17, se observa un índice de Pearson de 0.534, que señalaría un nivel moderado de correlación positiva y significativo entre innovación de marketing y el rendimiento obtenido por la empresa en el mismo periodo.

3.9 Objetivo específico ocho: Proponer una mejora en el proceso de gestión de la innovación para ser aplicado en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa.

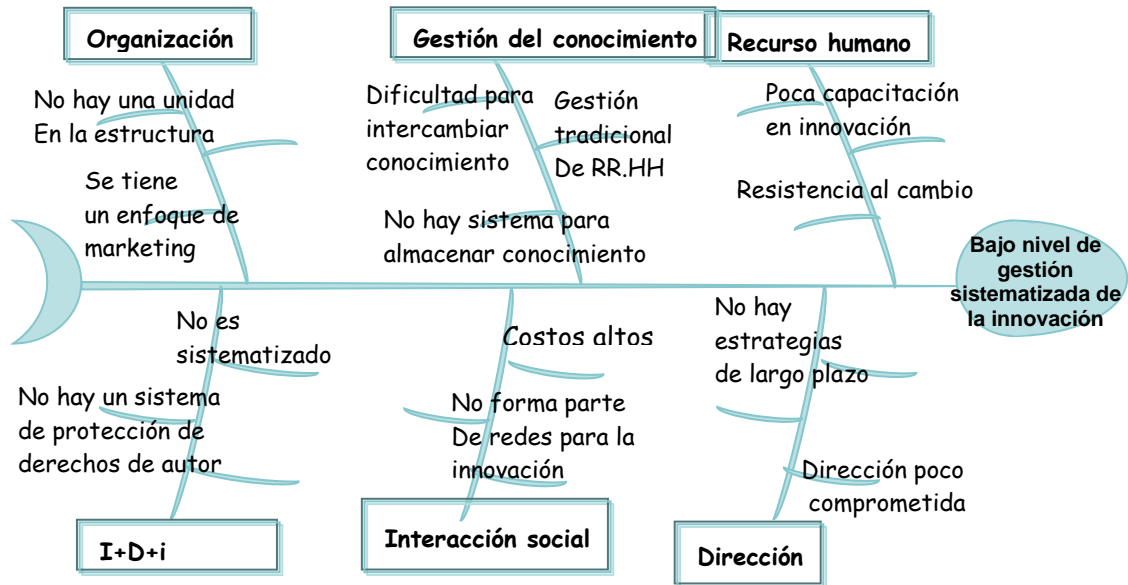
Para poder realizar la propuesta se analizó los datos obtenidos en el cuestionario aplicado, y especialmente se analizó la dimensión innovación organizacional, que fue la única que recibió el calificativo de regular por el 100% de los funcionarios encuestados de la Caja Santa; específicamente se seleccionó la pregunta 47 “La empresa aprobó e implementó un modelo de gestión de la innovación”, la que obtuvo una respuesta promedio de 3, que corresponde a la escala “ni en desacuerdo ni en acuerdo”; lo que estaría revelando el desconocimiento de los administradores de agencia y jefes de oficina, que haya o no un sistema de gestión de la innovación vigente, o que, especialmente los gerentes, no hayan querido admitir que no existe un sistema, tal es así que justamente las respuestas de los tres gerentes a la referida pregunta fue exactamente 3.

La experiencia del investigador en la Caja Santa, permite afirmar que no hay una política específica sobre innovación, menos un sistema de gestión de la misma, pero sí se ejecutan diversas actividades de innovación que deben ser sistematizadas para asegurar un manejo eficiente y eficaz de los recursos destinados al desarrollo de innovaciones en la empresa. Por eso la propuesta de mejora consiste en presentar el taller denominado “Propuesta de modelo de gestión de la innovación para la Caja Municipal del Santa”, el que se llevará a cabo con los funcionarios de la Caja Santa que participaron en la investigación, para discutir un proyecto de modelo de gestión de la innovación que se ajuste a las condiciones y realidad de la empresa. Los detalles del modelo y la programación del taller se pueden apreciar en el Anexo 06. A continuación, se presenta el proceso cómo se ha llegado a determinar la propuesta.

## ESQUEMA DE PROPUESTA DE MEJORA

### I. Propuesta

#### 1.1 Análisis de la causa raíz



#### 1.2 Calificación de la causa raíz

CAUSAS	RIESGOS	FRECUENCIA	IMPACTO	EFECTO
<b>ORGANIZACIÓN</b>	No hay una unidad en la estructura	5	9	45
	Se tiene un enfoque de marketing de la innovación	5	3	15
<b>GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO</b>	Gestión tradicional de los RR. HH.	5	9	45
	No hay sistema para gestionar conocimiento.	5	12	60
	Dificultad para intercambiar conocimiento	1	9	9
<b>RECURSO HUMANO</b>	Poca capacitación en innovación	3	12	36
	Resistencia al cambio	5	9	45
<b>I+D+i</b>	No es sistematizado	5	12	60
	No hay un sistema de protección de derechos de autor	5	3	15
<b>INTERACCIÓN SOCIAL</b>	No forma parte de redes para la innovación	5	9	45
	Costos altos por la falta de asociatividad	5	9	45
<b>DIRECCIÓN / LIDERAZGO</b>	Dirección poco comprometida	3	12	36
	No hay estrategias de largo plazo	3	12	36

FRECUENCIA		IMPACTO	
DENOMINACIÓN	VALOR	DENOMINACIÓN	VALOR
Muy frecuente	5	Muy alto impacto	12
Frecuente	3	Alto impacto	9
Poco frecuente	1	Impacto medio	3
		Bajo impacto	1

## II. Desarrollo de actividades

### 2.1 Título del Pla de mejora:

Propuesta de modelo de gestión de la innovación para la Caja Municipal del Santa.

### 2.2 Causas raíz priorizadas

- No hay sistema para gestionar conocimiento
- Actividades de I+D+i no es sistematizado
- No forma parte de redes para la innovación

### 2.3 Entidad

Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa

### 2.4 Duración

15 días (dos sesiones de 5 horas en dos sábados)

### 2.5 Responsables

Gerencia Mancomunada

## III. Objetivos

Sensibilizar a los funcionarios de la Caja Santa respecto a la importancia que la Caja Santa tenga aprobado e implementado un sistema de gestión de la innovación, que le permita optimizar los recursos destinados a I+D+i.



#### IV. Desarrollo de actividades

Causas prioritizadas	Actividades	Estrategias	Responsables
<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay sistema para gestionar conocimiento</li> <li>- Actividades de I+D+i no es sistematizado</li> <li>- No forma parte de redes para la innovación</li> </ul>	Taller de sensibilización	Dinámica grupal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gerencia</li> <li>- Mancomunada</li> <li>- Consultor</li> </ul>
	Taller de revisión y discusión del proyecto de Sistema de gestión de la innovación		

#### V. Recursos

- Materiales

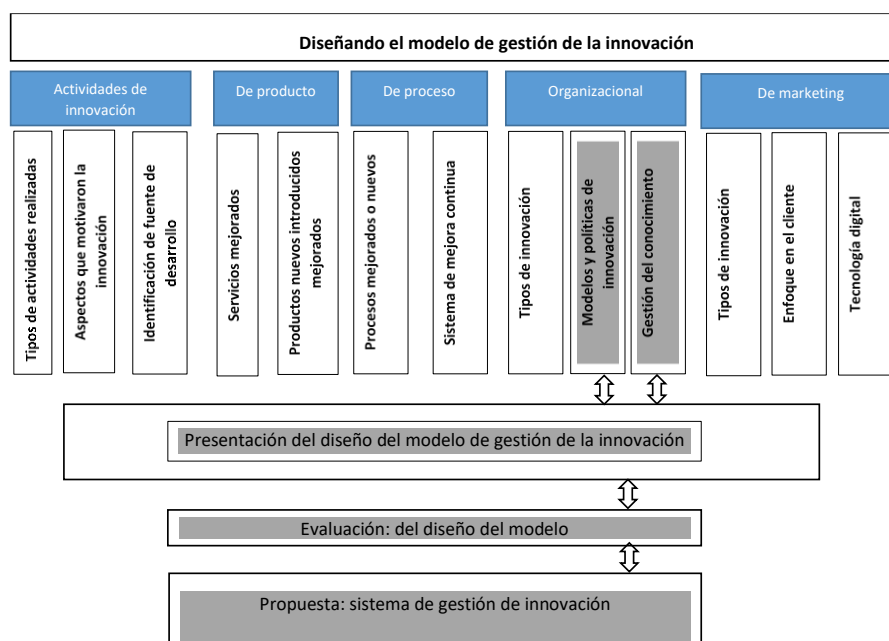
- Proyector multimedia
- Diapositivas
- Impresos
- Pizarra
- Plumones

- Humanos

#### VI. Financiamiento

La ejecución de la propuesta será financiada con recursos de la Caja Santa

#### VII. Síntesis operativa de la propuesta de mejora



#### IV. DISCUSIÓN

Con relación al objetivo general, los resultados de la Tabla 01 resumen que la totalidad de los funcionarios de la Caja Santa concuerdan en que durante el periodo 2014 – 2018, fue bueno el nivel de innovación empresarial, en el sentido que durante el periodo de análisis, en la Caja Santa se realizaron actividades de innovación, desarrollados internamente o adquiridos, de productos, de procesos, organizacionales y de marketing; pero solo el 67.2%, coinciden en que fue bueno el nivel de rendimiento económico financiero, mientras que el 32.2% percibieron que solo fue regular, lo que se explica porque durante los años analizados la empresa tuvo tres años de pérdida y rentabilidad negativa, pero sí mantuvo indicadores positivos de solvencia y productividad de manera sostenida. Estos porcentajes se confirman en la Tabla 02.

En sintonía con estos datos, un índice Pearson de 0.729, advierte que hay un alto nivel de correlación entre ambas variables, Tabla 03; lo cual es coincidente con lo afirmado por múltiples autores, como Darroch (2005), cuando dice que la capacidad de las empresas para incorporar innovaciones tiene impacto directo en sus resultados económico financieros; similar conclusión es la de Swaminathan (2014), autor ya citado, y finalmente Fontes (2012), que en sus conclusiones, afirma que, con la incorporación de innovaciones tecnológicas de la comunicación, los bancos de Brasil, han logrado mejorar y desarrollar nuevos productos y servicios, mejora de procesos, mejorar la atención a los clientes, y la mejora de la eficiencia y productividad, por lo tanto de los resultados económico financieros. En esta línea coinciden otros autores como (Al-Ansari, 2014; Prepletany, 2013; Hannu, 2010; Mate, 2016).

La realidad vivida por la Caja Santa, en el periodo de análisis, es que, a pesar de las limitaciones señaladas de tamaño, de acceso a capital, y de recursos humanos especializados, la empresa ha mantenido un nivel de actividades de innovación de productos, de procesos, organizacionales y de marketing, que le ha permitido sostener su participación de mercado en la Región Ancash, y, aun cuando en los tres últimos años sus ingresos se han reducido y ha tenido pérdidas, si muestra en cambio, indicadores positivos de solvencia y productividad.

Respecto al primer objetivo específico, según los resultados obtenidos, se aprecia en la Tabla 04 que el 100% de la muestra de funcionarios, independientemente del cargo que desempeña, la edad, el tiempo de servicios, el género o la sede donde laboran, afirman que fue bueno el nivel de innovación empresarial en la Caja Santa durante el periodo analizado, con datos obtenidos a través del cuestionario aplicado, reforzado con la entrevista estructurada y el análisis de documentos de cuatro fuentes: Planes estratégicos, memorias anuales, Planes operativos anuales y los informes anuales de las empresas calificadoras de riesgos.

Los resultados son coherentes con la tendencia mundial, en que las empresas financieras están muy activas, y de manera continua invierten en desarrollo y en la adquisición de innovaciones, para poder mantener sus posiciones competitivas, como lo afirma Chumpeter (1944) en su teoría del desenvolvimiento económico, que la empresa que innova permanentemente, se pone en una situación de monopolio, hasta que la competencia lo copia y lo adopta, por lo que ésta debe comprometerse con un proceso de “destrucción creativa” para estar siempre adelante de sus competidores; posición complementada por la teoría de Nelson & Winter (2000), cuando dicen que el proceso de innovación continua en las empresas, tendrá impacto en la competitividad de las empresas, posición confirmada por Bockova & Zizlavzki (2016, págs. 171-172), que en su investigación sobre el impacto de la innovación en los resultados financieros de empresas industriales, concluyeron que las empresas competitivas y sostenibles en el largo plazo, son aquellas con mucha actividad en innovación; y más cerca al sector financiero, que es el foco de la investigación, Lehmann & Sydow (2015) concluyen que las empresas bancarias que incorporan las nuevas tecnologías digitales y otras innovaciones, logran generar valor real en la empresa, coincidiendo otros autores como (Mwangi, 2013; Mwenda, 2016; Alfonso, 2010; Zabaleta, 2017); y, específicamente, en el terreno de las Cajas municipales, el presidente del Directorio de la Caja Paita, Rodríguez (2015) afirma que las instituciones micro financieras, para consolidarse y ser sostenibles, necesitan una actitud innovadora para incorporar cambios novedosos en sus productos y servicios.

Por otro lado, el análisis de innovación por dimensiones, Tabla 05, revela que el 100% de los funcionarios percibieron que, durante el periodo estudiado, las actividades de innovación, innovación de producto e innovación de marketing, tuvieron un nivel bueno, mientras que la innovación de procesos fue calificada como bueno por el 92.9% y un 7.1% lo calificó de regular, y el 100% calificó de regular la innovación organizacional.

Del conocimiento que el investigador tuvo de la empresa, se puede añadir que, aun cuando la Caja Santa es considerada entre las cajas pequeñas, por cuanto sus activos no sobrepasan los 200 millones de soles, y no tiene el suficiente capital; en los cinco años analizados, la empresa ha mantenido un nivel medio de actividades de innovación, con el fin de no perder posicionamiento y participación de mercado sobre todo en la Región Ancash, en tanto es su lugar de origen, y es donde mantiene aún un relativo liderazgo en el mercado micro financiero, y explica, por lo tanto la mayor parte de sus resultados económicos y financieros.

Para el análisis del rendimiento económico financiero de la Caja Santa, al que se refiere el segundo objetivo específico, partimos de la teoría del rendimiento empresarial de Núñez-Cacho, Grande y Muñoz (2012), donde sostienen que el estudio del rendimiento empresarial es complejo, y hay que enfocarlo desde dos perspectivas: la primera referida al rendimiento organizacional, con indicadores como calidad de los productos, innovación e introducción de nuevos productos, capacidad para atraer y retener talento, satisfacción del cliente y clima laboral, el segundo es el rendimiento de mercado, evidenciado por indicadores como: actividades e inversión en marketing, crecimiento de las ventas, participación de mercado y rentabilidad.

Con esta perspectiva, al analizar los datos de la Tabla 06 se puede apreciar que sus funcionarios en un 67.9% consideran que el rendimiento económico financiero de la Caja Santa fue bueno en el periodo analizado, en el que predomina la percepción de los administradores de agencia y los jefes de oficina que representan 53.6 puntos porcentuales, mientras que un 32.2% percibieron que el nivel de rendimiento solo fue regular; ninguno consideró que haya sido deficiente el rendimiento de la empresa, a pesar que en los últimos tres años los ingresos han venido reduciéndose y haya tenido pérdidas, básicamente por

enfrentar restricciones de mercado por la caída de la actividad económica regional, por los altos niveles de corrupción en la gestión pública regional (Ministerio de Justicia del Perú, 2018), y consecuentemente el bajo nivel de gasto público, agravada por el fenómeno del niño a comienzos del 2017 (Banco Central de Reserva del Perú, 2017); a los que se agregó el aumento de la competencia, y restricciones a aportes de capital fresco por el accionista, o a fuentes de fondeo diversos y a costos competitivos, lo que explica el ROA y el ROE negativos desde el 2016 en adelante; sin embargo, en este contexto la gerencia mantuvo una gestión razonable que permitió obtener niveles de solvencia y productividad aceptables, como se puede apreciar en los indicadores de desempeño que publica la SBS mensualmente.

Los datos de la Tabla 07 confirman la percepción del investigador, y lo que se puede apreciar en los estados financieros auditados, en las estadísticas de la SBS y en las memorias anuales, en tanto, los propios funcionarios admiten que las dimensiones incremento de ingresos y la de rentabilidad son frágiles y de alto riesgo, al haber calificado como regular su nivel (71.4% y 100% respectivamente), en cambio las dimensiones solvencia y productividad ha sido catalogadas como de nivel bueno.

