



UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

TESIS

“LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y LA CAPACIDAD EXPORTADORA EN LAS
EMPRESAS TEXTILES DE LANA DE ALPACA, HUANCAYO 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

BACH. LIZBETH RUTH SERRANO CHANCA

PORTADA

HUANCAYO - PERÚ

2018

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico este trabajo de investigación a Dios por la sabiduría que me brinda. Dirijo también a mis padres que día a día me dan su apoyo incondicional. A mi hijo que es el pilar para alcanzar el éxito en mi vida cotidiana y formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los docentes por la orientación y el esfuerzo de ser guías en la realización de todo el trabajo de investigación, y que a su vez me apoyan en el transcurso de mi formación académica.

RESUMEN

La presente investigación se titula la “LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y LA CAPACIDAD EXPORTADORA EN LAS EMPRESAS TEXTILES DE LANA DE ALPACA, HUANCAYO 2017”, dando una respuesta a la problemática ¿Qué relación existe entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017? con la hipótesis existe relación significativa entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora en las empresa textiles de lana de alpaca, Huancayo – 2017 y como objetivo es determinar la influencia de la innovación tecnológica en la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

La investigación obedece al enfoque cuantitativo. El método general fue científico y como específicos se aplicó el descriptivo, el tipo de estudio realizado según su finalidad es básica, y con un diseño correlacional. El muestreo utilizado fue censal y estuvo conformado por 6 empresas textiles de lana de alpaca. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento se utilizaron cuestionarios sobre innovación tecnológica y capacidad exportadora. El método de validación fue por contenido, donde la validez de las variables fue aceptable. Para comprobar la influencia entre la variable innovación tecnológica y capacidad exportadora se desarrolló con el programa de SPSS y la correlación de SPERMAN, obteniendo como resultado un valor de 0.868 que demuestra influencia entre estas dos variables, por lo que se puede afirmar que existe influencia entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora en las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo 2017

Palabras claves: Innovación tecnológica, capacidad exportadora, investigación, tecnología, producto, gestión, mercadeo.

ABSTRACT

This research is entitled "Technological innovation and export capacity in textile companies of alpaca wool, Huancayo 2017", giving an answer to the problem in what way technological innovation influences the export capacity of wool textile companies of alpaca, Huancayo-2017? with the hypothesis there is a significant relationship between technological innovation and export capacity in the alpaca wool textile companies, Huancayo - 2017 and the objective is to determine the influence of technological innovation on the export capacity of alpaca wool textile companies, Huancayo-2017.

The investigation obeys the quantitative approach. The general method was scientific and as the descriptive was applied, the type of study carried out according to its purpose is basic, and with a correlational design. The sampling used was census and was made up of 6 textile companies of alpaca wool. The technique used was the survey and questionnaires on technological innovation and export capacity were used as an instrument. The validation method was by content, where the validity of the variables were acceptable. To check the influence between the variable technological innovation and export capacity was developed with the SPSS program and the SPERMAN correlation, obtaining as a result a value of 0.868 that shows influence between these two variables, so it can be affirmed that there is influence between Technological innovation and export capacity in textile companies of alpaca wool, Huancayo 2017

Keywords: Technological innovation, export capacity, research, technology, product, management, marketing.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1.- Planteamiento del problema	12
1.2.- Formulación del problema.....	15
1.2.1.- Problema general	15
1.2.2.- Problemas específicos.....	15
1.3.- Objetivos de la investigación.....	15
1.3.1.- Objetivo general.....	15
1.3.2.- Objetivos específicos	15
1.4.- Justificación del estudio.....	16
1.4.1.- Justificación teórica	16
1.4.2.- Justificación práctica.....	16
1.4.3.- Justificación metodológica.....	16
1.5.- Delimitaciones de la investigación	17
1.5.1.- Delimitación espacial.....	17
1.5.2.- Delimitación social	17
1.5.3.- Delimitación temporal	17
1.5.4.- Delimitación conceptual	17
1.6.- Limitaciones de la investigación	17
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	19
2.1.- Antecedentes del estudio	19
2.1.1.- A nivel internacional.....	19
2.1.2.- A nivel nacional	20
2.2.- Bases teóricas	22
2.2.1.- Innovación tecnológica	22
2.2.2.- Capacidad exportadora.....	28
2.3.- Definición de términos	34
2.4.- Hipótesis	35
2.4.1.- Hipótesis general.....	35
2.4.2.- Hipótesis específicas.....	36
2.5.- Variables.....	36

2.5.1.- Definición conceptual de la variable.....	36
2.5.2.- Definición operacional de la variable	36
2.5.3.- Operacionalización de variables	36
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	39
3.1.- Tipo y nivel de investigación.....	39
3.1.1.- Tipo de investigación.....	39
3.1.2.- Nivel de investigación.....	39
3.2.- Métodos y diseño de la investigación.....	40
3.2.1.- Métodos de la investigación.....	40
3.2.2.- Diseño de la investigación	40
3.3.- Descripción del ámbito de la investigación.....	41
3.4.- Población y muestra.....	41
3.4.1.- Población.....	41
3.4.2.- Muestra	41
3.5.- Técnica e instrumentos para la recolección de datos.....	42
3.5.1.- Técnica de recolección de datos	42
3.5.2.- Instrumento de recolección de datos	42
3.6.- Validez y confiabilidad del instrumento.....	42
3.7.- Plan de recolección y procesamiento de datos	44
CAPITULO IV: RESULTADOS	45
4.1.- Presentación de resultados.....	45
4.1.1.- Innovación tecnológica	45
4.1.2.- Capacidad exportadora.....	54
4.2.- Proceso de la prueba de hipótesis	61
4.2.1.- Prueba de hipótesis general.....	61
4.2.2.- Prueba de hipótesis específica N°1	63
4.2.3.- Prueba de hipótesis específica N°2	64
4.2.4.- Prueba de hipótesis específica N°3	65
CAPITULO V: DISCUSIÓN	68
CONCLUSIONES	70
RECOMENDACIONES	72
ANEXOS	77
Anexo 1: Matriz de Consistencia	78
Anexo 2: Matriz de diseño de instrumentos	79
Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos	82
Anexo 4: Ficha de evaluación de expertos	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables de investigación.....	38
Tabla 2. Resultado comparativo opinión de expertos.....	42
Tabla 3. Frecuencia de la dimensión gestión del conocimiento	47
Tabla 4. Frecuencia de la dimensión investigación y desarrollo	50
Tabla 5. Frecuencia de la dimensión tecnologías de la información y comunicación	52
Tabla 6. Frecuencia de la dimensión producto	55
Tabla 7. Frecuencia de la dimensión gestión empresarial	57
Tabla 8. Frecuencia de la dimensión mercadeo internacional	60
Tabla 9. Correlaciones entre innovación tecnológica y capacidad exportadora.....	62
Tabla 10. Correlaciones	63
Tabla 11. Correlaciones entre innovación tecnológica y capacidad exportadora.....	64
Tabla 12. Correlaciones entre investigación y desarrollo y capacidad exportadora	65
Tabla 13. Correlaciones entre tecnologías de la información y comunicación y capacidad exportadora	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Frecuencia de la dimensión gestión de conocimiento	48
Figura N° 2 Frecuencia de la dimensión investigación y desarrollo	50
Figura N° 3 Frecuencia de la dimensión tecnologías de la información y comunicación	53
Figura N° 4 Frecuencia de la dimensión producto	56
Figura N° 5 Frecuencia de la dimensión gestión empresarial	58
Figura N° 6 Frecuencia de la dimensión mercadeo internacional	61

INTRODUCCIÓN

La presente investigación, tuvo como planteamiento del problema que la innovación tecnológica es un factor influyente y relevante en la competitividad de un país, influenciando de igual modo en la competitividad empresarial, esto es demostrado cuando una organización aplica las nuevas tecnologías en su sistema de gestión y productivo, generándose un cambio de 360° en todo aspecto dentro de la organización, sistematizando los procesos de tal forma que permita el cambio paradigmático de trabajos manuales a trabajos computarizados permitiendo de esta manera su industrialización, mejorando no solo los procesos, sus relaciones de procesos y lo más importante la mejora continua del proceso productivo, haciéndolos más dinámicos y flexibles que permitan ser programados y reprogramados en función a las necesidades de los clientes..

Temiendo en cuenta ello, entonces el objetivo de la tesis es determinar la relación de la innovación tecnológica y la capacidad exportadora en las empresas textiles de lana de alpaca.

Esta investigación está dividida en cuatro capítulos. En el Capítulo I, se desarrolla el problema de investigación donde se describe el planteamiento del problema, formulación del problema, objetivos de la investigación, justificación del estudio, delimitaciones de la investigación y limitaciones de la investigación.

En el capítulo II, se desarrolla marco teórico de la investigación donde se desarrollaron los antecedentes de la investigación, bases teóricas, definición de términos, hipótesis y variables.

En el capítulo III, se desarrolla la metodología de la investigación donde se describe el tipo y nivel de investigación, métodos y diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos para la recolección de datos, validez y confiabilidad de los instrumentos y el plan de recolección y procesamiento de datos.

En el capítulo IV, se desarrolla los resultados de la investigación donde se describe la presentación de resultados (estadística descriptiva) y el proceso de la prueba de hipótesis (estadística inferencial).

Y en el capítulo V, se desarrolla la discusión de la investigación donde se discute los resultados de la investigación con los antecedentes del estudio.

Finalmente se realizaron las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos correspondientes a la investigación.

La autora.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.- Planteamiento del problema

La innovación tecnológica es uno de los principales motores de la competitividad de un país, demuestra la habilidad de los empresarios para llevar desarrollo científico al mercado.

En nuestro país la innovación tecnológica se ha transformado en una necesidad para las empresas de manera que puedan competir y mantenerse dentro de un mercado globalizado con continuos adelantos tecnológicos y cambios de paradigma, las ideas surgen ante la necesidad de resolver algún problema o el interés de generar algo nuevo que puede ser un producto o un servicio.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática las empresas innovadoras en rubro manufacturero que apostaron por la innovación tecnológica en productos, obtuvieron los siguientes resultados: el 53,8% lograron colocar en el mercado bienes mejorados y el 43,2% bienes nuevos. Por otro lado, algunas empresas aplicaron innovación tecnológica en su procesos, obtuvieron el siguiente resultado: el 56,4% lograron desarrollar nuevos procesos productivos y el 53,7% un mejoraron sus propios métodos, en tanto que un 40,4% de desarrollo procesos de apoyo a la

producción, en procedimientos en sistemas de mantenimiento o adquisiciones, contabilidad o informática.

La capacidad exportadora es el procedimiento que controla de manera sencilla y objetiva las capacidades que dispone la empresa para la producción de bienes y servicios, evaluando factores cuantitativamente y cualitativamente, y en base a este análisis desarrollar acciones claras de mejoramiento que permitan afrontar su salida al exterior (Miguel A. Otero Simón Business Pocket; p. 44).

Es por eso que en la capacidad exportadora se debe de identificar el producto , en base a los requerimientos que solicita el mercado internacional ,la gestión empresarial para direccionar los procesos para la ejecución de las actividades y así poder desarrollarlos, la gestión en los mercados internacionales y logística internacional y por último a la gestión económica y financiera ya que es de vital importancia reconocer las fortalezas en la capacidad de recursos financieros o debilidad para acceder a ellos , ya que esto permitirá que se realicen las acciones propuestas.

Según el informe de transferencia de gestión del ministerio de Comercio Exterior y Turismo periodo 2011-2016, las exportaciones no tradicionales mejoraron sus procedimientos en un 12,7% del 2003 al 2015; alcanzando US\$10 886 millones en el 2015; siendo su porcentaje a la fecha el 30% como base exportadora. Por otro lado, este efecto de mejora se ha trasladado de lo exterior a la pequeñas empresas exportadoras, motivado una notable mejoría en incremento de ventas, tras pasar de 4 mil en el 2003, a más de 6 mil en el 2015., todos estas mejoras en la diversificación de productos y mercados han sido posibles gracias a la firma de acuerdos comerciales que ha logrado el Perú (como Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos, la

Unión Europea, China y Japón, entre otros) y las políticas de mejoramiento en el comercio exterior.

Se tiene estadísticas sobre exportaciones no tradicionales a países con quienes se han firmado acuerdos comerciales, en el año 2015, el 31,9% del total exportado, por encima del 24,3% registrado en el 2008, el número de exportaciones no tradicionales se incrementó de 6 921 en el 2008. Se maneja la información que el 96% de las empresas exportadoras son micro, pequeñas y medianas, demostrado que el mercado en estos tipos de empresas está mejorando desde el año 2005 al 2015.

Según la Oficina Macro Regional de Exportación Centro de PromPerú ubicada en Huancayo, las exportaciones del 2013 en prendas de vestir de alpaca, ascienden a USD 1'055,851.40 dólares (141% más que el 2012) y en telas y fieltros a USD 7,728.50 dólares, (4% más que el 2012) producto del esfuerzo de 10 empresas huancaínas y otras 10 empresas de Lima.

Las exportaciones en textiles en Junín se concentran en la fibra de alpaca y sus derivados como: cardigans, chompas, chalinas, chullos, representando el 2% de las exportaciones, siendo su centro la provincia de Huancayo.

De toda nuestras exportaciones anuales el 2%, representa productos textiles en alpaca, donde la información corroborada demuestra que fueron 20 empresas que exportaron productos en base a esta fibra por un millón 806 mil soles. Haya empresa que acopian productos acabados y otras producen sus propia ropa y modelo, pero que en su mayoría desarrollan diseño exclusivos que no se venden en el mercado interno.

Es por eso que generar planes para promover la exportación de textiles en la región, es necesario mediante estrategias de promoción de inversión (incentivos), para ello se necesita de parques industrial y técnicos en tejidos, contar con acceso a tintes orgánicos y químicos, agencias de aduana, empresas que hagan flete, línea aérea para

envíos directos, incentivos tributarios, entre otros", por tanto la finalidad de la presente investigación es identificar la influencia entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora en las empresas textiles de la ciudad de Huancayo.

1.2.- Formulación del problema

1.2.1.- Problema general

¿Qué relación existe entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017?

1.2.2.- Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre la gestión de conocimiento y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017?
- ¿Qué relación existe entre la investigación y desarrollo y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017?
- ¿Qué relación existe entre las tecnologías de información y comunicación influye en la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017?

1.3.- Objetivos de la investigación

1.3.1.- Objetivo general

Determinar la relación entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

1.3.2.- Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la gestión de conocimiento y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.
- Determinar la relación entre la investigación y desarrollo y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

- Determinar la relación entre las tecnologías de información y comunicación en la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

1.4.- Justificación del estudio

1.4.1.- Justificación teórica

La investigación propuesta busca mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos referidos a innovación tecnológica y capacidad exportadora, permitirán analizar los procesos internos de la empresa que permitan comprender factores referidas a la transformación de una idea en un producto vendible en el mercado; así entender la capacidad de la empresa de pensar y actuar globalmente, permitiendo de esta manera a las empresas exportadoras mejorar sus procesos referidos a producción y exportación.

1.4.2- Justificación práctica

De acuerdo con el análisis de la problemática y los objetivos que busca la investigación, el resultado permitirá encontrar soluciones concretas a los problemas relacionados con la innovación tecnológica y capacidad exportadora, esto ayudará como elemento clave que permita implantar nuevos o mejorados procesos productivos o procedimientos para mejorar la competitividad de las empresas exportadoras de lana de alpaca.

