Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA

Atribución 4.0 Internacional

Esta licencia permite que otros distribuyan, mezclen, adapten y construyan sobre su trabajo, incluso comercialmente, siempre que le reconozcan la creación original. Esta es la licencia más complaciente que se ofrece. Recomendado para la máxima difusión y uso de materiales con licencia.

http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al **BORRADOR DE TESIS** cuyo título es:

"IMPACTO DE LA INNOVACIÓN COMO VENTAJA COMPETITIVA EN EL RENDIMIENTO DE LAS PYMES EN LA PROVINCIA DE ICA, EN EL PERIODO 2019 - 2020"

Presentado por:

PAREDES SUMARI EDDY TULIO

Del **DOCTORADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES.**

Que, se ha recibido del operador del programa informático evaluador de originalidad de la Escuela de Posgrado de la UNICA, el informe automatizado de originalidad, el mismo que concluye de la siguiente manera:

El documento de investigación APRUEBA los criterios de originalidad con un porcentaje de similitud de 6%.

Para dar fe, se adjunta al presente el reporte de similitud de las bases de datos de iThenticate. En Ica 14 de julio del 2022.

Atentamente

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
ESCUELA DE POSGRADO
Dr. ROBERTO H. CASTAÑEDA TERRONES
DIRECTOR (e) DE LA ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

Escuela de Postgrado

Impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la provincia de Ica, en el periodo 2019-2020

Línea de investigación:

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE DOCTOR EN GESTIÓN EMPRESARIAL

AUTOR:

PAREDES SUMARI, Eddy Tulio

ASESOR:

Dr. Vicente Ecos Quintanilla

Ica, Perú

2022

Dedicatoria

A mi familia por su amor incondicional

Reconocimiento

A Dios por su inmenso amor.

A mi familia por su paciencia y comprensión.

A nuestros docentes por sus sabias enseñanzas

Índice de contenidos

Portada i
Dedicatoria ii
Reconocimiento iii
Índice de contenidos iv
Índice de tablas v
Índice de figuras vi
Resumen vii
Abstract viii
I. INTRODUCCIÓN 9
II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA 15
III. RESULTADOS 18
3.1. Análisis descriptivo de las variables 18
3.2. Análisis inferencial 27
IV. DISCUSIÓN 31
V. CONCLUSIONES 33
VI. RECOMENDACIONES 34
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 35
VIII. ANEXOS 39
Anexo 1. Matriz de Consistencia 39
Anexo 2: Instrumentos de recolección de información 41
Anexo 3. Validación de instrumentos 43
Anexo 4. Confiabilidad de instrumentos 49
Anexo 5. Tamaño de la muestra 51

Índice de tablas

Tabla 1. Innovación de producto/servicio 18
Tabla 2. Innovación de proceso 19
Tabla 3. Innovación organizacional 20
Tabla 4. Innovación de mercadotecnia 21
Tabla 5. Innovación como ventaja competitiva 22
Tabla 6. Procesos internos 23
Tabla 7. Sistema abierto 24
Tabla 8. Productividad laboral 25
Tabla 9. Rendimiento de las pymes 26
Tabla 10. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra 27
Tabla 11. Valor de Rho de Spearman 27
Tabla 12. Correlación entre la innovación como ventaja competitiva y el rendimiento de las pymes 28
Tabla 13. Correlación entre la innovación como ventaja competitiva y los procesos internos 29
Tabla 14. Correlación entre la innovación como ventaja competitiva y el sistema abierto 29
Tabla 15. Correlación entre la innovación como ventaja competitiva y la productividad laboral 30
Tabla 16. Datos para confiabilidad Cuestionario “Innovación como ventaja competitiva” 49
Tabla 17. Estadísticos de fiabilidad Cuestionario “Innovación como ventaja competitiva” 49
Tabla 18. Datos para confiabilidad Cuestionario “Rendimiento de las pymes” 50
Tabla 19. Estadísticos de fiabilidad Cuestionario “Rendimiento de las pymes” 50
Tabla 20. Número de Empresas por Provincia y Tamaño durante el año 2019 51
Tabla 21. Número de Empresas según tamaño y sector económico del año 2019 en la Provincia de Ica 51

Índice de figuras

Figura 1. Innovación de producto/servicio 18
Figura 2. Innovación de proceso 19
Figura 3. Innovación organizacional 20
Figura 4. Innovación de mercadotecnia 21
Figura 5. Innovación como ventaja competitiva 22
Figura 6. Procesos internos 23
Figura 7.Sistema abierto 24
Figura 8.Productividad laboral 25
Figura 9. Rendimiento de las pymes 26

Resumen

El estudio realizado tuvo como objetivo determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020; de investigación tipo básica, diseño no experimental, correlacional, de corte transversal, cuyo enfoque fue cuantitativo, teniendo como muestra a 261 gerentes de pymes de la provincia de Ica., utilizando la encuesta como técnica y como instrumento el cuestionario. Conforme a los resultados analizados se evidenció que, el 54.0% de los gerentes de las pymes comentaron estar "De acuerdo" con el manejo de la innovación como ventaja competitiva en las pymes; en tanto, el 11.1% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo"; mientras que, el 37.2% de los encuestados manifestaron estar "De acuerdo" con el rendimiento de las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020; en tanto, el 47.5% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo". Concluyendo que, bajo una significancia bilateral de 0.000 fue menor a 0.05, por lo que se rechazó la hipótesis nula; del mismo modo, la correlación de Spearman obtuvo un valor de 0,685, deduciéndose una correlación positiva moderada, comprobándose que, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020

Palabras Clave: Innovación de producto/servicio, procesos internos, Sistema abierto, productividad laboral.

Abstract

The objective of the study carried out was to determine the impact of innovation as a competitive advantage in the Performance of SMEs in the Province of Ica, in the period 2019-2020; of basic type research, non-experimental, correlational, cross-sectional design, whose approach was quantitative, having as a sample 261 managers of SMEs in the province of Ica, using the survey as a technique and the questionnaire as an instrument. According to the results analyzed, it was shown that 54.0% of the SME managers commented that they "Agree" with the management of innovation as a competitive advantage in SMEs; meanwhile, 11.1% stated that they “totally agree”; while 37.2% of the respondents stated that they "Agree" with the performance of SMEs in the province of Ica, during the 2019-2020 period; meanwhile, 47.5% said they were "totally agree". Concluding that, under a bilateral significance of 0.000, it was less than 0.05, so the null hypothesis was rejected; In the same way, the Spearman correlation obtained a value of 0.685, deducing a moderate positive correlation, proving that innovation as a competitive advantage has a favorable impact on the Performance of SMEs in the Province of Ica, in the period 2019-2020.

Key words: Product/service innovation, internal processes, open system, labor productivity

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas innovadoras son más flexibles, se adaptan a los cambios en el entorno y responden más rápido y mejor a las necesidades cambiantes de la sociedad en su conjunto para obtener así mejores resultados (Drucker, 1985; Miles y Snow, 1978).

Así mismo, el éxito creciente y sostenido de la empresa está siempre en función de su capacidad para identificar y aprovechar adecuada y eficientemente las oportunidades del momento (Hernández, Yescas y Domínguez, 2007).

Es por ello, que la innovación es considerada como un factor crítico para la supervivencia y el éxito de las empresas (Camelo, Romero y Valle, 2000; Damanpour y Gopalakrishnan 2001; Formichella, 2005; Rogers, 1983); como lo diría Schumpeter (1935), las empresas son innovadoras o no existen.

En concordancia con lo señalado, el Reporte Mundial de Competitividad le da en su escala de medición un importante valor a la innovación que desarrollan las empresas. En el reporte correspondiente al periodo 2009–2010, Colombia ocupó el puesto número 69 entre 118 países analizados (Foro Económico Mundial, 2009).

Por su parte, las pequeñas y medianas empresas (PYME), generan a nivel mundial un alto porcentaje del empleo, realizan una parte considerable de la producción y el comercio, y se consideran actores centrales para el logro de la competitividad; aun así, requieren mayor desarrollo de las competencias internas y el mejoramiento en la eficiencia de los procesos (Pinto, 2007).

Dicho lo anterior, en la mayor parte de países se reconoce su importancia y se trabaja en conjunto entre los sectores públicos y privados para su fortalecimiento (Julien, 2003).

Hoy en la actualidad en un contexto de cambios constantes y alta competitividad entre las empresas, se hace indispensable y fundamental generar sinergias entre toda la jerarquía organizacional, de tal manera que permita la generación de una ventaja competitiva, que hoy en día muchas de las Mypes no están demostrando en nuestra región y país en general; es de vital importancia generar una cultura de I+D+i (Investigación, desarrollo e innovación) que permita mejorar el rendimiento de estas pequeñas y medianas compañías, que son la fuerza de trabajo mayoritaria en nuestro país, abarcando más del 50% en capital de trabajo en Perú y que es necesario mejorar para un crecimiento constante y óptimo.

El rediseño de la gestión, procesos e innovación de los productos en las compañías son uno de los puntos que se maneja de manera superficial e inconstante, llevando a muchas de las compañías de nuestra región a finalizar sus propuestas en pocos años, es por esto que se hace necesario e indispensable generar procesos de sinergia interna, potenciar de forma constante y activa las relaciones humanas en estas pequeñas y medianas empresas, que permita mantener un sistema abierto de trabajo, en el cual los colaboradores cualificados se desenvuelvan de manera autónoma en su labor y permita la obtención de objetivos y mantener competitividad en el mercado.

De acuerdo a lo mencionado, se tomaron en cuenta los siguientes antecedentes internacionales, tal es el caso de Díaz (2018) en su artículo: "La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones" persigue el propósito de analizar la innovación desde diferentes perspectivas, entendiéndola como una herramienta estratégica que contribuye al cambio, la diferenciación y la persistencia del mercado. La metodología utilizada para recopilar la información se basó en la investigación bibliográfica de carácter descriptivo, pertinente y cualitativo de las teorías y opiniones de diversos autores sobre el tema propuesto. Concluyendo que, cuando las empresas innovan de manera sustentable, logran desarrollar una ventaja competitiva que es vista por el mercado como una ventaja, algo único y singular, que privilegia a la organización en la mente de los consumidores. Tarde o temprano, las empresas que no innoven desaparecerán y serán absorbidas por las grandes empresas.

Por otro lado, Pinilla (2016), en su estudio sobre: Innovación e internacionalización exportadora en las Pymes Industriales Catalanas. El papel de las Orientaciones Estratégicas, determinó las siguientes conclusiones: "En la situación española, cabe mencionar que las Mypes manejan una gran cantidad de colaboradores en sus compañías, sin embargo, a pesar de envergadura en la sociedad, hace falta estudios e inducción en lo que concierne al rubro de exportaciones, es por esto que de acuerdo a estas falencias, es necesario que se desarrolle estudios más profundos en esta herramienta fundamental para la economía de España y su población"; "Este trabajo de investigación ofrece una gran utilidad en lo concerniente a internacionalización, específicamente en internacionalización exportadora. De acuerdo a nuestra investigación sobre internacionalización e innovación y su relación, manifiesta que es necesario tener una inversión para poder llegar a la internacionalización exportadora, al mismo tiempo que se genera la innovación como estrategia para las Mypes. Cabe adicionar que la innovación mejora en rendimiento interno de las Mypes, según nuestro estudio"; "Por otra parte, la comprensión del impacto de los determinantes de la capacidad de innovación y de las orientaciones estratégicas sobre el comportamiento exportador de las PYMEs gana relevancia adicional en el contexto actual.

Cabe mencionar el estudio de Vergara (2016) en su tesis titulado: "La innovación como estrategia en el fortalecimiento de la cultura innovadora". Tuvo como propósito identificar el problema de innovación que plantean las empresas Isaac y Durán Ltda. y Metroinmuebles S.A.S., proponiendo estrategias o acciones que puedan fortalecer su cultura de innovación. En la metodología se utilizó como técnica la encuesta basada en métodos cualitativos y cuantitativos a través de un cuestionario que permite elaborar temas a partir de las opiniones de los mismos talentos de la organización, se entiende que el éxito de la empresa depende de muchas maneras en la forma en que retroalimentan continuamente la capacidad, logrando mediante la innovación y el espíritu empresarial, en una entidad la mejora continua y buscando mantener o aumentar su competitividad y rentabilidad, así como permanecer en el mercado por muchos años.

