



UNIVERSIDAD PERUANA  
**CAYETANO HEREDIA**



**CONSORCIO DE UNIVERSIDADES**  
**DOCTORADO EN GESTIÓN ESTRATÉGICA**

**La relación entre innovación y desempeño en las Mipymes de  
países emergentes en América Latina**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTORA EN GESTIÓN  
ESTRATÉGICA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y SOSTENIBILIDAD**

**Autor**  
***Rosa Patricia Larios Francia***

**Asesor**  
***Marcos Ferasso***

Marzo, 2023  
Lima – Perú



**ANEXO 2:** Informe de Similitud

**Informe de Similitud**

Yo, Marcos Ferasso, docente de la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis titulada “La relación entre innovación y desempeño en las Mipymes de países emergentes en América Latina”, del/de la autor(a) Rosa Patricia Larios Francia, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 17%. Asílo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 18/03/2023.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha:

Lisboa, Portugal, 20 de marzo de 2023.

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: Ferasso, Marcos	
DNI:	Firma:
ORCID: 0000-0002-2907-9133	



## Dedicatoria

A mis hijos, Sebastian y Angelina, quienes son la razón de mi vida y la motivación de ser mejor cada día. A mi esposo, Arturo por su paciencia y apoyo durante todo este largo proceso.

A mi madre y en especial en memoria de mi padre Isidro quién siempre me guió y alentó para superarme.



## Agradecimientos

A las instituciones colombianas y sus representantes que brindaron su apoyo incondicional para la realización del trabajo de campo como Universidad EAFIT, INEXMODA, a las instituciones peruanas que creyeron en la importancia de la investigación como el Comité Textil de la Sociedad Nacional de Industria, el Cluster de Moda Sostenible, las empresas textiles y de confecciones peruanas y colombianas que fueron parte de esta investigación, los representantes de instituciones académicas, expertos del sector moda y del sector público y privado quienes dedicaron su conocimiento y valioso tiempo en el desarrollo de las entrevistas de profundidad.

A mi asesor Marcos Ferasso, por su disposición y tan importante orientación en la elaboración de esta tesis.

## Resumen

En un contexto global de cambio e incertidumbre, la capacidad de innovación es clave para el desarrollo sostenido. El objetivo de este estudio es analizar empíricamente la relación entre la innovación y el desempeño empresarial de las Mipymes en países emergentes de América Latina y estudiar el papel moderador de la inversión y la colaboración en esta relación. La muestra de 104 Mipymes del sector textil de fabricación de prendas de vestir de Perú y Colombia, es analizada con la estrategia explicativa secuencial del diseño de métodos mixtos: en fase cuantitativa con el modelo de ecuaciones estructurales (PLS-SEM) y en fase cualitativa a través del análisis temático de contenido y software Atlas.ti.22. Los resultados muestran que la Innovación de Producto sólo contribuye al Desempeño Comercial y Desempeño Económico, no existiendo predicción significativa sobre el Desempeño Organizacional y Productivo. La Innovación de Proceso de Negocio es predictor significativo del Desempeño empresarial, destacando que el 63% de Mipymes encuestadas han introducido nuevos métodos de producción o ingeniería, procesos de marketing y ventas, desarrollo de producto y diseño con impacto en la propia empresa. La moderación que la Inversión ejerce sobre la relación entre la Innovación y el Desempeño empresarial sólo tuvo significancia para el Desempeño Organizacional y Productivo y con respecto al efecto moderador de la Colaboración en la relación entre Innovación y Desempeño empresarial, en el análisis cuantitativo no se obtuvo una predicción significativa, resultado soportado por las encuestas, donde el 62.98% de las Mipymes nunca recibió apoyo de otros actores para el desarrollo de actividades de innovación. La aplicación de los hallazgos de este estudio contribuirá a la propuesta de políticas públicas que promuevan la colaboración entre actores del ecosistema de innovación, así como de estrategias de inversión para el desarrollo de la innovación en países emergentes.

**Palabras clave:** MIPYME; innovación de productos; innovación de procesos empresariales; desempeño empresarial; inversión; colaboración; países emergentes; métodos mixtos; PLS-SEM.

## Abstract

In a global context of change and uncertainty, innovation capacity is key to sustained development. The objective of this study is to empirically analyze the relationship between innovation and firm performance of MSMEs in emerging Latin American countries and to study the moderating role of investment and collaboration in this relationship. The sample of 104 MSMEs in the textile sector of apparel manufacturing in Peru and Colombia, is analyzed with the sequential explanatory strategy of mixed methods design: in quantitative phase with structural equation modeling (PLS-SEM) and in qualitative phase through thematic content analysis and Atlas.ti.22 software. The results show that Product Innovation only contributes to Commercial Performance and Economic Performance, with no significant prediction on Organizational and Productive Performance. Business Process Innovation is a significant predictor of Firm Performance, highlighting that 63% of MSMEs surveyed have introduced new production or engineering methods, marketing and sales processes, product development and design with an impact on the firm itself. The moderating effect of Investment on the relationship between Innovation and Firm Performance was only significant for Organizational and Productive Performance, and with respect to the moderating effect of Collaboration on the relationship between Innovation and Firm Performance, in the quantitative analysis no significant prediction was obtained, a result supported by the surveys, where 62.98% of the MSMEs never received support from other actors for the development of innovation activities. The application of the findings of this study will contribute to the proposal of public policies that promote collaboration between actors of the innovation ecosystem, as well as investment strategies for the development of innovation in emerging countries.

**Key words:** MSMEs; product innovation; business process innovation; firm performance; investment; collaboration; emerging countries; Mixed Methods; PLS-SEM.

## TABLA DE CONTENIDO

Capítulo 1 INTRODUCCIÓN.....	15
1.1. Problema de investigación.....	16
1.2. Objetivos de la investigación.....	17
1.3. Justificación de realización del estudio .....	18
1.4. Contribución de la investigación .....	19
1.5. Estructura de la tesis .....	20
Capítulo 2 MARCO TEÓRICO .....	21
2.1. Innovación.....	21
2.2. Desempeño empresarial .....	23
2.3. Innovación y desempeño empresarial .....	26
2.3.1. Innovación de producto y el desempeño empresarial de la Mipyme .....	29
2.3.2. Innovación de proceso de negocio y el desempeño empresarial de la Mipyme ....	30
2.4. Inversión.....	31
2.5. Colaboración .....	33
2.6. Las Mipymes del sector manufacturero de fabricación de prendas de vestir de países emergentes de América Latina .....	35
2.6.1. Sector manufacturero de prendas de vestir en Perú .....	37
2.6.2. Sector manufacturero de prendas de vestir en Colombia .....	42
2.7. La innovación en países emergentes de América Latina .....	47
2.7.1. La innovación en Perú.....	50
2.7.2. La innovación en Colombia.....	53
2.8. Modelo Teórico e hipótesis de investigación .....	56
2.8.1. Modelo Teórico .....	56
2.8.2. Hipótesis de investigación.....	59
Capítulo 3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	63
3.1. Diseño metodológico empírico.....	63

3.1.1.	Diseño métodos mixto explicativo secuencial.....	64
3.1.2.	Objetivo y propósito de diseño .....	68
3.1.3.	Recolección de datos.....	68
3.1.3.1.	Instrumento de recolección Enfoque Cuantitativo: Cuestionario .....	69
3.1.3.2.	Instrumento de recolección Enfoque Cualitativo : Entrevistas en investigación con métodos mixtos.....	71
3.1.4.	Análisis de datos de Diseño Mixto secuencial explicativo .....	71
3.1.4.1.	Procedimiento Sistemático PLS-SEM.....	73
3.1.4.2.	Análisis de datos cualitativos asistido por ordenador (CAQDAS) – ATLAS.ti ....	74
3.1.4.3.	Análisis de cualitativo de contenido (ACC) .....	74
3.2.	Diseño del Estudio de Campo .....	76
3.2.1.	Población analizada enfoque cuantitativo .....	76
3.2.2.	Población analizada enfoque cualitativo .....	77
Capítulo 4 RESULTADOS .....		80
4.1	Fase 1 : Enfoque Cuantitativo: Procedimiento PLS-SEM .....	80
4.1.1.	Etapas 1: Especificación del modelo estructural.....	80
4.1.2.	Etapas 2: especificación de los modelos de medida .....	83
4.1.3.	Etapas 3: recogida y examen de datos .....	84
4.1.4.	Etapas 4: Estimación del modelo y algoritmo PLS-SEM.....	85
4.1.5.	Etapas 5: Evaluación de modelos de medida Reflectivo .....	86
4.1.6.	Etapas 6: Evaluación del Modelo de medida Formativo .....	88
4.1.7.	Etapas 7: Valoración del Modelo Estructural .....	90
4.1.8.	Testeo de Moderación .....	93
4.1.9.	Diagrama de interacción.....	94
4.2.	Fase 2: Enfoque Cualitativo .....	104
4.2.1.	Análisis de datos cualitativos asistido por ordenador (CAQDAS) – ATLAS.ti	104
4.2.1.1.	Etapas 1: Creación de Proyectos Atlas.ti.....	106
4.2.1.2.	Etapas 2: Codificación de datos a través de Atlas.ti.....	107
4.2.1.3.	Etapas 3: Análisis de datos .....	109
4.2.1.4.	Etapas 4: Visualización con función de red de Atlas.ti.....	115
4.2.1.5.	Análisis de contenido cualitativo (ACC) .....	116

4.3.	Análisis de integración de diseño de método mixto secuencial explicativo	123
4.3.1.	¿La innovación de producto contribuye positivamente al desempeño empresarial de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir? .....	123
4.3.2.	¿La innovación de proceso de negocio contribuye positivamente al desempeño empresarial de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir? .....	125
4.3.3.	¿La inversión contribuye en la moderación entre la innovación de producto y el desempeño de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir? .....	128
4.3.4.	¿La inversión contribuye en la moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir? .....	128
4.3.5.	¿La colaboración contribuye en la moderación de la relación entre la innovación de producto y el desempeño empresarial de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir? .....	129
4.3.6.	¿La colaboración contribuye en la moderación de la relación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño empresarial de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir?	
	130	
	Capítulo 5 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	131
5.1.	Discusión .....	131
5.2.	Conclusiones .....	137
5.3.	Implicancias del estudio .....	137
5.4.	Limitaciones y futuras investigaciones .....	138
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	139
	ANEXOS .....	157

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Criterios de medición de dimensiones críticas del desempeño para PYMEs .....	24
<b>Tabla 2</b> Principales indicadores del sector Textil y Confecciones 2011-2020 .....	37
<b>Tabla 3</b> Empresas formales de la Industria de la Confección según tamaño empresarial, 2011-2020.....	38
<b>Tabla 4</b> Empresas formales de la Industria de Confección según rango de trabajadores, 2011-2020.....	39
<b>Tabla 5</b> Cuadro resumen: Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas) del sistema de innovación de Perú.....	51
<b>Tabla 6</b> Análisis FODA (fortalezas y oportunidades) del sistema de innovación de Colombia.....	54
<b>Tabla 7</b> Análisis FODA (debilidades, amenazas) del sistema de innovación de Colombia.....	55
<b>Tabla 8</b> .....	58
Constructos y fuentes de definición.....	58
<b>Tabla 9</b> .....	70
Datos demográficos de la muestra.....	70
<b>Tabla 10</b> Participantes en el ciclo de Entrevistas a expertos Perú – Colombia .....	78

<b>Tabla 11</b> Variables latentes exógenas del modelo de investigación .....	81
<b>Tabla 12</b> Variables latentes moderadoras del modelo de investigación.....	81
<b>Tabla 13</b> Variables latentes endógenas del modelo de investigación .....	82
<b>Tabla 14</b> Evaluación de modelo de medida reflectivo .....	87
<b>Tabla 15</b> Matrix de Heterotrait-monotrait ratio (HTMT).....	88
<b>Tabla 16</b> Estadísticos de colinealidad (VIF) .....	89
<b>Tabla 17</b> Modelo estructural.....	90
<b>Tabla 18</b> Testeo de hipótesis – Variable Independientes .....	93
<b>Tabla 19</b> Testeo de hipótesis – Variables moderadoras.....	94
<b>Tabla 20</b> Co-ocurrencias entre códigos x categorías (citas por códigos).....	110
<b>Tabla 21</b> Reporte de Co-ocurrencia por número de citación por categoría-código .....	112
<b>Tabla 22</b> Análisis de contenido cualitativo- Desarrollo empresarial – Categoría Desempeño Organizacional.....	118
<b>Tabla 23</b> Análisis de contenido cualitativo – Desarrollo empresarial – Categoría Desempeño Productivo .....	119
<b>Tabla 24</b> Análisis de contenido cualitativo – Desarrollo empresarial – Categoría Desempeño Comercial .....	120

**Tabla 25** Análisis de contenido cualitativo – Desarrollo empresarial – Categoría

Desempeño Económico..... 121

**Tabla 26** Unidad de significado en análisis de contenido cualitativo ..... 122



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Clasificación del gasto total real de los consumidores de moda en América Latina y el Caribe por país en 2020 (en millones de dólares estadounidenses)</i> .....	36
Figura 2 <i>Evolución de la inclusión financiera de las empresas del sector textil y confecciones según tamaño empresarial 2016-2020 (porcentajes)</i> .....	40
Figura 3 <i>Previsión del gasto total real de los consumidores en ropa y calzado en Perú de 2010 a 2025 (en millones de dólares)</i> .....	41
Figura 4 <i>Valor de la producción bruta de prendas en Colombia de 2014 a 2020 (en trillones de pesos colombianos)</i> .....	43
Figura 5 <i>Variación % acumulada de producción, empleo y ventas a 12 meses del sector Confección de prendas de vestir de Colombia</i> .....	44
Figura 6 <i>Previsión del gasto total real de los consumidores en Colombia de 2010 a 2025 en millones de dólares</i> .....	45
Figura 7 <i>Distribución del gasto del consumidor en moda en Colombia en Setiembre 2021, por categoría</i> .....	46
Figura 8 <i>Comercio exterior de Colombia de bienes del sector de confecciones en US\$ Millones</i> .....	47
Figura 9 <i>América Latina y el Caribe (13 países): Gastos en I+D como proporción del PIB, 2014-2019 (en porcentajes)</i> .....	49

Figura 10 <i>Modelo Teórico de Investigación</i> .....	58
Figura 11 <i>Proceso de diseño método mixto secuencial explicativo</i> .....	67
Figura 12 .....	73
<i>Proceso sistemático para aplicar PLS-SEM</i> .....	73
Figura 13 <i>Abstracción e interpretación durante el análisis Cualitativo de Contenido (ACC)</i> .....	75
Figura 14 <i>Modelo path – Monograma</i> .....	80
Figura 15 <i>Modelo de medida</i> .....	84
Figura 16 .....	86
<i>Estimación del modelo path</i> .....	86
Figura 17 <i>Modelo estructural</i> .....	91
Figura 18 <i>Coefficiente de determinación R2</i> .....	92
Figura 19 <i>Coefficiente de determinación R2 ajustada</i> .....	92
Figura 20 <i>Gráfico de pendiente simple -Efecto moderador Inversión en contribución a relación entre Innovación de Proceso de Negocio y Desempeño empresarial</i> .....	95
Figura 21 <i>Gráfico de pendiente simple -Efecto moderador Inversión en contribución a relación entre Innovación de Producto y Desempeño empresarial</i>	97

Figura 22 <i>Gráfico de pendiente simple – Efecto moderador de Colaboración en contribución a la relación entre Innovación de Proceso de Negocio y Desempeño empresarial</i> .....	100
Figura 23 <i>Gráfico de pendiente simple -Efecto moderador Colaboración en contribución a Relación entre Innovación de Producto y Desempeño empresarial</i> .....	102
Figura 24 <i>Procedimiento de Análisis Proyecto Atlas.ti</i> .....	105
Figura 25 <i>Codificación de datos (audito entrevistas)</i> .....	108
Figura 26 <i>Gráfico de densidad</i> .....	108
Figura 27 <i>Reporte de Co-ocurrencias entre códigos</i> .....	109
Figura 28 <i>Gráfico de Co-ocurrencias por códigos-documentos – País</i> .....	110
Figura 29 <i>Nube de códigos</i> .....	114
Figura 30 <i>Red de categorías de códigos y su relación</i> .....	116

TABLA DE ANEXOS.....	14
Anexo 1 Global Innovation Index 2022 – Perfil económico Perú .....	157
Anexo 2 Global Innovation Index 2022 – Perfil Económico – Colombia.....	158
Anexo 3 Encuesta a empresarios Mipyme – Formato presencial.....	159
Anexo 4 Encuesta a empresarios Mipyme – Formato online – Perú.....	163
Anexo 5 Resultados Encuesta On line Perú.....	178
Anexo 6 Encuesta empresario – formato online – Colombia.....	182
Anexo 7 Resultados Encuesta Online Colombia.....	187
Anexo 8 Guía estructurada – Entrevista a Expertos .....	191
Anexo 9 Protocolo de consentimiento informado para participantes.....	193
Anexo 10 Lista de Códigos Análisis Atlas.ti.22.....	194
Anexo 11 Evidencia Encuestas y entrevistas Colombia.....	198
Anexo 12 Evidencia encuesta y entrevista empresarios Perú .....	205

## Capítulo 1 INTRODUCCIÓN

La innovación en las microempresas, pequeñas y medianas empresas (Mipymes)<sup>1</sup> ha sido objeto de varias investigaciones, que han explorado las capacidades de innovación y el rendimiento de las empresas mediante múltiples perspectivas y enfoques (Fitriati et al., 2020; Haroon et al., 2019; Kamalrulzaman et al., 2021; Maldonado-Guzmán et al., 2019; Ribau et al., 2017; Sok et al., 2016). Los investigadores han explorado diferentes tipos de innovación y su impacto en el rendimiento empresarial (Expósito & Sanchis-Llopis, 2019; Ngah et al., 2022; Zhang, 2022); y la influencia de la innovación tecnológica (Castillo-Vergara & García-Pérez-de-Lema, 2020; Chege & Wang, 2020; Farida & Nuryakin, 2021; Jusufi et al., 2020; J. Lee et al., 2019; Leyva Carreras et al., 2020; Salisu & Bakar, 2018). Asimismo, los investigadores exploraron el impacto de la innovación no tecnológica (organizativa, de marketing) en el rendimiento de las empresas (Boubakary et al., 2020; Dabić et al., 2019a; Ngah et al., 2022; Prange & Pinho, 2017; Sawaeen & Ali, 2020; Udriyah et al., 2019). A pesar de estos desarrollos, el contexto latinoamericano como área económica emergente fue poco explorado en la literatura.

La investigación de la innovación de productos e innovación de procesos de negocio en las economías emergentes desde una perspectiva integradora es el foco de esta investigación. Estudios evidencian que los países desarrollados han obtenido mejores resultados con respecto a la capacidad de sus Pymes para innovar y generar rendimiento empresarial, en donde las empresas introducen más de un tipo de innovación superando a las que introducen sólo un tipo de innovación a la vez; en economías emergentes como China, las Pymes carecen de capacidad para transferir e integrar conocimientos, lo que reduce la capacidad de beneficiarse de la combinación de diferentes tipos de innovación (Zhang, 2022). Asimismo, existen variables moderadoras de la innovación y su impacto en el desempeño de las organizaciones, como la inversión (Gherghina et al., 2020). La inversión es una laguna que debería investigarse explorando las relaciones causales entre las inversiones, la innovación y el crecimiento económico territorial.

---

<sup>1</sup> Mipymes, acrónimo de microempresas y pequeñas y medianas empresas definido en Perspectivas económicas de América Latina 2021: Avanzando juntos hacia una mejor recuperación, de la OECD, CAF y Unión Europea. (p.18)

Las colaboraciones para la innovación, es un fenómeno que tampoco ha sido totalmente comprendido (Ebersberger & Herstad, 2013; Kang & Park, 2012; Prokopet al., 2019; Temel et al., 2013).

La Mipyme representa alrededor del 90% de las empresas, aportan al 60% del empleo y la mitad del PIB en todo el mundo. Son el alma económica de comunidades que ayudan a luchar contra la pobreza, a crear puestos de trabajo decentes, a fomentar el espíritu empresarial para mujeres, jóvenes y grupos en situación de vulnerabilidad, a salvaguardar los medios de subsistencia y el crecimiento económico. Todo estos esfuerzos y logros de las Mipymes contribuyea la consecución de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); sin embargo se han visto duramente afectadas por la serie de acontecimientos que han perturbado las economías, desde la catástrofe climática, el impacto socioeconómico negativo de la pandemia de la COVID-19 y las consecuencias mundiales de la guerra en Ucrania (Department of Economic and Social Affairs, 2022; Guterres, 2022; International Council for Small Business, 2022).

### **1.1. Problema de investigación**

En América Latina las Mipymes constituyen el 99% del tejido industrial formal, generadora el 61% del empleo (Dini & Stumpo, 2020), sin embargo durante las últimas décadas ha tenido los resultados más bajos a nivel productividad, comparando con otras regiones con economías también en desarrollo, con un PIBde 0,46% en la del 2000 y del 0,88% en la del 2010-2019 (Paus & Robinson, 2022).La COVID-19 impactó sin precente en la caída del 6,8% del PIB en el 2020, disminución del valor de exportaciones a 13% y más de 2,7 millones de empresas que cerraron, generando una crisis de desempleo (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2022).

Esta situación es consecuencia de la gran dependencia de la producción internacional y su débil integración regional, dejando en manifiesto la necesidad de determinar la capacidad de las empresas a cerrar brechas tecnológicas, fomentar la colaboración, generación de alianzas, creación de cadenas regionales de valor que ayuden a desarrollar y consolidar capacidades científicas y tecnológicas; lo

que reforzaría la competitividad, la creación de empleo de alta calidad y generación de semilleros de nuevas ciencia y tecnologías capaces de proponer innovaciones en producto y procesos (Economic Commission for Latin America and the Caribbean, 2021; OECD et al., 2021). A todo ello se suma la falta de información disponible en el campo de la ciencia, tecnología e innovación (Corilloclla & Andrade, 2022) en las economías emergentes que hagan posible una mejor toma de decisiones a los líderes políticos y empresariales y evitar los llamados “sesgos en las decisiones”.

## **1.2. Objetivos de la investigación**

El objetivo principal es la construcción de un modelo teórico que permita analizar empíricamente la relación entre la innovación y el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de la fabricación de prendas de vestir (SCFPV) en países emergentes de América Latina.

Como objetivos secundarios se plantea:

OS1: Identificar la contribución de la relación de la innovación de producto con el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de la fabricación de prendas de vestir

OS2: Identificar la contribución de la relación de la innovación de proceso de negocio con el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de la fabricación de prendas de vestir

OS3: Identificar el efecto de moderación de la inversión en la relación entre la innovación de producto y el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de la fabricación de prendas de vestir

OS4: Identificar el efecto de moderación de la inversión en la relación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de la fabricación de prendas de vestir

OS5: Identificar el efecto de moderación de la colaboración en la relación entre la innovación de producto y el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de la fabricación de prendas de vestir

OS6: Identificar el efecto de moderación de la colaboración en la relación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de la de prendas de vestir.

### **1.3. Justificación de realización del estudio**

En Perú la Mipyme representa el 99,5% (1 788 117) de las empresas formales, conformada por micro (95,2%), pequeñas (4,1%) y medianas (0,2%) las que generan el 62,6% del empleo total (Ministerio de la Producción, 2021). En el caso de Colombia representan el 99,6% (1 941 890) con una estructura empresarial conformada por micro (95,7%), pequeñas (3,3%) y medianas (0,8%) empresas las que generan el 79,1% del total del empleo (Heredia Zurita & Dini, 2021; Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2022a).

De acuerdo con el nivel de ingresos las economías se han clasificado en: economías de ingreso o renta alta, ingreso medio alta, ingreso medio bajo e ingresos bajos; así mismo según el el desempeño de la innovación se clasifican en dos grupos, aquellas con un rendimiento de innovación por encima de los esperado para el nivel de desarrollo y con redimiento de innovación en línea al nivel de desarrollo. Perú y Colombia son economías de ingreso medio-alto, sin embargo Perú se encuentra calificado como un país con rendimiento de innovación por encima de lo esperado para su nivel de desarrollo, mientras que Colombia se califica con rendimiento en línea al nivel de desarrollo (World Intellectual Property Organization (WIPO), 2022).

La industria manufacturera a nivel mundial ha demostrado ser la columna vertebral de las economías. Sin embargo, existe una gran desigualdad entre los países con mayores capacidades y sectores industriales más diversificado, que han resistido mejor a los impactos económicos, sanitarios y geopolíticos, frente a los sectores manufactureros de los países emergentes que tienen una estructura

productiva débil, exportaciones de bajo contenido tecnológico, deficiencias en infraestructuras logísticas y problemas en la gestión de la cadena de suministros (Shahid et al., 2020).

Según la clasificación de las industrias manufactureras basada en la investigación y el desarrollo (I+D), gasto relativo al valor añadido, se asigna tres categorías tecnológicas: media-alta y alta tecnología (MHT), media tecnología (MT) y baja tecnología (LT). La industria de confección de fabricación prendas de vestir se considera una industria manufacturera de baja intensidad tecnológica (United Nations Industrial Development Organization, 2022).

A nivel global, entre los años 2000 y 2020, los productos del sector de fabricación de prendas de vestir (división 14 de la CIIU 4) considerada como una industria de baja intensidad tecnológica, han tenido una contribución de 2.6 a 2.4 respectivamente al total del valor añadido de la industria manufacturera (VAM) (United Nations Industrial Development Organization, 2022).

En Perú la participación de la división 14 se contrajo de 1,7% en 2010 a 0,7% del PIB Nacional el 2020. Esta reducción también se vio reflejada en su menor participación dentro de la producción manufacturera, la cual pasó de 10,6% (2010) a 5,7% (2020) (Sociedad Nacional de Industrias, 2022). Por su parte, la industria manufacturera de Colombia ha contribuido al 25,1% del PIB nacional, y la división de fabricación de prendas de vestir al 2.4% del PIB de manufactura (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2021).

Por estas razones, las Mipymes manufactureras del sector de fabricación de prendas de vestir han sido elegidas como enfoque de este estudio doctoral.

#### **1.4. Contribución de la investigación**

Este estudio contribuye empírica y teóricamente a la literatura de varias maneras: i) Analiza el impacto integrador de la innovación de producto (productos o servicios) y la innovación de procesos de negocio en sus seis categorías: producción de bienes y servicios, distribución y logística, marketing, ventas y servicios posventa; servicios de tecnologías de la información y la comunicación

(TIC) a la empresa, funciones administrativas y de gestión, servicios de ingeniería y técnicos relacionados con la empresa, y desarrollo de productos y procesos empresariales; ii) Analiza el efecto moderador de la inversión en actividades de innovación, identificando si las actividades se realizan con fondos propios de la empresa o se obtienen de fuentes externas; iii) Analiza el efecto moderador de la colaboración, como fuente de información y conocimiento, así como los vínculos entre las empresas y otros agentes del sistema de innovación; iv) Analiza también los actores externos que influyen en la innovación empresarial, incluyendo clientes, competidores y proveedores; v) Puede servir de referencia para las Mipymes de los países emergentes sobre cómo la innovación puede conducir a la mejora de los resultados empresariales.

### **1.5. Estructura de la tesis**

El resto de esta investigación está organizado en cinco secciones: La siguiente sección comienza con el desarrollo del marco teórico, para ello se desarrolló una revisión de la literatura relacionada con la innovación y su impacto en el rendimiento de las empresas, así como del sector de la Micro, pequeña y mediana (Mipyme) en Perú y Colombia para terminar haciendo un análisis del contexto del sector de Confecciones de fabricación de prendas de vestir de Perú y Colombia; seguido a ello en el siguiente capítulo se presenta la descripción del método de investigación, que en el caso de la investigación corresponde al Diseño de métodos Mixtos secuenciales explicativos. A continuación, se presentan los resultados empíricos del estudio, seguidos de una discusión de los resultados y, por último, se sugieren las limitaciones del estudio y futuras investigaciones.

## Capítulo 2 MARCO TEÓRICO

### 2.1. Innovación

La innovación desempeña un rol importante en el desarrollo de las empresas y de las naciones; Schumpeter afirmaba que la innovación no sólo depende de individuos, es el propio país, que puede actuar como empresario; ya que la generación de innovación no depende de personalidades individuales, sino que implica la cooperación de muchos actores diferentes; lo que requiere capacidades cognitivas que aumenten la difusión y, por lo tanto, la comprensión de la innovación que conduce al espíritu empresarial (Śledzik, 2013). Considerada como una fuente de ventaja competitiva, la capacidad de innovar se señala como uno de los determinantes importantes del desempeño empresarial, como uno de los factores de éxito más importantes en una economía global y altamente competitiva y que contribuye a la materialización económica de las ideas (Fonseca-Retana et al., 2016; Rajapathirana & Hui, 2018).

Es por ello que el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo ha considerado como metas objetivo para el 2030: Potenciar la investigación científica, mejorar las capacidades tecnológicas de los sectores industriales de todos los países, en particular de los países en desarrollo, incluyendo, el fomento de la innovación y el aumento sustancial del número de trabajadores de investigación y desarrollo por cada millón de personas y del gasto público y privado en investigación y desarrollo (*Sustainable Development Goals | United Nations Development Programme*, s. f.).