1.4.3- Justificación metodológica

Para lograr los objetivos de la investigación, se ha empleado técnicas de investigación como el cuestionario y su procesamiento en un programa estadístico para medir la innovación tecnológica y capacidad exportadora, con el objetivo de que las empresas textiles de lana de alpaca mejoren sus procesos para la exportación. Así mismo, los resultados que se obtengan en la

investigación se apoyan en técnicas de investigación validas con el fin de conseguir información para posteriormente analizarlo y llegar a la respuesta del problema general.

1.5.- Delimitaciones de la investigación

1.5.1.- Delimitación espacial

La investigación propuesta se realizó en los ambientes de las 6 empresas textiles de lana de alpaca de la provincia de Huancayo, es en sus ambientes donde se desarrolló la toma de información en base a las encuestas.

1.5.2.- Delimitación social

El grupo social objeto de estudio fueron los administrativos y trabajadores que laboran en los ambientes de las empresas textiles de lana de alpaca de la provincia de Huancayo.

1.5.3.- Delimitación temporal

El periodo de análisis de la problemática y la toma de datos que se genera para la realización del trabajo de investigación fueron enmarcados en base a los hechos suscitados en el año 2017.

1.5.4.- Delimitación conceptual

La investigación abarca con el cumplimiento de la estructura de tesis que especifica la universidad, para lo cual se sustentó mediante conceptos, teorías y bibliografía que sustente y garantice la factibilidad de la investigación tomando como ejes fundamentales a la innovación tecnológica y capacidad exportadora.

1.6.- Limitaciones de la investigación

La investigación por la naturaleza de la investigación que requiere, se vio limitada en cuanto a la disponibilidad y acceso a información que proporcione las empresas

textiles de lana de alpaca del Distrito de Huancayo, debido a la reserva y confidencialidad de la información.

Además, se vio limitada económicamente porque se desarrolló con recursos propios de la investigadora.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes del estudio

En el ámbito internacional, nacional y local existe una diversidad de trabajos de investigación relacionados a la presente investigación, pero con diferentes unidades de análisis.

2.1.1.- A nivel internacional

Alfaro, Castro y Romero (2007), realizaron una investigación titulada “Propuesta de gestión de innovación tecnológica para mejorar la competitividad de la pequeña y mediana empresa agroindustrial dedicada al procesamiento de frutas y hortalizas de El Salvador”; su objetivo general fue desarrollar una propuesta de gestión de innovación tecnológica para las Pymes dedicadas al procesamiento de frutas y hortalizas de El Salvador, a fin de dar un aporte a la innovación de procesos y productos de tal manera que permita contribuir a incrementar su competitividad; su tipo de estudio fue descriptiva; la muestra fue seleccionada mediante un muestreo aleatorio simple; se utilizó encuestas con la ayuda de un cuestionario. Como conclusión se tiene que las Pymes no poseen una estructura organizativa con capacidad para sostener de manera permanente una unidad en la que se delegue la función de la búsqueda de la innovación tecnológica o de I+D+I (investigación desarrollo e innovación) directamente, pero esto no significa

que no tengan oportunidades para hacerlo, solo significa que el reto de innovar para ser competitivos en su entorno es más duro.

2.1.2.- A nivel nacional

Loja (2006) realizó una investigación titulada “La innovación tecnológica como medio para consolidar el mercado interno”; su objetivo general fue analizar como la innovación tecnológica ayuda a consolidar el mercado interno; su tipo de estudio fue explicativo o causal; la muestra fue seleccionada mediante un muestreo aleatorio simple; se utilizó un cuestionario. Como conclusión se tiene que el proceso de innovación tecnológica ayuda a mejorar la eficiencia en los procesos.

Parrales (2014) realizó una investigación titulada “Modelo de negocios e innovación tecnológica en las Pymes para el desarrollo socio económico regional de la zona sur de Manabí”; su objetivo general fue implementar modelos de negocios e innovación tecnológica en las Pymes para mejorar el desarrollo socio económico regional de la zona sur de Manabí; su tipo de estudio fue investigación aplicada transversal; la muestra fue seleccionada mediante un muestreo aleatorio simple; se realizó encuestas. Como conclusión se tiene que los modelos de gestión, que analizan su variada tipología, sus interacciones y sus distintas manifestaciones, resultan una clara muestra de una búsqueda de enfoques y tecnologías que contribuyan a adquirir algún control sobre el patrimonio intelectual, para viabilizar la gobernabilidad de los procesos de innovación y de las propias organizaciones.

Tello (2011) realizó una investigación titulada “Capacidad exportadora y su relación con el desempeño de las empresas agrarias y agroindustriales en Iquitos, en el marco del ATPDEA”; su objetivo general fue determinar la capacidad exportadora de las empresas agrarias y agroindustriales radicadas en Iquitos y su relación con el desempeño agro exportador hacia el mercado norteamericano; en el marco promotor establecido principalmente por el ATPDEA; su tipo de estudio fue investigación no experimental; la muestra fue probabilística, encuestando a 28 empresarios. Como conclusión se tiene que el 86 % de las empresas agrarias y agroindustriales de la ciudad de Iquitos, se encuentran comprendidas en las categorías "inicio" y "en proceso", respecto de la variable grado de desarrollo exportador (GDX); denotando importantes carencias para abordar el mercado internacional.

2.1.2.- A nivel local

Coronel y Rojas (2013) realizó una investigación titulada “Impacto de la gestión del conocimiento en la innovación de las entidades microfinancieras en Tarma, Periodo 2012”; su objetivo general fue determinar el grado de relación que existe entre la gestión del conocimiento y la innovación de las Entidades microfinancieras en Tarma, periodo 2012; su tipo de estudio fue investigación aplicada; la muestra fue seleccionada mediante un muestreo aleatorio simple 5 microfinancieras. Como conclusión se tiene que las prácticas que tienen que ver con la innovación, realizadas en las instituciones microfinancieras en Tarma, en el periodo 2012, son llevadas a cabo de manera esporádica (a veces), y siempre están enfocadas al contexto del negocio y al

producto financiero; por otro lado, las innovaciones que se llevan a cabo son internas en la mayoría de casos y externas minoritariamente.

Napalco (2015) realizó una investigación titulada “La influencia de la innovación tecnológica en la producción y procesamiento del café en la Provincia - Chanchamayo”; su objetivo general fue determinar la influencia de la innovación tecnológica en la producción y procesamiento del café en la Provincia de Chanchamayo.; su tipo de estudio fue investigación descriptiva (correlacional); la muestra fue 239 productores cafetaleros. Como conclusión se tiene que el 100% de las asociaciones y/o cooperativas no cuentan con áreas de investigación y experimentación.

2.2.- Bases teóricas

2.2.1.- Innovación tecnológica

2.2.1.1- Conceptos

Ruiz & Mandado (1989) definen que la innovación tecnológica está compuesta por un grupo de actividades organizadas y ejecutadas en un determinado tiempo y lugar, que permite convertir una idea en un producto o servicio, de tal forma que permita crear productos nuevos o mejorados para ser comercializados en el mercado.

Según Hermoso (1992) la innovación tecnológica como proceso creativo se desarrolla de forma lógica, secuencia y organizada permitiendo incrementar y mejorar los conocimientos de las personas, su cultura y la sociedad, la aplicación

de estos nuevos conocimientos permiten crear nuevos procesos, productos y servicios.

Además, Revilla (2001), menciona que la innovación tecnológica consistente en la aplicación comercial de una idea mediante el uso de sistemas, lo que permite desarrollar las ideas en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que el mercado valora.

2.2.1.2- Funciones principales de la innovación tecnológica

La función principal que cumple la innovación tecnológica como apoyo en las áreas de una empresa son:

- Inventariar las tecnologías con que cuenta la empresa.
- Vigilar la evolución de las nuevas tecnologías y las tecnologías que tiene nuestros.
- Evaluar las posibles tecnologías que podemos adquirir y/o mejorar.
- Enriquecer nuestras mejoras tecnológicas mediante investigaciones, comprar de tecnologías.
- Optimizar los recursos tecnológicos con que cuenta la empresa.
- Proteger la propiedad industrial con patentes, marcas, etc. (Hermoso, 1992, p. 38).

2.2.1.3- Naturaleza de la innovación tecnológica

Hermoso (1992, p. 12). especifica que la innovación tecnológica, se implementa como medio para mejorar e innovar los procesos de la empresa, siendo las

empresas productivas las que más adquieren y aplican las tecnologías para mejorar su productividad.

La tecnología que se va aplicar en la empresa es analizada en función a las necesidades que tenga la empresa y que procesos quiere mejorar, esto permitirá sistematizar sus procesos para luego automatizarlo, esto permitirá mejorar nuestros productos o innovarlos, permitiendo que la empresa se diferencia de otros.

La transformación de la ciencia en tecnología requiere la focalización del conocimiento científico en una gama concreta de problemas que se pueden solucionar:

- Innovación comercial permite colocar en el mercado nuevos productos o servicios mediante la aplicación de planes de marketing, donde se destacan nuevos medios de promoción, combinaciones estética-funcionalidad, distribución y nuevas formas de comercialización.
- Innovación organizativa permite el cambio en la dirección y organización bajo la cual se desarrolla la actividad productiva y comercial de la empresa, permitiendo la constitución de redes entre empresas y otros agentes del sistema económico que favorece la cooperación entre ellos.

2.2.1.4- El proceso de innovación

El proceso de innovación integra varias actividades frecuentes y repetidas que permiten analizarlos según su naturaleza:

- Generación y adquisición de conocimiento (mediante investigaciones).
- Preparación para la producción (aplicación de procesos de ingeniería).

- Preparación para la comercialización (aplicación de procesos de marketing).

Las actividades de generación y adquisición de conocimiento, genera nuevas formas de producción mediante la investigación de procesos, desarrollando de esta manera nuevos conocimientos necesarios para llevar a cabo la innovación. En este último caso se distingue entre adquisición de inmovilizado material o inmovilizado inmaterial.

- a) La investigación y desarrollo (I+D) se define como el trabajo creador que, emprendido sobre una base sistemática, tiene por objeto el aumento del conocimiento científico y técnico, y su posterior utilización en nuevas aplicaciones, procesos y servicios en las empresas (FREEMAN, 1975).
- b) La adquisición de tecnología del exterior, se desarrolla mediante una evaluación de interna de la empresa que permite evaluar las futuras innovaciones que se puede aplicar en la empresa en función a sus necesidades
 - La adquisición de inmovilizado inmaterial consistente en adquirir tecnología en forma de patentes, licencias, know-how, marcas, etc.
 - La adquisición de inmovilizado material consistente en adquirir maquinaria y equipos con características tecnológicas avanzadas, directamente relacionadas con el proceso de innovación.

2.2.1.5.- Gestión de conocimiento

Salzar & Armas (2009) define que la gestión del conocimiento es el análisis de las motivaciones y obstáculos para que los individuos puedan aplicar su

conocimiento, compartir lo que saben y hacer uso de las informaciones y de las tecnologías disponibles.

La importancia estratégica del conocimiento para las organizaciones

Salzar y Armas (2009) en primer lugar debemos recordar que consiste en la estrategia y ventaja competitiva. Henderson (1998) afirma que una estrategia puede describirse como la búsqueda deliberada de un plan de acción para desarrollar y ajustar las ventajas competitivas de una empresa.

Hamel y Prahalad (1990) consideran que no es exagerado decir que "la estrategia competitiva es el arte de crear y explorar los beneficios que son más convincentes, duraderos y más difíciles de duplicar", el conocimiento generado puede tomar tres formas:

- La adaptación empresarial responde a los cambios del entorno externo y seguir siendo competitiva.
- El cambio organizacional permite un cambio paradigmático e interno en la empresa en función a la mejora continua que deberá de implementar la empresa, con el fin de producir productos o servicios de calidad. (Wood, 1995, p. 292).

Estas acciones permitirán a la empresa manejar una ventaja competitiva frente a sus competidores.

2.2.1.6.- Investigación y desarrollo

Hermoso (1992, p. 35) define que la investigación y el desarrollo maneja el un trabajo creativo que permite incrementar el volumen de conocimientos y aprendizajes que permitan desarrollar nuevas aplicaciones.

El término I+D engloba tres actividades:

- Investigación básica, son trabajos experimentales o teóricos que se desarrollan con el objetivo de obtener nuevos conocimientos acerca de los hechos observados.
- Investigación aplicada, es la aplicación de nuevos conocimientos que permiten mejorar las realidades en análisis provocando en ellas nuevos cambios bajo un objetivo específico.
- Desarrollo experimental, son trabajos sistematizados basados en conocimientos existentes derivados de investigaciones, experiencias y prácticas permitiendo establecer nuevas formas de gestión y producción en empresas productoras de bienes o empresas que brindan servicios

Según la Ley 55/1999 aplicado por el estado español que son las medidas fiscales, administrativas y del orden social (BOE n.º 312, de 30 de diciembre de 1999) se considera:

- Investigación, permite descubrir nuevos conocimientos.
- Desarrollo, es la actividad de desarrollar investigaciones para obtener nuevos conocimientos para la producción de nuevos productos o mejoramiento de procesos productivos y administrativos

2.2.1.7.- Tecnologías de información y comunicación

Romero, Saldívar, Delgado & Sánchez (2012) definen que las tecnologías de información y comunicación (TIC) como un grupo de técnicas y dispositivos avanzados, que permiten desarrollar los procesos de almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos dentro de la empresa.

Carcaterísticas de las tecnologías de información y comunicación

La aplicación de TICs en las empresas permite nuevas formas de procesamiento de los datos y su respectiva comunicación, siendo lo más resaltante:

- Velocidad en el procesamiento de datos para la toma de decisiones aplicados a diferentes tipos de empresas.
- Se relacionan con mayor frecuencia con el uso de internet y la aplicación de la informática.

Las tecnologías de información y comunicación son importantes porque nos permiten analizar y utilizar el avance tecnológico a favor de la mejora de procesos de las empresas, para ello debemos manejar y utilizar diferentes términos tales como:

- Hardware, factores físicos de la tecnología.
- Software, factores lógicos de procesamiento de datos.
- Computadora, máquina electrónica que ejecuta los cálculos y estructuración de datos para convertirlos en información
- Sistema: interacción de diversos componentes, enlazados para un fin común y efectivo.
- Archivo, dato almacenado resultante de un procesamiento de información.

2.2.2.- Capacidad exportadora

2.2.2.1- Conceptos

Martin (2015) conceptualiza capacidad exportadora como la capacidad que tiene la empresa de adecurarse a los cambios del mercado internacional, para lo cual debe planificar y organizar cambios internos, en las diferentes áreas dentro de la empresa.

Castaingts (2004) define que la capacidad exportadora se entiende es la capacidad de exportación de productos fuera de un país, como las ventas hacia otras regiones internas, esta capacidad surge cuando se cuenta con capacidad productiva y con bajos costos de producción.

2.2.2.2- Planificación de la capacidad exportadora

García (2017) especifica que para planificar la capacidad exportadora que tiene la empresa para exportar, es importante incrementar las fortalezas y oportunidades y minimizar las debilidades y amenaza que ofrecen los mercados internacionales, permitiendo así mismo reducir el impacto de las amenazas externas.

Para los cual es importante analizar los siguientes factores:

- Análisis de la empresa.
- Análisis del entorno.
- Análisis del sector.
- Análisis de la competencia.
- Análisis de la tendencia de consumo.
- Análisis de productos y servicios.
- Análisis de matriz FODA.

