



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Carrera de International Business

**RELACIÓN ENTRE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN
Y EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE MYPES
EXPORTADORAS DE POTA 2018**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en
International Business**

MARICIELO STEPHANY RODAS ALVITES

JULIO CESAR VILCA MONTES

Asesor:

Mg. Oscar Federico Muro Doig

Lima – Perú

2019

Índice

Índice.....	i
Índice de figuras.....	iv
Índice de tablas	iv
Introducción.....	1
Capítulo I	2
1.1 Problema de investigación	2
1.1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.1.2 Formulación del problema.	4
1.1.2.1 Problema general.	4
1.1.2.2 Problemas específicos.	4
1.1.3 Justificación de la investigación.....	4
1.2 Marco referencial	5
1.2.1 Antecedentes.	5
1.2.2 Marco teórico.....	11
1.2.2.1 Capacidad de innovación.	11
1.2.2.1.1 Características.....	12
1.2.2.1.2 Dimensiones.	13
1.2.2.1.3 Teorías.	14
1.2.2.2 Desempeño exportador.	15
1.2.2.2.1 Características.....	16
1.2.2.2.2 Dimensiones.	17
1.2.2.2.3 Determinantes.....	17

1.2.2.2.4 Teorías.	18
1.2.2.3 Sector Pesquero.....	19
1.2.2.4 Modelación de conceptos	22
1.2.2.5 Tipo de empresa.	23
1.3 Objetivos e hipótesis.....	25
1.3.1 Objetivos.	25
1.3.1.1 Objetivo General.	25
1.3.1.2 Objetivos Específicos.	25
1.3.2 Hipótesis.	26
1.3.2.1 Hipótesis General.	26
1.3.2.2 Hipótesis Específicas.	26
Capítulo II	27
2.1 Método.....	27
2.1.1 Tipo de investigación.....	27
2.1.2 Diseño de investigación.....	27
2.1.3 Variables.	27
2.1.4 Población.	28
2.1.5 Muestra.	29
2.1.6 Instrumento de investigación.....	29
2.1.7 Procedimiento de recolección de datos.	32
Capítulo III	33
3.1. Análisis de los resultados de la encuesta.....	33
3.1.1 Análisis de los estudios de capacidad de innovación.....	33

3.1.1.1 Capacidad de desarrollo del producto.....	33
3.1.1.2 Cultura de capacidad de innovación.	36
3.1.1.3 Capacidad estratégica.	37
3.1.1.4 Capacidad tecnológica.....	39
3.1.2 Análisis de los estudios de desempeño exportador.	41
3.2. Contrastación de hipótesis.....	44
3.2.1. Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.....	44
3.2.2. Análisis Factorial Exploratorio.....	47
3.2.3 Correlación Rho de Spearman.	52
3.2.4 Contrastación de Hipótesis.	54
3.3 Discusión	60
3.4 Conclusiones.....	65
3.5 Recomendaciones	66
Referencias bibliográficas.....	69
Anexos.....	75
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	75
Anexo 2. Cuestionario de capacidad de innovación y desempeño exportador	76
Anexo 3. Coeficiente de Aiken.....	78
Anexo 4. Validación de jueces.....	79
Anexo 5. Alfa de Cronbach.....	88

Índice de figuras

Figura 1: Exportaciones Pesqueras 2016 -2017.....	20
Figura 2: Comportamiento histórico exportaciones de Pota.....	21
Figura 3: Precios FOB referenciales en kilogramos (US\$ / KGR)	21
Figura 4: Principales mercados Pota congelada 2018.....	21
Figura 5: Principales empresas exportadoras Pota congelada 2018	22
Figura 6: Modelo estructural de estímulos externos proactivos. Cláudia P. Ribau, António Moreira y Mario Raposo (2017)	22
Figura 7: Modelo estructural de los coeficientes estandarizados. Vajieh Dalvand,Asghar Moshabaki, Abdolhosain Karampour (2016)	23
Figura 8: Modelo de la Investigación	23
Figura 9: Categorías Empresariales	24
Figura 10: Distribucion MYPES exportadoras de Pota	28

Índice de tablas

Tabla 1: Ficha Técnica del Instrumento.....	30
Tabla 2: Desarrollo de nuevos productos	33
Tabla 3: Desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos	34
Tabla 4: Adecuado manejo de los sistemas generales.....	34
Tabla 5: Capacidad de lanzar con exitos nuevos productos	35
Tabla 6: Frecuencia de nuevos productos.....	36
Tabla 7: Nuevas formas y métodos para mejorar procesos actuales.....	36
Tabla 8: Creación de procesos operativos.	37
Tabla 9: La cooperación interna es parte fundamental.	37
Tabla 10: Mejorar el compromiso de los empleados.....	38
Tabla 11: Formular estrategias de innovación.	38

Tabla 12: Capacidades Tecnológicas.....	39
Tabla 13: Actividades de I+D.....	39
Tabla 14: Inversión en proyectos de I+D.	40
Tabla 15: Fortalecimiento de posición estrategia a causa de las exportaciones.	41
Tabla 16: Exportaciones contribuyen con el crecimiento de ventas.....	41
Tabla 17: Crecimiento de las ventas al mercado internacional (exportaciones).....	42
Tabla 18: Búsqueda constante para mejorar procesos actuales.	42
Tabla 19: Aumento de la cuota de mercado internacional.	43
Tabla 20: Rentabilidad de Exportaciones	43
Tabla 21: Prueba de Normalidad.....	46
Tabla 22: Prueba de KMO, Bartlett y Método de Extracción de la Capacidad de innovación.....	48
Tabla 23: Varianza Total Explicada (Capacidad de innovación).	49
Tabla 24: Prueba de KMO, Bartlett y Método de Extracción del desempeño exportador.....	49
Tabla 25: Varianza Total Explicada (Desempeño Exportador).	50
Tabla 26: Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser- Capacidad de innovación.....	50
Tabla 27: Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser- Desempeño exportador.....	52
Tabla 28: Correlaciones Rho de Spearman.....	54
Tabla 29: Correlación Rho de Spearman (Capacidad de innovación y Desempeño exportador).....	55
Tabla 30: Correlaciones-Hipótesis Especifica	56
Tabla 31 Correlaciones-Hipótesis Especifica 2.....	58
Tabla 32 Correlaciones-Hipótesis Especifica 3.....	59
Tabla 33 Correlaciones-Hipótesis Especifica 4.....	60

Introducción

En un mundo de negocios tan competitivo y una sociedad que se encuentra en constante cambio y continua evolución, la capacidad de innovación se ha convertido en un factor determinante para las empresas, siendo así uno de los motores más importantes de transformación y crecimiento. La capacidad de innovación se refiere a la capacidad que tiene una empresa para transformar continuamente el conocimiento y las ideas, basándose en dimensiones como la capacidad de desarrollo de producto, cultura de capacidad de innovación, capacidad estratégica y tecnológica. Este concepto aplicado al entorno empresarial peruano resulta imprescindible para uno de los sectores más importantes de la economía nacional, como lo es el sector pesquero, siendo la pota su producto bandera en el mercado internacional donde las MYPES tienen una participación significativa en la comercialización de este producto.

Para sobrevivir en un mercado dinámico y competitivo, las MYPES deben entender que la capacidad de innovación es un factor clave para conseguir ventajas competitivas y hacer frente a las exigencias del mercado, logrando una efectiva conexión entre la capacidad de innovación y desempeño exportador, en tal sentido, la presente investigación determina la relación que existe entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de empresas MYPES exportadoras de pota.

En el capítulo I se expuso el problema de investigación y seguidamente se planteó, formuló y justificó el problema. Posteriormente, se mencionaron los antecedentes de estudios empíricos de investigadores internacionales y consecutivamente se expresaron los objetivos e hipótesis de la presente investigación.

En el desarrollo del capítulo II se puntualizó la metodología aplicada y se definió el tipo de investigación, diseño y variables a considerar. Seguidamente, se determinó la muestra de investigación al igual que el instrumento utilizado como apoyo en la recolección de datos precisos y concretos.

En el capítulo III se efectuó una interpretación de cada una de las preguntas del cuestionario, así como la realización de análisis estadísticos (Rho de Spearman). Consecutivamente, se mostraron las conclusiones y recomendaciones de la presente tesis. Finalmente, se procedió a citar las referencias y anexos que fueron utilizados en la presente investigación.

Capítulo I

1.1 Problema de investigación

1.1.1 Planteamiento del problema.

Dentro de la economía peruana, el sector pesquero es considerado un factor clave para el correcto desarrollo económico del país; gracias a la privilegiada ubicación geográfica que el Perú posee se cuenta con la facultad de poder apresar alrededor del 20% de la captura mundial de peces, siendo en su gran mayoría especies pequeñas tales como la anchoveta y pota. Según el Ministerio de la Producción (PRODUCE), al cierre del año 2018, el volumen de desembarque de recursos pesqueros habría ascendido a 7.2 millones de toneladas, lo cual significaría un crecimiento anual del 68% frente al año 2017 (10,3%); asimismo, las exportaciones pesqueras alcanzaron ventas por US\$3.1 millones (ADEX, 2019). Sin embargo, pese a los buenos resultados obtenidos en el 2018, según Olaechea Álvarez-Calderón (2017), ministro de la producción, es evidente que durante los últimos años se ha registrado una caída en la industria debido principalmente a que no se le ha brindado la atención necesaria a aquellos factores que podrían favorecer a mejorar el desarrollo del sector, tal como es el caso de la capacidad de innovación dentro de las empresas exportadoras, en especial las micro y pequeñas empresas.

Actualmente, la pota se encuentra ubicada en el primer puesto en el ranking nacional de productos exportados del sector pesca (ADEX Data Trade, 2018), por lo cual resulta fundamental enfocar los esfuerzos de las entidades competentes a este producto a fin de poder mantener un correcto dinamismo en el sector. La pota es un recurso hidrobiológico que, debido a sus cualidades, puede ser adaptado a diversas presentaciones además de tener una gran cantidad de beneficios para la salud humana; sin embargo, estas cualidades no han sido potenciadas a través de la cartera de productos con valor agregado brindados al mercado internacional. Actualmente el 96% de exportaciones de este producto se da en la presentación de congelados, a diferencia de su presentación en conservas, el cual presenta un mínimo porcentaje de participación. (ADEX, 2018).

El 43% de la totalidad de empresas peruanas que exportan pota son MYPES (ADEX Data Trade, 2018), cuentan con un máximo de cien trabajadores y representan en su gran mayoría emprendedores que tratan de sobrevivir a la competencia en el mercado internacional. Debido

al reducido tamaño de estas firmas y al poco desarrollo de su cultura organizacional, la capacidad de innovación resulta ser un concepto que no tienen desarrollado e implementado en su estrategia de negocio, como consecuencia el desarrollo de esfuerzos internos para la búsqueda constante de la mejora en sus procedimientos y resultados no es su principal preocupación.

El problema radica también a que muchas de las MYPES por lo general no tienen claro el concepto de capacidad de innovación, existe la percepción entre este segmento de empresarios que la capacidad de innovación bajo cualquiera de sus dimensiones (capacidad de desarrollo de producto, cultura de capacidad de innovación, capacidad estratégica y capacidad tecnológica) es difícil, costosa, requiere de conocimientos técnicos avanzados y está directamente relacionada con la mejora de un producto existente o la introducción de uno nuevo a través del uso de nuevas tecnologías (COFIDE, 2014). Sin embargo, no consideran que el grueso de la innovación en la región latinoamericana no recae en su totalidad en la parte tecnológica o producto en sí, sino más bien en procesos y en la aplicación de nuevos modelos de gestión; siendo estos dos aspectos factores donde las MYPES tienen grandes oportunidades de innovar y mejorar su productividad (Ponce y Zevallos, 2017).

Por otro lado, es importante recalcar que el conocimiento existente sobre la pota en las MYPES exportadoras es a estas alturas deficiente pese a los constantes esfuerzos y capacitaciones que brinda el estado a fin de solucionar esta problemática (Paredes. C, 2014). Por ejemplo, siendo la pota un producto clave para el buen desempeño del sector, aún se tiene un limitado grado de conocimiento en lo que respecta a la biomasa del producto y a su adecuada gestión; existen interrogantes fundamentales sobre la biología de esta especie marina, poca información sobre las zonas de pesca donde opera la flota potera, limitado conocimiento sobre la escala de operación adecuada lo que conlleva a que se incurran costos medios de captura, etc. Se evidencia que el problema que afronta esta actividad es complejo y abarca aspectos biológicos, tecnológicos, económicos y sociales (Sociedad Peruana de Derecho Ambiental, 2018).

1.1.2 Formulación del problema.

1.1.2.1 Problema general.

¿Existe relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de empresas MYPES exportadoras de pota 2018?

1.1.2.2 Problemas específicos.

- ¿Existe relación entre la capacidad de desarrollo de producto y el desempeño exportador de empresas MYPES exportadoras de pota 2018?
- ¿Existe relación entre la cultura de capacidad de innovación y el desempeño exportador de empresas MYPES exportadoras de pota 2018?
- ¿Existe relación entre la capacidad estratégica y el desempeño exportador de empresas MYPES exportadoras de pota 2018?
- ¿Existe relación entre la capacidad tecnológica y el desempeño exportador de empresas MYPES exportadoras de pota?

1.1.3 Justificación de la investigación.

La presente investigación tuvo como designio determinar la relación que existe entre las dimensiones de la capacidad de innovación y desempeño exportador de MYPES exportadoras de pota en el Perú. Durante el desarrollo se logró identificar si existe relación entre cada una de las dimensiones de la capacidad de innovación y el desempeño exportador; además de determinar cuál de las cuatro dimensiones de la capacidad de innovación (Desarrollo de producto, cultura de capacidad de innovación, capacidad estratégica y capacidad tecnológica), se relaciona con mayor magnitud con el desempeño exportador. Sin embargo, es importante recalcar que la correcta aplicación de las variables en conjunto representa un papel fundamental en el desempeño exportador para crear valor en las MYPES exportadoras de pota.

La capacidad de innovación representó un factor esencial para el correcto desarrollo de la presente investigación, ya que su aplicación constante permite a las empresas transformar el conocimiento y nuevas ideas para generar nuevos productos que estén a la vanguardia de lo

demandado por el mercado internacional, lo cual favorecería al desempeño exportador. Es importante mencionar que según la literatura existente a raíz de estudios previos realizados a empresas alrededor del mundo, la relación entre la capacidad de innovación y desempeño exportador dependerá de factores tales como el rubro de negocio y la cultura de la empresa.

Los resultados de la presente investigación fueron compartidos con MYPES exportadoras las cuales fueron previamente evaluadas y se encuentran expuestas a adoptar nuevas estrategias. Los cambios y mejoras que se procuró alcanzar con las decisiones tomadas fueron el crecimiento de la participación en los mercados actuales, ingresar a nuevos mercados destino y alcanzar un nuevo segmento de clientes. Considerando el enfoque empresarial de la presente investigación, los beneficiarios directos son los dueños y gerentes de MYPES exportadoras de pota ya que, dándole mayor énfasis a la capacidad innovadora de sus empresas, podrán brindar productos con mayor valor agregado y conseguir un impacto positivo al incrementar su productividad y competitividad a nivel global, haciendo posible enlazar la oferta y demanda de manera efectiva.

Indirectamente, los beneficiados son los clientes internacionales y el Estado propio. Los clientes internacionales se verían beneficiados puesto a que las empresas exportadoras de pota, al mejorar su operativa e incrementar su canasta exportadora ofreciendo así productos con innovación de por medio, lograrían que estos reciban la eficacia del servicio que requieren. Por otro lado, el país se beneficiaría con la mejora sustancial del sector pequero, ya este representa un elemento estratégico para la economía del Perú al ser una importante fuente generadora de divisas después de la minería, así como el 7% de exportaciones totales o US\$ 2500 millones anuales en promedio durante los últimos años (Programa Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura, 2015).

1.2 Marco referencial

1.2.1 Antecedentes.

Se realizó investigación literaria respecto a las variables capacidad de innovación y desempeño exportador a nivel internacional. Se obtuvo variedad de estudios; sin embargo, los más resaltantes se presentan a continuación.

En el estudio **“Innovative capability and export performance of Chinese firms”**, de Guan,J y Ma,N (2003), analizaron las siete dimensiones de la capacidad de innovación: aprendizaje, innovación y desarrollo, manufactura, comercialización, organización, asignación de recursos y planificación estratégica, relacionadas a las características más importantes de la empresa, tasa de crecimiento de la participación, tamaño y productividad. Esto con el objetivo de determinar el rendimiento de las exportaciones de una muestra de 213 empresas industriales chinas.

El estudio en mención reveló que el crecimiento de las exportaciones se encuentra estrechamente relacionado con todas las dimensiones de la capacidad de innovación antes mencionadas, con excepción de la manufactura. Por otro lado, se demuestra que la participación en el mercado interno no tiene impacto significativo en el rendimiento de las exportaciones; sin embargo, la tasa de crecimiento de productividad promueve las tasas de rendimiento de exportación. Finalmente, se demuestra que los conceptos básicos de la innovación (innovación y desarrollo, comercialización y manufactura) por sí solos no pueden lograr un crecimiento sostenible de la innovación. En este sentido, las dimensiones de innovación restantes, además de permitir que los activos tecnológicos de una empresa penetren en toda la innovación de competencias, logran que la empresa adquiera competitividad internacional sostenible.

En conclusión, este estudio demuestra que la interacción y armonización de las diversas dimensiones de innovación son los principales factores en la mejora de la competitividad internacional para las empresas chinas.

En el estudio titulado **“Innovation capability and export performance: an empirical study of textile businesses in Thailand”** de Phapruke,U (2007), señalan que la capacidad de innovación es una estrategia importante que permita a las empresas obtener una mayor ventaja competitiva, un mejor rendimiento y mayor viabilidad.

El presente estudio se realizó con la finalidad de examinar empíricamente e investigar las relaciones existentes entre la capacidad de innovación y el rendimiento de exportación de las empresas del sector textil en Tailandia. Se analizaron tres dimensiones de la capacidad de innovación de manera independiente (innovación, capacidad de innovar y disposición al cambio). Se usó una muestra de 500 empresas escogidas al azar, los resultados demostraron

que efectivamente existe correlación entre las variables analizadas y la capacidad de exportación.

En conclusión, el estudio demostró que la capacidad de innovar es la única variable que tiene una relación directa con el rendimiento de las exportaciones, las empresas analizadas con mayor capacidad de innovación resultaron tener un mejor desempeño exportador, a su vez, una mayor participación de mercado y rendimiento económico.