Según el Manual de Oslo, la innovación es un producto o proceso nuevo o mejorado que difiere significativamente de los productos o procesos anteriores de la unidad y que se ha puesto a disposición de los usuarios potenciales (producto) o ha sido puesto en uso por la unidad (proceso) (OECD/Eurostat, 2018, p.20). También definida por otros autores como la adopción, asimilación y explotación de una novedad en valor añadido en las dimensiones económica y social, así como en aplicación comercial o productiva de una idea, de forma que se originen productos, procesos o servicios nuevos o mejorados, e incluso el establecimiento de nuevos sistemas de gestión, permitiendo generar beneficios empresariales

(CEEI Ciudad Real, 2007; Lestari et al., 2020; Rousseau et al., 2016). Según lo indicado por (Valdez-Juárez et al., 2023) la innovación puede identificarse en dos modalidades, la tecnológica, que se basa en la ciencia y tecnología para el desarrollo de productos y la segunda la innovación no tecnológica, basada en la práctica e interacción, en lo que se conoce como “aprender haciendo, usando e interactuando”.

Con el rápido ritmo del cambio tecnológico, el papel de la innovación en la supervivencia de las empresas ha recibido una gran atención académica (López- Cabarcos et al., 2019; Rubera & Kirca, 2012) y empresarial (Batra et al., 2015; Hutahayan, 2021; Potter & Watts, 2014). Por su parte (D. H. Lee et al., 2015; Otero- Neira et al., 2009) añadieron que la innovación es la implementación exitosa de ideas creativas y (Rhee et al., 2010) definen la innovación como la capacidad de crear algo nuevo y utilizar algo que ya existe.

La innovación como indicó (Drucker, 2002) es la función del espíritu empresarial, sin importar el tamaño, tipo o edad de la institución, por medio del cual el empresario crea nuevos recursos generadores de riqueza o dota a los existentes un mayor potencial; de igual forma (Marín-Idárraga & Cuartas-Marín, 2019; Norris & Ciesielska, 2019; Radicic et al., 2019) la consideran como uno de los instrumentos de las estrategias de gestión para generar crecimiento, para entrar en nuevos mercados, para aumentar la cuota de mercado existente y proporcionar a la empresa una ventaja competitiva.

Motivadas por el aumento de la competencia en los mercados globales, las empresas han comenzado a comprender la importancia de la innovación, debido a las cambiantes tecnologías y fuerte competencia mundial que rápidamente erosionan el valor añadido de los productos y servicios existentes (Bamfo & Kraa, 2019; Biégas, 2018). Por lo tanto, las innovaciones constituyen un componente indispensable de las estrategias empresariales por que hará posible mejorar los procesos de fabricación, haciéndolos más productivos, generando oportunidades de mejor desempeño en el mercado, mejora de reputación en la percepción de los clientes y, en consecuencia obtener una ventaja competitiva sostenible (Albors- Garrigos et al., 2018; Gunday et al., 2011; Julison et al., 2017).

La innovación permite a las empresas transferir conocimientos adquiridos, en la medida que las mismas identifiquen y potencien su capacidad de aprendizaje, lo que se traducirá en capacidad de innovación (Sancho-zamora et al., 2022). Así mismo como indican (Issau et al., 2022a) los empresarios de las pequeñas y medianas empresas que se orienten a la innovación podrán dirigir rápidamente y con flexibilidad todo el negocio hacia prácticas innovadoras, ya que mejorará en su capacidad de respuesta a los cambios e incertidumbre del entorno y del mercado.

Como sugieren (Ortigueira-Sánchez et al., 2020) las empresas pueden generar sus innovaciones de manera interna o adoptarlas de fuentes externas; en el segundo caso las adopciones constan de tres fases: iniciación, pre-adopción y post-adopción, a través de ellas las empresas identifican las necesidades empresariales y búsqueda de posibles soluciones, en la segunda deciden la adopción después de realizar una evaluación y en la última preparan a la empresa al uso de la innovación.

## **2.2. Desempeño empresarial**

El desempeño de la empresa puede caracterizarse como la capacidad de la empresa para crear resultados y acciones aceptables (Pfeffer & Salancik, 2002). Sin embargo parece conceptualizarse, operacionalizarse y medirse de varias maneras; (Gunday et al., 2011b) identifica el rendimiento financiero, rendimiento innovador, rendimiento productivo y rendimiento de mercado, en su estudio para analizar el efecto de los cuatro tipos de innovación en el desempeño empresarial.

Conceptualmente, surgieron dos tendencias extremas entre los administradores y académicos, para manejar las deficiencias de la medición del desempeño. El primero se centra principalmente en las finanzas, mientras que el segundo se centra principalmente en las medidas operativas. Algunos intentaron mejorar los métodos de medición del desempeño financiero mediante el desarrollo de conceptos como el beneficio económico, EVA, análisis de flujo de efectivo libre. Otros intentaron mejorar la eficiencia operativa mediante el desarrollo de conceptos y métodos, como el Costo Basado en Actividades, la Administración Basada en Actividades, la Gestión de la Calidad, los sistemas JIT, etc (Adams et al., 2008; Sousa & Aspinwall, 2010).

Otros autores utilizan como indicadores para medir el crecimiento y desempeño de las PYMEs, la variación del empleo, de sus ventas y utilidades (Madero Gómez & Barboza, 2015; Rodil et al., 2016; Valdez-Juárez et al., 2016).

En el estudio realizado por (Hudson et al., 2001) se evaluó la idoneidad de los procesos de desarrollo de sistemas de medición del rendimiento estratégico para pequeñas y medianas empresas. Se realiza una evaluación de diferentes enfoques de medición de desempeño encontrados en la literatura, estableciendo algunas dimensiones críticas del desempeño como se evidencia en la Tabla 1.

**Tabla 1**

*Criterios de medición de dimensiones críticas del desempeño para PYMEs*

Calidad	Tiempo	Flexibilidad	Finanzas	Satisfacción del cliente	Recursos Humanos
Rendimiento del producto	Tiempo de espera	Eficacia de fabricación	Flujo de caja	Market share	Relación con empleados
Confiabledad de entrega	Confiabledad de entrega	Utilización de recursos	Market share	Servicio	Fuerza de trabajo
Residuos	Tiempo de procesamiento	Flexibilidadde volumen	Costos	Imagen	Habilidades de empleados
Confianza	Tiempo de ciclo	Introducción de nuevos productos	Inventarios	Integración con clientes	Aprendizaje
Innovación	Eficiencia	Crecimiento futuro	Ventas	Competitividad	Productividad
	Utilización de recursos	Innovación en producto	Utilidad	Confiabledad	Calidad de vida en el trabajo
			Ediciencia		Utilización de recursos
			Reducción de costo de producto		

*Nota.* Adaptado de “Theory and practice in SME performance measurementsystems”, por M. Hudson, A. Smart, & M. Bourne, *International Journal of Operations & Production Management*, 21(8), p.1012. (<https://doi.org/10.1108/EUM0000000005587>)

Por su parte (Arbelo et al., 2020) propone una forma de medición del desempeño empresarial a través de la eficiencia de los beneficios que se refiere a la capacidad de la empresa para gestionar sus recursos y producir resultados con mayor valor económico, siendo un indicador que evalúa tanto la eficiencia de la

empresa como el beneficio potencial que esta podría obtener si fuera completamente eficiente para poder explotar sus recursos y capacidades que permitan reducir costos o aumentar ingresos, respondiendo a las condiciones del mercado.

Según la perspectiva comercial y de marketing, el desempeño de la empresa se relaciona con la cuota de mercado, los factores determinantes de las ventas, la prima de ingresos de los productos y servicios (Aksoy, 2017b); lograr la satisfacción del cliente de manera más eficiente y eficaz que los competidores de la empresa (Elfarmawi, 2019; Riswanto et al., 2020); la lealtad de los clientes; la consecución del desempeño financiero-rentabilidad, y la creación de valor de mercado (Biégas, 2018); así como la mejora de los productos o servicios, la ampliación de la gama de productos o servicios, la creación de nuevos mercados, el aumento de la reputación, el conocimiento de la marca o la visibilidad de los bienes o servicios, así como el cumplimiento de las regulaciones del mercado, la adopción de normas y acreditaciones también se evalúan (OECD/Eurostat, 2018).

El desempeño económico financiero, puede medirse a través de variables como: el crecimiento anual del volumen de ventas, el crecimiento percibido en la cuota de mercado, ventas por empleado, la cuota de mercado, el retorno de la inversión (ROI), rentabilidad de los activos (ROA) y rentabilidad de fondos propios (ROE) (Arbelo et al., 2020; Yu et al., 2018). Así en términos de empleo, productividad, exportaciones, capital bruto, número de patentes, inversión en I+D, reducción de costes, lo que a su vez repercute en la rentabilidad económica de las empresas (Barletta et al., 2014; Beneki et al., 2012; OECD/Eurostat, 2018).

Según (Sawaeen & Ali, 2020) el desempeño organizacional se compone de tres aspectos: el desempeño individual con sus unidades organizacionales especializadas; el desempeño de las unidades organizacionales dentro de las políticas marco generales de una organización; un desempeño organizacional en el marco del entorno económico, cultural y social. Este desempeño se evalúa teniendo en cuenta; la capacidad de absorber, procesar y analizar el conocimiento con otras organizaciones; la eficacia o funcionamiento de la cadena de valor de la empresa; la comunicación dentro de la empresa; el desarrollo de nuevas relaciones con entidades externas, las condiciones de trabajo, la satisfacción y el bienestar

laboral, la salud o seguridad del personal de la empresa, así como la implementación de un nuevo modelo de negocio (Asif et al., 2019; OECD/Eurostat,2018; Pap et al., 2022).

Por otro lado, tenemos el rendimiento de producción y entrega, que se mide a través de evidenciar aspectos como la actualización de la tecnología o métodos de proceso obsoletos, la mejora de la calidad de los bienes o servicios, la mejora de la flexibilidad para producir bienes o servicios, el aumento de la velocidad de producción de bienes o prestación de servicios, la reducción de los costes laborales, materiales, energéticos o de explotación por unidad de producción, la reducción del tiempo de comercialización, el nivel de fiabilidad del producto de sus clientes (Adams et al., 2008; Madero Gómez & Barboza, 2015; Neely et al., 1995; OECD/Eurostat, 2018; Rousseau et al., 2016; Ulusoy et al., 2008).

### **2.3. Innovación y desempeño empresarial**

Las investigaciones recientes han proporcionado información sobre la relación entre la innovación y el desempeño empresarial de las empresas privadas, con énfasis en las de gran tamaño, evidenciando el potencial benéfico de la misma sobre la empresa, así mismo se identifica la necesidad de establecer una estrategia empresarial para la adopción de la innovación como parte de la gestión de las compañías (Atalay et al., 2013; Bach et al., 2019; Chen, 2017; Dai & Cheng, 2018; Negassi et al., 2019). Por su parte (Crespi et al., 2014; García-Pérez de Lema et al., 2016; Mohamed Amine & Abbas, 2021; Neely & Hii, 2014; Walker et al., 2015) en sus estudios realzan el papel fundamental de la innovación como factor clave que afecta el desempeño de las empresa de menor tamaño, pero así mismo hacen mención que este efecto resulta ser muy diferente en cada una de las empresas innovadoras, así mismo se encontró factores que definen esta relación como el contexto o el ambiente en el que las Mipyme se desarrollan, el sector, orientación empresarial, ya se hacia el mercado, hacia el emprendedurismo, el acompañamiento, entre otros.

La innovación a menudo está relacionada con la capacidad de una organización para sobrevivir y superar a los competidores; así, la innovación se

convierte en el determinante crítico del desempeño de la empresa. Si una empresa tiene capacidad para innovar, entonces la capacidad permitirá a las empresas desarrollar una ventaja competitiva y lograr mejores resultados. La mayoría de los estudios empíricos sobre la relación entre innovación y desempeño demuestran que esta relación es positiva. Aunque algunos estudios empíricos proporcionan evidencia diferente, la mayoría de las teorías y la mayoría de los hallazgos de la investigación sugieren que existe una relación positiva entre la innovación y el desempeño de la empresa (Sukendar et al., 2018). Estudios citados por (Le et al., 2023) como el de Zubielqui et al. (2019) con pymes australianas, demostró que la transferencia de conocimiento para innovación estuvo relacionada significativamente con el desempeño empresarial, de igual forma Azar y Ciabusch (2017) en el caso de pymes exportadoras. El estudio de (Okumu & Buyinza, 2020) tuvo como objetivo explicar la relación entre la innovación y la productividad del trabajo, sin embargo sus resultados sugieren que la participación en cualquier forma de innovación no tiene impacto en la productividad y que si existen pruebas de la complementariedad entre los diferentes tipos de innovación en su relación con la productividad.

(Karabulut, 2015) encontró que la innovación tiene impactos negativos en el crecimiento de la empresa; o como en el caso del estudio de David et al. (2014) citado en (Le et al., 2023) no se encontró ninguna relación entre la innovación y los indicadores financieros de la empresa. También se ha sugerido que si no se tienen en cuenta los posibles efectos negativos de la innovación, se podría acabar repercutiendo en el medio ambiente y provocar un crecimiento empresarial incontrolable (Laforet 2011), citado por (Kijkasiwat & Phuensane, 2020, p.2).

La relación entre innovación y desempeño es fundamentada por la teoría “Resource Base View”, propuesta por (J. Barney, 1991; J. B. Barney et al., 2011, 2021), que sostiene que la ventaja competitiva de las empresas está basada en aquellos recursos escasos, poco habituales, inimitables, valiosos y no sustituyibles con los que la empresa cuenta, pero requieren de una buena gestión. Como indica (J. B. Barney et al., 2011, 2021) la teoría basada en los recursos puede ser utilizada por las empresas de bajo rendimiento para alcanzar la paridad competitiva, estudiando cuáles son las fuentes de éxito de las empresas de mayor rendimiento

y, posterior a ello imitar todos los recursos y capacidades de estas empresasesexitosas.

Las Mipymes han demostrado tener ventajas por su tamaño, su flexibilidad al cambio, su capacidad de enfrentarse a los riesgos y su rapidez de respuesta a las evoluciones del mercado; según (Aksoy, 2017<sup>a</sup>), las presiones hacia la innovación son aplicables tanto a las grandes como a las empresas de menor tamaño; estudios han observado que su fertilidad, sus ventajas comparativas con respecto a los grandes e en materia de innovación las podrían convertir en más competitivas que las grandes empresas (Arias-Aranda et al., 2001; Domi et al., 2019; Hervás-Oliver et al., 2021; Paus & Robinson, 2022). Por su parte (Anderson et al., 2012; Büschgens et al., 2013; Dabić et al., 2019b; Hilmarsson et al., 2014; Hogan & Coote, 2014; Tang et al., 2020) coinciden que si las Mipyme requiere tener éxito y seguir siendo competitivas en el desarrollo de nuevos productos, deben promover la cultura innovadora; como ejemplo (Prasetyo et al., 2022) encontró que las pequeñas empresas de las comunidades de Java, encontraron una forma de interactuar internamente en su organización en materia de innovación, lo que fue beneficioso para la comunidad, fomentando el crecimiento de la innovación comunitaria, aumentando los ingresos de las personas y contribuyendo a aumentar los ingresos regionales.

De la misma forma (Alshanty et al., 2019; de Zubielqui et al., 2016; Issaue et al., 2022b; Sok et al., 2013) identificaron que esfuerzos de empresas para obtener mejoras en la gestión del mercado, no sólo las llevaron a desarrollar innovaciones de mercado, sino que se evidenció que las innovaciones de producto y de proceso eran necesarias para que las empresas sean competitivas. Así mismo los resultados de (Exposito & Sanchis-Llopis, 2018; Expósito & Sanchis-Llopis, 2019) sugieren que las innovaciones contribuyen a la creación de valor de las PYME mejorando sus resultados empresariales, sin embargo se debe tener en cuenta que el concepto de rendimiento empresarial tiene diferentes dimensiones y que el efecto de la innovación puede diferir notablemente según el tipo de innovación implementada o la mezcla de diferentes tipos de innovación y la dimensión de rendimiento considerada en la evaluación.

### **2.3.1. Innovación de producto y el desempeño empresarial de la Mipyme**

De acuerdo a lo establecido en el Manual de Oslo, “una innovación de producto es un bien o servicio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los bienes o servicios anteriores de la empresa y que se ha introducido en el mercado” (OECD/Eurostat, 2018, p.70). Así mismo se establece:

Las innovaciones de productos deben aportar mejoras significativas a una o más características o especificaciones de desempeño. Esto incluye la adición de nuevas funciones, o la mejora de las funciones existentes o la utilidad para el usuario. Las características funcionales relevantes incluyen la calidad, las especificaciones técnicas, la fiabilidad, la durabilidad, la eficiencia económica durante el uso, la asequibilidad, la comodidad y la facilidad de uso. No es necesario que las innovaciones de producto mejoren todas las funciones o especificaciones de rendimiento. Una mejora o adición de una nueva función también puede combinarse con una pérdida de otras funciones o una disminución de algunas especificaciones de rendimiento. Las innovaciones de productos pueden utilizar nuevos conocimientos o tecnologías, o basarse en nuevos usos o combinaciones de conocimientos o tecnologías existentes. (OECD/Eurostat, 2018, p.71).

Es así que las empresas aportan innovación de productos para aumentar la eficiencia del negocio, siendo uno de los factores clave que contribuyen al éxito de la organización (Aksoy, 2017b; Polder et al., 2010). Uno de los objetivos de la innovación de producto es captar nuevos clientes, ya que introducen nuevas líneas de productos o modifican los productos existentes para poder satisfacer las necesidades de sus propios consumidores, lo que se convierte después en un mayor rendimiento para la organización (Jusufi et al., 2020; Ramadani et al., 2019); pero todo ello implica una capacidad creativa y de análisis de detalles por parte de los departamentos de I+D; estos dos enfoques trabajados de manera simultánea limitan la contribución de los colaboradores y podría generar impacto en el rendimiento financiero (Aliasghar et al., 2020; Sok & O’Cass, 2015). Es una estrategia de gestión importante para aumentar la participación de mercado y

asegurar una mejora en el desempeño empresarial (Castillo-Vergara & García-Pérez-de-Lema, 2020; Demmel et al., 2017; Shin et al., 2022).

Los estudios mostraron que el desarrollo de nuevos productos tiene un impacto positivo en el rendimiento de la empresa, atraen a los consumidores mientras enfrentan una competencia mínima, lo que hace que la empresa retenga el liderazgo del mercado en términos de rentabilidad (Dai & Cheng, 2018; Demmel et al., 2017; Goedhuysa & Veugelers, 2012; Shin et al., 2022); incluso si la rentabilidad de los nuevos productos no se mantiene a largo plazo, una empresa que constantemente presenta nuevos productos puede mantener un alto rendimiento (Falahat et al., 2020; Tung, 2012). De acuerdo a los resultados de (Farida & Nuryakin, 2021) una empresa requiere hacer tres cosas esenciales para mejorar los resultados de innovación de productos: realizar actividades de transferencia de conocimientos, tener capacidades de trabajo en red y construir capacidades relacionales con otros actores.

### **2.3.2. Innovación de proceso de negocio y el desempeño empresarial de la Mipyme**

La innovación de proceso de negocio considera mejorar significativamente la producción y los métodos logísticos lo que trae mejoras significativas en las actividades de apoyo, tales como compras, contabilidad, mantenimiento y computación (Polder et al., 2010). La (OECD/Eurostat, 2018, p.21) definió “la innovación de procesos de negocio como un proceso de negocio nuevo o mejorado para una o más funciones de negocio que difiere significativamente de los procesos de negocio anteriores de la empresa y que ha sido puesto en uso por la empresa”. Todas las funciones empresariales pueden ser objeto de actividades de innovación, incluye la función empresarial principal de producción de bienes y servicios y las funciones de apoyo, como la distribución y la logística, el marketing, las ventas y los servicios posventa; los sistemas de la información y comunicación (TIC) a la empresa, las funciones administrativas, y el desarrollo de productos y procesos de negocio (OECD/Eurostat, 2018, p.73).

Las empresas buscan la innovación de procesos; para adoptar un nuevo proceso para competir con otras empresas, disminuir el costo de producción y

obtener un impacto significativo en la productividad. Por ejemplo, estudios demostraron que la incorporación de la automatización en los métodos de producción aumentaron la eficiencia y la productividad de las organizaciones (Demmel et al., 2017; Hall et al., 2009; Huergo & Jaumandreu, 2004; Inter- American Development Bank, 2016). En los resultados del estudio de (Azar & Ciabuschi, 2017) demostraron que la adopción de innovaciones para el desarrollo del mercado exterior generó beneficios para el rendimiento de las exportaciones de las empresas. Así mismo que las nuevas tecnologías, técnicas de producción más eficientes y los nuevos productos y procesos resultantes de la innovación permitieron hacer frente a los cambios tecnológicos y medioambientales en mercados globales cada vez más competitivos.

Por su parte la investigación de (Damanpour et al., 2009) sugiere que es perjudicial para las organizaciones enfocarse en un solo tipo de innovación, sin embargo centrarse en la adopción de una innovación en proceso de gestión, de servicio y de proceso tecnológico podría ser beneficiosa para el desempeño de la empresa (Damanpour, 2010, 2017). Estudios de la incidencia de la innovación en marketing en el rendimiento empresarial, evidencias efectos positivos y significativos para las pymes industriales, las mismas que desarrollaron información que permitirá a los dueños tomar decisiones en la estrategia empresarial (Cuevas-Vargas et al., 2020; Gupta et al., 2016).

## **2.4. Inversión**

De acuerdo al Índice Mundial de Innovación 2022 (World Intellectual Property Organization (WIPO), 2022), las inversiones en innovación prosperaron en momentos de pandemia y se multiplicaron en 2021. Los países que más invirtieron en I+D, obtuvieron un incremento en la producción científica, solicitudes de patentes y de registro de marca, siendo la empresa privada la que generó mayor inversión; sin embargo hubieron indicadores relativos a la incidencia de la innovación que presentan una importante ralentización, como el caso del crecimiento de la productividad que se sitúa en sus niveles históricos más bajos.

La literatura sugiere que en el caso de las economías desarrolladas, la inversión se da desde la empresa, y en las economías en desarrollo existe un fuerte

soporte por parte de las entidades del estado u otros organismos internacionales, que aportan con fondos para la investigación, desarrollo tecnológico e innovación (Díaz & Kuramoto, 2008; Liao & Rice, 2010; Longhini et al., 2018; Voytolovskiy et al., 2020).

En la investigación de (Henley and Song 2020) se observó que en las empresas pequeñas los recursos para la financiación de la inversión en innovación son difícil de adquirir, obteniendo como resultado que no existe una relación directa entre la innovación y la productividad. De igual forma (Tran et al., 2018) evidenció que las PYMEs no utilizaban su holgura financiera para invertir en actividades de innovación, sin embargo si se desarrolló autoeficacia creativa por parte de los empleados, generando un efecto positivo en los resultados de innovación.

Por su parte Lewandowska (2021) evidencia la existencia de una relación tanto positiva o negativa y que dependerá del tipo de inversión en innovación; de manera similar (Hall et al., 2013) identificaron que la inversión selectiva realizada por las empresas en actividades para promover la innovación, tenían un efecto diferente en los resultados de productividad, la toma de decisión de invertir en Investigación y Desarrollo (I+D) o en tecnologías de la información y la comunicación (TIC), dio como resultado, rendimiento de la innovación diferentes para cada empresa.

Es importante tener una buena gestión de la inversión para la innovación, por cuanto si no se realizan inversiones bajo una estrategia bien diseñada y planificada, su aplicación podría generar riesgos para la empresa; incluso las innovaciones que son un éxito tecnológico pueden no aportar beneficios a las ciertas organizaciones (Lewandowska, 2021; Voytolovskiy et al., 2020).

Por lo expuesto, este estudio presume que las Mipyme de países emergentes consideran que es importante la inversión en actividades de innovación, como: actividades de I+D, de ingeniería y diseño de producto, desarrollo de software, TI y base de datos, formación, marketing, investigación de mercado y gestión de marca, propiedad intelectual, gestión, adquisición y mejora de maquinaria y equipos (OECD/Eurostat, 2018): para la moderación y generación de innovación para la mejora de su desempeño empresarial.

## 2.5. Colaboración

Según la norma técnica de Gestión de Innovación, términos y vocabulario, la organización debe establecer un enfoque para la gestión de la colaboración interna y externa, siendo el objetivo de la colaboración facilitar el intercambio y el acceso al conocimiento, la competencia, otros activos intelectuales y los recursos (INACAL, 2021). Según el Manual de Oslo la colaboración requiere una actividad coordinada entre diferentes partes, las que pueden ser de diferentes áreas dentro de la organización, así como de empresas comerciales como proveedores o clientes, gobierno a través de centros de investigación o de agencias gubernamentales, universidades, empresas privada sin ánimo de lucro y otras partes interesadas relevantes. Las partes abordan un problema definido conjuntamente, con la contribución de todos los socios; y se requiere la definición explícita de objetivos comunes y puede incluir un acuerdo sobre la distribución de las aportaciones, los riesgos y los beneficios potenciales. (OECD/Eurostat, 2018, p.134,138)

Para identificar nuevas oportunidades de innovación e innovar con rapidez, las organizaciones necesitan identificar posibles partes interesadas con las que colaborar y procesos eficaces para lograrlo. Para aplicar enfoques eficaces de colaboración, la organización debe tener en cuenta lo siguiente: la necesidad de colaboración interna y externa en función de la estrategia de innovación, los recursos existentes, incluidos los conocimientos y las competencias; la diversidad de experiencias, disciplinas, competencias, perspectivas, etc., a la hora de establecer la colaboración; la determinación de los métodos de colaboración con organizaciones externas, por ejemplo, la asociación, la innovación abierta, la alianza; la importancia del respeto, la apertura y la confianza entre las partes para fomentar la colaboración de las personas, los equipos y las organizaciones, por ejemplo, el fomento de la colaboración como parte de la cultura organizativa; las cuestiones relativas a la propiedad intelectual. Por lo tanto, deben definirse sus funciones, responsabilidades, autoridades y actividades, así como los canales de comunicación. (UNIDO & ISO, 2022, p.31)

Las empresas adquieren niveles diferentes de capacidad para participar en colaboraciones para el desarrollo de actividades de innovación, según su tamaño, sector y ubicación geográfica (Antonelli et al., 2010; Grillitsch & Nilsson, 2015; Patricio et al., 2018; Salisu & Bakar, 2018). Según (Greco, Grimaldi, and Cricelli 2017) en Europa las subvenciones públicas locales y nacionales para las actividades de I+D de las empresas contribuyen a promover la innovación abierta, aumentando la eficiencia de la innovación, a través de desbordamientos de conocimiento. De igual forma (Prokop et al., 2019) identificaron la importancia del entorno de innovación en las economías desarrolladas, y la importancia de incentivos a promover la colaboración.

Un aspecto peculiar destacado por los autores como resultado de investigaciones previas, es la influencia de la colaboración en la innovación, (Bachet al., 2019) evidenció que el exceso de colaboración disminuyó el efecto positivo en la generación de la innovación, siendo necesario tener un equilibrio en las formas de colaboración.

De igual forma, el uso de las tecnologías de la información (TI) en los procesos de colaboración han evidenciado mejoras en el desempeño de la innovación en las empresas, como es el caso de (Jimenez-Jimenez et al., 2019), que muestra la contribución de las TI en el fortalecimiento de las relaciones entre los miembros de la cadena de suministro en estrategias de colaboración externa, donde las TI juegan un papel importante en el acceso, intercambio y transformación del conocimiento externo. De la misma forma el estudio de (Al Hakim et al., 2022) presentó un modelo conceptual y un prototipo de diseño de una plataforma digital, donde con el apoyo de herramientas informáticas, instituciones de investigación, universidades y empresas pudieron intercambiar conocimientos y colaborar en un ecosistema de innovación. La investigación de (García-Machado et al., 2021) exploró los factores de las empresas que explican la demanda de servicios tecnológicos con el fin de contribuir al crecimiento y fomento de las colaboraciones en I+D entre universidades y empresas.

Las recientes crisis por las que ha atravesado el mundo, ha generado una nueva forma de pensar sobre los beneficios del trabajo colaborativo, y de la forma en que las Mipymes deben relacionarse con sus grupos de interés, con el objetivo

de mejorar sus posibilidad para innovar, así mismo identificar como se deben preparar para estar en la posibilidad de maximizar esas oportunidades, una de ellas es la formación de sus directivos, quienes deberán ser capaces de tomar decisiones y transformar la innovación en resultados positivos para sus empresas(Rubio-Andrés et al., 2023).

Por lo expuesto, el estudio considera que la colaboración es una fuente de flujo de información, de transferencia de conocimiento, de oportunidad de compartir capacidades de infraestructura, investigación y desarrollo tecnológico, de generación de vínculos entre las empresas con otros agentes y factores externos que influyen en la innovación, y en consecuencia impactará en la relación de la innovación con el desempeño empresarial.