Estos análisis permitirán:

- Generación de alternativas estratégicas.
- Determinación y selección de estrategias.
- Implementación de estrategias.
- Control y revisión.

2.2.2.3- Evaluación de la capacidad exportadora

Minervini (2012), permite evaluar aspectos internos de la empresa, verificando si se cuenta con los mínimos requisitos necesarios para poder exportar, caso contrario permitirá que debemos de reajustar en la empresa para realizarlo, esta evaluación nos ayudara a que la empresa mejore procesos para poder internacionalizar sus productos o servicios. Por otra parte, es oportuno reflexionar sobre las siguientes preguntas:

- ¿Por qué exporta?
- ¿Identificar la gama de productos que fabrica?
- ¿Cuál es el tipo de consumidor en el País?
- ¿Cuáles son los factores de competitividad que tiene la empresa?
- ¿Dónde encontrar importadores dispuestos a comprar su producto?
- Las áreas de la empresa están organizadas para adaptarse al cambio que sufrirá la empresa.
- ¿La empresa está dispuesta a efectuar eventuales cambios en el producto?
- ¿La logística para ser utilizada requerirá modificaciones en el producto para reducir los costos de transporte y en automático los de importación para su comprador?
- Etc.

2.2.2.3- Producto

Lamb, Hair y McDaniel (2011) definen que el producto es todo aquello, propicio o adverso, que una persona recibe en un intercambio.

Características del desarrollo de un producto

Ulrich y Eppinger (2012) describen que la perspectiva de los inversionistas es el desarrollo exitoso de un producto, en términos de producción y venta que generen rentabilidad para la empresa. Se pueden mencionar cinco dimensiones más específicas, relacionadas definitivamente con la rentabilidad, que se usan para evaluar el rendimiento del desarrollo de producto:

- Calidad de producto, basado en las características que tiene nuestro producto y que pueda satisfacer la necesidad de nuestros clientes.
- Costo de producto, estará calculado en función a los costos generales, costos directos e indirectos, determinado así su costo en el mercado que genere utilidades.
- Tiempo de desarrollo, es la rapidez con que la empresa desarrolla sus aspectos productivos basados en sus capacidades instaladas.
- Capacidad de desarrollo, es la capacidad que tiene la empresa de generar una ventaja competitiva en bases a la generación de nuevos productos, procesos y servicios.

Un alto rendimiento y desarrollo de estas cinco dimensiones permiten el éxito económico y mejora del rendimiento en la empresa.

Desarrollo y diseño de productos

Según Ulrich y Eppinger (2012), el desarrollo de productos es una actividad interdisciplinaria donde intervienen todos los que trabajamos en la empresa que permite su mejoramiento y crecimiento, son tres funciones esenciales que debemos desarrollar para mejorar nuestros productos:

- Mercadotecnia, permite identificar oportunidades de nuevos productos, segmentos del mercado y la identificación de las necesidades de los clientes.
- Diseño, define la forma física del producto para que satisfaga mejor las necesidades del cliente.
- Manufactura, es el proceso de transformación de materias primas e insumos en productos que satisfagan las necesidades de los clientes.

El encaje producto – mercado

Significa encontrar un mercado para nuestro producto, donde existan al menos las siguientes “piezas”:

- Clientes frustrados, son clientes dispuestos a pagar es que podamos resolver una frustración
- Tamaño del mercado, es hacia donde nosotros podemos apuntar para poder satisfacer la mayor demanda posible con nuestros productos.
- Momento del mercado, buscar mercados con perspectivas de crecimiento y expansión.
- Margen, especificar cuál será el margen de ganancia que la empresa obtendrá al momento de exportar el producto en base a todos los gastos efectuados.
- Facilidad para llegar al cliente, analizar los sistemas de transporte en función a directa a la rentabilidad es el coste de adquisición de cliente.

2.2.2.3- Gestión empresarial

Chiavenato (2006) define la gestión empresarial como el proceso aplicar la cuatro funciones de la gestión administrativa (planificar, organizar, direccionar y

controlar) los recursos de la organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos.

Por tanto la gestión empresarial se basan en cuatro pilares:

- Planificar, consistente en la fijación de metas u objetivos de la empresa, basado en le trabajo estratégico.
- Organizar, se trata de organización de procesos y procedimientos internos.
- Dirigir, el recursos humano existente en la empresa que permitan cumplir con los objetivos planteados.
- Controlar, subsanar los defectos negativos que se suscitan durante el desarrollo de las actividades de la empresa.

Estas funciones aplicados a la exportación permitirá a la empresa:

- Planificación de Gestión de Exportaciones.
- Gestión de Marketing Internacional.
- Gestión de Precios.
- Gestiones aduaneros y documentos de exportación.
- Cadena Logística de Exportación
- Gestión documentaria exportaciones.

2.2.2.3- Mercadeo internacional

El mercadeo internacional, es el marketing aplicado a otras culturas o a diferentes realidades ajenas a nuestro entorno.

Cuando una empresa busca internacionalizarse analiza y compara sus actividades en base de sus operaciones productivas y sus productos identificando sus ventajas competitivas.

Se deben tener en cuenta las características de los mercados:

- Cultura.
- Restricciones comerciales.
- Controles monetarios y estabilidad financiera.
- Hay que observar factores como la estabilidad de la divisa extranjera.
- Restricciones de propiedad y de personal.

Otros factores importantes son:

- Religión y costumbres.
- Estabilidad política y legal.
- Competencia interna y aceptación local.

2.3.- Definición de términos

Innovación tecnológica: Grupo de actividades organizadas y ejecutadas en un determinado tiempo y lugar, que permite convertir una idea en un producto o servicio, de tal forma que permita crear productos nuevos o mejorados para ser comercializados en el mercado.

Naturaleza de la innovación tecnológica: mejorar e innovar los procesos de la empresa, siendo las empresas productivas las que más adquieren y aplican las tecnologías para mejorar su productividad.

Gestión de conocimiento: Análisis de las motivaciones y obstáculos para que los individuos puedan aplicar su conocimiento, compartir lo que saben y hacer uso de las informaciones y de las tecnologías disponibles..

Investigación y desarrollo: Trabajo creativo que permite incrementar el volumen de conocimientos y aprendizajes que permitan desarrollar nuevas aplicaciones.

Tecnologías de información y comunicación: Grupo de técnicas y dispositivos avanzados, que permiten desarrollar los procesos de almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos dentro de la empresa.

Capacidad exportadora: Capacidad que tiene la empresa de adecuarse a los cambios del mercado internacional, para lo cual debe planificar y organizar cambios internos, en las diferentes áreas dentro de la empresa.

Planificación de capacidad exportadora: Capacidad exportadora que tiene la empresa para exportar, es importante incrementar las fortalezas y oportunidades y minimizar las debilidades y amenaza que ofrecen los mercados internacionales, permitiendo así mismo reducir el impacto de las amenazas externas.

Producto: Todo aquello, propicio o adverso, que una persona recibe en un intercambio.

Gestión empresarial: Proceso aplicar la cuatro funciones de la gestión administrativa (planificar, organizar, direccionar y controlar) los recursos de la organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos.

Mercadeo internacional: Es el marketing aplicado a otras culturas o a diferentes realidades ajenas a nuestro entorno.

2.4.- Hipótesis

2.4.1.- Hipótesis general

Existe una relación directa entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

2.4.2.- Hipótesis específicas

- Existe una relación directa entre la gestión de conocimiento y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.
- Existe una relación directa entre la investigación y desarrollo y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.
- Existe una relación directa entre las tecnologías de información y comunicación y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

2.5.- Variables

2.5.1.- Definición conceptual de la variable

- X: Innovación tecnológica

Ruiz & Mandado (1989) definen que la innovación es un conjunto de actividades inscritas en un determinado periodo de tiempo y lugar, que llevan a la inducción con éxito en el mercado de una idea, en forma de productos nuevos o mejorados, de procesos, servicios o técnicas de gestión y organización.

- Y: Capacidad exportadora

Martin (2015) capacidad que tiene la empresa de adecuarse a los cambios del mercado internacional, para lo cual debe planificar y organizar cambios internos, en las diferentes áreas dentro de la empresa.

2.5.2.- Definición operacional de la variable

- X: Innovación tecnológica

La innovación tecnológica es medida mediante 3 dimensiones: gestión del conocimiento, investigación y desarrollo y tecnologías de la información y comunicación.

- Y: Capacidad exportadora

La capacidad exportadora es medida mediante 3 dimensiones: producto, gestión empresarial y mercadeo internacional.

2.5.3.- Operacionalización de variables

Las variables de la investigación son:

Variables 1 (X):

X = Innovación tecnológica

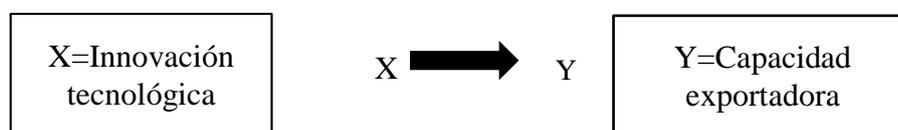
Variable 2 (Y):

Y = Capacidad exportadora

Relación de las variables:

$$Y=f(X)$$

$$\text{Capacidad exportadora}=f(\text{Innovación tecnológica})$$



Las variables de la investigación son dos: a) Innovación tecnológica (cuyas dimensiones son gestión del conocimiento, investigación y desarrollo y tecnologías de información y comunicación) y b) Capacidad exportadora (cuyas dimensiones son producto, gestión empresarial y mercado internacional). En la Tabla 1 se muestra la matriz de operacionalización.

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables de investigación
Matriz de operacionalización de las variables de investigación

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
VARIABLE 1(X) Innovación tecnológica	Ruiz & Mandado (1989) definen que la innovación tecnológica es un grupo de actividades organizadas y ejecutadas en un determinado tiempo y lugar, que permite convertir una idea en un producto o servicio, de tal forma que permita crear productos nuevos o mejorados para ser comercializados en el mercado.	La innovación tecnológica es medida mediante 3 dimensiones: gestión del conocimiento, investigación y desarrollo y tecnologías de la información y comunicación.	X1. Gestión del conocimiento	X1.1 Perspectiva externas X1.2 Perspectivas internas	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10
			X2. Investigación y desarrollo	X2.1 Investigación X2.2 Desarrollo	11,12,13 14,15,16
			X3. Tecnologías de la información y comunicación	X3.1 Cultura informática X3.2 Tecnologías de información y comunicación	17,18,19 20,21,22
VARIABLE 2(Y) Capacidad exportadora	Martin (2015) conceptualiza capacidad exportadora como capacidad que tiene la empresa de adecuarse a los cambios del mercado internacional, para lo cual debe planificar y organizar cambios internos, en las diferentes áreas dentro de la empresa.	La capacidad exportadora es medida mediante 3 dimensiones: producto, gestión empresarial y mercadeo internacional.	Y1: Producto	Y1.1: Envase Y1.2: Presentación Y1.3: Marca	23 24,25,26 27
			Y2: Gestión Empresarial.	Y2.1: Planificación Y2.2: Organización Y2.3: Dirección Y2.4: Control	28 29 30 31
			Y3: Mercadeo internacional	Y3.1: Identificación de mercados Y3.2: Gestión logística Y.3.3: Gestión Económica – Financiera	32,33,34 35,36 37,38

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1.- Tipo y nivel de investigación

3.1.1.- Tipo de investigación

La presente investigación es del tipo básica, según Sierra (2001), porque tiene como finalidad mejorar el conocimiento de los fenómenos sociales. A través de la presente investigación se busca determinar la influencia causa efecto entre la innovación tecnológica en la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

3.1.2.- Nivel de investigación

La presente investigación es de nivel correlacional, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), porque este estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular., es

decir de qué manera la innovación tecnológica se relaciona en la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

3.2.- Métodos y diseño de la investigación

3.2.1.- Métodos de la investigación

El método universal que se utilizó es el método científico ya que utiliza un conjunto de etapas y reglas que señalan el procedimiento para llevar cabo una investigación, desde la concepción de la idea de investigación hasta la presentación del informe de investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Los métodos específicos utilizados en la investigación fueron el método deductivo que es aquella orientación que va de lo general a lo específico; es decir, que parte de un enunciado general del que se van desentrañando partes o elementos específicos (Caballero 2014), la cual se utilizó para el planteamiento del problema. En el desarrollo del trabajo de campo se utilizó el método inductivo que es aquella orientación que va de los casos particulares a lo general; es decir que parte de los datos o elementos individuales y, por semejanzas, se sintetiza y se llega a un enunciado general que explica y comprende esos casos particulares (Caballero 2014).

3.2.2.- Diseño de la investigación

La presente investigación utiliza un diseño no experimental, de corte transversal correlacional-causal (Hernández, Fernández y Baptista; 2014). Es no experimental porque solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, es transversal porque se toman datos en un

punto en el tiempo y correlacional-causal porque para este caso se describen relaciones de casualidad entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo.

3.3.- Descripción del ámbito de la investigación

La investigación se desarrolló en las instalaciones de las empresas textiles de lana de alpaca del distrito de Huancayo.

3.4.- Población y muestra

3.4.1.- Población

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) “población es el conjunto de sujetos, procesos y objetos a los que abarca el ámbito de la investigación”.

Por tanto, la población utilizada para la investigación lo conforman las empresas textiles de lana de alpaca del distrito de Huancayo que están registradas y activas en la SUNAT. Según los datos existen 6 empresas textiles de lana de alpaca registrada y activa.

3.4.2.- Muestra

Para Chenet (2016) “proporción representativa de la población cuyo tamaño es calculando haciendo uso de métodos diversos, pero siempre teniendo en cuenta la representatividad frente a la población”.

La investigación desde el punto de vista del objeto de estudio, no será de corte aleatorio muestral; sino por el contrario, de corte estudio censal o de caso, tendrá una connotación censal se tomará el 100% como unidades de análisis de la población.

3.5.- Técnica e instrumentos para la recolección de datos

3.5.1.- Técnica de recolección de datos

Para recabar información de la realidad (población) se utilizará las siguientes técnicas:

- Encuesta a través de cuestionarios específicos: Se diseñará y aplicará un cuestionario específico, a fin de levantar información consistente sobre el comportamiento de las variables materia de la investigada.

3.5.2.- Instrumento de recolección de datos

En la presente investigación se utilizarán cuestionarios para las variables innovación tecnológica y capacidad exportadora.

3.6.- Validez y confiabilidad del instrumento

Dentro de la investigación, el proceso de validación del cuestionario se desarrolló optando la metodología: validación por “Jueces u Opinión de Expertos”; para cuyo efecto se tomó la opinión de 3 expertos, los que emitieron sus respectivos calificativos sobre: análisis de reactivos, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 2. *Resultado comparativo opinión de expertos*
Resultado comparativo opinión de expertos

OPINANTE	SCORE
Dr. Deybe Evyn Viera Peralta	0.85
Dr. Joel Contreras Nuñez	0.85
Mg. Roberto Churampi Cangalaya	0.83

Fuente: Elaboración propia

Analizando el cuadro de resultados, se aprecia los calificativos emitidos por los tres expertos que oscilan entre 0.85 y 0.90. Ponderación que alcanza para un

calificativo de **aprobado**; por lo cual, el instrumento es aceptable y se puede utilizar para la recolección de datos.