En el estudio **“The relation between export and innovation”** de Vonk,T (2010) se investiga la relación entre exportación e innovación, considerados aspectos de vital importancia para la economía actual de empresas y países. El objetivo principal de este estudio radica en determinar cómo influye la innovación en el proceso de exportación y viceversa. Se menciona que la decisión tanto de exportar como de innovar está influenciada por el entorno interno y externo de la empresa; sin embargo, los procesos sobre cómo las firmas ponen en marcha cada uno de estos aspectos difieren entre sí. Por otro lado, se afirma que la innovación en productos es la más adoptada, pues está orientada a incrementar los ingresos, mientras que la innovación en procesos tiene como objetivo reducir los costos; no obstante, ambos aspectos de innovación influyen sobre la exportación.

Se concluye que la innovación y exportación influyen de manera positiva entre sí; sin embargo, la influencia de la innovación para exportar es más fuerte que la influencia de la exportación para innovar.

En el estudio **“The effects of innovative capabilities on exporting: ¿Do institutional forces matters?”**, los autores, J. Yi, C. Wang y M. Kafourous (2012), desafiaron la suposición que las capacidades de innovación son siempre beneficiosas para exportar, probando la premisa que el rendimiento de las exportaciones depende de la idiosincrasia institucional específica de la ubicación y de la empresa.

Para esta investigación, se usó una muestra de más de 100 empresas chinas. Se demostró que la afiliación a un grupo empresarial, la propiedad extranjera y el grado de mercantilización de la región donde la empresa opera, tiene efectos positivos sobre las capacidades innovadoras en el desempeño de las exportaciones. Asimismo, finalizaron con que la relación entre la capacidad de innovación y el rendimiento de las exportaciones no es uniforme, sino que depende del entorno institucional en el que se inserta una empresa.

El artículo académico “**Measuring innovation capability in exporting firms: the INNOVSCALE**” de Vicente, Margarida y Abrantes, José Luis (2014) tiene como finalidad la identificación de dimensiones para construir una escala que permita medir la capacidad de innovación.

El estudio se basó en los resultados obtenidos de una encuesta con una muestra de 471 empresas manufactureras, a través de las cuales se demuestra que la capacidad de innovación está formada por cuatro dimensiones: capacidad de desarrollo de productos, innovación, capacidad estratégica y tecnológica. Otro de los hallazgos en el estudio reveló que la capacidad de innovación presenta correlación positiva y significativamente relacionada con el rendimiento del nivel de exportación en una empresa. Con los resultados obtenidos se desarrolla una nueva escala de medición denominada INNOVSCALE, la cual permite medir la capacidad de innovación de las empresas exportadoras y prueba su impacto en tres aspectos fundamentales, financiero, estratégico y de rendimiento.

Se finaliza con la creación de una nueva escala que puede ser usada en investigaciones futuras para medir la capacidad de innovación en empresas exportadoras.

En el artículo académico “**The impact of innovation capabilities on export performance of firms**” de Vajihe Dalvand, Asghar Moshabaki, Abdolhosain Karampour (2015) se menciona que, en estudios pasados, de acuerdo a la importancia de las capacidades de innovación en el desarrollo de la compañía, se incluían dos dimensiones principales: capacidades efectivas y operacionales. Las capacidades efectivas de innovación incluyen la asignación de recursos, organización estratégica, cultura, capacidad de aprendizaje y capacidad de administración; por otro lado, las capacidades de innovación operacional incluyen, capacidad de fabricación, comercialización e investigación y desarrollo. Para la investigación se tomó una muestra de 340 empresas dedicadas a la exportación de alimentos, como resultado se demostró que la relación principal entre las capacidades efectivas, capacidades operativas y el desempeño exportador es satisfactoria.

Adicionalmente, se demostró que el impacto de las capacidades de innovación operacional es mayor que el que puedan proporcionar las capacidades de innovación efectiva. Por otro lado, respecto a las capacidades de innovación efectivas, se demuestra que éstas provocan efectos positivos en el desempeño exportador de la compañía. Se concluye que la relación

principal entre las capacidades efectivas, operativas de innovación y el desempeño exportador es positiva.

En el estudio **“SMES Innovation and Export Capabilities: Toward a common conceptual framework”**, de Enjolras.M y Camargo.M (2016), los autores señalaron que existe un vínculo entre innovación y exportación que ayuda a explicar la competitividad de las empresas. La finalidad del estudio fue proponer y analizar estas variables desde un enfoque diferente, considerando la innovación y exportación no en términos de impacto del uno sobre el otro, sino como dos actividades complementarias que movilizan capacidades comunes (recursos, habilidades y conocimiento). Se usó una muestra de 19 empresas españolas de distintos rubros.

El estudio finaliza con la premisa que la exportación e innovación deben considerarse como dos actividades complementarias, en este sentido, las PYMES que invierten al mismo tiempo en innovación y exportación tienen un mayor crecimiento; por otro lado, el retorno de la inversión de una actividad aumenta con el nivel de rendimiento de la otra (innovación y exportación consecuentemente). Finalmente, el estudio concluye que se debe crear simultáneamente valor en términos de innovación y exportación, ya que el desarrollo de ambas capacidades permite movilizar recursos y habilidades comunes.

El artículo académico de Cláudia P. Ribau, António C. Moreira y Mário Raposo (2017) titulado **“SMEs innovation capabilities and export performance: an entrepreneurial orientation view”** tiene como objetivo presentar el impacto de un conjunto de capacidades de innovación (capacidad de aprendizaje, capacidad de desarrollo e investigación, capacidad de manufactura, capacidad de promoción, capacidad de organización, recursos que explotan la capacidad y capacidad estratégica) en el desarrollo exportador de pequeñas y medias empresas (PYMES). Para la realización del estudio se realizó una encuesta a una muestra de 147 empresas manufactureras de plástico que operan en Portugal.

Los resultados obtenidos demostraron que las empresas proactivas a los estímulos externos (presión de los competidores, disminución de ventas nacionales, exceso de capacidad, etc.) no solamente son mejores en lo que respecta a innovación, además su capacidad de orientación empresarial demuestra un mejor desempeño en los mercados internacionales, esto se logra con el despliegue de las capacidades de innovación que les permite competir con éxito y respaldar el rendimiento de la actividad exportadora. Por lo tanto,

se concluye que la capacidad de innovación está positivamente relacionada con el desempeño exportador.

En el estudio **“Innovation Capability and Export Performance of Turkish Export Firms”**, de K. Uyar y B. Oralhan (2017), definen a la diferenciación como elemento clave que conduce al éxito de las empresas en el entorno competitivo actual. Asimismo, en dicho estudio se menciona que para ingresar especialmente a mercados internacionales donde existe una competencia muy intensa, es crucial para las empresas presentar productos innovadores que marquen diferencia significativa en los consumidores finales, ya que la innovación es un factor fundamental para el éxito sostenido debido a que aumenta la eficiencia y la rentabilidad de las empresas haciendo posible la entrada a nuevos mercados.

El objetivo principal del estudio fue determinar la capacidad de innovación y rendimiento de exportación de las empresas exportadoras turcas, así como también conocer la relación existente entre las características de una empresa y la capacidad de innovación. Para esta investigación se usó como muestra 83 empresas localizadas en Kayseri, Turquía. El estudio finalizó señalando que el rendimiento de las exportaciones aumenta en igual proporción a la capacidad de innovación de las empresas, cuando la innovación aumenta, se esperan mayores ganancias gracias a las exportaciones. A raíz de esto, concluyen que la capacidad de innovación es extremadamente importante para proporcionar ventajas en los mercados nacionales e internacionales.

En el estudio **“The role of exploitative and exploratory innovation in export performance: an analysis of plastics industry SMEs”** de Cláudia P. Ribau y António Moreira (2019), señalan que la capacidad de innovación es un factor crucial para que las empresas compitan en el mercado; sin embargo, rara vez se ha examinado cómo la innovación explotadora y exploratoria influyen en el rendimiento de las exportaciones de pequeñas y grandes medianas empresas (PYME). Debido a que la innovación explotadora y exploratoria desempeñan diferentes roles en el mantenimiento de las ventajas competitivas de las PYMES, este artículo tiene como objetivo presentar un análisis de cómo las capacidades de innovación de cuatro empresas específicas impactan en el rendimiento de las exportaciones de estas PYMES.

El estudio concluye indicando que la innovación explotadora influye positivamente en el rendimiento de las exportaciones de las PYME, pero la innovación exploratoria no. Adicionalmente señala que la estrategia y las capacidades de fabricación son antecedentes

importantes tanto de la innovación exploratoria como de la explotación. Finalmente, los resultados revelan que solo las capacidades de fabricación tienen un impacto directo en el rendimiento de las exportaciones, mientras que la estrategia y las capacidades de fabricación son los antecedentes que más influyen en la innovación explotadora y el rendimiento de las exportaciones.

1.2.2 Marco teórico.

En el marco teórico se definieron las variables involucradas, la primera variable a estudiar fue la Capacidad de Innovación donde se detalló sus características, dimensiones y principales teorías. Por otro lado, se tuvo la variable desempeño exportador.

Sobre desempeño exportador se identificó las características, dimensiones y principales teorías. Para concluir, se presentó el sector económico y el tipo de empresa sobre el cual está basado el presente trabajo.

1.2.2.1 Capacidad de innovación.

Existen diversas definiciones y estudios sobre la capacidad de innovación, según el autor Jantunen (2005) la capacidad de innovación se define como la competencia propia de cada empresa para ofrecer nuevas ideas a fin de desarrollar nuevos productos, servicios y procesos, lo que finalmente resulta como una mejora sustancial en su desempeño organizacional y permite obtener nuevas ventajas competitivas.

De acuerdo con Kumar y Che Rose (2010) el término “capacidad de innovación” es usado para referirse a la innovación u organización innovadora; sin embargo, la diferencia entre los términos existentes radica únicamente en los enfoques de medición de esta (Kumar y Che Rose, 2010).

Según el autor E. Nghah, F. Ibrahim (2011), la capacidad de innovación se refiere a la capacidad que posee una empresa para generar conocimiento en forma de propiedad intelectual, asimismo, como la disponibilidad de recursos, la estructura colaborativa y el proceso para resolver problemas.

Vicente, Margarida y Abrantes, José Luis (2014), conceptualiza a la capacidad de innovación como la capacidad que tiene una empresa para desarrollar nuevos productos para

el mercado internacional combinando comportamiento innovador, capacidad estratégica y procesos tecnológicos internos.

La capacidad de innovación es la facilidad que tiene una organización de transformar continuamente el conocimiento y las ideas en nuevos productos, procesos y sistemas para el beneficio de la empresa y sus grupos de interés (V. Dalvand, A. Moshabaki, A. Karampour, 2015).

En resumen, la capacidad de innovar de una empresa se refiere a la combinación de capacidades y recursos para transformar conocimientos en nuevas rutinas, productos y tecnologías.

1.2.2.1.1 Características.

Según Amabile (1997), la capacidad de innovación se caracteriza por estar relacionada directamente con la creatividad, lo cual lleva a las empresas a recompensar y reconocer a todo aquel componente que se comprometa a realizar ideas creativas que favorezcan a una determinada organización.

Según Gold, A. Malhotra (2011), en lo que respecta a la administración del conocimiento, la capacidad de innovación en una empresa se caracteriza por:

- Utilizar la tecnología de la información para crear, compartir, almacenar y usar conocimiento.
- Generar nuevos conocimientos a partir del ya existente.
- Adquirir conocimiento sobre proveedores y clientes.
- Intercambiar conocimiento con socios comerciales.
- Generar nuevos procesos de seguridad del conocimiento.

Aragón-Correa, García-Morales, y Córdón-Pozo (2007); aseguran que la capacidad de innovación de una empresa influye en el liderazgo caracterizado por:

- Motivar a los empleados en vez de controlarlos.

- Motivar a los empleados a utilizar nuevas ideas sin el miedo al fallo o consecuencias negativas.
- Motivar a los empleados a participar en actividades de innovación.
- Establecer estructuras para apoyar actividades innovadoras

1.2.2.1.2 Dimensiones.

Según M. Vicente, J. Abrantes, M. Texeira (2015), la capacidad de innovación abarca cuatro dimensiones clave:

- Capacidad de desarrollo del producto

La capacidad de desarrollo del producto implica aquella competencia de una empresa para desarrollarse rápidamente y lanzar nuevos productos para la exportación (Calantone et al., 2003; Zou et al., 2003), estos productos deben ser desarrollados con el tiempo y mejorar sus características regularmente según las nuevas tendencias del mercado (García y Calantone, 2002). Dado a que la innovación debe darse durante todo el ciclo de vida de una empresa, estas deben poseer una estructura que fomente mayor cantidad de productos en desarrollo (Chen, 2009).

- Cultura de capacidad de innovación.

La cultura de capacidad de innovación como dimensión está relacionada principalmente a la cultura organizacional de la empresa, esta refleja la receptividad y aceptación que tiene hacia nuevas ideas y propuesta de mejoras continuas (Hult et al., 2004; Menguc y Auh, 2006).

Una empresa orientada hacia la innovación valora mucho el cambio y hace énfasis en sus colaboradores a ser más abiertos a generar nuevas ideas, ser más creativos y atreverse a tomar riesgos (Augusto y Coelho, 2009). Los comportamientos innovadores contribuyen al buen desarrollo de nuevos procesos, servicios y procesos tecnológicos. Finalmente, las innovaciones producidas por una empresa refuerzan la cultura de capacidad de innovación. (Hurley y Hult, 1998).

- Capacidad estratégica

El vínculo entre innovación y estrategia es esencial para una gestión eficiente de innovación (Lawson y Samson, 2001). La capacidad estratégica de una empresa refleja la competencia que estas poseen para formular, implementar y monitorear estrategias de innovación, las cuales implican la asignación de capital y recursos humanos para el correcto funcionamiento de actividades innovadoras en las diversas áreas de una organización. (Lawson y Samson, 2001).

- Capacidad Tecnológica

La capacidad tecnológica representa el esfuerzo interno de las empresas para crear un inventario de conocimiento científico y técnico que se puede utilizar para desarrollar y mejorar productos y procesos existentes (Kyläheiko et al., 2011; Quintana-Garcia y Benavides-Velasco, 2008). Asimismo, la capacidad tecnológica permite a las empresas desarrollar e introducir nuevos productos en el mercado, diferenciarlos de competidores y establecer precios más competitivos al reducir los costos de producción (Renko et al., 2009; Yam, 2010).

En conclusión, una empresa con una alta capacidad tecnológica es capaz de identificar nuevas oportunidades y aplicar sus conocimientos desarrollando mejoras sustanciales en la producción, lo cual finalmente ayuda a tener éxito en el comercio internacional (Kyläheiko et al., 2011).

1.2.2.1.3 Teorías.

Innovación desde Internacionalización: las fuentes de nuevo conocimiento.

Según Altergo (2013), el mayor resultado en términos de innovación se puede explicar mediante diversas fuentes externas de información, las cuales se obtienen únicamente dependiendo de cómo se internacionaliza una determinada empresa.

La internacionalización se refiere al desarrollo de actividades comerciales con otros mercados fuera del país de origen (Deresky, 1994). Kafouros (2008), define a la internacionalización como la expansión fuera de las fronteras geográficas del país y que son nuevas para una empresa.

Kafouros (2008), señala que las empresas deben enfocarse en el aprendizaje y modelos de entradas de aquellas otras compañías las cuales han llegado a mercados extranjeros, en este sentido, menciona que el desarrollo y producción de nuevos conocimientos sobre el proceso de internacionalización son importantes para la innovación.

Finalmente, Caloughirou, Kastelli y Tsakanikas (2004), Altergo (2013), concluyen con que las empresas deben entenderse como una colección de recursos y capacidades que pueden ser compartidas para crear conocimiento a través de interacciones, ya que la capacidad de explotar el conocimiento externo es un componente crítico de la capacidad de innovación.

1.2.2.2 Desempeño exportador.

Existen diversos significados atribuidos a la variable desempeño exportador; Cavusgil y Zou (1994, p.3) definen desempeño exportador como una respuesta estratégica al manejo de la interacción de fuerzas internas y externas. De igual manera, estos autores lo establecen como la medida en que los objetivos de una empresa, tanto económicos como estratégicos relacionados a la exportación de un producto al mercado extranjero, se logran mediante la planificación y ejecución de la estrategia de comercialización de exportaciones. Esta definición guarda relación con lo acotado por Shoham (1998) que define al desempeño exportador como un resultado compuesto de las ventas internacionales.

Diamantopoulos (1998) afirma que el desempeño exportador es el reflejo de los resultados del comportamiento del proceso de exportación cuando se exponen a diversas empresas y circunstancias específicas en el entorno. Por otro lado, se define como el resultado compuesto de las ventas internacionales de una empresa, que incluye tres subdimensiones: intensidad de exportación, ventas de exportación y crecimiento de las exportaciones (Katsikeas et al., 2000; Shoham, 1996). Toften Y Olsen (2003) acotan que el desempeño exportador es conceptualmente definido como el resultado de la actividad de una empresa en un mercado de exportación.

El rendimiento de las exportaciones se refiere al logro o los resultados de las actividades comerciales de una empresa en los mercados de exportación (Business Dictionary 2009, Prasad y Naidu 2001)

Adicionalmente, Tonesakulrungruang (2009) definió el desempeño exportador como la medida en que los objetivos de una compañía se consiguen en mercados extranjeros a consecuencia de estrategias específicas.

El desempeño exportador en la actualidad es un concepto de vital importancia para diversas empresas, pues permite conocer los resultados a los esfuerzos establecidos para el proceso de exportación a través de la exposición a diversas variables.

1.2.2.2.1 Características.

Según Tonesakulrungruang, (2009), las características del desempeño exportador son las siguientes:

- Aumentar los márgenes de ganancia
- Ingresar a nuevos mercados
- Aumentar la cuota de clientes en el mercado
- Alcanzar un nuevo segmento de clientes

De acuerdo con lo mencionado por Theodosiou y Morgan (2007), Sousa (2004) y Czinkota (1994) el desempeño exportador se caracteriza por:

- Ser el modelo de entrada al mercado extranjero más utilizado
- Proporcionar a las empresas altos niveles de flexibilidad
- Requerir un mínimo de recursos tanto financieros como humanos
- Permitir a las empresas adquirir nuevos recursos

Por otro lado, Lu y Beamish (2010) y Ural (2009) sostienen que el desempeño exportador se caracteriza por:

- Proporcionar una base para la futura expansión internacional
- Mejorar el desempeño financiero

- Mejorar la utilización de la capacidad productiva
- Mejorar la ventaja competitiva.