## **2.6. Las Mipymes del sector manufacturero de fabricación de prendas de vestir de países emergentes de América Latina**

Las pequeñas empresas siguen enfrentándose a importantes retos debido a las continuas interrupciones de la demanda y de la cadena de suministro. Según los últimos datos disponibles, sólo una de cada tres pequeñas empresas manufactureras tiene un préstamo o una línea de crédito. Además, el acceso al crédito sigue siendo desigual entre países y regiones del mundo (United Nations Industrial Development Organization, 2022).

En el Perú según el último informe del (Ministerio de la Producción, 2021) la industria manufacturera sufrió el 2020 una contracción en la variación porcentual del índice del volumen físico (IVF) del 13% con respecto al año anterior y con respecto a la contribución en el Producto Bruto Interno (PBI) nacional su contribución estuvo en el 12%. En este contexto las Mipymes del sector manufactura sólo representaron el 8.6% del sector económico. Así mismo se identificó que dentro de las actividades industriales afectadas por la disminución de la demanda en el año 2020, la fabricación de prendas de vestir sufrió una contracción del -36.0% resultados asociados a los menores pedidos del mercado exterior, que corresponde al principal cliente de las empresas del sector (Ministerio de la Producción, 2021).

En el caso de Colombia, según el informe del sector manufactura a diciembre 2021 del (Ministerio Comercio Industria y Turismo, 2021) la producción real aumentó en 15.9% con respecto al año anterior, de igual forma el empleo manufacturero creció en 2.7%. Dentro de los sectores que contribuyeron a este incremento, el sector de confección de prendas de vestir fue el que más aportó en la industria con respecto a la variación de producción real con 43.7%, así mismo se tuvo un incremento con relación a las ventas reales del 38.2% y con el empleo con el 4.8%.

Es importante resaltar el potencial que tiene el sector de fabricación de prendas de vestir en los países productores de América Latina, analizado a partir del reporte del gasto real de los consumidores en América Latina y el Caribe, lo que demuestra que existe un mercado importante para la exportación, como se observa en la figura 1. Mejoras en la productividad del de fabricación de prendas de vestir, generarían también mejoras directas en los indicadores del sector manufactura tanto de Colombia como del Perú, al representar un sector con una importante contribución en el PBI manufacturero.

**Figura 1**

*Clasificación del gasto total real de los consumidores de moda en América Latina y el Caribe por país en 2020 (en millones de dólares estadounidenses)*



*Nota. De Industries & Markets. Textile and Apparel Industry in Colombia (p.11), 2021, por Statista. (<https://www-statista-com.ezproxy.ulima.edu.pe/study/85088/textile-and-apparel-industry-in-colombia/>)*

## 2.6.1. Sector manufacturero de prendas de vestir en Perú

Por su parte el Estudio de investigación sectorial de la Industria Textil y Confecciones (Ministerio de la Producción, 2022<sup>a</sup>) , identifica que el sector textil y confecciones a pesar de ser uno de los principales motores de crecimiento de las exportaciones no tradicionales ha tenido un comportamiento volátil debido a la crisis económica internacional, a la competencia de productos importados que se ha intensificado; debido a la falta de adopción tecnológica en los procesos, bajos niveles de productividad, informalidad laboral, baja inversión en capital físico y humano, problemas de articulación con clientes finales, baja calidad y déficit de insumos, problemas de transporte y logísticos entre otros. Este panorama se ha visto agravado con la crisis sanitaria por la COVID-19, de acuerdo a lo que se puede observar en la Tabla 2, casi todos los indicadores del sector textil y de confecciones han sufrido una caída importante, con excepción del nivel de importaciones y del número de Mipymes formales registradas (Ministerio de la Producción, 2022b).

**Tabla 2**

*Principales indicadores del sector Textil y Confecciones 2011-2020*

Principales Indicadores del Sector Textil y Confecciones					
Sector	Dimensión	Variable	Valor		Variación
			2011	2020	
	Producción	Contribución al PBI Nacional	1,7	0,8	-0,9 p.p.
		Contribución al PBI manufacturero	10,9	6,3	-4,6 p.p.
	Estructura Empresarial	Número de Mipyme	32 068	35 620	11,1%
		Número de grandes empresas	194	148	-24%
		% de empresas ubicadas en Lima y Callao	75,0	70,1	-65%
	Laboral	PEA ocupada en el subsector	464 839	317 062	-32%
	Comercio Exterior	Valor de las exportaciones (Mill. FOB US\$)	1 972	1 026	-48%
		Valor de las importaciones (Mill. CIF US\$)	1 293	2 091	61,1%

*Nota.* De Sector Textil y Confecciones, Ministerio de la Producción.2022 (p.29).

<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1065-estudio-de-investigacion-sectorial-sector-textil-y-confecciones-2020>

En el caso de la industria de Confecciones, la pandemia de la COVID-19 generó que descendieran en número a 24,522 empresas formales para el año 2020, inferior a las 32,212 del año anterior, reducción del 23.9%. De las cuales 24,420 corresponden a la actividad de fabricación de prendas de vestir y 102 confección de artículos de piel.

Con respecto a la distribución geográfica de las mismas, el 66.4% se concentró en Lima, el 4.9% en Arequipa, 3.5% en Junín, 3.4% en La Libertad, 3.4% en Lambayeque y 3.4% en Puno. Otra característica importante del sector es su distribución según el tamaño empresarial y según el número de trabajadores con los que cuentan, lo que se pueden observar en las tablas 3 y 4 respectivamente; estos indicadores revelan que el sector de confecciones en el Perú se caracteriza por estar compuesto del 96.1% de microempresas que en un 96.9% tienen de 5 o menos trabajadores.

Así mismo, del total de las 317,062 personas empleadas en el sector confecciones, solo el 24% fueron empleos formales, es decir 241,000 puestos de trabajo trabajaron en la informalidad (Ministerio de la Producción, 2022b).

**Tabla 3**

*Empresas formales de la Industria de la Confección según tamaño empresarial, 2011-2020*

Tamaño empresarial	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Part, % 2011-2020
Microempresa	20 355	21 944	23 851	23 102	22 977	23 987	25 133	29 695	31 275	23 749	96,1
Microempresa de subsistencia*	15 014	15 089	14 097	13 864	16 701	17 684	19 176	23 844	25 479	19 057	69,8
Microempresa de desarrollo**	5 341	6 855	9 754	9 238	6 276	6 303	5 957	5 851	5 796	4 692	26,3
Pequeña	1 026	1 129	1 024	935	831	818	687	815	832	689	3,5
Mediana	28	26	22	40	27	25	14	20	30	21	0,1
Gran empresa	82	90	73	71	79	74	73	69	75	63	0,3
Nº de empresas formales sector Textil	21 491	23 189	24 970	24 148	23 914	24 904	25 907	30 599	32 212	24 522	100,0

*Nota.* De Sector Textil y Confecciones, Ministerio de la Producción.2022 (p.40).

<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1065-estudio-de-investigacion-sectorial-sector-textil-y-confecciones-2020>

**Tabla 4**

*Empresas formales de la Industria de Confección según rango de trabajadores, 2011-2020*

Rango de trabajadores	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
[0-5]	20 653	22 359	23 930	23 377	23 120	24 135	25 059	29 983	31 398	23 759
Mayor a 5	838	830	1 040	771	794	769	848	616	814	763
Part. %	3,9%	3,6%	4,2%	3,2%	3,3%	3,1%	3,3%	2,0%	2,5%	3,1%
[6-10]	462	466	687	411	427	410	440	339	407	366
[11-20]	191	182	140	193	193	198	214	131	197	206
[21-50]	90	86	102	82	79	89	96	64	109	107
[51-100]	34	35	59	30	46	27	42	30	48	40
[101-200]	26	29	15	22	19	16	24	18	23	15
[201 a más]	35	32	37	33	30	29	32	34	30	29
Total general	21 491	23 189	24 970	24 148	23 914	24 904	25 907	30 599	32 212	24 922

*Nota.* De Sector Textil y Confecciones, Ministerio de la Producción.2022 (p.45).

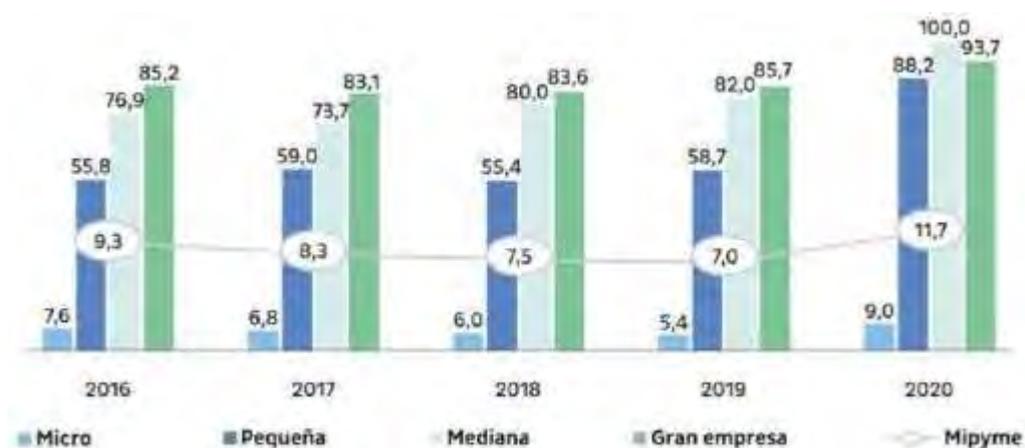
<https://ogeiec.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oeec-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1065-estudio-de-investigacion-sectorial-sector-textil-y-confecciones-2020>

Otro factor de gran impacto para el sector es su inclusión en el sistema financiero, el cual como se observa en el figura 2 es bastante desfavorable para la microempresa. Al año 2020, sólo en 9% de Mipyme cuenta con operaciones crediticias, que incluso es una cifra mayor a los años anteriores gracias a los fondos de reactivación que el gobierno peruano ofreció por efectos de la pandemia y que contribuyó a que muchas Mipymes sobrevivan en un contexto de crisis económica y sanitaria (Ministerio de la Producción, 2022b).

Así mismo, en los resultados del indicador de productividad laboral, que es medida como el ratio del valor agregado y el número total de trabajadores, se evidencia que en el sector textil y confecciones los valores son menores que en otros sectores manufactureros, siendo la productividad relativa con respecto a la participación de la gran empresa, de 37.4% en el caso de la mediana empresa, la pequeña el 23% y la microempresa el 22.4% (Ministerio de la Producción, 2022b).

**Figura 2**

*Evolución de la inclusión financiera de las empresas del sector textil y confecciones según tamaño empresarial 2016-2020 (porcentajes)*



*Nota.* De Sector Textil y Confecciones, Ministerio de la Producción.2022 (p.61).

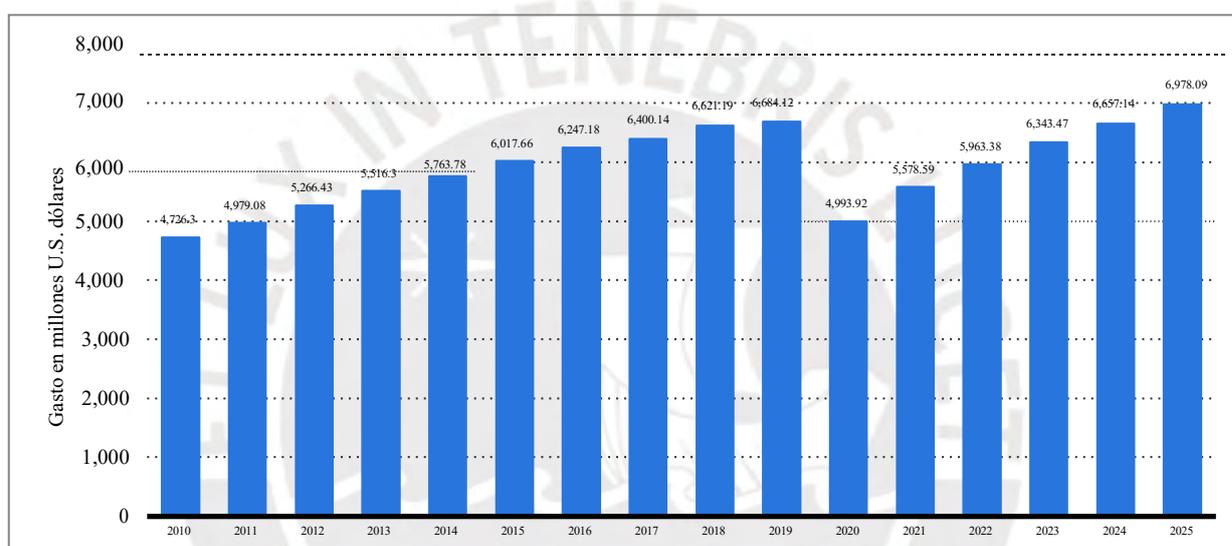
<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1065-estudio-de-investigacion-sectorial-sector-textil-y-confecciones-2020>

De acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera del 2014 – Perú, sólo el 13.4% de ellas se concentra en la división económica de fabricación de prendas de vestir, constituidas por 6,2% de gran empresa, 7,3% mediana y 14,9% pequeña empresa (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017). Sin embargo en los resultados de la última Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera y Empresas de Servicios Intensivas en Conocimiento 2018 (ENIIMSEC 2018), la división prendasde vestir no ha tenido una representación dentro de las empresas con actividadesde innovación. así mismo se evidenció que los factores que obstaculizan las actividades de innovación en la industria manufacturera fueron: el alto costo de ejecutar actividades de innovación (31,1%), el contexto macroeconómico y político inestable (28,6%), la percepción de riesgos económicos excesivos (22,7%), mercado dominado por empresas establecidas (21,4%), falta de fondos en la empresa (21,3%), reducido tamaño del mercado (17%) y dificultades de acceso al financiamiento (20,7%) (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018b; Ministerio de la Producción & INEI, 2019).

Según el análisis realizado por Statista sobre la previsión del gasto total real de los consumidores en ropa y calzado en Perú, este alcanzará los 5.578,59 millones de dólares en 2021. Para 2025, se prevé que el gasto ascienda a 6.978,09 millones de dólares. El gasto de los consumidores se refiere a la demanda interna de los hogares e instituciones sin fines de lucro al servicio de los hogares (ISFLSH). No se incluye el gasto de las empresas ni del Estado (Statista, 2021<sup>a</sup>). Ver figura 3.

### Figura 3

*Previsión del gasto total real de los consumidores en ropa y calzado en Perú de 2010 a 2025 (en millones de dólares)*



*Nota. De Forecast of the real total consumer spending on clothing & footwear in Peru from 2010 to 2025 (in million U.S. dollars). In Statista. Retrieved December 04, 2022, from <https://www-statista-com.ezproxy.ulima.edu.pe/forecasts/1157215/real-fashion-consumer-spending-forecast-in-peru>*

Ante este panorama del sector textil de confecciones y otros de la industria manufacturera, la Sociedad Nacional de Industria (SNI) preparó un informe sectorial de las macroregiones del país, en donde se identificó diferentes debilidades como, dificultad para abastecerse insumos textiles, incluso de procedencia nacional, incapacidad de competir contra la importación “barata”, falta de competitividad internacional al tener precios altos, falta de desarrollo de iniciativas de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) con la academia, falta de capacidad, nivel tecnológico muy bajo en la micro y pequeña empresa, sin acceso a información del mercado internacional, ante todo ello la SNI sugiere

promover el desarrollo de Investigaciones conjuntas con la academia, mediante la creación de un fondo que permita desarrollar iniciativas de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), la formación de hubs de investigación integrando varias universidades, institutos y al sector privado, propiciar la asociatividad entre las Mipymes mediante “Contratos Asociatividad de productores” (Sociedad Nacional de Industrias, 2022, p.104,486).

## **2.6.2. Sector manufacturero de prendas de vestir en Colombia**

En Colombia, el valor agregado manufacturero como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) al 2017 representó 11,4% y la inversión en Investigación y Desarrollo (I+D) como porcentaje del PIB según las últimas estadísticas registradas de cada país fue 0,20% en Colombia al año 2014 (Paus & Robinson, 2022). Las Mipymes en Colombia representan el 99,6% (1 941 890) con una estructura empresarial conformada por micro (95,7%), pequeñas (3,3%) y medianas (0,8%) empresas, las que generan el 79,1% del total del empleo (Heredia Zurita & Dini, 2021; Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2022<sup>a</sup>).

El Sistema Moda, está conformado por los subsectores de textiles (fabricación de telas) y de la confección (fabricación de prendas con valor agregado) representan en conjunto uno de los sectores más tradicionales con más de 100 años en Colombia y esenciales de la economía colombiana por su dinamismo y porque genera más de 600,000 empleos (Pedraza Abril, 2022) .

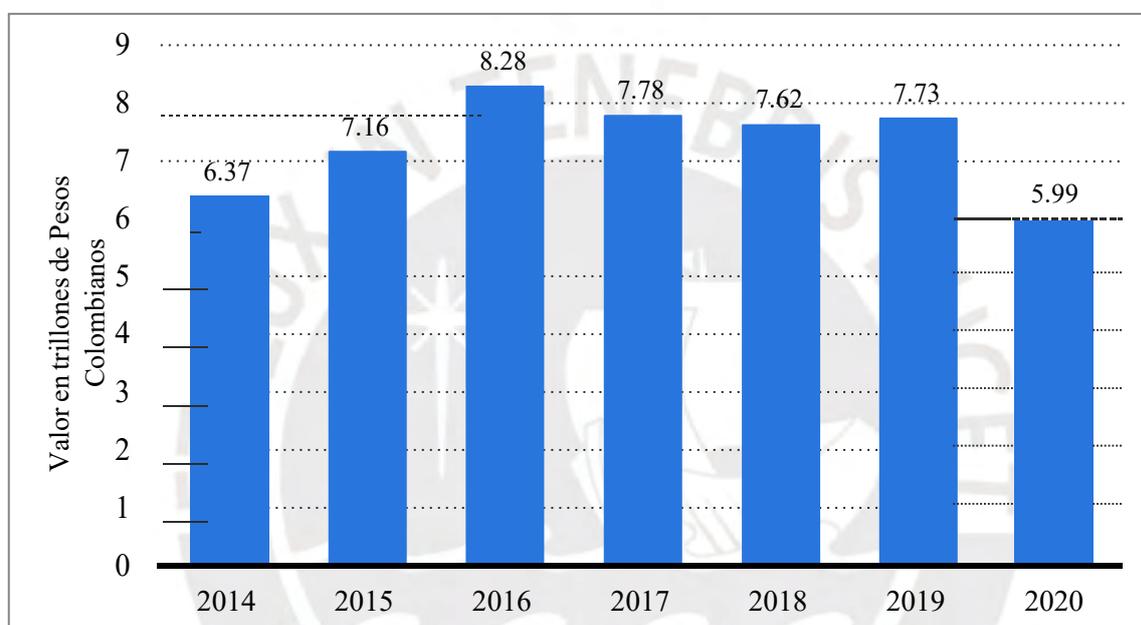
Representa aproximadamente el 9,4% del PIB del sector manufacturero del país, esta robusta industria emplea a más de medio millón de personas y genera más de 20 billones de pesos colombianos en ingresos anuales. Colombia no sólo abastece al mercado local, sino que también es un importante exportador de ropaa la región Latinoamericana, y a otras regiones.

Gracias a la calidad de sus prendas y a los numerosos acuerdos de libre comercio, Colombia es conocida por productos como los vaqueros o pantalones denim, los sujetadores, los trajes de baño y las prendas moldeadoras. El país se encuentra entre los tres principales exportadores de fajas y corsés del mundo, compitiendo con el gigante de la fabricación, China (Statista, 2022a).

Como se puede observar en la figura 4 el valor de la producción bruta de prendas de vestir sufrió en el año 2020 una disminución del 22.51% con respecto al año anterior, debido a la crisis sanitaria por la pandemia de la COVID-19 (Statista, 2022a). Sin embargo a Setiembre 2022 se observa una variación acumulada positiva del índice de producción de 27.7% (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2022b).

#### Figura 4

*Valor de la producción bruta de prendas en Colombia de 2014 a 2020 (en trillones de pesos colombianos)*

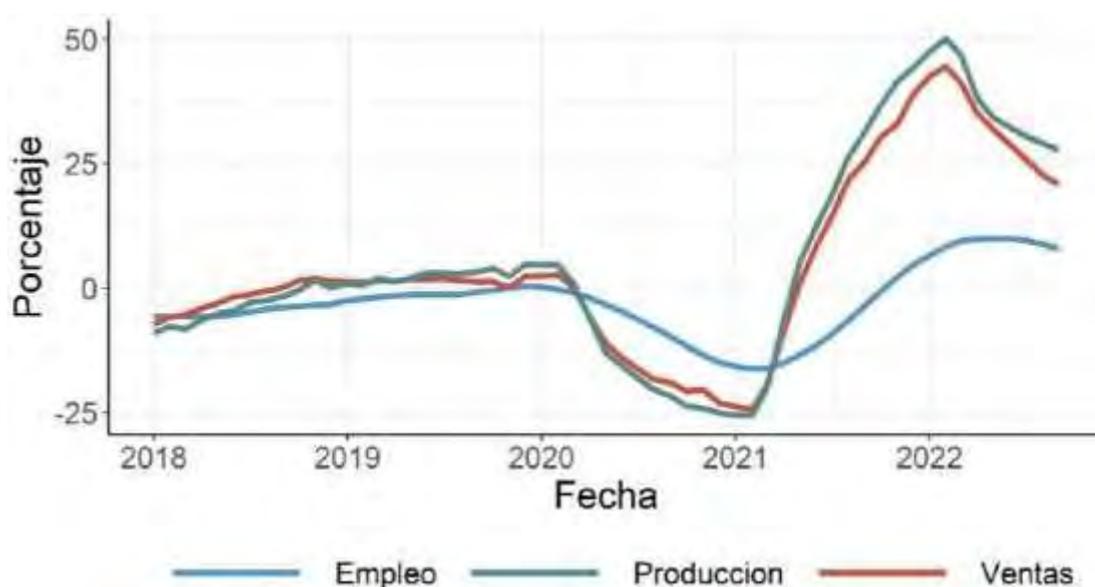


*Nota.* De *Industries & Markets. Textile and Apparel Industry in Colombia* (p.7), 2021, Statista (<https://www-statista-com.ezproxy.ulima.edu.pe/study/85088/textile-and-apparel-industry-in-colombia/>)

El empleo total presentó a setiembre 2022 una variación positiva del 7.9% con respecto a setiembre 2021 (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2022b), como se puede observar en la figura 5, producto de la reactivación del mercado nacional e internacional.

**Figura 5**

*Variación % acumulada de producción, empleo y ventas a 12 meses del sector Confección de prendas de vestir de Colombia*



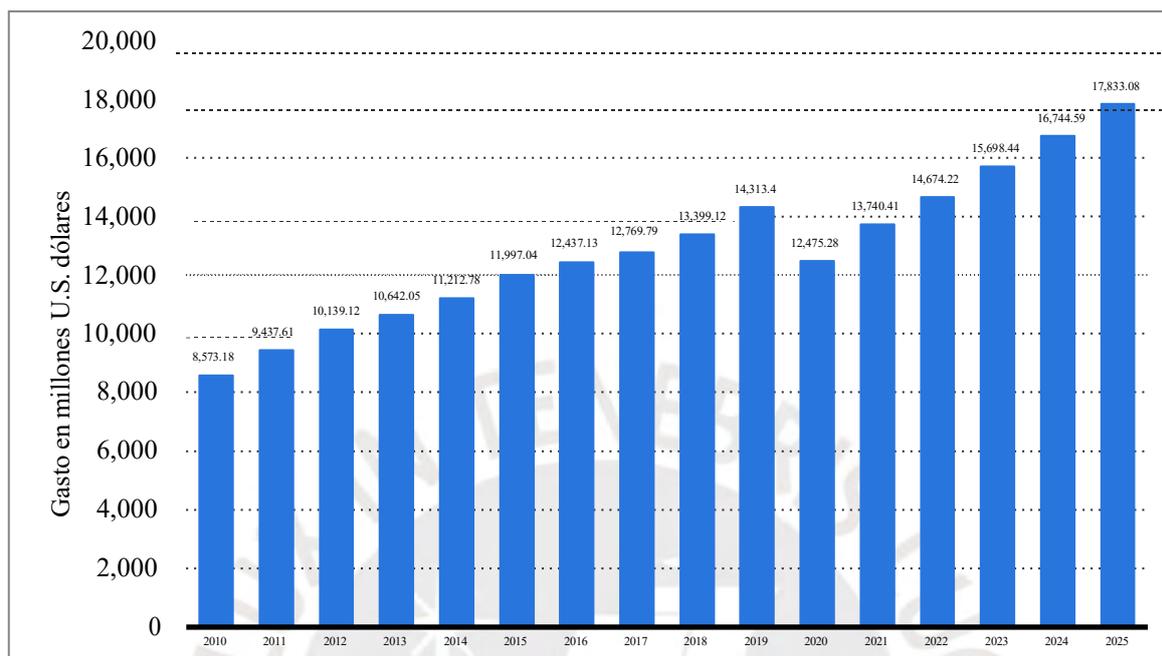
*Nota.* De Perfil: Sector de confecciones. 2022. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (p.22). <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-perfiles-sectoriales/2022/noviembre/sector-confecciones/oe-e-dv-perfil-sector-confecciones-17nov22.pdf.aspx>

El gasto total real de los consumidores en ropa y calzado en Colombia alcanzará los 13.740,41 millones de dólares en 2021. Para 2025, se prevé que el gasto ascienda a 17.833,08 millones de dólares, como se puede observar en la figura 6. Hay que considerar que el gasto de los consumidores se refiere a la demanda interna de los hogares e instituciones sin fines de lucro al servicio de los hogares (ISFLSH).

No se incluye el componente del gasto de las empresas ni del Estado. La previsión se ha ajustado para tener en cuenta el impacto previsto de la pandemia de la COVID-19. El gasto de los consumidores es el mayor componente del producto interior bruto calculado sobre la base del gasto en el contexto de las cuentas nacionales (Statista, 2021b).

**Figura 6**

*Previsión del gasto total real de los consumidores en Colombia de 2010 a 2025 en millones de dólares*

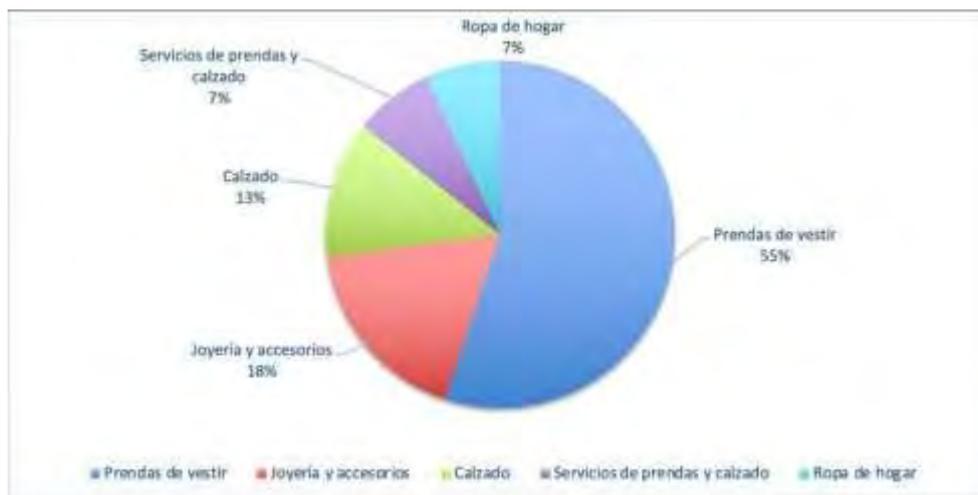


*Nota.* De Forecast of the real total consumer spending on clothing & footwear in Colombia from 2010 to 2025 (in million U.S. dollars). In Statista. Retrieved December 04, 2022, from <https://www-statista-com.ezproxy.ulima.edu.pe/forecasts/1157402/real-fashion-consumer-spending-forecast-in-colombia>

Con respecto a la distribución del gasto del consumidor colombiano en el sector moda, el instituto de investigación y prospectiva de Inexmoda presentó un reporte por categoría de producto, en donde el rubro de prendas de vestir constituyen el 55.1% del total a consumir en el sector de moda, seguido por la joyería y accesorios con un 18% y luego por calzado con un 13% (Statista, 2022b), con se puede observar en la figura 7.