El segundo punto determinante, la confiabilidad del instrumento se desarrolló con la finalidad de evaluar la consistencia del diseño de la estructura del principal instrumento de recolección (el cuestionario), que se usó para el acopio o recolección de la información, dentro de la ejecución de la presente investigación. La confiabilidad de un instrumento de medición, según Hernández, Fernández y Baptista. Se refiere a la constitución y percepción interna de las personas técnicas, sobre la mayor o menor ausencia de errores de medida. Un instrumento confiable significa que si lo aplicamos por más de una vez a un mismo agente entonces obtendríamos iguales resultados.

Uno de los métodos más utilizados por los investigadores en la sociedad científica es el método coeficiente alfa de cronbach, por ello para la presente investigación se utilizó como instrumento de medición de la confiabilidad. Para cuyo efecto, se aplicó el 10/10/2017 al 11/10/2017 una encuesta de apreciación al cuestionario a diez (10) pequeñas empresas textiles, de los cuales se tiene los resultados:

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,882	30

Como se puede apreciar, el resultado de “ α ” tiene un valor de 0.882; lo que significa, que los resultados de opinión de 10 participantes como evaluadores respecto a los ítems considerados en el instrumento, donde podemos deducir que se encuentran correlacionados de manera confiable y aceptable. En consecuencia, este instrumento tiene un alto grado de confiabilidad, resultado que nos permitirá utilizar el instrumento para la recolección de datos.

3.7.- Plan de recolección y procesamiento de datos

Los pasos que implican la recolección y procesamiento de datos fueron los siguientes:

- Se seleccionó la población y muestra para obtener información.
- Se definieron las técnicas de recolección de datos.
- Se construyeron los instrumentos de acopio de datos.
- Puesta a prueba de los instrumentos de acopio.
- Se recogió la información.
- Se realizó el procesamiento de datos a través de los programas de MS Excel 2016 y SPSS 24.0.
- Se procesó e interpreto la información.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1.- Presentación de resultados

4.1.1.- Innovación tecnológica

a.- Gestión de conocimiento

En la Tabla 3 se muestra la calificación de la dimensión gestión de conocimiento:

- Respecto al ítem 1.- ¿La empresa aprende de su relación con el entorno?, el 33% de los encuestados indicó que la empresa si aprende de la relación con el entorno, mientras que el 67% de los encuestados indico que la empresa no aprende de la relación con el entorno.
- Respecto al ítem 2.- ¿La empresa aprende de sus proveedores para el diseño de estrategias?, el 50% de los encuestados indicó que la empresa si aprende de sus

proveedores para el diseño de estrategias, mientras que el 50% de los encuestados indico que la empresa no aprende de sus proveedores para el diseño de estrategias.

- Respecto al ítem 3.- ¿La empresa aprende de sus clientes para el diseño de sus productos? , el 50% de los encuestados indicó que la empresa si aprende de sus clientes para el diseño de sus productos, mientras que el 50% de los encuestados indico que la empresa no aprende de sus clientes para el diseño de sus productos.
- Respecto al ítem 4.- ¿La empresa evalúa a sus competidores para mejorar sus procesos? , el 67% de los encuestados indicó que la empresa si evalúa a sus competidores para mejorar sus procesos, mientras que el 33% de los encuestados indico que la empresa no evalúa a sus competidores para mejorar sus procesos.
- Respecto al ítem 5.- ¿La empresa tiene conocimiento de los mercados donde se vende sus productos? , el 83% de los encuestados indicó que la empresa si tiene conocimiento de los mercados donde se vende sus productos, mientras que el 17% de los encuestados indico que la empresa no tiene conocimiento de los mercados donde se vende sus productos.
- Respecto al ítem 6.- ¿La empresa diseña productos acorde a las exigencias del mercado? , el 67% de los encuestados indicó que la empresa si diseña productos acorde a las exigencias del mercado, mientras que el 33% de los encuestados indico que la empresa no diseña productos acorde a las exigencias del mercado.
- Respecto al ítem 7.- ¿La empresa optimiza el conocimiento de las personas? , el 33% de los encuestados indicó que la empresa si cuenta con manuales internos y directrices, mientras que el 67% de los encuestados indico que la empresa no cuenta con manuales internos y directrices.
- Respecto al ítem 8.- ¿La empresa permite que los colaboradores aprendan unos a otros? , el 67% de los encuestados indicó que la empresa si permite que los

colaboradores aprendan unos a otros, mientras que el 33% de los encuestados indico que la empresa no permite que los colaboradores aprendan unos a otros.

- Respecto al ítem 9.- ¿En se comparte información entre áreas? , el 67% de los encuestados indicó que la empresa si comparte información entre áreas, mientras que el 33% de los encuestados indico que la empresa no comparte información entre áreas.
- Respecto al ítem 10.- ¿La empresa tiene procesos que permiten producir productos que satisfagan las necesidades de sus clientes? , el 50% de los encuestados indicó que la empresa si tiene procesos que permiten producir productos que satisfagan las necesidades de sus clientes, mientras que el 50% de los encuestados indico que la empresa no tiene procesos que permiten producir productos que satisfagan las necesidades de sus clientes.

Tabla 3. Frecuencia de la dimensión gestión del conocimiento
Frecuencia de la dimensión gestión del conocimiento

GESTIÓN DE CONOCIMIENTO ÍTEMS	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	F	%
1.- ¿La empresa aprende de su relación con el entorno?	2	33%	4	67%	6	100%
2.- ¿La empresa aprende de sus proveedores para el diseño de estrategias?	3	50%	3	50%	6	100%
3.- ¿La empresa aprende de sus clientes para el diseño de sus productos?	3	50%	3	50%	6	100%
4.- ¿La empresa evalúa a sus competidores para mejorar sus procesos?	4	67%	2	33%	6	100%
5.- ¿La empresa tiene conocimiento de los mercados donde se vende sus productos?	5	83%	1	17%	6	100%
6.- ¿La empresa diseña productos acordes a las exigencias del mercado?	4	67%	2	33%	6	100%
7.- ¿La empresa optimiza el conocimiento de las personas?	2	33%	4	67%	6	100%
8.- ¿La empresa permite que los colaboradores aprendan unos a otros?	4	67%	2	33%	6	100%
9.- ¿En se comparte información entre áreas?	4	67%	2	33%	6	100%
10.- ¿La empresa tiene procesos que permiten producir productos que satisfagan las necesidades de sus clientes?	3	50%	3	50%	6	100%

Nota: Elaboración propia.

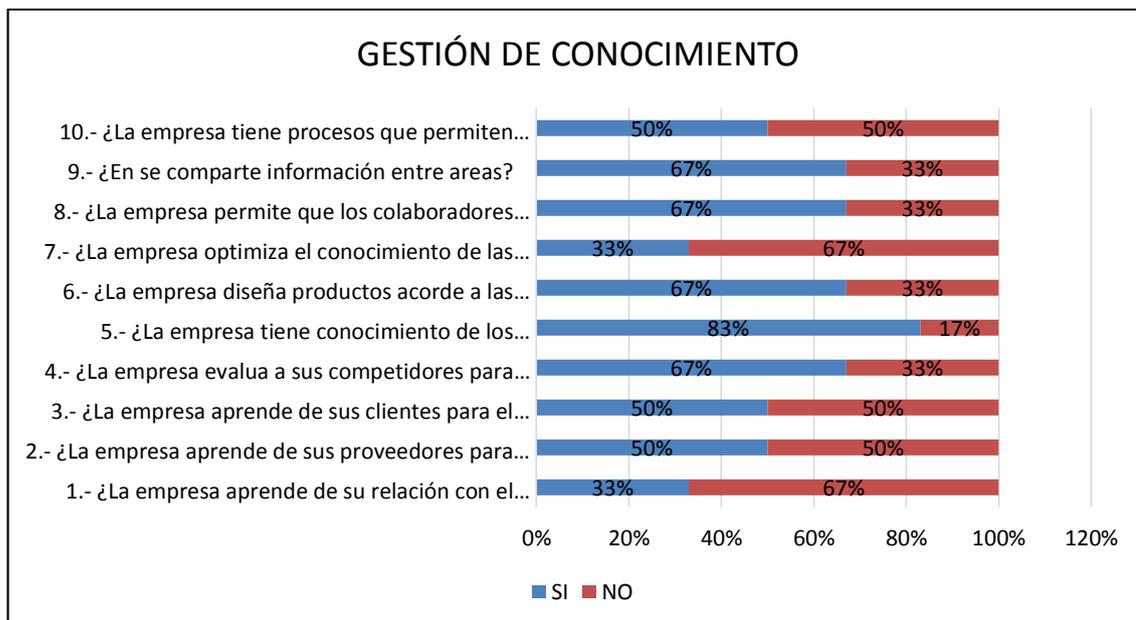


Figura N° 1 Frecuencia de la dimensión gestión de conocimiento

Nota: Elaboración propia.

En la Figura 1 se observa que en la empresa existe tendencia positiva en general respecto a la dimensión gestión de conocimiento donde los puntos más resaltantes es que existe factores resaltantes en la empresa desarrolla productos, así mismo la empresa conocimiento de los mercados y que la empresa evalúa a sus competidores.

b.- Investigación y desarrollo

En la Tabla 4 se muestra la calificación de la dimensión investigación y desarrollo:

- Respecto al ítem 11.- ¿En su organización existe planes de innovación en sus productos y servicios? , el 67% de los encuestados indicó que la empresa si existe planes de innovación en sus productos y servicios, mientras que el 33% de los encuestados indico que la empresa no existe planes de innovación en sus productos y servicios.
- Respecto al ítem 12.- ¿Su organización dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos en la innovación de nuevos productos? , el 50% de los

encuestados indicó que la empresa si dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos en la innovación de nuevos productos, mientras que el 50% de los encuestados indico que la empresa no dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos en la innovación de nuevos productos.

- Respecto al ítem 13.- ¿La innovación en su organización contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio? , el 50% de los encuestados indicó que la empresa si innovación en su organización contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio, mientras que el 50% de los encuestados indico que la empresa no innovación en su organización contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio.
- Respecto al ítem 14.- ¿Su organización fomenta la creatividad y aprovecha todo el potencial de sus directivos y trabajadores? , el 17% de los encuestados indicó que la empresa si fomenta la creatividad y aprovecha todo el potencial de sus directivos y trabajadores, mientras que el 83% de los encuestados indico que la empresa no fomenta la creatividad y aprovecha todo el potencial de sus directivos y trabajadores.
- Respecto al ítem 15.- ¿Manejan estándares productivos dentro de la empresa? , el 50% de los encuestados indicó que la empresa si manejan estándares productivos dentro de la empresa, mientras que el 50% de los encuestados indico que la empresa no manejan estándares productivos dentro de la empresa.
- Respecto al ítem 16.- ¿La empresa cuenta con plan de mejoramiento tecnológico en la producción de productos? , el 33% de los encuestados indicó que la empresa si cuenta con plan de mejoramiento tecnológico en la producción de productos,

mientras que el 67% de los encuestados indico que la empresa no cuenta con plan de mejoramiento tecnológico en la producción de productos.

Tabla 4. Frecuencia de la dimensión investigación y desarrollo
Frecuencia de la dimensión investigación y desarrollo

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO ÍTEMS	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	F	%
11.- ¿En su organización existe planes de innovación en sus productos y servicios?	4	67%	2	33%	6	100%
12.- ¿Su organización dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos en la innovación de nuevos productos?	3	50%	3	50%	6	100%
13.- ¿La innovación en su organización contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio?	3	50%	3	50%	6	100%
14.- ¿Su organización fomenta la creatividad y aprovecha todo el potencial de sus directivos y trabajadores?	1	17%	5	83%	6	100%
15.- ¿Manejan estándares productivos dentro de la empresa?	3	50%	3	50%	6	100%
16.- ¿La empresa cuenta con plan de mejoramiento tecnológico en la producción de productos?	2	33%	4	67%	6	100%

Nota: Elaboración propia.

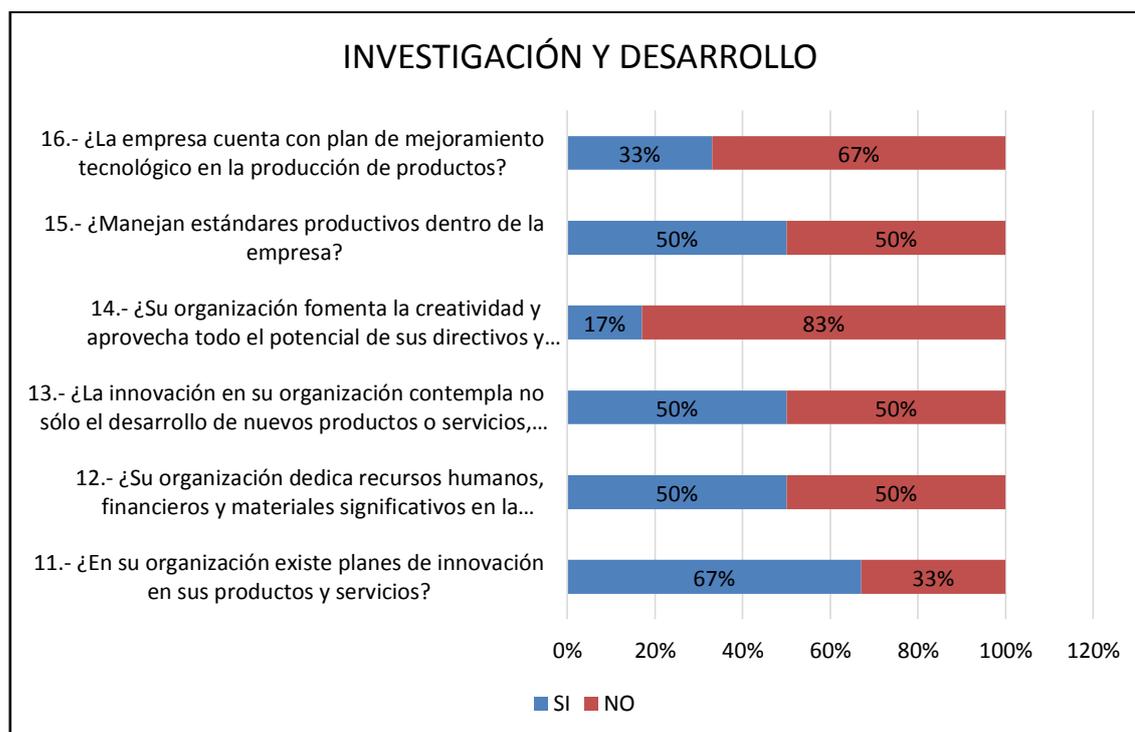


Figura N° 2 Frecuencia de la dimensión investigación y desarrollo

Nota: Elaboración propia.

En la Figura 2 se observa que en la empresa existe tendencia positiva en general respecto a la dimensión investigación y desarrollo donde los puntos más resaltantes es que existen innovación en su organización contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio, manejan estándares productivos dentro de la empresa y cuenta con plan de mejoramiento tecnológico en la producción de productos.

c.- Tecnologías de información y comunicación

En la Tabla 5 se muestra la calificación de la dimensión tecnologías de la información y comunicación:

- Respecto al ítem 17.- ¿El personal tiene conocimiento de informática (uso de computador, programas)? , el 50% de los encuestados indicó que si cuenta con conocimiento de informática, mientras que el 50% de los encuestados indicó que no cuenta con conocimiento de informática.
- Respecto al ítem 18.- ¿La empresa tiene definido sus políticas de uso de la informática en su puesto de trabajo? , el 50% de los encuestados indicó que si tiene definido sus políticas de uso de la informática en su puesto de trabajo, mientras que el 50% de los encuestados indicó que no tiene definido sus políticas de uso de la informática en su puesto de trabajo.
- Respecto al ítem 19.- ¿Está de acuerdo que la organización implemente un plan de mejoramiento de la cultura informática dentro de la empresa? , el 50% de los encuestados indicó que si organización implemente un plan de mejoramiento de la cultura informática dentro de la empresa, mientras que el 50% de los

encuestados indicó que no organización implemente un plan de mejoramiento de la cultura informática dentro de la empresa.