1.2.2.2.2 Dimensiones.

Diversos autores consideran el desempeño exportador como un fenómeno muy complejo y multidimensional, el cual comprende tres dimensiones fundamentales: efectividad, eficiencia y adaptabilidad (Katsikeas et al., 2000; Oliveira et al., 2012; y Walker y Ruekert, 1987).

La efectividad es definida en términos de los productos y programas desarrollados por una empresa en relación con sus competidores. Esta se puede medir a través de indicadores tales como el crecimiento en las ventas de exportación (Gencturk y Kotabe, 2001).

En lo que respecta a eficiencia, la rentabilidad es considerada la medida clave, la cual se ve reflejada en la rentabilidad percibida de las actividades de exportación o la relación entre el rendimiento y los insumos necesarios para lograrlo (Aaby & Slater 1989; Katsikeas, Leonidou & Morgan, 2000).

La adaptabilidad se define en cómo la empresa responde a las condiciones y oportunidades cambiantes en el mercado (Toften & Olsen, 2003).

1.2.2.2.3 Determinantes.

Se consideran determinantes del desempeño exportador aquellos factores que definen el nivel de éxito de las exportaciones de una empresa, es así como Sousa et al. (2008) considera que se pueden clasificar en dos enfoques: el paradigma basado en los recursos, enfocado en determinantes internos y el paradigma de contingencia, el cual se centra en factores externos.

El paradigma basado en los recursos se centra en la creación de ventaja utilizando un conjunto de recursos internos, tales como activos, capacidades, procesos organizacionales, atributos de la empresa, información y conocimiento controlado por una empresa (Barney, 1991, p.101). Es así como Barney (1991, pág. 116) sostiene que las fuentes de ventaja competitiva son recursos sólidos valiosos, únicos y no sustituibles.

La teoría de contingencia menciona que factores externos a la empresa afectan su desempeño (Donaldson, 2001, Sousa et al., 2008). En este sentido, Ruekert et al. (1985, p.17) sostiene que el tipo de desempeño que resulta de las actividades de comercialización depende de la naturaleza de la tarea, la forma en que está organizada y su entorno.

Finalmente, Robertson y Chetty (2000, p.212) sostienen que el desempeño exportador está determinado por la medida en que el comportamiento de una empresa se ajusta a su contexto interno o externo.

1.2.2.2.4 Teorías.

Teoría de la ventaja comparativa

En el desarrollo y evolución de la teoría del desempeño exportador, la ventaja comparativa siempre ha sido un concepto de vital importancia. Esta teoría supone que un país debería producir y/o exportar aquellos productos pertenecientes a las industrias en las que éste es considerado más productivo. En el caso más simple, la teoría comparativa se mide por el costo relativo de producción de diferentes bienes en cada país.

Según la teoría Ricadina clásica (1817) estos costos exclusivamente implicaban la mano de obra. De esta manera y con el desarrollo del libre comercio internacional, cada país se especializaba en la producción de unos pocos bienes y se comercializaban para todos los demás.

Heckscher y Ohlin (1933) sostienen una teoría más realista y ampliamente aceptada de los mismos principios; sin embargo, incluye otros factores de producción, especialmente el capital.

Este modelo identifica tres variables interrelacionadas: los flujos comerciales, las intensidades relativas de los factores de producción empleados para cada bien y las dotaciones de factores de cada país comercial. La relación consiste en que las intensidades de factor de producción incorporadas en los bienes comercializados reflejan las dotaciones respectivas de los países comerciales; es decir, un país con dotaciones relativamente grandes de mano de obra en relación con otros países comerciantes exportaría una selección de bienes, cuya producción es comparativamente intensiva en mano de obra (Heller 1968, Ingram, 1986; Maskus, 1983).

El análisis de ventaja comparativa es una herramienta útil para el comercio internacional pues puede usarse para comparar los costos relativos de producción e identificar sectores y mercados que tienen la mayor probabilidad de éxito y enfocarse en la producción y comercialización de estos. En el sector pesquero, la ventaja comparativa se convierte en un factor fundamental debido al alto nivel de competencia internacional, enfocarse en aquello en que representa ser más competitivo determina el alcance del éxito.

1.2.2.3 Sector Pesquero.

La actividad económica pesquera involucra actividades de extracción y transformación de recursos hidrobiológicos tales como peces, crustáceos, moluscos, entre otras especies, tanto para el consumo humano directo (fresco, congelado o enlatado) e industrial (mayormente a través de la harina y aceite de pescado).

La industria pesquera es considerada un factor determinante para el desarrollo social y económico del Perú, debido a que genera ingresos para el Estado, empleo formal y exportaciones con impacto económico a nivel descentralizado, a causa de que gran parte de las actividades extractivas y del procesamiento de ingredientes marinos operan en ciudades costeras al interior del país.

En el primer semestre del 2017 el sector pesca aumentó en 82.85%, contribuyendo así positivamente en el PBI de la primera parte del año (INEI). Durante el 2017 la industria pesquera también contribuyó a la recuperación de la industria manufacturera golpeada por la crisis externa, adicionalmente apoyó a recuperar el dinamismo económico de las ciudades afectadas por el fenómeno del Niño costero.

La industria pesquera se divide en los siguientes subsectores tales como aceite de pescado, crustáceos y moluscos, especies vivas ornamentales, harina de pescado, pescado frescos, pescados secos, entre otros.

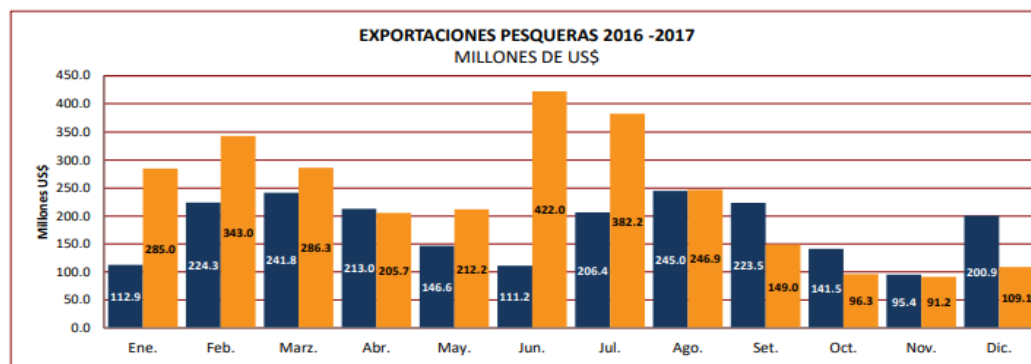


Figura 1. Exportaciones Pesqueras 2016 - 2017 (Millones de US\$)
Fuente: ADEX Data Trade 2018

La siguiente investigación fue enfocada en el calamar gigante o pota (*Dosidicus gigas*), perteneciente al sub-sector crustáceos y moluscos, siendo este el producto pesquero más importante para el Perú (ADEX Data Trade, 2018) Según estudios realizados por la Scientific American, las poblaciones de los cefalópodos (entre ellos la pota), están en aumento en todo el mundo ya que estas criaturas de rápida reproducción están genéticamente equipadas para adaptarse a los espacios que se dan por los cambios climáticos extremos y por la sobrepesca (Diario Gestión, 2017).

La pota se considera como un recurso de alta importancia para el mercado nacional e internacional, ya que presenta un potencial de desarrollo para generar derivados que puedan dar mayor variedad al mercado y aumentar el valor de venta del producto (K. Gamboa, J. Núñez, E. Rivera, 2017). En el caso de la pota congelada, es importante que el estado desarrolle planes de inversión para mejorar la infraestructura e innovación en esta industria, dado a que se corre el riesgo que los países compradores transformen el recurso y lo revendan al mercado internacional a un precio más elevado.

Según datos extraídos de Adex Data Trade, para el año 2018 la pota o calamar gigante fue el producto que encabezó la exportación dentro del sector con más de US\$ 350 millones, seguidamente por la pota procesada con ventas que ascendieron a más de US\$ 248 millones, siendo el costo FOB referencial en kilogramos (US\$ / KGR) 3.07 para diciembre 2018 (SIICEX, 2018)

Comportamiento histórico exportaciones Pota (MilesUS\$ FOB)			
2015	2016	2017	2018
195,106	192,569	192,607	350,481

Figura 2. Comportamiento histórico exportaciones de Pota.

Fuente: ADEX Data Trade 2018

PRECIOS FOB REFERENCIALES EN KILOGRAMOS (US\$ / KGR)																								
KG	2018												2017											
	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE
	3.07	2.58	2.95	3.11	2.75	2.33	2.47	2.19	2.8	2.54	2.59	2.66	2.09	3.31	1.92	2.42	1.98	1.7	2.04	1.66	1.62	1.61	1.93	1.74

Figura 3. Precios FOB referenciales en kilogramos (US\$ / KGR)

Fuente: ADEX Data Trade 2018

Dentro de este volumen de exportación, los principales mercados fueron España (39%), Corea del Sur (11%) y Tailandia (9%).

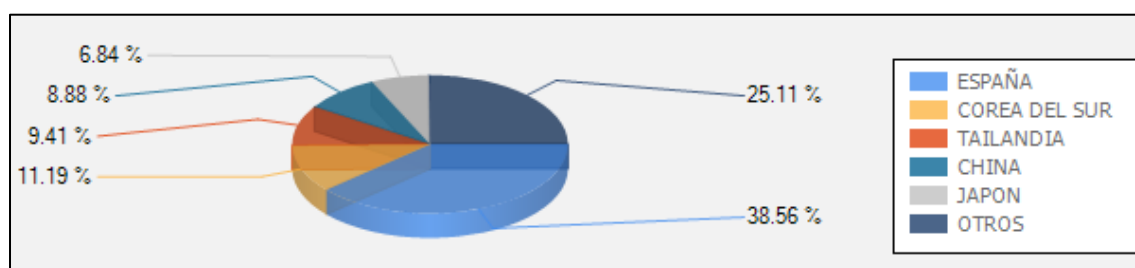


Figura 4. Principales mercados Pota Congelada 2018

Fuente: Adex Data Trade 2018

De esta manera las principales empresas que contribuyeron a lograr esta cifra fueron Consorcio Industrial El Pacifico SAC con una participación del 22% del total de exportaciones de calamar gigante para el 2018 seguidamente se encuentra Pesquera Hayduk SA con una participación del 18% y Puertos del Pacífico SA se hace presente con el 13% de participación (Adex Data Trade, 2018). En cuanto al ranking mundial de exportaciones de este producto, durante los primeros cinco meses del 2018, a nivel regional, el Perú se consolidó como el principal exportador de pota en América Latina; superando de esta manera a países como Chile y Ecuador; dicho resultado permitió que a nivel global el Perú se sitúe como el tercer exportador de pota, después de China e India (MINCETUR, 2018).

Finalmente, según el ministro de la Producción, Manuel Córdova (2018), el Perú exporta anualmente un promedio de 265,000 toneladas de pota congelada y otros productos en base a dicho recurso.

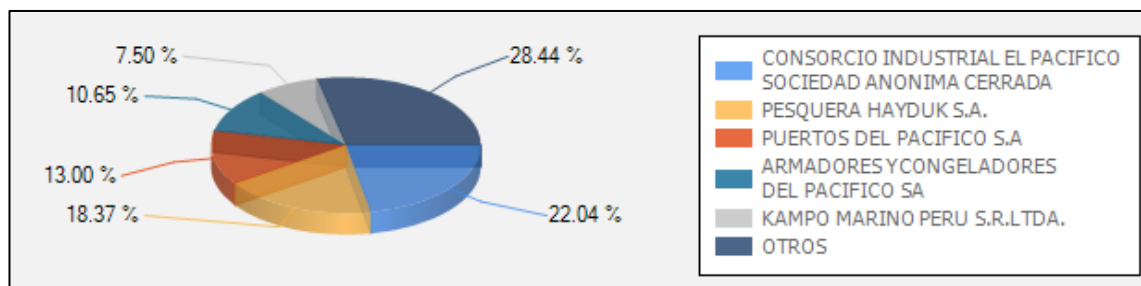


Figura 5. Principales empresas exportadoras Pota Congelada 2018
Fuente: Adex Data Trade 2018

1.2.2.4 Modelación de conceptos

Modelo propuesto por los autores Cláudia P. Ribau, António C. Moreira y Mário Raposo (2017) en el artículo titulado **“SMEs innovation capabilities and export performance: an entrepreneurial orientation view”**

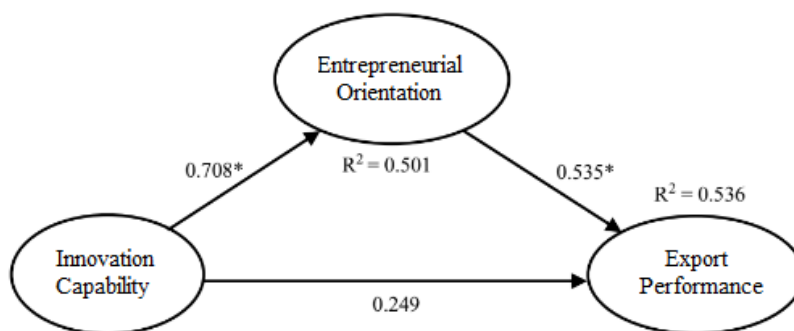


Figura 6. Modelo estructural de estímulos externos proactivos .CláudiaP. Ribau, António Moreira y Mário Raposo (2017)

Modelo propuesto por los autores Vajihe Dalvand, Asghar Moshabaki, Abdolhosain Karampour (2015) en el artículo titulado **“The impact of innovation capabilities on export performance of firms”** desarrolla la capacidad de innovación en dos dimensiones principales: capacidades efectivas y operacionales. Las capacidades efectivas de innovación incluyen la asignación de recursos, organización estratégica, cultura, capacidad de aprendizaje y capacidad de administración; por otro lado, las capacidades de innovación operacional incluyen, capacidad de fabricación, comercialización e investigación y desarrollo.

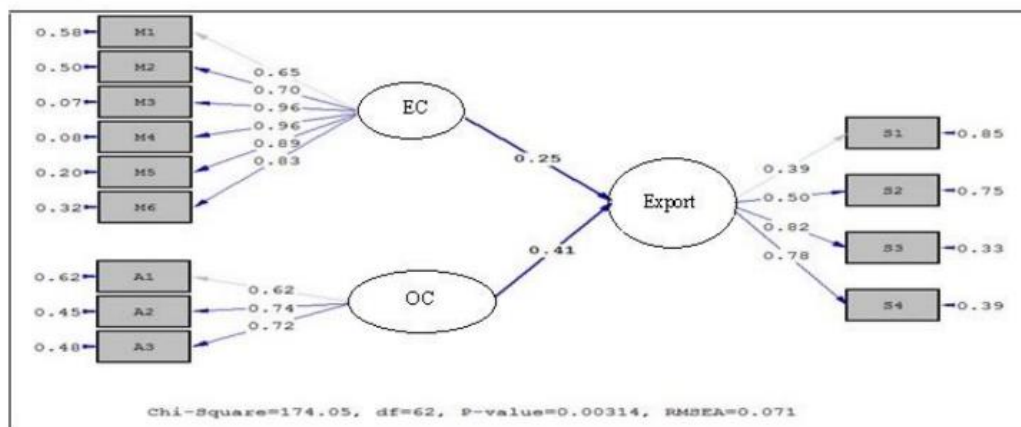


Figura 7. Modelo estructural de los coeficientes estandarizados. Vajihe Dalvand, Asghar Moshabaki, Abdolhosain Karampour (2015)

Finalmente, se muestra el modelo planteado en la presente investigación con los ítems de la encuesta correspondientes a cada dimensión.

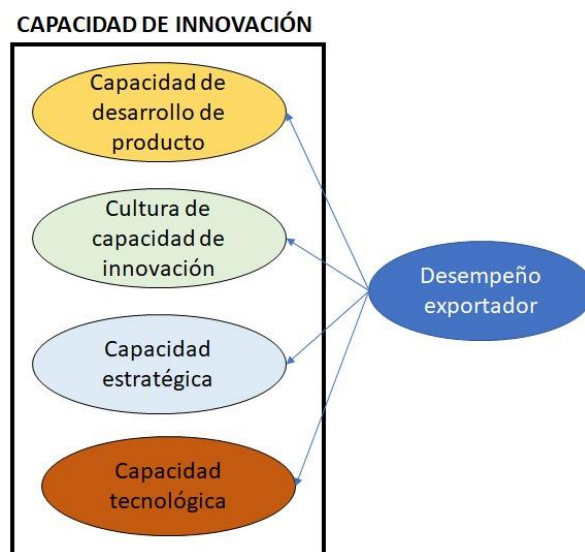


Figura 8. Modelo de la Investigación.
Elaboración: propia

1.2.2.5 Tipo de empresa.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se considerará como muestra las Micro y Pequeñas Empresas exportadoras de pota.

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (SUNAT, 2018).

En la actualidad, las MYPES en el Perú destacan por ser uno de los mayores aportes para la nación debido a que generan un gran número de empleos.

- **Características:**

Las MYPES se ubican dentro de las siguientes categorías empresariales en función de sus niveles de ventas anuales:

MICROEMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)
PEQUEÑA EMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

Figura 9. Categorías Empresariales

Fuente: SUNAT 2018

- **Beneficios generales**

En el Perú, las MYPES se acogen a los beneficios mencionados a continuación:

- Pueden constituirse como personas jurídicas (empresas), vía internet a través del Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas.
- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.

- Gozan de facilidades del Estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.
- Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.
- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado.

1.3 Objetivos e hipótesis

1.3.1 Objetivos.

1.3.1.1 Objetivo General.

Analizar la relación que existe entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de empresas MYPE exportadoras de pota 2018.

1.3.1.2 Objetivos Específicos.

- Determinar la relación que existe entre la capacidad de desarrollo de producto y el desempeño exportador.
- Determinar la relación que existe entre la cultura de capacidad de innovación y el desempeño exportador.
- Determinar cómo se relaciona la capacidad estratégica en el desempeño exportador.
- Determinar la relación que existe entre la capacidad tecnológica y el desempeño exportador.

1.3.2 Hipótesis.

1.3.2.1 Hipótesis General.

La capacidad de innovación se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador de las empresas MYPE exportadoras de pota 2018.