## Figura 7

*Distribución del gasto del consumidor en moda en Colombia en Setiembre 2021, por categoría*



*Nota.* Adaptado de *Inexmoda, & RADDAR, & Sectorial*. (November 2, 2021). Distribution of consumer spending on fashion in Colombia in September 2021, by category [Graph]. In *Statista*. <https://www-statista-com.ezproxy.ulima.edu.pe/statistics/1182958/46olombia-share-consumer-spending-fashion-category/>

Es importante resaltar también el desempeño del comercio exterior del sector de confecciones colombiano, el mismo que ha presentado una balanza comercial deficitaria entre los años 2014 al 2021. Observándose a Setiembre 2022 un crecimiento en las exportaciones del 11.2% con respecto al año anterior, pero un crecimiento en las importaciones del 39.7% (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2022b) como se observa en la figura 8. Cabe resaltar que en el Plan de Negocios del Sector del Sistema Moda al 2032 que fue rediseñado por Colombia Productiva, junto con las Cámaras de Comercio, la colaboración de AITEX y cerca de 500 empresarios del sector se espera que las exportaciones tengan un crecimiento del 40% (Pedraza Abril, 2022). Con las nuevas medidas adoptadas por el gobierno a Diciembre 2022, en términos de política arancelaria, con un incremento del 40 % en los aranceles de las confecciones importadas de los mercados asiáticos y países sin tratados comerciales con Colombia, esto generará un panorama positivo para el sector de las empresas del sistema moda nacional que según datos del Registro Único Empresarial y Social (RUES) para 2021, suma la presencia activa de 35.111 empresas dedicadas a las confecciones, 215 a los hilados y 7.294 a los textiles (Echeverry López, 2022; Gonzalez Litman, 2022, 2023),

**Figura 8**

*Comercio exterior de Colombia de bienes del sector de confecciones en US\$  
Millones*



*Nota.* De Perfil: Sector de Confecciones. 2022. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-perfiles-sectoriales/2022/noviembre/sector-confecciones/oe-dv-perfil-sector-confecciones-17nov22.pdf.aspx>

## 2.7. La innovación en países emergentes de América Latina

Según el reporte Índice Global de Innovación de (World Intellectual Property Organization (WIPO), 2022), la pandemia de la COVID-19 generó cambios en el ecosistema y en las economías con respecto a la innovación. Se observó una gran performance de Estados Unidos, Singapur, Alemania y China, así como una fuerte progresión de potencias emergentes de la innovación como es el caso de Türkiye, India y, en cierta medida, la República Islámica de Irán; sin embargo se evidenció una gran brecha en regiones de América Latina y el Caribe y el África Subsahariana. Así mismo se ha identificado la existencia de dos nuevas olas de innovación, cada una de las cuales traerá grandes repercusiones en la productividad y el bienestar de la sociedad: la ola de la Era Digital y la ola de la Ciencia Profunda. Pero también indica que los efectos positivos no serán inmediatos y que los países deben superar diferentes obstáculos, como en el ámbito de la adopción y la difusión de la tecnología. El reporte resalta que los impactos de ambas eras de la innovación se centran en el bienestar, incluyendo la salud, la mejora de la educación, el medio ambiente y la vivienda, y no

necesariamente coinciden con el concepto de productividad establecido en producir más con menos. Por lo expuesto se tiene un reto importante, un replanteamiento en cómo medir los impactos de la innovación.

Dentro de América Latina y el Caribe, Chile ocupa el puesto 50° vuelve a entrar en el top 50, mientras que Brasil sigue avanzando en el puesto 54°. Ocho de las 18 economías abarcadas dentro de la región suben en la clasificación, pero de manera relativamente modesta en comparación con otras regiones del mundo, siendo Colombia (63°), Perú (65°) y Argentina (69°) los que registran los aumentos más notables, y todos ellos entran en el top 70. (World Intellectual Property Organization (WIPO), 2022, p.46)

En el Anexo 1 y 2 se encuentran los perfiles económicos según el índice Global de Innovación 2022 para Perú y Colombia respectivamente, en donde se evalúan los Subíndices de insumo para la innovación: Capital humano e investigación, sofisticación del mercado, infraestructura, sofisticación de las empresas e instituciones. Así mismo se evalúan los Subíndices de resultados de la innovación: Resultados creativos y resultados del conocimiento y la tecnología.

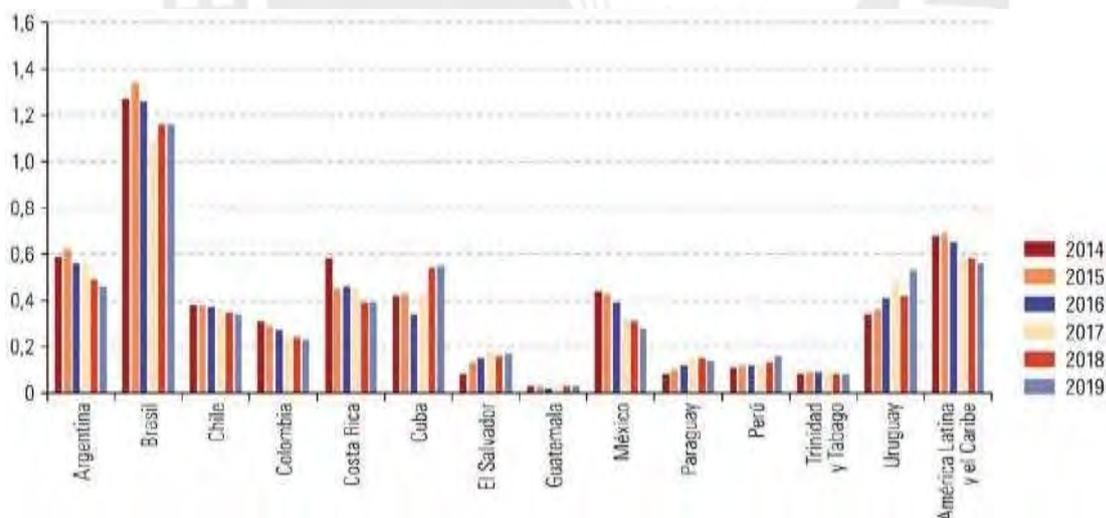
El estudio de las Naciones Unidas para identificar los factores que afectan la productividad de las economías latinoamericanas evidenció que factores microeconómicos, de estrategia y decisiones específicas de las empresas individuales, impactan en la productividad. Así mismo se identificó que la innovación en la productividad depende también de activos complementarios como el acceso de las TIC y la formación en el trabajo. Otro hallazgo importante fue identificar que el impacto de la innovación sobre la productividad de las empresas no es uniforme, sino que varía según la ubicación de la empresa en la distribución de la productividad (Grazzi et al., 2015). Por su parte (Crespi et al., 2016) analizaron cuáles son los factores que definen la decisión de invertir en innovación y la intensidad del gasto; identificaron que la decisión de invertir en I+D está fuertemente correlacionada con el tamaño de las empresas, influyendo también en ello el nivel de conocimiento, el capital humano y la diversificación; así mismo encontraron como hallazgo que en el caso de las economías de Latino América, que en su mayoría son países tecnológicamente atrasados, las empresas multinacionales invierten muy poco en unidades locales de I+D siempre

y cuando el tamaño de mercado sea muy atractivo. Es por tal motivo que se observa una escada inversión de estas empresas de gran tamaño, multinacionales, debido a que su actividad está más enmarcada al aprovechamiento de materias primas, ahorro de mano de obra, utilizando los activos tecnológicos de sus sedes.

Por otro lado (Tadmor, 2019) en el estudio donde analizó el estado de la innovación en América Latina identificó cinco indicadores de innovación: i) los niveles de inversión en I+D entre los países latinoamericanos y comparó con los resultados de los países de la OCDE, ii) producción de la innovación, medido a través del número de patentes y marcas, iii) resultados de la investigación, iv) políticas institucionales y v) gestión de la innovación. Evidenciando un nivel de estancamiento de la innovación, con una inversión del 13% del PIB de la región, con un resultado de 1.2 patentes al año por millón de habitantes frente a 206.5 patentes al año por millón de habitantes de los países de la OCDE, así como un entorno institucional y gestión de la innovación deficiente.

**Figura 9**

*América Latina y el Caribe (13 países): Gastos en I+D como proporción del PIB, 2014-2019 (en porcentajes)*



**Nota.** De Innovación para el desarrollo: la clave para una recuperación transformadora en América latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (p.21). [www.cepal.org/apps](http://www.cepal.org/apps)

Resultados similares se encontró en el informe de (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2022) que tuvo como hallazgo que la estructura de financiamiento y ejecución del gasto en I+D se mantuvo estancada en América Latina y el Caribe, como se observa en la figura 9. En donde es el Estado quien provee del financiamiento, y es ejecutado principalmente por el sector académico, a diferencia que en países desarrollados en donde son las empresas de manera mayoritaria quienes financian y ejecutan el gasto de investigación y desarrollo para la innovación.

### **2.7.1. La innovación en Perú**

En el informe realizado por la OECD en el 2011 sobre la situación de la Política de innovación en el Perú, evidenció la falta de mejoramiento de la productividad y la diversificación de actividades económicas hacia productos y exportaciones de mayor valor agregado; así como la inclusión, a través de la creación de empleos calificados, la reducción del empleo informal y el alivio de la pobreza. Los bajos niveles de productividad de la mano de obra indica que existe mucho potencial de mejoría, a través de una mayor inversión en activos de conocimiento, transferencia de capacidades entre los diferentes actores que se encuentran desarticulados como es el caso de las empresas, las instituciones académicas y el estado, para ampliar la capacidad de innovación del Perú, así mismo el estudio presenta el análisis FODA del Sistema de Innovación de Perú (ver Tabla 5) (*OECD Reviews of Innovation Policy: Peru 2011*, 2011).

De igual forma el estudio de (Bazán & Sagasti, 2014) reconocen que es necesario cambiar el esquema productivo del Perú hacia una estructura más enfocada en valor agregado, y sugieren que esto será posible con una mayor inversión en investigación y desarrollo y en las actividades de ciencia y tecnología. Así mismo identifican como retos principales la necesidad de ampliar las capacidades de los recursos humanos, en el diseño, la realización y gestión de proyectos de desarrollo tecnológico tanto desde las empresas, institutos de investigación como desde las universidades.

**Tabla 5**

*Cuadro resumen: Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas) del sistema de innovación de Perú*

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>Entorno macroeconómico sano y estable</li> <li>Industrias sólidas basadas en recursos naturales y orientadas a la exportación</li> <li>Existencia de algunos programas de apoyo de fondos correspondientes bien diseñados y administrados (fondos) que evidencian la presencia de un potencial latente de I&amp;D, C&amp;T e innovación y logran catalizar el desarrollo de actividades de investigación, desarrollo e innovación (IDI)</li> <li>Instituciones de transferencia de tecnología (CITEs) en plena operación</li> <li>Espacios de excelencia en materia de investigación científica</li> <li>Existencia de empresas líderes con modelos de negocios innovadores</li> <li>Desempeño sano de algunas instituciones de formación profesional y vocacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Registros muy bajos de inversión pública y privada en actividades de IDI</li> <li>Falta de mecanismos eficaces de gobernanza, lo que hace que surjan conflictos institucionales en torno a atribuciones y recursos</li> <li>Falta de vinculación entre ejercicios de planificación y asignaciones presupuestarias</li> <li>Sistema de información, monitoreo y evaluación deficiente: falta de datos sobre actividades y recursos de CTI</li> <li>Efectos perversos de leyes y reglamentos que rigen la inversión pública en actividades de CTI</li> <li>Demoras en procedimientos administrativos debido a trámites burocráticos significativos</li> <li>Desempeño débil de I&amp;D y gobernanza deficiente en la mayoría de las instituciones del sistema de investigación pública y el sistema académico</li> <li>Articulación débil entre el sector empresarial y las instituciones públicas de investigación</li> <li>Debilidad en la cultura de PI y en las capacidades de gerencia de PI en los sectores público, privado y de educación superior</li> <li>Suministro limitado y baja movilidad de recursos humanos en ciencia y tecnología</li> <li>Falta generalizada de capacidad de absorción en la mayoría de las PyMEs; peso significativo del sector informal</li> <li>Desempeño inadecuado del sistema educativo y sesgo favorable a estudios de posgrado distintos a los de C&amp;T</li> <li>Baja diversidad en la estructura de producción obstaculiza efectos de traslado intersectorial de tecnologías</li> <li>Desarrollo limitado de agrupaciones productivas ("clusters") basadas en recursos naturales</li> <li>Alto nivel de formalidad y baja eficacia en la coordinación entre gobierno central y gobiernos regionales en materia de inversión y programas de apoyo a la IDI</li> <li>Mercados financieros poco preparados para atender inversiones relacionadas con innovación</li> <li>Rezagos en la inversión en infraestructura</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayor conciencia política del papel del gobierno en el fomento de la innovación</li> <li>Elevar la conciencia del sector privado sobre la importancia de la inversión en innovación</li> <li>Respaldo continuo de las instituciones financieras multilaterales al financiamiento de programas de apoyo a la I&amp;D y la innovación</li> <li>Incremento en los traslados intersectoriales de tecnología ocasionados por la inversión extranjera directa</li> <li>Mayor explotación de recursos agroindustriales y de biodiversidad mediante la innovación</li> <li>Desarrollo más profundo de agrupaciones productivas de PyMEs y mayor participación de PyMEs en la cadena de suministros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Posible volatilidad de mercados tradicionales de exportación basados en recursos naturales</li> <li>Bajos niveles de traslado intersectorial de tecnologías en la estructura productiva por la carencia de programas proactivos de apoyo</li> <li>Rigideces institucionales que limitan la experimentación en el diseño e implementación de políticas o llevan a su captura por instituciones ineficaces</li> <li>Posibles conflictos por la endogenización de programas de apoyo financiados parcialmente por instituciones financieras multilaterales</li> <li>Escasez de personal altamente calificado en C&amp;T</li> </ul>

*Nota.* De OECD Reviews of Innovation Policy: Peru 2011. (p.90-91) <https://doi.org/10.1787/9789264128392-en>

Frente a estos resultados en el Perú se implementaron algunas políticas en materia de Ciencia y Tecnología, en la última década. Para evaluar sus resultados se realizaron dos encuestas nacionales de innovación en la industria manufacturera y empresas de servicios intensiva en conocimiento (ENIIMSEC), la primera en el 2015 y la segunda en el 2018. La ENIIMSEC 2018 (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018a) tuvo una muestra de 2084 empresas, de las cuales el 70,2% representó la industria manufacturera, teniendo una distribución de 67.3% gran empresa, 4.4% de mediana y 28.3% de pequeña empresa. Como resultado de la encuesta se obtuvo que el 55.4% de las empresas manufactureras realizaron esfuerzos por desarrollar innovación en el período comprendido del 2015 al 2017, siendo sólo el 52.7% las que obtuvieron resultados de innovación y el 2.7% no los logró, el 44.6% de empresas restantes no realizó ningún esfuerzo por innovar. La participación promedio anual de la inversión en innovación respecto al total de ventas sólo representó el 1.8%; y con respecto a ese valor invertido se distribuyó en actividades de innovación como por ejemplo: 67% de empresas invirtió en la adquisición o alquiler de bienes de capital, 39.9% en ingeniería, diseño y otras actividades creativas, 32% en desarrollo o adquisición de software o base de datos, 23.6% en marketing y valor de marca y el 20% en capacitación (Ministerio de la Producción & INEI, 2019).

Sin embargo el resultado del valor agregado manufacturero como porcentaje del PIB al 2017 representó 13,0%; y la inversión en I+D como porcentaje del PIB según las últimas estadísticas registradas de cada país fue 0,16% (Paus & Robinson, 2022). Una cifra muy por debajo a la inversión en los otros países de la región, como se observa en la figura 9.

Así mismo el resultado del estudio del Consorcio de Investigación Económico y Social (CIES) (Corilloclla & Andrade, 2022), evidencian la brecha existen en materia de Ciencia, Tecnología e Innovación en el Perú, a pesar de los esfuerzos realizados en la agenda 2016-2021 por parte de las instituciones del Estado y los actores del sistema de innovación en el país. Se identifica la necesidad de producción científica en CTI en las áreas y sub áreas que se han identificado en la Agenda de Investigación en CTI 2022-2026 como son realizar estudios de redes de investigación en CTI; mejorar el entendimiento de este

campo de conocimiento, caracterizando a la comunicad científica y la evolución de temas investigados; generar evidencia sobre las barreras y oportunidad en la relación entre las investigaciones y las políticas públicas en el campo de la CTI; desarrollar estudios de evaluación de políticas, programas e instrumentos, incorporando mecanismos de evaluación en el proceso de implementación y ex post que apoyen a la mejora en el diseño de intervenciones y asignación de recursos. Otro aspecto que se identificó que la falta de enfoque al establecer las prioridades en CTI por falta de estudios sobre condiciones, capacidades y potencialidades a nivel sectorial y regional.

### **2.7.2. La innovación en Colombia**

Según el reporte del índice Global de Innovación de Organización mundial de propiedad intelectual, Colombia ha obtenido resultados de desempeño en innovación por encima del promedio del grupo de países de ingresos medios-altos en tres de los siete pilares: pilar Instituciones; Infraestructura; y Sofisticación empresarial. Así mismo ha logrado quedar por encima del promedio regional en todos los pilares del índice global de innovación.

Por otro lado Colombia presentó un desempeño reconocible en lo relacionado a indicadores de insumos de innovación (Puesto 63) frente a productos de innovación (Puesto 70). Esto se traduce , en que si bien está en una mejor posición en los con respecto a los insumos de innovación, hay una menor producción de innovación en relación con su nivel de inversiones en innovación (World Intellectual Property Organization (WIPO), 2022).

El último reporte elaborado por la OECD sobre la revisión de políticas de innovación al 2014, evidencian que como parte de la política de estado se da una importancia al impulso de la innovación para aumentar la productividad, tanto en la industria manufacturera como en la industria de servicios. De igual forma se establece el rol de la infraestructura, incluídas las de tecnologías avanzadas como las de información y comunicación (TIC) y los servicios de transporte para desarrollar la competitividad de los diferentes sectores económicos. Están presentas nuevos tipos de actividad cada vez más intensivas en cualificación de capital y conocimiento. Todo ello aportará al crecimiento de la productividad, y a la

mejora de la eficiencias en las actividades existentes, siendo la innovación el impulsor de una producción diversificada de alto valor agregado. El informe identifica también que la innovación aportará al desarrollo de propuestas desostenibilidad ambiental enfocadas en la riqueza de la biodiversidad colombiana en bienestar de los retos del cambio climático (OECD, 2014). En la Tabla 6 se presenta el análisis de fortalezas y oportunidades del sistema de innovación de Colombia, resultado del análisis de la Revisión de Política de Innovación desarrollado por la OECD.

**Tabla 6**

*Análisis FODA (fortalezas y oportunidades) del sistema de innovación de Colombia*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenos resultados económicos durante la mayor parte de la última década.</li> <li>• Fuerte compromiso político con la educación y el aumento de las tasas de participación.</li> <li>• Fuerte compromiso para reforzar la innovación como motor de desarrollo sostenible e inclusivo.</li> <li>• Algunas instituciones de investigación con fuertes capacidades de investigación y vínculos internacionales.</li> <li>• Confianza, entusiasmo y voluntad de innovación entre los responsables de la política nacional de CTI. Cualidades similares a nivel departamental y municipal en algunas áreas.</li> <li>• Fuerte compromiso político para hacer crecer la economía digital colombiana y el despliegue de una red troncal de fibra en todo el país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora de las condiciones de seguridad y del marco para las innovaciones y compromiso con una mayor integración de Colombia en la economía global.</li> <li>• Centrar las políticas en convertir a las empresas en el principal motor del sistema de innovación.</li> <li>• La perspectiva de aumentar los niveles de financiación de las actividades de ciencia, tecnología e innovación derivadas de los cánones. Inclusión de un espectro más amplio de partes interesadas en la asignación de recursos y el desarrollo de capacidades en todas las regiones.</li> <li>• Incentivar a las empresas para que potencien el desarrollo local de habilidades operativas y capacidades innovadoras.</li> <li>• Establecer una infraestructura de fuertes laboratorios gubernamentales, organizaciones de investigación y tecnología y universidades con una interacción evolutiva con las empresas.</li> <li>• Recientes iniciativas para aumentar la calidad y la capacidad del sistema de PI de Colombia para fomentar la innovación.</li> </ul>

*Nota.* De OECD Reviews of Innovation Policy: Colombia 2014. (p.49) <https://doi.org/10.1787/9789264204638-en>

En la Tabla 7 presenta las debilidades y amenazas del sistema de innovación de Colombia, como resultado del análisis de la Revisión de Política de Innovación desarrollado por la OECD.

**Tabla 7**

*Análisis FODA (debilidades, amenazas) del sistema de innovación de Colombia*

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajos niveles de capacidad de innovación empresarial y productividad, con una larga “fila” de empresas débiles.</li> <li>• La creciente dependencia de las materias primas minerales y la lenta diversificación hacia nuevas actividades económicas.</li> <li>• Altos niveles de desigualdad de ingresos y oportunidades, en particular en el acceso a la educación terciaria.</li> <li>• La pequeña escala del sistema de innovación formalmente organizado y su concentración en una “isla” de instituciones académicas y de investigación.</li> <li>• Las limitaciones de recursos y de capital humano en las instituciones que se dedican a la investigación dan lugar a una producción de investigación reducida (aunque creciente) y de calidad variable.</li> <li>• Deficiencias en la formación y el aprendizaje tecnológico y técnico en las empresas de producción.</li> <li>• Altos niveles de necesidad social de innovación insuficientemente articulados en la demanda y poco vinculados a la innovación.</li> <li>• Limitada coordinación política entre los ministerios y entre las regiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La incapacidad de diversificar y entrar en segmentos de mayor valor, para explotar las oportunidades del boom de los minerales.</li> <li>• La falta de integración de la innovación en las empresas y en el tejido de la sociedad.</li> <li>• La incapacidad de reorientar la política de CTI para dirigirse a un abanico más amplio de empresas con diferentes necesidades y de prestar un apoyo más directo.</li> <li>• La aplicación de proyectos engorrosos y los largos procedimientos de decisión que debilitan la movilización de recursos y el impacto de los proyectos.</li> <li>• Insuficiente movilización de capital humano y capacidad para explotarla ventana de oportunidad que ofrece el fondo de regalías de CTI.</li> <li>• Incapacidad de mejorar las competencias y la calidad lo suficiente como para satisfacer las necesidades de capital humano y conocimientos del sistema de innovación en general.</li> <li>• No perseguir agendas que sirvan a necesidades sociales y económicas más amplias.</li> </ul>

*Nota.* De OECD Reviews of Innovation Policy: Colombia 2014. (p.49) <https://doi.org/10.1787/9789264204638-en>

## 2.8. Modelo Teórico e hipótesis de investigación

En este subcapítulo se presenta el modelo teórico y justificamos las hipótesis que subyacen en el mencionado modelo y que relacionan las variables independientes, dependientes y moderadoras.

### 2.8.1. Modelo Teórico

Una vez analizado a través del marco teórico los constructos de innovación, desempeño empresarial, inversión y colaboración; así mismo habiéndose realizado un análisis del contexto del sector de confecciones defabricación de prendas de vestir en Latinoamérica, en el caso de Perú y Colombia, planteamos un modelo teórico que permita analizar la relación entre la innovación y el desempeño empresarial de la Mipyme.

Con base en el análisis de literatura de los modelos propuestos, como el caso de (Gunday et al., 2008, 2011b) en donde identificó el efecto de los cuatro tipos de innovación que habían sido concebidos por el Manual de Frascati (*Frascati Manual 2015*, 2015) y el Manual de Oslo (EUROSTAT & OCDE, 2005), los que consideran la innovación: de producto, de proceso, de organización y de marketing, revelando que los cuatro tipos de innovación afectan a diversos aspectos del rendimiento de las organizaciones, sin embargo se identificó que no todas las innovaciones tienen el mismo efecto. En el estudio de (Rosenbusch et al., 2011) se evaluó también la relación del rendimiento de la innovación en la pequeñas empresas, pero se consideró también el factor edad y el contexto cultura de la empresa, evidenciándose que las pymes más jóvenes obtienen mejores resultados de la innovación que las más maduras, así mismo se identificó que es importante no sólo concentrarse en innovaciones dirigidas a producto, sino también aquellas dirigidas a la estrategia de la empresa. Así mismo modelos como el de (Chen, 2017) proponen un análisis holístico del impacto de la innovación sobre las empresas, en este sentido identificó tres puntos de vista, el primero indica una afectación directa de la innovación a la empresa con un impacto positivo, negativo o sin ningún impacto; el segundo considera la existencia de variables que moderan la relación como es el caso del entorno industrial o el contexto del mercado y el tercero el efecto de variables mediadoras entre la innovación y el desempeño

empresarial, como el cambio de la industria, la producción de la innovación, la inversión en TI, la posición en el mercado, la comparación de productos y el proceso de adaptación (p.4).

Tomando las bases empíricas de investigaciones realizadas, así como la clasificación de innovación incorporada por el Manual de Oslo en el año 2018, en donde la innovación se clasifica en dos tipos, innovación en producto e innovación en proceso de negocio, como se ha identificado en el capítulo dos de la presente investigación. Así mismo con respecto a lo descrito en la literatura, en investigaciones y estudios de casos realizados sobre la medición del desempeño de las micro, pequeña y medianas empresas, se considera analizar el desempeño empresarial en base al desempeño organizacional, desempeño económico, desempeño productivo y desempeño comercial.

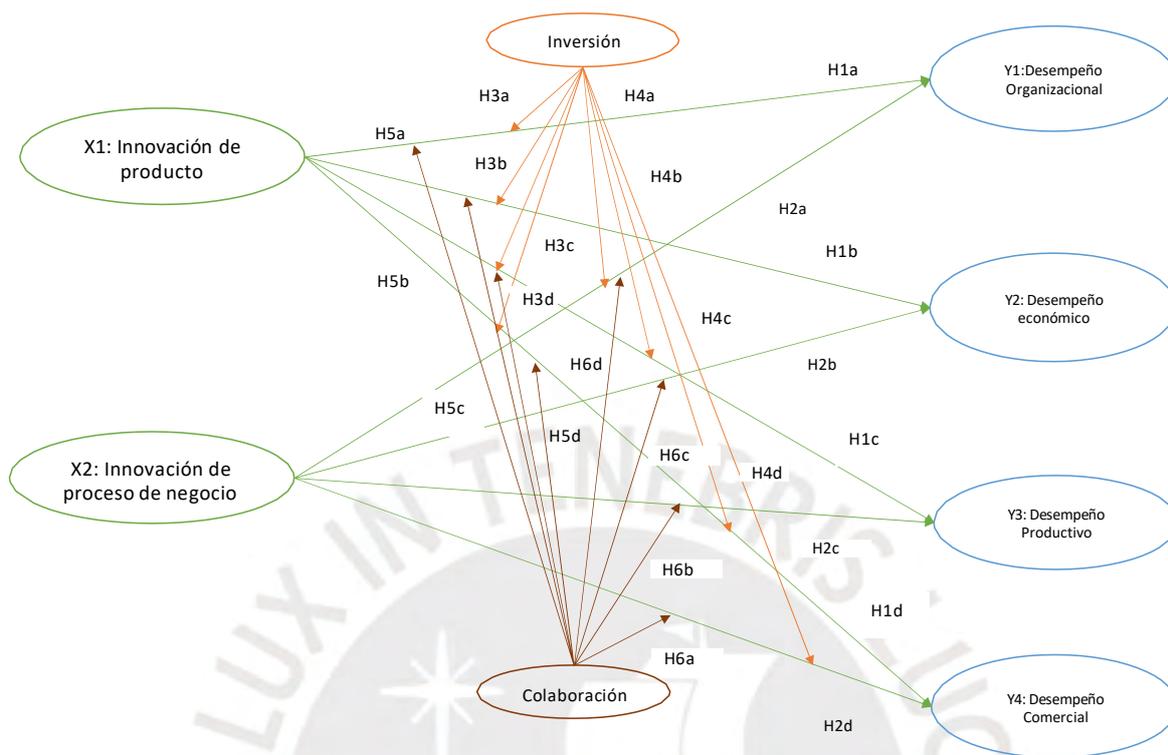
Así mismo, nuestro modelo considera el efecto de moderación de las variables inversión en actividades de innovación y colaboración para la innovación en la relación existente entre la innovación de producto e innovación en proceso de negocio y el desempeño empresarial.

Finalmente, la presente tesis propone que la innovación de producto (Pdi) y la innovación en proceso de negocio (Pri) contribuye al desempeño empresarial, medido a través del desempeño organizacional (DO) , desempeño comercial (DC), desempeño productivo (DP) y desempeño económico (DE) y que la inversión (II) y la colaboración (CO) contribuyen en la moderación de la relación entre ellas.

El modelo teórico de investigación se presenta en la figura 10 y los constructos y las fuentes que sustentan su definición se muestran en la Tabla 8.