- Respecto al ítem 20.- ¿La organización asigna equipo informáticos para sus colaboradores en la realización de su trabajo? , el 50% de los encuestados indicó que si asigna equipo informáticos para sus colaboradores en la realización de su trabajo, mientras que el 50% de los encuestados indicó que no asigna equipo informáticos para sus colaboradores en la realización de su trabajo.
- Respecto al ítem 21.- ¿La empresa considera utilizar nuevas tecnologías para mejorar sus procesos de trabajo? , el 50% de los encuestados indicó que si considera utilizar nuevas tecnologías para mejorar sus procesos de trabajo, mientras que el 50% de los encuestados indicó que no considera utilizar nuevas tecnologías para mejorar sus procesos de trabajo.
- Respecto al ítem 22.- ¿Su organización invierte en hardware y software para mejorar la productividad dentro de la empresa? , el 50% de los encuestados indicó que si organización invierte en hardware y software para mejorar la productividad dentro de la empresa, mientras que el 50% de los encuestados indicó que no organización invierte en hardware y software para mejorar la productividad dentro de la empresa.

Tabla 5. Frecuencia de la dimensión tecnologías de la información y comunicación

Frecuencia de la dimensión tecnologías de la información y comunicación

TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	F	%
17.- ¿El personal tiene conocimiento de informática (uso de computador, programas)?	3	50%	3	50%	6	100%
18.- ¿La empresa tiene definido sus políticas de uso de la informática en su puesto de trabajo?	3	50%	3	50%	6	100%
19.- ¿Está de acuerdo que la organización implemente un plan de mejoramiento de la cultura informática dentro de la empresa?	5	83%	1	17%	6	100%

20.- ¿La organización asigna equipo informáticos para sus colaboradores en la realización de su trabajo?	5	83%	1	17%	6	100%
21.- ¿La empresa considera utilizar nuevas tecnologías para mejorar sus procesos de trabajo?	5	83%	1	17%	6	100%
22.- ¿Su organización invierte en hardware y software para mejorar la productividad dentro de la empresa?	4	67%	2	33%	6	100%

Nota: Elaboración propia.

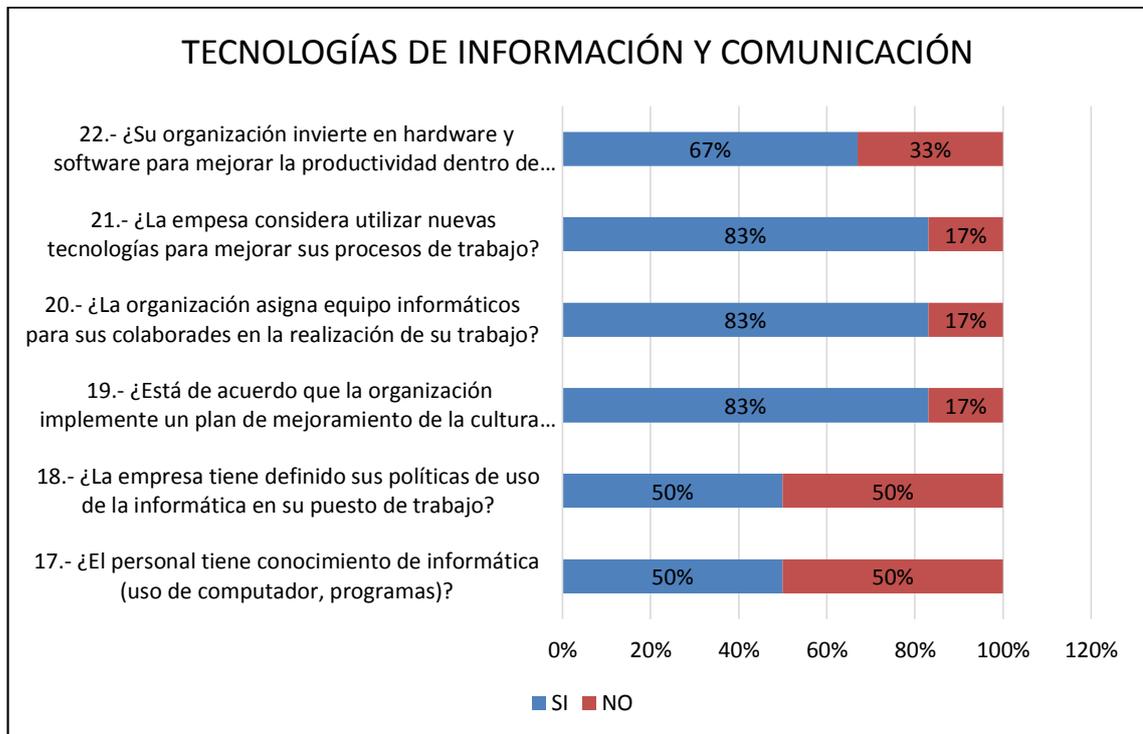


Figura N° 3 Frecuencia de la dimensión tecnologías de la información y comunicación
Nota: Elaboración propia.

En la Figura 3 se observa que en la empresa existe tendencia positiva en general respecto a la dimensión tecnología de información y comunicación donde los puntos más resaltantes es que existe factores resaltantes en la utilización e implementación de un plan de mejoramiento de la cultura informática dentro de la empresa, así mismo la organización asigna equipo informáticos para sus colaboradores en la realización de su trabajo y que la empresa considera utilizar nuevas tecnologías para mejorar sus procesos de trabajo.

4.1.2.- Capacidad exportadora

a.- Producto

En la Tabla 6 se muestra la calificación de la dimensión producto:

- Respecto al ítem 23.- ¿El envase utilizado permite preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final? , el 67% de los encuestados indicó que el envase utilizado si permite preservar el producto en óptimas condiciones para el consumidor final, mientras que el 33% de los encuestados indicó que el envase utilizado no permite preservar el producto en óptimas condiciones para el consumidor final.
- Respecto al ítem 24.- ¿La organización ha evaluado sus productos para verificar si cumplen con los estándares para exportación? , el 50% de los encuestados indicó que si la organización ha evaluado sus productos para verificar si cumplen con los estándares para exportación, mientras que el 50% de los encuestados indicó que no a organización ha evaluado sus productos para verificar si cumplen con los estándares para exportación.
- Respecto al ítem 25.- ¿La organización ha realizado investigaciones en el mercado exterior para evaluar si es posible ingresar a mercados internacionales con su sus productos?, el 33% de los encuestados indicó que si ha realizado investigaciones en el mercado exterior para evaluar si es posible ingresar a mercados internacionales con su sus productos, mientras que el 67% de los encuestados indicó que no ha realizado investigaciones en el mercado exterior para evaluar si es posible ingresar a mercados internacionales con su sus productos.
- Respecto al ítem 26.- ¿La organización está dispuesta a efectuar eventuales cambios en su producto? , el 33% de los encuestados indicó que si está dispuesta a efectuar eventuales cambios en su producto, mientras que el 67% de los

encuestados indicó que no está dispuesta a efectuar eventuales cambios en su producto.

- Respecto al ítem 27.- ¿La marca es conocida en el mercado donde se distribuyen sus productos? , el 33% de los encuestados indicó que si la marca es conocida en el mercado donde se distribuyen sus productos, mientras que el 67% de los encuestados indicó que no la a marca es conocida en el mercado donde se distribuyen sus productos.

Tabla 6. *Frecuencia de la dimensión producto*
Frecuencia de la dimensión producto

<i>PRODUCTO</i>	<i>SI</i>		<i>NO</i>		<i>TOTAL</i>	
	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
23.- ¿El envase utilizado permite preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final?	4	67%	2	33%	6	100%
24.- ¿La organización ha evaluado sus productos para verificar si cumplen con los estándares para exportación?	3	50%	3	50%	6	100%
25.- ¿La organización a realizado investigaciones en el mercado exterior para evaluar si es posible ingresar a mercados internacionales con su sus productos?	2	33%	4	67%	6	100%
26.- ¿La organización está dispuesta a efectuar eventuales cambios en su producto?	2	33%	4	67%	6	100%
27.- ¿La marca es conocida en el mercado donde se distribuyen sus productos?	2	33%	4	67%	6	100%

Nota: Elaboración propia.

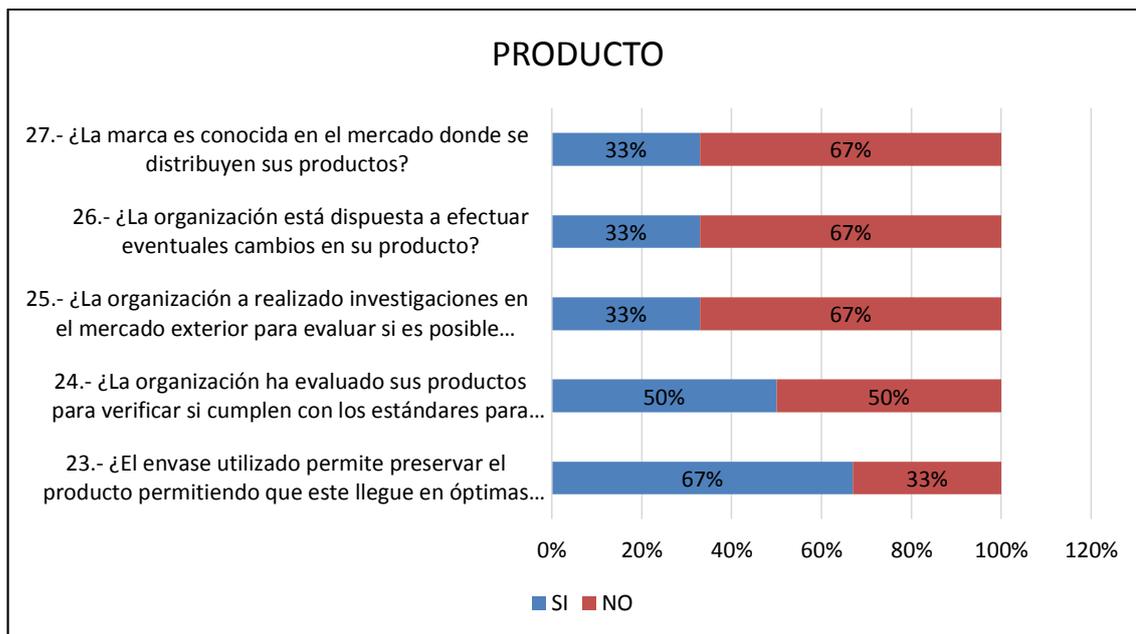


Figura N° 4 Frecuencia de la dimensión producto

Nota: Elaboración propia.

En la Figura 4 se observa que en la empresa existe tendencia negativa en general respecto a la dimensión producto donde los puntos más débiles son: el envase utilizado permite preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final y la organización ha evaluado sus productos para verificar si cumplen con los estándares para exportación.

b.- Gestión empresarial

En la Tabla 7 se muestra la calificación de la dimensión gestión empresarial:

- Respecto al ítem 28.- ¿La empresa desarrolla planes (estratégicos, operativos, funcionales) para el desarrollo de sus actividades? , el 33% de los encuestados indicó que si la desarrolla planes (estratégicos, operativos, funcionales) para el desarrollo de sus actividades, mientras que el 67% de los encuestados indicó que no empresa desarrolla planes (estratégicos, operativos, funcionales) para el desarrollo de sus actividades.
- Respecto al ítem 29.- ¿La empresa tiene definida una estructura organizacional que permite el buen desarrollo de funciones? , el 33% de los encuestados indicó

que si la empresa tiene definida una estructura organizacional que permite el buen desarrollo de funciones, mientras que el 67% de los encuestados indicó que no la empresa tiene definida una estructura organizacional que permite el buen desarrollo de funciones.

- Respecto al ítem 30.- ¿La empresa cumple con los objetivos trazados? , el 33% de los encuestados indicó que si la empresa cumple con los objetivos trazados, mientras que el 67% de los encuestados indicó que no la empresa cumple con los objetivos trazados.
- Respecto al ítem 31.- ¿La empresa utiliza herramientas de control? , el 33% de los encuestados indicó que si la empresa utiliza herramientas de control, mientras que el 67% de los encuestados indicó que no la empresa utiliza herramientas de control.

Tabla 7. Frecuencia de la dimensión gestión empresarial
Frecuencia de la dimensión gestión empresarial

GESTIÓN EMPRESARIAL	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	F	%
28.- ¿La empresa desarrolla planes (estratégicos, operativos, funcionales) para el desarrollo de sus actividades?	5	50%	1	50%	6	100%
29.- ¿La empresa tiene definida una estructura organizacional que permite el buen desarrollo de funciones?	5	83%	1	17%	6	100%
30.- ¿La empresa cumple con los objetivos trazados?	5	83%	1	17%	6	100%
31.- ¿La empresa utiliza herramientas de control?	5	83%	1	17%	6	100%

Nota: Elaboración propia

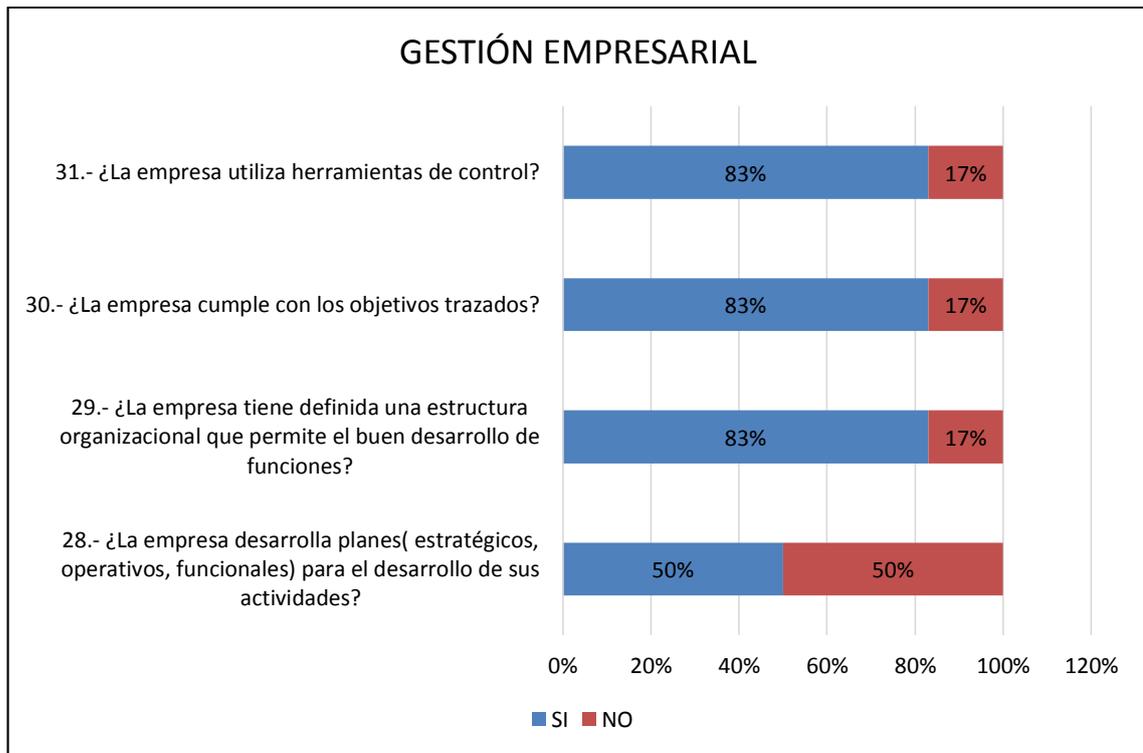


Figura N° 5 Frecuencia de la dimensión gestión empresarial

Nota: Elaboración propia.