1.3.2.2 Hipótesis Específicas.

- La capacidad de desarrollo de producto se relaciona positivamente con el desempeño exportador.
- La cultura de capacidad de innovación se relaciona de manera efectiva con el desempeño exportador.
- La capacidad estratégica se relaciona de manera eficiente con el desempeño exportador.
- La capacidad tecnológica se relaciona positivamente con el desempeño exportador.

Capítulo II

2.1 Método

La presente investigación utilizó el enfoque cuantitativo en donde la muestra representativa, empresas MYPES exportadoras de pota, fue compilada a través de encuestas con preguntas estandarizadas con la finalidad de complementar los objetivos de la investigación en mención. El método cuantitativo permitió presentar las variables en forma numérica y el material de datos pudo describirse en forma de tablas, gráficos o mediciones estadísticas, tales como promedios, variaciones y correlaciones como análisis de varianza, análisis factorial o análisis de regresión (Befring, 2015, p131-160).

2.1.1 Tipo de investigación.

Debido al análisis cuantitativo de la presente investigación, se aplicó el tipo de investigación correlacional. Según Janet Waters (2017) el estudio correlacional presenta dos o más variables y determina si existe relación entre las mismas, es decir, una similitud en el patrón de puntuaciones. El objetivo de la presente investigación radicó en argumentar las variables entre sí, para lo cual se midió la relación de la variable capacidad de innovación y la variable desempeño exportador.

2.1.2 Diseño de investigación.

La presente investigación utilizó el diseño de investigación no experimental transversal pues la relación entre las variables fue realizada sin ningún tipo de intervención o influencia directa, en este sentido, las relaciones se observaron en su contexto natural. Según Cheryl Bagley Thompson y Edward A. Panacek (2007) el tipo de investigación No experimental transversal correlacional registra observaciones en un grupo seleccionado en un solo punto en el tiempo. El diseño escogido proporcionó la oportunidad de recopilar datos de las variables en un momento exacto y analizar su correlación.

2.1.3 Variables.

- Variable (X): Capacidad de Innovación:

Vicente et al. (2015), conceptualiza a la capacidad de innovación como la capacidad que tiene una empresa para desarrollar nuevos productos para el mercado internacional

combinando comportamiento innovador, capacidad estratégica y procesos tecnológicos internos.

Dimensiones (X): Según M. Vicente, J. Abrantes, M. Texeira (2015), la capacidad de innovación abarca cuatro dimensiones clave:

X1: Capacidad de desarrollo del producto.

X2: Cultura de capacidad de innovación.

X3: Capacidad Estratégica

X4: Capacidad Tecnológica

- Variable (Y): Desempeño exportador

Según Tonesakulrungruang (2009), desempeño exportador se define como la medida en que los objetivos de una compañía se consiguen en mercados extranjeros a consecuencia de estrategias específicas. La presente investigación reflejará en la variable mencionada si existe relación con la capacidad de innovación.

2.1.4 Población.

Según datos obtenidos mediante la plataforma de Inteligencia Comercial, ADEX Data Trade (2018), durante los años 2016 y 2017, se identificaron 72 empresas en el Perú las cuales cumplen los requisitos necesarios para ser consideradas como MYPES.

MYPES exportadoras de pota	
Provincia	Cantidad empresas
Lima	32
Piura	21
Callao	7
Moquegua	4
Tacna	4
Ica	1
Ucayali	1
Arequipa	1
Lambayeque	1

Figura 10. Distribución MYPES exportadoras de pota
Fuente: Adex Data Trade 2018

2.1.5 Muestra.

Esta muestra se basó en la formula probabilística de la población finita con la finalidad de obtener el subgrupo preciso de la población y en consecuencia poder tener la representación exacta.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Se tomó en cuenta como población a 72 MYPES exportadoras de pota del territorio peruano. Los datos de las variables se describen a continuación:

- N (Población o universo) = 72
- Z (Nivel de confianza al 95%) = 1.96
- P (Proporción deseada) = 0.5
- e (Margen de error) = 0.05

Según los datos obtenidos se cuenta con una muestra de 62 empresas participantes.

2.1.6 Instrumento de investigación.

El instrumento utilizado en la presente investigación fue una encuesta la cual fue realizada a los gerentes generales de las MYPES exportadoras de pota. Dicha encuesta se llevó a cabo de manera presencial en sus centros de labores, abarcando un periodo de cuatro meses comprendidos entre septiembre y diciembre 2018. Asimismo, la encuesta fue validada por expertos y estructurada en dos partes: Capacidad de Innovación, conteniendo trece preguntas desarrolladas por Margarida Vicente y José Luis Abrantes (2014), las preguntas fueron medidas en la escala de Likert del 1 al 5 en donde 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 es “Totalmente de acuerdo” y Desempeño exportador conteniendo seis preguntas desarrolladas por Cláudia P. Ribau, António C. Moreira y Mário Raposo (2017), dichas preguntas fueron medidas de igual forma en la escala de Likert del 1 al 5 donde 1 es “Totalmente en desacuerdo” y 5 es “Totalmente de acuerdo”. (Ver Anexo N°2).

A continuación, las Ficha Técnicas del Instrumento de la Relación entre la capacidad de Innovación y Desempeño Exportador de MYPES exportadoras de pota 2018.

Tabla 1
Ficha Técnica del Instrumento.

Cuestionario sobre la Relación de la Capacidad de Innovación de MYPES exportadoras de pota 2018 de Margarida Vicente y Jose Luis Abrantes (2014)	
Nombre:	Instrumento de la Relación de la Capacidad de Innovación y Desempeño Exportador de las MYPES exportadoras de pota del 2018.
Autores:	Margarida Vicente y Jose Luis Abrantes (2014)
Administración:	Individual
Validación:	Braggi Bamberger (2018), Alberto Romani (2018) e Isabel Guadalupe (2018).
Cantidad de Ítems:	13
Duración:	Máximo 20 minutos
Confiabilidad:	Alfa de Cronbach (,768)
Lugar:	Empresas Exportadoras de Pota
Año:	2018
País	Perú

Fuente: Margarida Vicente y Jose Luis Abrantes (2014).

Elaboración propia.

Cuestionario sobre el Desempeño Exportador de MYPES exportadoras de pota 2018 de Claudia P. Ribau, Antonio C. Moreira y Mario Raposa (2017).

Nombre:	Instrumento de la Relación de la Capacidad de Innovación y Desempeño Exportador de las MYPES exportadoras de pota del 2018.
Autores:	Claudia P. Ribau, Antonio C. Moreira y Mario Raposa (2017).
Administración:	Individual
Validación:	Braggi Bamberger (2018), Alberto Romani (2018) e Isabel Guadalupe (2018).
Cantidad de Ítems:	6
Duración:	Máximo 10 minutos
Confiabilidad:	Alfa de Cronbach (.848)
Lugar:	Empresas Exportadoras de Pota
Año:	2018
País	Perú

*Fuente: Claudia P. Ribau, Antonio C. Moreira y Mario Raposa (2017).
Elaboración propia.*

Las encuestas fueron sometidas a validación por expertos docentes de la Universidad San Ignacio de Loyola: Braggi Bamberger, Alberto Romani e Isabel Guadalupe (Ver Anexo N°4), obteniendo como resultado un coeficiente V. de Aiken de 0.94 (Ver Anexo N°3). Asimismo, estas pasaron por un análisis de fiabilidad del instrumento mediante el alfa de Cronbach con los siguientes resultados: Capacidad de Innovación con 0,768 y Desempeño Exportador con 0,848 (Ver Anexo N°5). Finalmente, para contrastar la hipótesis se utilizó la prueba estadística de Rho de Spearman.

2.1.7 Procedimiento de recolección de datos.

Según Hernández, Fernández & Baptista indican que los requisitos necesarios que un instrumento de medición debe cubrir para recolectar apropiadamente datos cuantitativos son: confiabilidad, validez y objetividad. Asimismo, se define el concepto de medición y los errores que puedan cometerse al recolectar datos (2014 p.196).

Para la presente investigación se tomó en cuenta las encuestas realizadas de manera presencial a responsables de las MYPES exportadoras de pota. El procedimiento de recolección duró aproximadamente tres meses, iniciando en el mes de septiembre hasta el mes de diciembre del 2018. Este proceso se llevó a cabo mediante la creación de una base de datos a raíz de la información recopilada de la plataforma ADEX Data Trade, en ella se pudo obtener los datos de contacto de las personas encargadas de las distintas empresas parte de la muestra; asimismo, las encuestas fueron enviadas mediante correo electrónico y se reforzó también con llamadas telefónicas en caso fuera necesario.

El desarrollo de la encuesta tomó aproximadamente 20 minutos con cada responsable; para el desarrollo de esta se utilizó una hoja impresa que posteriormente sirvió para migrar la información recabada a programas especiales como SPSS versión 24 y MS Excel 2013. Finalmente, la data recolectada sirvió para verificar si existía o no relación entre las variables del presente estudio.

Capítulo III

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), existen errores dentro de una investigación donde los más frecuentes son el 1% y el 5%, donde el 5% es el más común en las ciencias sociales, el mismo que se escogió para la presente investigación con 95% de nivel de confianza.

3.1. Análisis de los resultados de la encuesta

Los resultados obtenidos provienen de las encuestas realizadas a 62 MYPES exportadoras de papa. Los resultados se basaron exclusivamente en las dos variables de la investigación y sus dimensiones. Los resultados obtenidos del software SPSS versión 24 permitieron conocer los porcentajes por preguntas respondidas que se pueden apreciar tanto en las columnas Porcentajes y Porcentajes Válidos. Se entiende por Frecuencia a la contabilidad de gerentes o responsables encuestados, por ello termina dando un total de 62. Cabe resaltar que los datos de la columna de Porcentaje y la columna de Porcentaje Válido son iguales, ya que para esta investigación no existen preguntas filtro que culminen la encuesta en cierto punto, es decir, ninguna respuesta descarta al participante, sino todos los participantes contestan todas las preguntas indiferentemente de la respuesta.

3.1.1 Análisis de los estudios de capacidad de innovación.

3.1.1.1 Capacidad de desarrollo del producto.

Tabla 2

Desarrollo de nuevos productos.

P1. Nuestra empresa desarrolla nuevos productos para exportación y explotación de la inversión en términos de I+D (Investigación y Desarrollo).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	8,1	8,1	8,1
Parcialmente en desacuerdo	22	35,5	35,5	43,5
Indiferente	23	37,1	37,1	80,6
Parcialmente de acuerdo	5	8,1	8,1	88,7
Totalmente de acuerdo	7	11,3	11,3	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Según los resultados obtenidos, el 43,5% de los encuestados está en desacuerdo con la siguiente afirmación “Nuestra empresa desarrolla nuevos productos para la exportación y explotación de la inversión en términos de investigación y desarrollo”; mientras que el 37,1% se mostró indiferente y el 19,4% estuvo de acuerdo.

Tabla 3

Desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos.

P2. Nuestra empresa es capaz de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos para el mercado internacional.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	22	35,5	35,5	35,5
Parcialmente en desacuerdo	23	37,1	37,1	72,6
Indiferente	9	14,5	14,5	87,1
Parcialmente de acuerdo	6	9,7	9,7	96,8
Totalmente de acuerdo	2	3,2	3,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Sobre la afirmación “Nuestra empresa es capaz de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos para el mercado internacional”, se obtuvo un 72,6% de encuestados en desacuerdo; el 12,9% mostraron estar de acuerdo con la afirmación y el 14,5% se mostró indiferente.

Tabla 4

Adecuado manejo de los sistemas generales.

P3. Nuestra empresa maneja bien los sistemas generales de desarrollo de nuevos productos para el mercado internacional.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	23	37,1	37,1	37,1
Parcialmente en desacuerdo	22	35,5	35,5	72,6
Indiferente	10	16,1	16,1	88,7
Parcialmente de acuerdo	6	9,7	9,7	98,4
Totalmente de acuerdo	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Con respecto al enunciado “Nuestra empresa maneja bien los sistemas generales de desarrollo de nuevos productos para el mercado internacional”, se observa que el 72,6% del total de encuestados se encontraron en desacuerdo; 16,1% se mostraron indiferente y sólo el 11,3% se mostraron de acuerdo con la afirmación.

Tabla 5

Capacidad de lanzar con éxito nuevos productos.

P4. Nuestra empresa tiene la capacidad de lanzar con éxito nuevos productos para su posterior exportación.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	22	35,5	35,5	35,5
Parcialmente en desacuerdo	25	40,3	40,3	75,8
Indiferente	7	11,3	11,3	87,1
Parcialmente de acuerdo	6	9,7	9,7	96,8
Totalmente de acuerdo	2	3,2	3,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Se observa que el 75,8% de los encuestados se encuentra en desacuerdo con la afirmación “Nuestra empresa tiene la capacidad de lanzar con éxito nuevos productos para su posterior exportación”; por otro lado, sólo el 12,9% se mostró de acuerdo, mientras que el 11,3% es indiferente. En conclusión, el 43,5% de los encuestados se mostró en desacuerdo sobre si sus empresas desarrollan nuevos productos para la exportación y explotación en términos de I+D, además, el 72,6% se mostró en desacuerdo a la afirmación relacionada a si sus empresas tienen la capacidad de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos para el mercado internacional. Adicionalmente se pudo observar que el 72,6% mostró su desacuerdo a la afirmación relacionada a si su empresa maneja bien los sistemas de desarrollo de nuevos productos para mercados internacionales. Finalmente, el 75,8% de los encuestados está en desacuerdo sobre si sus empresas tienen la capacidad de lanzar con éxito nuevos productos para la exportación.

3.1.1.2 Cultura de capacidad de innovación.

Tabla 6

Frecuencia de nuevas ideas.

P5. Nuestra empresa se encuentra frecuentemente probando nuevas ideas.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	14,5	14,5	14,5
Parcialmente en desacuerdo	25	40,3	40,3	54,8
Indiferente	18	29,0	29,0	83,9
Parcialmente de acuerdo	4	6,5	6,5	90,3
Totalmente de acuerdo	6	9,7	9,7	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Respecto a la afirmación “Nuestra empresa se encuentra frecuentemente probando nuevas ideas”, el 54,8% de los encuestados dio a conocer su desacuerdo, el 29% fue indiferente y el 16,2% se mostró de acuerdo con la afirmación en mención.

Tabla 7

Nuevas formas y métodos para mejorar procesos actuales.

P6. Nuestra empresa se encuentra en busca constante de nuevas formas y métodos para mejorar procesos actuales.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	25	40,3	40,3	40,3
Parcialmente en desacuerdo	18	29,0	29,0	69,4
Indiferente	9	14,5	14,5	83,9
Parcialmente de acuerdo	7	11,3	11,3	95,2
Totalmente de acuerdo	3	4,8	4,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: En relación con el enunciado “Nuestra empresa se encuentra en busca constante de nuevas formas y métodos para mejorar procesos actuales”; se observó que el 69,4% del total de encuestados se mostraron en desacuerdo con la afirmación, el 14,5% resultó indiferente y el 16,1% se mostró de acuerdo con la afirmación.

Tabla 8
Creación de procesos operativos.

P7. Nuestra empresa es creativa en los procesos operativos.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	30	48,4	48,4	48,4
Parcialmente en desacuerdo	17	27,4	27,4	75,8
Indiferente	8	12,9	12,9	88,7
Parcialmente de acuerdo	6	9,7	9,7	98,4
Totalmente de acuerdo	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Se pudo observar que el 75,8% de encuestados se encontraron en desacuerdo con la afirmación “Nuestra empresa es creativa en los procesos operativos”; el 12,9% fue indiferente y el 11,3% se mostró de acuerdo con el enunciado en mención. En conclusión, el 54,8% de los encuestados expresó su desacuerdo a la afirmación sobre si sus empresas se encuentran frecuentemente probando nuevas ideas, por otro lado, el 69,4% de los encuestados también estuvo en desacuerdo con la afirmación sobre si su empresa se encuentra en búsqueda constante de nuevas formas y métodos de mejorar procesos actuales. Finalmente, un 75,8% de encuestados se encontraron en desacuerdo sobre si su empresa es creativa en los procesos operativos.

3.1.1.3 Capacidad estratégica.

Tabla 9
La cooperación interna es parte fundamental.

P8. La cooperación interna es parte fundamental para la implementación de la estrategia de innovación en nuestra empresa.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	6,5	6,5	6,5
Parcialmente en desacuerdo	8	12,9	12,9	19,4
Indiferente	19	30,6	30,6	50,0
Parcialmente de acuerdo	21	33,9	33,9	83,9
Totalmente de acuerdo	10	16,1	16,1	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: con respecto a la afirmación “La cooperación interna es parte fundamental de la estrategia de innovación en nuestra empresa”; se observó que el 50% del total de los encuestados se mostró de acuerdo; el 30,6% fue indiferente mientras que el 19,4% estuvo en desacuerdo.

Tabla 10
Mejorar el compromiso de los empleados.

P9. Mejorar el compromiso de los empleados, la moral o ambos, es parte de nuestra estrategia corporativa para monitorearla innovación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Parcialmente en desacuerdo	4	6,5	6,5	6,5
Indiferente	5	8,1	8,1	14,5
Parcialmente de acuerdo	20	32,3	32,3	46,8
Totalmente de acuerdo	33	53,2	53,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Conforme al enunciado “Mejorar el compromiso de los empleados, la moral o ambos, es parte de nuestra estrategia corporativa para monitorear la innovación”; se observó que el 53,2% se encontraron de acuerdo, 32,3% fueron indiferentes y el 14,5% del total de los encuestados se mostraron en desacuerdo.

Tabla 11
Formular estrategias de innovación.

P10. En nuestra empresa, formular estrategias de innovación aumenta las habilidades de nuestros empleados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	12,9	12,9	12,9
Parcialmente en desacuerdo	20	32,3	32,3	45,2
Indiferente	22	35,5	35,5	80,6
Parcialmente de acuerdo	9	14,5	14,5	95,2
Totalmente de acuerdo	3	4,8	4,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Sobre la afirmación “En nuestra empresa, formular estrategias de innovación aumenta las habilidades de nuestros empleados”; se obtuvo un 45,2% de los encuestados que se mostraron en desacuerdo, un 35,5% fue indiferente mientras que el 19,3% se mostró de acuerdo. En conclusión, el 50% de los encuestados considera que la cooperación interna es parte fundamental de la estrategia de innovación para sus empresas, de igual

manera, un 53,2% se mostró de acuerdo con la afirmación la cual indica que mejorar el compromiso y moral de los empleados es parte de la estrategia corporativa para monitorear la innovación. Por otro lado, se pudo observar que el 45,2% de los encuestados se encuentran en desacuerdo sobre si en sus empresas, formular estrategias de innovación aumenta las habilidades de sus empleados.