Las cifras que se precian en la Tabla 08, que se relacionan con el tercer objetivo específico, confirman que los funcionarios de la Caja Santa, que coincidieron, en un 100%, que las actividades de innovación, fueron de un nivel bueno durante 2014 -2018, también el 67.9% percibió que el rendimiento económico financiero de la empresa fue bueno, y el 32.2% que solo fue regular; resultado que es coherente con el índice de Pearson de 0.583, de la Tabla 09, que evidencia la correlación positiva moderada entre la primera dimensión de la variable innovación empresarial y el rendimiento económico financiero de la empresa, que es reforzado por Swaminathan (2014), cuando dice que el impulsor de las ganancias en una empresa es su capacidad de innovación, corroborado por las afirmaciones de Al-Ansari (2014) y Prepletany (2013). Y en efecto, la Caja Santa, no obstante sus limitaciones de tamaño y de capital, ha destinado recursos al desarrollo de innovaciones internamente, complementado por la adquisición de equipos y de software en el mercado, y aún desarrollado por competidores, lo cual coincide con la conclusión a la que arribaron Kostopoulos, Papalexandris, Papachrioni & Loannou (2011), que la capacidad de asimilación de innovaciones por las empresas, influencia considerablemente en el resultado

financiero de las empresas, lo que se multiplica cuando se enfoca en la innovación colaborativa, con la participación de clientes, proveedores, incluso competidores.

Con referencia al objetivo cuatro, la Tabla 10 también revela que los funcionarios de la Caja Santa, que percibieron que en el periodo de análisis hubo un buen nivel de innovación de producto, coinciden en un 67.9% que también fue bueno el nivel de rendimiento económico, situación que se refuerza con el nivel moderado de correlación positiva, según el índice 0.527 de Pearson, Tabla 11, y afianzado por Heimonen (2017) cuando dice que las empresas mejoran su rentabilidad cuando, de manera sistemática, desarrollan nuevos productos y servicios, manteniendo constante diálogo con las partes interesadas lo cual facilita la innovación, coincidiendo en esto con Peñaloza (2007) y con Alfonso (2010), quien concluye que la absorción de nuevas tecnologías ha cambiado drásticamente el enfoque comercial de los bancos, en la utilización de nuevos canales de atención y la innovación de productos, en la búsqueda de competitividad y crecimiento. Esta es la experiencia de la Caja Santa que está haciendo esfuerzos constantes para mejorar y generar nuevos productos tanto activos como pasivos, para asegurar, en el primer caso, la presencia competitiva en el mercado, consecuentemente el flujo de ingresos financieros; y, en el segundo caso, garantizar la única fuente de fondeo del que dispone actualmente la empresa, que son los depósitos del público.

Los resultados de la Tabla 12, relacionados con el objetivo cinco, se observa que los funcionarios que percibieron como bueno el nivel de innovación de procesos en la empresa, coinciden en un 64.3% que el rendimiento económico financiero de la Caja Santa es bueno; pero los funcionarios que percibieron solo un nivel regular de innovación de procesos, en un 7.1% también perciben que el rendimiento fue regular. Al respecto, Zabaleta (2017), dice que las empresas financieras que tienen como práctica sistemática la mejora de procesos, han logrado levantar sus indicadores de productividad, eficiencia, la gestión de riesgos, mejora de su posición de solvencia y su rentabilidad, en lo que coincide con Fontes (2012) sin embargo, parece contradictorio con el relativo bajo nivel de correlación, según el índice de Pearson, de la Tabla 13, que llegó a 0.444, entre innovación de procesos y el rendimiento económico financiero. La realidad percibida por el investigador, como resultado de las entrevistas y análisis de documentos, indica que en la Caja Santa hay una actividad muy fuerte para mejorar procesos, en lo cual está muy comprometida el área de Organización y Procesos, tanto para ajustar los procesos a lo

requerido por los organismos reguladores, como para mejorar el servicio a los clientes, y ganar en eficiencia.

Los resultados mostrados en la tabla 14, referidos al objetivo seis, revelan que la totalidad de los funcionarios percibieron que, durante 2014 – 2018, el nivel de innovación organizacional en la Caja Santa, fue bueno, y que de éstos el 67.2% también notaron que fue bueno su nivel de rendimiento económico financiero, esto sintoniza con la conclusión de Anzola, Bayona-Saes y García-Marco (2015), de un estudio empírico, que puso en evidencia que cuando las empresas financieras adoptaron innovaciones organizativas, lograron una mejor gestión de sus procesos, que se tradujo en mayores ingresos y rentabilidad; en esa misma línea concluyeron Della Torre & Solari (2008) afirmando que las empresas que introducen innovaciones organizacionales tienen un mayor impacto en los resultados siempre que cuenten con una plataforma tecnológica avanzada; voces disonantes son las de Atalay, Anafarta & Sarvan, (2011), cuando, analizando el sector de la industria automovilística de Turquía, encontraron que las innovaciones en materia organizacional fueron irrelevantes para el logro de los resultados económico financieros. La realidad que ha vivido la Caja Santa en el periodo analizado, es que ha tenido que hacer cambios drásticos en su estructura, en su tamaño y en la manera de vincularse con organizaciones privadas y públicas, para poder optimizar sus operaciones, buscar eficiencia y diversificar las fuentes de ingresos, lo que estaría explicando que, entre innovación organizacional y rendimiento económico financiero, en la Caja Santa, haya un nivel relativamente alto de correlación positivo, evidenciado por un índice de Pearson de 0.696 según la Tabla 15.

La tabla 16 de resultados, tiene relación con el objetivo siete, confirman que de la totalidad de los funcionarios que advirtieron que, en la Caja Santa, en el periodo de estudio, hubo un nivel bueno de innovación de marketing, el 67.9% percibió que el nivel de rendimiento económico financiero fue bueno también y un 32.2%, que solo fue regular; asimismo, un índice de Pearson de 0.534, prueba que entre ambos hay solo un moderado o medio nivel de correlación, Tabla 17. Estos datos, coinciden con lo dicho por Ngamsutti (2016), cuando, en una investigación de la industria electrónica de Tailandia, encontró que la aptitud de una empresa para innovar en marketing tiene efectos positivos en sus resultados de mercado, de igual manera Alfonso (2010), concluye que la incorporación de

las nuevas tecnologías digitales, ha permitido a las empresas bancarias, innovar sus estrategias de gestión de comercial y la creación de nuevos canales de contacto con sus clientes, permitiéndoles recuperar competitividad e impulso para crecer.

De lo percibido por el investigador se puede precisar que, en la Caja Santa, las actividades de innovación en marketing han sido limitadas, básicamente por la escasez de capital, la situación de reducción de ingresos y las pérdidas obtenidas en los últimos tres años analizados, unidos a la carencia interna de personal especializado y la imposibilidad de acceder a personal especializado del entorno; sin embargo, se apreció capacidad para reinventar estrategias tradicionales de hacer marketing.

El objetivo ocho corresponde a la propuesta que, como resultado de la investigación, se adjunta en el presente informe, y que consiste en la propuesta de un modelo de gestión de la innovación para la Caja Santa, el cual será presentado y analizado en un taller de trabajo con los funcionarios de la empresa, luego de lo cual será sometido al proceso de aprobación e implementación de la Caja del Santa. Los detalles relacionados con la propuesta se encuentran en el Anexo 06.



## V. CONCLUSIONES

**Primera:** Estadísticamente, un índice de Pearson de 0.729, confirma el alto nivel de correlación entre las variables innovación empresarial y el rendimiento económico financiero en la Caja Santa, durante el periodo 2014 – 2018, lo que coincide con lo que está ocurriendo actualmente en los mercados, en especial en el sector financiero, donde la innovación de productos, de procesos, organizacionales y de marketing, es un factor clave de competitividad que asegura crecimiento de ingresos, rentabilidad, solvencia y productividad en las empresas. Los funcionarios de la Caja Santa, encuestados y entrevistados, son conscientes de esta situación, pero también del contexto interno de limitaciones y carencias, que plantea riesgos diversos que los funcionarios deben gestionar con responsabilidad y mucha inteligencia. El alto nivel de correlación y significancia, permite desechar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación.

**Segunda:** la Caja Santa, a pesar de ser considerada de las cajas pequeñas, dentro del sistema peruano de cajas de ahorro y Crédito, la percepción de sus funcionarios es que durante el periodo 2014 – 2018, ha sostenido un nivel bueno de actividades de innovación, con el propósito de asegurar el nivel de competitividad que le permita mantener el posicionamiento de la marca, y no perder participación de mercado en Ancash, su territorio de origen, a pesar del incremento de la competencia, proveniente de otras cajas municipales, de la banca comercial y empresas financieras.

**Tercera:** no obstante que, en los últimos tres años del periodo analizado, la Caja Santa vio reducirse sus ingresos financieros y tuvo pérdidas, sus funcionarios consideran que el rendimiento económico financiero de la empresa fue bueno, en el periodo analizado, aunque hay un segmento importante que considera que solo fue regular, lo cual es consecuencia de los esfuerzos que los mismos funcionarios han desplegado en la búsqueda de eficiencia y mejora de la productividad, y el cuidado para no reducir la exigencia de solvencia. Sin embargo, su posición es de riesgo medio, con tendencia a alto, si es que no logra monetizar un terreno que el único accionista ha

aportado como capital, y si no se reactiva la economía regional por incremento del gasto público y privado.

**Cuarta:** coherente con la percepción de los funcionarios de la Caja Santa, en el sentido que ésta tuvo un nivel bueno de actividades de innovación durante el periodo analizado, se aprecia que hubo un nivel moderado de correlación positiva con la variable rendimiento económico financiero (índice de Pearson = 0.583), lo que evidencia que, en la empresa, los esfuerzos de innovación se ven reflejados en los resultados de rendimiento. El riesgo potencial es la pérdida de competitividad, causado por la reducción de recursos destinados a las actividades de innovación, debido a la caída de ingresos y pérdidas obtenidas en los tres últimos años, por lo que la gerencia está postergando proyectos de innovación tecnológica necesarios.

**Quinta:** estadísticamente se aprecia que hubo un moderado nivel de correlación entre innovación de producto y rendimiento económico financiero, durante los cinco años analizados, así lo revela el índice de Pearson de 0.527; y también los funcionarios percibieron que la empresa ha mejorado y desarrollado nuevos productos y servicios activos y pasivos, según las exigencias del mercado; aunque siempre hubo el factor limitante de insuficiencia de capital fresco, que frustró la salida oportuna al mercado o la cancelación de varios proyectos de innovación de productos.

**Sexta:** en la innovación de procesos es donde más esfuerzos a puesto la Caja Santa, en la búsqueda de ganar en eficiencia y mejora de productividad, especialmente en los años de pérdidas (2016 – 2018), a manera de compensación, por la imposibilidad de comprar innovaciones digitales, para actualizar la plataforma tecnológica de la empresa, que permita soportar las exigencias internas y del mercado; lo cual es contradictorio con el bajo nivel de correlación entre innovaciones de proceso y rendimiento económico financiero (índice de Pearson = 0.444).

**Séptima:** en las innovaciones organizacionales, es la otra línea donde la Caja Santa concentró recursos, con el propósito de evitar la reducción de los ingresos y las cifras negativas en el estado de resultados y la rentabilidad, por eso en el 2017, tuvo que redimensionar su tamaño, cerrando agencias muy alejadas en otras regiones del país, concentrando operaciones en la Región Ancash y regiones vecinas; también

intensificó y amplió su vinculación con instituciones públicas y privadas, buscando nuevas oportunidades de negocios y la diversificación de las fuentes de ingresos. Esto es coherente con el alto nivel de correlación entre las actividades de innovación organizacional y el rendimiento económico financiero de la empresa, comprobado por el índice de Pearson igual a 0.696.

**Octava:** se aprecia un nivel de correlación medio o moderado entre las actividades de innovación de marketing y el rendimiento económico financiero de la Caja Santa, evidenciado por el índice de Pearson de 0.534, esto es congruente con la realidad de la empresa durante el periodo estudiado, en el sentido que las actividades de innovación de marketing, estuvieron limitados por la carencia de recursos financieros y de personal especializado; sin embargo, los funcionarios de la Caja Santa son conscientes que la creatividad y la innovación en marketing son necesarios para sostener la posición competitiva en el mercado y asegurar resultados positivos de manera sostenida.

**Novena:** el contexto de limitaciones en que se desenvuelve la Caja Santa, pero al mismo tiempo, de exigencias muy fuertes del mercado, para mantener competitividad. requiere desarrollar un enfoque de innovación muy inteligente y creativo, que permita optimizar los recursos escasos disponibles, en tal sentido, se hace necesario contar con un modelo de gestión de innovación, que permita sistematizar el proceso mismo, priorizando la actividad innovadora interna, lo que supone, hacer primero un inventario de habilidades y capacidades internas para el desarrollo y adaptación de innovaciones, y a continuación trazar un programa sostenible para potenciarlas y aprovecharlas al máximo.

## VI. RECOMENDACIONES

**Primera:** para la gerencia mancomunada de la Caja Santa, que, a pesar del contexto de limitaciones de capital y de recursos humanos especializados, que experimenta desde el 2016, debe seguir haciendo esfuerzos para asignar los recursos presupuestales para mantener el nivel de actividad de innovación que ha tenido, porque de lo contrario corre el riesgo de perder posición competitiva en el mercado, y hacer más difícil el camino hacia la recuperación de ingresos y rentabilidad.

**Segunda:** la gerencia debe seguir insistiendo, hasta donde alcance, en la ejecución de sus programas anuales de reducción de gastos administrativos, así como en la mejora de sus indicadores de productividad de la mano de obra, especialmente de los trabajadores de las áreas de crédito y operaciones; asimismo, agilizar el proceso de monetización del terreno que fue aportado como capital por el único accionista, para disponer de capital suficiente para replantear sus estrategias comerciales en función del nivel alto de competencia en el mercado, y volver a incrementar los ingresos, a tener cifras positivas en el estado de resultados y del ROA y el ROE.

**Tercera:** que la gerencia mancomunada, refuerce un clima organizacional innovador, que impulse y motive a los trabajadores de la Caja Santa, para identificar oportunidades que permitan el desarrollo de innovaciones, tanto de productos y procesos, así como innovaciones organizacionales y de marketing, sabiendo que es el camino correcto para asegurar el rendimiento económico financiero esperado por los accionistas, directores, gerentes, los organismos reguladores y la comunidad en general. La implementación de esta recomendación será mucho más viable si se implementa un modelo de gestión de la innovación en la empresa, lo cual es materia de la siguiente recomendación.

**Cuarta:** que la gerencia mancomunada evalúe e implemente la propuesta de modelo de gestión de la innovación, que es un beneficio de la presente investigación; la misma, se espera, permitirá definir el proceso de innovación y su incorporación al proceso global de gestión estratégica y operativa de la Caja Santa, sistematizando así las actividades de innovación al interior de la empresa, y permitiendo asimismo,

optimizar los recursos escasos destinados a este ejercicio estratégico del cual depende la sostenibilidad de la empresa en el tiempo.

## REFERENCIAS

- Al-Ansari, Y. (2014). *Innovation practices as a path to business growth performance : a study of small and medium sized firms in the emerging UAE market* . Lismore: Southern Cross University.
- Alfonso, V. (2010). *La Influencia de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y sus Repercusión en las Estrategias Empresariales. La Banca Online y su Aplicación en las Cooperativas de Crédito.* . Valencia: Universidad de Valencia.
- Angulo, R. (2014). *Memoria Institucional, Caminando hacia el futuro*. Trujillo: Caja Municipal de Ahorro y Crédito Trujillo.
- Anzola, P. Bayona-Saes C, y García -Marco, T. (2015). La generación de valor a partir de innovaciones organizativas: Efectos directos y moderadores. *UNIVERSIA BUSINESS REVIEW* , 70-93.
- Ardila, G. (2017). *Transformación digital e innovación abierta en la banca. El caso del BBVA*. Caracas: CAF.
- Atalay, M., Anafarta, N. & Sarvan, F. (2011). The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 226-235.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2017). *Reporte de Estabilidad Financiera mayo 2017*. Lima: Banco Central de Reserva del Perú.
- Bockova, N. & Zizlavzki, O. (2016). The Innovations and Financial Performance of a Company: an Study from Czech Manufacturing Industry. *Transformations in Business and Economics*, 156-175.