En la Figura 5 se observa que en la empresa existe tendencia positiva en general respecto a la dimensión gestión empresarial donde los puntos más fuertes son: la empresa tiene definida una estructura organizacional que permite el buen desarrollo de funciones, así mismo que la empresa cumple con los objetivos trazados y la empresa utiliza herramientas de control.

c.- Mercadeo internacional

En la Tabla 8 se muestra la calificación de la dimensión mercadeo internacional:

- Respecto al ítem 32.- ¿La organización conoce la competencia internacional que va a enfrentar al momento de exportar sus productos? , el 67% de los encuestados indicó que si la organización conoce la competencia internacional que va a enfrentar al momento de exportar sus productos, mientras que el 33% de los encuestados indicó que no la organización conoce la competencia internacional que va a enfrentar al momento de exportar sus productos.

- Respecto al ítem 33.- ¿Conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportación acostumbran brindar al exportador? , el 67% de los encuestados indicó que si la empresa conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportación acostumbran brindar al exportador, mientras que el 33% de los encuestados indicó que la empresa no conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportación acostumbran brindar al exportador.
- Respecto al ítem 34.- ¿La organización conoce las barreras que va a enfrentar al momento de exportar sus productos? , el 67% de los encuestados indicó que si la organización conoce las barreras que va a enfrentar al momento de exportar sus productos, mientras que el 33% de los encuestados indicó que no la organización conoce las barreras que va a enfrentar al momento de exportar sus productos.
- Respecto al ítem 35.- ¿La empresa cuenta con capacidad de producción para poder llegar a mercados internacionales? , el 67% de los encuestados indicó que si la empresa cuenta con capacidad de producción para poder llegar a mercados internacionales, mientras que el 33% de los encuestados indicó que no la empresa cuenta con capacidad de producción para poder llegar a mercados internacionales.
- Respecto al ítem 36.- ¿La empresa tiene definido sus procesos para la gestión logística para la exportación de sus productos? , el 33% de los encuestados indicó que si la empresa tiene definido sus procesos para la gestión logística para la exportación de sus productos, mientras que el 67% de los encuestados indicó que no empresa tiene definido sus procesos para la gestión logística para la exportación de sus productos.
- Respecto al ítem 37.- ¿La empresa cuenta con recursos económicos y financieros para afrontar los costos y gastos de exportación de sus productos? , el 50% de los

encuestados indicó que si empresa cuenta con recursos económicos y financieros para afrontar los costos y gastos de exportación de sus productos, mientras que el 50% de los encuestados indicó que no la empresa cuenta con recursos económicos y financieros para afrontar los costos y gastos de exportación de sus productos.

- Respecto al ítem 38.- ¿La empresa cuenta con financiamiento para afrontar los requerimientos de exportación? , el 50% de los encuestados indicó que si la empresa cuenta con financiamiento para afrontar los requerimientos de exportación, mientras que el 50% de los encuestados indicó que no la empresa cuenta con financiamiento para afrontar los requerimientos de exportación.

Tabla 8. Frecuencia de la dimensión mercadeo internacional
Frecuencia de la dimensión mercadeo internacional

MERCADEO INTERNACIONAL	SI		NO		TOTAL	
	f	%	f	%	F	%
32.- ¿La organización conoce la competencia internacional que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?	4	67%	2	33%	6	100%
33.- ¿Conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportación acostumbran brindar al exportador?	4	67%	2	33%	6	100%
34.- ¿La organización conoce las barreras que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?	4	67%	2	33%	6	100%
35.- ¿La empresa cuenta con capacidad de producción para poder llegar a mercados internacionales?	4	67%	2	33%	6	100%
36.- ¿La empresa tiene definido sus procesos para la gestión logística para la exportación de sus productos?	4	67%	2	33%	6	100%
37.- ¿La empresa cuenta con recursos económicos y financieros para afrontar los costos y gastos de exportación de sus productos?	3	50%	3	50%	6	100%
38.- ¿La empresa cuenta con financiamiento para afrontar los requerimientos de exportación?	3	50%	3	50%	6	100%

Nota: Elaboración propia

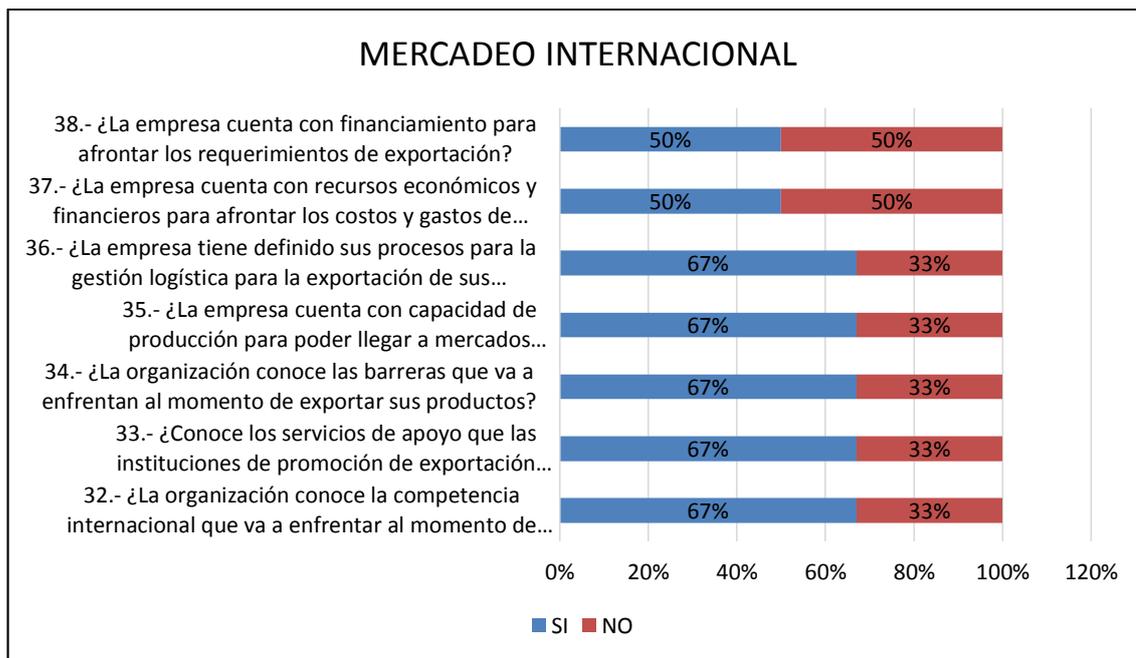


Figura N° 6 Frecuencia de la dimensión mercadeo internacional

Nota: Elaboración propia.

En la Figura 6 se observa que en la empresa existe tendencia positiva en general respecto a la dimensión mercadeo internacional donde los puntos más fuertes son: la organización conoce la competencia internacional que va a enfrentar al momento de exportar sus productos, se conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportación acostumbran brindar al exportador, así mismo la organización conoce las barreras que va a enfrentar al momento de exportar sus productos y que la empresa cuenta con capacidad de producción para poder llegar a mercados internacionales, también que la empresa tiene definido sus procesos para la gestión logística para la exportación de sus productos?

4.2.- Proceso de la prueba de hipótesis

4.2.1.- Prueba de hipótesis general

A continuación, se presentan los resultados de la hipótesis general que se formuló: La innovación tecnológica tiene una relación directa con la

capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017. Al respecto se plantearon las siguientes hipótesis estadísticas:

$$H_0: \rho_s \leq 0$$

$$H_1: \rho_s > 0$$

Dónde:

H₀: La innovación tecnológica NO tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

H₁: La innovación tecnológica SI tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

Tabla 9. *Correlaciones entre innovación tecnológica y capacidad exportadora*

Correlaciones entre innovación tecnológica y capacidad exportadora

		Innovación tecnológica	Capacidad exportadora
Rho de Spearman	Innovación tecnológica	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (unilateral)	.013
		N	6
	Capacidad exportadora	Coefficiente de correlación	,868*
		Sig. (unilateral)	.013
		N	6

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (unilateral).

Fuente: Base de datos del investigador- SPSS v24

Como se aprecia en la tabla 8, se observa que el p valor (sig. = .013) es menor que el nivel de significancia 0.05, por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis que sostiene la relación (correlación).

Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.868, que significa que existe una correlación positiva fuerte (véase la tabla 9). Además, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que la innovación tecnológica tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

Tabla 10. *Correlaciones*
Correlaciones

Correlación positiva perfecta	+1
Correlación positiva muy fuerte	+0,90 a +0,99
Correlación positiva fuerte	+0,75 a +0,89
Correlación positiva media	+0,50 a +0,74
Correlación positiva débil	+0,25 a +0,49
Correlación positiva muy débil	+0,10 a +0,24
No existe correlación alguna	-0,09 a +0,09
Correlación negativa muy débil	-0,10 a -0,24
Correlación negativa débil	-0,25 a -0,49
Correlación negativa media	-0,50 a -0,74
Correlación negativa fuerte	-0,75 a -0,89
Correlación negativa muy fuerte	-0,90 a -0,99
Correlación negativa perfecta	-1

4.2.2.- Prueba de hipótesis específica N°1

A continuación, se presentan los resultados de la hipótesis específica N°1 que se formuló: La gestión de conocimiento tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017. Al respecto se plantearon las siguientes hipótesis estadísticas:

$$H_0: \rho_s \leq 0$$

$$H_1: \rho_s > 0$$

Dónde:

H₀: La gestión de conocimiento NO tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017

H₁: La gestión de conocimiento SI tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

Tabla 11. *Correlaciones entre innovación tecnológica y capacidad exportadora*
Correlaciones entre gestión del conocimiento y capacidad exportadora

		Gestión del conocimiento	Capacidad exportadora
Rho de Spearman	Gestión del conocimiento	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (unilateral)	,001
		N	6
	Capacidad exportadora	Coeficiente de correlación	,956**
		Sig. (unilateral)	,001
		N	6

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

Fuente: Base de datos del investigador- SPSS v24

Como se aprecia en la tabla 11, se observa que el p valor (sig. = .001) es menor que el nivel de significancia 0.05, por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis que sostiene la relación (correlación).

Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.956, que significa que existe una correlación positiva muy fuerte (véase la tabla 10). Además, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que la gestión del conocimiento tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

4.2.3.- Prueba de hipótesis específica N°2

A continuación, se presentan los resultados de la hipótesis específica N°2 que se formuló: La investigación y desarrollo tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017. Al respecto se plantearon las siguientes hipótesis estadísticas:

$$H_0: \rho_s \leq 0$$

$$H_1: \rho_s > 0$$

Dónde:

H₀: La investigación y desarrollo NO tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

H₁: La investigación y desarrollo SI tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

Tabla 12. *Correlaciones entre investigación y desarrollo y capacidad exportadora*
Correlaciones entre investigación y desarrollo y capacidad exportadora

			Investigación y desarrollo	Capacidad Exportadora
Rho de Spearman	Investigación y desarrollo	Coeficiente de correlación	1,000	,867**
		Capacidad Exportadora		
		Sig. (unilateral)	.	,002
		N	6	6
Capacidad Exportadora	Capacidad Exportadora	Coeficiente de correlación	,867**	1,000
		Sig. (unilateral)	,002	.
		N	6	6

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

Fuente: Base de datos del investigador- SPSS v24

Como se aprecia en la tabla 12, se observa que el p valor (sig. = .002) es menor que el nivel de significancia 0.05, por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis que sostiene la relación (correlación).

Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.867, que significa que existe una correlación positiva fuerte (véase la tabla 10). Además, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que la gestión del conocimiento tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

4.2.4.- Prueba de hipótesis específica N°3

A continuación, se presentan los resultados de la hipótesis específica N°3 que se formuló: Las tecnologías de información y comunicación tiene una

relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017. Al respecto se plantearon las siguientes hipótesis estadísticas:

$$H_0: \rho_s \leq 0$$

$$H_1: \rho_s > 0$$

Dónde:

H₀: Las tecnologías de información y comunicación NO tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

H₁: Las tecnologías de información y comunicación SI tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

Tabla 13. *Correlaciones entre tecnologías de la información y comunicación y capacidad exportadora*
Correlaciones entre tecnologías de la información y comunicación y capacidad exportadora

		Tecnologías de información y comunicación	Capacidad exportadora
Rho de Spearman	Tecnologías de información y comunicación	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (unilateral)	.
		N	6
	Capacidad exportadora	Coefficiente de correlación	,857*
		Sig. (unilateral)	,015
		N	6

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (unilateral).

Fuente: Base de datos del investigador- SPSS v24

Como se aprecia en la tabla 13, se observa que el p valor (sig. = .015) es menor que el nivel de significancia 0.05, por lo tanto, existe suficiente

evidencia estadística para aceptar la hipótesis que sostiene la relación (correlación).

Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.857, que significa que existe una correlación positiva fuerte (véase la tabla 10). Además, se puede afirmar con un nivel de confianza del 95% que las tecnologías de la información y comunicación tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.

CAPITULO V: DISCUSIÓN

En base a los resultados obtenidos, se hace posible afirmar que los resultados de la investigación coinciden con investigaciones a nivel internacional y nacional. Alfaro, Castro y Romero (2007), señalan que existe una relación entre gestión de innovación tecnológica y la mejora de competitividad en las pequeñas y medianas empresas agroindustrial dedicada al procesamiento de frutas y hortalizas, donde se pudo constatar mediante las pruebas estadísticas que 10 de 21 pequeñas empresas (47.62%) realizaron una IT reciente (desde el año 2,004 hasta la fecha) mientras que 11 de 18 medianas empresas (61.11%) hicieron IT reciente; la mayoría de dichas innovaciones ocurrieron en productos. De igual manera Loja (2006) que la innovación tecnológica aplicada genera un impacto positivo en la mejora y eficiencia de los procesos y como consecuencia de estos se consigue una reducción de costos. Al respecto Parrales (2014) de acuerdo a la investigación realizada pudo constar que la implementación de un modelo de administración e innovación de negocios en las pymes mejora el desarrollo socio económico, regional de la zona sur de Manabí, para lo cual propuso un modelo basado en el modelo de administración calidad total y los programas de mejoramiento continuo. Así

mismo Tello (2011) El 86 % de las empresas agrarias y agroindustriales de la ciudad de Iquitos, se encuentran comprendidas en las categorías "Inicio" y "En proceso", respecto de la variable Grado de Desarrollo Exportador (GDX); denotando importantes carencias para abordar el mercado internacional, en cuanto al nivel de relación o asociación entre las variables capacidad exportadora y desempeño de las exportaciones, el estudio ha encontrado el siguiente valor estadístico a $0.05 > 0.000$; por la cual aceptamos la hipótesis alterna de que ambas variables se encuentran significativamente relacionadas y /o asociadas. Para Coronel & Rojas (2013) El coeficiente de determinación R^2 es 0.4677, es decir el 46.77% de los factores de Gestión del conocimiento determinan la innovación en las entidades microfinancieras de la provincia de Tarma, en el periodo 2012. Según Napalco (2015) existe una influencia directa de la innovación tecnológica en la producción y procesamiento del café en la Provincia – Chanchamayo, para lo cual se debe de tomar mucho énfasis en: áreas cultivadas de café, actividades de proceso del café, certificación del café, investigación del café, experimentación del café, tecnología del café y organización administrativa.