3.1.1.4 Capacidad tecnológica.

Tabla 12
Capacidades Tecnológicas.

P11. En nuestra empresa, las capacidades tecnológicas son de primera clase.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	11,3	11,3	11,3
Parcialmente en desacuerdo	24	38,7	38,7	50,0
Indiferente	19	30,6	30,6	80,6
Parcialmente de acuerdo	8	12,9	12,9	93,5
Totalmente de acuerdo	4	6,5	6,5	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Sobre la afirmación “En nuestra empresa, las capacidades tecnológicas son de primera clase”; se obtuvo un 50,0% de los encuestados que se mostraron en desacuerdo, un 30,6% fue indiferente mientras que el 19,4% se mostró de acuerdo.

Tabla 13
Actividades de I+D.

P12. El éxito de nuestras actividades de I+D se basan en el know-how a largo plazo.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	29	46,8	46,8	46,8
Parcialmente en desacuerdo	20	32,3	32,3	79,1
Indiferente	7	11,3	11,3	90,3
Parcialmente de acuerdo	5	8,1	8,1	98,4
Totalmente de acuerdo	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Con referencia a la pregunta “el éxito de nuestras actividades de I+D se basan en el know-how a largo plazo; se obtuvo un 79,1% de los encuestados que se mostraron en desacuerdo mientras que el 11,3% fue indiferente, asimismo, se obtuvo que el 19,3% se mostró de acuerdo.

Tabla 14
Inversión en proyectos de I+D.

P13. Últimamente nuestra empresa ha invertido considerablemente en proyectos de I+D				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	55	88,7	88,7	88,7
Parcialmente en desacuerdo	4	6,5	6,5	95,2
Indiferente	3	4,8	4,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Conforme al enunciado “Últimamente nuestra empresa ha invertido considerablemente en proyectos de I+D”; se observó que el 95,2% del total de los encuestados se encontraron desacuerdo; mientras que, por otro lado, el 4,8% restante se mostró indiferente frente a esta medición y un 0% se mostró de acuerdo. En conclusión, el 50% de los encuestados no está de acuerdo con la afirmación que señala que sus empresas, las capacidades tecnológicas son de primera clase, de la misma forma, el 79,1% indica no estar de acuerdo con que el éxito de sus actividades de I+D se basan en el know-how a largo plazo. Finalmente, se pudo observar que un 95,2% de los encuestados de encuentra en desacuerdo con la afirmación la cual indica que sus empresas últimamente han invertido considerablemente en proyectos de I+D.

3.1.2 Análisis de los estudios de desempeño exportador.

Tabla 15

Fortalecimiento de posición estratégica a causa de las exportaciones.

P14. Las exportaciones han fortalecido nuestra posición estratégica como empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	8,1	8,1	8,1
Parcialmente en desacuerdo	9	14,5	14,5	22,6
Indiferente	18	29,0	29,0	51,6
Parcialmente de acuerdo	23	37,1	37,1	88,7
Totalmente de acuerdo	7	11,3	11,3	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Se observa que el 22,6% de los encuestados se encuentra en desacuerdo con la afirmación “Las exportaciones han fortalecido nuestra posición estratégica como empresa”; por otro lado, sólo el 48,4% se mostró de acuerdo, mientras que el 29,0% es indiferente.

Tabla 16

Exportaciones contribuyen con el crecimiento de ventas.

P15. Las exportaciones han contribuido con el crecimiento de las ventas de nuestra empresa.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	14,5	14,5	14,5
Parcialmente en desacuerdo	17	27,4	27,4	41,9
Indiferente	27	43,5	43,5	85,5
Parcialmente de acuerdo	6	9,7	9,7	95,2
Totalmente de acuerdo	3	4,8	4,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Conforme a este enunciado, se pudo conocer que menos de la mitad de encuestados, 41,9%, considera que las exportaciones han contribuido con el crecimiento de las ventas de su empresa, a su vez se conoció que un 14,5% de ellos están en desacuerdo mientras un 43,5% se mostraba indiferente.

Tabla 17

Crecimiento de las ventas al mercado internacional (exportaciones).

P16. Las ventas al mercado internacional (exportaciones), han logrado un rápido crecimiento durante los últimos tres años.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	9,7	9,7	9,7
Parcialmente en desacuerdo	19	30,6	30,6	40,3
Indiferente	27	43,5	43,5	83,9
Parcialmente de acuerdo	7	11,3	11,3	95,2
Totalmente de acuerdo	3	4,8	4,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Con respecto a la afirmación: “Las ventas al mercado internacional (exportaciones), han logrado un rápido crecimiento durante los últimos tres años”, permitió conocer que el 40,3% de encuestados no se mostraban de acuerdo, el 16,1% se mostraba de acuerdo y el 43,5% era indiferente.

Tabla 18

Búsqueda constante para mejorar procesos actuales.

P17. El volumen de ventas al mercado internacional ha aumentado durante los últimos tres años.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	14,5	14,5	14,5
Parcialmente en desacuerdo	19	30,6	30,6	45,2
Indiferente	25	40,3	40,3	85,5
Parcialmente de acuerdo	7	11,3	11,3	96,8
Totalmente de acuerdo	2	3,2	3,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Se observa que el 45.1% de los encuestados se encuentra en desacuerdo con la afirmación “El volumen de ventas al mercado internacional ha aumentado durante los últimos tres años.”; por otro lado, sólo el 14,5% se mostró de acuerdo, mientras que el 40,3% es indiferente.

Tabla 19

Aumento de la cuota de mercado internacional.

P18. Las exportaciones han aumentado la cuota de mercado internacional de nuestra empresa en los últimos tres años.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	17,7	17,7	17,7
Parcialmente en desacuerdo	15	24,2	24,2	41,9
Indiferente	24	38,7	38,7	80,6
Parcialmente de acuerdo	10	16,1	16,1	96,8
Totalmente de acuerdo	2	3,2	3,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Sobre la afirmación “Las exportaciones han aumentado la cuota de mercado internacional de nuestra empresa en los últimos tres años”, se obtuvo un 41,9% de encuestados en desacuerdo; el 19,3% mostraron estar de acuerdo con la afirmación y el 38,7% se mostró indiferente.

Tabla 20

Rentabilidad de las exportaciones.

P19. La rentabilidad de las exportaciones de nuestra empresa ha mejorado durante los últimos tres años.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	11,3	11,3	11,3
Parcialmente en desacuerdo	18	29,0	29,0	40,3
Indiferente	26	41,9	41,9	82,3
Parcialmente de acuerdo	9	14,5	14,5	96,8
Totalmente de acuerdo	2	3,2	3,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Elaboración: propia

Interpretación: Sobre el enunciado: “la rentabilidad de las exportaciones de nuestra empresa ha mejorado durante los últimos tres años”, se pudo percibir de un 17,7% de encuestados que se mostraron de acuerdo en comparación de un 40,3% quienes no lo estaban. Por otro lado, solo un 41,9% estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo. En conclusión, el 48,4% de los encuestados mostró estar de acuerdo con el fortalecimiento de la estrategia a causa de las exportaciones, además, se evidenció que el 43,5% de los encuestados se mostró indiferente a la afirmación relacionada a las exportaciones han contribuido con el crecimiento de las ventas en la empresa. Adicionalmente el 43,5% de los

encuestados se mostró indiferente a la afirmación las ventas al mercado internacional han logrado un rápido crecimiento, por otro lado, se observa que el 45,1% se encuentra en desacuerdo con la afirmación relacionada a si el volumen de ventas al mercado internacional ha aumentado durante los últimos tres años. Adicionalmente el 41,9% de los encuestados expresó su desacuerdo a la afirmación las exportaciones han aumentado la cuota de mercado internacional. Finalmente, el 41,9% de los encuestados no estuvo de acuerdo ni en desacuerdo a si la rentabilidad de las exportaciones de su empresa ha mejorado.

3.2. Contrastación de hipótesis

3.2.1. Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.

La prueba de Shapiro-Wilk se realiza con la finalidad de examinar si los resultados obtenidos de encuestas específicas siguen o no una distribución normal, considerando lo siguiente:

Hipótesis nula (H_0): Variable tiene distribución normal.

Hipótesis alterna (H_1): Variable no tiene distribución normal.

Se realizaron las pruebas de Kolmogorov – Smirnov y Shapiro – Wilk, a fin de determinar si la distribución de los resultados es paramétrica o no paramétrica y poder definir el tipo de análisis a realizar (Pearson o Rho de Spearman), los cuales permitirán conocer la existencia de correlación entre las variables. Para el presente estudio se llevó a cabo la prueba de Shapiro – Wilk, debido a su exactitud en muestras pequeñas.

Ambas pruebas muestran como resultado columnas con datos estadísticos tales como fórmulas pertenecientes a cada tipo de prueba, grado de libertad (gl) que equivale al tamaño de la muestra y nivel de significancia (sig). Se validó que la significancia de las soluciones del instrumento fue $P=0.0005$, por lo cual se concluye que los datos no tienen distribución normal, por lo tanto, se rechaza el H_0 y corresponde realizar pruebas no paramétricas (Rho de Spearman).

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), el coeficiente Spearman (r_s) mide la correlación de las variables a un nivel ordinal, por lo cual las unidades de la muestra se pueden organizar en base a un rango o jerarquía, por lo tanto, este tipo de coeficiente es usado para vincular estadísticamente escalas de Likert.

Tabla 21

Prueba de normalidad.

Prueba de Normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
1. Nuestra empresa desarrolla nuevos productos para exportación y explotación de la inversión en términos de I+D (Investigación y Desarrollo)	,230	62	,000	,875	62	,000
2. Nuestra empresa es capaz de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos para el mercado internacional.	,255	62	,000	,836	62	,000
3. Nuestra empresa maneja bien los sistemas generales de desarrollo de nuevos productos para el mercado internacional.	,238	62	,000	,838	62	,000
4. Nuestra empresa tiene la capacidad de lanzar con éxito nuevos productos para su posterior exportación.	,276	62	,000	,820	62	,000
5. Nuestra empresa se encuentra frecuentemente probando nuevas ideas.	,240	62	,000	,869	62	,000
6. Nuestra empresa se encuentra en busca constante de nuevas formas y métodos para mejorar procesos actuales.	,231	62	,000	,826	62	,000
7. Nuestra empresa es creativa en los procesos operativos.	,280	62	,000	,787	62	,000
8. La cooperación interna es parte fundamental para la implementación de la estrategia de innovación en nuestra empresa.	,205	62	,000	,903	62	,000
9. Mejorar el compromiso de los empleados, la moral o ambos, es parte de nuestra estrategia corporativa para monitorear la innovación.	,311	62	,000	,738	62	,000
10. En nuestra empresa, formular estrategias de innovación aumenta las habilidades de nuestros empleados.	,189	62	,000	,908	62	,000
11. En nuestra empresa, las capacidades tecnológicas son de primera clase.	,229	62	,000	,894	62	,000
12. El éxito de nuestras actividades de I + D se basan en el know-how a largo plazo.	,266	62	,000	,786	62	,000
13. Últimamente nuestra empresa ha invertido considerablemente en proyectos de I + D.	,517	62	,000	,370	62	,000
14. Las exportaciones han fortalecido nuestra posición estratégica como empresa.	,223	62	,000	,898	62	,000
15. Las exportaciones han contribuido con el crecimiento de las ventas de nuestra empresa.	,224	62	,000	,893	62	,000
16. Las ventas al mercado internacional (exportaciones), han logrado un rápido crecimiento durante los últimos tres años.	,220	62	,000	,893	62	,000
17. El volumen de ventas al mercado internacional ha aumentado durante los últimos tres años.	,213	62	,000	,899	62	,000
18. Las exportaciones han aumentado la cuota de mercado internacional de nuestra empresa en los últimos tres años.	,218	62	,000	,903	62	,000
19. La rentabilidad de las exportaciones de nuestra empresa ha mejorado durante los últimos tres años.	,221	62	,000	,902	62	,000

Elaboración: propia

3.2.2. Análisis Factorial Exploratorio.

El análisis factorial exploratorio tiene la finalidad de poder identificar una estructura de factores subyacentes a un conjunto amplio de datos; asimismo, según Khan. (2006) permite también agrupar las variables que se correlacionan entre sí.

Para el presente estudio se utilizaron los siguientes métodos estadísticos, el método de componentes principales, el cual permite extraer cada pregunta y el método de Varimax para determinar la rotación. Asimismo, se realizaron las pruebas de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) y Barlett para identificar si los resultados se ajustan al modelo de la encuesta origen de dos dimensiones, debido a que el instrumento de investigación utilizado ha sido transcrito al español y se precisa determinar su proximidad al modelo original de acuerdo con la interpretación de los encuestados.

De acuerdo con Suarez, O. M. (2007), el KMO indica que tan adecuada es la muestra para el análisis factorial, los resultados de este modelo son los indicados si el índice de KMO está comprendido entre 0,5 y 1. Por otro lado, la prueba de Barlett tiene el objetivo de determinar si el análisis de las variables a estudiar es aplicable; en este sentido si el modelo representa una significancia menor a 0.05 se acepta la hipótesis nula y se realiza el análisis factorial. Adicionalmente, el método de rotación de Varimax tiene como objetivo redistribuir la varianza en los componentes de la matriz obteniendo como resultado la identificación de los factores para cada componente.

Según Fernando & Anguiano-Carrasco (2010), la aproximación de los ítems es válida cuando se aplica la escala de Likert con cinco o más categorías. En consecuencia, se plantea el uso del método de mínimos cuadrados no ponderados (Barbero-García & Méndez ,2015), utilizado en la presente investigación.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la tabla N° 22 se puede determinar lo siguiente:

Tabla 22

Prueba de KMO, Bartlett y Método de Extracción de la Capacidad de innovación.

KMO y prueba de Bartlett		
Adecuación de muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin		.709
Prueba de esfericidad (Bartlett)	Chi-cuadrado aprox.	264.242
	Gl	78
	Sig.	.000

Elaboración: propia

- La prueba de esfericidad de Bartlett indica que la matriz de correlaciones no es una matriz de identidad justificando así el uso del análisis factorial.
- El estadístico de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) conseguido fue 0.709 con un Chi-cuadrado aproximado de 264.242 y significancia 0.000.
- Según los resultados del cuadro Kaiser-Meyer-Olkin (0.709) aprueba emplear el análisis factorial ya que los valores entre 0.5 y 1 muestran que es apropiado aplicarlo.

De acuerdo con el análisis de resultados de la tabla 23, se puede conocer cuatro factores que denotan el 66.119% de la varianza total y la matriz de componente. Los cuatro factores corresponden a las dimensiones de la capacidad de innovación. El primer factor es respuesta a la capacidad de desarrollo de producto con un porcentaje de 20.175%, el segundo factor es aplicación de la cultura de capacidad de innovación con el 16.750% de varianza, el tercer factor es la capacidad estratégica cuyo porcentaje es de 16.650%, y por último esta la capacidad tecnología con un 12.544% de varianza.

Tabla 23
Varianza Total Explicada (Capacidad de innovación).

Varianza total explicada – Capacidad de innovación						
Factor	Valores iniciales			Suma de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	%Varianza	% Acumulado	Total	% de Varianza	% Acumulado
1	3,630	27,925	27,925	3,630	27,925	27,925
2	2,221	17,087	45,012	2,221	17,087	45,012
3	1,714	13,186	58,198	1,714	13,186	58,198
4	1,030	7,921	66,119	1,030	7,921	66,119

Elaboración: propia

Según los resultados obtenidos de la tabla N° 24 se puede resumir lo siguiente:

Tabla 24
Prueba de KMO, Bartlett y Método de Extracción del desempeño exportador.

KMO y prueba de Bartlett		
Adecuación de muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin		.855
Prueba de esfericidad (Bartlett)	Chi-cuadrado aprox.	150.733
	Gl	15
	Sig.	.000

Elaboración: propia

- La prueba de esfericidad de Bartlett indica que la matriz de correlaciones no es una matriz de identidad justificando así el uso del análisis factorial.
- El estadístico de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) conseguido fue 0.855 con un Chi-cuadrado aproximado de 150.733 y significancia 0.000.
- Según los resultados del cuadro Kaiser-Meyer-Olkin (0.855) aprueba emplear el análisis factorial ya que los valores entre 0.5 y 1 muestran que es apropiado aplicarlo.

Según el análisis de resultados de la tabla 25, el factor es unidimensional cuya varianza total y matriz de componente es de 57.550%.

Tabla 25
Varianza Total Explicada (Desempeño Exportador).

Varianza total explicada – Desempeño exportador						
Factor	Valores iniciales		Suma de rotación de cargas al cuadrado			
	Total	%Varianza	% Acumulado	Total	% de Varianza	% Acumulado
1	3,453	57,550	57,550	3,453	57,550	57,550

Elaboración: propia

En la tabla 26 se presenta la matriz de componente rotado según Varimax con normalización Kaiser en la Capacidad de innovación en la cual se muestra que la dimensión de capacidad de desarrollo de producto está agrupada por las preguntas 1, 2, 3 y 4 (Factor 1), consecutivamente, tenemos la dimensión cultura de capacidad de innovación con las preguntas 5, 6 y 7 (Factor 4). Por otro lado, como tercera dimensión tenemos la capacidad estratégica que esta agrupada por las preguntas 8,9 y 10 (Factor 3). Finalmente, la capacidad tecnológica agrupa a las preguntas 11, 12 y 13 (Factor 2).

Tabla 26
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser- Capacidad de innovación.

Matriz de componente rotado				
	Componente			
	1	2	3	4
P4. Nuestra empresa tiene la capacidad de lanzar con éxito nuevos productos para su posterior exportación.	.861			
P1. Nuestra empresa desarrolla nuevos productos para exportación y explotación de la inversión en términos de I+D.	.805			
P2 Nuestra empresa es capaz de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos para el mercado internacional.	.775			
P3. Nuestra empresa maneja bien los sistemas generales de desarrollo de nuevos productos para el mercado internacional.	.720			

P13. Últimamente nuestra empresa ha invertido considerablemente en proyectos en I+D.	.872
P12. El éxito de nuestras actividades de I+D se basan en el know-how a largo plazo.	.787
P11. En nuestra empresa, las capacidades tecnológicas son de primera clase.	.769
P9. Mejorar el compromiso de los empleados, la moral o ambos, es parte de nuestra estrategia corporativa para monitorear la innovación.	.877
P8. La cooperación interna es parte fundamental para la implementación de la estrategia de innovación en nuestra empresa.	.779
P10. En nuestra empresa, formular estrategias de innovación aumenta las habilidades de nuestros empleados.	.706
P7. Nuestra empresa es creativa en los procesos operativos.	.797
P5. Nuestra empresa se encuentra frecuentemente probando nuevas ideas.	.692
P6. Nuestra empresa se encuentra en busca constante de nuevas formas y métodos para mejorar procesos actuales.	.478

Método de mínimos cuadrados no ponderados

Elaboración: propia

En la tabla 27 se presenta la matriz de componente rotado según Varimax con normalización Kaiser para la variable Desempeño Exportador, en la cual se muestra las preguntas 15, 16, 17, 18 y 19 (Factor 1).