- Bravo, J. (2014). *Productividad basada en la gestión de procesos*. Santiago, Chile: Editorial Evolución S.A.
- Caja Piura. (30 de Julio de 2019). *Caja Piura.pe*. Obtenido de Caja Piura.pe: [https://www.cajapiura.pe/\\_files/PDFs/Conocenos/Memoria\\_Anual/MEMORIA%202017.pdf](https://www.cajapiura.pe/_files/PDFs/Conocenos/Memoria_Anual/MEMORIA%202017.pdf)
- Carrasco, S. (2017). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Chemutai, S. & Makori, M. (2014). Effects Of Innovation Orientation On Financial Performance Of Commercial Banks In Kenya: A Case Of National Bank Of Kenya. *European Journal of Business Management*, 161-173.
- Chesbrough, H. (2014). Innovación abierta. Innovar con éxito en el siglo XXI. En OpenMind, *Reinventar la empresa en la era digital* (págs. 395-409). Madrid: BBVA.
- Cooper, R. (1979). The Dimensions of Industrial New Product Success and Failure. *Journal of Marketing*, 93-103.
- Darroch, J. (2005). Knowledge management, innovation and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 101-115.
- De Souza, C. (2017). *Inovação, desempenho e produção no setor financeiro: estudo de companhias brasileiras de capital aberto*. Brasília: Universidade de Brasília.
- Delaney, J. & Huselid, M. . (1996). The impact of human resource management practices on perceptions of organizational performance. *Academy of Management Journal*, 949-971.
- Della Torre, E. & Solari, L. (2008). *Organizational Innovations and Firm Performance, Evidences from the case of Medium-size d Milanese Firms*. Brescia: Università degli studi di Brescia.

- Drucker, P. (1993). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: HarperCollins Publishers Inc.
- EY. (2016). *Los retos que traen las nuevas tecnologías en el sector financiero*. Lima: ASBANC.
- FEPCMAC. (27 de abril de 2019). *Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito*. Obtenido de Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito: <https://www.fpcmac.org.pe/>
- Fontes, L. (2012). *INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E AFUNCIONALIDADE DO Sistema Financiero – uma análise de Balanco Patrimonial dos Bancos no Brasil*. Belo Horizonte: Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional .
- Fuentes, I. (2005). Los gastos en tecnología y la eficiencia, productividad y costes de las entidades bancarias españolas. *Boletín Económico, Banco de España*, 53-61.
- Gálvez, E. y García, D. (2012). Impacto de la Innovación sobre el Rendimiento de la mipyme: un Estudio Empírico en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 11-27.
- García, C. y Romero, A. (2002). La Expansión de la Banca On Line en España. *ICE El Comercio en la SI*, 89-99.
- García, E. (2012). *Los factores organizacionales y del entorno como moderadores de la relación entre innovación y desempeño empresarial: diferencias entre pequeñas y grandes empresas*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Gestión, r. (3 de Octubre de 2018). *Perú es el cuarto país que más invierte en innovación digital en la región*. Obtenido de Perú es el cuarto país que más invierte en innovación digital en la región: <https://gestion.pe/economia/empresas/peru-cuarto-pais-invierte-innovacion-digital-region-246068>



- Gómez, R. (13 de agosto de 2018). *Modelos económico financieros de solvencia y retabilidad empresarial*. Obtenido de <https://www.google.com.pe/search?biw=809&bih=561&ei>.
- Gonzalo, A. (2 de diciembre de 2015). *Cinco días*. Obtenido de Cinco días: [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/12/01/mercados/1449000670\\_961871.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/12/01/mercados/1449000670_961871.html)
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K. & Alpkan, L. (2011). Effects of Innovation Types on Firm Performance. *International Journal of Production Economics*, 662-676.
- Guzmán, I. y Escobar, B. (2010). Evaluación del rendimiento de las cajas de ahorros españolas de reducida dimensión . *Revista Internacional de la Pequeña y Mediana Empresa* , 86-102.
- Hagen, J., Seely, J., Kulasooriya, D., Giffi, C., Chen, M. (2015). *El futuro de la manufactura: Fabricando cosas en un mundo cambiante*. Londres, Inglaterra.: Deloitte Development.
- Hannu, M. (2010). Types of innovation, sources of information and performance in entrepreneurial SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 128-154.
- Heimonen, J. (2017). *Growth, profitability, and innovation performance of a firm*. Vaasa: University of Vaasa .
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2019). *Metodología de la Investigación, las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: MacGraw Hill.
- Hoder, F., Wagner, M., Sguerra, J. & Bertol, G. (2016). *La Revolución Fintech: cómo las Innovaciones Digitales están Impulsando el Financiamiento para las MIPYME en América Latina y el Caribe* . Washington: La Corporación Interamericana de Inversiones .

- Itami, H. (2010). Dos dinámicas de conocimiento para la innovación. En BBVA, *Innovación perspectivas para el siglo XXI* (págs. 73-81). Madrid: BBVA.
- Kostopoulos, K. Papalexandris, A. Papachrioni, M. & Loannou, G. (2011). Absorptive Capacity, Innovation, and Financial Performance. *Journal of Business Research*, 1335-1343.
- Label, W. De Leon, J. y Ramos, R. (2012). *Contabilidad para no contadores*. Bogotá, Colombia: ECOE.
- Lehmann, J. & Sydow, S. (2015). *The Impacts of Diigitization on the Mnagement of Banks*. Stuttgart: Howárth & Partner.
- León, O. (2009). *Adinistración Financiera, Fundamentos y Aplicaciones*. Cali: Oscar León García.
- Martínez, M. y Rufo, I. (2013). *La innovación abierta en Starbucks Corporation*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Mate, M. (2016). *Relación entre el esfuerzo en I+D que hacen las empresas españolas y la eficacia conseguida por éstas* . Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Ministerio de Justicia del Perú. (2018). *La corrupci ´n en los Gobiernos Rgionales y Locales*. Ministerio de Justicia del Perú. Lima: Procuradoría Pública.
- Munro, J. (2002). *Productividad, competitividad, empresas: los engranajes del crecimiento*. Bueno Aires, Argentina: FIEL.
- Mwangi, P. (2013). *Effect of bank innovations on financial performance of commercial* . Nairobi: Jomo Kenyatta University of Agriculture and Technology .
- Mwenda, M. (2016). *Financial Innovations and Bank perfomance in Kenia: Evidence* . Johannesburg: University of the Witwatersrand, .

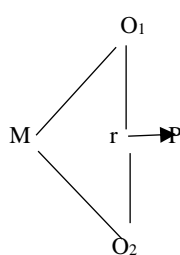
- Myers, S. & Marquis, D. (1969). *Successful industrial innovations : a study of factors underlying innovation in selected firms*. Washington: National Science Foundation.
- Nader, A. (2011). The Effect of Banking Expansion on Profit Efficiency of Saudi Bank. *2nd International Conference on Business and Economic Research* (págs. 269-284). ICBER.
- Nelson, R. y Winter, S. (2000). En busca de una teoría útil de la innovación. *Cuadernos de Economía*, 179-223.
- Ngamsutti, S. (2016). Marketing innovation capability and marketing performance: an empirical study of electrical and electronic appliances in Thailand. *The Business and Management Review*, 339-346.
- Núñez-Cacho P., Grande, F. y Muñoz, A. (2012). Rendimiento en las empresas familiares desde las teorías de recursos y capacidades y de agencia. *Revista de Empresa Familiar*, 8-22.
- OCDE. (2005). *Manual de Oslo*. Madrid, España: Comunidad de Madrid.
- OECD. (2005). *Manual de Oslo, Guía para la Recogida e Interpretación de Datos Sobre Innovación*. Madrid: Grupo Tragsa.
- Parada, J. (1988). *Rentabilidad Empresarial, un Enfoque de Gestión*. Concepción: Universidad de Concepción.
- Peñaloza, M. .. (2007). Tecnología e Innovación factores claves para la competitividad . *Actualidad Contable FACES* , 82-94.
- Pérez, M. y Terrón, M. (2004). *La teoría de la difusión de la innovación y su aplicación al estudio de la adopción de recursos electrónicos por los investigadores en la Universidad de Extremadura*. Extremadura, España: Instituto de Arqueología de Mérida.

- Pérez-Carballo, j. (2010). *Diagnóstico económico financiero de la empresa*. Madrid: ESIC.
- Polo, J., Ramos, J., Arrieta, A., y Gonzáles, A. (2017). Relación entre I+D, Actiividades Innovadoras y Resultados Empresariales: un Análisis para el Sector de Alimentos y Bebidas en Colombia. *Revista Dimensión Empresarial*, 237-259.
- Porter, M. (1991). Ventaja competitiva de las naciones. *Facetas*, 2-9.
- Prepletaný, D. (2013). *The Impact of Digital Technologies on Innovations in Retail Business Models*. Aalborg: Aalborg University.
- PWC. (2015). *Sector financiero 2020*. México: PricewaterhouseCoopers S.C.
- Ramis-Pujol, J., Droege, H. y Tort-Martorell, X. (2015). BBVA: la innovación abierta en empresas de servicios. *Harvard Deusto Marketing y Ventas*, 46-54.
- Rivas, D. (20 de mayo de 2019). *Masfinanzas*. Obtenido de Masfinanzas: <https://masfinanzas.com.pe/microfinanzas/caja-sullana-el-reto-es-llevar-nueva-tecnologia-a-los-clientes/>
- Rodríguez, H. (2015). El reto de la innovación en las microfinanzas. *El Microfinancieo*, 14.
- Rossi, R. (2015). Organizaciones digitales. *Revista de la Federación de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito*, 15.
- Rothwell, R. (1977). The characteristics of successful innovators and technically progressive firms (with some comments on innovation research. *R&D Management*, 166-212.
- Rothwell, R. (1994). Towards the Fifth-generation Innovation Process. *International Marketing Review*, 7-31.

- Rumiche, L. (2015). El sistema de cajas municipales como modelo de negocios innovadores y sostenibles. *Revista de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito*, 8-9.
- Sánchez, A. (1994). La Rentabilidad Económica y Financiera de la Gran Empresa Española. Análisis de los factores determinantes. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 159-179.
- SBS. (27 de abril de 2019). *Superintendencia de Banca, Seguros y AFP*. Obtenido de Superintendencia de Banca, Seguros y AFP: [http://www.sbs.gob.pe/app/stats\\_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=3#](http://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=3#)
- Shumpeter, J. (1944). *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Fondo Cultural Económico.
- Swaminathan, A. (2014). *Marketing capabilities, innovation and firm performance*. Ames: Iowa State University.
- Tuan, N., Nhan, N., Pham Giang, P. & Ngoc, N. (2016). The Effects of Innovation on Firm Performance of Supporting Industries in Hanoi – Vietnam. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 413-431.
- Van Horne, C. y Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de administración Financiera*. México: Pearson Educación.
- Zabaleta, A. (2017). *Impacto en Resultados en la banca mundial de la aplicación de metodologías de Gestión por Procesos*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

# **ANEXOS**

### Anexo 1: Matriz de consistência

Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
¿Cuál es la relación entre Innovación Empresarial y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, durante el periodo 2014 – 2018?	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar la relación entre innovación empresarial y el rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, en el periodo 2014 – 2018.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> 1. Analizar la innovación empresarial en la Caja Municipal de ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, durante el periodo 2014 – 2018. 2. Analizar el rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, durante el periodo 2014 – 2018 3. Analizar la relación de actividades de innovación y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Perú, durante el periodo 2014-2018 4. Analizar la relación de las innovaciones de producto y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y</p>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <p><b>H1</b> Se evidencia relación significativa entre innovación empresarial, y rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, en el periodo 2014 – 2018.</p> <p><b>H0</b> No se evidencia relación significativa entre innovación empresarial, y rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de Ahorro y</p>	Innovación empresarial	Actividades de innovación Innovación de producto Innovación de procesos Innovación organizacional Innovación de marketing	<p><b>Tipo:</b> No experimental</p> <p><b>Método</b> Mixto</p> <p><b>Diseño</b> Descriptivo correlacional corte transversal</p>  <p>Donde: M = Muestra O1: Innovación empresarial O2: Rendimiento económico financiero</p>	<p><b>Población</b> Conformada por 283 trabajadores.</p> <p><b>Muestra:</b> Compuesta por 28 funcionarios</p>	<p><b>Técnicas:</b> -Encuesta -Entrevista -Análisis documental</p> <p><b>Instrumentos:</b> -Cuestionario -Guía de entrevista -Matriz de registro de datos</p>
			Rendimiento económico financiero	Ingresos Rentabilidad Solvencia Productividad			

	<p>Crédito del Santa, Ancash, Perú, durante el periodo 2014 – 2018.</p> <p>5. Analizar la relación de las innovaciones de proceso y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, durante el periodo 2014 – 2018.</p> <p>6. Analizar la relación de las innovaciones organizacionales y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, durante el periodo 2014 – 2018.</p> <p>7. Analizar la relación de las innovaciones de marketing y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, durante el periodo 2014 – 2018.</p> <p>Proponer una mejora en el proceso de gestión de la innovación para ser aplicado en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa</p>	<p>Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, en el periodo 2014 – 2018.</p> <p>.</p>			<p>r: Relación de variables.</p> <p>P: Propuesta de mejora</p>		
--	---	---	--	--	--	--	--



## Anexo 02. Instrumentos y fichas de las variables 1 y 2

### 2.1 Instrumento 1 de la variable 1

#### CUESTIONARIO

##### Saludos cordiales

Presentamos el siguiente cuestionario, para coleccionar datos sobre la incorporacion de innovaciones en su empresa, asi como sobre su perspectiva en como puede haber impactado en el rendimiento de la misma, durante el periodo 2014 – 2018. Agradecemos mucho su disposicion a apoyar la realizacion de una investigacion seria y con los mayores estandares de etica, cuyos resultados seran accesibles a la empresa participante. Se prevé, además, con base en los resultados de la investigacion, proponer un modelo de gestion de la innovacion para la empresa.

##### DATOS GENERALES

##### I. Identificacion de la empresa y el informante

##### I.1 De la empresa

<b>Razon social</b>	
<b>Nombre Comercial</b>	
<b>Fecha de creacion</b>	
<b>Ubicacion de la sede central</b>	
<b>Nombre de la agencia</b>	

##### 1.2 Del informante

<b>Cargo</b>	<b>No. Celular</b>	<b>E-mail</b>

##### 1.3 De la escala de calificacion

<b>EN TOTAL DESACUERDO - ETDA</b>	<b>EN DESACUERDO - EDA</b>	<b>NI EN DESACUERDO NI EN ACUERDO - NDANEA</b>	<b>DE ACUERDO - DA</b>	<b>TOTALMENTE DE ACUERDO - TA</b>
1	2	3	4	5

#### DE LA INNOVACION EMPRESARIAL

##### A. Actividades de innovacion

Esta encuesta recolecta informacion principalmente sobre las actividades de innovacion y las innovaciones desarrolladas por su empresa entre el 1 de enero de 2014 y el 31 de diciembre de 2018. Una innovacion es la introduccion de un producto, proceso, forma de organizacion o de marketing, nueva o significativamente mejorada.

Una innovacion debe tener caracteristicas o potenciales usos que sean nuevos o que entreguen una mejora significativa sobre lo que su empresa comercializaba, usaba o hacia anteriormente. Una innovacion solo necesita ser una novedad o una mejora significativa para las actividades de su empresa. Puede haber sido originalmente desarrollada o utilizada por otras empresas u organizaciones.

**A. En el periodo 2014-2018, con el objetivo de lograr la introduccion al mercado de un producto o servicio, nuevo o significativamente mejorado, o la implementacion de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, e independiente de si ha obtenido resultados a la fecha ¿La empresa realizo algunas de las siguientes actividades?**

Actividades de innovación	ETDA	EDA	NDANEA	DA	TA
	<b>1. Actividades de Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i) interna?</b> Todo trabajo de creación realizado dentro de la empresa de forma sistemática con el objetivo de aumentar el volumen de conocimientos y desarrollar bienes, servicios o procesos nuevos o significativamente mejorados..				
<b>2. Adquisición de I+D+i externa?</b> Adquisición o financiación de las mismas actividades indicadas en el ítem 1, pero realizadas por un grupo de investigadores, institución o empresa de investigación con el acuerdo de que los resultados del trabajo serán de propiedad, total o parcial, de la empresa contratante.					
<b>3. Adquisición de bienes de capital?</b> Incorporación de maquinarias, herramientas o edificios vinculados a la introducción de mejoras y/o nuevos bienes, servicios o procesos. No se consideran reemplazos de equipamiento.					
<b>4. Adquisición de Hardware?</b> Adquisición o alquiler de elementos de Hardware específicamente destinado a introducir productos (bienes o servicios) o procesos nuevos o significativamente mejorados.					
<b>5. Adquisición de software?</b> Adquisición o alquiler de software específicamente destinado a introducir productos (bienes o servicios) o procesos nuevos o significativamente mejorados.					
<b>6. Transferencia de tecnología?</b> Transferencia de conocimiento sistemático para la elaboración de un producto (bien o servicio), la aplicación de un proceso o la prestación de un servicio, contribuyendo al desarrollo de sus capacidades. Adquisición de derechos de uso de patentes, licencias, marcas, diseños, know-how (conocimiento). También incluye asistencia técnica, consultorías y otros servicios contratados a terceros.					
<b>7. Capacitación para actividades de innovación?</b> Capacitación, interna o externa, del personal de la empresa destinada a innovar (introducir nuevos y/o mejorar significativamente) en productos (bienes o servicios) o procesos.					