CONCLUSIONES

Tras el contraste de las hipótesis propuestas se pueden extraer las conclusiones siguientes:

1. La innovación tecnológica tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017, el cual queda reflejado en el resultado estadístico Rho Spearman 0.868 con un alto nivel de significancia ($p\text{-valor}<0.05$) lo que evidencia además que existe una correlación positiva fuerte entre la innovación tecnológica y capacidad exportadora, se debe implementar acciones que permitan la implementación de tecnología en los procesos productivos.
2. La gestión del conocimiento tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017, el cual queda reflejado en el resultado estadístico Rho Spearman 0.956 con un alto nivel de significancia ($p\text{-valor}<0.05$) lo que evidencia además que existe una correlación positiva muy fuerte entre la gestión del conocimiento y capacidad exportadora, por tanto las organizaciones deben de poner en marcha sistemas de gestión de conocimiento que permita el manejo de la inteligencia competitiva y la vigilancia tecnológica de la organización.
3. La investigación y desarrollo tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017, el cual queda reflejado en el resultado estadístico Rho Spearman 0.867 con un alto nivel de significancia ($p\text{-valor}<0.05$) lo que evidencia además que existe una correlación positiva fuerte entre la investigación y desarrollo y capacidad exportadora, manejando bien los aspectos de investigación y desarrollo, la organización podrá evaluar información y conocimiento para resolver problemas de incertidumbre, riesgo que se presenten en el proceso productivo y de inversión.

4. Las tecnologías de información y comunicación tiene una relación directa con la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017, el cual queda reflejado en el resultado estadístico Rho Spearman 0.857 con un alto nivel de significancia ($p\text{-valor} < 0.05$) lo que evidencia además que existe una correlación positiva fuerte entre las tecnologías de información y comunicación y capacidad exportadora, mediante la aplicación de la tecnologías de información y comunicación, permitirá a la organización una mejor comunicación con su entorno, facilitando la interconexión entre personas y organizaciones a nivel interno y externo, eliminando barreras espaciales y temporales.

RECOMENDACIONES

1. La implementación de innovación tecnología en los procesos productivos en la organización permitirá una sistematización de procesos, los cuales reflejaran permitirán mejorar la ejecución de procesos productivos, mediante una mejora continua y reorganización de procedimiento y directrices organizaciones, ayudando a la organización a cumplir con las demandas de los clientes y cumpliendo los objetivos trazados.
2. Para aplicar un sistemas de gestión de conocimiento en la organización debemos involucrar a todos las áreas que forman parte de la organización (dirección, especialización y apoyo), contar con apoyo y asesoramiento externo especializado, desarrollar capacitaciones técnicas a los trabajadores, evitar la burocracia y promover la participación de todos los trabajadores.
3. El concepto de investigación y desarrollo en la organización debe de hace referencia a la inversión en investigación en conocimientos científicos y técnicos y al desarrollo de esas tecnologías para obtener nuevos productos, materiales o procesos, permitiendo mejorar de la calidad del producto o servicio o la reducción de su precio, es decir, logra una ventaja competitiva.
4. En las tecnologías de información y comunicación la organización debe de mejorar el uso de tecnologías aplicados a los procesos de trabajo dentro de la empresa, mejorando de esta manera el rendimiento de cada trabajador y la ejecución de procesos.
5. La aplicación de los sistemas de información y comunicación en la organización permitirá duna sistematización de la planificación, supervisión y optimización de la producción, mediante el uso de sistemas informáticos que permitan el manejo de procesos productivos, obteniendo la información de manera rápida e inmediata que permita a la alta gerencia analizar la información para la toma de decisiones.

BIBLIOGRAFIA

- Alejandro, C. R. (2014). *Metodología integral innovadora para planes de tesis*. México: Cengage Learning.
- Alemán Lupu, K. M. (2014). *Propuesta de un plan de mejora para la gestión logística en la empresa constructora jordan S.R.L. de la ciudad de tumbes*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Alfaro, L. R., Castro, R. V., & Romero, L. B. (2007). *Propuesta de Gestión de Innovación Tecnológica Para Mejorar la Competitividad de la Pequeña y Mediana Empresa Agroindustrial Dedicada al Procesamiento de Frutas y Hortalizas de El Salvador*. San Salvador: Universidad de El Salvador.
- Alvares C., G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecidos en redes de supermercados gubernamentales*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Amores Bravo, X. (2015). *La gestión de la innovación en las empresas de servicios intensivos en conocimiento tecnológico (t-KIBS) de Cataluña*. Cataluña: Universidad de Girona.
- Carrasco Delgado, J. A. (2013). *Propuesta de un modelo de gestión de la innovación basado en la gestión por procesos para que una asociación de mypes del sector calzados de Lima pueda cumplir pedidos mayores a la capacidad individual*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Castaingts Teilery, J. (2004). *Los sistemas comerciales y monetarios en la triada excluyente*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a teoría general de la administración*. México: McGrawHill.

- Coronel, S. N., & Rojas, R. J. (2013). *Impacto de la gestión del conocimiento en la innovación de las entidades Microfinancieras en Tarma, Periodo 2012*. Tarma: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- García, R. M. (2017). *Capacidad exportadora*. Lima: PromPerú.
- Guevara Bellodas, F. (2014). *I+D+i en las empresas de la construcción en Perú*. Lima: Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos.
- Hermoso de Mendoza, A. G. (1992). *La innovación factor clave para la competitividad de las empresas*. Madrid: CEIM.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Huapaya Toledo, M. A. (2013). *Modelo de innovación en micro y pequeñas empresas de un conglomerado industrial peruano: Caso CITEvid*. Lima: Universidad de Piura.
- Igartua Lopez, J. I. (2009). *Gestión de la innovación en la empresa vasca*. Valencia: Universidad Politecnica de Valencia.
- Javeriana, P. U. (21 de Julio de 2017). *¿Qué es eso de la Innovación Empresarial?*
Recuperado el 21 de Julio de 2017, de <https://www.javerianacali.edu.co/blog/futuros-javerianos/que-es-eso-de-la-innovacion-empresarial>
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. México: Cengage.
- Loja, H. P. (2006). *Innovación tecnológica como medio para consolidar el mercado interno*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Martin Martin, M. A. (2015). *Ingeniería de la exportación - La ruta para internacionalizar su empresa*. Madrid: FC Editorial.
- Minervini, N. (2012). *La ingeniería de la exportación, ruta para la internalizar su empresa*. México: Fundación COFEMETAL.

- Montes, C. E. (2010). *Metodología de la investigación tecnológica*. Huancayo: Imagen Gráfica SAC.
- Napalco, C. E. (2015). *La influencia de la innovación tecnológica en la producción y procesamiento del café en la Provincia - Chanchamayo*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Nigrini, G. V. (2012). *Ciencia, tecnología e innovación: Hacia una agenda de política pública*. México: Flacso.
- Parrales, R. J. (2014). *Modelo de Negocios e Innovación Tecnológica en las PYMES para el Desarrollo Socio Económico Regional de la Zona Sur de Manabí*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Revilla Gutierrez, E. (2001). *Innovación tecnológica ideas básicas*. Madrid: COTEC.
- Romero Mora, P., Saldívar Vaquera, C. E., Delgado Ibarra, R., & Sánchez Montúfar, L. (2012). *Tecnologías de información y comunicación*. México: Pearson.
- Ruiz González, M., & Mandado Pérez, E. (1989). *La innovación tecnológica y su gestión*. Barcelona: Marcombo.
- Salzar, C., & Armas, C. (2009). *Gestión del conocimiento*. Lima: UNMSM.
- Sierra, B. R. (2001). *Técnicas de investigación Social: Teoría y Ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Silva Capurro, M. A. (2008). *Creación de valor por la innovación en las empresas, su incidencia en la renta dentro de la política tributaria en el Perú (estudio de casos)*. Lima: Universidad Mayor de San Marcos.
- Summers, D. (2006). *Administración de la calidad*. México: Pearson.
- Tello, F. R. (2011). *Capacidad Exportadora y su relación con el Desempeño de las Empresas Agrarias y Agroindustriales en Iquitos, en el Marco del ATPDEA*. Iquitos: Universidad Nacional De La Amazonía Peruana.

- Ulrich, K., & Eppinger, S. (2009). *Diseño y desarrollo de productos*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Ulrich, K., & Eppinger, S. (2012). *Diseño y desarrollo de productos*. México: McGrawHill.
- Urcia Cruz, M. (2014). *Cultura de la innovación y su influencia en la competitividad en la industria del calzado del distrito el porvenir, Trujillo*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Valenzuela Plasencia, K. (2016). *La innovación en el sector de elaboración de cacao y chocolate y productos de confitería peruano: estudio de casos*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Villacorta, M. M. (2015). *Centro de Innovación Tecnológica Artesanal en Lurín*. Lima.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

TÍTULO: “LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE LAS EMPRESAS TEXTILES DE LANA DE ALPACA, PROVINCIA DE HUANCAYO 2017”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
<p>GENERAL: ¿Qué relación existe entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017?</p>	<p>GENERAL: Determinar la relación entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.</p>	<p>GENERAL: Existe una relación directa entre la innovación tecnológica y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.</p>	<p>VARIABLE 1(X) Innovación Tecnológica</p>	<p>X1: Gestión de conocimiento. X2: Investigación y desarrollo. X3: Tecnologías de información y Comunicación.</p>	<p>X1.1: Perspectiva externa X1.2: Perspectiva interna X2.1: Investigación X2.2: Desarrollo X3.1: Cultura Informática X3.2: Tecnologías de información y comunicación</p>	<p>Tipo de investigación: Básica Nivel de investigación: Correlacional Diseño de investigación: No experimental, de corte transversal correlacional-causal Métodos: General: Científico Específicos: Inductivo-Deductivo Analítico-Sintético Población – Muestra: Población: 6 empresas textiles de lana de alpaca del distrito de Huancayo Muestra: 6 empresas textiles de lana de alpaca del distrito de Huancayo, censo. Técnicas e Instrumentos: Técnica: Análisis documental, entrevista y la encuesta Instrumentos: Ficha documental, Guía de entrevista y el Cuestionario</p>
<p>ESPECÍFICOS: (1) ¿Qué relación existe entre la gestión de conocimiento y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017?</p>	<p>ESPECÍFICOS: (1) Determinar la relación entre la gestión de conocimiento y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.</p>	<p>ESPECÍFICOS: (1) Existe una relación directa entre la gestión de conocimiento y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017</p>	<p>VARIABLE 2 (Y) Capacidad Exportadora</p>	<p>Y1: Producto Y2: Gestión Empresarial. Y3: Mercadeo internacional.</p>	<p>Y1.1: Envase Y1.2: Presentación Y1.3: Marca Y2.1: Planificación Y2.2: Organización Y2.3: Dirección Y2.4.- Control Y3.1: Identificación de mercados Y3.2: Gestión logística Y.3.3: Gestión Económica – Financiera</p>	
<p>(2) ¿Qué relación existe entre la investigación y desarrollo y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017?</p>	<p>(2) Determinar la relación entre la investigación y desarrollo y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.</p>	<p>(2) Existe una relación directa entre la investigación y desarrollo y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo-2017.</p>				

Anexo 2: Matriz de diseño de instrumentos

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos de captura de la data	Encuesta
			Reactivos por ítems / indicadores	Cuestionario
VARIABLE INDEPENDIENTE X: Innovación Tecnológica	Gestión de conocimiento	Perspectivas internas	1.- ¿La empresa aprende de su relación con el entorno? 2.- ¿La empresa aprende de sus proveedores para el diseño de estrategias? 3.- ¿La empresa aprende de sus clientes para el diseño de sus productos? 4.- ¿La empresa evalúa a sus competidores para mejorar sus procesos? 5.- ¿La empresa tiene conocimiento de los mercados donde se vende sus productos?	
		Perspectivas externas	6.- ¿La empresa diseña producto acorde a las exigencias del mercado? 7.- ¿La empresa optimiza el conocimiento de las personas? 8.- ¿La empresa permite que los colaboradores aprendan unos a otros? 9.- ¿En se comparte información entre áreas? 10.- ¿La empresa tiene procesos que permiten producir productos que satisfagan las necesidades de sus clientes?	
	Investigación y desarrollo	Investigación	11.- ¿En su organización existe planes de innovación en sus productos y servicios? 12.- ¿Su organización dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos en la innovación de nuevos productos? 13.- ¿La innovación en su organización contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio?	
			Desarrollo	

	Tecnologías de información y Comunicación.	Cultura Informática	17.- ¿El personal tiene conocimiento de informática (uso de computador, programas)? 18.- ¿La empresa tiene definido sus políticas de uso de la informática en su puesto de trabajo? 19.- ¿Está de acuerdo que la organización implemente un plan de mejoramiento de la cultura informática dentro de la empresa?	
		Tecnologías de información y comunicación	20.- ¿La organización asigna equipo informáticos para sus colaboradores en la realización de su trabajo? 21.- ¿La empresa considera utilizar nuevas tecnologías para mejorar sus procesos de trabajo? 22.- ¿Su organización invierte en hardware y software para mejorar la productividad dentro de la empresa?	
VARIABLE DEPENDIENTE Y: Capacidad Exportadora	Producto	Envase	23.- ¿El envase utilizado permite preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final?	
		Presentación	24.- ¿La organización ha evaluado sus productos para verificar si cumplen con los estándares para exportación? 25.- ¿La organización a realizado investigaciones en el mercado exterior para evaluar si es posible ingresar a mercados internacionales con su sus productos? 26.- ¿La organización está dispuesta a efectuar eventuales cambios en su producto?	
		Marca	27.- ¿La marca es conocida en el mercado donde se distribuyen sus productos?	
	Gestión Empresarial	Planificación	28.- ¿La empresa desarrolla planes(estratégicos, operativos, funcionales) para el desarrollo de sus actividades?	
		Organización	29.- ¿La empresa tiene definida una estructura organizacional que permite el buen desarrollo de funciones?	
		Dirección	30.- ¿La empresa cumple con los objetivos trazados?	

		Control	31.- ¿La empresa utiliza herramientas de control?	
	Mercadeo internacional	Identificación de mercados	32.- ¿La organización conoce la competencia internacional que va a enfrentar al momento de exportar sus productos? 33.- ¿Conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportación acostumbran brindar al exportador? 34.- ¿La organización conoce las barreras que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?	
		Gestión logística	35.- ¿La empresa cuenta con capacidad de producción para poder llegar a mercados internacionales? 36.- ¿La empresa tiene definido sus procesos para la gestión logística para la exportación de sus productos?	
		Gestión Económica – Financiera	37.- ¿La empresa cuenta con recursos económicos y financieros para afrontar los costos y gastos de exportación de sus productos? 38.- ¿La empresa cuenta con financiamiento para afrontar los requerimientos de exportación?	

Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario sobre innovación tecnológica

Estimado empresario, la presente escala tiene por objetivo determinar de qué manera se relaciona la innovación tecnológica y la capacidad exportadora en las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo 2017. La información que nos proporcione se utilizará para fines de la investigación y será estrictamente confidencial. Le solicitamos atentamente su cooperación y apoyo contestando a las siguientes afirmaciones.