Tabla 27

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser- Desempeño exportador.

Matriz de componente rotado	
	Componente
	1
P18. Las exportaciones han aumentado la cuota de mercado internacional de nuestra empresa en los últimos tres años.	.887
P17. El volumen de ventas al mercado internacional ha aumentado durante los últimos tres años.	.866
P14. Las exportaciones han fortalecido nuestra posición estratégica como empresa.	.819
P16. Las ventas al mercado internacional (exportaciones), han logrado un rápido crecimiento durante los últimos tres años.	.678
P19. La rentabilidad de las exportaciones de nuestra empresa ha mejorado durante los últimos tres años.	.649
P15. Las exportaciones han contribuido con el crecimiento de las ventas de nuestra empresa.	.605
Método de mínimos cuadrados no ponderados	

Elaboración: propia

3.2.3 Correlación Rho de Spearman.

En la tabla 28 de correlaciones de Rho de Spearman, se muestran las relaciones existentes entre las dimensiones capacidad de innovación (Capacidad de desarrollo de producto, cultura de capacidad de innovación, capacidad estratégica y capacidad tecnológica) y desempeño exportador; tomando como base la información que se obtuvo de las MYPES exportadoras de pota en Lima en el año 2018.

Para obtener la correlación de Rho de Spearman se realizó la suma de las respuestas de cada dimensión en la escala de Likert. La suma de las respuestas se ejecutó teniendo en cuenta el modelo de los autores Kuo-Chung Shang y Chin-Shan Lu (2012). Posteriormente se verificó el coeficiente de correlación obteniendo como resultado que la significancia de la correlación entre la capacidad estratégica y desempeño exportador es de 0.091, por lo tanto, al ser este valor mayor a 0.05, se concluye que no existe relación entre las variables en mención. Por otro lado, la significancia entre la capacidad de desarrollo de producto, cultura de capacidad de innovación y capacidad tecnológica son menores a 0.05, obteniendo como resultado que existe relación de las mismas con el desempeño exportador.

Recalcamos que las dimensiones de la capacidad de innovación son:

- Capacidad de desarrollo del producto.
- Cultura de capacidad de innovación.
- Capacidad estratégica.
- Capacidad tecnológica.

Mientras que desempeño exportador es una variable unidimensional.

Los siguientes resultados han sido validados mediante la prueba no paramétrica con el software SPSS versión 24 (Ver tabla 28)

Tabla 28
Correlaciones Rho de Spearman

Correlaciones			Cap.Des. Producto	Cult. Cap. Innovación	Cap. Estratégica	Cap. Tecnológica	Desp. Exportador
Rho de Spearman	Capacidad de Desarrollo de Producto.	Coeficiente de correlación	1.000	,333**	,146	,153	,347**
		Sig. (bilateral)	.	,008	,259	,235	,006
		N	62	62	62	62	62
	Cultura de capacidad de innovación.	Coeficiente de correlación	,333**	1,000	,296*	,403**	,772**
		Sig. (bilateral)	,008		,020	,001	,000
		N	62	62	62	62	62
	Capacidad Estratégica	Coeficiente de correlación	,146	,296*	1,000	,184	,217
		Sig. (bilateral)	,259	,020	.	,153	,091
		N	62	62	62	62	62
	Capacidad Tecnológica	Coeficiente de correlación	,153	,403**	,184	1,000	,464**
		Sig. (bilateral)	,235	,001	,153		,000
		N	62	62	62	62	62
	Desempeño Exportador	Coeficiente de correlación	,347**	,772**	,217	,464**	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	,000	,091	,000	
		N	62	62	62	62	62

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

** . La correlación es significativa en el nivel 0.05 (bilateral)

Elaboración: propia

3.2.4 Contrastación de Hipótesis.

A continuación, mostraremos la contrastación de todas las hipótesis, usamos la prueba estadística de Rho de Spearman para elaborarlo.

Hipótesis General

La capacidad de innovación se relaciona con el desempeño exportador de las empresas MYPES exportadoras de pota 2018.

a) Hipótesis nula (Ho):

Ho: $\rho = 0$ La capacidad de innovación NO se relaciona con el desempeño exportador de las empresas MYPES exportadoras de pota 2018.

Hipótesis Alternativa (H1):

H1: $\rho \neq 0$ La capacidad de innovación SI se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador de las empresas MYPE exportadoras de pota 2018.

b) Nivel de significancia (α):

Para este estudio se ha estimado un nivel de significancia de $\alpha=5\%$.

c) Rho de Spearman:

Se obtuvo a través de la suma de las respuestas en la escala de Likert que engloba cada dimensión.

d) Prueba estadística calculada:

Tabla 29

Correlación Rho de Spearman (Capacidad de innovación y Desempeño exportador)

Correlaciones			
			Desempeño Exportador
Rho de Spearman	Capacidad de Innovación	Coeficiente de correlación	,603**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	62

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

Elaboración: propia

e) Toma de decisión:

Respecto a la hipótesis general y con un nivel de significancia del 5%, la hipótesis nula fue rechazada y la hipótesis alternativa fue aceptada:

- ($r = 0,603$; $p < 0,05$), entendiendo que Sí hay relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de las MYPES exportadoras de pota 2018.

Tal como se aprecia, existe relación muy significativa de la capacidad de innovación en el desempeño exportador.

Primera hipótesis específica

La capacidad de innovación de producto se relaciona positivamente con el desempeño exportador.

a) Hipótesis nula (H_0):

$H_0: \rho = 0$ La capacidad de innovación de producto NO se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador.

Hipótesis Alterna (H_1):

$H_1: \rho \neq 0$ La capacidad de innovación de producto SI se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador de las MYPE exportadoras de pota 2018.

b) Nivel de significancia (α):

Para este estudio se ha estimado un nivel de significancia de $\alpha=5\%$.

c) Rho de Spearman:

Se obtuvo a través de la suma de las respuestas en la escala de Likert que engloba cada dimensión.

d) Prueba estadística calculada:

Tabla 30
Correlaciones-Hipótesis Específica.

Prueba Estadística	R	P-Valor	Nivel de Significancia	Conclusión
Rho de Spearman	0.347	0.006	0.05	< 5% se rechaza la hipótesis nula

Elaboración: propia

e) Toma de decisión:

Respecto a la hipótesis general y con un nivel de confianza del 5%, la hipótesis nula fue rechazada y la hipótesis alterna fue aceptada:

($r = 0,347$; $p < 0,05$), entendiendo que, SI se relacionan de manera positiva la capacidad de desarrollo de producto y el desempeño exportador de las MYPES exportadoras de pota 2018.

Tal como se aprecia, existe relación muy significativa y positiva de la capacidad de desarrollo de producto en el desempeño exportador.

Segunda hipótesis específica

La cultura de capacidad de innovación se relaciona de manera efectiva con el desempeño exportador.

a) Hipótesis nula (H_0):

$H_0: \rho = 0$ La cultura de capacidad de innovación NO se relaciona de manera efectiva con el desempeño exportador.

Hipótesis Alterna (H_1):

$H_1: \rho \neq 0$ La cultura de capacidad de innovación SI se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador de las MYPE exportadoras de pota 2018.

b) Nivel de significancia (α):

Para este estudio se ha estimado un nivel de significancia de $\alpha=5\%$.

c) Rho de Spearman:

Se obtuvo a través de la suma de las respuestas en la escala de Likert que engloba cada dimensión.

d) Prueba estadística calculada:

Tabla 31
Correlaciones-Hipótesis Específica 2

Prueba Estadística	R	P-Valor	Nivel de Significancia	Conclusión
Rho de Spearman	0.772	0.000	0.05	< 5% se rechaza la hipótesis nula

Elaboración: propia

e) Toma de decisión:

Respecto a la hipótesis general y con un nivel de confianza del 5%, la hipótesis nula fue rechazada y la hipótesis alterna fue aceptada:

- ($r = 0,772$; $p < 0,05$), entendiendo que, SI se relacionan la cultura de capacidad de innovación y el desempeño exportador de las MYPES exportadoras de pota 2018.

Tal como se aprecia, existe relación muy significativa y positiva entre la cultura de capacidad de innovación y el desempeño exportador.

Tercera hipótesis específica

La capacidad estratégica se relaciona de manera eficiente con el desempeño exportador.

a) Hipótesis nula (H_0):

$H_0: \rho = 0$ La capacidad estratégica NO se relaciona de manera efectiva con el desempeño exportador.

Hipótesis Alterna (H_1):

$H_1: \rho \neq 0$ La capacidad estratégica SI se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador de las MYPE exportadoras de pota 2018.

b) Nivel de significancia (α):

Para este estudio se ha estimado un nivel de significancia de $\alpha=5\%$.

c) Rho de Spearman:

Se obtuvo a través de la suma de las respuestas en la escala de Likert que engloba cada dimensión.

d) Prueba estadística calculada:

Tabla 32
Correlaciones-Hipótesis Específica 3

Prueba Estadística	r	P-Valor	Nivel de Significancia	Conclusión
Rho de Spearman	0.217	0.091	0,05	>5% se acepta la hipótesis nula

Elaboración: propia

e) Toma de decisión:

Respecto a la hipótesis general y con un nivel de confianza del 5%, la hipótesis alterna fue rechazada y la nula alterna fue aceptada:

- ($r = 0,217$; $p > 0,05$), entendiendo que, NO se relacionan la capacidad estratégica y el desempeño exportador de las MYPES exportadoras de pota 2018.

Tal como se aprecia, no existe relación significativa entre la capacidad estratégica y el desempeño exportador.

Cuarta hipótesis específica

La capacidad tecnológica se relaciona positivamente con el desempeño exportador.

a) Hipótesis nula (H_0):

$H_0: \rho = 0$ La capacidad tecnológica NO se relaciona de manera efectiva con el desempeño exportador.

Hipótesis Alterna (H_1):

$H_1: \rho \neq 0$ La capacidad tecnológica SI se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador de las MYPE exportadoras de pota 2018.

b) Nivel de significancia (α):

Para este estudio se ha estimado un nivel de significancia de $\alpha=5\%$.

c) Rho de Spearman:

Se obtuvo a través de la suma de las respuestas en la escala de Likert que engloba cada dimensión.

d) Prueba estadística calculada:

Tabla 33
Correlaciones-Hipótesis Específica 4.

Prueba Estadística	r	P-Valor	Nivel de Significancia	Conclusión
Rho de Spearman	0.464	0.000	0.05	< 5% se rechaza la hipótesis nula

Elaboración: propia

e) Toma de decisión:

Respecto a la hipótesis general y con un nivel de confianza del 5%, la hipótesis nula fue rechazada y la hipótesis alterna fue aceptada:

- ($r = 0,464$; $p < 0,05$), entendiendo que, SI se relacionan la capacidad estratégica y el desempeño exportador de las MYPES exportadoras de pota 2018.

Tal como se aprecia, Sí existe relación significativa y positiva entre la capacidad tecnológica y el desempeño exportador.

3.3 Discusión

En el presente trabajo de investigación titulado “La relación entre la capacidad de innovación y desempeño exportador de MYPES exportadoras de pota 2018”, se desarrolló una encuesta dirigida a gerentes o propietarios de MYPES exportadoras de pota. Los resultados

obtenidos en la presente investigación guardan relación con lo sostenido por diversos investigadores.

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la presente investigación, a continuación, presentamos las comparaciones de las diferentes investigaciones recopiladas.

Hipótesis General

Según la hipótesis general, la capacidad de innovación posee un coeficiente de correlación con el desempeño exportador del ($r=0.603$, $p<0.05$), por lo cual se llega a la conclusión que la capacidad de innovación de las MYPES exportadoras de pota sí se relacionan de manera positiva con el desempeño exportador; en consecuencia, la hipótesis nula fue rechazada y se acepta la hipótesis alterna.

El resultado obtenido está respaldado por las siguientes investigaciones que revalidan la relación entre la capacidad de innovación y desempeño exportador:

- Según el autor U. Phapruke (2007), las empresas tailandesas con mayor capacidad de innovación resultan tener un mejor desempeño exportador, otorgándoles una mayor participación de mercado y rendimiento económico.
- K. Uyar y B. Oralhan (2017), indican que la capacidad de innovación es extremadamente importante y se relaciona de manera efectiva con el desempeño exportador para empresas turcas.
- De acuerdo con lo mencionado por Margarida Vicente y Jose Luis Abrantes (2014), la capacidad de innovación presenta correlación positiva y esta significativamente relacionada con el desempeño exportador en una empresa, dado a que el desarrollo de ambas capacidades permite movilizar recursos y habilidades comunes.
- Cláudia P. Ribau, António C. Moreira y Mário Raposo (2017), afirman que la capacidad de innovación esta positivamente relacionada con el desempeño exportador de pequeñas y medianas empresas.
- Según lo señalado por los autores Vajihe Dalvand, Asghar Moshabaki, Abdolhosain Karampour (2015), la capacidad de innovación provoca efectos positivos en el desempeño exportador de una compañía.

- En el estudio realizado por los autores J. Guan y N. Ma (2003), se reveló que la capacidad de innovación se encuentra estrechamente relacionada con el desempeño exportador de empresas chinas.
- Según lo indicado por Frishammar J. (2008), no existe relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de las micro y pequeñas empresas suecas.

Primera hipótesis específica

De acuerdo con la primera hipótesis específica, la capacidad de desarrollo de producto posee un coeficiente de correlación con el desempeño exportador de ($r=0.347$, $p<0.05$); en consecuencia, la capacidad de desarrollo de producto de las MYPES exportadoras de pota si se relacionan de manera positiva con el desempeño exportador. Por lo tanto, la hipótesis nula fue rechazada y se acepta la hipótesis alterna.

Amparados bajo los resultados obtenidos en la primera hipótesis específica, los siguientes investigadores corroboran la relación entre la capacidad de desarrollo de producto y el desempeño exportador.

- Según los autores Margarida Vicente and José Luís Abrantes (2014) explican que para obtener un desempeño exportador competitivo se debe hacer énfasis en la capacidad de desarrollo de producto dado a que de esta manera las empresas estarán más aptas para responder a los requisitos del mercado internacional.
- Tal como mencionan los autores Nath et al (2010) y Sousa y Lages (2011), un efectivo desarrollo de producto incluye la capacidad de entender y anticiparse a las necesidades de los clientes extranjeros, ya que esto les permitirá vincular directamente sus ofertas a dichas necesidades lo cual finalmente se verá reflejado en un positivo desempeño exportador.
- Según Lisbot et al. (2011), la capacidad de desarrollo de producto ayuda a las empresas a diferenciar su oferta de los competidores en mercados de exportación, lo cual se relaciona positivamente con el desempeño exportador.

Segunda hipótesis específica

Según la segunda hipótesis específica, la cultura de capacidad de innovación posee un coeficiente de correlación con el desempeño exportador de ($r=0.772$, $p<0.05$); en consecuencia, la cultura de capacidad de innovación de las MYPES exportadoras de pota si se relacionan de manera positiva con el desempeño exportador, además de ser la dimensión que se relaciona en mayor magnitud con la variable en mención. Por lo tanto, la hipótesis nula fue rechazada.

Respaldando los resultados conseguidos en la segunda hipótesis específica, los siguientes investigadores corroboran la relación entre la cultura de capacidad de innovación y el desempeño exportador.

- De acuerdo con los autores Vajihe Dalvand, Asghar Moshabaki, Abdolhosain Karampour (2015) existe un efecto positivo en el desempeño exportador a raíz de la cultura de capacidad de innovación, los autores sugieren que las empresas deben establecer estructuras apropiadas con la finalidad de segmentar a los colaboradores bajo sus habilidades y capacidades para fomentar la receptividad hacia nuevas ideas y propuesta de mejoras continuas.
- Lumpkin y Dess (1996), indican que las empresas que cuentan con una cultura de capacidad de innovación definida tienden a aumentar la propensión de estas a implementar nuevas ideas, novedades, experimentación y procesos originales con el fin de explorar nuevas oportunidades, en lugar de simplemente explotar las actuales.

Tercera hipótesis específica

Según la tercera hipótesis específica, la capacidad estratégica posee un coeficiente de correlación con el desempeño exportador de ($r=0.217$, $p>0.05$); en consecuencia, la capacidad estratégica de las MYPES exportadoras de pota NO se relacionan de manera positiva con el desempeño exportador. Por lo tanto se acepta la hipótesis nula.

Dado a los resultados obtenidos en la tercera hipótesis específica, los siguientes investigadores rechazan la relación entre la capacidad estratégica y el desempeño exportador.

- Según los autores Vajihe Dalvand, Asghar Moshabaki y Abdolhosain Karampour (2015), la capacidad estratégica está vinculada directamente con la asignación de recursos humanos para la generación estrategias de innovación, sin embargo, también mencionan que este personal clave no es permanente en una organización, por lo cual no representa relación alguna con el desempeño exportador.

Cuarta hipótesis específica

De acuerdo con la cuarta hipótesis específica, la capacidad tecnológica posee un coeficiente de correlación con el desempeño exportador de ($r=0.464$, $p<0.05$); en consecuencia, la capacidad tecnológica de las MYPES exportadoras de pota SI se relacionan de manera positiva con el desempeño exportador. Por lo tanto, la hipótesis nula fue rechazada y se acepta la hipótesis alterna.

En base a los resultados obtenidos en la cuarta hipótesis específica, los siguientes investigadores corroboran la relación entre capacidad tecnológica y el desempeño exportador.