Por otro lado, se tiene el trabajo de Jijena (2015), en su tesis de investigación: TIC, Co-Innovación y Productividad de las Pequeñas y Medianas Empresas en Chile: Evidencia empírica y comparación internacional de resultados, manifestó las siguientes conclusiones como resultado: "Las medianas y pequeñas empresas presentan mucha presencia en muchas de las economías, ya que determinan muchos de los puestos de trabajo que existe en estos últimos, además de las diferentes industrias y negocios que manejan en el mundo empresarial. El tamaño de estas organizaciones permite que se maneje una mayor flexibilidad"; "Nuestra investigación ha determinado encontrar que el uso de tecnología de información, comunicación y recursos humanos, impactan de manera positiva o negativa en el rendimiento de las pequeñas y medianas empresas dentro del país Chileno, para generar una complementariedad de resultados se ha incurrido en la comparación con la situación en la ciudad de Catalunya y en otras economías europeas como Reino Unido, Alemania, Francia e Italia"; "Los resultados confirman lo adelantado. Como resultado del análisis de los datos entregados en la muestra de las PYME chilenas, se constata una baja productividad del trabajo, la cual visibiliza elementos para una explicación en las relaciones de complementariedad que se establecen entre el uso de las TIC, las nuevas las formas de organización del trabajo y la cualificación de los trabajadores. La interacción entre estos factores da testimonio que las prácticas empresariales finalmente, se traslucen en las formas de organizar el proceso productivo, invertir en tecnologías y trabajo cualificado, no constituyendo un aporte a la productividad cuando no establecen relaciones de complementariedad".

De igual manera, Bernasconi (2018) en su tesis doctoral "Innovación y competitividad empresarial" Su propósito es estudiar el llamado entorno externo, que es crucial para el surgimiento de la innovación, favorecida por la política pública y coordinada con las entidades que rodean a la organización. Este estudio investiga la situación socioeconómica de la Comunidad Autónoma de Cataluña (España), la estructura educativa allí y las características de las pequeñas y medianas empresas de la región. Se compararon los principales indicadores socioeconómicos, educativos y productivos de la región, se realizaron entrevistas semiestructuradas a directores de centros de formación, mentores, jefes de empresas afines al centro de formación o mandos medios, y entrevistas a estudiantes y egresados de estos centros. Se concluyó que al final se recogieron las metas de una mayor integración de los sistemas de formación profesional (formación reglada y formación para el empleo), y una mayor orientación de los sistemas de formación a los sistemas productivos, recolectados en las últimas reformas normativas realizadas en España, teniendo un grado de cumplimiento bastante limitado.

Como antecedente nacional se tomaron en cuenta a Zúñiga (2018), en su tesis de investigación: Las estrategias competitivas y el desarrollo empresarial en las Pymes comerciales de productos de consumo masivo en el cantón Milagro, Ecuador 2012 – 2016, manifestó lo siguiente: "De acuerdo a Michael Porter, determina que manejar el liderazgo de coste es la herramienta para competir en el mercado, sin embargo también menciona que para poder llegar a este liderazgo es necesario que las

empresas generen una economía de escala que permite utilizar esta determinante, en el caso de las PYMES comerciales de productos de consumo masivo del Cantón Milagro, estas compañías no poseen estas determinante que se han mencionado en líneas anteriores, de acuerdo a estadística e investigación efectuada, es entonces que el Liderazgo en Costes no llevan a estos negocios a lograr su Desarrollo Empresarial, lo que quedó demostrado a través de la prueba de hipótesis, donde el coeficiente de regresión es de 0,143, con un coeficiente de determinación del 3.8% (R-sq) y valor p-valor = 0,269 > 0,05. De acuerdo a esto podemos resumir que estas compañías presentan un alto porcentaje de productos en sus inventarios que no son siempre demandados en el mercado".

Del mismo modo, se consideró el trabajo de Huapaya (2013), en su estudio de investigación: Modelo de Innovación en Micro y Pequeñas Empresas de un Conglomerado Industrial Peruano: Caso Citevid, desarrolló las siguientes conclusiones: "Un constante trabajo en el mantenimiento del emprendimiento, mejora la creatividad, que a su vez se convierte en futuro próximo en innovación para la compañía, esta generación de innovación mejora la calidad de los productos y el mantenimiento y mejora de la competitividad en el mercado de la compañía"; "Manifiesta que ser un Entrepreneur es una persona que no se aísla, sino que, por el contario maneja las oportunidades del entorno para generar proyectos que son apoyados por redes nacionales. La interrelación que genera e utiliza para la consecución se oportunidades y todos los recursos para poner en marcha un determinado proyecto o plan de negocio"; "De acuerdo al estudio sobre la innovación y emprendimiento, se establece que el peruano desarrolla más la cultura de emprendimiento que la innovación propiamente dicha"; "Cabe mencionar que nuestro país maneja un buen índice macroeconómico y desarrollo de nuevas MYPES, lo cual lo hace ubicar como el segundo país con el mayor nivel de emprendimiento, sin embargo. Existe muy poca inversión para la generación de competitividad, lo que en cierta magnitud retrasan el camino de la innovación al país en su conjunto"; "Las compañías relacionadas con centros de aprendizaje, como los CITEs, manejan una forma de ingresar a capacidades complementarias para la I+D de las que generalmente no existe, mediante la interrelación con el centro y con las demás organizaciones involucradas".

Y, en cuanto a antecedente local se consideró el estudio de Arbulú (2018) en su tesis de investigación: Estrategias Competitivas y la Exportación de Espárragos de la Asociación de Productores de Ica al mercado australiano, 2017, determinó las siguientes conclusiones: "Se logró la recolección de la información que proporcionaron los encuestados acerca de ambas las Estrategias Competitivas y la Exportación de Espárragos de la Asociación de Productores de Ica al mercado australiano, 2017; de tal manera se concluye que existe una gran relación de estas variables, los cuales se manifiestan en los cuadros estadísticos de esta misma investigación"; "Como segunda conclusión se determina que existe una relación directa y positiva entre las dimensiones que fueron estudiadas, es así que, las estrategias de liderazgo influyen en costos de la Exportación de Espárragos de la Asociación de Productores de Ica al mercado australiano, 2017"; "Por otro lado también se determina una relación directa y positiva entre estrategia de diferenciación en la Exportación de

Espárragos de la Asociación de Productores de Ica al mercado australiano, 2017"; "Por último y no menos importante se determinó que se manifestó una relación directa y positiva entre la estrategia de enfoque o alta segmentación en la Exportación de Espárragos de la Asociación de Productores de Ica al mercado australiano, 2017".

De igual manera, Alarcón (2019) en su tesis de investigación: Factores determinantes de la competitividad y las MYPES exportadoras de la Región Ica, 2016- 2017, llegó a las siguientes conclusiones de estudio: "Se determinó que las habilidades en gerencia administrativa, influyen en nivel significativo en la sostenibilidad de las Micros y Pequeñas Empresas de exportación de la Región Ica"; "Así también se determinó que, los entornos y circunstancias financieras influyen de forma significativa en las sostenibilidad de las Micros y Pequeñas Empresas de exportación de la Región Ica"; "De la misma manera se determinó que, las estrategias de mercadotecnia influyen en carácter significativo en las Micros y Pequeñas Empresas de exportación de la Región Ica"; "Por último se estableció que el conocimiento de la dinámica de la logística de exportación influye con carácter significativo en las Micros y Pequeñas Empresas de exportación de la Región Ica".

A todo ello se planteó el problema general: ¿En qué medida la innovación como ventaja competitiva impacta en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020? Teniendo como problemas específicos: P1, ¿En qué medida la innovación como ventaja competitiva impacta en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020?; P2, ¿En qué medida la innovación como ventaja competitiva impacta en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020?; y, P3, ¿En qué medida la innovación como ventaja competitiva impacta en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020?

Este estudio, aspira a satisfacer el espíritu de investigación que identifica a la especialista en Gestión empresarial, con un tema beneficioso y de alto valor como el de innovación, el cual crea una problemática en el área empresarial, debido a la ocurrencia de dificultades de gestión en las empresas, en las que se basa el objetivo general, que busca Comprobar el impacto que produce el Plan de Mejora de la Innovación como ventaja competitiva en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

Luego de examinar el perfil estadístico y de investigación en el contexto que será objeto de estudio, se señala que éste, es un proyecto de alta relevancia local, haciendo uso de entrevistas, encuestas y aplicación de un Plan de mejora de la innovación, favoreciendo el rendimiento de las Pymes, asistiendo de esta forma al crecimiento de las empresas, que forman parte del objeto central de estudio y la razón de ser de la gestión empresarial.

Además, se planteó el objetivo general: Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. Considerando como objetivos específicos: O1, Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020;

O2, Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020; y, O3, Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

Por último, se planteó la hipótesis general: La innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. Teniendo en cuenta las hipótesis específicas: H1, La innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020; H2, La innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020; y, H3, La innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

La investigación se presenta en ocho capítulos, los cuales se describen a continuación: En Capítulo I: Introducción, se describe el planteamiento del problema, antecedentes de investigación relevantes, justificación y objetivos. En el Capítulo II: Estrategia Metodológica, se abordará la metodología, consignando el enfoque cuantitativo, tipo de investigación básica, diseño no experimental, cuantitativo, transversal y correlacional. Se presentó la población y muestra. Se consignó, además, la técnica empleada que fue la encuesta, considerando pertinente aplicar el instrumento Cuestionario para la variable "Innovación como ventaja competitiva" y "Rendimiento de las Pymes".

En el Capítulo III: Resultados, se presentaron los resultados estadísticos descriptivo e inferencial, donde se describen en primer lugar la información cuantitativa y el análisis y discusión de resultados según las dimensiones del estudio. Se coteja los resultados con los antecedentes y el marco teórico de las tablas y sus respectivos gráficos de barras, y de igual manera se presenta la discusión de los mismos.

En el Capítulo IV: Discusión, en los cuales se sintetiza los logros obtenidos tras la discusión de resultados y la prueba de hipótesis. En el Capítulo V: Conclusiones de los resultados obtenidos; Capítulo VI: Recomendaciones de mejora en el estudio; Capítulo VII: Referencias bibliográficas, las cuales se precisan utilizando las normas del sistema APA, empleados en el marco teórico y demás postulados que contiene el estudio. Y, por último, se presentan los anexos correspondientes.

II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Tipo, nivel y Diseño de Investigación

Tipo de investigación

El presente estudio fue de tipo básico, ya que busca comprender la realidad para promover una sociedad cada vez más avanzada y que responda mejor a los desafíos humanos. Concytec (2018) mencionó que: la investigación básica está dirigida a un conocimiento más completo a través de la comprensión de los aspectos fundamentales de los fenómenos, de los hechos observables o de las relaciones que establecen los entes (p.1).

Nivel de investigación

El nivel fue descriptivo, ya que es utilizado para inferir la situación que se presenta, describiendo todas sus dimensiones del objeto a estudiar. Tal es así que, Bernal (2010) manifestó que una de las principales funciones de la investigación descriptiva es poder seleccionar las características básicas del objeto de investigación y la descripción detallada de la parte, categoría o categoría del objeto (p.113).

Diseño de la investigación

El diseño de este estudio fue no experimental, porque se realizó sin afectar las variables a estudiar, porque se centra en describir y analizar el problema de investigación. Al respecto, Hernández et al. (2014) mencionaron: la investigación no experimental se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. (p.152).

Dado que este estudio sigue un modelo de datos numéricos estructurados predecibles, se construyó con un método cuantitativo ya que se utilizó como forma de recolectar y examinar datos. En tal sentido, Hernández et al. (2014) expresaron que, usan la recopilación de datos basada en medidas numéricas y el análisis estadístico para probar hipótesis para determinar patrones de comportamiento y comprobar teorías (p.4).

Fue transversal, ya que es un procedimiento de investigación y no tiene continuidad en el eje del tiempo. Puede estudiar toda la población, pero en esencia, es una muestra representativa estudiada en un momento y lugar específicos. Para, Hernández et al. (2019) los diseños transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. (p.176).