**Figura 10**

*Modelo Teórico de Investigación*



**Tabla 8**

*Constructos y fuentes de definición*

Constructo	Número de Indicadores	Fuentes de definición
Inovación de Producto (Pdi)	5	(Aksoy, 2017b; Castillo-Vergara & García-Pérez-de-Lema, 2020; Dai & Cheng, 2018; Demmel et al., 2017; Falahat et al., 2020; Farida & Nuryakin, 2021; Jusufi et al., 2020; OECD/Eurostat, 2018; Polder et al., 2010; Ramadani et al., 2019; Shin et al., 2022; Sok & O’Cass, 2015)
Innovación en Proceso de Negocio (Pri)	7	(Aksoy, 2017b; Aliasghar et al., 2020; Azar & Ciabuschi, 2017; Biégas, 2018; Damanpour, 2010, 2017; Demmel et al., 2017; Gupta et al., 2016; OECD/Eurostat, 2018; Sok et al., 2013; Ulusoy et al., 2008)
Desempeño Organizacional (DO)	6	(Asif et al., 2019; OECD/Eurostat, 2018; Sawaeen & Ali, 2020)
Desempeño Económico (DE)	3	(Anderson et al., 2012; Barletta et al., 2014; Beneki et al., 2012; OECD/Eurostat, 2018)
Desempeño Productivo (DP)	9	(Farida & Nuryakin, 2021; OECD/Eurostat, 2018; Ulusoy et al., 2008)
Desempeño Comercial (DC)	6	(Aksoy, 2017a; Biégas, 2018; Elfarmawi, 2019; OECD/Eurostat, 2018; Riswanto et al., 2020)

Inversión (II)	8	(Díaz & Kuramoto, 2008; Lewandowska, 2021; OECD/Eurostat, 2018; (Sirmon & Hitt, 2009); Voytlovskiy et al., 2020)
Colaboración (CO)	4	(Antonelli et al., 2010; Bach et al., 2019; García-Machado et al., 2021; Grillitsch & Nilsson, 2015; ISO 56002 Innovation Management-Innovation Management System-Guidance, 2019; Negassi et al., 2019; OECD/Eurostat, 2018; Prokop et al., 2019)

## 2.8.2. Hipótesis de investigación

Después de analizar el modelo teórico en la presente tesis doctoral, a continuación se plantean las hipótesis de la investigación, las mismas que también están indicadas en la figura 10.

**Hipotesis H1:** La innovación de producto contribuye positivamente con el desempeño de la Mipyme del sector de confección de la fabricación de prendas de vestir.

Esta hipótesis a su vez se analizará en relación los indicadores de desempeño, y al logro de los objetivos de cada uno de ellos, considerándose, las hipótesis de modelo:

H1a: La innovación de producto contribuye positivamente con el desempeño organizacional de la Mipyme del SC fabricación de prendas de vestir.

H1b: La innovación de producto contribuye positivamente con el desempeño económico de la Mipyme del SC fabricación de prendas de vestir.

H1c: La innovación de producto contribuye positivamente con el desempeño productivo de la Mipyme del SC fabricación de prendas de vestir.

H1d: La innovación de producto contribuye positivamente con el desempeño comercial de la Mipyme del SC fabricación de prendas de vestir.

**Hipotesis H2:** La innovación de proceso de negocio contribuye positivamente con el desempeño de la Mipyme del Sector de fabricación de prendas de vestir.

H2a: La innovación de proceso de negocio contribuye positivamente con el desempeño organizacional de la Mipyme del SC fabricación de prendas de vestir.

H2b: La innovación de proceso de negocio contribuye positivamente con el desempeño económico de la Mipyme del SC fabricación de prendas de vestir.

H2c: La innovación de proceso de negocio contribuye positivamente con el desempeño productivo de la Mipyme del SC fabricación de prendas de vestir.

H2d: La innovación de proceso de negocio contribuye positivamente con el desempeño comercial de la Mipyme del SC fabricación de prendas de vestir.

**Hipotesis H3:** La inversión contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de producto y el desempeño de la Mipyme del Sector de Fabricación de prendas de vestir.

H3a: La inversión contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de producto y el desempeño organizacional de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H3b: La inversión contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de producto y el desempeño económico de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H3c: La inversión contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de producto y el desempeño productivo de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H3d: La inversión contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de producto y el desempeño comercial de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

**Hipotesis H4:** La inversión contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño de la Mipyme del Sector de Fabricación de prendas de vestir.

H4a: La inversión contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño organizacional de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H4b: La inversión contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño económico de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H4c: La inversión contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño productivo de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H4d: La inversión contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño comercial de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

**Hipotesis H5:** La colaboración contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de producto y el desempeño de la Mipyme del Sector de Fabricación de prendas de vestir.

H5a: La colaboración contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de producto y el desempeño organizacional de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H5b: La colaboración contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de producto y el desempeño económico de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H5c: La colaboración contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de producto y el desempeño productivo de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H5d: La colaboración contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de producto y el desempeño comercial de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

**Hipotesis H6:** La colaboración contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño de la Mipyme del Sector de Fabricación de prendas de vestir.

H6a: La colaboración contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño organizacional de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H6b: La colaboración contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño económico de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H6c: La colaboración contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño productivo de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

H6d: La colaboración contribuye positivamente en la relación de moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño comercial de la Mipyme del SC de fabricación de prendas de vestir.

## Capítulo 3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presenta la estrategia de investigación que hará posible analizar empíricamente la relación entre la innovación de producto e innovación de proceso, como variables independientes, la inversión y la colaboración como variables moderadoras y el desempeño empresarial de las Mipymes del sector textil de la confección (STC) de prendas de vestir en países emergentes de América Latina como variable dependiente. Se testearán las hipótesis propuestas en el sub capítulo correspondiente al modelo teórico y se desea responder a las siguientes preguntas de investigación:

¿La innovación contribuye positivamente al mejoramiento del desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de fabricación de prendas de vestir?

¿La inversión en actividades de innovación contribuye positivamente en la relación entre la innovación y el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de fabricación de prendas de vestir ?

¿La colaboración para la innovación contribuye positivamente en la relación entre la innovación y el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de fabricación de prendas de vestir ?

### 3.1. Diseño metodológico empírico

En este subcapítulo se explicará la metodología empírica utilizada en la presente tesis doctoral, de forma que de acuerdo a lo indicado en el capítulo de introducción, se ha utilizado investigación en la ruta de investigación mixta, a través del diseño de métodos mixtos.

Los métodos mixtos se han definido como “un tipo de diseño de investigación en el que se utilizan enfoques cualitativos (QUAL) y cuantitativos (QUAN) en los tipos de preguntas, métodos de investigación, procedimientos de recopilación y análisis de datos y/o inferencias” (Tashakkori & Teddlie, 2003<sup>a</sup>, p. 711) (Teddlie & Tashakkori, 2009).

Según la definición citada por (Harrison et al., 2020), “la investigación con métodos mixtos es el tipo de investigación en el que un investigador o un equipo de investigadores combinan elementos de enfoques de investigación cualitativos y cuantitativos (por ejemplo, uso de puntos de vista cualitativos y cuantitativos, recopilación de datos, análisis, técnicas de inferencia) con el amplio propósito de ampliar y profundizar la comprensión y la corroboración”. (R. B. Johnson et al., 2007, p. 123) (p.2).

De igual forma (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018) , indica que “los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias productos de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio”. (p.612)

### **3.1.1. Diseño métodos mixto explicativo secuencial**

Para la presente investigación doctoral se utilizará la estrategia explicativa secuencial del diseño de métodos mixtos. Que se caracteriza por la recogida y el análisis de datos cualitativos en una segunda fase que se basa en los resultados cuantitativos iniciales. Normalmente se da peso a los datos cuantitativos y la mezcla de los datos se produce cuando los resultados cuantitativos iniciales informan la recogida de datos cualitativos secundarios. Así pues, las dos formas de datos están separadas pero conectadas. Una teoría explícita puede o no informar el procedimiento general (J. Creswell, 2009).

Según (J. W. Creswell, 2014), el enfoque de métodos mixtos secuenciales explicativos es un diseño de métodos mixtos que implica un proyecto en dos fases en el que el investigador recoge datos cuantitativos en la primera fase, analiza los resultados y los utiliza para planificar (o basarse en) la segunda fase cualitativa. Los resultados cuantitativos suelen informar sobre los tipos de participantes que se seleccionarán para la fase cualitativa y los tipos de preguntas que se les formularán. La intención general de este diseño es que los datos cualitativos ayuden a explicar con más detalle los resultados cuantitativos iniciales. Un procedimiento típico podría consistir en recopilar datos de encuestas en la primera

fase, analizar los datos y, a continuación, realizar entrevistas cualitativas que ayuden a explicar las respuestas de las encuestas. (p. 224).

Como indica (J. W. Creswell & Plano Clark, 2018) existen diferentes supuestos filosóficos y uso de la teoría en un diseño explicativo secuencial.

“Dado que este diseño comienza cuantitativamente, esto puede animar a los investigadores a utilizar una orientación postpositivista para el estudio, motivando a los investigadores a considerar el uso de diferentes supuestos dentro de cada fase; es decir, seleccionar instrumentos, medir variables y evaluar resultados estadísticos. Cuando el investigador pasa a la fase cualitativa, que valora las perspectivas múltiples y la descripción en profundidad, pasa a utilizar los supuestos del constructivismo. De este modo, los supuestos filosóficos generales del diseño pueden cambiar y pasar de postpositivistas a constructivistas a medida que los investigadores utilizan múltiples posturas filosóficas. Además, siguiendo la lógica postpositivista, la teoría (o un marco conceptual) suele informar la primera fase del diseño: la fase cuantitativa. La teoría puede ayudar a identificar las preguntas que deben formularse, las variables y medidas que deben recogerse y las relaciones potenciales que deben surgir cuando se completa la primera fase (p.77-78).”

La recolección de datos que procede de ambas fases deben ser procesos rigurosos de muestreo; en lo indicado por (Teddlie & Tashakkori, 2009) , existen tipos de procedimientos de muestreo de métodos mixtos CUAN→ cual y CUAL →cuan en todas las ciencias humanas. Normalmente, los resultados de la primera vertiente definirán la metodología a emplear en la segunda vertiente como por ejemplo, la muestra, el instrumento, entre otros.

Posterior a la recolección el investigador de métodos mixtos interpreta los resultados del seguimiento en una sección de discusión del estudio. Esta interpretación sigue la secuencia de informar primero de los resultados cuantitativos de la primera fase y después de los resultados cualitativos de la segunda fase. Sin embargo, este diseño emplea a continuación una tercera forma de interpretación: ¿cómo los resultados cualitativos ayudan a explicar los

resultados cuantitativos?. En consecuencia, la sección de interpretación, ayuda a ampliar o explicar los resultados cuantitativos. Dado que las preguntas de la base de datos cualitativa reducen el alcance de las preguntas cuantitativas, una comparación directa de las dos bases de datos (como en el diseño convergente) supone una comparación inadecuada de variables o conceptos. (Creswell, 2014, p.227).

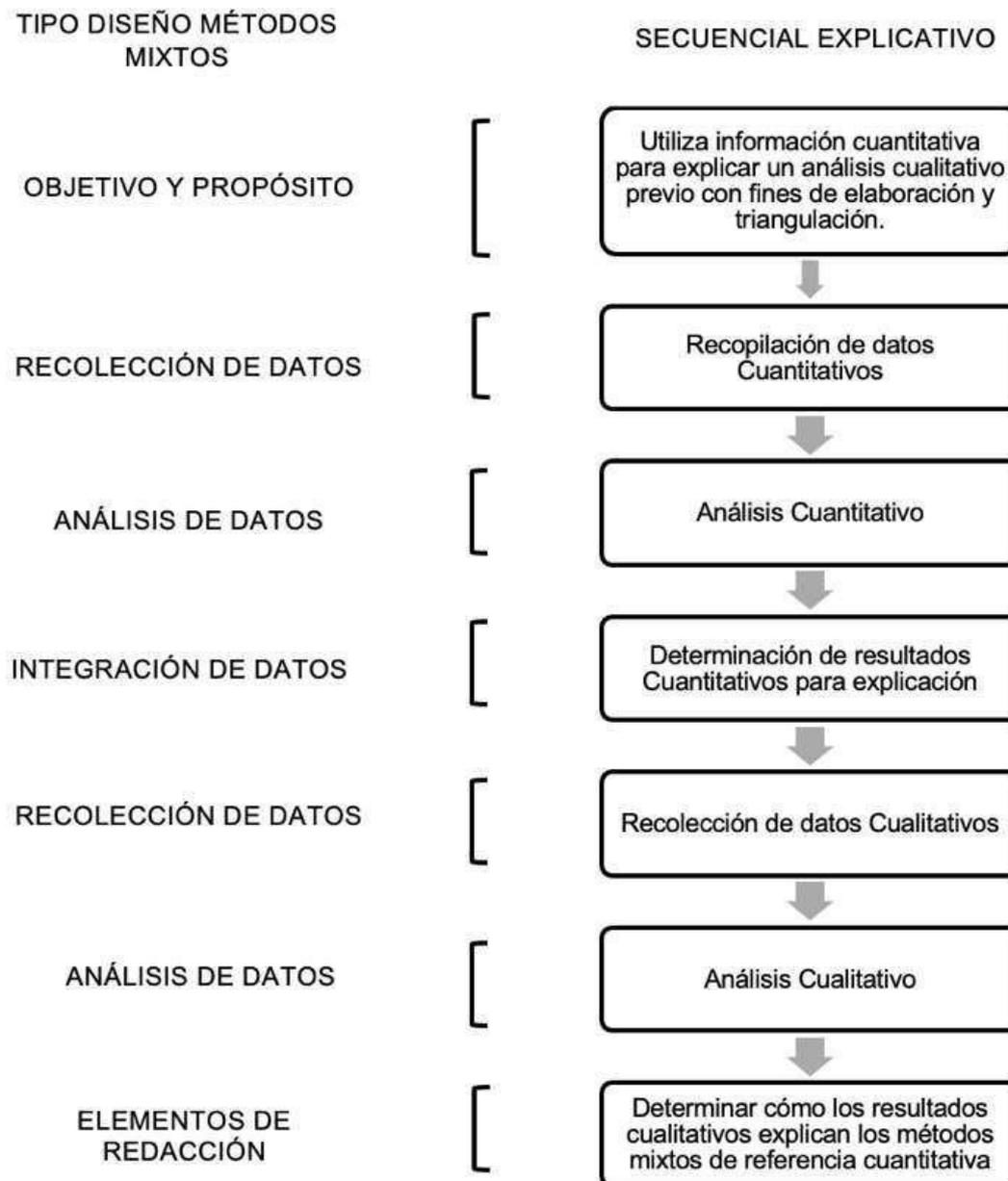
El rigor o validez de los métodos mixtos ha sido abordado desde diversas perspectivas, en varias investigaciones dicha validez se trabaja de manera independiente para los enfoques cuantitativo y cualitativo, buscando la validez interna y externa para el primero, y la dependencia y otros criterios para el segundo. Sin embargo, en los últimos años han surgido propuestas de diferentes autores que incorporan varios elementos para el rigor y la calidad de los diseños mixtos, sus procedimientos y resultados, como el rigor interpretativo, calidad en el diseño y legitimidad (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p.663).

Por su parte (J. W. Creswell, 2014) indica que como en todos los estudios de métodos mixtos, el investigador necesita establecer la validez de las puntuaciones de las medidas cuantitativas y discutir la validez de los hallazgos cualitativos. La exactitud de los resultados globales puede verse comprometida porque el investigador no considera y sopesa todas las opciones de seguimiento de los resultados cuantitativos. La atención puede centrarse únicamente en los datos demográficos personales y pasar por alto explicaciones importantes que requieren una mayor comprensión.

En la Figura 11 se presenta el proceso del diseño de método mixto secuencial **CUAN**→**cual** explicativo que se llevará a cabo en la presente investigación doctoral.

**Figura 11**

*Proceso de diseño método mixto secuencial explicativo*



*Nota.* Adaptado de Methodological Rigor in Mixed Methods: An Application in Management Studies. Harrison, Robert L, Relly, Timothy M. & John W. Creswell, 2020. Journal of Mixed Methods Research. (p.14).

### **3.1.2. Objetivo y propósito de diseño**

El objetivo general de la investigación es identificar la relación de la innovación y el desempeño empresarial de la Mipyme del sector de confección defabricación de prendas de vestir, en países emergentes de América Latina, caso Perú y Colombia. El investigador principal (IP) trabajó el diseño piloto con las Mipymes de Lima Metropolitana y con expertos del sector para determinar los temas más prioritarios de la investigación y poder hacer los ajustes correspondientes a los instrumentos de investigación. Se identificó que el Sector de confección de fabricación de prendas de vestir en América Latina tiene una gran dependencia de la producción internacional y una débil integración regional, dejando en manifiesto la necesidad de determinar la capacidad de las empresas nacionales, que en su mayoría (más del 99.6%) son Mipymes, y de esta forma se podrá cerrar brechas tecnológicas, generar alianzas, crear cadenas regionales de valor para consolidar sus capacidades científicas y tecnológicas, reforzar la competitividad, crear empleo de alta calidad y generar semilleros de ciencia y tecnología para proponer innovaciones en producto y procesos de negocio exitosos en los países emergentes de Latinoamérica.

### **3.1.3. Recolección de datos**

Para abordar estos problemas era importante desarrollar un trabajo de campo que permita la interacción con todos los actores de la cadena de valor y del ecosistema de innovación de países de Latino América y compartir en diferentes escenarios y contextos la realidad del sector de confecciones. El plan de investigación original consistía en un estudio de campo en la ciudad de Medellín, Colombia y posterior a ello en la ciudad de Lima, Perú, con visitas ya confirmadas a los sujetos de investigación, previo envío de correos y llamadas de invitación. La pandemia de la COVID-19 crearon la necesidad de modificar y adaptar el diseño de investigación para alinearlos con los protocolos de distanciamiento físico. El estudio se cambió a un estudio secuencial explicativo.

En el caso de la muestra de Colombia, esta se ejecutó entre Julio y Agosto del año 2019, lográndose desarrollar de acuerdo a lo planificado, las visitas para encuesta y entrevistas a los talleres de Mipymes de diferentes municipios, fábricas

de gran empresa, Universidades, gremios, instituciones privadas sin fines de lucro, institutos de capacitación y de investigación, cámaras de comercio, clúster, ferias comerciales, centros comerciales y zonas industriales.

En el caso de la muestra de Perú, estuvo planificada para su ejecución a partir de Marzo 2020, fecha que fue decretada la cuarentena por emergencia sanitaria, que se extendió hasta el 28 de Octubre 2022 con DECRETO SUPREMON° 130-2022-PCM. Por tal motivo para la recolección de datos de las encuestas setuvo que identificar una nueva muestra, y cambiar la forma de la recolección a encuesta en línea. Y para el caso de las entrevistas con los actores estas se realizaron a través de la plataforma Zoom o por celular en caso no disponían del software.

### **3.1.3.1. Instrumento de recolección Entoque Cuantitativo: Cuestionario**

El cuestionario fue diseñado sobre la base del "Manual de Oslo 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation", que proporciona directrices sobre la medición de las actividades científicas, tecnológicas y de innovación, y tiene como objetivo facilitar la comparabilidad internacional y proporcionar una plataforma para la investigación y la experimentación en la medición de la innovación (OECD/Eurostat, 2018, p.19). (OCDE/Eurostat, 2018, p.19), el manual aborda la necesidad de reflejar cómo funcionan los sistemas de innovación más allá de una descripción de los esfuerzos realizados para invertir en nuevos conocimientos, o el número y las características de las invenciones patentadas.

Esta investigación incluye 06 variables principales denominadas innovación de producto (Pdi), innovación de proceso de negocio (Pri), desempeño organizacional (DO), desempeño económico (DE), desempeño productivo (DP) y desempeño comercial (DC), y dos variables moderadoras denominadas colaboración (CO) e inversión (II). En este estudio se aplicó una escala Likert, para las variables de innovación de cuatro puntos (de 1 ninguna innovación a 4 nueva innovación para el mercado global), para las variables de desempeño de 5 puntos

(de 1 ningún cumplimiento 0% a 5 cumplimiento total 100%) y para las variables moderadoras de 5 puntos (de 1 no aplica/no se hace a 5 resto del mundo).

La encuesta se llevó a cabo utilizando métodos de recolección de datos combinados, con cuestionarios en línea y presenciales entre Julio 2019 y Agosto 2022. De un total de 650 empresas invitadas a participar en la investigación, se recibió un total de 104 cuestionarios válidos con datos adecuados para las estimaciones estadísticas; lo que representa una tasa de respuesta cercana al 16%. Las empresas participaron voluntariamente y fueron informadas del objetivo del estudio a través del protocolo de consentimiento informado contenido en el cuerpo de la encuesta (Ver cuestionario en Anexo 3). La descripción demográfica de la muestra del estudio en la fase cuantitativa se visualiza en la Tabla 9.

**Tabla 9**

*Datos demográficos de la muestra*

	<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
País	Perú	69	66.35
	Colombia	35	33.65
Sexo Dueño	Femenino	49	47.12
	Masculino	55	52.88
Edad empresa	1 – 5	32	30.76
	6 – 10	25	24.04
	11 – 15	17	16.35
	15 a más	30	28.85
Tamaño	Micro	55	52.88
	Pequeño	30	28.85
	Mediana	19	18.27
Número de trabajadores	1 – 5	36	34.62
	6 – 10	20	19.23
	11 – 20	10	9.62
	21 – 50	14	13.46
	51 – 100	9	8.65
	Más de 100	15	14.42
Mercado	Local	22	21.15
	Nacional	36	34.62
	Internacional	13	12.5
	Nacional + Internacional	33	31.73

### **3.1.3.2. Instrumento de recolección Enfoque Cualitativo : Entrevistas en investigación con métodos mixtos**

La entrevista es una estrategia de investigación en la que una persona (el entrevistador) formula preguntas a otra (el entrevistado). Las preguntas pueden ser abiertas, cerradas o ambas. Las entrevistas son una poderosa estrategia de recopilación de datos porque utilizan la interacción uno a uno entre investigadores y entrevistados. Las entrevistas ofrecen a los entrevistadores amplias oportunidades de pedir explicaciones sobre respuestas vagas o de proporcionar aclaraciones si una pregunta no está clara. Las entrevistas CUAL suelen ser no directivas y muy generales (“hábleme de su opinión sobre como se desarrolla la innovación en su país”). Las entrevistas CUAN suelen ser más estructuradas y cerradas. (Teddlie & Tashakkori, 2009).

Se llevaron a cabo entrevistas cualitativas estructuradas, la guía se basó en los resultados de la etapa cuantitativa, estuvo dirigida a CEO de las grandes empresas de la industria textil y confecciones de Perú y Colombia, así mismo representantes de los Cluster de moda o prendas de vestir de ambos países, representantes de los principales gremios, instituciones privadas y del estado con amplia experiencia en el sector textil y confecciones y en Mipymes. Las entrevistas fueron llevadas a cabo de manera presencial y a través de la plataforma zoom, para el caso de todos los participantes se presentó el protocolo de consentimiento informado antes del inicio de la entrevista, las mismas que tuvieron una duración aproximada promedio de 60 minutos. En el Anexo 8, se presenta la Guía de entrevista estructurada y en el Anexo 9 el protocolo de consentimiento informado. Así mismo en la tabla 10 se enumera los participantes en las entrevistas estructuradas en Perú y Colombia.

### **3.1.4. Análisis de datos de Diseño Mixto secuencial explicativo**

En los diseños de método mixto secuencial explicativo, primero tiene lugar una fase cuantitativa – “CUAN”, seguida de una fase Cualitativa – “cual”, y posteriormente el análisis de las dos fases se relacionan entre sí (Hanson et al., 2005). El propósito de la presente investigación es analizar la relación entre la

innovación y el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir en países emergentes de América Latina.

La primera fase cuantitativa tuvo por objetivo probar las hipótesis que relacionan las variables Innovación de Producto e Innovación de Proceso de Negocio con el Desempeño empresarial en una muestra de Mipymes del sector de confecciones de fabricación de prendas de vestir, de Perú y Colombia. Los resultados de la fase cuantitativa serán profundizados, complementados, y contextualizar con una segunda fase cualitativa que pretende identificar desde la perspectiva de los actores y grupos de interés de cada país del sector de confecciones, Mipyme y del sistema de innovación, cuáles han sido esos factores y elementos presenten en la relación entre las variables en estudio.

De esta manera, con el objetivo de responder las preguntas planteadas en la tesis doctoral, se recurrirá a una doble metodología; estadística descriptiva y el Análisis Multivariante. La estadística descriptiva, servirá para el análisis de descriptivo de cada variable de la investigación, como resultado de la aplicación de los instrumentos de medición.

El análisis multivariante, que implica el empleo de métodos estadísticos que analizan simultáneamente múltiples variables, teniendo como uno de los objetivos fundamentales de las técnicas de estadísticas multivariante el incrementar la capacidad explicativa de la comprobación empírica de la teoría, o bien incrementar el conocimiento teórico en los casos en los que sea escaso (Martínez Ávila & Fierro Moreno, 2018).

Se utilizará un análisis multivariante de segunda generación, método denominados como modelización de ecuaciones estructurales (structural equation modeling SEM), que permite a los investigadores incorporar variables no observables que son medidas indirectamente por medio de variables observables o indicadores. También facilitan la explicación del error de medida en las variables observables. Hay dos tipos de SEM: la basada en la covarianza y partial least squares (PLS-SEM; también llamada modelización path PLS) (Hair Jr. Et al., 2019).

Se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) para examinar las hipótesis de la investigación mediante el

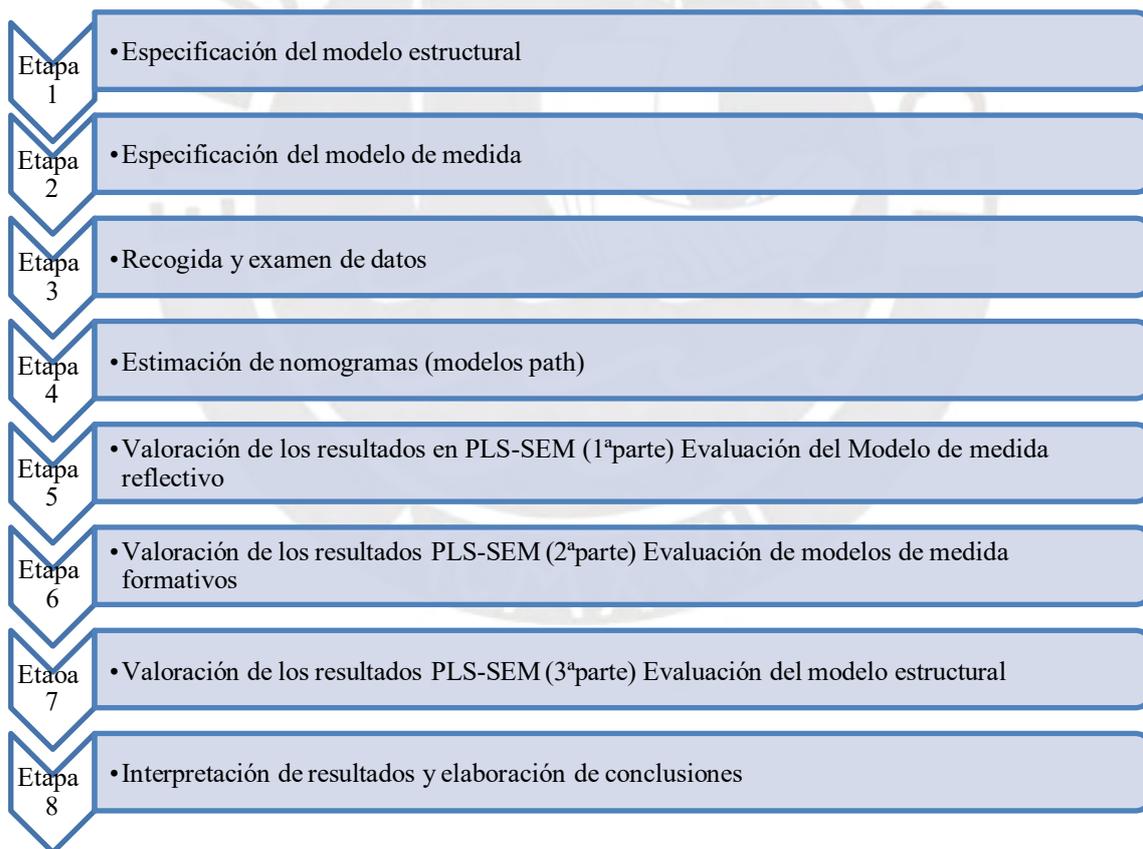
software SmartPLS 4.0.8.5. (Ringle et al., 2022). El PLS-SEM se ha utilizado en la investigación empresarial para probar teorías representadas en forma de modelos complejos (Hair et al., 2012).

### 3.1.4.1. Procedimiento Sistemático PLS-SEM

El procedimiento sistemático para aplicar el modelo de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) en la figura 12.

**Figura 12**

*Proceso sistemático para aplicar PLS-SEM*



**Nota.** De Manual de Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (Segunda Edición). (Hair Jr. Et al., 2019)

### **3.1.4.2. Análisis de datos cualitativos asistido por ordenador (CAQDAS) – ATLAS.ti**

El enfoque cualitativo del diseño del método mixto secuencial explicativo, tiene por objetivo obtener las perspectivas de los participantes; se explorará, describirá y comprenderá las experiencias de las personas respecto a los constructos con el uso de entrevistas estructuradas (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p.550), las que serán analizadas a través del software ATLAS.ti.22, que es un programa para el Análisis Cualitativo Asistido por Computador, conocido por sus siglas en inglés CAQDAS “Computer Assisted Qualitative Data Software” (Lopezosa et al., 2022); constituye un potente banco de trabajo para el análisis cualitativo de grandes conjuntos de datos textuales, gráficos, de audio, de vídeo, redes sociales, entre otros.