Instrucciones: marque con una "X" la opción de su preferencia.

N°	ITEMS	Si	No
1	¿La empresa aprende de su relación con el entorno?		
2	¿La empresa aprende de sus proveedores para el diseño de estrategias?		
3	¿La empresa aprende de sus clientes para el diseño de sus productos?		
4	¿La empresa evalúa a sus competidores para mejorar sus procesos?		
5	¿La empresa tiene conocimiento de los mercados donde se vende sus productos?		
6	¿La empresa diseña productos acorde a las exigencias del mercado?		
7	¿La empresa optimiza el conocimiento de las personas?		
8	¿La empresa permite que los colaboradores aprendan unos a otros?		
9	¿En se comparte información entre áreas?		
10	¿La empresa tiene procesos que permiten producir productos que satisfagan las necesidades de sus clientes?		
11	¿En su organización existe planes de innovación en sus productos y servicios?		
12	¿Su organización dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos en la innovación de nuevos productos?		
13	¿La innovación en su organización contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio?		
14	¿Su organización fomenta la creatividad y aprovecha todo el potencial de sus directivos y trabajadores?		
15	¿Manejan estándares productivos dentro de la empresa?		
16	¿La empresa cuenta con plan de mejoramiento tecnológico en la producción de productos?		
17	¿El personal tiene conocimiento de informática (uso de computador, programas)?		
18	¿La empresa tiene definido sus políticas de uso de la informática en su puesto de trabajo?		
19	¿Está de acuerdo que la organización implemente un plan de mejoramiento de la cultura informática dentro de la empresa?		

20	¿La organización asigna equipo informáticos para sus colaboradores en la realización de su trabajo?		
21	¿La empresa considera utilizar nuevas tecnologías para mejorar sus procesos de trabajo?		
22	¿Su organización invierte en hardware y software para mejorar la productividad dentro de la empresa?		

Muchas gracias.

Cuestionario sobre capacidad exportadora

Estimado empresario, la presente escala tiene por objetivo determinar de qué manera se relaciona la innovación tecnológica y la capacidad exportadora en las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo 2017. La información que nos proporcione se utilizará para fines de la investigación y será estrictamente confidencial. Le solicitamos atentamente su cooperación y apoyo contestando a las siguientes afirmaciones.

Instrucciones: marque con una "X" la opción de su preferencia.

N°	ITEMS	Si	No
23	¿El envase utilizado permite preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final?		
24	¿La organización ha evaluado sus productos para verificar si cumplen con los estándares para exportación?		
25	¿La organización ha realizado investigaciones en el mercado exterior para evaluar si es posible ingresar a mercados internacionales con sus productos?		
26	¿La organización está dispuesta a efectuar eventuales cambios en su producto?		
27	¿La marca es conocida en el mercado donde se distribuyen sus productos?		
28	¿La empresa desarrolla planes(estratégicos, operativos, funcionales) para el desarrollo de sus actividades?		
29	¿La empresa tiene definida una estructura organizacional que permite el buen desarrollo de funciones?		
30	¿La empresa cumple con los objetivos trazados?		
31	¿La empresa utiliza herramientas de control?		
32	¿La organización conoce la competencia internacional que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?		
33	¿Conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportación acostumbran brindar al exportador?		
34	¿La organización conoce las barreras que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?		
35	¿La empresa cuenta con capacidad de producción para poder llegar a mercados internacionales?		
36	¿La empresa tiene definido sus procesos para la gestión logística para la exportación de sus productos?		
37	¿La empresa cuenta con recursos económicos y financieros para afrontar los costos y gastos de exportación de sus productos?		
38	¿La empresa cuenta con financiamiento para afrontar los requerimientos de exportación?		

Muchas gracias.

Anexo 4: Ficha de evaluación de expertos

FICHA DE VALIDACIÓN DE OPINION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Nombres y Apellidos	Doyle Evelyn Victoria Petralta,	DNI	80633073
Grado Académico	Doctora	Email	evyn_11@hotmail.com
Institución donde labora	UPIA	Telf. / Cel.	984 12 3101
Título de la investigación	La innovación tecnológica y la Capacitación Exportadoras		

N°	ITEMS	ALTERNATIVA DE LOS ITEMS	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	OBSERVACIONES
			0	1	2	3	4	
1	¿La organización tiene manuales internos y directrices en relación a los programas de gestión dentro de la empresa?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
2	¿La política de la organización le permite tomar decisiones acerca del trabajo que realiza?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
3	¿La empresa le permite resolver dificultades que se presentan en su área de trabajo?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
4	¿La organización está constantemente monitoreando su incremento de la participación de mercado?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X		
5	¿La organización mejora en la reducción de los costos por producto?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo				X		

		e.- Totalmente de acuerdo						
6	¿La organización constantemente evalúa la productividad de los trabajadores?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
7	¿La organización capacita constantemente a sus trabajadores para incrementar y mejorar sus conocimientos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
8	¿Su organización dispone de un directivo a quien han sido asignadas las responsabilidades en materia de innovación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
9	¿Su organización dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos al apartado de innovación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
10	¿La innovación en su organización contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
11	¿Su organización fomenta la creatividad y aprovecha todo el potencial de sus directivos y trabajadores?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
12	¿Está de acuerdo que la organización implemente un plan de mejoramiento de la	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo					X	

	cultura informática dentro de la empresa?	d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo						
13	¿Está dispuesto a utilizar nuevas tecnologías para mejorar su proceso de trabajo dentro de la empresa?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
14	¿Su organización introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en los procesos de producción?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
15	¿Su organización cuenta con sistema informático que procesa la información y datos utilizados en el trabajo de cada trabajador?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
16	¿Su organización invierte en hardware y software para mejorar la productividad dentro de la empresa?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
17	¿Su empresa tiene claros los factores de competitividad (diseño, tecnología, marca) para la exportación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
18	¿La organización ha evaluado sus productos para verificar si cumplen con los estándares para exportación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
19	¿La organización a realizado investigaciones en el mercado exterior para evaluar si es posible ingresar	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo					X	

	a mercados internacionales con su sus productos?	c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					
20	¿La organización está dispuesta a efectuar eventuales cambios en su producto?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
21	¿Los instrumentos de promoción que utilizas en su mercado interior son idóneos para ser utilizados para el mercado extranjero?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
22	¿Cuenta con recursos financieros y humanos para la gestión de la exportación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
23	¿Su capacidad de producción es suficientemente elástica para cubrir tanto el interno y el mercado externo?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
24	¿La organización conoce la competencia internacional que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
25	¿La organización conocer las barreras que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
26	¿Tiene sinergia con otras empresas para enfrentar la	a.- Totalmente en desacuerdo				X	

	exportación reduciendo costos y riesgos?	b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo						
27	¿Las leyes de protección del consumidor en el mercado que se quiere exportar son distintas de las leyes existentes en su mercado interno?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
28	¿La logística para ser utilizada requerirá modificaciones en el producto para reducir los costos de transporte y en automático los de importación para su comprador?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
29	¿La organización está dispuesta a invertir para la exportación de sus productos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
30	¿Conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportación acostumbran brindar al exportador?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	

EVALUACION:

PROCESO DE VALIDACION

Ratio de Validez = $\frac{C8-C9}{C8-C9} = \text{Aceptable}$.



Huancayo, 03 de Octubre del 2017


FIRMA DEL EXPERTO
DNI: 80623073

FICHA DE VALIDACIÓN DE OPINION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Nombres y Apellidos	Joel Contreras Nuñez	DNI	20038801
Grado Académico	Doctor	Email	joelcn@hotmail.com
Institución donde labora	Universidad Alas Peruanas	Telf. / Cel.	964213764
Título de la investigación	"La innovación tecnológica, de la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo 2017"		

N°	ITEMS	ALTERNATIVA DE LOS ITEMS	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	OBSERVACIONES
			0	1	2	3	4	
1	¿La organización tiene manuales internos y directrices en relación a los programas de gestión dentro de la empresa?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
2	¿La política de la organización le permite tomar decisiones acerca del trabajo que realiza?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
3	¿La empresa le permite resolver dificultades que se presentan en su área de trabajo?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
4	¿La organización está constantemente monitoreando su incremento de la participación de mercado?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
5	¿La organización mejora en la reducción de los costos por producto?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo					X	

		e.- Totalmente de acuerdo					
6	¿La organización constantemente evalúa la productividad de los trabajadores?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
7	¿La organización capacita constantemente a sus trabajadores para incrementar y mejorar sus conocimientos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X
8	¿Su organización dispone de un directivo a quien han sido asignadas las responsabilidades en materia de innovación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
9	¿Su organización dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos al apartado de innovación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X
10	¿La innovación en su organización contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X
11	¿Su organización fomenta la creatividad y aprovecha todo el potencial de sus directivos y trabajadores?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X
12	¿Está de acuerdo que la organización implemente un plan de mejoramiento de la	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo					X

	cultura informática dentro de la empresa?	d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo						
13	¿Está dispuesto a utilizar nuevas tecnologías para mejorar su proceso de trabajo dentro de la empresa?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
14	¿Su organización introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en los procesos de producción?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
15	¿Su organización cuenta con sistema informático que procesa la información y datos utilizados en el trabajo de cada trabajador?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X		
16	¿Su organización invierte en hardware y software para mejorar la productividad dentro de la empresa?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
17	¿Su empresa tiene claros los factores de competitividad (diseño, tecnología, marca) para la exportación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
18	¿La organización ha evaluado sus productos para verificar si cumplen con los estándares para exportación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
19	¿La organización a realizado investigaciones en el mercado exterior para evaluar si es posible ingresar	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo				X		

	a mercados internacionales con su sus productos?	c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					
20	¿La organización está dispuesta a efectuar eventuales cambios en su producto?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
21	¿Los instrumentos de promoción que utilizas en su mercado interior son idóneos para ser utilizados para el mercado extranjero?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
22	¿Cuenta con recursos financieros y humanos para la gestión de la exportación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
23	¿Su capacidad de producción es suficientemente elástica para cubrir tanto el interno y el mercado externo?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
24	¿La organización conoce la competencia internacional que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
25	¿La organización conocer las barreras que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
26	¿Tiene sinergia con otras empresas para enfrentar la	a.- Totalmente en desacuerdo				X	

	exportación reduciendo costos y riesgos?	b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					
27	¿Las leyes de protección del consumidor en el mercado que se quiere exportar son distintas de las leyes existentes en su mercado interno?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
28	¿La logística para ser utilizada requerirá modificaciones en el producto para reducir los costos de transporte y en automático los de importación para su comprador?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X
29	¿La organización está dispuesta a invertir para la exportación de sus productos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X
30	¿Conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportación acostumbran brindar al exportador?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X

EVALUACION:

PROCESO DE VALIDACION

Ratio de Validez = $\frac{0.8-0.6}{0.9-0.6} = \text{Aceptable}$



Huancayo, 26 de Septiembre del 2017


FIRMA DEL EXPERTO
DNI: <u>20078801</u>

FICHA DE VALIDACIÓN DE OPINION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Nombres y Apellidos	Roberto Churampi Cangalaya	DNI	40832063
Grado Académico	Mg. Gestión Empresarial	Email	robertho02@hotmail.com
Institución donde labora	VAP	Telf. / Cel.	954 093560
Título de la investigación	"La innovación tecnológica y la capacidad exportadora de las empresas textiles de lana de alpaca, Huancayo 2017"		

Nº	ITEMS	ALTERNATIVA DE LOS ITEMS	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	OBSERVACIONES
			0	1	2	3	4	
1	¿La organización tiene manuales internos y directrices en relación a los programas de gestión dentro de la empresa?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
2	¿La política de la organización le permite tomar decisiones acerca del trabajo que realiza?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
3	¿La empresa le permite resolver dificultades que se presentan en su área de trabajo?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
4	¿La organización está constantemente monitoreando su incremento de la participación de mercado?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
5	¿La organización mejora en la reducción de los costos por producto?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo					X	

		c.- Totalmente de acuerdo					
6	¿La organización constantemente evalúa la productividad de los trabajadores?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
7	¿La organización capacita constantemente a sus trabajadores para incrementar y mejorar sus conocimientos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
8	¿Su organización dispone de un directivo a quien han sido asignadas las responsabilidades en materia de innovación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
9	¿Su organización dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos al apartado de innovación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
10	¿La innovación en su organización contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo			X		
11	¿Su organización fomenta la creatividad y aprovecha todo el potencial de sus directivos y trabajadores?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
12	¿Está de acuerdo que la organización implemente un plan de mejoramiento de la	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo				X	

	cultura informática dentro de la empresa?	d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo						
13	¿Está dispuesto a utilizar nuevas tecnologías para mejorar su proceso de trabajo dentro de la empresa?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
14	¿Su organización introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en los procesos de producción?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
15	¿Su organización cuenta con sistema informático que procesa la información y datos utilizados en el trabajo de cada trabajador?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
16	¿Su organización invierte en hardware y software para mejorar la productividad dentro de la empresa?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
17	¿Su empresa tiene claros los factores de competitividad (diseño, tecnología, marca) para la exportación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
18	¿La organización ha evaluado sus productos para verificar si cumplen con los estándares para exportación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
19	¿La organización a realizado investigaciones en el mercado exterior para evaluar si es posible ingresar	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo					X	

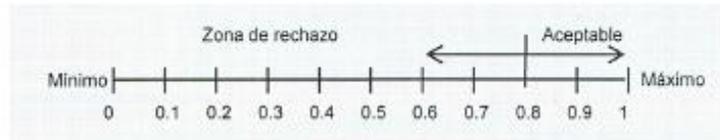
	a mercados internacionales con su sus productos?	c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					
20	¿La organización está dispuesta a efectuar eventuales cambios en su producto?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
21	¿Los instrumentos de promoción que utilizas en su mercado interior son idóneos para ser utilizados para el mercado extranjero?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo			X		
22	¿Cuenta con recursos financieros y humanos para la gestión de la exportación?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo			X		
23	¿Su capacidad de producción es suficientemente elástica para cubrir tanto el interno y el mercado externo?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
24	¿La organización conoce la competencia internacional que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
25	¿La organización conocer las barreras que va a enfrentar al momento de exportar sus productos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X	
26	¿Tiene sinergia con otras empresas para enfrentar la	a.- Totalmente en desacuerdo					

	exportación reduciendo costos y riesgos?	b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
27	¿Las leyes de protección del consumidor en el mercado que se quiere exportar son distintas de las leyes existentes en su mercado interno?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
28	¿La logística para ser utilizada requerirá modificaciones en el producto para reducir los costos de transporte y en automático los de importación para su comprador?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
29	¿La organización está dispuesta a invertir para la exportación de sus productos?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo					X	
30	¿Conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportación acostumbran brindar al exportador?	a.- Totalmente en desacuerdo b.- En desacuerdo c.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo d.- De acuerdo e.- Totalmente de acuerdo				X		

EVALUACION:

PROCESO DE VALIDACION

$$\text{Ratio de Validez} = \frac{0.8 - 0.9}{1} = \text{Aceptable}$$




FIRMA DEL EXPERTO
DNI: 40832063

Huancayo, 09 de Octubre del 2017

Anexo 5: Evidencia fotográfica de la aplicación de encuesta

Aplicación de encuesta en D'Perú Textil



Fuente: Elaboración Propia

Aplicación de encuesta en Hukk Makilla



Fuente: Elaboración Propia

Explicación del dueño de Hukk Maquilla a la aplicadora de encuesta



Fuente: Elaboración Propia