Fue correlacional, tal como lo manifestó Sánchez et al (2018) “tiene por objetivo establecer el grado de correlación estadística que hay entre dos variables en estudio. Básicamente permite observar el grado de asociación entre dos variables” (p.51).

Población y Muestra

Población

La determinación de la población es uno de los puntos fundamentales dentro del proceso de investigación, ya que este determina hasta cierto margen la magnitud del estudio, es por esto que es imprescindible realizar una determinación de la misma, en forma concreta, coherente con los recursos que se maneja y lo más importante que esta sea determinada con carácter objetivo. Dado que después del análisis podemos establecer que la población, "es un acopio de carácter limitado o ilimitado de elementos con particularidades afines del cual, estarán extensivas las soluciones de la investigación o artículo científico" (Arias, 2006). En nuestro estudio la población estuvo determinada por el número de Pymes en la ciudad de Ica para el año 2019, siendo 793 Pequeñas empresas y 18 Medianas empresas, en total 811 Pymes (Ver anexo 5).

Muestra

Este factor en el proceso de investigación es vital, ya que, hasta cierto margen determina la fiabilidad y confiabilidad de los instrumentos que se le apliquen a esta muestra de elementos. Es clave la generación de una planificación y análisis coherente en la determinación de esta variable en cuestión. De acuerdo a un análisis de Hernández, et al. (2014), conceptualizó la muestra como el "universo del cual se recogen la averiguación o elementos necesarios y convenientes que deben ser particulares de este universo" (p. 173). La muestra fue de 261 pymes (Ver anexo 5).

Técnica de Recolección de información

Técnica

Sánchez et al (2018) mencionaron que, la técnica es un conjunto de medios y herramientas que se utilizan para implementar un conjunto de procedimientos y recursos utilizados en ciencia. Se expresa como un conjunto de reglas y operaciones que pueden ayudar a las personas a aplicar métodos (p.120). La técnica que se utilizó en el presente estudio fue la encuesta, que consistió en recoger datos en una determinada situación y población.

Encuesta

López-Roldán y Fachelli (2015) describieron que, "la encuesta es una técnica que recopila información haciendo preguntas a los sujetos con el fin de obtener de manera sistemática indicadores conceptuales a partir de preguntas de investigación preestablecidas" (p.8).

Instrumentos de Recolección de información

Sánchez et al. (2018) definieron al instrumento de recolección de datos como, "una herramienta de recopilación de información. Se puede usar como guía, manual, equipo, prueba, cuestionario o prueba" (p.78). Por consiguiente, el instrumento que se utilizó en el presente estudio fue el cuestionario. Del mismo modo, López-Roldán et al. (2015) afirmaron que, "el cuestionario se convierte en una herramienta de recopilación de información, que puede identificar preguntas de

manera ordenada y sistemática, y determinar la respuesta a través del sistema de registro de entrada de datos" (p.17). En nuestro estudio se aplicó el cuestionario "Rendimiento de las Pymes".

Técnicas de Análisis e Interpretación de resultados

Se hicieron las coordinaciones necesarias para la aplicabilidad del instrumento. La recolección de información, se realizó a través de cuestionarios, que sirvieron para medir las variables en estudio en las Pymes de la provincia de Ica. Luego los datos recolectados fueron analizados mediante Excel y SPSS 26 obteniendo las frecuencias de las variables y dimensiones.

Luego para poder establecer la correlación entre las variables, se realizó la prueba de normalidad, según la cantidad de datos. Como nuestro estudio estuvo basado en 261 Pymes, entonces se usó el estadígrafo Kolmogorov-Smirnov, en donde la significancia entre las variables arrojó valores menos de 0,05, por lo que se aplicó Rho de Spearman.

III. RESULTADOS

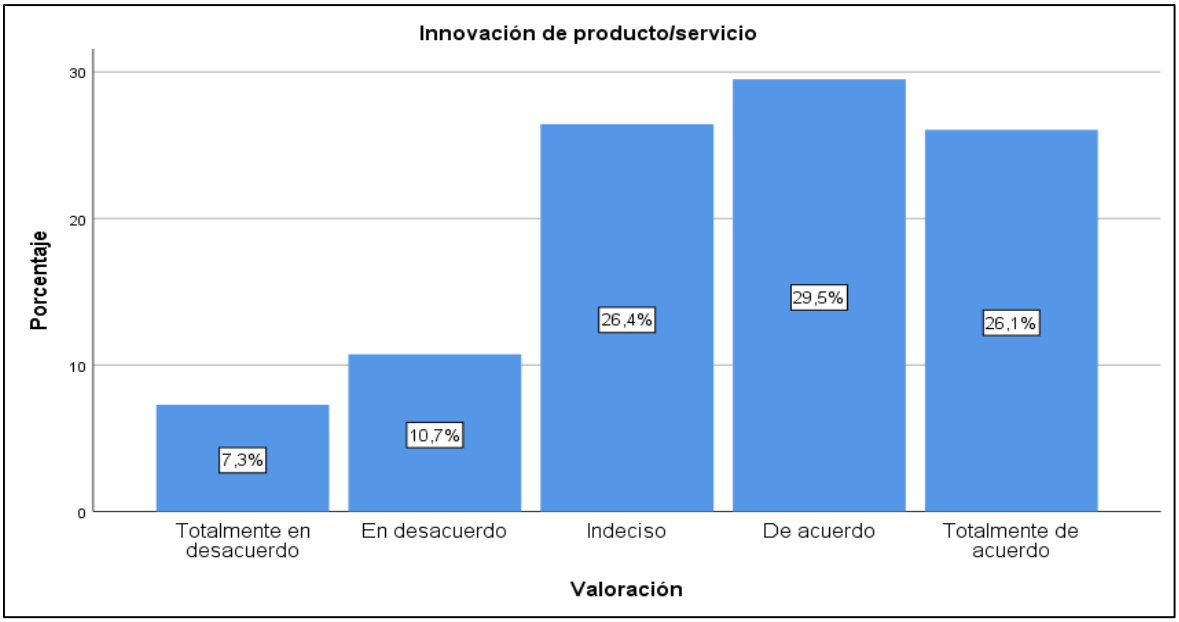
3.1. Análisis descriptivo de las variables

Tabla 1
Innovación de producto/servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	19	7,3	7,3	7,3
	En desacuerdo	28	10,7	10,7	18,0
	Indeciso	69	26,4	26,4	44,4
	De acuerdo	77	29,5	29,5	73,9
	Totalmente de acuerdo	68	26,1	26,1	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26

Figura 1
Innovación de producto/servicio



Fuente: SPSS 26

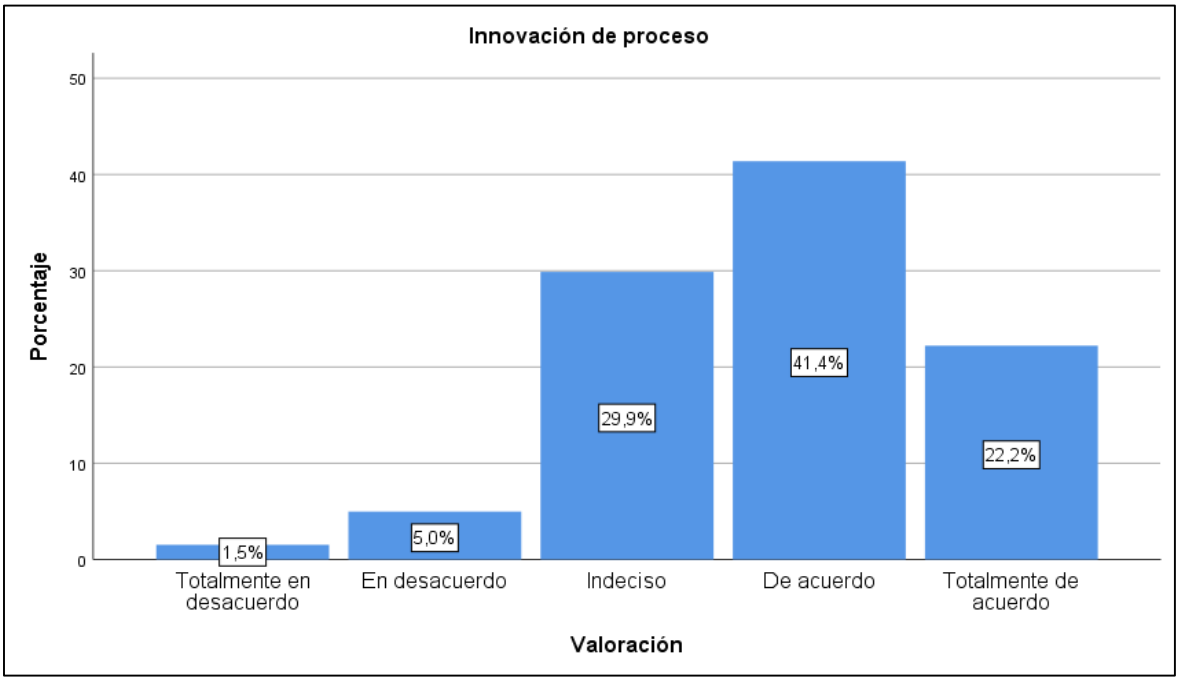
En la tabla 1 y figura 1, se observó que, el 7.3% de los gerentes de las pymes encuestados manifestaron estar "Totalmente en desacuerdo" en la forma como se viene manejando la innovación de producto/servicio; mientras que, un 10,7% manifestaron estar "En desacuerdo"; en tanto, el 26.4% comentaron estar "Indeciso" al respecto; el 29.5% comentaron estar "De acuerdo" con el manejo de la innovación; y, finalmente, el 26.1% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo" en la forma como se viene manejando la innovación de producto/servicio en las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020.

Tabla 2
Innovación de proceso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	13	5,0	5,0	6,5
	Indeciso	78	29,9	29,9	36,4
	De acuerdo	108	41,4	41,4	77,8
	Totalmente de acuerdo	58	22,2	22,2	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26

Figura 2
Innovación de proceso



Fuente: SPSS 26

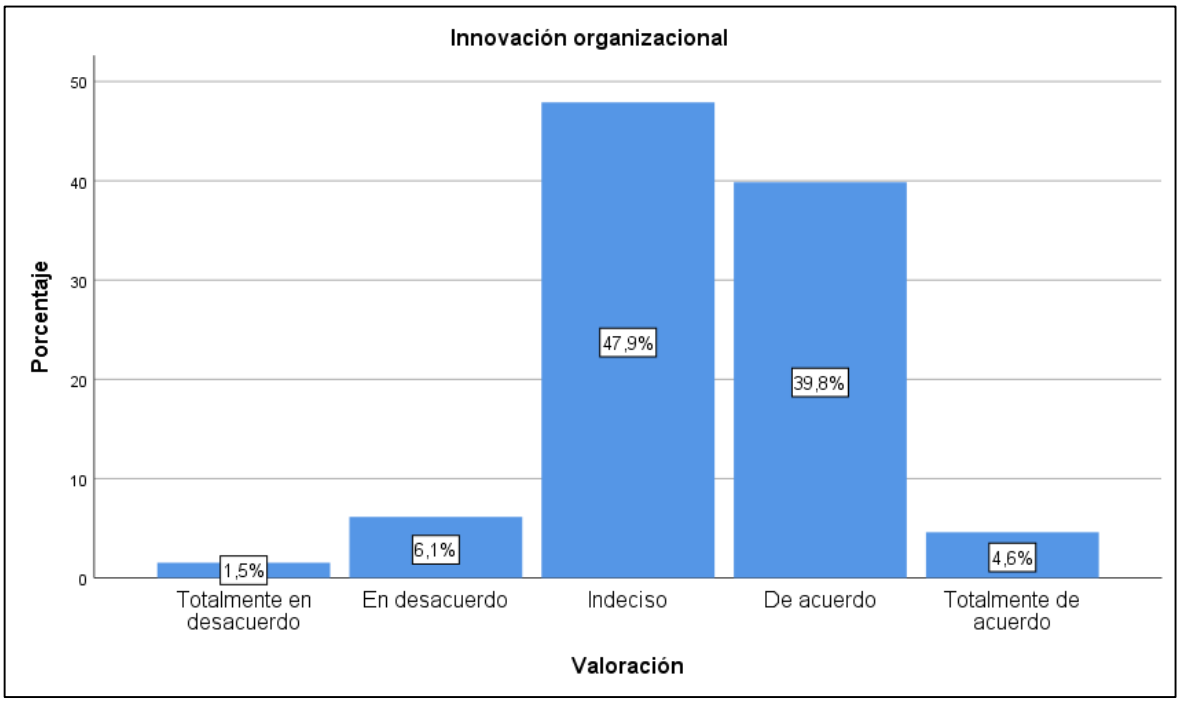
En la tabla 2 y figura 2, se observó que, el 1.5% de los gerentes encuestados manifestaron estar "Totalmente en desacuerdo" en la forma como se viene manejando la innovación de proceso; mientras que, un 5.0% manifestaron estar "En desacuerdo"; en tanto, el 29.9% comentaron estar "Indeciso" al respecto; el 41.4% comentaron estar "De acuerdo" con el manejo de la innovación; y, finalmente, el 22.2% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo" en la forma como se viene manejando la innovación de proceso en las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020.