A continuación, para el la integración del análisis de resultados de la fase cuantitativa y cualitativa se llevará a cabo el análisis temático para explicar los factores que influyen en la relación entre las variables, e indentificar que otros factores importantes a tener en cuenta (Teddlie & Tashakkori, 2009).

### **3.1.4.3. Análisis de cualitativo de contenido (ACC)**

El análisis cualitativo de contenido (ACC) es un método sistemático de análisis de datos cualitativos que ofrece la posibilidad de analizar tanto el contenido manifiesto y el contenido descriptivo, que da lugar a desarrollar categorías, como el contenido latente e interpretativo, que generan temas desagregados (Graneheim et al., 2017; Graneheim & Lundman, 2004).

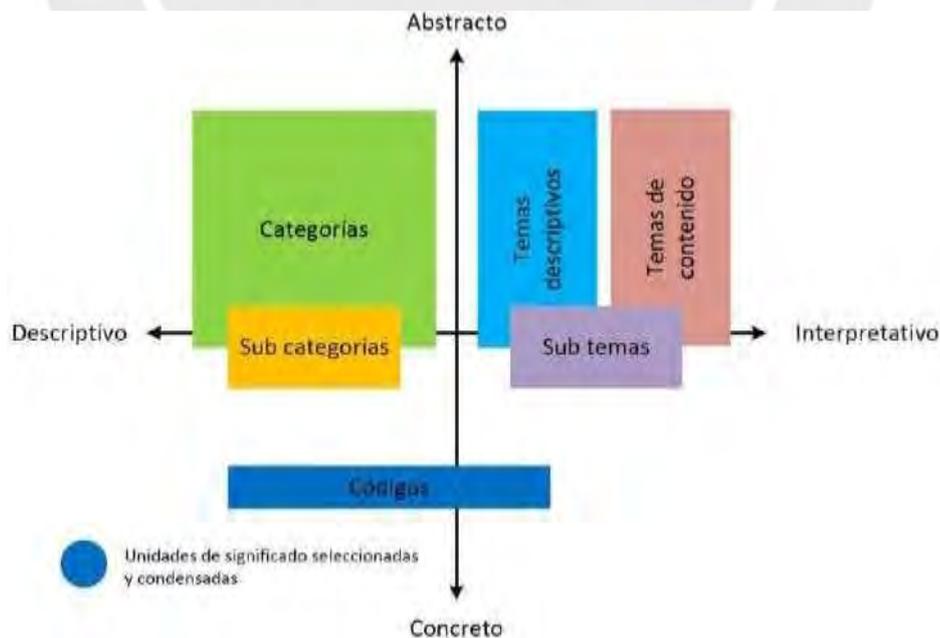
El proceso de ACC no es lineal y se caracteriza por la descontextualización y la recontextualización. La descontextualización requiere dividir los datos en partes, esto se hace segmentando el texto original en algunas unidades significativas, luego condensando y codificando esas unidades (Graneheim et al., 2017). La recontextualización significa que estas alteraciones relacionadas se combinan en nuevos patrones y se devuelven a su contexto, lo que permite una mejor comprensión del área de interés (Lindgren et al., 2020).

El análisis cualitativo de contenido (ACC) es una técnica para el análisis de data cualitativa que permite identificar o desarrollar patrones de medida y/o ideas centrales que las unifiquen de forma correspondiente a un conjunto de datos dados. El marco epistemológico-metodológico para el análisis temático es la fenomenología social de Schutz (1932/1967) citada por Mieles Barrera et al., que explora la experiencia subjetiva en el mundo de la vida cotidiana de las personas. A partir de ello (Braun y Clarke, 2006) expusieron las fases para el desarrollo del análisis temático con rigor científico: i) familiarización con los datos-información, ii) generación de categorías o códigos iniciales; iii) búsqueda de temas; iv) revisión de temas; v) definición y denominación de temas y vi) producción del informe final (Mieles Barrera et al., 2012, p.218).

Por su parte (Lindgren et al., 2020) proponen iniciar con la selección de unidades de significado, continuar con la condensación y codificación, luego la creación de categorías y temas en varios niveles. Para poder efectuar el proceso de interpretación. La figura 13 ilustra la relación entre la abstracción y la interpretación, pasando de lo abstracto a lo concreto, visualizando el proceso de creación de categorías, temas, sub-temas y códigos, y la relación entre ellos.

**Figura 13**

*Abstracción e interpretación durante el análisis Cualitativo de Contenido (ACC)*



*Nota.* Adaptado de Abstraction and interpretation during the qualitative content analysis process. (Lindgren et al., 2020, p.5)

## **3.2. Diseño del Estudio de Campo**

En este sub capítulo vamos a exponer el los aspectos fundamentales, a partir de los cuales se ha desarrollado el análisis empírico de la investigación Doctoral.

### **3.2.1. Población analizada enfoque cuantitativo**

El universo bajo estudio son las micro, pequeña y mediana empresas (Mipyme) manufactureras de Perú y Colombia. Para la muestra se estratifica según los criterios establecidos en el Manual de Oslo (OECD/Eurostat, 2018), las principales características de la población objetivo son el tipo de unidad estadística, el sector de actividad principal de la unidad, el tamaño y la ubicación geográfica de la misma.

La unidad estadística es la Mipyme, se consideró en Colombia la clasificación reglamentada en la Ley 590 de 2000/ DS N° 957 de 2019 (Decreto\_957\_de\_2019 Colombia Mipymes, 2019) conocida como la Ley Mipymes, en el caso de Perú por la Ley N° 30056 de 2013 (Congreso de la República, 2013). El sector de actividad de análisis, es sector textil de confecciones, que se encuentra definido bajo la división 14 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU 4, como Fabricantes de prendas de vestir.

#### **Parámetros para la elección de la muestra:**

- País de locación: Colombia y Perú
  - Colombia, considerado el país con mayor crecimiento en la industria de la moda en América Latina, debido a su potencial creativo en el diseño y en la creación de marcas propias.
  - Perú, país de Latino América que posee una industria textil, con materiales naturales, mano de obra calificada y una industria de confección con gran experiencia de producción.
- Empresas formales y activas registradas
- Sector: Manufacturero
- Industria: Textil y de la Industria de la Moda
- Sub-sector: Confección de fabricación de prendas de vestir (SCFPV)

- Provincia: De mayor importancia en el SCFPV de cada país
- Unidad de análisis: Mipyme del Sector Textil de Confección de fabricación de prendas de vestir

Para el presente estudio se elaboró una base de datos a partir de listado de empresas Mipymes facilitadas por: el Cluster de Moda Sostenible (FAIR) y el Comité Textil de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) y otros bases de entidades oficiales del Perú y para el caso de Colombia con el apoyo de la Universidad EAFIT, Inexmoda y la empresa D'Soft y base de datos comerciales.

### **3.2.2. Población analizada enfoque cualitativo**

La identificación de participantes para las entrevistas tuvo los siguientes parámetros de selección: profesionales y expertos de los grupos de interés del sector de confecciones de fabricación de prendas de vestir de las Mipymes y del Ecosistema de Innovación de Perú y de Colombia (Tabla 10).

Se consideraron los siguientes actores o grupos de interés en el desarrollo de la presente investigación:

- Instituciones de Gobierno (oficinas comerciales, oficinas de apoyo empresarial, de investigación, agencias)
- Empresas Privadas sin fines de lucro (Gremios, cámaras de comercio, Institutos privados de investigación o soporte, ONG)
- Academia (Universidades, Instituto Superior, Escuelas técnicas, Academias)
- Empresas comerciales (proveedores, competidores, clientes, inversores)

Las entrevistas se realizaron de manera presencial en el caso de Colombia y vía la plataforma virtual zoom en el caso de Perú. Los participantes tuvieron acceso al protocolo de consentimiento informado, antes del inicio de la entrevista y del registro audiovisual de la misma.

**Tabla 10***Participantes en el ciclo de Entrevistas a expertos Perú – Colombia*

<b>Grupo de Interés</b>	<b>Empresa</b>	<b>País</b>	<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>
Gran empresa	Crystal SAS	Colombia	Mónica Londoño	Gerente Desarrollo Humano
Gran empresa	Crystal SAS	Colombia	Claudia Ríos	Jefe de Gestión Humana para Tiendas Retail
Gran empresa	Leonisa /Marinilla	Colombia	Carlos Alberto Giraldo	Gerente de Cooperativa INCOOMAR
Empresa privada/Cámaras /Gremios	Inexmoda	Colombia	Lorenzo Velasquez	Director de Conocimiento y Transformación
Empresa privada/Cámaras /Gremios	Ruta N	Colombia	Jorge Suarez	Funcionario Negocios Estratégicos
Empresa privada/Cámaras /Gremios	Ruta N	Colombia	Rubén Villegas	Desarrollador de Soluciones
Empresa privada/Cámaras /Gremios	Ruta N	Colombia	Samantha Velasquez	Administradora Tecnológica
Academia	Universidad Pontificia Bolivariana	Colombia	Mauricio Velasquez	Director Carrera de Diseño de vestuario
Academia	Universidad Pontificia Bolivariana	Colombia	Fausto Zuleta	Director de Investigación
Empresa Comercial de Soporte	D´Soft	Colombia	Luz Estela Diez Rúa	Directora
Empresa Comercial de	D´Soft	Colombia	Fernando Muñoz	Gerente General

Soporte			Zapata	
Gran Empresa	WTS	Perú	Luis Antonio Aspillaga	CEO WTS / Presidente de Gremio de Indumentaria CCL
Gobierno	Ministerio de la Producción	Perú	Javier Dávila Quevedo	Vice Ministro de Mipyme e Industria
Empresa privada/Cámaras /Gremios	Clúster de Moda Sostenible	Perú	Rizal Bragagnini	Presidente
Empresa privada/Cámaras /Gremios	Sociedad Nacional de Industria	Perú	Martín Reaño	Gerente Comité Textil y Confecciones
Empresa privada/Cámaras /Gremios	Cámara de Comercio de Lima/ CTN Mipyme	Perú	Yusith Vega Odes	Compliance Officer /Presidente CTN Mipyme
Academia	Universidad Tecnológica del Perú	Perú	Vladimir Barahona	Director de Carrera de Ingeniería
Academia	SENATI	Perú	Ilse Rivas	Gerente del CTTC

## Capítulo 4 RESULTADOS

### 4.1 Fase 1 : Enfoque Cuantitativo: Procedimiento PLS-SEM

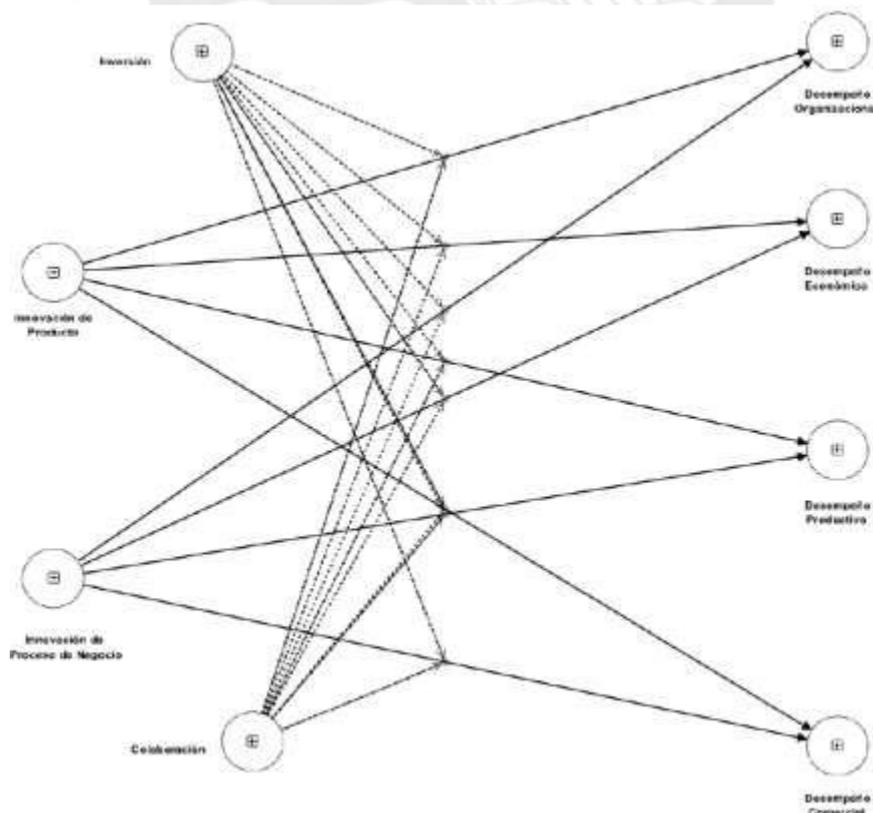
#### 4.1.1. Etapa 1: Especificación del modelo estructural

Para la especificación del modelo estructural se preparó el diagrama que ilustra las hipótesis de investigación descritas en el sub capítulo 3.2.2. y que serán testeadas y se muestra las relaciones entre las variables /constructos con base teórica que serán examinadas. Este diagrama es denominado como monograma o “modelo path”, el mismo que se muestra en la figura 14.

El monograma, está compuesto de dos elementos: (1) el modelo estructural, conocido llamado modelo interno en PLS-SEM, que describe las relaciones entre las variables latentes que se resumen en la Tabla 11 y las variables moderadoras en la Tabla 12 del modelo de medida, que describe las relaciones entre las variables latentes y sus medidas (indicadores), mostrados en la Tabla 13.

#### Figura 14

##### *Modelo path – Monograma*



**Tabla 11***Variables latentes exógenas del modelo de investigación*

<b>Constructos</b>	<b>Indicador</b>
<b>Inovación de Producto (Pdi)</b>	
¿Ha introducido al mercado un nuevo producto (bien) o servicio ?	pdi01
¿Mejóro el rendimiento de un bien al hacer cambios en los materiales o componentes?	pdi02
¿Desarrolló un uso mejorado para uno de sus bienes o servicios?	pdi03
¿Agregó una característica mejorada a uno de sus bienes o servicios?	pdi04
¿Le resultó más fácil y atractivo a los clientes usar uno de sus bienes o servicios?	pdi05
<b>Innovación en Proceso de Negocio (Pri)</b>	
¿Ha introducido un nuevo método de producción o ingeniería?	pri01
¿Ha introducido un nuevo proceso de distribución y logística?	pri02
¿Ha introducido un nuevo proceso de marketing y ventas?	pri03
¿Ha introducido un nuevo proceso de sistemas de información y comunicación?	pri04
¿Ha introducido un nuevo proceso de administración y dirección?	pri05
¿Ha introducido un nuevo proceso de desarrollo de producto y diseño?	pri06
¿Ha introducido un nuevo modelo o proceso de negocio?	pri07

**Tabla 12***Variables latentes moderadoras del modelo de investigación*

<b>Constructos</b>	<b>Indicador</b>
<b>Inversión (II)</b>	
¿Su empresa invirtió en actividades de I+D (investigación y desarrollo)?	ii01
¿Su empresa invirtió en actividades de Ingeniería, Diseño de moda y diseño de producto o actividades creativas?	ii02
¿Su empresa invirtió en actividades de Desarrollo de software y base de datos /TI?	ii03
¿Su empresa invirtió en actividades de Formación?	ii04
¿Su empresa invirtió en actividades de Marketing y equidad de marca; investigación de mercado?	ii05
¿Su empresa invirtió en Pruebas y evaluación de producto. Propiedad Intelectual?	ii06
¿Su empresa invirtió en Certificación / acreditación de gestión; Consultorías en estratégico o gestión; Certificaciones de sostenibilidad?	ii07
¿Su empresa invirtió en Adquisición de maquinaria, equipos, PC u otros bienes de capital. Mejora o reconversión de maquinaria para reducir generación de residuos (Líquidos, gases, sólidos)?	ii08

<b>Constructos</b>	<b>Indicador</b>
<b>Colaboración (CO)</b>	
¿Su empresa contó con Empresas comerciales como Socios colaboradores para la innovación? Proveedores (equipos, materiales, servicios); clientes, competidores, inversores	co01
¿Su empresa contó con Entidades del Gobierno como Socios colaboradores para la innovación? Institutos de investigación del gobierno; oficinas comerciales; oficina de apoyo empresarial; otros dptos y agencias gubernamentales	co02
¿Su empresa contó con Instituciones de Educación como socios colaboradores para la innovación: Universidades, institutos académicos o escuelas técnicas público y privadas?	co03
¿Su empresa contó con la Empresa Privada como socios colaboradores para la innovación: Institutos privados de investigación, Gremios, Cámaras, ONG u otros?	co04

**Tabla 13**

*Variables latentes endógenas del modelo de investigación*

<b>Constructos</b>	<b>Indicador</b>
<b>Desempeño Organizacional (DO)</b>	
¿La innovación impactó en la mejora de capacidades de aprendizaje de nuevo conocimiento?	op01
¿La innovación mejoró el intercambio o la transferencia de conocimientos con otras organizaciones?	op02
¿La innovación mejoró la comunicación dentro de la empresa?	op03
¿La innovación aumentó la adaptabilidad al cambio?	op04
¿La innovación mejoró las condiciones de trabajo, salud o seguridad del personal de la empresa?	op05
¿La innovación mejoró la satisfacción, el compromiso y/o la retención del personal?	op06
<b>Desempeño Económico (DE)</b>	
¿La innovación impactó en el incremento de ingresos por ventas?	ep01
¿La innovación mejoró la rentabilidad de la empresa?	ep02
¿La innovación impactó en la reducción de costos?	ep03

Constructos	Indicador
<b>Desempeño Productivo (DP)</b>	
¿La innovación posibilitó actualizar la tecnología o métodos de proceso obsoletos?	pp01
¿La innovación impactó en la mejora de la calidad de los bienes o servicios?	pp02
¿La innovación mejorar la flexibilidad para producir bienes o servicios?	pp03
¿La innovación aumentó la velocidad de producción de bienes o prestación de servicios?	pp04
¿La innovación ayudo a reducir los costos laborales por unidad de producción?	pp05
¿La innovación ayudó a reducir los costos de materiales por unidad de producción?	pp06
¿La innovación ayudó a reducir los costos de energía u operación por unidad de producción?	pp07
¿La innovactón mejoró la productividad?	pp08
¿La innovación redujo los lead times de despacho?	pp09
<b>Desempeño Comercial (DC)</b>	
¿La innovación posibilitó la actualización de bienes o servicios?	cp01
¿La innovación logró ampliar la gama de bienes o servicios?	cp02
¿La innovación logró crear nuevos nichos de mercado?	cp03
¿La innovación logró aumentar o mantener la cuota de mercado?	cp04
¿La innovación aporta a la mejora en la marca y reputación de la compañía?	cp05
¿La innovación aumentó la visibilidad de productos o servicios?	cp06

#### 4.1.2. Etapa 2: especificación de los modelos de medida

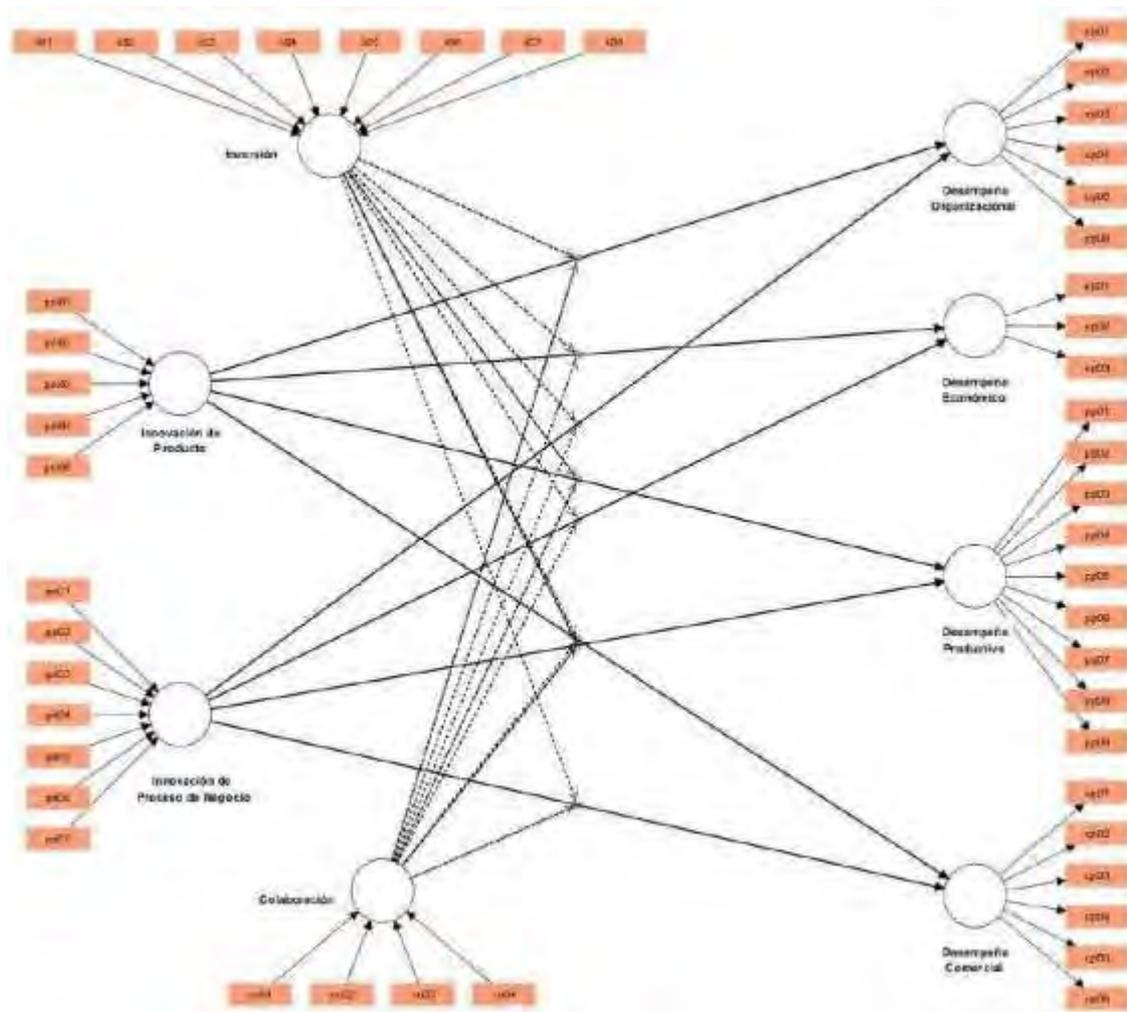
Los modelos de medida, llamados modelos externos en PLS-SEM, representan las relaciones entre los constructos y sus correspondientes variables indicador.

En nuestro modelo de investigación, los constructos Innovación de Producto (pdi) e Innovación de Proceso de Negocio (pri) tienen modelos formativos. Los constructos Desempeño Organizacional (OP), Desempeño Económico (DE), Desempeño Productivo (DP) y Desempeño Comercial (DC) tienen modelos reflectivos. El caso de las variables moderadoras Inversión (II) y Colaboración (CO) tienen modelo formativos.

En la figura 15 se presenta el modelo de medida. En las tablas 11, 12 y 13 se muestran los constructos (variables con sus indicadores).

**Figura 15**

*Modelo de medida*



### 4.1.3. Etapa 3: recogida y examen de datos

Con el fin de estimar el modelo PLS-SEM, los datos fueron recogidos desarrollando trabajo de campo; para el caso de las muestra en Colombia, se programaron agendas de visitas a Mipymes colombianas con el objetivo de desarrollar el viaje de investigación. Estas visitas hicieron posible el levantamiento de datos de los cuestionarios de la encuesta, así mismo complementar con entrevistas a las dueños y actores de las empresas de confección de fabricación de prendas de vestir y poder observar sus procesos y productos in situ. Los

encuestados llenaron el protocolo de consentimiento informado, antes de iniciarel proceso de encuesta o entrevista.

En el caso de Perú, debido al cierre por la emergencia sanitaria, se desarrollaron las encuestas a través de la plataforma de Google Forms, para ello, se contó con bases de datos proporcionadas por gremios y organismos de la producción, así mismo se complemento un mayor número de encuestas en Colombia con el uso de la plataforma de Google Forms. En esta plataforma se incluyó también el protocolo de consentimiento informado correspondiente.

Todos los datos levantados, fueron trasladados a una base de datos en excel para su posterior exportación al software SmartPLS en extensión CSV; la cual se elaboró con la información reportada por el cuestionario de encuesta; codificándose en las columnas los ítems o indicadores y en las filas las observaciones.

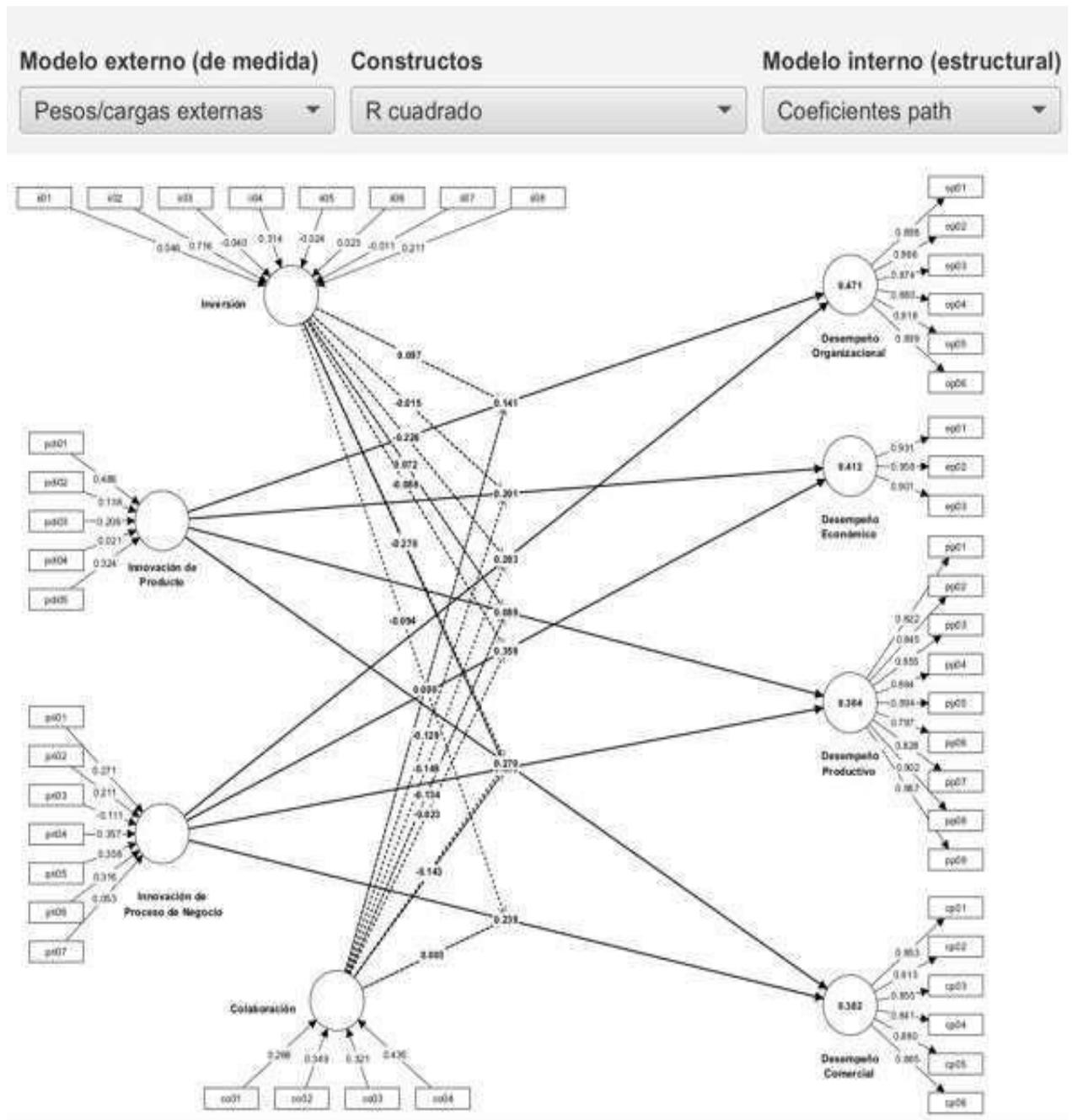
#### **4.1.4. Etapa 4: Estimación del modelo y algoritmo PLS-SEM**

El algoritmo PLS-SEM estima los coeficientes path y otros parámetros del modelo de manera que se maximiza la varianza explicada de los constructos dependientes. En este modelo se aprecia las cargas factoriales de cada indicador, los coeficientes de regresión estandarizados o coeficientes path  $R^2$  (Martínez Ávila & Fierro Moreno, 2018; Shmueli et al., 2019).