1. En relación a las actividades realizadas, mencionadas en la pregunta 1, ¿Cuáles de los siguientes aspectos motivaron la puesta en práctica de las actividades de innovación durante el periodo 2014-2018?

Aspectos motivadores	ETDA	EDA	NDANEA	DA	TA
	8. Detección de una demanda total o parcialmente insatisfecha en el mercado?				
9. Aprovechamiento de una idea o de novedades científicas y técnicas?					
10. Amenaza de la competencia?					
11. Aprovechamiento de una idea generada al interior de la empresa?					

2. De las siguientes fuentes de información que podría haber utilizado su empresa para el desarrollo de actividades de innovación durante el periodo 2014-2018, ¿Cuál fue o habría sido el grado de importancia de:

<b>Fuentes de información</b>	<b>ETDA</b>	<b>EDA</b>	<b>NDANEA</b>	<b>DA</b>	<b>TA</b>
12. Dentro de la empresa?					
13. Proveedores de equipo, materiales, componentes o software?					
14. Clientes?					
15. Competidores u otras empresas en su sector?					
16. Universidades u otros centros de enseñanza superior?					
17. Institutos de investigación gubernamentales o públicos?					
18. Conferencias, ferias comerciales, exposiciones?					
19. Revistas científicas y publicaciones comerciales/técnicas?					

**3. De los siguientes factores que pueden haber obstaculizado o impedido el desarrollo de actividades de innovación en su empresa durante el periodo 2014-2018, Cuál fue el grado de importancia de:**

<b>Fuentes de obstáculos</b>	<b>ETDA</b>	<b>EDA</b>	<b>NDANEA</b>	<b>DA</b>	<b>TA</b>
20. Escasez de personal calificado?					
21. Insuficiente información sobre tecnologías?					
22. Dificultades para encontrar socios de cooperación para la innovación?					
23. La innovación es fácil de imitar?					
24. Falta de fondos en la empresa o de fuentes externas?					
25. La innovación tiene un costo demasiado elevado?					
26. Rigidez organizativa dentro de la empresa?					
27. Insuficiente flexibilidad de los reglamentos o normas?					

## **B. Resultados de la innovación**

### **b.1 Innovación empresarial de producto/servicio**

Una innovación de producto es la introducción al mercado de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado en relación a la calidad, componentes, sub-sistemas o uso final. Los productos nuevos o significativamente mejorados deben ser novedades para su empresa, pero no necesariamente para su mercado. Los productos nuevos o significativamente mejorados pueden haber sido desarrollados completamente por su empresa, o por su empresa en conjunto con otras empresas o instituciones.

**4. Durante el periodo 2014-2018, en relación a innovaciones en producto (bien o servicio), ¿La empresa logró mejorar e introducir al mercado un producto/servicio existente:**

<b>Innovación de productos/servicios</b>	<b>ETDA</b>	<b>EDA</b>	<b>NDANEA</b>	<b>DA</b>	<b>TA</b>
28. Mi empresa ha mejorado y/o introducido productos y servicios activos.					
29. Mi empresa ha mejorado y/o introducido productos y servicios pasivos.					
30. Las innovaciones en la empresa han sido desarrolladas internamente sin colaboraciones externas					
31. Las innovaciones en la empresa han sido desarrolladas conjuntamente con otras instituciones (universidades y/o centros de investigación)					
32. Las innovaciones de productos han sido desarrolladas conjuntamente con otras empresas (clientes o proveedores)					

33. Las innovaciones de productos en la empresa, se han desarrollado a partir de adaptar o modificar productos originalmente desarrollados por otras empresas o instituciones.					
34. Las innovaciones de productos en la empresa han generado al menos una patente para el negocio en los últimos cinco años.					

## b.2 Innovación empresarial de procesos

Una innovación de proceso es la implementación de un proceso de producción u operación, método de distribución o actividades de apoyo a la producción, nuevo o significativamente mejorado.

Las innovaciones de proceso pueden tener como objetivo disminuir los costes unitarios de producción o de distribución, aumentar la calidad, o producir o distribuir productos/servicios nuevos o significativamente mejorados.

Los procesos nuevos o significativamente mejorados deben ser novedades para su empresa, pero no necesariamente nuevos para su mercado.

No tomar en cuenta cambios que han sido solamente organizacionales. (Estos son cubiertos en las preguntas 43 a la 45).

### 5. Durante el periodo 2014-2018, en relación a innovaciones de proceso, ¿La empresa logró introducir o incorporar un(a):

Innovación de procesos	ETDA	EDA	NDANEA	DA	TA
35. En mi empresa se pone un fuerte énfasis en desarrollar nuevos e innovadores procesos de operación en toda la empresa.					
36. Mi empresa continuamente está en la búsqueda de oportunidades de desarrollo de nuevos procesos de operación en toda la empresa.					
37. En mi empresa se han desarrollado nuevos y significativamente mejorados métodos en las áreas de crédito, operaciones, riesgos, cobranzas y TI.					
38. En mi empresa se han desarrollado, nuevos y significativamente mejorados métodos de logística.					
39. Las innovaciones de procesos en la empresa han sido desarrolladas internamente sin colaboraciones.					
40. Las innovaciones de procesos han sido desarrolladas conjuntamente con otras instituciones (Universidades y/o centros de investigación)					
41. Las innovaciones han sido desarrolladas conjuntamente con otras empresas (clientes o proveedores)					
42. Las innovaciones de procesos en la empresa, se han desarrollado a partir de adaptar o modificar procesos originalmente desarrollados por otras empresas o instituciones.					

## b.3 Innovación empresarial organizacional

Una innovación organizacional es una nueva forma de organización de las prácticas de negocio de su empresa, de organización del lugar de trabajo o de las relaciones con agentes externos a su empresa, que no han sido utilizadas por su empresa anteriormente.

Debe ser resultado de decisiones a nivel de directores, propietarios o gerencia.

No se deben tomar en cuenta cambios derivados de fusiones o adquisiciones.

### 6. Durante el periodo 2014-2018, en relación a innovaciones de organización, ¿La empresa logró introducir o incorporar un(a):

Innovación organizacional	ETDA	EDA	NDANEA	DA	TA
43. Se han puesto en operación nuevas prácticas de negocio para procedimientos organizacionales					

(administración de la cadena de valor, reingeniería, gestión de la calidad etc.)					
44. La empresa ha aplicado nuevos métodos de organización de las responsabilidades en el trabajo y la toma de decisiones (trabajo en equipo, descentralización de toma de decisiones, cambios en la estructura, etc.)					
45. La empresa ha establecido, relaciones con otras instituciones u organizaciones de apoyo a la innovación en la forma de alianzas, sociedades, outsourcing, etc.)					
46. La empresa aprobó e implementó una política de innovación					
47. Aprobó e implementó un modelo de gestión de la innovación					
48. La innovación es un eje relevante en su plan estratégico					

#### **b.4 Innovación empresarial de marketing**

Una innovación en marketing es la implementación de un nuevo concepto o estrategia de comercialización que difiere significativamente de los métodos habituales utilizados por su empresa, y que no han sido utilizados con anterioridad.

Requiere de cambios significativos en el diseño de producto/servicio, posicionamiento o promoción de productos, o métodos de establecimiento de precios de bienes y servicios.

No se deben tomar en cuenta cambios de comercialización regulares o rutinarios, ni aquellos debidos a estacionalidad de bienes y servicios.

#### **7. Durante el periodo 2014-2018, en relación a innovaciones de marketing, ¿La empresa logró introducir o incorporar un(a):**

<b>Innovación de marketing</b>	<b>ETDA</b>	<b>EDA</b>	<b>NDANEA</b>	<b>DA</b>	<b>TA</b>
49. La empresa ha introducido nuevos medios o técnicas de promoción del producto? (ej. Uso por primera vez de un nuevo canal publicitario, un nuevo concepto de marca, introducción de tarjetas de fidelización de clientes, etc.)					
50. La empresa ha introducido nuevos métodos para el posicionamiento del producto en el mercado o canales de venta? (ej. Uso por primera vez de nuevos canales, franquicias o licencias de distribución, venta directa, nuevos conceptos para la presentación de productos, etc.)					
51. La empresa ha introducido nuevos métodos de establecimiento de precios de bienes o servicios? (ej. uso por primera vez de sistemas de precios variables en función de la demanda, sistemas de descuento, etc.)					
52. La empresa introdujo políticas específicas orientadas a la satisfacción de los clientes					
53. la empresa cambió el diseño de los ambientes de atención, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes					
54. La tasa promedio anual de reclamos fue decreciente en la empresa.					

FUENTE: El cuestionario ha sido elaborado tomando como referencia la Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera 2015, aplicado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática.

**Muchas gracias por su tiempo y datos proporcionados**

## 2.2 Ficha técnica del instrumento 1 de la variable 1

Nombre del Instrumento	Cuestionario de Innovación Empresarial
Autores	Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) del Perú, adaptado por el Magister Godofredo Tapay Paredes
Año de elaboración	2019
Objetivos	Obtener información, de parte de sus funcionarios, de las actividades de innovación llevadas a cabo por la Caja Municipal del Santa, Ancash, Perú, en el periodo 2014 – 2018, comprendiendo la incorporación de innovaciones de producto, de proceso, de organización y de marketing.
Expertos que validaron	Dr. Walter Leyva Ramírez Dr. Luis Venegas Gordillo Dra. Kety Barrantes Reyes Dr. Javier Ulloa Siccha Dr. Oscar Cruz Cruz
Número de items	Variable Innovación Empresarial 54
Duración	2 horas
Materiales	Papel impreso y lápiz
Aplicación	A Directores, gerentes, subgerentes o jefes de oficina
Puntuación	De 1 a 5 puntos por cada item

**BAREMOS DEL CUESTIOARIO DE INNOVACION EMPRESARIAL**

	Escala	Puntaje	Descripción
Innovación empresarial	Bueno	2.51 a 5.00	Evidencia actividades permanentes de innovación, e incorporó innovaciones de producto, proceso, organizacional y de marketing
	Regular	1.31 a 2.50	Incorporó innovaciones en por lo menos 3 dimensiones de innovación
	deficiente	0 a 1.30	Incorporó innovaciones en una sola dimensión
Actividades de innovación	Bueno	2.51 a 5.00	Desarrolló internamente y adquirió innovación del entorno todos los años
	Regular	1.31 a 2.50	Desarrolló internamente y adquirió innovación del entorno 3 o menos años
	deficiente	0 a 1.30	adquirió innovación externa o ninguna
Innovación de productos	Bueno	2.51 a 5.00	Desarrolló productos activos y pasivos no menos de cuatro años
	Regular	1.31 a 2.50	Desarrolló productos pasivos y activos durante dos años
	deficiente	0 a 1.30	Desarrollo productos activos durante un año
Innovación de procesos	Bueno	2.51 a 5.00	Desarrolló innovaciones de procesos en todas las áreas funcionales de manera continua
	Regular	1.31 a 2.50	Desarrolló innovación de procesos para la mitad de las áreas funcionales de manera intermitente
	deficiente	0 a 1.30	No desarrolló innovación de procesos durante el periodo
Innovación organizacional	Bueno	2.51 a 5.00	Realizó cambios drásticos en la estructura y en el tamaño
	Regular	1.31 a 2.50	Realizó cambios de relevancia media
	deficiente	0 a 1.30	No realizó cambios relevantes
Innovación de marketing	Bueno	2.51 a 5.00	Desarrolló innovación de marketing de manera continua en el periodo
	Regular	1.31 a 2.50	Desarrolló innovación durante tres años
	deficiente	0 a 1.30	Desarrollo innovación durante dos o menos años

Para la medición estadística de los datos se ha utilizado la escala ordinal:

EN TOTAL DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI EN DESACUERDO NI EN ACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
1	2	3	4	5

En el procesamiento estadístico, en lugar de totalizar los puntajes que los encuestados dieron a cada pregunta del cuestionario, para obtener el puntaje alcanzado por dimensión de la variable, luego obtener un puntaje total para la variable; se procedió a calcular el puntaje promedio dado por los encuestados a cada pregunta por cada dimensión, y luego se calculó el puntaje promedio para la variable. Sobre esta base se procedió a elabora el baremo siguiente:

Bueno	2.51	5	BNII
Regular	1.31	2.5	RNII
Deficiente	0	1.3	DNII

### 2.3 Instrumento 02 de la variable 1

#### MATRIZ ANÁLISIS DOCUMENTAL: VARIABLE INNOVACION EMPRESARIAL

OBJETIVO: Obtener resultados del análisis de documentos emitidos por la misma empresa y por otras instituciones, respecto a la innovación empresarial de la Caja Municipal del Santa, Ancash, Perú, en el periodo 2014 – 2018.

CAJA MUNICIPAL: Del Santa.....FECHA:.....

Año	Documento analizado	Resultados
2014	Plan estratégico Plan Operativo Memoria institucional Informe de calificadora de riesgo	
2015		
2016		
2017		
2018		



## 2.4 Ficha técnica del instrumento 02 de la variable 1

Nombre del instrumento	Matriz de registro de datos, variable innovación empresarial
Autores	Mg. Godofredo Tapay Paredes
Año de elaboración	2019
Objetivo	Obtener datos de documentos de fuente interna: plan estratégico, planes operativos, memorias anuales; asimismo, obtener datos de los informes de la empresa calificadora de riesgos, respecto las acciones de innovación en la Caja Municipal del Santa en el periodo 2014 – 2018.
Procedencia	Nuevo Chimbote, Perú
Documentos analizados	<ul style="list-style-type: none"><li>- Plan Operativo vigente</li><li>- Plan operativo de cada año</li><li>- Memoria institucional de cada año</li><li>- Informe al 31 de diciembre de cada año , de la empresa calificadora de riesgos.</li></ul>
Duración	12 horas
Aplicación	A la Caja Municipal del Santa.

## 2.5 Instrumento 03 de la variable 1

### GUIA DE ENTREVISTA: VARIABLE INNOVACION EMPRESARIAL

Objetivo de la entrevista:

Conocer la opinión de los principales funcionarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, respecto a las actividades de innovación llevadas a cabo por ésta, así como la incorporación de innovaciones de producto, de procesos, organizacionales y de marketing.

Dirigido a: Funcionarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa.

Tiempo aproximado de la entrevista: 25 a 30 minutos

Recursos: la guía de entrevista, Videgrabadora.

Fecha de entrevista:.....

#### **Guion:**

Las preguntas que se formulan a continuación están referidas a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, durante el periodo, 2104 – 2018.

1. ¿Considera usted que, en los últimos cinco años, el principal motivador para la innovación en su empresa ha sido la competencia cada vez más fuerte? ¿Puede dar algunas razones?
2. ¿Señale que cantidad de innovaciones de producto o servicios activos ha introducido su empresa en los últimos cinco años?
3. ¿Puede identificar usted que métodos nuevos o mejorados han introducido en las áreas de crédito, operaciones, riesgos, cobranzas y TI, en los últimos cinco años?
4. ¿Puede precisar si en la empresa, durante los últimos cinco años, se desarrolló, aprobó e implementó un modelo de gestión de la innovación?
5. ¿Puede usted precisar si la tasa promedio anual de reclamos fue decreciente en la empresa, en los últimos cinco años?