Tabla 3
Innovación organizacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	16	6,1	6,1	7,7
	Indeciso	125	47,9	47,9	55,6
	De acuerdo	104	39,8	39,8	95,4
	Totalmente de acuerdo	12	4,6	4,6	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26

Figura 3
Innovación organizacional



Fuente: SPSS 26

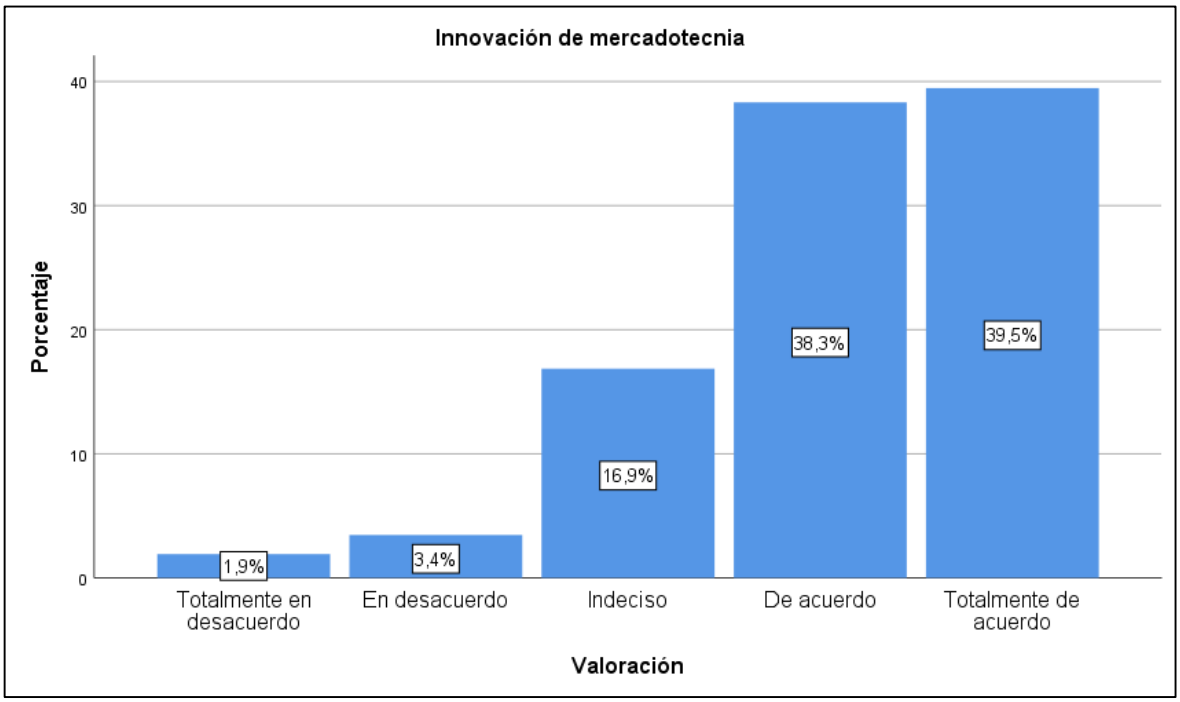
En la tabla 3 y figura 3, se observó que, el 1.5% de los gerentes de las pymes encuestados manifestaron estar "Totalmente en desacuerdo" en la forma como se viene manejando la innovación organizacional; mientras que, un 6.1% manifestaron estar "En desacuerdo"; en tanto, el 47.9% comentaron estar "Indeciso" al respecto; el 39.8% comentaron estar "De acuerdo" con el manejo de la innovación; y, finalmente, el 4.6% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo" en la forma como se viene manejando la innovación organizacional en las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020.

Tabla 4
Innovación de mercadotecnia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	1,9	1,9	1,9
	En desacuerdo	9	3,4	3,4	5,4
	Indeciso	44	16,9	16,9	22,2
	De acuerdo	100	38,3	38,3	60,5
	Totalmente de acuerdo	103	39,5	39,5	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26

Figura 4
Innovación de mercadotecnia



Fuente: SPSS 26

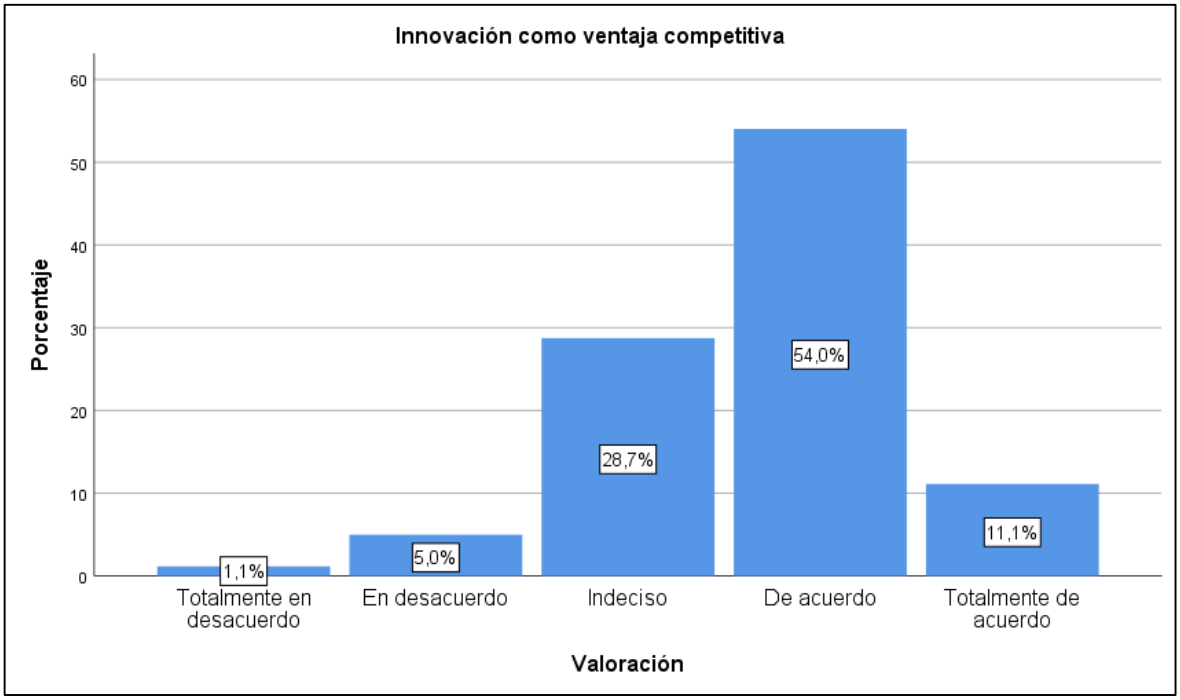
En la tabla 4 y figura 4, se observó que, el 1.9% de los gerentes encuestados manifestaron estar "Totalmente en desacuerdo" en la forma como se viene manejando la innovación de mercadotecnia; mientras que, un 3.4% manifestaron estar "En desacuerdo"; en tanto, el 16.9% comentaron estar "Indeciso" al respecto; el 38.3% comentaron estar "De acuerdo" con el manejo de la innovación; y, finalmente, el 39.5% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo" en la forma como se viene manejando la innovación de mercadotecnia en las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020.

Tabla 5
Innovación como ventaja competitiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	1,1	1,1	1,1
	En desacuerdo	13	5,0	5,0	6,1
	Indeciso	75	28,7	28,7	34,9
	De acuerdo	141	54,0	54,0	88,9
	Totalmente de acuerdo	29	11,1	11,1	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26

Figura 5
Innovación como ventaja competitiva



Fuente: SPSS 26

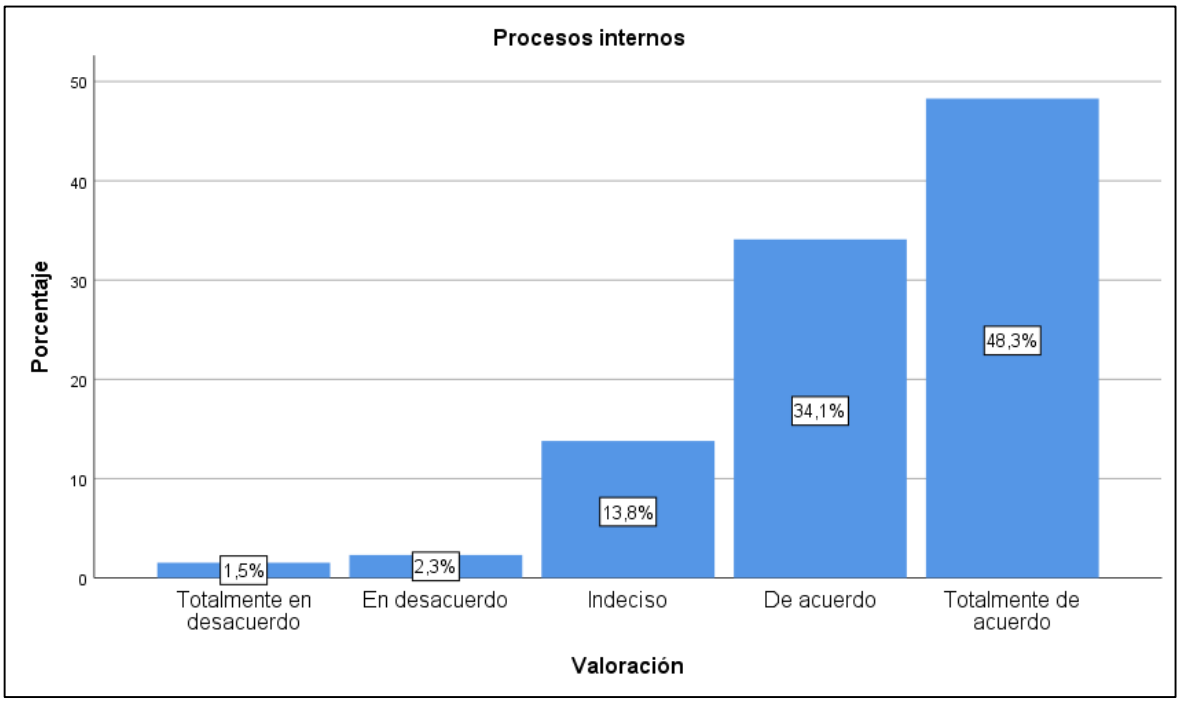
En la tabla 5 y figura 5, se observó que, el 1.1% de los gerentes de las pymes encuestados manifestaron estar "Totalmente en desacuerdo" en la forma como se viene manejando la innovación como ventaja competitiva; mientras que, un 5.0% manifestaron estar "En desacuerdo"; en tanto, el 28.7% comentaron estar "Indeciso" al respecto; el 54.0% comentaron estar "De acuerdo" con el manejo de la innovación; y, finalmente, el 11.1% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo" en la forma como se viene manejando la innovación como ventaja competitiva en las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020.