En la figura 16 se presenta la estimación del modelo path, presentando los coeficientes path del modelo estructural y los valores  $R^2$  resultantes de las variables latentes endógenas (Desempeño Organizacional, Desempeño Económico, Desempeño Productivo y Desempeño Comercial).

**Figura 16**

*Estimación del modelo path*



#### 4.1.5. Etapa 5: Evaluación de modelos de medida Reflectivo

La estimación del modelo proporciona medidas empíricas de las relaciones existentes entre los indicadores y los constructos (modelo de medida), así como entre los propios constructos (modelo estructural). Las medidas empíricas nos permiten comparar los modelos de medida y estructural, ambos determinados de

forma teórica, con la realidad, la cual es representada por los datos de nuestra muestra, determinándose en qué medida la teoría se ajusta a los datos (Hair Jr. Et al., 2019).

### Modelo de medida reflectivo

En la tabla 14 se presentan los resultados de la evaluación del modelo de medida reflectivo, que se analiza a través de: 1) la consistencia interna (fiabilidad compuesta (IFC) y alfa de Cronbach); 2) la validez convergente (varianza extraída medida (AVE  $\geq$  0.5) y fiabilidad del indicador , 3) la validez discriminante (criterio de Fornell-Larcker) y cargas cruzadas entre indicadores y variables latentes y el ratio Heterotrait-monotrait (HTMT).

**Tabla 14**

*Evaluación de modelo de medida reflectivo*

Variable Latente	Indicador	Loading	AVE	CR	Cronbach's alpha
Desempeño Comercial	cp01	0.853	0.759	0.94	0.937
	cp02	0.914			
	cp03	0.854			
	cp04	0.842			
	cp05	0.880			
	cp06	0.885			
Desempeño Económico	ep01	0.932	0.865	0.923	0.922
	ep02	0.958			
	ep03	0.900			
Desempeño Organizacional	op01	0.899	0.762	0.94	0.937
	op02	0.867			
	op03	0.875			
	op04	0.881			
	op05	0.816			
	op06	0.898			
Desempeño Productivo	pp01	0.823	0.732	0.96	0.954
	pp02	0.847			
	pp03	0.856			
	pp04	0.885			
	pp05	0.893			
	pp06	0.795			
	pp07	0.826			
	pp08	0.901			
	pp09	0.867			

En la tabla 15 se muestra la Matriz de Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) que justifica la validez discriminante del modelo. Dados estos valores se acepta la fiabilidad de los constructos y su validez convergente.

**Tabla 15**

*Matrix de Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)*

Constructo	DC	DE	DO	DP	Co x Pdi	II x Pri	II x Pdi	Co x Pri
Desempeño Comercial (DC) Desempeño								
Economico (DE)	0.849							
Desempeño Organizacional (DO)	0.836	0.756						
Desempeño Productivo (DP)	0.750	0.762	0.743					
Colaboracion x Innovacion Producto (Co x Pdi)	0.067	0.042	0.136	0.100				
Inversión x Innovacion Proceso de Negocio (II x Pri)	0.090	0.058	0.152	0.208	0.108			
Inversión x Innovacion Producto (II x Pdi)	0.047	0.046	0.068	0.078	0.014	0.518		
Colaboracion x Innovacion Proceso de Negocio (Co x Pri)	0.090	0.090	0.141	0.145	0.880	0.060	0.077	

#### 4.1.6. Etapa 6: Evaluación del Modelo de medida Formativo

PLS-SEM es un método no paramétrico y, por lo tanto, se utiliza bootstrap para determinar la significación estadística (Chin, 1998), citado en Hair et al. (2017); se evalúa el grado de colinealidad de los indicadores de los modelos formativos y se valora la significancia y relevancia de los indicadores formativos.

Para las variables independientes Innovación de Producto e Innovación (Pdi) de Proceso de Negocio (Pri), así como para las variables moderadoras del modelo Inversión (II) y Colaboración (CO), se examinó el grado de colinealidad de los indicadores del modelo de medida formativo (VIF) y se valoró la significación y relevancia de los indicadores formativos (p). De acuerdo a los resultados que

aparecen en la tabla 16 de los estadísticos de colinealidad (VIF), pdi05 tiene el valor VIF más alto (3,262); en consecuencia, los valores del modelo están uniformemente por debajo del valor límite de 5.

Por lo que que concluimos que la colinealidad no alcanza niveles críticos enninguno de los constructos formativos de las variables independientes y de variables moderadoras.

A continuación se analiza los cargas externas de acuerdo a su significancia y relevancia, mediante el proceso de bootstrapping, generándose 5000 muestras bootstrap.

**Tabla 16**

*Estadísticos de colinealidad (VIF)*

Indicador	VIF	p
co01	1.354	0.000
co02	1.269	0.000
co03	1.305	0.000
co04	1.591	0.000
ii02	1.551	0.000
ii04	1.512	0.000
ii05	1.600	0.000
pdi01	1.893	0.000
pdi02	2.728	0.000
pdi03	2.123	0.000
pdi04	1.722	0.000
pdi05	3.262	0.000
pri01	1.416	0.000
pri02	1.290	0.000
pri04	1.351	0.000
pri05	1.210	0.000
pri06	1.818	0.000
pri07	1.912	0.000

p-valores se refieren a cargas obtenidas a través de bootstrapping con 5000 muestras

#### 4.1.7. Etapa 7: Valoración del Modelo Estructural

A través de la evaluación del modelo estructural que se muestra en la figura 17, se examina la capacidad predictiva del modelo y las relaciones entre los constructos. La tabla 17 muestra los valores de  $R^2$  y  $R^2$  Ajustado, que representan un nivel moderado de predicción del modelo para las cuatro variables dependientes: Desempeño\_Comercial (DC), Desempeño\_Economico (DE), Desempeño Organizacional (DO), Desempeño\_Productivo (DP). Lo que se puede evidenciar también a través de las figuras 18 y 19.

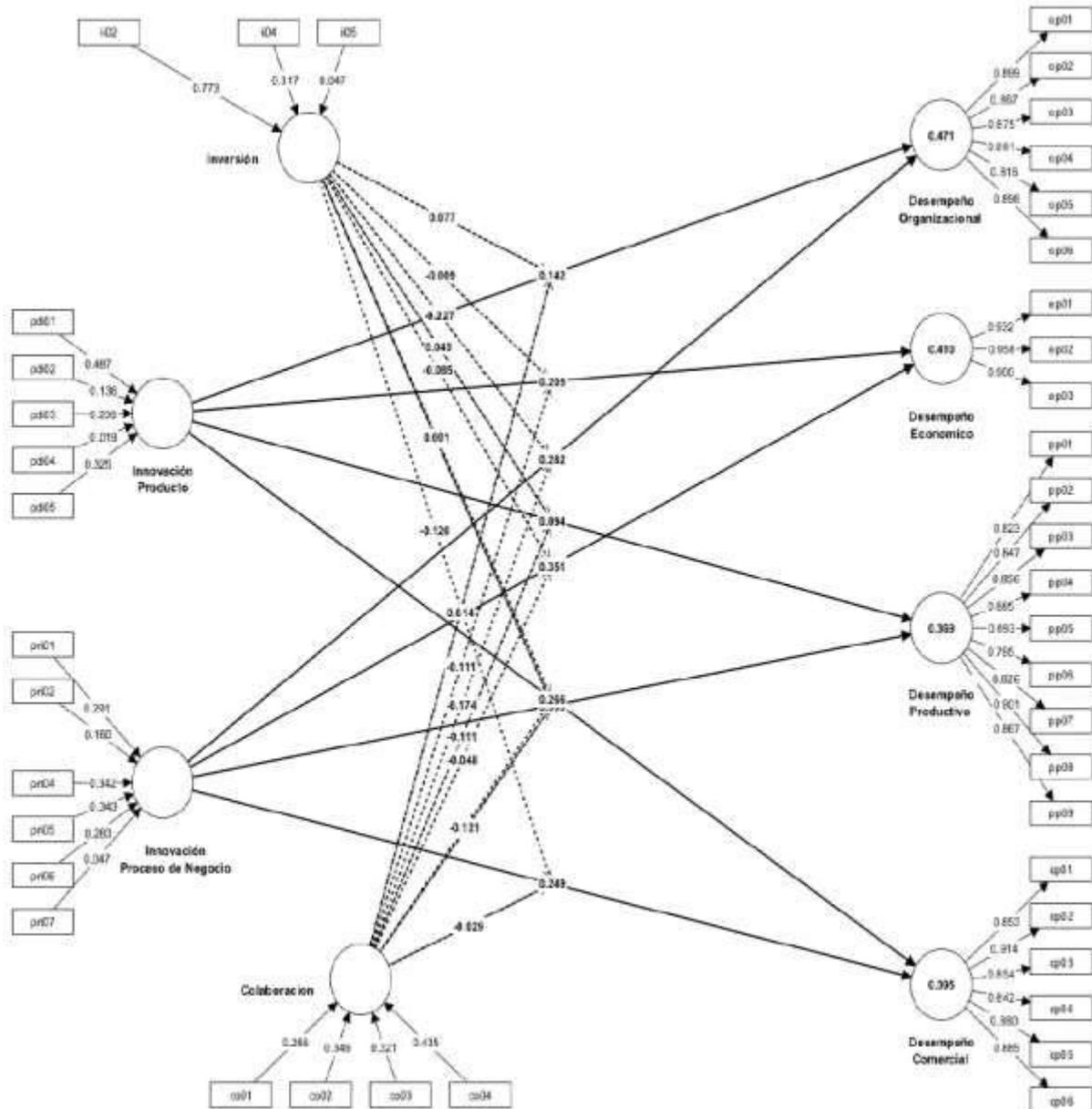
Por su parte los valores de  $Q^2$  obtenidos para las cuatro variables indican la relevancia predictiva del modelo para los constructos dependientes. Lo que implica que la Innovación de Producto (Pdi) y la Innovación de Proceso de Negocio (Pri), explican el 47.1% del Desempeño organizacional, el 41.0% del Desempeño económico, 39.5% del Desempeño Comercial, y 36.9% del Desempeño productivo.

**Tabla 17**  
*Modelo estructural*

Variables	$R^2$	$R^2$	
		Ajustado	$Q^2$ predictiva
Desempeño_Comercial	0.395	0.344	0.219
Desempeño_Económico	0.410	0.360	0.238
Desempeño_Organizacional	0.471	0.426	0.265
Desempeño_Productivo	0.369	0.316	0.176

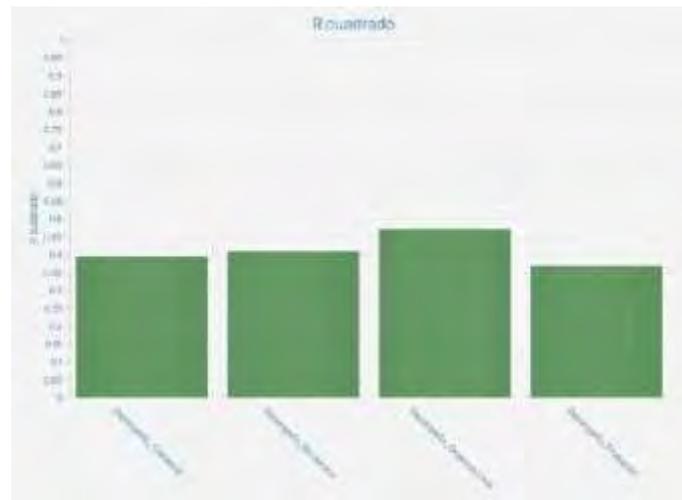
**Figura 17**

*Modelo estructural*



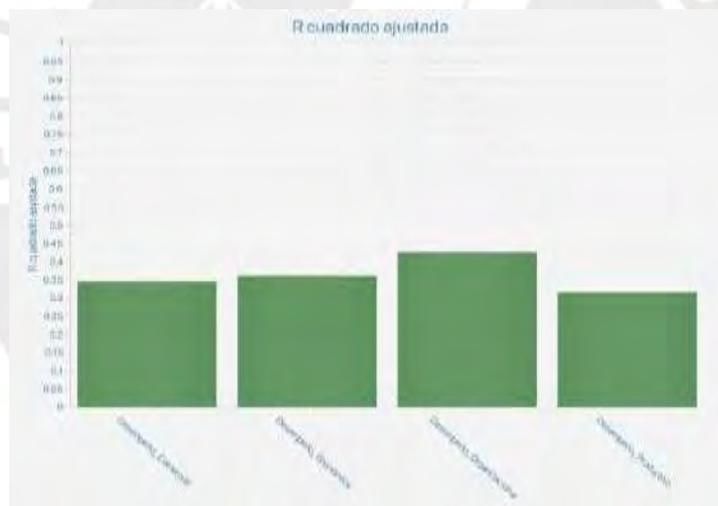
**Figura 18**

*Coefficiente de determinación R2*



**Figura 19**

*Coefficiente de determinación R2 ajustada*



Los resultados de testing de las hipótesis se pueden observar en la Tabla 18, correspondiente a las variables independientes, se muestra un efecto significativo en la relación de la Innovación de Producto sobre el Desempeño Económico indicado por un valor de “valor de coeficientes path” 0.205 and p-value 0.033,  $p < 0.05$ , por lo que la H1b queda soportada.

De la misma forma la relación de la Innovación de Producto tiene efecto en el Desempeño Comercial ( $\beta=0.266$ ,  $p=0.004$ ), H1d. Por su parte las Hipótesis que sugieren un efecto de la relación de la Innovación de Proceso de Negocio en el Desempeño empresarial, ha sido soportado para el Desempeño Organizacional, Desempeño Económico, Desempeño Productivo y Desempeño Comercial, quedando soportadas las hipótesis H2a, H2b, H2c y H2d respectivamente.

**Tabla 18**

*Testeo de hipótesis – Variable Independientes*

Hipótesis	Relaciones hipotéticas	Beta	t-Statistic	p-value	Descripción
H1a	Pdi -> DO	0.142	1.489	0.137	
H1b	Pdi -> DE	0.205	2.128	0.033	Soportada
H1c	Pdi -> DP	0.094	0.861	0.390	
H1d	Pdi -> DC	0.266	2.877	0.004	Soportada
H2a	Pri -> DO	0.282	2.888	0.004	Soportada
H2b	Pri -> DE	0.351	3.587	0.000	Soportada
H2c	Pri -> DP	0.338	2.992	0.003	Soportada
H2d	Pri -> DC	0.249	2.468	0.014	Soportada

**4.1.8. Testeo de Moderación**

La moderación describe una situación en la que la relación entre dos constructos no es constante sino que depende de los valores de una tercera variable, denominada variable moderadora (Hair Jr. Et al., 2019). La Tabla 19. Muestra los resultados del PLS-SEM bootstrapping del efecto moderador de la Inversión (II) y la Colaboración (CO) en la relación Innovación y Desempeño Empresarial.

La inversión (II) tiene un efecto moderador positivo en la relación entre la Innovación de proceso de negocio (Pri) y el Desempeño Organizacional (DO), ya que el efecto de interacción de II x Pri -> DO es significativo ( $\beta= -0.227$ ,  $p=0.046$ ) con lo que la Hipótesis H4a queda soportada. Así mismo se soporta la Hipótesis H4c, que sugiere el efecto moderador positivo de la Inversión (II) en la relación de

Innovación de Proceso de Negocio y Desempeño Productivo, debido a que efecto de interacción II x Pri -> PP es significativo ( $\beta = -0.266$ ,  $p = 0.018$ ).

**Tabla 19**

*Testeo de hipótesis – Variables moderadoras*

Hipótesis	Relaciones hipotéticas	Beta	t-Statistic	p-value	Descripción
H3a	II x Pdi -> DO	0.077	0.656	0.512	
H3b	II x Pdi -> DE	-0.009	0.090	0.928	
H3c	II x Pdi -> DP	0.045	0.374	0.708	
H3d	II x Pdi -> DC	0.001	0.011	0.992	
H4a	II x Pri -> DO	-0.227	1.996	0.046	Soportada
H4b	II x Pri -> DE	-0.085	0.851	0.395	
H4c	II x Pri -> DP	-0.266	2.362	0.018	Soportada
H4d	II x Pri -> DC	-0.120	1.083	0.279	
H5a	Co x Pdi -> DO	0.014	0.113	0.910	
H5b	Co x Pdi -> DE	-0.111	0.879	0.380	
H5c	Co x Pdi -> DP	-0.111	0.715	0.475	
H5d	Co x Pdi -> DC	-0.121	0.917	0.359	
H6a	Co x Pri -> DO	-0.174	1.576	0.115	
H6b	Co x Pri -> DE	-0.048	0.401	0.688	
H6c	Co x Pri -> DP	-0.006	0.042	0.967	
H6d	Co x Pri -> DC	-0.029	0.234	0.815	

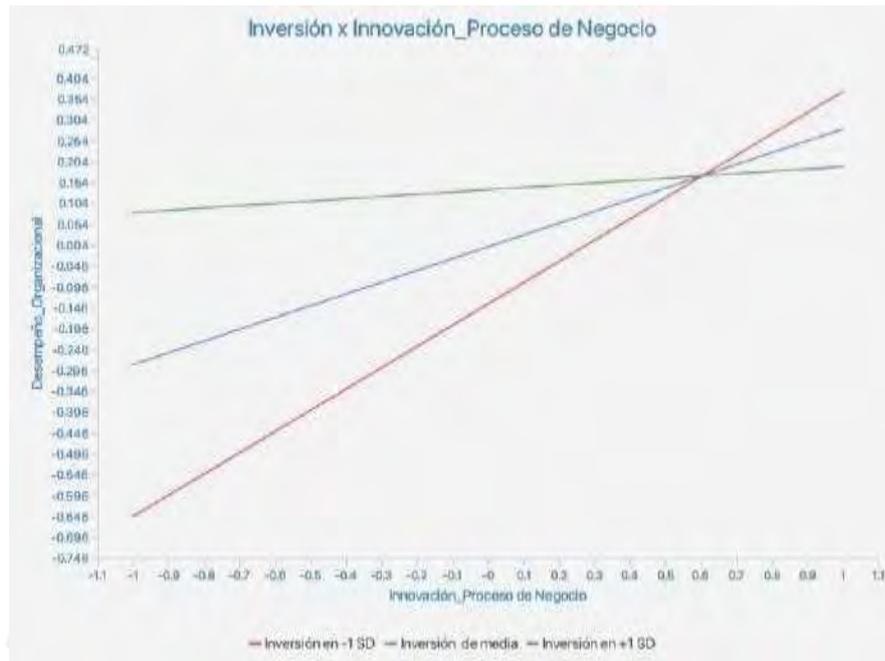
#### 4.1.9. Diagrama de interacción

El análisis de PLS-SEM permite visualizar gráficamente el efecto moderador, a través del gráfico de pendiente simple del predictor, el mismo que ya no será constante, porque depende linealmente del nivel del moderador (Hair et al., 2017).

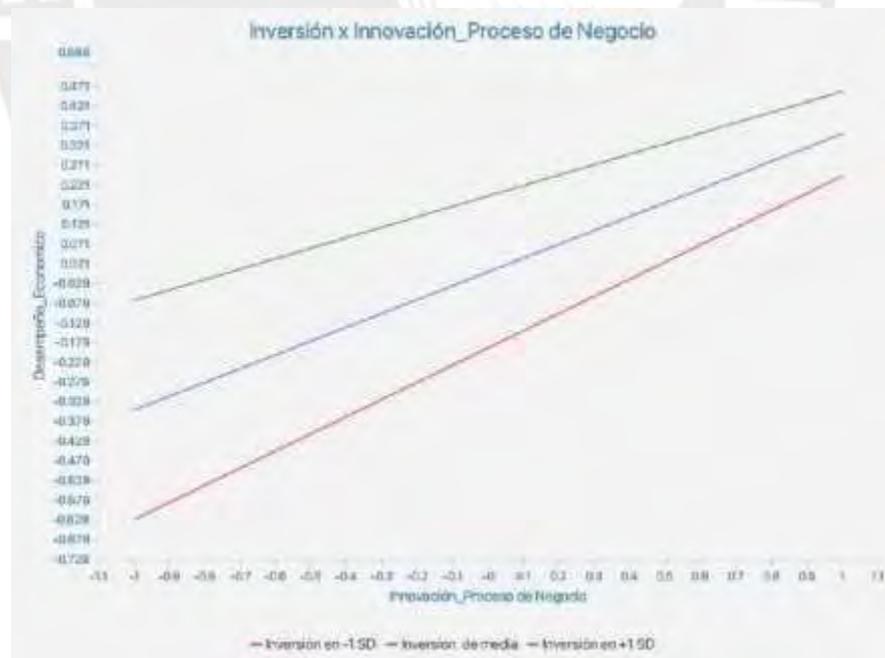
La figura 20 muestra los gráficos de pendiente correspondientes al efecto de moderación de la Inversión sobre la relación entre Innovación de Proceso de Negocio y el Desempeño Empresarial en donde se tiene que con respecto a Desempeño Organizacional(a), en donde se observa que con altos niveles de Inversión la moderación es positiva pero débil, y cuanto menor sea la inversión, la moderación sobre Desempeño Organizacional es mayor; para Desempeño Económico (b) la moderación es débil; Desempeño Productivo (c) moderación positiva pero débil y Desempeño Comercial (d), la inversión en Innovación de proceso de negocio tiene una moderación débil, tanto para una alta inversión como para una inversión reducida.

**Figura 20**

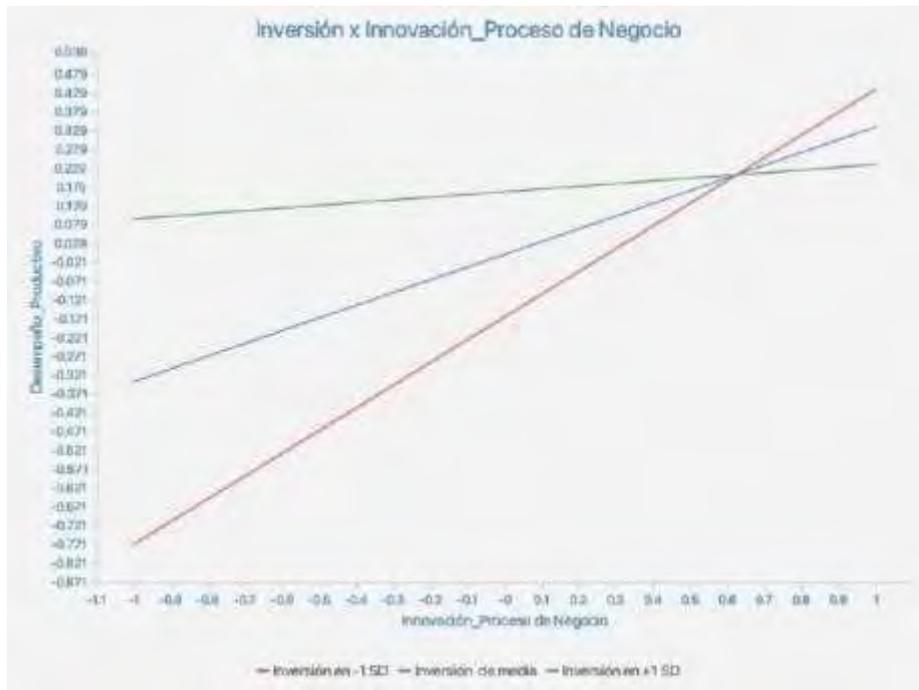
*Gráfico de pendiente simple -Efecto moderador Inversión en contribución a relación entre Innovación de Proceso de Negocio y Desempeño empresarial*



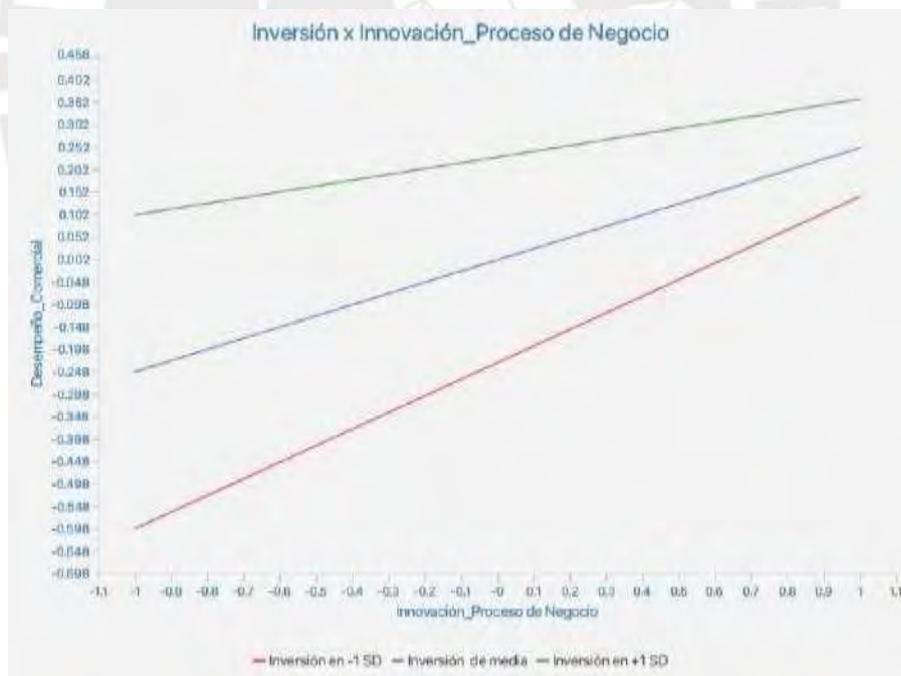
(a)



(b)



(c)

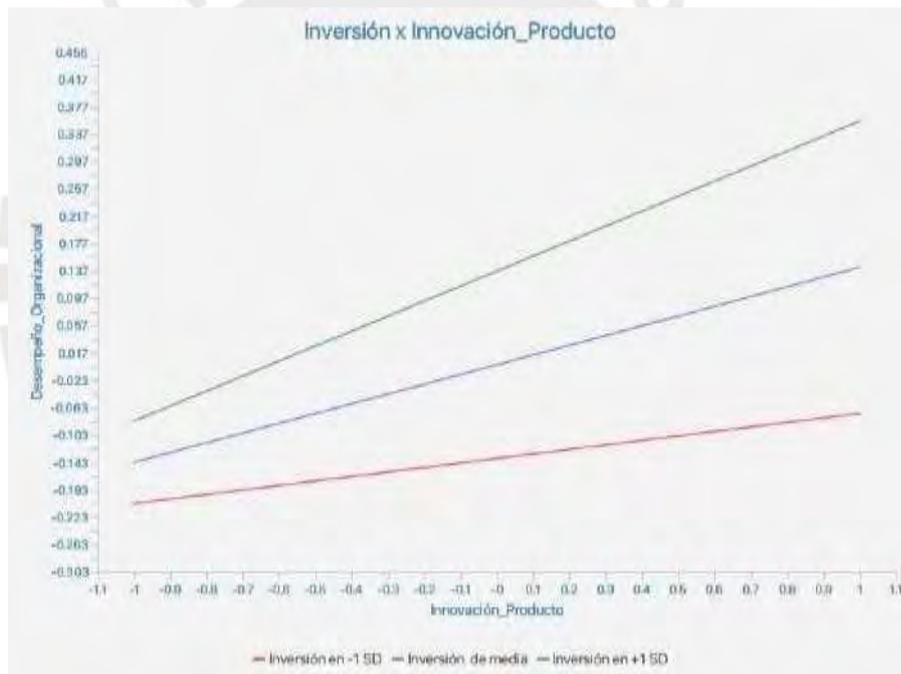


(d)

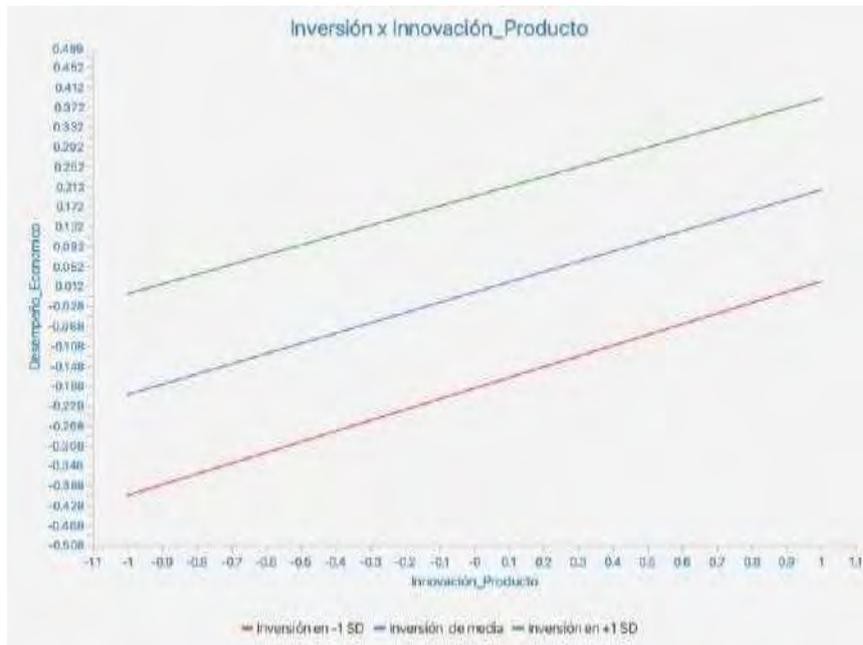
La figura 21 muestra los gráficos de pendiente correspondientes al efecto de moderación de la Inversión sobre la relación entre Éxito de Producto y Desempeño empresarial, en donde se tiene que con respecto a Desempeño\_Organizacional (a) a menor inversión, la moderación es débil y ante mayor inversión presenta un nivel alto de moderación ; para Desempeño\_Económico (b) no existe efecto de moderación (c) ; en el caso de Desempeño\_Productivo a mayor inversión el nivel de moderación es más alto y en el caso de Desempeño\_Comercial (d) no hay efecto de moderación.