**Gracias por su tiempo y por los datos proporcionados.**

## 2.6 Ficha técnica del instrumento 03 de la variable 1

Nombre del instrumento	Guía de entrevista, innovación empresarial
Autores	Mg. Godofredo Tapay Paredes
Año de elaboración de primera versión	2019
Objetivo	Conocer la opinión de los principales funcionarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, respecto a las actividades de innovación llevadas a cabo por ésta, así como la incorporación de innovaciones de producto, de procesos, organizacionales y de marketing.
Procedencia	Nuevo Chimbote, Perú
Administración	Individual
Número de ítems	05
Duración	30 minutos por cada documento
Aplicación	A la totalidad de la muestra: 28 funcionarios

## 2.7 Instrumento 01 de la variable 2

### CUESTIONARIO 2 DEL RENDIMIENTO ECONOMICO FINANCIERO

**A. Los siguientes enunciados, están referidos a la percepción del nivel de desempeño de su empresa, en términos de rendimiento económico y financiero, en el periodo 2014 – 2018.**

<b>Rendimiento económico/ financiero</b>	<b>ETDA</b>	<b>EDA</b>	<b>NDANEA</b>	<b>DA</b>	<b>TA</b>
1. La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ingresos financieros en los últimos cinco años.					
2. La empresa ha desarrollado otras fuentes de ingresos financieros y no financieros en los últimos cinco años.					
3. La empresa ha venido incrementando su participación de mercado tanto en operaciones activas como pasivas en los últimos cinco años.					
4. La empresa es rentable económicamente. Mantuvo un ROA positivo y creciente en los últimos cinco años.					
5. La empresa es rentable financieramente. Mantuvo un ROE positivo y creciente en los últimos cinco años.					
6. La empresa mantuvo ratios de liquidez superiores al promedio del sistema de cajas en los últimos cinco años.					
7. La empresa mantuvo la ratio de morosidad estables o con tendencia a la baja en los últimos cinco años.					
8. El ratio de capital global se mantuvo en niveles superiores a los exigidos por la SBS en los últimos cinco años.					
9. El número de créditos por empleado ha sido creciente en lo último cinco años					
10. Los gastos administrativos con relación al total de costo operativo ha sido decreciente en los últimos cinco años.					
11. Los gastos de operación con relación al margen financiero, han sido decrecientes en los últimos cinco años.					
12. El número de créditos por agencia ha sido creciente en los últimos cinco años.					

**Muchas gracias por su tiempo y datos proporcionados**

## 2.8 Ficha Técnica instrumento 01 de la variable 2

Nombre del Instrumento	Cuestionario de rendimiento económico financiero.
Autores	Elaborado por el Magister Godofredo Tapay Paredes
Año de elaboración	2019
Objetivos	Obtener información de percepción de los funcionarios de la Caja Municipal del Santa, Ancash, Perú, en el periodo 2014 – 2018, acerca del rendimiento económico financiero de la empresa.
Expertos que validaron	Dr. Luis Venegas Gordillo Dr. Javier Ulloa Siccha Dr. Oscar Cruz Cruz
Número de ítems	Variable rendimiento económico financiero 12
Duración	1 hora
Materiales	Papel impreso y lápiz
Aplicación	A Directores, gerentes, subgerentes o jefes de oficina
Puntuación	De 1 a 5 puntos por cada ítem

### BAREMOS DEL CUESTIONARIO DE RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO

	Escala	Puntaje	Descripción
Rendimiento económico financiero	Bueno	2.51 a 5.00	Ingresos crecientes, Rentabilidad positiva, solvencia e incremento de la productividad todos los años.
	Regular	1.31 a 2.50	Ingresos crecientes y rentabilidad positiva por lo menos dos años, hubo mejoras en solvencia y productividad o estuvieron estables.
	deficiente	0 a 1.30	Ingresos y rentabilidad negativos todos los años
Incremento de ingresos	Bueno	2.51 a 5.00	Tuvo ingresos crecientes todos los años
	Regular	1.31 a 2.50	Tuvo ingresos crecientes por lo menos dos años
	deficiente	0 a 1.30	Los ingresos decrecieron todos los años
Rentabilidad	Bueno	2.51 a 5.00	ROA y ROE positivos todos los años
	Regular	1.31 a 2.50	ROA y ROE positivos por lo menos dos años
	deficiente	0 a 1.30	ROA y ROE negativos todos los años
Solvencia	Bueno	2.51 a 5.00	Mantuvo liquidez y ratio de capital por encima del requerimiento mínimo todos los años
	Regular	1.31 a 2.50	Mantuvo liquidez y ratio de capital en el límite del requerimiento mínimo todos los años
	deficiente	0 a 1.30	Recibió observaciones por parte de la SBS de manera constante.
Productividad	Bueno	2.51 a 5.00	Tuvo incremento de la productividad global todos los años
	Regular	1.31 a 2.50	Tuvo mejora de la productividad por lo menos dos años
	deficiente	0 a 1.30	No hubo mejoras en la productividad

Para la medición estadística de los datos se ha utilizado la escala ordinal:

EN TOTAL DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI EN DESACUERDO NI EN ACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
1	2	3	4	5

En el procesamiento estadístico, en lugar de totalizar los puntajes que los encuestados dieron a cada pregunta del cuestionario, para obtener el puntaje alcanzado por dimensión de la variable, luego obtener un puntaje total para la variable; se procedió a calcular el puntaje promedio dado por los encuestados a cada pregunta por cada dimensión, y luego se calculó el puntaje promedio para la variable. Sobre esta base se procedió a elaborar el baremo siguiente:

Bueno	2.51	5	BNII
Regular	1.31	2.5	RNII
Deficiente	0	1.3	DNII

**2.9 Instrumento 02 de la variable 2**

**MATRIZ ANÁLISIS DOCUMENTAL: VARIABLE RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO**

OBJETIVO: Obtener resultados del análisis de documentos emitidos por la misma empresa y por otras instituciones, respecto al rendimiento económico financiero de la Caja Municipal del Santa, Ancash, Perú, en el periodo 2014 – 2018.

CAJA MUNICIPAL:.....FECHA:.....

Año	Documento analizado	Resultado
2014	Informe de Auditores Memoria institucional Estadísticas de la SBS Informe de calificadora de riesgo	
2015		
2016		
2017		
2018		

## 2.10 Ficha técnica del instrumento 02 de la variable 2

Nombre del instrumento	Matriz de registro de datos o de análisis documental
Autores	Mg. Godofredo Tapay Paredes
Año de elaboración de primera versión	2019
Objetivo	Obtener datos del análisis de documentos emitidos por la misma empresa y por otras instituciones, respecto al rendimiento económico financiero de la Caja Municipal del Santa, Ancash, Perú, en el periodo 2014 – 2018
Procedencia	Nuevo Chimbote, Perú
Documentos analizados	<ul style="list-style-type: none"><li>- Informes de auditoría externa</li><li>- Memoria institucional anual</li><li>- Estadísticas de la SBS</li><li>- Informes anuales de la empresa calificadora de riesgos</li></ul>
Duración	12 horas
Aplicación	A la Caja Municipal del Santa



## 2.11 Instrumento 03 de la variable 2

### GUIA DE ENTREVISTA VARIABLE RENDIMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO

Objetivo de la entrevista:

Conocer la opinión de los funcionarios de la Caja Municipal del Santa, respecto al rendimiento económico financiero obtenido en el periodo 2014 – 2018.

Dirigido a: Funcionarios de la Caja Municipales de Ahorro y Crédito del Santa.

Tiempo aproximado de la entrevista: 25 a 30 minutos

Recursos: la guía de entrevista, videograbadora.

Fecha de entrevista:.....

#### **Guion:**

Las preguntas que se formulan a continuación están referidas a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, durante el periodo, 2104 – 2018.

1. ¿Podría usted Explicar el comportamiento de los ingresos financieros de la Caja Santa en el periodo? ¿Podría precisar algunas razones?
2. ¿Podría explicar usted, el comportamiento de los indicadores de rentabilidad económica (ROA) y financiera (ROE) en el periodo? ¿Podría precisar algunas razones?
3. ¿Considera usted que la Caja Santa ha mantenido niveles de liquidez razonables para asegurar la atención oportuna de sus operaciones activas y pasivas?
4. ¿considera usted que los gastos de personal, respecto a los costos operativos, de la caja Santa, han tenido tendencia decreciente durante el periodo?

**Gracias por su tiempo y la información proporcionada**

## 2.12 Ficha técnica 03 de la variable 2

### FICHA TECNICA: Guía de entrevista

Nombre del instrumento	Guía de entrevista, Rendimiento económico financiero
Autores	Mg. Godofredo Tapay Paredes
Año de elaboración de primera versión	2019
Objetivo	Conocer la opinión de los funcionarios de la Caja Municipal del Santa, respecto al rendimiento económico financiero obtenido en el periodo 2014-2018.
Procedencia	Nuevo Chimbote, Perú
Administración	Individual
Número de ítems	4
Duración	30 minutos por cada documento
Aplicación	Director, Gerentes, Administradores de agencia y Jefes de oficina

### Anexo 03: Validez y Confiabilidad de instrumentos

#### 3.1 Resultado de prueba de confiabilidad de los cuestionarios

##### 3.1.1 Cuestionario de la primera variable innovación empresarial

ITEMS	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	VAR
1	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	0.47959
2	4	5	3	3	5	1	2	2	4	4	2	3	4	3	4	3	4	5	4	2	2	3	3	4	1	5	3	4	1.27551
3	5	2	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	2	2	3	4	4	5	3	4	4	0.70408
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	2	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	0.4949
5	4	5	4	4	5	1	4	4	3	3	4	4	4	5	2	4	4	5	3	4	5	3	4	2	1	5	3	4	1.21811
6	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	5	2	4	4	5	4	4	4	2	3	3	2	3	4	2	0.73852
7	5	5	4	4	5	4	1	4	4	4	1	4	5	5	2	3	4	4	3	5	5	2	4	3	4	5	4	3	1.31122
8	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	1	4	5	4	4	2	4	5	4	4	0.6773
9	4	4	4	5	3	2	3	2	4	4	3	5	4	3	4	3	5	4	1	4	3	3	5	2	2	3	3	3	1.02423
10	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	0.35204
11	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	0.35204
12	4	3	3	4	3	5	2	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	3	4	4	0.62245
13	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	0.46301
14	2	5	3	4	5	5	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	0.56633
15	2	3	4	3	2	5	4	5	5	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	2	4	3	0.78954
16	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	0.33673
17	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	0.28954
18	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	2	4	3	4	3	0.33036
19	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	2	4	2	3	4	0.42347
20	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	0.4949
21	2	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	0.54464

22	3	5	2	2	5	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	3	5	3	3	0.82015
23	3	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	0.4324
24	3	3	4	4	4	4	3	5	3	3	4	4	3	5	4	2	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	0.45408
25	4	3	4	4	3	5	3	4	5	5	3	4	4	1	3	2	4	4	4	2	1	5	4	4	5	3	4	4	1.16709
26	4	4	3	4	3	3	3	2	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	0.45918
27	4	3	3	5	3	4	2	2	5	5	2	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	3	0.88265
28	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	0.21811
29	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	0.16837
30	1	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	5	3	3	2	3	3	4	5	3	2	4	4	4	4	4	0.9324
31	1	5	4	2	5	1	3	4	1	1	3	2	2	2	4	3	2	2	3	5	2	2	2	3	1	4	1	2	1.60204
32	1	4	4	2	4	1	1	2	1	1	1	2	2	3	2	2	4	2	3	2	3	2	2	3	1	4	1	2	1.09694
33	4	4	4	2	5	4	1	4	4	4	1	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4	0.95918
34	1	5	3	2	5	1	1	2	1	1	1	2	4	3	3	2	4	2	3	4	3	3	2	3	1	3	4	2	1.46301
35	2	5	4	4	4	2	2	4	3	3	2	4	4	3	2	3	4	2	2	3	4	3	4	2	2	4	4	3	0.83673
36	3	5	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	3	2	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	0.67347
37	2	5	4	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	0.65816
38	2	4	3	3	4	2	2	4	1	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	3	3	2	0.67347
39	3	2	3	4	3	5	3	2	2	2	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	0.72959
40	3	4	3	2	4	1	2	4	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	1	3	3	2	0.60587
41	3	4	4	2	4	1	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	1	4	3	2	0.70408
42	3	4	4	2	4	4	1	4	3	3	1	2	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	0.91837
43	2	4	4	4	4	4	1	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	2	4	4	4	3	0.95281
44	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	0.35714
45	4	5	4	3	4	1	3	3	4	4	3	3	2	3	5	3	2	4	3	4	3	3	3	3	1	4	4	4	0.91837
46	3	4	4	4	4	3	1	2	3	3	1	4	5	4	3	2	4	2	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	0.9324
47	3	4	4	4	4	3	1	2	3	3	1	4	5	3	3	2	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	0.80995
48	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	0.40179

49	2	5	4	4	4	4	1	3	4	4	1	4	4	2	4	3	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	2	3	1.07526	
50	2	5	3	4	4	2	1	3	4	4	1	4	4	2	4	3	4	2	4	3	2	4	4	4	4	2	4	2	3	1.12245
51	2	4	3	4	4	4	1	3	3	3	1	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	0.75893	
52	3	2	4	3	2	4	1	4	3	3	1	3	5	3	4	4	4	2	4	3	3	2	3	4	4	2	2	4	0.9949	
53	3	4	2	3	4	4	1	3	4	4	1	3	5	2	3	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	0.94388	
54	4	3	3	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	3	2	4	0.47321	
SUM	168	210	194	186	199	179	136	186	189	189	141	187	201	196	177	179	198	180	177	195	195	177	186	182	179	191	184	182		

<b>Alfa</b>	<b><math>\alpha</math></b>	=	<b>0.84846968</b>
<b>Número de ítems</b>	<b>K</b>	=	54
<b>Varianza de cada ítem <math>V_i</math></b>		=	39.684949
<b>Varianza total</b>	<b><math>V_t</math></b>	=	237.289541

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

### 3.1.2 Cuestionario de la segunda variable rendimiento económico financiero

ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	SUM
S1	2	4	4	2	2	4	2	3	4	4	3	4	38
S2	2	5	5	2	2	4	4	4	5	4	4	4	45
S3	2	4	2	2	2	2	2	2	3	4	4	3	32
S4	3	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	35
S5	2	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	41
S6	2	4	4	2	2	1	1	4	4	2	3	2	31
S7	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	3	1	18
S8	3	4	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	30
S9	2	4	3	3	3	2	4	5	3	4	4	4	41
S10	2	4	3	3	3	2	4	5	3	4	4	4	41
S11	1	2	1	1	1	1	1	1	2	4	2	1	18
S12	3	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	35
S13	4	5	4	3	3	3	2	4	3	4	2	4	41
S14	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	42
S15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	26
S16	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	30
S17	4	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	32
S18	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	40
S19	2	5	4	2	2	4	2	4	3	4	4	4	40
S20	2	4	2	3	3	4	3	4	3	4	5	3	40
S21	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	42
S22	2	5	5	2	2	2	2	3	3	3	3	4	36
S23	3	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	35
S24	2	4	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	36
S25	2	4	4	2	2	4	1	4	4	2	3	2	34
S26	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	43
S27	2	4	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	32
S28	2	4	3	2	2	4	2	4	3	4	4	3	37
VAR	0.59	0.6	1.19	0.31	0.31	1.12	1.11	1.1	0.57	0.46	0.52	0.89	

Alfa	$\alpha$	=	0.87570723
Número de ítems	K	=	12
Varianza de cada ítem	$V_i$	=	8.76913265
Varianza total	$V_t$	=	44.4528061

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

### 3.3 Validez del instrumento 01, cuestionario de innovación empresarial



TITULO DE LA TESIS: Innovación Empresarial y rendimiento económico financiero de la Caja del Santa, a percepción de sus funcionarios, 2014-2018  
 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de innovación empresarial

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Opción de respuesta		CRITERIOS DE EVALUACIÓN												OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES	
				SI	NO	¿Cuánto?		Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta					
						SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO				
Actividades de innovación	Tipos de actividad de innovación		1. Actividades de Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i) interna?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
			2. Adquisición de I+D+i externa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
			3. Adquisición de bienes de capital	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			4. Adquisición de Hardware?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			5. Adquisición de software?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			6. Transferencia de tecnología?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Motivadores de la actividad		7. Capacitación para actividades de innovación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
			8. Detección de una demanda total o parcialmente insatisfecha en el mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			9. Aprovechamiento de una idea o de novedades científicas y técnicas?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			10. Amenaza de la competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			11. Aprovechamiento de una idea generada al interior de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			12. Dentro de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			13. Proveedores de equipo, materiales, componentes o software?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	







búsqueda de oportunidades de desarrollo de nuevos procesos de operación en toda la empresa.																							
	37. Se han desarrollado nuevos y significativamente mejorados métodos en las áreas de crédito, operaciones, riesgos, cobranzas y TI.						✓														✓		
	38. Se han desarrollado, nuevos y significativamente mejorados métodos de logística.						✓															✓	
	39. Internamente sin colaboraciones						✓															✓	
	40. Conjuntamente con otras instituciones						✓															✓	
	Desarrollador de la innovación	41. Las innovaciones han sido desarrolladas conjuntamente con otras empresas (clientes o proveedores)						✓															✓
		42. A Partir de adaptar procesos desarrollados por otras empresas						✓															✓
	Tipo de innovación organizacional	43. Nuevas prácticas de negocio?						✓															✓
		44. Nuevos métodos de organizar el trabajo?						✓															✓
		45. Nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas o instituciones públicas?						✓															✓
		46. Aprobó e implementó una política de innovación						✓															✓
	Innovación organizacional																						
	Importancia de la innovación en la empresa																						