Tabla 6
Procesos internos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	6	2,3	2,3	3,8
	Indeciso	36	13,8	13,8	17,6
	De acuerdo	89	34,1	34,1	51,7
	Totalmente de acuerdo	126	48,3	48,3	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26

Figura 6
Procesos internos



Fuente: SPSS 26

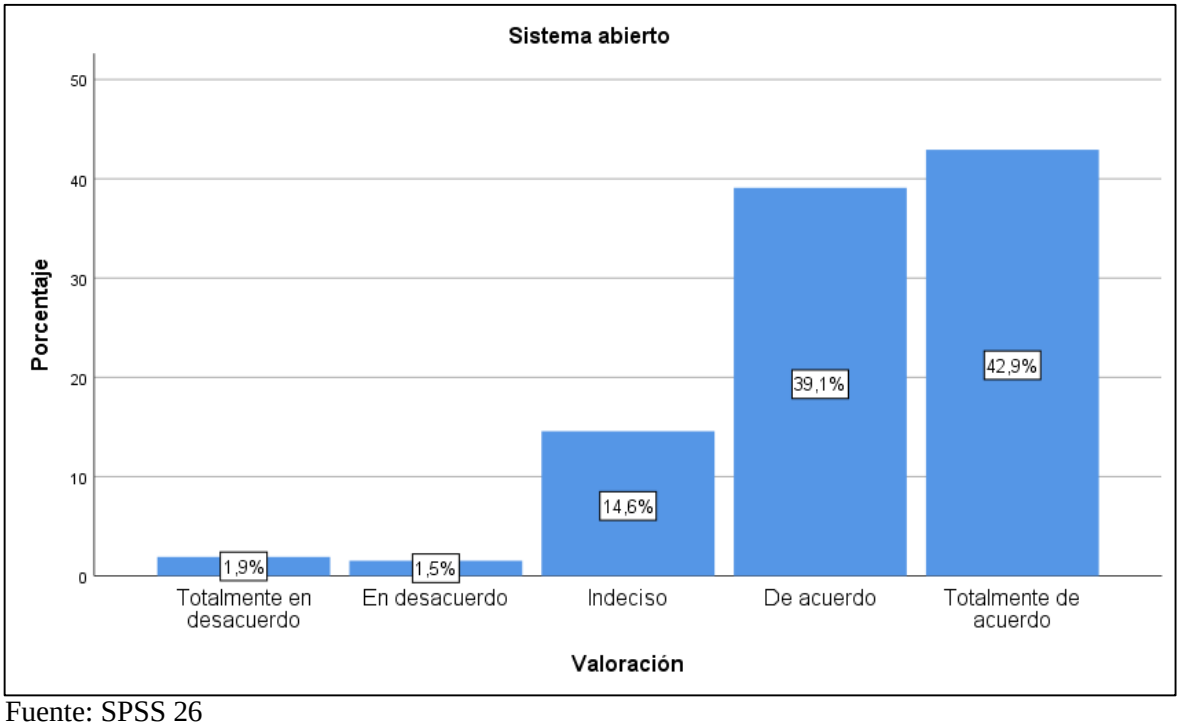
En la tabla 6 y figura 6, se observó que, el 1.5% de los gerentes de las pymes encuestados manifestaron estar “Totalmente en desacuerdo” con el manejo de los procesos internos; mientras que, un 2.3% manifestaron estar “En desacuerdo”; en tanto, el 13.8% comentaron estar “Indeciso” al respecto; el 34.1% comentaron estar “De acuerdo” con el manejo de los procesos; y, finalmente, el 48.3% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo” con el manejo de los proceso internos en las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020.

Tabla 7
Sistema abierto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	1,9	1,9	1,9
	En desacuerdo	4	1,5	1,5	3,4
	Indeciso	38	14,6	14,6	18,0
	De acuerdo	102	39,1	39,1	57,1
	Totalmente de acuerdo	112	42,9	42,9	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26

Figura 7
Sistema abierto



Fuente: SPSS 26

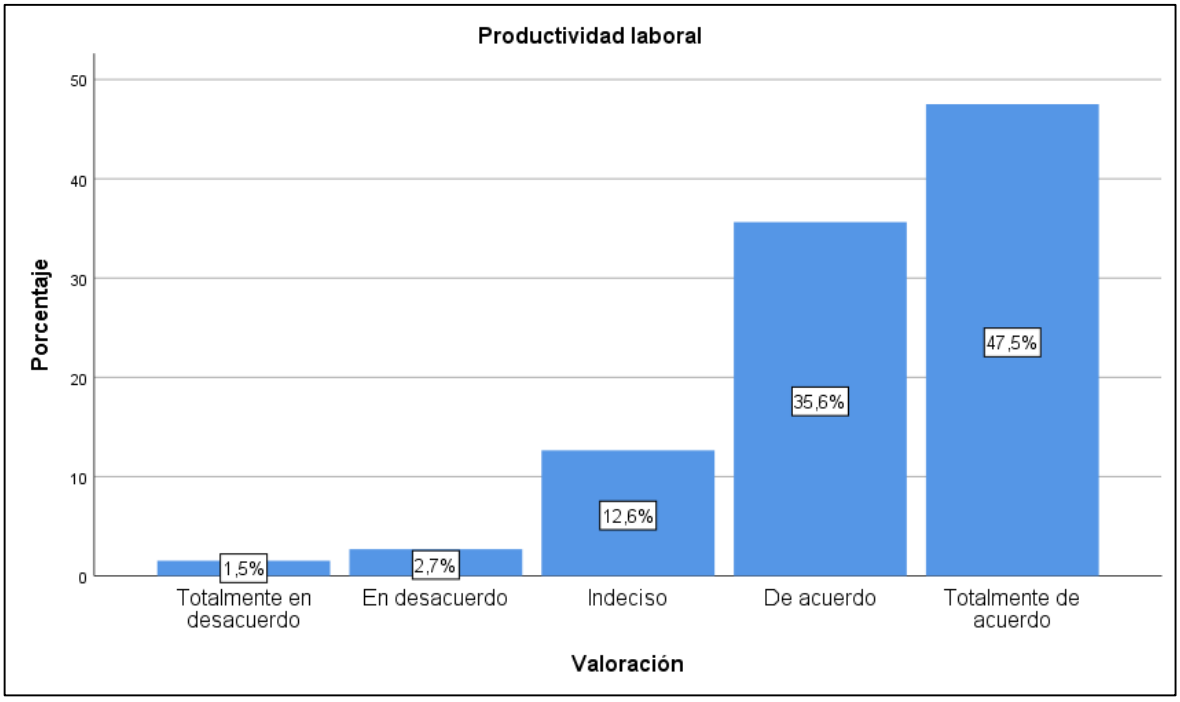
En la tabla 7 y figura 7, se observó que, el 1.9% de los gerentes de las pymes encuestados manifestaron estar "Totalmente en desacuerdo" en la forma como se caracteriza el sistema abierto; mientras que, un 1.5% manifestaron estar "En desacuerdo"; en tanto, el 14.6% comentaron estar "Indeciso" al respecto; el 39.1% comentaron estar "De acuerdo" con la caracterización del sistema; y, finalmente, el 42.9% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo" en la forma como se caracteriza el sistema abierto en las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020.

Tabla 8
Productividad laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	7	2,7	2,7	4,2
	Indeciso	33	12,6	12,6	16,9
	De acuerdo	93	35,6	35,6	52,5
	Totalmente de acuerdo	124	47,5	47,5	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26

Figura 8
Productividad laboral



Fuente: SPSS 26

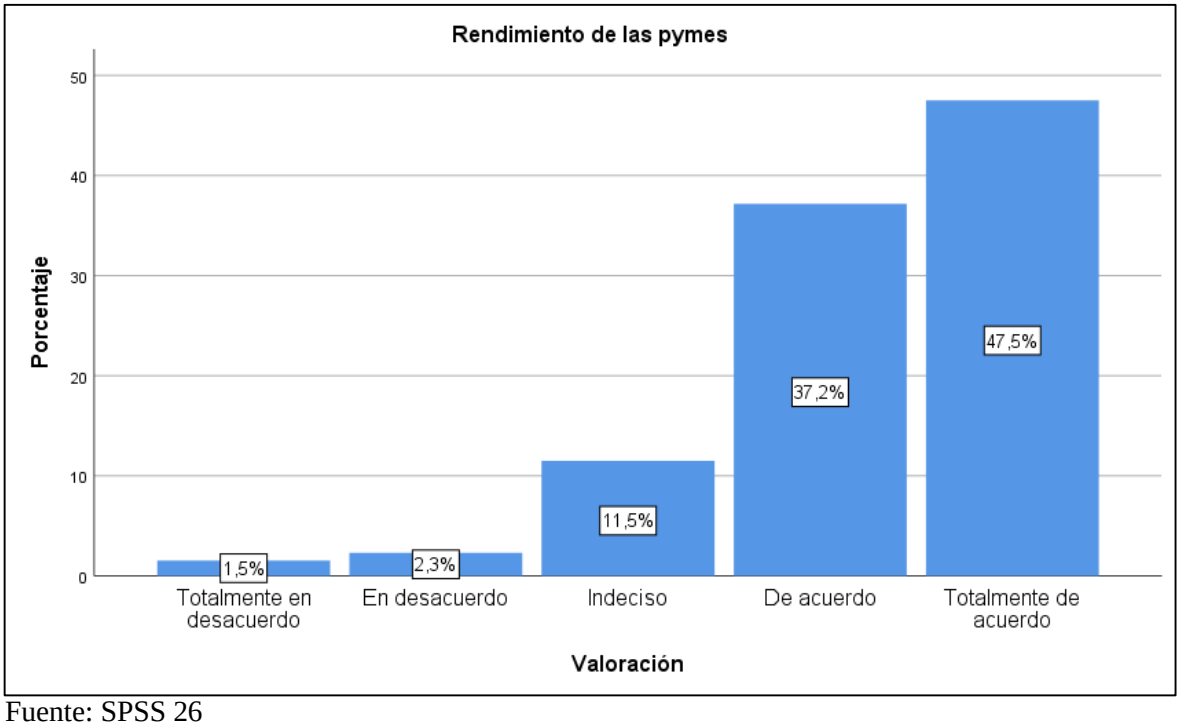
En la tabla 8 y figura 8, se observó que, el 1.5% de los gerentes de las pymes encuestados manifestaron estar "Totalmente en desacuerdo" en la forma como se viene desarrollando la productividad laboral; mientras que, un 2.7% manifestaron estar "En desacuerdo"; en tanto, el 12.6% comentaron estar "Indeciso" al respecto; el 35.6% comentaron estar "De acuerdo" con el desarrollo de la productividad; y, finalmente, el 47.5% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo" en la forma como se viene desarrollando la productividad laboral en las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020.

Tabla 9
Rendimiento de las pymes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	6	2,3	2,3	3,8
	Indeciso	30	11,5	11,5	15,3
	De acuerdo	97	37,2	37,2	52,5
	Totalmente de acuerdo	124	47,5	47,5	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26

Figura 9
Rendimiento de las pymes



Fuente: SPSS 26

En la tabla 9 y figura 9, se observó que, el 1.5% de los gerentes de las pymes encuestados manifestaron estar “Totalmente en desacuerdo” con el rendimiento de las pymes; mientras que, un 2.3% manifestaron estar “En desacuerdo”; en tanto, el 11.5% comentaron estar “Indeciso” al respecto; el 37.2% comentaron estar “De acuerdo” con el rendimiento de las pymes; y, finalmente, el 47.5% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo” con el rendimiento de las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020.

3.2. Análisis inferencial

Prueba de hipótesis

Se debe conocer las características de normalidad de la población estudiada para realizar el contraste de las hipótesis. La prueba de normalidad aplicada fue la prueba de Kolmogorov Smirnov, debido a que la muestra es mayor a 50 datos, y, según el nivel de significancia de alfa igual a 0,05, se toma en consideración los siguientes criterios:

a) Para Sig. (Alfa) > 0,05, los datos provienen de una distribución normal.
b) Para Sig. (Alfa) < 0,05, los datos provienen de una distribución no normal.

Tabla 10
Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Estadístico	gl	Sig.
Innovación como ventaja competitiva	,306	261	,000
Rendimiento de las pymes	,276	261	,000

Fuente: SPSS 26

El valor de significancia obtenido en la prueba de Kolmogorov-Smirnov fueron de 0,000 siendo menores al valor Sig. (alfa) < 0,05, por lo que, los datos de las variables de estudio provienen de una distribución no normal. Este resultado permite aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman.