- Según los autores Margarida Vicente y José Luís Abrantes (2014) es fundamental que una empresa desarrolle un inventario de conocimiento a largo plazo, ya que la aplicación de este impactará efectivamente en el desempeño exportador, permitiendo responder efectivamente a la competencia internacional.
- Tal como señala Kyläheiko et al., (2011), las empresas que cuentan con capacidad tecnológica son más competentes a la hora de reconocer oportunidades y aplicar sus conocimientos a largo plazo en nuevos productos a fin de lograr un éxito esperado en el mercado de exportación incrementando de esta manera su desempeño.
- Según señalan los autores Augusto y Coelho (2009), las empresas que hacen énfasis en el desarrollo de la capacidad tecnológica son capaces de utilizar el conocimiento de los clientes y competidores de forma más creativa, lo que da como resultado nuevos productos innovadores y por consiguiente, un aumento en el desempeño de sus exportaciones.

3.4 Conclusiones

Según los resultados obtenidos en la presente investigación sobre la relación entre la capacidad de innovación y desempeño exportador, se concluye lo siguiente:

- En la investigación realizada se pudo validar la relación positiva entre las dos variables estudiadas dado a que los resultados obtenidos dieron a conocer que la capacidad de innovación y el desempeño exportador se relacionan de manera positiva. Este resultado guarda relación con lo sostenido por Vajihe Dalvand, Asghar Moshabaki y Abdolhosain Karampour (2015), quienes en base a su investigación también afirmaron que las variables se relacionan de manera efectiva. En este sentido, el análisis Rho de Spearman permitió hallar dicha relación con un nivel de significancia de 0,000 entre las variables estudiadas, rechazando así la hipótesis nula, por lo tanto, “La capacidad de innovación se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador de las empresas MYPE exportadoras de pota 2018”.
- La investigación realizada pudo constatar que la capacidad de desarrollo de producto se relaciona positivamente con el desempeño exportador de las MYPES exportadoras de pota 2018, tal como lo explican los autores Margarida Vicente and José Luís Abrantes (2014) al afirmar que la habilidad de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos repercute de manera positiva en el desempeño exportador. Dicho análisis se sustenta con un nivel de significancia de 0,006 obtenido del análisis Rho de Spearman, en tal sentido se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, “La capacidad de innovación de producto SI se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador de las MYPE exportadoras de pota 2018”.
- El presente estudio logró demostrar que la cultura de capacidad de innovación se relaciona de manera efectiva con el desempeño exportador de las MYPES exportadoras de pota 2018 tal y como fue demostrado por los autores Lumpkin y Dess (1996); además de ser la dimensión que se relaciona en mayor magnitud con el desempeño exportador. El presente estudio se sustenta con un nivel de significancia de 0,000 obtenido del análisis Rho de Spearman, en tal sentido se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, “La cultura de capacidad de innovación SI se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador de las MYPE exportadoras de pota 2018”.

- Se evidencia que la capacidad estratégica no se relaciona de manera eficiente con el desempeño exportador de las MYPES exportadoras de pota 2018; lo cual guarda relación con el estudio realizado por Vajihe Dalvand, Asghar Moshabaki, Abdolhosain Karampour (2015). El presente estudio se sustenta con un nivel de significancia de 0,091 obtenido del análisis Rho de Spearman, en tal sentido no se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, “La capacidad estratégica NO se relaciona de manera efectiva con el desempeño exportador de las MYPE exportadoras de pota 2018”.
- Finalmente, se logra demostrar que la capacidad tecnológica se relaciona positivamente con el desempeño exportador de las MYPES exportadoras de pota 2018; tal y como fue demostrado por los autores Margarida Vicente y José Luís Abrantes (2014). El presente estudio se sustenta con un nivel de significancia de 0,000 obtenido del análisis Rho de Spearman, en tal sentido se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, “Si se relacionan de manera positiva la capacidad estratégica y el desempeño exportador de las MYPES exportadoras de pota 2018”.

3.5 Recomendaciones

Las recomendaciones presentadas a continuación son válidas para todo lector que desee implementarlas en su negocio; especialmente para las MYPES exportadoras de pota quienes contribuyeron para la obtención de los resultados expuestos. Se recomienda lo siguiente:

- Se evidencia que existe una relación positiva entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador, por dicha razón se recomienda a las MYPES exportadoras de pota ampliar su conocimiento sobre las variables en materia de estudio; aprovechando los recursos disponibles que el Estado pone a disposición de manera gratuita a través de CONCYTEC y PRODUCE para aquellas empresas que así lo requieran. Es importante considerar que, con una base sólida de información sobre la capacidad de innovación, las MYPES se verán en la facultad de poder adaptar cada una de las dimensiones de esta variable hacia sus estrategias corporativas para lograr ser competitivas en el mercado internacional.

- Se recomienda a las MYPES exportadoras de pota aprovechar las grandes potencialidades que ofrece el producto para reducir la vulnerabilidad del mercado mediante la diversificación de la cartera de productos; agregando conocimiento e innovación que avance en diversificación, productividad y competitividad con valor agregado, dado a que hoy en día el sector se ve indudablemente en la necesidad de establecer nuevos parámetros enfocados en el desarrollo del producto que marquen la diferencia entre sus competidores. En este sentido y según la investigación realizada, el énfasis en este punto permitirá a los empresarios obtener mejores resultados en el desempeño exportador de la compañía y extender los ciclos de vida del producto.
- Se recomienda a las MYPES exportadoras de pota desarrollar la cultura de capacidad de innovación; ya que el impacto de esta dimensión en las labores diarias conllevaría a que la organización mantenga un nivel próspero y competitivo en el mercado internacional. Los empresarios deben fomentar actividades en las cuales los colaboradores aumenten su nivel de receptividad y aceptación hacia nuevas ideas y propuestas de mejora; como brindar fácil acceso a información a través de charlas, talleres y workshops que les permita ampliar sus conocimientos y sentirse parte de la compañía y su desarrollo. Finalmente, es importante resaltar que los mismos empresarios deben disponer de un adecuado liderazgo que les permita empoderar y motivar a sus colaboradores, de esta manera se generara compromiso, implicación y participación por parte de estos.
- Si bien es cierto, en el presente estudio de investigación la capacidad estratégica es una dimensión la cual no se relaciona de manera eficiente con el desempeño exportador; existen investigaciones internacionales en las cuales se demuestra que estas dos variables sí se relacionan positivamente. Es importante fortalecer la relación entre ambas variables para un correcto desarrollo de las MYPES exportadoras de pota; a través de la creación y fidelización de un equipo que genere estrategias transversales enfocadas a proporcionar a los empleados claridad de propósito y que promueva esfuerzos innovadores que contribuyen al éxito de la innovación.

- Las MYPES interesadas en poder aplicar los resultados obtenidos de la presente investigación enfocados a la capacidad tecnológica, deberán considerar que el contexto actual en el cual se desenvuelve el sector pesquero alrededor del mundo está cambiado de manera significativa, exigiendo así una importante dosis de desarrollo de capacidad tecnológica enfocada a la innovación. En tal sentido, se recomienda las MYPES exportadoras de pota utilizar softwares que les permita crear una red de trabajo a fin de compartir y gestionar la evolución del know-how adquirido, lo cual brinde la oportunidad de mejorar y desarrollar productos y procesos existentes.

Referencias bibliográficas

- Añón Higón, D., & Driffield, N. (2011). Exporting and innovation performance: Analysis of the annual Small Business Survey in the UK. *International Small Business Journal*, 29(1), 4-24.
- Baldwin, J. R., & Gellatly, G. (2009). Innovation capabilities: The knowledge capital behind the survival and growth of firms.
- Basile, R. (2001). Export behaviour of Italian manufacturing firms over the nineties: the role of innovation.
- Boso, N., Story, V. M., Cadogan, J. W., Micevski, M., & Kadić-Maglajlić, S. (2013). Firm innovativeness and export performance: Environmental, networking, and structural contingencies.
- Brouthers, L. E., Nakos, G., Hadjimarcou, J., & Brouthers, K. D. (2009). Key factors for successful export performance for small firms.
- Cabral, J. E. D. O., COELHO, A. F., Coelho, F. J. F., & Costa, M. D. P. B. (2015). Capabilities, innovation, and overall performance in Brazilian export firms. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 16(3), 76-108.
- Celec, R., Globocnik, D., & Kruse, P. (2014). Resources, capabilities, export performance and the moderating role of entrepreneurial orientation in the context of SMEs. *European Journal of International Management*, 8(4), 440-464.
- Chetty, S. K., & Hamilton, R. T. (1993). Firm-level determinants of export performance: a meta-analysis. *International Marketing Review*, 10(3).
- Dalvand, V., Moshabaki, A., & Karampour, A. (2015). The impact of innovation capabilities on export performance of firms. *Iran*.
- El Comercio. (Noviembre de 2017). El Perú lidera el crecimiento de las exportaciones. Obtenido de El Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/peru/peru-lidera-crecimiento-exportaciones-noticia-475081>
- Elmawazini, K. (2012). Foreign affiliates, export success of local firms and host country innovation capability. *The Journal of High Technology Management Research*, 23(2), 103-111.

- Enjolras, M., Camargo, M., & Schmitt, C. (2016). SMES' INNOVATION AND EXPORT CAPABILITIES: TOWARD A COMMON CONCEPTUAL FRAMEWORK. France.
- Erickson, R. A., & Hayward, D. J. (Agosto de 2017). Export Performance and Revealed Comparative Advantage of Developing. Obtenido de Journal of Global Economics: <https://www.omicsonline.org/open-access/export-performance-and-revealed-comparative-advantage-of-developing-and-developed-economies-for-textile-fibers-or-fabrics-2375-4389-1000255.pdf>
- Ernst, D., Ganiatsos, T., & Mytelka, L. (Eds.). (2003). Technological capabilities and export success in Asia. Routledge.
- ESAN. (Octubre de 2017). Conexión ESAN. Obtenido de ESAN: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/10/19/la-innovacion-en-peru-al-2017-mejoras-y-retrocesos/>
- Escudero, M., Hurtado, N., De la Torre, J., & Aguilera, J. (2011). Firm's internationalization as generator of innovation capabilities: an empirical application to firms from food industry. Spain.
- FAPERGS. (2013). The relationship between internationalization and innovation capabilities: A comparative study of Brazilian and Mexican companies. Brasil.
- Filipescu, D. A., Prashantham, S., Rialp, A., & Rialp, J. (2013). Technological innovation and exports: unpacking their reciprocal causality. *Journal of International Marketing*, 21(1), 23-38.
- Guan, J., Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. China.
- Hai-yun, Y. D. X. L. (2008). Research on the Impact of Independent Innovation Capability upon Export Trade in China—Based on Positive Analysis of Patent Applications Certified [J]. *Journal of International Trade*, 3.
- Hortinha, P., Lages, C., & Filipe Lages, L. (2011). The trade-off between customer and technology orientations: impact on innovation capabilities and export performance.
- Iizuka, M. (2004, January). Organizational capability and export performance: the salmon industry in Chile. In *Druid Winter Conference*, January (pp. 22-24).

- INEI. (Setiembre de 2015). Directorio central de empresas y establecimientos. Lima, Lima, Perú.
- Jingtao,Y., Chengqi, Q., Kafouros, M. (2012). The effects of innovative capabilities on exporting: Do institutional forces matter?. China.
- Jongwanich, J. (2010). Determinants of export performance in East and Southeast Asia.
- Kafetzopoulos, D., & Psomas, E. (2015). The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies:
- Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs: An extended model. *European Journal of innovation management*, 9(4), 396-417.
- Khurshid, M., Khan, T., Al-Aali, A., & Lim, J. S. (2013). Marketing capability and export performance: the moderating effect of export performance. *South African Journal of Business Management*, 44(3), 59-70.
- Kumru U., Burcu O. (2017). Innovation Capability and Export Performance of Turkish Export Firms.
- Lages, L. F., Silva, G., & Styles, C. (2009). Relationship capabilities, quality, and innovation as determinants of export performance.
- Lau, A. K., Yam, R. C., & Tang, E. P. (2010). The impact of technological innovation capabilities on innovation performance: An empirical study in Hong Kong.
- Lefebvre, E., Lefebvre, L. A., & Bourgault, M. (1998). R&D-related capabilities as determinants of export performance. *Small Business Economics*, 10(4), 365-377.
- Lindon, V. M. (Abril de 2014). Diagnóstico estratégico del sector pesquero peruano. Lambayeque, Perú.
- Lisboa, A., Skarmeas, D., & Lages, C. (2011). Innovative capabilities: Their drivers and effects on current and future performance. *Journal of Business Research*, 64(11), 1157-1161.
- Love, J. H., & Roper, S. (2015). SME innovation, exporting and growth: A review of existing evidence. *International small business journal*, 33(1), 28-48.
- M. Rodriguez, C., A. Wise, J., & Ruy Martinez, C. (2013). Strategic capabilities in exporting: an examination of the performance of Mexican firms. .

- Margarida, V., & Abrantes, J. (2015). Measuring innovation capability in exporting firms: the INNOVSCALE. Portugal.
- Martinez, I. M. (2016, 07 marzo). 7 beneficios que aporta la innovacion a las empresas. Recuperado 05 enero, 2019, de <https://www.linkedin.com/pulse/7-beneficios-que-aporta-la-innovaci%C3%B3n-las-empresas-ignacio-mart%C3%ADnez>.
- Ministerio de la produccion. (2016). Estudio de preinversión a nivel factibilidad del programa nacional de innovación en pesca y acuicultura (prog-19-2014-snip). Recuperado de <http://pnipa.produce.gob.pe/wp-content/uploads/2016/09/Factibilidad-Programa-PNIPA.pdf>.
- Ministerio de Producción. (Diciembre de 2015). Proyecto Nacional de innovación en Pesca. Lima, Lima, Perú. Obtenido de Proyecto nacional de innovación en pesca.
- Monreal-Pérez, J., Aragón-Sánchez, A., & Sánchez-Marín, G. (2012). A longitudinal study of the relationship between export activity and innovation in the Spanish firm: The moderating role of productivity. *International Business Review*, 21(5), 862-877.
- Nassimbeni, G. (2001). Technology, innovation capacity, and the export attitude of small manufacturing firms: a logit/tobit model. .
- Otero-Neira, C., Tapio Lindman, M., & Fernández, M. J. (2009). Innovation and performance in SME furniture industries: An international comparative case study. *Marketing Intelligence & Planning*, 27(2), 216-232.
- Oura, M. M., Zilber, S. N., & Lopes, E. L. (2016). Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil. *International Business Review*, 25(4), 921-932.
- Pacocorma. (2017, 27 julio). Innovación y tamaño de empresa. Ventajas e inconvenientes.. Recuperado 6 enero, 2019, de <https://www.pacocorma.com/es/blog-item/innovacion-y-tamano-de-empresa-ventajas-e-inconvenientes>.
- PromPerú. (Febrero de 2017). Desarrollo del comercio exterior pesquero. Lima, Lima, Perú.

- Redacción Kyocera. (2017, 2 agosto). 5 ventajas de la innovación de procesos en las grandes empresas. Recuperado 3 febrero, 2019, de <https://smarterworkspaces.kyocera.es/blog/5-ventajas-la-innovacion-procesos-las-grandes-empresas/>.
- Ribau, C., Moreira, A., & Raposo, M. (2017). SMEs innovation capabilities and export performance: an entrepreneurial orientation view. Portugal.
- Roper, S., & Love, J. H. (2002). Innovation and export performance: evidence from the UK and German manufacturing plants.
- RPP noticias. (Enero de 2018). Mejora de competitividad e innovación son los retos del 2018 para los exportadores. Obtenido de RPP noticias: <http://rpp.pe/economia/economia/adex-mejora-de-competitividad-e-innovacion-son-los-retos-del-2018-para-los-exportadores-noticia-1097642>
- Salomon, R. M., & Shaver, J. Ma{o. (2005). Learning by exporting: new insights from examining firm innovation. *Journal of Economics & Management Strategy*, 14(2), 431-460.
- Singh, D. A. (2009). Export performance of emerging market firms. *International Business Review*, 18(4), 321-330.
- Sociedad Nacional de Pesquería. (Febrero de 2018). Contribución a la economía peruana. Obtenido de Industria pesquera: <https://www.snp.org.pe/relevancia-economica/>
- Sok, P., & O'Cass, A. (2011). Achieving superior innovation-based performance outcomes in SMEs through innovation resource–capability complementarity.
- SUNAT. (Febrero de 2017). Iniciando mi negocio. Obtenido de Emprender: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Tsai, M. T., & Tsai, C. L. (2010). Innovation capability and performance in taiwanese science parks: exploring the moderating effects of industrial clusters fabric. *International Journal of Organizational Innovation*, 2(4).
- Unidad Formuladora Despacho Viceministerial de Pesca y Acuicultura. (2016). Proyecto mejoramiento de la gobernanza del sistema nacional de innovación en pesca y acuicultura. Recuperado de <https://www.pnipa.gob.pe/PDF/PIP3-Gobernanza-en-pesca-y-acuicultura.pdf>.

- Ussahawanitchakit, P. (2007). Innovation capability and export performance: an empirical study of textile businesses in Thailand.
- Verhees, F. J., & Meulenbergh, M. T. (2004). Market orientation, innovativeness, product innovation, and performance in small firms. *Journal of small business management*, 42(2), 134-154.
- Vonk, T. (2010). The relation between export and innovation: How one affects the other. Netherlands.
- Wolff, J. A., & Pett, T. L. (2000). Internationalization of small firms: An examination of export competitive patterns, firm size, and export performance. *Journal of small business management*, 38(2), 34.
- Zehir, C., Köle, M., & Yıldız, H. (2015). The mediating role of innovation capability on market orientation and export performance: An implementation on SMEs in Turkey.
- Zhang, M., & Tansuhaj, P. S. (2007). Organizational culture, information technology capability, and performance: the case of born global firms. *Multinational Business Review*, 15(3), 43-78.

Anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<u>Problema general</u> ¿Existe relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de empresas MYPE exportadoras de pota 2018? <u>Problemas específicos</u> - ¿Existe relación entre la capacidad de desarrollo de producto y el desempeño exportador? - ¿Existe relación entre la cultura de capacidad de innovación y el desempeño exportador? - ¿Existe relación entre la capacidad estratégica y el desempeño exportador? - ¿Existe relación entre la capacidad tecnológica y el desempeño exportador?	<u>Objetivo general</u> Analizar la relación que existe entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de empresas MYPE exportadoras de pota 2018. <u>Objetivos específicos</u> -Determinar la relación que existe entre la capacidad de desarrollo de producto y el desempeño exportador. -Determinar la relación que existe entre la cultura de capacidad de innovación y el desempeño exportador. -Determinar cómo se relaciona la capacidad estratégica en el desempeño exportador. -Determinar la relación que existe entre la capacidad tecnológica y el desempeño exportador.	<u>Hipótesis general</u> La capacidad de innovación se relaciona de manera positiva con el desempeño exportador de las empresas MYPE exportadoras de pota 2018. <u>Hipótesis específicas</u> -La capacidad de desarrollo de producto se relaciona positivamente con el desempeño exportador. -La cultura de capacidad de innovación se relaciona de manera efectiva con el desempeño exportador. -La capacidad estratégica se relaciona de manera eficiente con el desempeño exportador. -La capacidad tecnológica se relaciona positivamente con el desempeño exportador.	X: Capacidad de Innovación X1: Capacidad de desarrollo de Producto X2: Cultura de capacidad de innovación X3: Capacidad Estratégica X4: Capacidad Tecnológica Y: Desempeño Exportador	<u>Método de investigación</u> El método es de enfoque cuantitativo. <u>Tipo de investigación</u> Esta investigación es de tipo correlacional. <u>Diseño de investigación</u> El diseño de esta investigación es no experimental transversal. <u>Muestra</u> Son 62 empresas MYPES exportadoras de pota. <u>Instrumento de investigación</u> El cuestionario cuenta con 19 ítems, los cuales fueron propuestos por los investigadores Margarida Vicente y José Luis Abrantes (2014) y Cláudia P. Ribau, António C. Moreira y Mário Raposo (2017).

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2. Cuestionario de capacidad de innovación y desempeño exportador

El diseño del cuestionario se elaboró en base a las preguntas propuestas por los investigadores Margarida Vicente y José Luis Abrantes (2014) y Cláudia P. Ribau, António C. Moreira y Mário Raposo (2017), los cuales aplicaron las variables mencionadas para lograr el cuestionario final. La finalidad de este es determinar la relación entre la de capacidad de innovación de las MYPES peruanas exportadoras de Pota con su desempeño exportador.

Agradeceremos su gentil apoyo con el desarrollo de la presente encuesta, marcar con “X” la mejor opción que refleje el estado de su empresa. Tener presente la asignación correspondiente: 1 es totalmente en desacuerdo, 2 es parcialmente en desacuerdo, 3 es indiferente, 4 es parcialmente de acuerdo y 5 es totalmente de acuerdo.

I.- Datos Generales:

Nombre o Razón Social: _____
Domicilio: _____
Teléfono: _____ Fax: _____
Correo electrónico: _____
Nombre del Gerente o propietario: _____

CUESTIONARIO DE CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y DESEMPEÑO EXPORTADOR					
	1	2	3	4	5
	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. Nuestra empresa desarrolla nuevos productos para exportación y explotación de la inversión en términos de I+D (Investigación y Desarrollo)					
2. Nuestra empresa es capaz de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos para el mercado internacional.					
3. Nuestra empresa maneja bien los sistemas generales de desarrollo de nuevos productos para el mercado internacional.					
4. Nuestra empresa tiene la capacidad de lanzar con éxito nuevos productos para su posterior exportación.					
5. Nuestra empresa se encuentra frecuentemente probando nuevas ideas.					
6. Nuestra empresa se encuentra en busca constante de nuevas formas y métodos para mejorar procesos actuales.					

7. Nuestra empresa es creativa en los procesos operativos.					
8. La cooperación interna es parte fundamental para la implementación de la estrategia de innovación en nuestra empresa.					
9. Mejorar el compromiso de los empleados, la moral o ambos, es parte de nuestra estrategia corporativa para monitorear la innovación.					
10. En nuestra empresa, formular estrategias de innovación aumenta las habilidades de nuestros empleados.					
11. En nuestra empresa, las capacidades tecnológicas son de primera clase.					
12. El éxito de nuestras actividades de I + D se basan en el know-how a largo plazo.					
13. Últimamente nuestra empresa ha invertido considerablemente en proyectos de I + D.					
14. Las exportaciones han fortalecido nuestra posición estratégica como empresa					
15. Las exportaciones han contribuido con el crecimiento de las ventas de nuestra empresa.					
16. Las ventas al mercado internacional (exportaciones), han logrado un rápido crecimiento durante los últimos tres años.					
17. El volumen de ventas al mercado internacional ha aumentado durante los últimos tres años.					
18. Las exportaciones han aumentado la cuota de mercado internacional de nuestra empresa en los últimos tres años.					
19. La rentabilidad de las exportaciones de nuestra empresa ha mejorado durante los últimos tres años.					

Anexo 3. Coeficiente de Aiken

JUECES	JUEZ 1				JUEZ 2				JUEZ 3				SUMA	V AIKEN
ITEM	CLARIDAD	CONGRUENCIA	CONTEXTO	DOMINIO DE CONSTRUCTO	CLARIDAD	CONGRUENCIA	CONTEXTO	DOMINIO DE CONSTRUCTO	CLARIDAD	ONGRUENCIA	CONTEXTO	DOMINIO DE CONSTRUCTO		
1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	56.00	0.93
2	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	56.00	0.93
3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	56.00	0.93
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59.00	0.98
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	54.00	0.90
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59.00	0.98
7	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	57.00	0.95
8	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	55.00	0.92
9	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	54.00	0.90
10	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	54.00	0.90
11	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	57.00	0.95
12	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	55.00	0.92
13	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	58.00	0.97
14	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	57.00	0.95
15	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	57.00	0.95
16	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	56.00	0.93
17	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	57.00	0.95
18	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	56.00	0.93
19	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	54.00	0.90

V AIKEN	0.94
---------	------

Anexo 4. Validación de jueces

Juez N°1: Isabel Guadalupe – Docente de la Universidad San Ignacio de Loyola / Directora de Investigación y Desarrollo Tecnológico.

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad validar el formulario de la **Capacidad de Innovación y Desempeño Exportador**, el mismo que será aplicado a entidades que forman parte del estudio **"RELACIÓN ENTRE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE MYPUS EXPORTADORAS DE POTA 2018"**, el cual corresponde a un diseño de investigación cuantitativo correlacional no experimental transversal.

Instrucciones:

La evaluación requiere una lectura detallada y completa de cada ítem propuesto a fin de comparar de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a **Claridad de la redacción, Contexto correcto de ítem, Congruencia con el contenido y Dominio del Constructo**. Para tal fin, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y caso contrario se otorga un espacio para las observaciones si las hubiera.

Juez N°:	
Fecha actual:	
Nombres y Apellidos de Juez:	ISABEL GUADALUPE
Grado Académico:	MAGISTER
Puesto de trabajo:	DIRECTORA DE INVESTIGACION Y DESARROLLO TECNOLÓGICO
Institución donde labora:	INICTEL-UNI
Años de experiencia profesión o científica:	30 AÑOS


Firma y/o Sello

1.2 INVENTARIO DELCUESTIONARIO DE CAPACIDAD DE INNOVACION Y DESEMPEÑO EXPORTADOR INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTO)

Calificación: Muy aceptable (5) Aceptable (4) Regular (3) Poco aceptable (2) Inaceptable (1)

N°	Ítems (afirmaciones)	Claridad ¹					Congruencia ²					Contexto ³					Dominio del constructo ⁴					Sugerencias
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
1	Nuestra empresa desarrolla nuevos productos para exportación y explotación de la inversión en términos de I+D (Investigación y Desarrollo)		✓					✓				✓					✓					
2	Nuestra empresa es capaz de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos para el mercado internacional.	✓						✓				✓					✓					
3	Nuestra empresa maneja bien los sistemas generales de desarrollo de nuevos productos para el mercado internacional.		✓					✓				✓					✓					

¹ Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

² En ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

³ En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto

⁴ El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques).

4	Nuestra empresa tiene la capacidad de lanzar con éxito nuevos productos para su posterior exportación.		✓					✓				✓					✓					
5	Nuestra empresa se encuentra frecuentemente probando nuevas ideas.	✓						✓				✓					✓					
6	Nuestra empresa se encuentra en busca constante de nuevas formas y métodos para mejorar procesos actuales.	✓						✓				✓					✓					
7	Nuestra empresa es creativa en los procesos operativos.	✓						✓				✓					✓					
8	La cooperación interna es parte fundamental para la implementación de la estrategia de innovación en nuestra empresa.	✓						✓				✓					✓					
9	Mejorar el compromiso de los empleados, la moral o ambos, es parte de nuestra estrategia corporativa para monitorear la innovación.	✓						✓				✓					✓					
10	En nuestra empresa, formular estrategias de innovación aumenta las habilidades de nuestros empleados	✓						✓				✓					✓					

11	En nuestra empresa, las capacidades tecnológicas son de primera clase.	✓					✓				✓				✓				
12	El éxito de nuestras actividades de I + D se basan en el know-how a largo plazo.	✓					✓				✓				✓				
13	Ultimamente nuestra empresa ha invertido considerablemente en proyectos de I + D.	✓					✓				✓				✓				
14	Las exportaciones han fortalecido nuestra posición estratégica como empresa.	✓					✓				✓				✓				
15	Las exportaciones han contribuido con el crecimiento de las ventas de nuestra empresa.	✓					✓				✓				✓				
16	Las ventas al mercado internacional (exportaciones), han logrado un rápido crecimiento durante los últimos tres años.	✓					✓				✓				✓				
17	El volumen de ventas al mercado internacional ha aumentado durante los últimos tres años.	✓					✓				✓				✓				

18	Las exportaciones han aumentado la cuota de mercado internacional de nuestra empresa en los últimos tres años.	✓					✓				✓				✓				
19	La rentabilidad de las exportaciones de nuestra empresa ha mejorado durante los últimos tres años.	✓					✓				✓				✓				

Juez N°2: Alberto Romaní – Docente de la Universidad San Ignacio de Loyola / Gerente de Proyectos en Alicorp S.A.A.

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el formulario de la Capacidad de Innovación y Desempeño Exportador, el mismo que será aplicado a entidades que forman parte del estudio "RELACIÓN ENTRE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE MYPES EXPORTADORAS DE POTA 2018"; el cual corresponde a un diseño de investigación **cuantitativo correlacional no experimental transversal**.

Instrucciones:

La evaluación requiere una lectura detallada y completa de cada ítem propuesto a fin de comparar de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a **Claridad de la redacción, Contexto correcto de ítem, Congruencia con el contenido y Dominio del Constructo**. Para tal fin, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y caso contrario se ofrece un espacio para las observaciones si las hubiera.

Juez N°:	
Fecha actual:	02/11/2018
Nombres y Apellidos de Juez:	Alberto Enrique Romaní Torres
Grado Académico:	MAGISTER
Puesto de trabajo:	Gerente de Proyectos Alicorp S.A.
Institución donde labora:	Alicorp S.A.
Años de experiencia profesión o científica:	13


Firma y/o Sello

1.2 INVENTARIO DEL CUESTIONARIO DE CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y DESEMPEÑO EXPORTADOR INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTO)

Calificación: Muy aceptable (5) Aceptable (4) Regular (3) Poco aceptable (2) Inaceptable (1)

N°	Ítems (afirmaciones)	Claridad ¹					Congruencia ²					Contexto ³					Dominio del constructo ⁴					Sugerencias
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
1	Nuestra empresa desarrolla nuevos productos para exportación y explotación de la inversión en términos de I+D (Investigación y Desarrollo)	X					X					X					X					—
2	Nuestra empresa es capaz de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos para el mercado internacional.		X				X					X					X					—
3	Nuestra empresa maneja bien los sistemas generales de desarrollo de nuevos productos para el mercado internacional.	X					X					X					X					—

¹ Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

² En ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

³ En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto

⁴ El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques).

11	En nuestra empresa, las capacidades tecnológicas son de primera clase.	X					X					X					X					—
12	El éxito de nuestras actividades de I + D se basan en el know-how a largo plazo.	X					X					X					X					—
13	Últimamente nuestra empresa ha invertido considerablemente en proyectos de I + D.	X					X					X					X					—
14	Las exportaciones han fortalecido nuestra posición estratégica como empresa.	X					X					X					X					—
15	Las exportaciones han contribuido con el crecimiento de las ventas de nuestra empresa.	X						X				X						X				—
16	Las ventas al mercado internacional (exportaciones), han logrado un rápido crecimiento durante los últimos tres años.	X					X					X					X					—
17	El volumen de ventas al mercado internacional ha aumentado durante los últimos tres años.	X					X					X					X					—

Juez N°3: Braggi Alfredo Bamberger Vargas– Docente de la Universidad San Ignacio de Loyola / Consultor Financiero en Finance Consult E.I.R.L

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el formulario de la **Capacidad de Innovación y Desempeño Exportador**, el mismo que será aplicado a entidades que forman parte del estudio *"RELACIÓN ENTRE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE MYPES EXPORTADORAS DE POTA 2018"*, el cual corresponde a un diseño de investigación **cuantitativo correlacional no experimental transversal**.

Instrucciones:

La evaluación requiere una lectura detallada y completa de cada ítem propuesto a fin de comparar de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a **Claridad de la redacción, Contexto correcto de ítem, Congruencia con el contenido y Dominio del Constructo**. Para tal fin, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y caso contrario se ofrece un espacio para las observaciones si las hubiera.

Juez N°:	
Fecha actual:	25/05/18
Nombres y Apellidos de Juez:	Braggi A. Bamberger Vargas
Grado Académico:	Docente Constitucional y Finanzas
Puesto de trabajo:	Consultor Financiero
Institución donde labora:	Finance Consult
Años de experiencia profesión o científica:	30 años


 Firma y/o Sello

1.2 INVENTARIO DEL CUESTIONARIO DE CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y DESEMPEÑO EXPORTADOR INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTO)

Calificación: Muy aceptable (5) Aceptable (4) Regular (3) Poco aceptable (2) Inaceptable (1)

N°	Ítems (afirmaciones)	Claridad ¹					Congruencia ²					Contexto ³					Dominio del constructo ⁴					Sugerencias
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
1	Nuestra empresa desarrolla nuevos productos para exportación y explotación de la inversión en términos de I+D (Investigación y Desarrollo)	x						x				x					x					Nuevos
2	Nuestra empresa es capaz de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos para el mercado internacional.		x				x					x					x					Nuevos
3	Nuestra empresa maneja bien los sistemas generales de desarrollo de nuevos productos para el mercado internacional.		x				x					x					x					Nuevos

¹ Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

² En ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

³ En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto

⁴ El ítem evalúa el componente o dimensión específico del constructo (bloques).

4	Nuestra empresa tiene la capacidad de lanzar con éxito nuevos productos para su posterior exportación.	x					x					x					x					Nuevos
5	Nuestra empresa se encuentra frecuentemente probando nuevas ideas.		x					x					x					x				Nuevos
6	Nuestra empresa se encuentra en busca constante de nuevas formas y métodos para mejorar procesos actuales.	x						x				x						x				Nuevos
7	Nuestra empresa es creativa en los procesos operativos.	x					x					x					x					Nuevos
8	La cooperación interna es parte fundamental para la implementación de la estrategia de innovación en nuestra empresa.		x					x				x					x					Nuevos
9	Mejorar el compromiso de los empleados, la moral o ambos, es parte de nuestra estrategia corporativa para monitorear la innovación.		x				x					x					x					Nuevos
10	En nuestra empresa, formular estrategias de innovación aumenta las habilidades de nuestros empleados	x						x				x						x				Nuevos

Anexo 5. Alfa de Cronbach

Variable: Capacidad de Innovación

Resumen del Procesamiento de los Casos			
		N	%
Cases	Válidos	62	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	62	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,768	13

Estadísticos Total - Elemento				
	Medida de la escala si se elimina el elemento.	Varianza de la escala si se elimina el elemento.	Correlación elemento – total corregida.	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento.
1. Nuestra empresa desarrolla nuevos productos para exportación y explotación de la inversión en términos de I+D (Investigación y Desarrollo)	28,77	38,538	,612	,729
2. Nuestra empresa es capaz de desarrollar y lanzar rápidamente nuevos productos para el mercado internacional.	29,48	40,910	,422	,750

3. Nuestra empresa maneja bien los sistemas generales de desarrollo de nuevos productos para el mercado internacional.	29,53	44,876	,146	,778
4. Nuestra empresa tiene la capacidad de lanzar con éxito nuevos productos para su posterior exportación.	29,52	39,631	,530	,738
5. Nuestra empresa se encuentra frecuentemente probando nuevas ideas.	29,00	42,361	,298	,764
6. Nuestra empresa se encuentra en busca constante de nuevas formas y métodos para mejorar procesos actuales.	29,45	40,219	,415	,751
7. Nuestra empresa es creativa en los procesos operativos.	29,68	40,320	,478	,744
8. La cooperación interna es parte fundamental para la implementación de la estrategia de innovación en nuestra empresa.	28,16	42,072	,326	,761

9. Mejorar el compromiso de los empleados, la moral o ambos, es parte de nuestra estrategia corporativa para monitorear la innovación.	27,24	43,072	,357	,757
10. En nuestra empresa, formular estrategias de innovación aumenta las habilidades de nuestros empleados.	28,90	41,499	,404	,752
11. En nuestra empresa, las capacidades tecnológicas son de primera clase.	28,92	40,961	,437	,749
12. El éxito de nuestras actividades de I + D se basan en el know-how a largo plazo.	29,71	42,013	,372	,755
13. Últimamente nuestra empresa ha invertido considerablemente en proyectos de I + D.	30,40	45,359	,366	,761

Variable: Desempeño Exportador

Resumen del Procesamiento de los Casos			
		N	%
Cases	Válidos	62	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	62	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento}

Estadístico de Fiabilidad	
Cronbach's Alpha	N of Items
,848	6

Estadísticos total - elementos				
	Medida de la escala si se elimina el elemento.	Varianza de la escala si se elimina el elemento.	Correlación elemento-total corregida.	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
14. Las exportaciones han fortalecido nuestra posición estratégica como empresa.	13,24	14,022	,710	,806
15. Las exportaciones han contribuido con el crecimiento de las ventas de nuestra empresa.	13,90	16,286	,469	,852
16. Las ventas al mercado internacional (exportaciones), han logrado un rápido crecimiento durante los últimos tres años.	13,82	16,083	,533	,840
17. El volumen de ventas al mercado internacional ha aumentado durante los últimos tres años.	13,95	14,407	,771	,795
18. Las exportaciones han aumentado la cuota de mercado internacional de nuestra empresa en los últimos tres años.	13,90	13,728	,801	,787
19. La rentabilidad de las exportaciones de nuestra empresa ha mejorado durante los últimos tres años.	13,84	16,236	,508	,844