Innovación Empresarial	Innovación de marketing	Tipos de innovación de marketing	47. Aprobó e implementó un modelo de gestión de la innovación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
			48. La innovación es un eje relevante en su plan estratégico	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			49. Nuevos medios o técnicas de promoción del producto?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
			50. Nuevos métodos para el posicionamiento del producto en el mercado o canales de venta?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
			51. Nuevos métodos de establecimiento de precios de bienes o servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
			52. Introdujo políticas específicas orientadas a la satisfacción de los clientes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Estrategia enfocada en el cliente	53. Cambió el diseño de los ambientes de atención, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	54. La tasa promedio anual de reclamos fue decreciente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		

Nota: Insertar más columnas, en opciones de respuesta si el instrumento lo requiere  
 Marcar un aspa en el casillero que corresponda (x)

Firma   
 Nombres y apellidos Luis Venegas Gordillo  
 DNI 17970786

**RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario de innovación empresarial

**OBJETIVO:** Determinar el impacto de la innovación empresarial en el rendimiento económico financiero de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del norte del Perú, en el periodo 2014 – 2018

**DIRIGIDO A:** Luis VENEGAS GORDILLO

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :** VENEGAS GORDILLO, LUIS

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :** Doctor en Contabilidad y Finanzas

Firma   
 Post firma  
 DNI

Eliminar los siguientes datos para utilizar este instrumento

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

**MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO**

**TITULO DE LA TESIS:** Innovación Empresarial y rendimiento económico financiero de la Caja del Santa, a percepción de sus funcionarios, 2014-2018  
**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario de innovación empresarial

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Opción de respuesta		CRITERIOS DE EVALUACIÓN										OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES		
				¿Sí?	¿No?	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los items		Relación entre el ítem y la opción de respuesta						
						SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO					
			1. Actividades de Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i) interna?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			2. Adquisición de I+D+i externa?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Tipos de actividad de innovación	3. Adquisición de bienes de capital	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			4. Adquisición de Hardware?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			5. Adquisición de software?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			6. Transferecia de tecnología?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Actividades de innovación	7. Capacitación para actividades de innovación?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			8. Detección de una demanda total o parcialmente insatisfecha en el mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Motivadores de la actividad	9. Aprovechamiento de una idea o de novedades científicas y técnicas?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			10. Amenaza de la competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			11. Aprovechamiento de una idea generada al interior de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Fuentes de información	12. Dentro de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
			13. Proveedores de equipo, materiales, componentes o software?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		







		búsqueda de oportunidades de desarrollo de nuevos procesos de operación en toda la empresa.																	
		37. Se han desarrollado nuevos y significativamente mejorados métodos en las áreas de crédito, operaciones, riesgos, cobranzas y TI.		✓		✓										✓			
		38. Se han desarrollado, nuevos y significativamente mejorados métodos de logística.		✓		✓										✓			
		39. Internamente sin colaboraciones		✓		✓										✓			
		40. Conjuntamente con otras instituciones		✓		✓										✓			
	Desarrollador de la innovación	41. Las innovaciones han sido desarrolladas conjuntamente con otras empresas (clientes o proveedores)		✓		✓										✓			
		42. A Partir de adaptar procesos desarrollados por otras empresas		✓		✓										✓			
		43. Nuevas prácticas de negocio?		✓		✓										✓			
		44. Nuevos métodos de organizar el trabajo?		✓		✓										✓			
	Tipo de innovación organizacional	45. Nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otras empresas o instituciones públicas?		✓		✓										✓			
		46. Aprobó e implementó una política de innovación		✓		✓										✓			
	Innovación organizacional																		



Innovación Empresarial	Innovación de marketing	Tipos de innovación de marketing	47. Aprobó e implementó un modelo de gestión de la innovación																							
			48 La innovación es un eje relevante en su plan estratégico																							
			49. Nuevos medios o técnicas de promoción del producto?																							
			50. Nuevos métodos para el posicionamiento del producto en el mercado o canales de venta?																							
Innovación de marketing	Estrategia enfocada en el cliente		51. Nuevos métodos de establecimiento de precios de bienes o servicios?																							
			52. Introdujo políticas específicas orientadas a la satisfacción de los clientes																							
			53. Cambió el diseño de los ambientes de atención, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes																							
			54 La tasa promedio anual de reclamos fue decreciente																							

**Nota:** Insertar más columnas, en opciones de respuesta si el instrumento lo requiere  
 Marcar un aspa en el casillero que corresponda (x)

Firma

  
 Nombres y apellidos JAVIER ULLOA SICHEA  
 DNI 7921168

**RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario de innovación empresarial

**OBJETIVO:** Determinar el impacto de la innovación empresarial en el rendimiento económico financiero de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del norte del Perú, en el período 2014 – 2018

**DIRIGIDO A:** \_\_\_\_\_

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :** JAVIER ULLOA SICHHA

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :** DOCTOR

Firma:   
 Post firma: \_\_\_\_\_  
 DNI: 32861947

Eliminar los siguientes datos para utilizar este instrumento

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

**MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO**

**TÍTULO DE LA TESIS: Innovación Empresarial y rendimiento económico financiero de la Caja del Santa, a percepción de sus funcionarios, 2014-2018**  
**NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de innovación empresarial**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Opción de respuesta		CRITERIOS DE EVALUACIÓN												OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES			
				Sí	No	¿Cuánto?		Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta							
						SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO						
Actividades de innovación	Tipos de actividad de innovación		1. Actividades de Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i) interna? 2. Adquisición de I+D+i externa? 3. Adquisición de bienes de capital 4. Adquisición de Hardware? 5. Adquisición de software? 6. Transferencia de tecnología? 7. Capacitación para actividades de innovación? 8. Detección de una demanda total o parcialmente insatisfecha en el mercado? 9. Aprovechamiento de una idea o de novedades científicas y técnicas? 10. Amenaza de la competencia? 11. Aprovechamiento de una idea generada al interior de la empresa? 12. Dentro de la empresa? 13. Proveedores de equipo, materiales, componentes o software?			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>							
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>							
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					
						<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>					



Innovación de producto	Productos Servicios mejorados y/o nuevos	28. Mi empresa ha mejorado y/o introducido productos y servicios activos.			✓				✓				✓		
		29. Mi empresa ha mejorado y/o introducido productos y servicios pasivos.			✓				✓				✓		
		30. Las innovaciones en la empresa han sido desarrolladas internamente sin colaboraciones externas			✓					✓				✓	
		31. Las innovaciones en la empresa han sido desarrolladas conjuntamente con otras instituciones (universidades y/o centros de investigación)			✓					✓				✓	
		32. Las innovaciones de productos han sido desarrolladas conjuntamente con otras empresas (clientes o proveedores)			✓					✓				✓	
		33. Las innovaciones de productos en la empresa, se han desarrollado a partir de adaptar o modificar productos originalmente desarrollados por otras empresas o instituciones.			✓					✓				✓	
Innovación de Procesos	Tipo de innovación de proceso	34. Las innovaciones de productos en la empresa han generado al menos una patente para el negocio en los últimos cinco años.			✓				✓				✓		
		35. fuerte énfasis en desarrollar nuevos e innovadores procesos de operación en toda la empresa.			✓				✓				✓		
		36. Continuamente está en la			✓				✓				✓		





Innovación Empresarial	Innovación de marketing	Tipos de innovación de marketing	47. Aprobó e implementó un modelo de gestión de la innovación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
			48. La innovación es un eje relevante en su plan estratégico	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			49. Nuevos medios o técnicas de promoción del producto?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
			50. Nuevos métodos para el posicionamiento del producto en el mercado o canales de venta?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
			51. Nuevos métodos de establecimiento de precios de bienes o servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Estrategia enfocada en el cliente	Innovación de marketing	Tipos de innovación de marketing	52. Introdujo políticas específicas orientadas a la satisfacción de los clientes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
			53. Cambió el diseño de los ambientes de atención, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
			54. La tasa promedio anual de reclamos fue decreciente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Nota: Insertar más columnas, en opciones de respuesta si el instrumento lo requiere  
 Marcar un aspa en el casillero que corresponda (x)

Firma

Nombres y apellidos  
 DNI 52861947  
 OSCAR CAJAZ CAJAZ

**RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario de innovación empresarial

**OBJETIVO:** Determinar el impacto de la innovación empresarial en el rendimiento económico financiero de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del norte del Perú, en el periodo 2014 – 2018

**DIRIGIDO A:** \_\_\_\_\_

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			✓	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :** Oscar Pontalio Cruz Cruz

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :** Doctor

Firma   
 Post firma  
 DNI 32861947

Eliminar los siguientes datos para utilizar este instrumento

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)



### 3.4 Validación del instrumento 1, cuestionario de rendimiento económico financiero



#### MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TÍTULO DE LA TESIS: Innovación Empresarial y rendimiento económico financiero de la Caja del Santa a percepción de sus funcionarios, 2014-2018  
 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de rendimiento económico financiero

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	Opción de respuesta		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES			
				S	N	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta					
						SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO				
Rendimiento Económico financiero	Ingresos	Incremento	1. La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ingresos financieros	✓		✓											
		Nuevas fuentes	2. La empresa ha desarrollado otras fuentes de ingresos financieros y no financieros	✓		✓											
		Participación	3. La empresa ha venido incrementando su participación de mercado tanto en operaciones activas como pasivas	✓		✓											
Rendimiento Económico financiero	Rentabilidad	Económica	4. La empresa es rentable económicamente. Mantuvo un ROA positivo y creciente	✓		✓											
		Financiera	5. La empresa es rentable financieramente. Mantuvo un ROE positivo y creciente	✓		✓											
Rendimiento Económico financiero	Solvencia	Corto plazo	6. La empresa mantuvo ratios de liquidez superiores al promedio del sistema de cajas.	✓		✓											
			7. La empresa mantuvo la ratio de morosidad estables o con tendencia a la baja.	✓		✓											
		Largo plazo	8. El ratio de capital global se mantuvo en niveles superiores a los exigidos por la SBS	✓		✓											





### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de innovación empresarial

OBJETIVO: Determinar el impacto de la innovación empresarial en el rendimiento económico financiero de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del norte del Perú, en el periodo 2014 – 2018

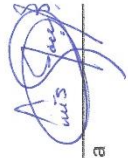
DIRIGIDO A: Luis VENEGAS GORDILLO

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : VENEGAS GORDILLO, Luis

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Doctor en Contabilidad y Finanzas

Firma   
Post firma  
DNI

Eliminar los siguientes datos para utilizar este instrumento

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

Productividad	Recurso Humano	9. El número de créditos por empleado ha sido creciente 10. Los gastos administrativos con relación al total de costo operativo ha sido decreciente. 11. Los gastos de operación con relación al margen financiero, han sido decrecientes. 12. El número de créditos por agencia ha sido creciente.															
	Operativa																

Nota: Insertar más columnas, en opciones de respuesta si el instrumento lo requiere  
 Marcar un aspa en el casillero que corresponda (x)

Firma   
 Nombres y apellidos JAVIER ULLOA SICCHA  
 DNI 17921168

**RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario de innovación empresarial

**OBJETIVO:** Determinar el impacto de la innovación empresarial en el rendimiento económico financiero de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del norte del Perú, en el periodo 2014 – 2018

**DIRIGIDO A:** \_\_\_\_\_

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :** JAVIER ULLOA SICHHA

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :** DOCTOR

Firma   
 Post firma 32861947  
 DNI

Eliminar los siguientes datos para utilizar este instrumento

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

**MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO**

**TÍTULO DE LA TESIS:** Innovación Empresarial y rendimiento económico financiero de la Caja del Santa a percepción de sus funcionarios, 2014-2018  
**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario de rendimiento económico financiero

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Opción de respuesta		CRITERIOS DE EVALUACIÓN												OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				SI	NO	¿Cuánto?		Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta				
						SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
Rendimiento Económico financiero	Ingresos	Incremento	1. La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ingresos financieros	✓				✓						✓				
		Nuevas fuentes	2. La empresa ha desarrollado otras fuentes de ingresos financieros y no financieros	✓				✓							✓			
		Participación	3. La empresa ha venido incrementando su participación de mercado tanto en operaciones activas como pasivas	✓				✓							✓			
Rentabilidad	Económica		4. La empresa es rentable económicamente. Mantuvo un ROA positivo y creciente	✓				✓						✓				
		Financiera	5. La empresa es rentable financieramente. Mantuvo un ROE positivo y creciente	✓				✓							✓			
Solvencia	Corto plazo		6. La empresa mantuvo ratios de liquidez superiores al promedio del sistema de cajas.	✓				✓						✓				
			7. La empresa mantuvo la ratio de morosidad estables o con tendencia a la baja.	✓				✓							✓			
			8. El ratio de capital global se mantuvo en niveles superiores a los exigidos por la SBS	✓				✓							✓			

Productividad	Recurso Humano	9. El número de créditos por empleado ha sido creciente											
Operativa	Operativa	10. Los gastos administrativos con relación al total de costo operativo ha sido decreciente.											
		11. Los gastos de operación con relación al margen financiero, han sido decrecientes.											
		12. El número de créditos por agencia ha sido creciente.											

Nota: Insertar más columnas, en opciones de respuesta si el instrumento lo requiere  
 Marcar un aspa en el casillero que corresponda (x)

Firma



Nombres y apellidos

DNI 32861947

OSCAR CRUZ CRUZ



**RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de innovación empresarial

OBJETIVO: Determinar el impacto de la innovación empresarial en el rendimiento económico financiero de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del norte del Perú, en el período 2014 – 2018

DIRIGIDO A: \_\_\_\_\_

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			✓	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Osvaldo PORTALLO Cruz Cruz

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Doctor

Firma   
 Post firma \_\_\_\_\_  
 DNI 32861947

Eliminar los siguientes datos para utilizar este instrumento.

Fuente: Formulario enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)



## Anexo 04: Autorización de la empresa para realizar la investigación



www.cajadelsanta.pe  
(043) 483140  
Av. José Gálvez 602  
Chimbote - Ancash 043 Per

Chimbote, 31 de julio de 2019

Señor  
Godofredo Tapay Paredes  
Ciudad.-

Me dirijo a usted con un saludo cordial, con relación a su invitación para que nuestra empresa participe en la investigación denominada "Innovación Empresarial y rendimiento económico financiero de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del norte del Perú 2014-2018", que usted llevará a cabo entre agosto y diciembre del 2019; en tal sentido, le autorizamos para que usted, durante el referido periodo, pueda aplicar en nuestra empresa los instrumentos para el acopio de datos necesarios para la referida investigación.

Confiado en que los resultados de la investigación, que usted se propone realizar, han de ser de utilidad para nuestra empresa y el sistema de Cajas Municipales, quedo de usted.