En este sentido, la correlación de Spearman tiene en cuenta las siguientes valoraciones e implicaciones relacionadas con los resultados a obtener en este estudio.

Tabla 11
Valor de Rho de Spearman

Valor de Rho	Significado
- 1	Correlación negativa grande y perfecta
- 0,9 a – 0,99	Correlación negativa muy alta
- 0,7 a – 0,89	Correlación negativa alta
- 0,4 a – 0,69	Correlación negativa moderada
- 0,2 a – 0,39	Correlación negativa baja
- 0,01 a – 0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Martínez y Campos (2015, p.185)

La tabla 11 muestra el valor Rho de Spearman, y su significado nos muestra el grado de relación entre las variables o dimensiones estudiadas. Asimismo, luego de aplicar la correlación de Spearman, para un nivel de significancia alfa igual a 0.05, se considerarán las siguientes reglas de decisión:

- Si $p < 0,05$, se rechaza (H_0) y se acepta (H_1).
- Si $p > 0,05$, se acepta (H_0) y se rechaza (H_1).

Prueba de Hipótesis general

H_1: La Innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

H_0: La Innovación como ventaja competitiva no impacta favorablemente en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

Tabla 12
Correlación entre la innovación como ventaja competitiva y el rendimiento de las pymes

			Innovación como ventaja competitiva	Rendimiento de las pymes
Rho de Spearman	Innovación como ventaja competitiva	Coeficiente de correlación	1,000	,685**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	261	261
	Rendimiento de las pymes	Coeficiente de correlación	,685**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	261	261

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

La Tabla 12 muestra la significancia bilateral, 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula; del mismo modo, la correlación de Spearman obtuvo un valor de 0,685, deduciéndose una correlación positiva moderada, comprobándose que, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

Prueba de Hipótesis específica 1

H_1: La Innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

H_0: La Innovación como ventaja competitiva no impacta favorablemente en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

Tabla 13
Correlación entre la innovación como ventaja competitiva y los procesos internos

			Innovación como ventaja competitiva	Procesos internos
Rho de Spearman	Innovación como ventaja competitiva	Coeficiente de correlación	1,000	,699**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	261	261
	Procesos internos	Coeficiente de correlación	,699**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	261	261

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

La Tabla 13 muestra la significancia bilateral, 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula; del mismo modo, la correlación de Spearman obtuvo un valor de 0,699, correlación positiva moderada, comprobándose que, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

Prueba de Hipótesis específica 2

H_1: La Innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

H_0: La Innovación como ventaja competitiva no impacta favorablemente en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

Tabla 14
Correlación entre la innovación como ventaja competitiva y el sistema abierto

			Innovación como ventaja competitiva	Sistema abierto
Rho de Spearman	Innovación como ventaja competitiva	Coeficiente de correlación	1,000	,626**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	261	261
	Sistema abierto	Coeficiente de correlación	,626**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	261	261

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

La tabla 14 muestra la significancia bilateral, 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula; del mismo modo, la correlación de Spearman obtuvo un valor de 0,626, correlación positiva moderada, comprobándose que, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

Prueba de Hipótesis específica 3

H_1: La Innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

H_0: La Innovación como ventaja competitiva no impacta favorablemente en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

Tabla 15
Correlación entre la innovación como ventaja competitiva y la productividad laboral

			Innovación como ventaja competitiva	Productividad laboral
Rho de Spearman	Innovación como ventaja competitiva	Coeficiente de correlación	1,000	,682**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	261	261
	Productividad laboral	Coeficiente de correlación	,682**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	261	261

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

La tabla 15 muestra la significancia bilateral, 0.000, el cual es menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula; del mismo modo, la correlación de Spearman obtuvo un valor de 0,682, correlación positiva moderada, comprobándose que, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

IV. DISCUSIÓN

Del objetivo general, Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, en donde, la innovación es una ventaja competitiva porque aumenta las ventas, mejora la satisfacción del cliente y aumenta la participación de mercado de una empresa. La innovación debe formar parte de la cultura corporativa, e incluso los empleados deben estar motivados para desarrollar ideas y proyectos que generen valor añadido; en tanto, las pymes tienen un gran impacto en las economías de muchos países, ya que brindan oportunidades de empleo a la población económicamente activa, posibilitando así el rendimiento en la gran mayoría de negocios. Tal es así, que, la Innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, debido a que la significancia bilateral, 0.000, fue menor a 0.05, se rechazó la hipótesis nula, con una correlación positiva moderada de Spearman de 0,685. Por otro lado, se observó que, el 54.0% de los gerentes de las pymes comentaron estar "De acuerdo" con el manejo de la innovación como ventaja competitiva en las pymes; en tanto, el 11.1% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo"; mientras que, el 37.2% de los gerentes manifestaron estar "De acuerdo" con el rendimiento de las pymes en la provincia de Ica, durante el período 2019-2020; en tanto, el 47.5% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo". Estos resultados se pueden diferenciar con lo manifestado por Jijena (2015), en donde al analizar los datos entregados en la muestra de las PYME chilenas, se constató una baja productividad del trabajo, la cual visibiliza las nuevas las formas de organización del trabajo y la cualificación de los trabajadores. La interacción entre estos factores da testimonio que las prácticas empresariales finalmente, se traslucen en las formas de organizar el proceso productivo, invertir en tecnologías y trabajo cualificado. Por otro lado, Zúñiga (2018), demostró que, a través de la prueba de hipótesis, el coeficiente de regresión fue 0,143, con coeficiente de determinación del 3.8% (R-sq) y valor p-valor = 0,269 > 0,05, se pudo resumir que estas compañías presentan un alto porcentaje de productos en sus inventarios que no son siempre demandados en el mercado". En tanto, Vergara (2016) concluyó que el éxito de la empresa depende de muchas maneras en la forma en que retroalimentan continuamente la capacidad, logrando mediante la innovación y el espíritu empresarial la mejora continua y buscando mantener o aumentar su competitividad y rentabilidad, así como permanecer en el mercado por muchos años. De igual manera, Díaz (2018) concluyó que, cuando las empresas innovan de manera sustentable, logran desarrollar una ventaja competitiva que es vista por el mercado como una ventaja, algo único y singular, que privilegia a la organización en la mente de los consumidores. Tarde o temprano, las empresas que no innoven desaparecerán y serán absorbidas por las grandes empresas.

Del objetivo específico 1, Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, en donde los procesos internos, son una serie de actividades realizadas por una o más personas para lograr los objetivos de gestión. Para que una organización sea productiva y rentable, los procesos deben ser eficientes. Por lo que se indica que, la Innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, con un valor Rho de Spearman fue de 0.699 se dedujo que las variables tienen una correlación positiva moderada. Además, se sabe que, el 34.1% de los gerentes de las pymes de la provincia de Ica comentaron estar "De acuerdo" con el manejo de los procesos internos; y, el 48.3% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo".

Del objetivo específico 2, Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. Al respecto, el sistema abierto es la interacción de una empresa con sus elementos ambientales: competidores, distribuidores, proveedores, clientes, etc. Su dinámica interna está más o menos definida en función de lo que sucede en el campo. De esta forma, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, con un valor Rho de Spearman fue de 0.626 se dedujo que las variables tienen una correlación positiva moderada. Por otra parte, el 39.1% de los gerentes de las pymes comentaron estar "De acuerdo" en la forma como se caracteriza el sistema abierto; y, el 42.9% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo".

Del objetivo específico 3, Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. Cabe mencionar que la productividad laboral es una medida de la eficiencia del trabajo. Mide la eficiencia de una persona, equipo o máquina para convertir insumos en productos útiles. Es por ello que, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, con un valor Rho de Spearman fue de 0.682 se dedujo que las variables tienen una correlación positiva moderada. Así mismo, el 35.6% de los gerentes de las pymes comentaron estar "De acuerdo" en la forma como se viene desarrollando la productividad laboral; y, el 47.5% manifestaron estar "Totalmente de acuerdo".

V. CONCLUSIONES

1. Del objetivo general. Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, tal como se observó en la tabla 12, la significancia bilateral, 0.000 fue menor a 0.05, por lo que se rechazó la hipótesis nula; del mismo modo, la correlación de Spearman obtuvo un valor de 0,685, deduciéndose una correlación positiva moderada, comprobándose que, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el Rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, cumpliendo con el objetivo general.
2. El objetivo específico 1. Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, tal como se observó en la tabla 13, la significancia bilateral, 0.000 fue menor a 0.05, rechazando la hipótesis nula; del mismo modo, la correlación de Spearman obtuvo un valor de 0,699, correlación positiva moderada, comprobándose que, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, cumpliendo con el objetivo 1.
3. El objetivo específico 2. Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, tal como se observó en la tabla 14, la significancia bilateral, 0.000 fue menor a 0.05, rechazando la hipótesis nula; del mismo modo, la correlación de Spearman obtuvo un valor de 0,626, correlación positiva moderada, comprobándose que, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, cumpliendo con el objetivo 2.
4. El objetivo específico 3. Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, tal como se observó en la tabla 15, la significancia bilateral 0.000 fue menor a 0.05, rechazando la hipótesis nula; del mismo modo, la correlación de Spearman obtuvo un valor de 0,682, correlación positiva moderada, comprobándose que, la innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020, cumpliendo con el objetivo 3.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que se realicen más investigaciones en relación a la innovación como ventaja competitiva, debido a que son pocos los estudios actuales que hablen sobre ello; así mismo, capacitar a los trabajadores en cuanto a rendimiento de las pymes, para mejorar los procesos internos, sistema abierto y productividad laboral en las pymes en otras regiones a nivel nacional.
2. Así mismo, se sugiere realizar estrategias de innovación como ventaja competitiva para mejorar los procesos internos en las pymes de la provincia de Ica como en otras pymes a nivel regional.
3. Se recomienda afianzar el conocimiento sobre innovación como ventaja competitiva en las pymes de la provincia de Ica para mejorar el sistema abierto, logrando la satisfacción de los clientes, la habilidad de adaptación y la imagen institucional.
4. Se sugiere realizar mejoras en la innovación como ventaja competitiva con la finalidad de incrementar la productividad laboral a través de la motivación, rotación de personal y disminuyendo el ausentismo laboral.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alarcón, G. (2019). *Factores determinantes de la competitividad y las MYPES exportadoras de la Región Ica, 2016- 2017.* [Tesis para optar el grado académico de Maestro en Marketing y Negocios Internacionales, Universidad Nacional Federico Villareal]. Repositorio institucional - Universidad Nacional Federico Villareal.

Alfonso, C. (2014). *Coinnovación: la ventaja de la innovación colaborativa*. Ediciones H. Deusto.

Aponte, G. (2015). *El proceso de gestión de innovación tecnológica: sus etapas e indicadores relacionados*. Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura, XXI (1), undefined-undefined. ISSN: 1315-3617. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=364/36442240004

Arboníes, A. (2017). *Conocimiento para innovar*. *Cómo evitar la miopía en la gestión del conocimiento.* Díaz de Santos, S.A.

Arbulú, M. (2018). *Estrategias Competitivas y la Exportación de Espárragos de la Asociación de Productores de Ica al mercado australiano, 2017.* [Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional - Universidad Cesar Vallejo.

Bernasconi, E. (2015). *Innovación y competitividad* [Tesis Doctoral, Universitat Rovira i Virgili]. Reposiitorio institucional - Universitat Rovira i Virgili.

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* Pearson Educación.

Bresnahan, T., Erik B. & Lorin M. (2002). *Information technology, workplace organization and the demand for skilled labor: A firm-level evidence*. Quarterly Journal of Economics. February 2002, pp. 339–376. http://ebusiness.mit.edu/erik/itw-final.pdf

Bruce, K. & Nyland, C., (2011). *Elton Mayo and the Deification of Human Relations*. Organization Studies, 32(3), 383-405

Cambillo, L. & Porta, A. (2014). *Guías experimentales de cinemática para desarrollar la capacidad de indagación y experimentación, en estudiantes de la Institución Educativa "Santa Isabel" – Huancayo.* [Tesis presentada para optar el título Profesional de Licenciado en Pedagogía y Humanidades, Especialidad: Biología y Química, Universidad Nacional del Centro del Perú]. Repositorio institucional - Universidad Nacional del Centro del Perú.

Campbell, D. y Stanley J. (1995). *Diseños experimentales y cuasi experimentales en la investigación social.* Amorrortu Editores

Comisión Europea de la UE. (2003). *Sobre las definiciones de micro, pequeñas y medianas empresas.* Diario Oficial L 124 de 20.5. Chiavenato, Idalberto. "Administración, proceso administrativo".

Concytec (2018). *Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - Reglamento Renacyt*

(Título I, Disposiciones generales, Artículo 5). https://n9.cl/p7xb5

Díaz, G. & Guambi, D. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *Innova Research Journal, 3*(10.1), 212-229. https://n9.cl/vl3ib

Ennen, E. & Ansgar R. (2009). *The Whole Is More Than the Sum of Its Parts-Or Is It? A Review of the Empirical Literature on Complementarities in Organizations*. Munich RePEc Personal Archive. European Business School. http: //mpra.ub.uni-muenchen.de/15666/

Gabris, G. (2015). *Management teory: Human Relations School*. Encyclopedia of Public Administration and Public Policy, 3, 2045–2048.

Gallopín, G., Funtowicz S., O'connor, M. & Ravetz J. (2014). *Una ciencia para el siglo XXI: del contrato social al núcleo científico.* En: Problemas Sociales de la ciencia y la tecnología. La Habana: Escuela Nacional de Salud Pública.

González, L., (2007). Humanismo y Gestión Humana: Una Perspectiva de Interpretación para el Trabajo Social. *Revista Eleuthera, 1*,42–63.

Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigación*. Editorial McGraw-Hill.

Hernández, H. (2011). La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científicas, funcional, burocrática y de relaciones humanas. *Escenarios, 9*(1), 38–51.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación (6ta ed.).* McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

Hernández, R. y Mendoza, C. (2019). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta.* McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.

Huapaya, M. (2013). *Modelo de Innovación en Micro y Pequeñas Empresas de un Conglomerado Industrial Peruano: Caso Citevid*. [Tesis para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad de Piura]. Repositorio institucional - Universidad de Piura.

Hurtado, J. (2012). *Metodología de la investigación: guía para una comprensión holística de la ciencia* Cíea-Sypal y Quirón.

Jijena, R. (2015). *TIC, Co-Innovación y Productividad de las Pequeñas y Medianas Empresas en Chile: Evidencia empírica y comparación internacional de resultados.* [Tesis para optar al Grado de Doctor en Sociedad de la Información y el Conocimiento, Universidad Oberta de Catalunya]. Repositorio institucional - Universidad Oberta de Catalunya.

Jones, G. & George, J., (2014). *Administración contemporánea.* McGraw-Hill Interamericana.

Lozada, J. (2014). *Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria.* Universidad Tecnológica Indoamérica.

Madrid, A., Garcia, D. y Van, A. (2013). An Investigation of Spanish SME Innovation during Different Economic Conditions. *Journal of Small Business Management, 51*(4), 578-601.

Martínez, A., & Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista Mexicana de Ingeniería Biomédica*, *36*(3), 181–191. https://doi.org/10.17488/rmib.36.3.4

Martínez, A., López, P., García, A., Estrada, S. (2009). *Innovación y competitividad en la sociedad del conocimiento*. Plaza y Valdes Editores.

Mc Farlan, F. (1984). Information Tecnology Changes the Way You Compete. *Harvard Business Review, 2.*

Medellín, E. (2013). *Construir la innovación*. Gestión de tecnología en la empresa. Siglo XXI Editores.

Milla, L. (2016). *La globalización en la gestión de las pequeñas y medianas empresas (pymes) de confecciones en San Juan de Lurigancho, periodo 2011 – 2012.* [Tesis para obtener el grado académico de doctor en Ciencias Contables y Empresariales, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional - Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Milgrom, P. & John, R. (1990). The Economics of Modern Manufacturing: Technology, Strategy, and Organization. *The American Economic Review*, *80*(3): 511-528.

Muñoz, R. (2017). *6 canastas para innovar*. El método revolucionario que pondrá la innovación al alcance de todos. Penguin Random House.

Muñoz, F. (2018). *Desarrollo de un sistema de gestión por procesos para empresas de servicios de ingeniería y construcción orientadas a la industria. Caso: Empresa CDM S.A.* [Tesis para la obtención del título de Magister en Dirección de Empresas, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio institucional - Universidad Andina Simón Bolívar.

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis.* 3º edición. Perú. Editorial e imprenta UNMSM.

OCDE. (2013). *Innovación en las empresas*. *Una perspectiva microeconómica.* Foro Consultivo Científico y Tecnológico, A.C.

Oslo Manual (2018). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación.* OECD: Unión Europea. https://n9.cl/qqvf

Overvold, G. (1987). Imperative of Organizational Harmony: A Critique of Contemporary Human Relations teory. *Journal of Business Ethics, 6*(7), 559-565.

Peluffo, M. y Catalán, E. (2002). *Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público*. ILPES

Pinilla, J. (2016). *Innovación e internacionalización exportadora en las Pymes Industriales Catalanas. El papel de las orientaciones estratégicas*. [Tesis Doctoral. Programa de doctorado, creación y gestión de empresas, Universidad Autónoma de Barcelona]. Repositorio institucional - Universidad Autónoma de Barcelona.

Porter, M. (1990). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Harvard. Business Review, marzo-abril 1990. En "Ser Competitivo". Deusto, 2003. Barcelona.

Porter, M. (2008). *Chile's Competitiveness: Facing the Demands of a New Era.* Harvard Business School. Institute for Strategy and Competitiveness. Santiago, Chile. 47 slides. http://www.isc.hbs.edu/pdf/20080529_Chile.pdf

Porter, M. (2015). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria S.A.

Sánchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística.* Universidad Ricardo Palma: Vicerrectorado de Investigación.

Sarachek, B. (1968). Elton Mayo's Social Psychology and Human Relations. *The Academy of Management Journal, 11*(2), 189–197

Suárez, S. y Álamo, F. (2005). SMES' internationalization: firms and managerial factors. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 11*(4), 258 – 279.

Thompson, I., & Gamble, I. (2012). *Administración Estratégica.* Editorial McGraw-Hill.

Trott, P. (2005). *Innovation management and new product Development*. Harlow. Pearson Education Limited. England.

Valdivia, J. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. IC Editorial.

Vargas, J. (2008). El Humanismo y las nuevas formas organizacionales: ¿Un equilibrio entre humanismo y productividad? *OCTI*, 1–42.

Verde, J. (2013). *Soñar es poder*. Penguin Random House Grupo Editorial.

Vergara, C.A (2016). *La innovación como estrategia en el fortalecimiento de la cultura innovadora.* [Tesis deMaestria en Gestión de la innovación, Universidad Tecnológica de Bolívar]. Repositorio institucional - Universidad Tecnológica de Bolívar.

Zúñiga, X. (2018). *Las estrategias competitivas y el desarrollo empresarial en las Pymes comerciales de productos de consumo masivo en el cantón Milagro, Ecuador 2012 – 2016.* [Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas, Universidad Nacional Mayor De San Marcos]. Repositorio institucional - Universidad Nacional Mayor De San Marcos.

VIII. ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

Impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores
Problema General ¿En qué medida la innovación como ventaja competitiva impacta en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020? **Problemas Específicos** **P.1.** ¿En qué medida la innovación como ventaja competitiva impacta en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020? **P.2.** ¿En qué medida la innovación como ventaja competitiva impacta en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020? **P.3.** ¿En qué medida la innovación como ventaja competitiva impacta en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020?	**Objetivo General** Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. **Objetivos Específicos** **O.1.** Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. **O.2.** Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. **O.3.** Determinar el impacto de la innovación como ventaja competitiva en la productividad de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.	**Hipótesis General** La innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. **Hipótesis Específicas** H.1. La innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en los procesos internos de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. H.2. La innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en el sistema abierto de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. H.3. La innovación como ventaja competitiva impacta favorablemente en la productividad laboral de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.	**Variable 1: Innovación como ventaja competitiva** **Dimensiones** / **Indicadores** / **Ítems** / **Escala de medición** / **Niveles y rangos** Innovación de producto/servicio: Conocimiento; Diseño y características — 1-2 Innovación de proceso: Producción; Entrega; Logística — 3-5 Innovación organizacional: Prácticas de negocios; Organización del lugar de trabajo; Relaciones externas — 6-8 Innovación de mercadotecnia: Diseño de productos; Colocación de productos y embalaje; Promoción de productos; Precios — 9-12 Escala de medición: Escala de Likert: (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo Niveles y rangos: Excelente 70-100%; Regular 40-69%; Deficiente 10-39% **Variable 2: Rendimiento de las Pymes** **Dimensiones** / **Indicadores** / **Ítems** / **Escala de medición** / **Niveles y rangos** Procesos internos: Calidad del producto; Coordinación; Organización de tareas — 1-3 Sistema abierto: Satisfacción de clientes; Habilidad de adaptación; Imagen — 4-6 Productividad laboral: Motivación; Rotación de personal; Ausentismo laboral — 7-9 Escala de medición: Escala de Likert con los siguientes niveles de respuesta: (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo Niveles y rangos: Excelente 70-100%; Regular 40-69%; Deficiente 10-39%

Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
Tipo de investigación: Básica **Nivel de investigación:** Descriptivo **Diseño de investigación:** No experimental transversal, correlacional **Enfoque:** Cuantitativo	**Población:** Trabajadores de la Oficina Registral Ica La población estuvo conformada por 811 Pymes que funcionan en la Provincia de Ica para el año 2019 **Tamaño de muestra:** La muestra está constituida por 261 Pymes de la Provincia de Ica, el cual se halló mediante la siguiente fórmula: $$n = \frac{Z^2.p.q.N}{E^2(N-1) + Z^2.p.q}$$	**Técnica:** • Encuesta **Instrumento**: • Cuestionario 1: "Innovación como ventaja competitiva" • Cuestionario 2: "Rendimiento de las Pymes" .	**DESCRIPTIVA:** Se elaboraron gráficos de barras por variables y dimensiones. **INFERENCIAL:** Se aplicará la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov debido a una muestra mayor a 50 datos y según la significancia de 0,000 se utilizó la correlación Rho de Spearman a través de SPSS 26.

Anexo 2: Instrumentos de recolección de información

CUESTIONARIO SOBRE INNOVACIÓN COMO VENTAJA COMPETITIVA

Estimado (a) gerente (a), este cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión sobre la innovación como ventaja competitiva en las Pymes de la Provincia de Ica.
La información que nos proporcione será tratada de forma confidencial y anónima. Se agradece su colaboración.

Indicaciones: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. responder marcando con una (X) la respuesta que considere correcta.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N°	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
Innovación de producto/servicio						
1	¿Tiene un alto nivel de conocimiento sobre el producto/servicio que ofrece a sus clientes de la Pyme?					
2	¿El producto/servicio cuenta con diseño y características únicas que se comparan de la competencia?					
Innovación de proceso						
3	¿Cuenta con diagrama de proceso productivo actualizado en la producción del producto/servicio en la Pyme?					
4	¿El producto/servicio es entregado a tiempo y en buen estado a los lugares de comercialización?					
5	¿Gestiona de manera idónea la logística de la pyme evitando que se produzcan periodos de escasez del producto/servicio?					
Innovación organizacional						
6	¿En la pyme se realizan prácticas de negocios constantes con el objetivo de mejorar las ventas?					
7	¿Organiza de manera adecuada el lugar de trabajo del personal para su mejor desempeño en la pyme?					
8	¿La pyme maneja de manera adecuada las relaciones externas con los clientes, proveedores, accionistas e instituciones del mismo sector?					
Innovación de mercadotecnia						
9	¿La pyme lanza al mercado un nuevo diseño de producto o servicio cada año?					
10	¿Cuenta con puntos de distribución para colocación y embalaje de su producto/servicio con el objetivo de incrementar las ventas?					
11	¿Promociona sus productos a través de las redes sociales con la finalidad de acrecentar su negocio?					
12	¿Los precios de su producto/servicio que ofrece en la pyme se diferencia de la competencia?					