Atentamente,

  
CAJA DEL SANTA S.A.  
LIC. JOSÉ LUIS LAM ROBLES  
GERENTE DE OPERACIONES Y FINANZAS



## 5.2 Base de datos de la variable rendimiento económico financiero

CARACTERIZACION DE LA MUESTRA							V.2 RENDIMIENTO ECONOMICO FINANCIERO																																		
N°	CARGO	EDAD	TIEMPO DE SERVICIOS	GENERO	SEDE DE TRABAJO	D.4 INCREMENTO DE INGRESOS						D.2 RENTABILIDAD						D.3 SOLVENCIA						D.4 PRODUCTIVIDAD						Total General cuantitativo	Total General cualitativo										
						CUESTIONARIO		ENTREVISTA		ANALISIS DOCUMENTAL		P.C	P.L	CUESTIONARIO		ENTREVISTA		ANALISIS DOCUMENTAL		P.C	P.L	CUESTIONARIO		ENTREVISTA		ANALISIS DOCUMENTAL		P.C	P.L												
						T.C	T.L	T.C	T.L	T.C	T.L			T.C	T.L	T.C	T.L	T.C	T.L			T.C	T.L	T.C	T.L	T.C	T.L					T.C	T.L	T.C	T.L						
1	4	1	2	1	1	3.33	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.5	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	3.00	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.8	BNS	3.75	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.1	BNPRO	2.60	BNREF		
2	4	3	4	2	1	4.00	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.7	BNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	4.00	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	3.1	BNS	4.25	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.3	BNPRO	2.78	BNREF		
3	4	2	3	1	1	2.67	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.3	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	2.00	RNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.5	RNS	3.50	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.0	BNPRO	2.44	RNREF		
4	4	2	1	2	1	3.67	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.6	BNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	2.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.7	BNS	3.00	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.8	BNPRO	2.53	RNREF		
5	4	1	1	1	1	3.33	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.5	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	3.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	3.0	BNS	4.00	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.2	BNPRO	2.67	BNREF		
6	3	1	2	2	2	3.33	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.5	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	2.00	RNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.5	RNS	2.75	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.8	BNPRO	2.43	RNREF		
7	4	2	1	1	1	1.33	RNII	1.14	DNII	3	BNII	1.8	RNII	1.00	DNR	1.04	DNR	3.0	BNR	1.7	RNR	1.00	RNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.1	RNS	2.25	RNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.6	BNPRO	2.05	RNREF		
8	4	3	2	2	1	3.00	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.4	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	2.00	RNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.5	RNS	2.75	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.8	BNPRO	2.40	RNREF		
9	4	1	1	2	1	3.00	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.4	RNII	3.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.3	RNR	3.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	3.0	BNS	3.75	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.1	BNPRO	2.71	BNREF		
10	4	1	2	2	1	3.00	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.4	RNII	3.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.3	RNR	3.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	3.0	BNS	3.75	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.1	BNPRO	2.71	BNREF		
11	4	1	1	1	1	1.33	RNII	1.14	DNII	3	BNII	1.8	RNII	1.00	DNR	1.04	DNR	3.0	BNR	1.7	RNR	1.00	RNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.1	RNS	2.25	RNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.6	BNPRO	2.05	RNREF		
12	4	2	4	2	1	3.67	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.6	BNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	2.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.7	BNS	3.00	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.8	BNPRO	2.53	RNREF		
13	3	3	2	1	2	4.33	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.8	BNII	3.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.3	RNR	3.00	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.8	BNS	3.25	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.9	BNPRO	2.72	BNREF		
14	1	2	1	1	1	3.33	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.5	RNII	3.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.3	RNR	4.00	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	3.1	BNS	3.50	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.0	BNPRO	2.74	BNREF		
15	4	3	4	1	1	2.00	RNII	1.14	DNII	3	BNII	2.0	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	2.00	RNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.5	RNS	2.50	RNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.7	BNPRO	2.30	RNREF		
16	4	3	2	1	1	2.33	RNII	1.14	DNII	3	BNII	2.2	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	2.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.7	BNS	2.75	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.8	BNPRO	2.40	RNREF		
17	4	2	4	1	2	4.00	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.7	BNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	2.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.7	BNS	2.00	RNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.5	RNPRO	2.48	RNREF		
18	3	2	3	1	2	2.67	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.3	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	4.00	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	3.1	BNS	4.00	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.2	BNPRO	2.64	BNREF		
19	3	2	1	1	2	3.67	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.6	BNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	3.33	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.9	BNS	3.75	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.1	BNPRO	2.65	BNREF		
20	2	2	3	1	1	2.67	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.3	RNII	3.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.3	RNR	3.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	3.0	BNS	3.75	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.1	BNPRO	2.68	BNREF		
21	2	3	1	1	1	3.33	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.5	RNII	3.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.3	RNR	4.00	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	3.1	BNS	3.50	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.0	BNPRO	2.74	BNREF		
22	3	1	3	2	2	4.00	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.7	BNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	2.33	RNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.6	BNS	3.25	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.9	BNPRO	2.55	BNREF		
23	2	2	1	2	1	3.67	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.6	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	2.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.7	BNS	3.00	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.8	BNPRO	2.53	RNREF		
24	3	3	1	1	2	3.00	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.4	RNII	3.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.3	RNR	2.33	RNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.6	BNS	3.50	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.0	BNPRO	2.58	BNREF		
25	3	2	3	1	2	3.33	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.5	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	3.00	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.8	BNS	2.75	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.8	BNPRO	2.51	RNREF		
26	3	3	3	1	1	4.00	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.7	BNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	3.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	3.0	BNS	4.00	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.2	BNPRO	2.73	BNREF		
27	4	3	3	1	1	2.67	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.3	RNII	3.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.3	RNR	2.67	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.7	BNS	2.50	RNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	2.7	BNPRO	2.49	RNREF		
28	3	1	2	2	2	3.00	BNII	1.14	DNII	3	BNII	2.4	RNII	2.00	RNR	1.04	DNR	3.0	BNR	2.0	RNR	3.33	BNS	3.39	BNS	2.0	RNS	2.9	BNS	3.50	BNPRO	3.5	BNPRO	2.0	RNPRO	3.0	BNPRO	2.58	BNREF		
PROMEDIOS						2.4	RNII														2.1	RNR																2.9	BNPRO	2.5	RNREF

## **Anexo 06: Propuesta de mejora**

### **Propuesta**

#### **Modelo de gestión de la innovación para la Caja Municipal del Santa**

##### **Presentación**

Como un valor añadido de la investigación realizada en la Caja Santa, que permitió diagnosticar sobre la realidad y las condiciones en que se desarrollan las actividades de innovación en la empresa, se pone a consideración de sus directivos un modelo de gestión de la innovación, para ser analizado con la participación de todos sus funcionarios, para luego ser aprobado e implementado por decisión de la gerencia mancomunada y ratificado por el directorio.

Para el diseño del modelo propuesto, se ha revisado diversos modelos desarrollados en el mundo, pero el que fue adoptado como referencia es el Modelo Uruguayo de Gestión de la Innovación, diseñado por el Instituto Nacional de la Calidad – INACAL de Uruguay, (Blasin et al., 2012), el mismo que ha sido construido tomando como fundamentos los manuales de innovación de la OCDE y el Manual de Bogotá de RiCYT/OEA; precisamente porque puede aplicarse a todo tipo de empresa, tanto manufacturera como de servicios, lo que le da flexibilidad para poder adaptarlo e implementarlo en empresas financieras como lo es la Caja Santa.

Para la implementación de un modelo es necesario que la empresa tome una serie de decisiones previas de carácter estratégico, por lo que, en la propuesta también se describe los pasos a seguir, a fin de facilitar el proceso.

##### **Objetivo del modelo**

Lo que se busca con el modelo es sistematizar las actividades de innovación que ejecuta la Caja Santa, de manera que se integre al proceso global de gestión de la empresa. Con esto ganará en eficiencia y efectividad, optimizándose así los recursos asignados a innovación.

##### **Beneficios del modelo (sistema) de gestión de la innovación**

La empresa podrá sistematizar sus actividades de innovación y se verá favorecida por diferentes razones prácticas, entre las cuales se considera:

Planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos y el proceso mismo de innovación, lo que permitirá ganar en eficiencia en el uso de los recursos, y en motivación de los trabajadores.

El proceso de innovación se integrará al proceso global de gestión de la empresa, incluyendo el sistema de gestión de la calidad o de mejora continua.

Tener activo un sistema de inteligencia para estar al día en las tendencias de las nuevas tecnologías y de los cambios en los mercados por el lado de la demanda o la oferta.

Optimizar el conocimiento desarrollado internamente en la empresa.

Permitirá el desarrollo de indicadores para una correcta medición y evaluación de los resultados de las actividades de innovación.

### **El modelo de gestión de la innovación, sus componentes**



**Fuente: Modelo Uruguayo de Gestión de la Innovación.**

## **1. Liderazgo**

En este componente se considera el compromiso y la participación directa del Directorio y de la Gerencia Mancomunada, como responsables principales y finales del proceso de Innovación en la empresa; y comprende los siguientes sub elementos:

- 1.1 Generación de ideas
- 1.2 Gestión de ideas
- 1.3 Gestión de cartera de proyectos
- 1.4 Protección y aprovechamiento de innovaciones
- 1.5 Cultura de la innovación.

## **2. Planeamiento de la innovación**

Se refiere al conjunto de acciones a través de las cuales la gerencia mancomunada de la Caja Santa define la estrategia de innovación y establece los procesos y acciones concretas para asegurar los resultados requeridos, tomando como base la estrategia global de la empresa. Tiene los siguientes sub componentes:

- 2.1 Estrategia
- 2.2 Planeación de la innovación

## **3. Gestión de las personas y del conocimiento**

Este componente es clave y factor crítico en el modelo, y tiene que ver con decisiones que debe tomar la gerencia mancomunada en materia de cambios en la estructura organizacional, definir la unidad que administrará el modelo de gestión de la innovación, las políticas de innovación, capacitación, formación y gestión de competencias y la consolidación del aprendizaje organizacional. Comprende los siguientes sub componentes:

- 3.1 Organización para la gestión de las personas
- 3.2 Motivación de las personas
- 3.3 Capacitación formación y gestión de competencias
- 3.4 Comunicación y colaboración
- 3.5 Aprendizaje organizacional

#### **4. Inteligencia para la innovación: Vigilancia y prospectiva**

Implica el conjunto de acciones que la gerencia mancomunada de la Caja Santa debe desarrollar sistemáticamente para obtener, analizar, interpretar y difundir información de valor estratégico acerca del ambiente de negocio, las nuevas tecnologías, la organización y sus clientes, sus competidores y demás grupos de interés, que serán transmitidas a los responsables de la toma de decisiones en el momento oportuno. Tiene que ver con transformar en conocimiento la información obtenida mediante la vigilancia de entorno, vigilancia tecnológica, comercial y competitiva y el desarrollo de prospectiva. Tiene los sub componentes siguientes:

4.1 Programa de inteligencia para la innovación

4.2 Vigilancia del entorno tecnológico, comercial y competitivo

4.3 Prospectiva

#### **5. Proceso de innovación**

Se refiere a cómo la Caja Municipal redefine sus procesos de manera que integre la innovación, teniendo en perspectiva el desarrollo de ventajas competitivas. Comprende los siguientes sub componentes:

5.1 Entradas y salidas al proceso de innovación

5.2 Cartera de proyectos

5.3 Medición, análisis y mejora del proceso de innovación

5.4 Recursos y herramientas

5.5 Protección y explotación de los resultados del proceso de innovación

#### **6. Resultados del sistema de gestión de la innovación**

Consiste en monitorear y evaluar permanentemente si el desempeño del sistema de gestión de innovación implantado, desarrolla y mejora la capacidad de innovación de acuerdo a la estrategia definida por la Caja Santa. Tiene los siguientes sub componentes:

6.1 Resultados de la gestión de las personas y del conocimiento

6.2 Resultados de la inteligencia para la innovación

6.3 Resultados del proceso de innovación

6.4 Resultados globales

## **Indicadores de innovación empresarial**

Para la planificación y evaluación del proceso de innovación en la Caja Santa, y medición de su impacto en sus resultados, será necesario contar con indicadores, los mismo que ha sido tomados del módulo de capacitación para la recolección y el análisis de indicadores de innovación elaborado por Lugones (2014), por encargo del Banco Interamericano de Desarrollo:

### **Indicadores de desempeño económico**

- Incremento de las ventas
- participación de productos innovados
- Inversiones: bruta y de maquinaria y equipo (o de tecnología incorporada al capital) maquinaria y equipo, y otros
- Utilidad bruta, operacional y antes de impuestos
- Participación en el mercado
- Utilización de capacidad instalada
- Costo medio de los productos

### **Indicadores de actividad de innovación**

- Existencia de un laboratorio o departamento de I+D+i, de control de calidad, de ingeniería, o de diseño, y el personal que trabaja en estas actividades.
- Empleo en I&D (por nivel de capacitación y remuneración)
- Inversión “interna” (in-house) en I+D+i (diferenciar entre gastos de personal, de equipos y otros)
- Inversión “externa” en I+D+i
- Producto nuevo, prototipo, proceso nuevo, planta piloto, otros
- Bienes de capital que impliquen cambio tecnológico en la firma y que estén vinculados a nuevos productos o procesos
- Hardware (diferenciar si es para producción o para administración)
- Licencias y transferencia de tecnología (patentes, marcas, secretos industriales)
- Consultorías (producción, productos, organización del sistema productivo, organización y gestión, finanzas, comercialización)
- Software (diferenciar si es para producción o para administración)



- Capacitación tecnológica asociada con procesos y productos nuevos
- Capacitación en gestión y administración: en el área gerencial, en habilidades administrativas, en tecnologías de información, en seguridad industrial, en control de calidad
- Número de personas capacitadas por nivel de capacitación, horas de capacitación recibida
- Modernización organizacional (por ejemplo: planeación estratégica, círculos de calidad, calidad total, benchmarking, reingeniería de procesos administrativos, otros)
- Modernización en procesos de producción y su gestión (por ejemplo: cambios organización física de la planta, desintegración vertical u horizontal, JIT, reingeniería procesos productivos, círculos de calidad, benchmarking, otros)
- Sistemas de calidad total (aseguramiento y control)
- Sistemas de gestión ambiental
- Esfuerzos en la comercialización de productos innovados.

### **Indicadores de resultados de la innovación**

- Innovaciones de producto por grado de novedad (nuevo o mejorado; novedad para la firma, el mercado nacional o internacional. Hacer explícito si el cambio afecta las características principales del producto.
- Innovaciones de proceso por grado de complejidad. Hacer explícito si el cambio es central al proceso.
- Innovaciones organizacionales (por ejemplo: desverticalización de las relaciones, adelgazamiento de la estructura organizacional, aplanamiento de la estructura organizacional, mayor participación en toma de decisiones, delegación entre departamentos, interacción entre departamentos).
- Innovaciones en comercialización (por ejemplo: nuevos canales de distribución, cambios en el servicio al cliente, cambios en empaque y embalaje).
- Ponderar entre la inversión destinada a innovaciones de producto, proceso u organizacional (incluidas innovaciones en comercialización).
- Impacto (positivo, neutro o negativo) en los siguientes aspectos por la introducción de innovaciones de procesos, productos y organizacionales: rentabilidad, flujo de caja, participación en el mercado, competitividad, productividad, medio ambiente, calidad del servicio, relaciones laborales.

## Referencias

Blasin, G., López, V., Almansa, M., De Giuda, M., Cristobal, S., Sorondo, A., Gonzáles, A. y Miles, J. (2012). *Modelo Uruguayo de Gestión de Innovación*. Montevideo: INACAL.

Lugones, G. (2014). *Módulo de capacitación para la recolección y el análisis de indicadores de innovación*. Washington: BID.

**PROGRAMA DE TALLER**  
**PROPUESTA DE MODELO DE GESTION DE LA INNOVACION PARA LA CAJA MUNICIPAL**  
**DEL SANTA**  
**(MODGIN)**

**I) DATOS GENERALES**

1. INSTITUCION	Caja Municipal del Santa
2. DENOMINACION DE SESION	Conociendo un modelo de gestión
3. GRUPO OCUPACIONAL	Gerentes y funcionarios
4. SESIÓN:	Primera
5. DURACIÓN:	180 minutos
6. FECHA:	25-05-2020
7. FACILITADOR:	Mg. Godofredo Tapay Paredes

**II) COMPETENCIA**

El asistente podrá describir la estructura de un modelo de gestión de la Innovación, y entender el propósito del mismo en la empresa.

**III) PROGRAMACIÓN**

CAPACIDADES	QUE CONOZCAN	PRODUCTO
Identifica y describe los componentes de un modelo de gestión de la innovación.	Las dimensiones de un modelo de gestión de la innovación.  La estructura de un modelo de gestión de la innovación	Un presentación gráfica del modelo, elaborado en equipo

**III) SECUENCIA METODOLÓGICA**

ACTIVIDADES DE INICIO	MEDIOS MATERIALES Y	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación del facilitador dando la bienvenida a los participantes.</li> <li>- Exposición de los objetivos y de la programación del taller.</li> <li>- Aplicación de juegos de motivación.</li> <li>- Se Identifican los conocimientos previos de los participantes:</li> <li>- Los participantes reconocen la importancia del tema</li> </ul>	Pizarra Plumones Proyector multimedia	30 min
ACTIVIDADES DE PROCESO	MEDIOS MATERIALES Y	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El facilitador expone en diapositivas la temática de la sesión</li> <li>- Se pasa videos sobre casos</li> <li>- Los participantes trabajan en equipos para resolver casos que propone el facilitador.</li> <li>- Guiados por el facilitador, los participantes elaboran los productos de la sesión de aprendizaje.</li> </ul>	Proyector multimedia Diapositivas Impresos Pizarra Plumones	120 min
ACTIVIDADES FINALES	MEDIOS MATERIALES Y	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El facilitador revisa y consolida en resumen el tema tratado</li> </ul>	multimedia Pizarra	30 min

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un equipo elegido al azar expone y sustenta la estructura de un modelo de gestión de innovación.</li> <li>- Se aplica una encuesta de satisfacción</li> <li>- El facilitador agradece a los participantes.</li> </ul>	plumones	
--	----------	--

**IV) MATERIAL BIBLIOGRÁFICO**

Material impreso y videos preparados por el facilitador

## **Anexo 07: Artículo científico**

### **1. TÍTULO**

“La innovación empresarial y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal del Santa en el periodo 2014-2018”

### **2. AUTOR**

Godofredo Tapay Paredes, s\_tapay@hotmail.com, estudiante de la UCV

### **3. RESUMEN**

El presente documento, se deriva de una investigación cuyo objetivo general fue analizar la relación entre la innovación empresarial y el rendimiento económico financiero de la Caja Santa, a percepción de sus funcionarios, en el período 2014 a 2018, porque se ha enfocado en evidenciar el nivel de actividad de la empresa en materia de innovación, tanto de producto, como de procesos, organizacional y de marketing. La investigación fue de tipo no experimental, y de diseño descriptivo, correlacional y propositivo. La muestra trabajada se determinó por el método de muestreo por conveniencia, por cuanto se ajustaba a lo que requería la investigación; utilizándose, asimismo, tres técnicas para el recojo de datos: encuesta, observación y análisis documental. El resultado fue que la totalidad de los encuestados, percibieron que, en el periodo analizado, la Caja Santa, tuvo un nivel bueno de innovación empresarial, lo que es coherente con la necesidad que tiene de recuperar y sostener su posición competitiva en el mercado micro financiero de la región Ancash, donde nació y tiene fijada su sede central.