CUESTIONARIO SOBRE RENDIMIENTO DE LAS PYMES

Estimado (a) gerente (a), este cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión sobre el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica.
La información que nos proporcione será tratada de forma confidencial y anónima. Se agradece su colaboración.

Indicaciones: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. responder marcando con una (X) la respuesta que considere correcta.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N°	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
Procesos internos						
01	¿Los procesos internos propuestos por la pyme, alcanza los objetivos empresariales?					
02	¿Los jefes de área coordinan de manera adecuada los procesos internos en las Pymes?					
03	¿El personal que tiene a su cargo organiza de manera idónea las tareas que se realizan dentro de la Pyme?					
Sistema abierto						
04	¿Consigue la satisfacción del cliente al brindar un servicio de calidad en la pyme?					
05	¿La pyme cuenta con habilidades para adaptarse conforme a las necesidades del mercado?					
06	¿La imagen de la pyme y los productos que ofrece al mercado son apropiados en relación a la competencia?					
Productividad laboral						
07	¿Los trabajadores de las pymes cuentan con motivación para brindar una atención de calidad?					
08	¿La distribución de rotación de personal en las distintas áreas de la pyme son los pertinentes?					
09	¿Se maneja de manera adecuada el ausentismo laboral de los trabajadores en la pyme para evitar la baja productividad?					

Anexo 3. Validación de instrumentos

Validación de instrumento Nº 1

I. Datos generales:

1.1. Apellidos y Nombres del experto: CHAVEZ JAYO, Adriana Beatriz

1.2. Institución donde labora: Universidad Nacional "San Luis Gonzaga"

1.3. Cargo que desempeña: Docente

1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: Dr. en Ciencias Empresariales

1.5. Nombre del instrumento motivo de Evaluación: Cuestionario: "Rendimiento de las pymes"

1.6. Título de la tesis: Impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

1.7. Autor del instrumento: Eddy Tulio PAREDES SUMARI

II. Apreciación del experto:

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
1	El instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (X)	NO ( )	
2	El instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (X)	NO ( )	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (X)	NO ( )	
4	El instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (X)	NO ( )	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (X)	NO ( )	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (X)	NO ( )	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (X)	NO ( )	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ( )	NO (X)	

III. Requisitos para considerar un instrumento de medición

Nº	Requisitos	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1	Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.					90 %
2	Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.					85 %
3	Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.					90 %

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 88.3 %

IV. Opción de aplicabilidad

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

( ) El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Ica, 20 de Abril de 2022

Dra. Adriana Beatriz Chávez Jayo
CLAD - 00100

Experto:
DNI: 21422330

Validación de instrumento N° 1

I. Datos generales:

1.1. Apellidos y Nombres del experto: CHAVEZ JAYO, Adriana Beatriz

1.2. Institución donde labora: Universidad Nacional "San Luis Gonzaga"

1.3. Cargo que desempeña: Docente

1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: Dr. en Ciencias Empresariales

1.5. Nombre del instrumento motivo de Evaluación: Cuestionario: "Innovación como ventaja competitiva"

1.6. Título de la tesis: Impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

1.7. Autor del instrumento: Eddy Tulio PAREDES SUMARI

II. Apreciación del experto:

N°	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
1	El instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (X)	NO ( )	
2	El instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (X)	NO ( )	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (X)	NO ( )	
4	El instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (X)	NO ( )	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (X)	NO ( )	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (X)	NO ( )	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (X)	NO ( )	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ( )	NO (X)	

III. Requisitos para considerar un instrumento de medición

N°	Requisitos	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1	Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.					90 %
2	Validez, el instrumento realmente mide las variable que se busca medir.					85 %
3	Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.					90%

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 88.3 %

IV. Opción de aplicabilidad

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

( ) El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Ica, 20 de ABRIL de 2022

Dra. Adriana Beatriz Chávez Jayo
CLAD - 08300

Experto:
DNI: 21422330

Validación de instrumento N° 2

I. Datos generales:

1.1. Apellidos y Nombres del experto: VASQUEZ ESCATE, HUGO CARLOS

1.2. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA

1.3. Cargo que desempeña: DOCENTE

1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: DOCTOR EN CC. EMPRESARIALES

1.5. Nombre del instrumento motivo de Evaluación: Cuestionario: "Rendimiento de las pymes"

1.6. Título de la tesis: Impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

1.7. Autor del instrumento: Eddy Tulio PAREDES SUMARI

II. Apreciación del experto:

N°	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
1	El instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (X)	NO ( )	
2	El instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (X)	NO ( )	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (X)	NO ( )	
4	El instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (X)	NO ( )	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (X)	NO ( )	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (X)	NO ( )	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (X)	NO ( )	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ( )	NO (X)	

III. Requisitos para considerar un instrumento de medición

N°	Requisitos	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1	Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.					85%
2	Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.					90 %
3	Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.					85 %

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 86.7 %

IV. Opción de aplicabilidad

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

( ) El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Ica, 12 de abril de 2022

Dr. Hugo Carlos Vásquez Escate
CLAD - 00099

Experto:
DNI: 21422331

Validación de instrumento N° 2

I. Datos generales:

1.1. Apellidos y Nombres del experto: VASQUEZ ESCATE, HUGO CARLOS

1.2. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA

1.3. Cargo que desempeña: DOCENTE

1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: DOCTOR EN CC. EMPRESARIALES

1.5. Nombre del instrumento motivo de Evaluación: Cuestionario: "Innovación como ventaja competitiva"

1.6. Título de la tesis: Impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

1.7. Autor del instrumento: Eddy Tulio PAREDES SUMARI

II. Apreciación del experto:

N°	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
1	El instrumento ¿Responde al planeamiento del problema?	SI (X)	NO ( )	
2	El instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (X)	NO ( )	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (X)	NO ( )	
4	El instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (X)	NO ( )	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (X)	NO ( )	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (X)	NO ( )	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (X)	NO ( )	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ( )	NO (X)	

III. Requisitos para considerar un instrumento de medición

N°	Requisitos	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1	Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.					85 %
2	Validez, el instrumento realmente mide las variable que se busca medir.					90 %
3	Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.					85 %

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 86.7 %

IV. Opción de aplicabilidad

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

( ) El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Ica, 12 de abril de 2022

Dr. Hugo Carlos Vásquez Escate
CLAD - 00000

Experto:
DNI: 21422337

Validación de instrumento N° 3

I. Datos generales:

1.1. Apellidos y Nombres del experto: GABRIEL HERNANDEZ ORLANDO TERRY

1.2. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA

1.3. Cargo que desempeña: DOCENTE

1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: DOCTOR - CIENCIAS EMP.

1.5. Nombre del instrumento motivo de Evaluación: Cuestionario: "Rendimiento de las pymes"

1.6. Título de la tesis: Impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

1.7. Autor del instrumento: Eddy Tulio PAREDES SUMARI

II. Apreciación del experto:

N°	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
1	El instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (X)	NO ( )	
2	El instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (X)	NO ( )	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (X)	NO ( )	
4	El instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (X)	NO ( )	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (X)	NO ( )	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (X)	NO ( )	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI ( )	NO ( )	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ( )	NO (X)	

III. Requisitos para considerar un instrumento de medición

N°	Requisitos	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1	Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				80 %	
2	Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				80 %	
3	Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				80 %	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 %

IV. Opción de aplicabilidad

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

( ) El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Ica, 05 de mayo de 2022

Experto: Orlando T. Gabriel H.

DNI: 21441514

Validación de instrumento Nº 3

I. Datos generales:

1.1. Apellidos y Nombres del experto: GABRIEL HERNANDES ORLANDO TERRY

1.2. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA

1.3. Cargo que desempeña: DOCENTE

1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: DOCTOR - CIENCIAS EMP.

1.5. Nombre del instrumento motivo de Evaluación: Cuestionario: "Innovación como ventaja competitiva"

1.6. Título de la tesis: Impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la Provincia de Ica, en el periodo 2019-2020.

1.7. Autor del instrumento: Eddy Tulio PAREDES SUMARI

II. Apreciación del experto:

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIONES
1	El instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (X)	NO ( )	
2	El instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (X)	NO ( )	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (X)	NO ( )	
4	El instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (X)	NO ( )	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (X)	NO ( )	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (X)	NO ( )	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (X)	NO ( )	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ( )	NO (X)	

III. Requisitos para considerar un instrumento de medición

N°	Requisitos	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1	Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				80 %	
2	Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				80 %	
3	Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				80 %	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 %

IV. Opción de aplicabilidad

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

( ) El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Ica, 05 de mayo de 2022

Experto: Ordenado T. Gab. IH.

DNI: 21441514

Anexo 4. Confiabilidad de instrumentos

Tabla 16
Datos para confiabilidad Cuestionario "Innovación como ventaja competitiva"

E	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12
1	4	4	4	4	5	1	4	5	4	5	5	5
2	5	4	1	5	5	2	5	5	4	5	5	5
3	4	4	2	5	5	2	4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	5	5	1	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	2	5	3	4	5	5	5
6	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
7	4	5	2	4	3	4	3	5	4	4	5	4
8	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5
9	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	4	5
10	5	4	1	5	5	2	5	4	4	5	5	5
11	1	1	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	4	3	5	3	3	3	3	5	5	5
13	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
14	3	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
15	5	5	1	4	5	2	5	5	4	5	4	4
16	1	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3
17	5	5	4	4	4	2	4	5	4	5	4	4
18	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1
19	4	4	2	4	5	3	3	4	4	4	4	4
20	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4

Fuente: Elaboración propia, Prueba piloto

Tabla 17
Estadísticos de fiabilidad Cuestionario "Innovación como ventaja competitiva"

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,899	12

Aplicando el cuestionario "Innovación como ventaja competitiva" de 12 ítems a una muestra piloto de 20 gerentes de pymes de la provincia de Ica, se obtuvo un valor alfa de Cronbach de 0,899, este valor indica que el test tiene alta consistencia interna.

Tabla 18
Datos para confiabilidad Cuestionario "Rendimiento de las pymes"

E	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
6	4	3	4	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	4	4	4	4	4	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	3	3	3	4	4	4	4	4	5
12	5	5	5	4	4	4	5	4	4
13	4	5	5	3	4	4	4	4	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	4	4	4	5	5
16	3	4	3	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	5	5	4	4	4	3
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	3	4	4	4	4	4	4	4	4

Fuente: Elaboración propia, Prueba piloto

Tabla 19
Estadísticos de fiabilidad Cuestionario "Rendimiento de las pymes"

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,982	9

Aplicando el cuestionario "Innovación como ventaja competitiva" de 9 ítems a una muestra piloto de 20 gerentes de pymes de la provincia de Ica, se obtuvo un valor alfa de Cronbach de 0,982, este valor indica que el test tiene alta consistencia interna.

Anexo 5. Tamaño de la muestra

Tabla 20
Número de Empresas por Provincia y Tamaño durante el año 2019

Provincia	Gran empresa	Mediana	Micro	Pequeña	Total Empresas Provincias
Chincha	39	15	13661	407	14122
Ica	60	18	28617	793	29488
Nasca	29	11	6443	290	6773
Palpa	2		890	12	904
Pisco	13	6	9986	230	10235
Total Empresas por Tamaño	143	50	59597	1732	61522

Fuente: Enaho (2020)

Tabla 21
Número de Empresas según tamaño y sector económico del año 2019 en la Provincia de Ica

Sector económico	Gran empresa	Mediana	Micro	Pequeña	Total general	Porcentaje
Agropecuario	12	2	381	65	460	1.56
Comercio	22	8	15192	324	15546	52.72
Construcción	2	2	875	71	950	3.22
Manufactura	7	1	1297	42	1347	4.57
Minería	1		346	19	366	1.24
Pesca			17	1	18	0.06
Servicios	16	5	10509	271	10801	36.63
TOTAL	60	18	28617	793	29488	100

Fuente: Enaho (2020)

La población considerada fue de 811 Pequeñas y medianas empresas. Por lo que, la muestra se halló a través de la siguiente fórmula de población finita de Fisher:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 811}{(0.05)^2(811-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n = 261 Pymes