**PALABRAS CLAVE:** Innovación empresarial, innovación de producto, innovación organizacional.

### **4. ABSTRACT**

This document is derived from an investigation whose general objective was to analyze the relationship between business innovation and the financial economic performance the Caja Santa, at the perception of its officials, in the period 2014 to 2018, because it has focused on evidencing the level of activity of the company in terms of innovation, both product, process, organizational and marketing. The research was non-experimental, and descriptive,

correlational and propositive. The sample worked was determined by the sampling method for convenience, as it conformed to what the investigation required; also using three techniques for data collection: survey, observation and documentary analysis. The result was that all respondents, perceived that, during the period analyzed, the Caja Santa, had a good level of business innovation, which is consistent with the need to recover and sustain its competitive position in the micro market Ancash region, where it was born and has its headquarters.

**KEYWORDS:** Business innovation, product innovation, organizational innovation.

## 5. INTRODUCCIÓN

El presente documento se deriva de un trabajo llevado a cabo por el investigador, para determinar la relación entre innovación empresarial y el rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de ahorro y Crédito del Santa, más conocida comercialmente como Caja Santa, a percepción de sus funcionarios, durante el periodo 2014 – 2018. En el documento, el foco se ha puesto en el objetivo específico que pretende analizar la innovación empresarial en la Caja Santa, durante el periodo indicado; tema de interés por cuanto, de manera especial en el sector financiero, hay una presión sobre las empresas de introducir innovaciones de manera sostenida, a fin de proteger posiciones competitivas, tanto por las expectativas de servicios por parte de la demanda, como por el incremento de la oferta.

La innovación, desde el primer tercio del siglo pasado fue considerado, desde la perspectiva macro y microeconómica, un factor clave del desarrollo de los países, tal como se puede apreciar en el libro de Shumpeter (1944), donde propone que la innovación es fundamental para los cambios en la vida económica de los países, pero que el eje dinamizador de este proceso de cambio continuo, es el empresario, caracterizado por ser quien genera y pone en práctica las innovaciones de producto, de procesos, en la organización y en el modo de acercarse a los mercados, con el propósito de superar las posiciones de sus competidores.

Sobre esta base la Organización para la Cooperación y del Desarrollo – OCDE (2005), define la innovación empresarial como la concepción e introducción de modificaciones relevantes de productos o servicios, en procesos de operación, en marketing y en aspectos organizacionales, en la búsqueda de mejorar los resultados de la compañía; entendiéndose que esto se da en un contexto de innovación abierta.

La misma institución define innovación de producto como el desarrollo e introducción de un nuevo bien o servicio, también cuando los productos han sido objeto de mejoras relevantes en su composición técnica, en los materiales utilizados, en el diseño o en otros atributos funcionales (2005, Pág. 58); asimismo, define innovación de proceso, como poner en práctica procesos de producción u operación, una nueva forma de distribución, actividades de soporte inédito o significativamente perfeccionado (2005, pág. 59); del mismo modo, define que la innovación organizacional ocurre cuando se crean nuevas formas de organización de las prácticas en la gestión de la empresa, en la manera de organizar del lugar de trabajo o de los vínculos con agentes externos a la empresa (2005, pág. 62).; finalmente, define innovación de marketing, como la introducción de cambios significativos en los métodos de comercialización, que impliquen modificaciones importantes en el diseño y composición de los envases y empaques, estrategias nuevas de distribución, de promoción, publicidad y posicionamiento, así como en los métodos de fijación de precios (pág. 60).

Con los fundamentos precedentes, se procedió a desarrollar el presente documento, en la búsqueda de confirmar o rechazar la hipótesis que afirma que se identifican innovaciones empresariales introducidas por la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, durante el periodo 2014 – 2018.

## **6. MÉTODO**

Para tener mejor idea del diseño de la investigación realizada, se precisa en primer lugar que esta fue de tipo no experimental, y de corte transversal para el periodo 2014 – 2018, en tanto se levantaron datos estadísticos de este periodo; mientras que el diseño específico fue de carácter descriptivo y correlacional (Carrasco, 2017, págs. 59-76), también propositivo, por cuanto, un objetivo de la investigación, consideró la elaboración y propuesta de mejora en la Gestión de la Innovación que podrá ser implementadas en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa.

La empresa objeto de estudio, la Caja Santa, es parte del sistema de cajas municipales, que es reconocida en Latinoamérica como líder en el negocio de las micro finanzas, Su sede principal está en Chimbote, donde funciona desde 1986, y la investigación se propuso como objetivo general determinar la relación entre innovación empresarial y el rendimiento económico financiero de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito del Santa, Ancash, Perú, a percepción de sus funcionarios, en el periodo 2014 –

2018, teniendo en cuenta además que la Caja Santa es de las denominadas cajas pequeñas, por cuanto el valor de sus activos no superan los 200 millones de soles.

La población de la institución objeto de estudio, está constituida por 283 personas que tienen relación laboral con la Caja Santa, pero de estos, se tomó como muestra a 28 que tienen nivel de funcionarios, ubicados en la estructura organizacional, como directores, gerentes, administradores de agencia y jefes de oficina. Entre estos se encuentran administradores de empresas, contadores, economistas, ingenieros y abogados, con una edad promedio de 42 años, y laborando en la empresa un promedio 9 de años; asimismo 10 del total son mujeres y 18 son varones.

La muestra de 28 personas ha sido determinada usando el método de muestreo por conveniencia, haciéndose uso del criterio de exclusión, dado que la investigación requiere que los participantes tengan conocimientos relativamente especializados y estar en posición de liderazgo; siendo así, la muestra está conformada por: un miembro del Directorio, los tres gerentes mancomunados, diez administradores de agencia, y catorce jefes de oficina, a quienes se aplicaron los diversos instrumentos para el recojo de datos. El hecho que los participantes sean de diferente nivel jerárquico, que tengan diversas profesiones, y cubran todos los procesos de la Caja Santa, permitió obtener datos de diferentes perspectivas, que, al ser cruzados, aseguraron un mayor grado de confiabilidad de los datos obtenidos, por lo tanto, también de los resultados buscados en la investigación.

En el trabajo de recolección de datos, para las dos variables estudiadas, se usó la técnica de la encuesta y del cuestionario como instrumento, los mismos que fueron sometidos a juicio de expertos para garantizar su validez; y para los efectos de la confiabilidad del cuestionario, se evaluó su consistencia interna, utilizando como método estadístico la fórmula de Alfa de Cronbach; asimismo, se aplicó a los 28 funcionarios de la muestra, una entrevista estructurada, con sus respectivas guías de entrevistas para cada variable; y también se realizó análisis documental, utilizando para cada variable la respectiva guía (matriz) de registro de datos. Los documentos analizados fueron de fuente interna, como Planes estratégicos, planes operativos, memorias anuales, así como de fuente externa, como los informes de auditoría, informes de las empresas calificadoras de riesgo, y las estadísticas de la SBS.

## **7. RESULTADOS**

En este apartado se presentan y describen los resultados derivados a partir del procesamiento estadístico de los datos obtenidos de los cuestionarios y guías de entrevista



aplicados a los 28 funcionarios de la Caja Santa; así como de los datos obtenidos del análisis de documentos internos y generados externamente. En la tabla No 01, se observa que el 100% de los funcionarios, desde el miembro del Directorio a los jefes de oficina, independientemente de la edad, el tiempo de servicio, género y la sede de trabajo, consideran que la innovación empresarial fue de nivel bueno en el periodo analizado.

El resultado señalado en el párrafo anterior, estaría confirmando, por extensión, que, durante los años analizados, y tal como se puede apreciar en la tabla No 02, donde se analiza el nivel de innovación en la empresa por dimensiones, la totalidad de los encuestados considera que la Caja santa desarrolló actividades de innovación de manera consistente; asimismo, el 100% también califican como bueno el nivel de innovación de productos y la innovación de marketing; mientras que solo el 92.9% percibió que el nivel de innovación de procesos fue bueno, y el 7.1% que fue regular. Llama la atención que la dimensión innovación organizacional fue calificada como de nivel regular por el 100% de los funcionarios encuestados.

Tabla 01:  
*Innovación empresarial en la Caja Santa 2014 - 2018*

CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA		INNOVACIÓN EMPRESARIAL					
		Deficiente		Regular		Bueno	
		Recuento	% del total de tabla	Recuento	% del total de tabla	Recuento	% del total de tabla
CARGO DEL FUNCIONARIO	DIRECTOR	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%
	GERENTES	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%
	ADMINISTRADOR DE AGENCIA	0	0.0%	0	0.0%	9	32.1%
	JEFES DE OFICINA	0	0.0%	0	0.0%	15	53.6%
EDADES	29-37 años	0	0.0%	0	0.0%	8	28.6%
	38 - 46 años	0	0.0%	0	0.0%	11	39.3%
	47 - 54 años	0	0.0%	0	0.0%	9	32.1%
TIEMPO DE SERVICIO	1-5 años	0	0.0%	0	0.0%	10	35.7%
	6-10 años	0	0.0%	0	0.0%	7	25.0%
	11-15 años	0	0.0%	0	0.0%	7	25.0%
	16 a más años	0	0.0%	0	0.0%	4	14.3%
GENERO	VARON	0	0.0%	0	0.0%	18	64.3%
	MUJER	0	0.0%	0	0.0%	10	35.7%
LUGAR DE TRABAJO	SEDE CENTRAL	0	0.0%	0	0.0%	19	67.9%
	AGENCIAS	0	0.0%	0	0.0%	9	32.1%

Fuente: Base de datos.

Tabla 02:  
*Innovación empresarial por dimensiones en la Caja Santa 2014 - 2018*

Dimensiones		Bueno		Regular		Deficiente	
		N°	%	N°	%	N°	%
Actividades innovación	de	28	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
Innovación producto	de	28	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
Innovación proceso	de	26	92.9%	2	7.1%	0	0.0%
Innovación organizacional		0	0.0%	28	100.0%	0	0.0%
Innovación marketing	de	28	100.0%	0	0.0%	0	0.0%

Fuente: Base de datos

## 8. DISCUSIÓN

Los resultados son coherentes con la tendencia mundial, en que las empresas financieras están muy activas, y de manera continua invierten en desarrollo y en la adquisición de innovaciones, para poder mantener sus posiciones competitivas, como lo afirma Chumpeter (1944) en su teoría del desenvolvimiento económico, que la empresa que innova permanentemente, se pone en una situación de monopolio, hasta que la competencia lo copia y lo adopta, por lo que ésta debe comprometerse con un proceso de “destrucción creativa” para estar siempre adelante de sus competidores; posición complementada por la teoría de Nelson & Winter (2000), cuando dicen que el proceso de innovación continua en las empresas, tendrá impacto en la competitividad de las empresas, posición confirmada por Bockova & Zizlavzki (2016), que en su investigación sobre el impacto de la innovación en los resultados financieros de empresas industriales, concluyeron que las empresas competitivas y sostenibles en el largo plazo, son aquellas con mucha actividad en innovación; y más cerca al sector financiero, que es el foco de la investigación, Lehmann & Sydow (2015) concluyen que las empresas bancarias que incorporan las nuevas tecnologías digitales y otras innovaciones, logran generar valor real en la empresa, coincidiendo otros autores como (Mwangi, 2013; Mwenda, 2016; Alfonso, 2010; Zabaleta, 2017); y, específicamente, en el terreno de las Cajas municipales, el presidente del Directorio de la Caja Paita, Rodríguez (2015) afirma que las instituciones micro financieras, para consolidarse y ser sostenibles, necesitan una actitud innovadora para incorporar cambios novedosos en sus productos y servicios.

Basado en el conocimiento que tiene de la Caja Santa, el investigador añade, que, aun cuando ésta es considerada entre las cajas pequeñas, por cuanto sus activos no sobrepasan los 200 millones de soles, y no tiene el suficiente capital; en los cinco años analizados, la empresa ha mantenido un nivel medio de actividades de innovación, con el fin de no perder posicionamiento y participación de mercado sobre todo en la Región Ancash, en tanto es su lugar de origen, y es donde mantiene aún un relativo liderazgo en el mercado micro financiero, y explica, por lo tanto la mayor parte de sus resultados económicos y financieros.

## **9. CONCLUSIÓN**

De lo expuesto, se concluye que la Caja Santa, a pesar de sus limitaciones internas en cuanto a tamaño, disponibilidad de capital suficiente, y de personal especializado, y haber experimentado un contexto de mercado con incremento de la competencia, y un contexto regional caracterizado por el bajo nivel de actividad económica; la percepción de sus funcionarios es que durante el periodo 2014 – 2018, la Caja Santa, ha sostenido un nivel bueno de actividades de innovación, consistente en la mejora y creación de productos activos y pasivos, en la mejora de procesos con soporte de la tecnología digital, reestructurando su tamaño y su estructura para ganar en eficiencia y productividad, y reinventando sus estrategias de mercado, con el propósito de asegurar el nivel de competitividad que le permita, en los siguientes años, volver a la senda del rendimiento económico financiero positivos.

## **10. REFERENCIAS**

- Alfonso, V. (2010). *La Influencia de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y sus Repercusión en las Estrategias Empresariales. La Banca Online y su Aplicación en las Cooperativas de Crédito.* . Valencia: Universidad de Valencia.
- Bockova, N. & Zizlavzki, O. (2016). The Innovations and Financial Perfomance of a Company: an Study from Czech Manufacturing Indusstry. *Transformations in Business and Economics*, 156-175.
- Carrasco, S. (2017). *Metodología de la investigación científica.* Lima: San Marcos.

- Lehmann, J. & Sydow, S. (2015). *The Impacts of Diigitization on the Mnagement of Banks*. Stuttgart: Howárth & Partner.
- Mwangi, P. (2013). *Effect of bank innovations on financial performance of commercial* . Nairobi: Jomo Kenyatta University of Agriculture and Technology .
- Mwenda, M. (2016). *Financial Innovations and Bank perfomance in Kenia: Evidence* . Johannesburg: University of the Witwatersrand, .
- Nelson, R. y Winter, S. (2000). En busca de una teoría útil de la innovación. *Cuadernos de Economía*, 179-223.
- OECD. (2005). *Manual de Oslo, Guia para la Recogida e Interpretación de Datos Sobre Innovación*. Madrid: Grupo Tragsa.
- Rodríguez, H. (2015). El reto de la innovación en las microfinanzas. *El Microfinancieo*, 14.
- Shumpeter, J. (1944). *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Fonde Cultura Económica.
- Zabaleta, A. (2017). *Impacto en Resultados en la banca mundial de la aplicación de metodologías de Gestión por Procesos* . Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

## **DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO**

Yo, Godofredo Sebastián Tapay Paredes, estudiante del Programa de doctorado en administración de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 32983261; respecto al artículo titulado “La innovación empresarial y el rendimiento económico financiero en la Caja Municipal del Santa en el periodo 2014-2018”

Declaro bajo juramento que:

- 1) El artículo pertenece a mi autoría
- 2) El artículo no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El artículo no ha sido autoplagiado; es decir, no ha sido publicado ni presentado anteriormente para alguna revista.
- 4) De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.
- 5) Si, el artículo fuese aprobado para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Enero del 2020



-----  
Godofredo Tapay Paredes

DNI N° 32983261