**Figura 21**

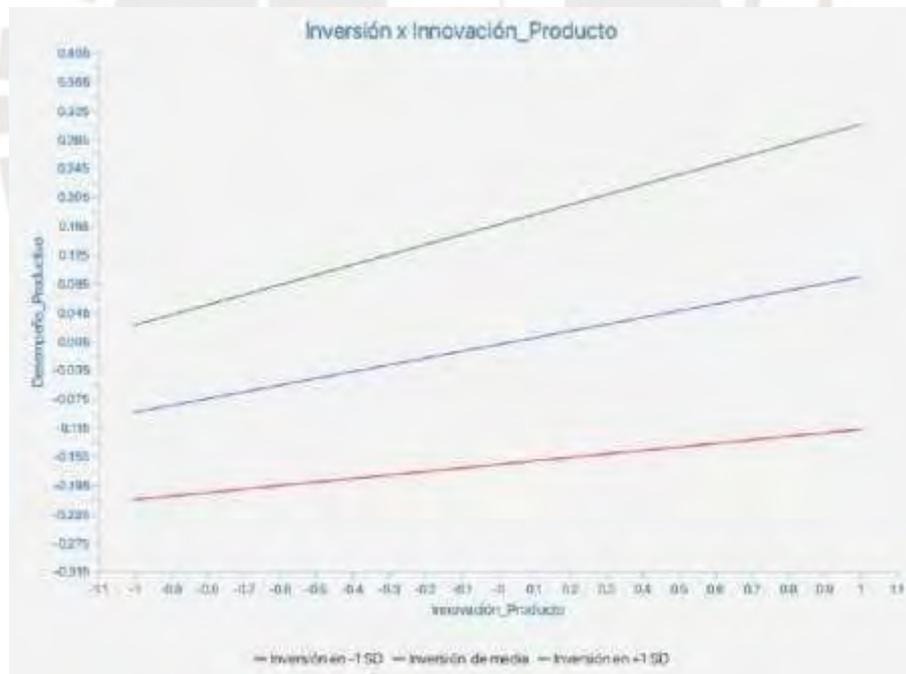
*Gráfico de pendiente simple -Efecto moderador Inversión en contribución a relación entre Innovación de Producto y Desempeño empesarial*



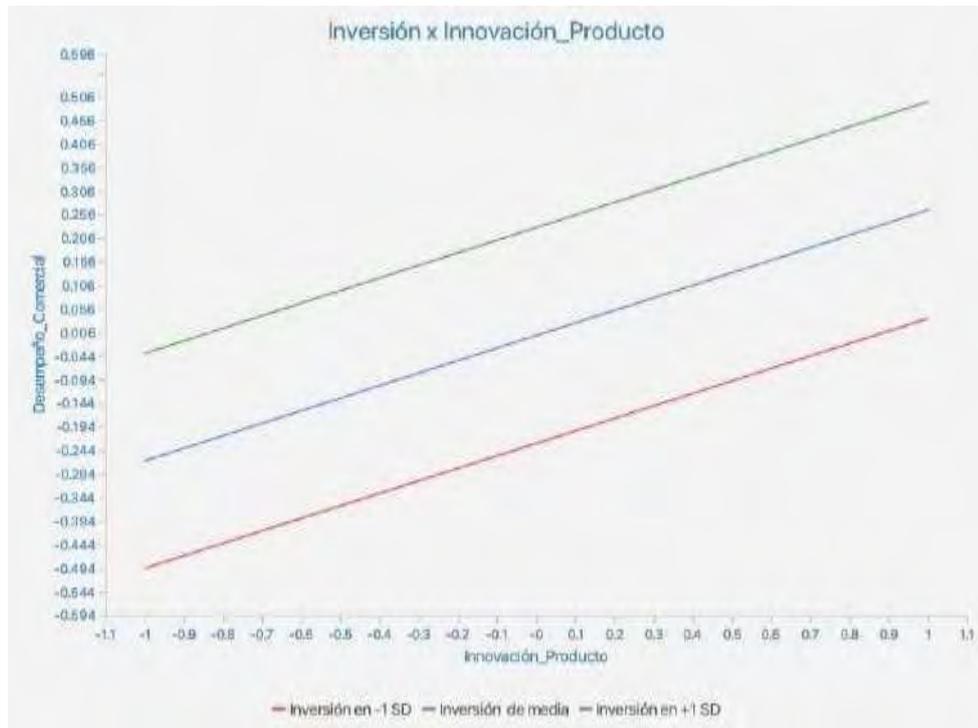
(a)



(b)



(c)

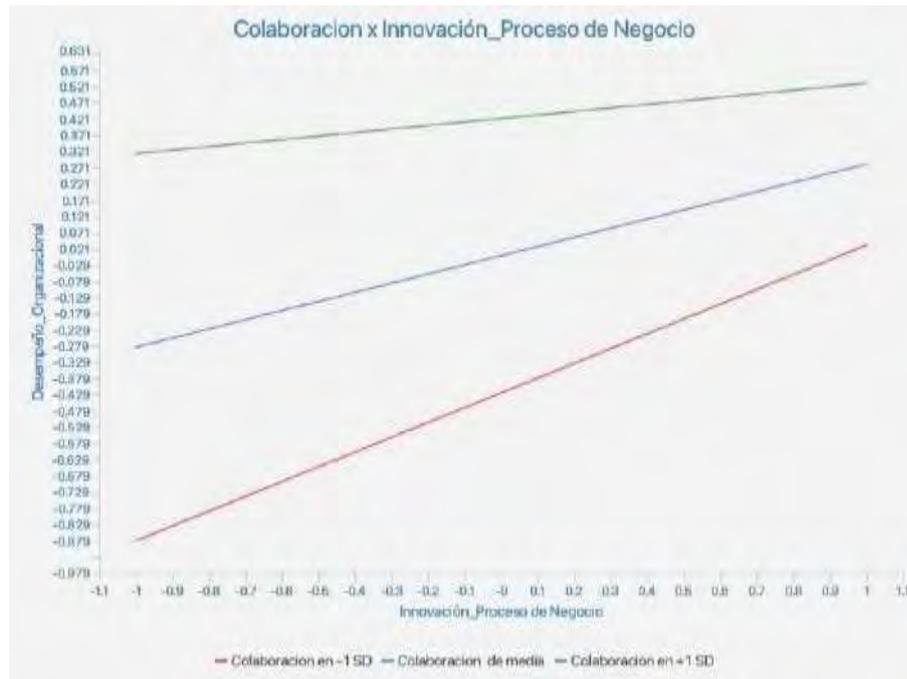


( d )

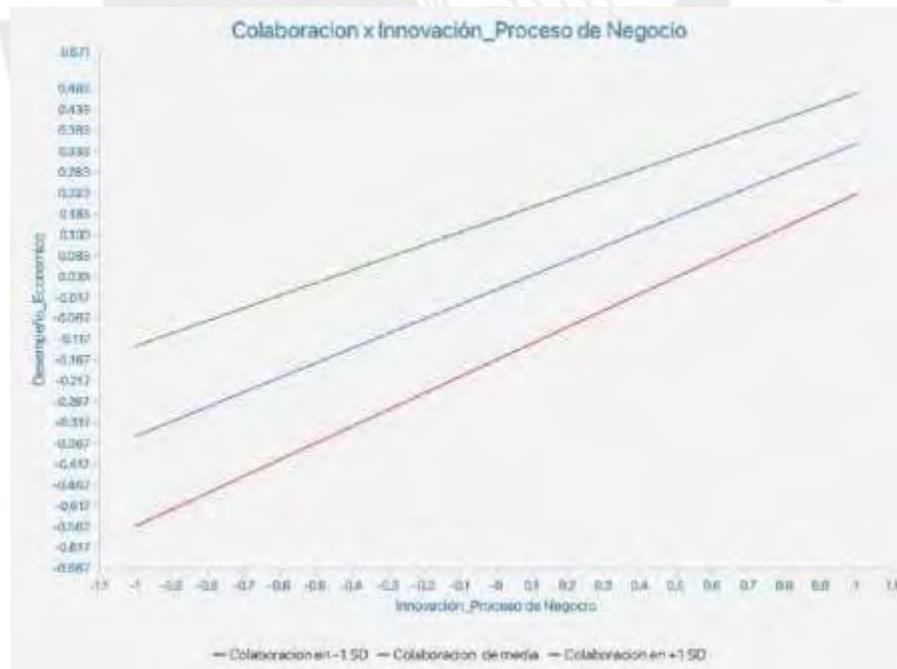
La figura 22 muestra los gráficos de pendiente correspondientes al efecto de moderación de la Colaboración sobre la relación entre la Innovación del Proceso de Negocio y el Desempeño Empresarial, en donde se observa que con altos niveles de Colaboración la moderación ante la relación del Innovación del Proceso de Negocio es positiva pero débil con respecto a Desempeño\_Organizacional (a), y cuanto menor sea la colaboración; para Desempeño\_Economico (b) el efecto moderación es ante mayor colaboración en relativamente menor que el efecto de una menor colaboración; en la curva de Desempeño\_Productivo (c) no existe moderación de la colaboración; and Desempeño\_Comercial (d), la colaboración tiene un efecto positivo en Innovación de proceso, a mayor colaboración, mayor la moderación.

**Figura 22**

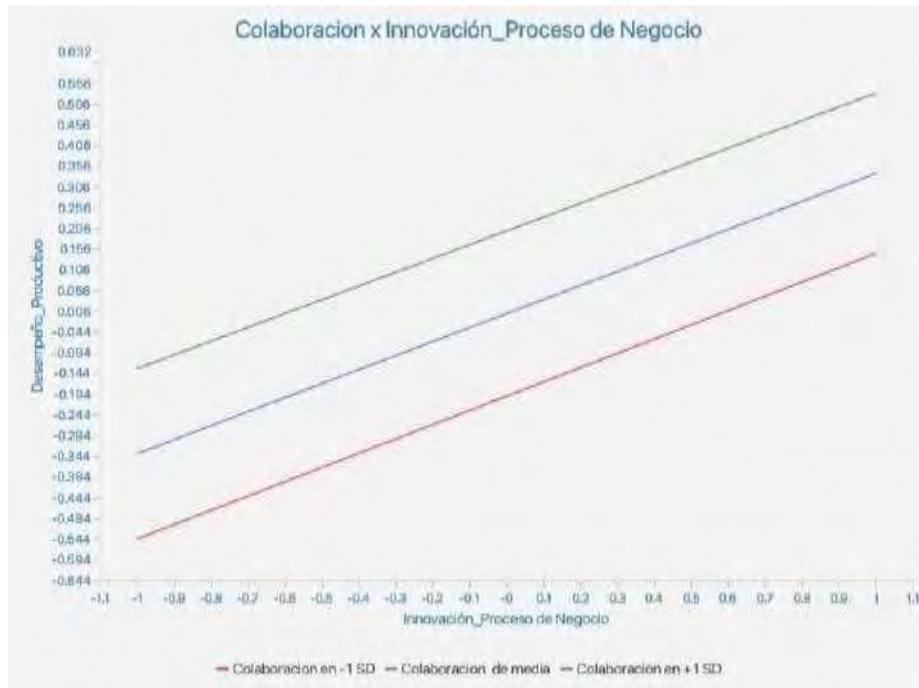
*Gráfico de pendiente simple – Efecto moderador de Colaboración en contribución a la relación entre Innovación de Proceso de Negocio y Desempeño empresarial*



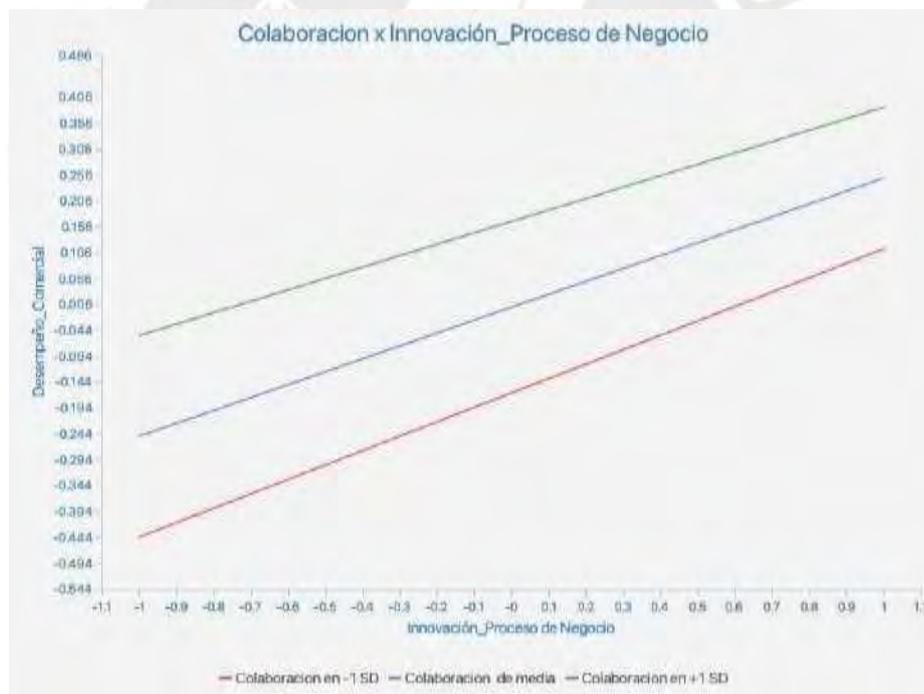
(a)



(b)



(c)

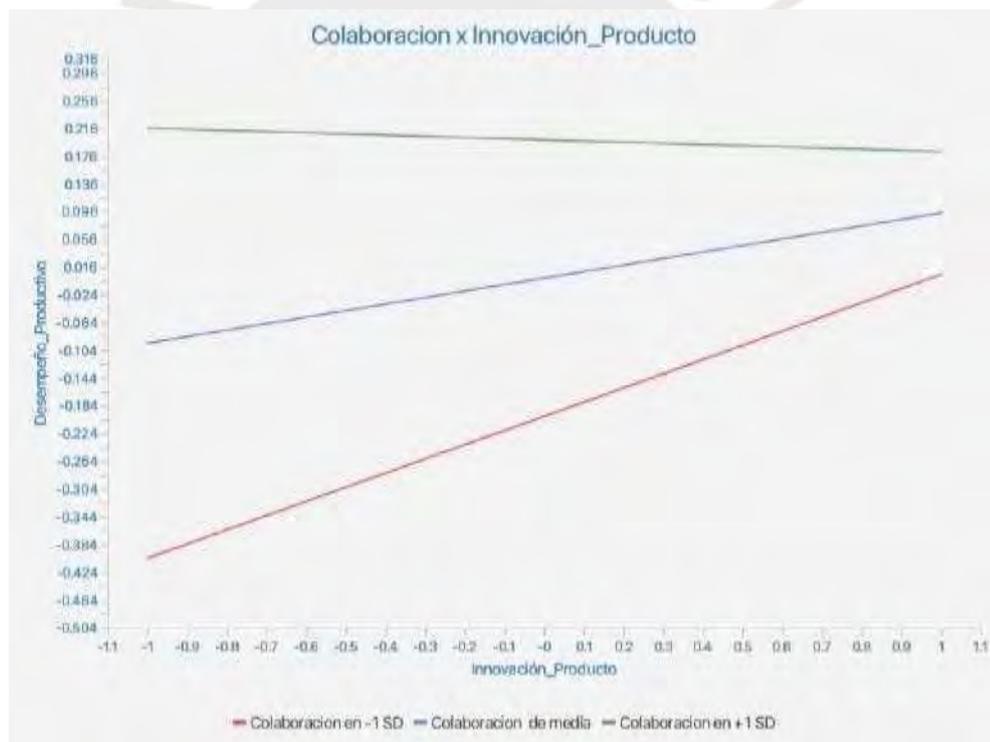


(d)

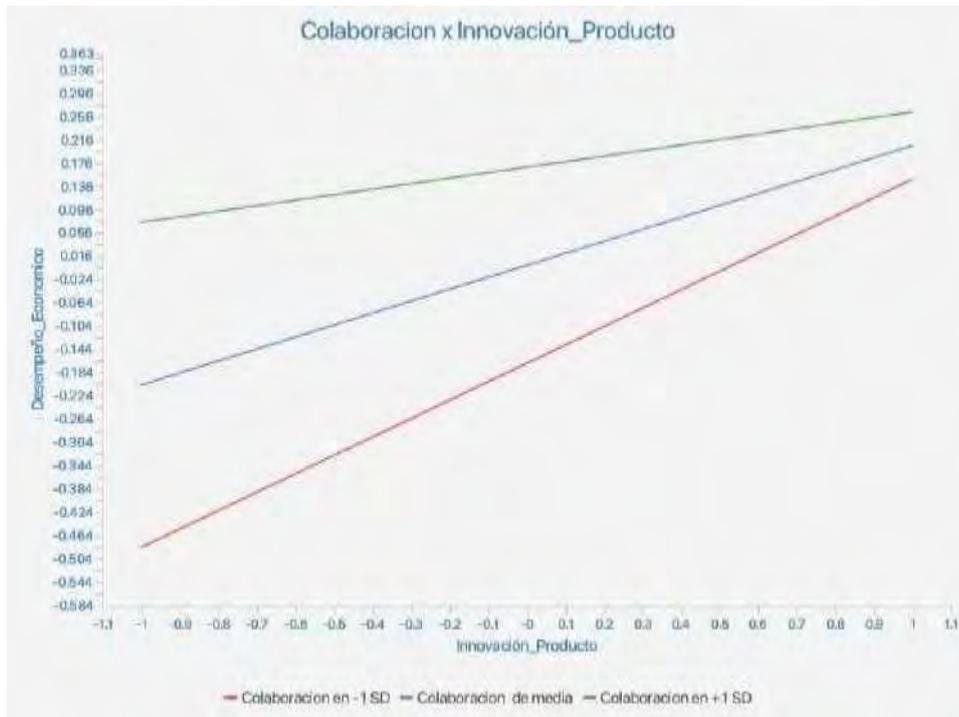
En la figura 23, se analiza la moderación de la colaboración en la relación de Innovación de Producto y el Desempeño empresarial; teniendo como resultados que para el caso de Desempeño\_Organizacional (a) una menor colaboración no existe moderación ; con respecto a Desempeño\_Economico (b) a menor colaboración será más alto el nivel de moderación con relación en la situación de una mayor colaboración; en el caso de Desempeño\_Productivo (c) ante una alta colaboración el nivel de moderación es negativo; y en el caso de Desempeño\_Comercial (d) a niveles bajos de colaboración el efecto de moderación es alto, con respecto a lo observado ante una reducida colaboración el efecto es positivo pero moderado.

**Figura 23**

*Gráfico de pendiente simple -Efecto moderador Colaboración en contribución a Relación entre Innovación de Producto y Desempeño empresarial*



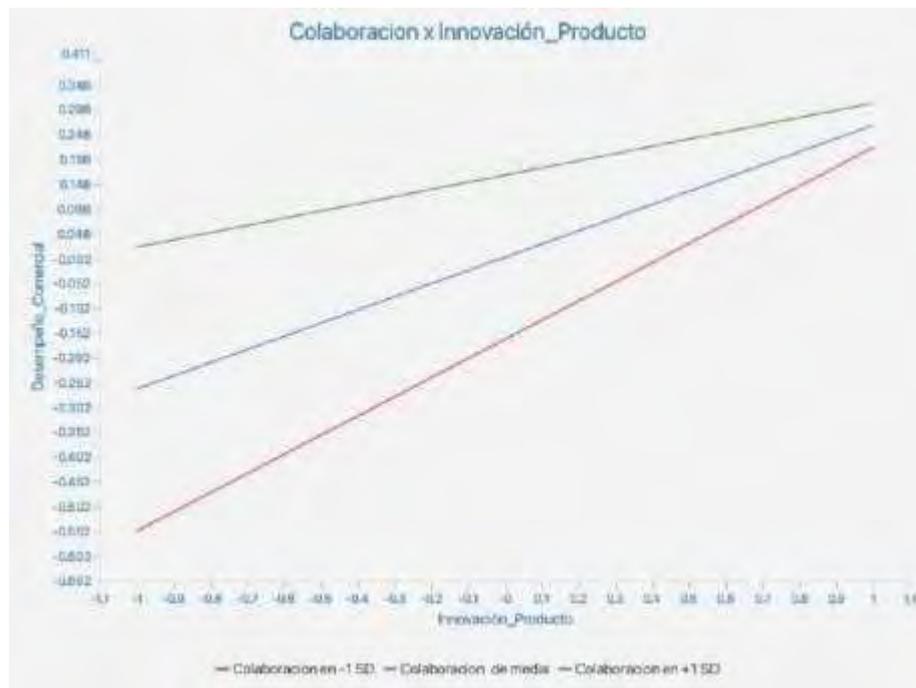
(a)



(b)



(c)



(d)

## 4.2. Fase 2: Enfoque Cualitativo

### 4.2.1. Análisis de datos cualitativos asistido por ordenador (CAQDAS) – ATLAS.ti

ATLAS.ti constituye un potente banco de trabajo para el análisis cualitativo de grandes conjuntos de datos de texto, gráficos, de audio y de vídeo. Es una oportunidad que a través de sus diferentes herramientas hace posible llevar a cabo las tareas asociadas con cualquier enfoque sistemático de datos no estructurados, es decir, los datos que no pueden ser analizados de manera significativa por los enfoques formales, estadísticos. Ello hace posible gestionar, extraer, comparar, explorar y volver a montar piezas significativas a partir de grandes cantidades de datos que se administran de forma creativa, flexible y a la vez sistemática (ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH, 2022).

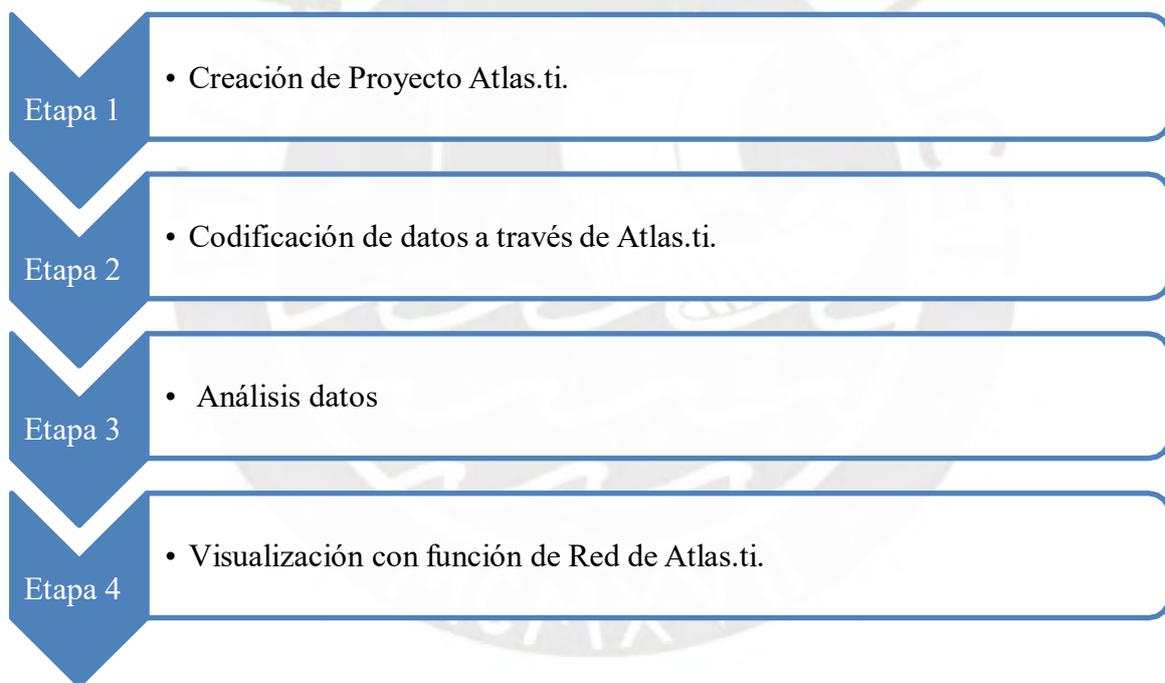
Atlas.ti, más allá de ser un programa, constituye para los investigadores, en una herramienta tecnológica que permite organizar, analizar e interpretar la gran cantidad de información recogida en las investigaciones de

corte cualitativo. Una vez realizado el trabajo de campo, observaciones, diario de campo, documentos solicitados a nuestros informantes, entrevistas, sus transcripciones y sus registros, llega el momento de sintetizar toda esa información para poder analizarla con la idea de interpretarla y comprenderla para avanzar hacia la escritura final del informe de investigación. (Cipollone, 2022, p.123).

El procedimiento para utilizar un paquete de software de análisis de datos cualitativos asistido por ordenador (CAQDAS) como ATLAS.ti. es como sigue en la Figura 24.

### **Figura 24**

#### *Procedimiento de Análisis Proyecto Atlas.ti*



Nota. Adaptado de ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH, Berlin.  
<https://doc.atlasti.com/QuicktourMac.es.v22/print.html>

#### 4.2.1.1. Etapa 1: Creación de Proyectos Atlas.ti.

Una vez que los datos de audio de cada entrevista ha sido clasificada y se ha verificado y registrado la datación y contextualización del levantamiento de información; los datos cualitativos se analizarán a través del Software Atlas.ti. 22. Mac. Se procede a la creación del nuevo Proyecto, en donde se trabajará y almacenarán los datos y análisis.

Según Chernobilsky (2021), citado (Cipollone, 2022) los componentes que conforman un proyecto dentro del software Atlas.ti son:

1. Documentos primarios: son el material básico para el análisis tales como, documentos de textos (entrevistas, artículos, informes); imágenes (fotos, capturas de pantalla, diagramas), grabaciones de audio (entrevistas, transmisiones, música), videoclips (material audiovisual), archivos PDF (documentos, folletos, informes) e incluso datos geo-referenciales (datos de ubicación geográficos utilizando Open Street Map).

2. Citas: son fragmentos con significado de los Documentos Primarios. Se puede entender como una primera selección del material “en bruto”, una primera reducción de los datos originales.

3. Códigos: son conceptualizaciones, resúmenes o agrupaciones de las Citas, lo que implica un segundo nivel de reducción de datos; aunque no necesariamente tienen que estar relacionados con las Citas, es decir, los Códigos pueden utilizarse también como “conceptos” útiles para el análisis sin estar en relación directa con fragmentos de texto (imagen, sonido, etc.).

4. Memos: son todas aquellas anotaciones que realiza el investigador durante el proceso de análisis que pueden abarcar: i) notas recordatorias, ii) hipótesis de trabajo, iii) comentarios reflexivos acerca de temas emergentes, ideas y conceptos, iv) proposiciones teóricas elaboradas a partir de los datos y/o la lectura y relectura de material bibliográficos, v) la interpretación sobre aspectos focalizados de los datos y hasta vi) conclusiones, todo lo cual puede ser utilizado como punto de partida para la redacción de un informe.

5. Redes: Son uno de los componentes principales y característicos del trabajo conceptual. Permiten representar información compleja de una forma intuitiva mediante representaciones gráficas de los diferentes componentes y de las relaciones que se hayan establecido entre ellos (Cipollone, 2022, p.126).

Se hace una verificación de los formatos de archivos admitidos, debidamente renombrados, codificados y totalmente íntegros y se procederá con la carga de los mismos.

#### **4.2.1.2. Etapa 2: Codificación de datos a través de Atlas.ti**

El proceso de codificación es un modo sistemático de desarrollar y refinar las interpretaciones de los datos. Según Taylor Bogdan citado en (Giacomán Díaz, 2022), la regla cardinal de la codificación en el análisis cualitativo consiste en hacer que los códigos se ajusten a los datos y no lo contrario; en un segundo momento es preciso separar los datos pertenecientes a las diversas categorías de codificación.

“La codificación es una función central en ATLAS.ti que le permite “decirle” al software dónde están las cosas interesantes en sus datos. el objetivo principal de categorizar sus datos es etiquetar las cosas para definir las u organizarlas. En el proceso de categorización, comparamos segmentos de datos y buscamos similitudes. Todos los elementos similares pueden agruparse bajo el mismo nombre. Al nombrar algo, lo conceptualizamos y enmarcamos al mismo tiempo” (Friese, 2019) (ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH, 2022)

En la figura 25 se visualiza el proceso de codificación de los documentos, en la investigación, se uso como insumo “los audios extraídos de las grabaciones de entrevistas presenciales y de entrevistas por plataforma zoom, archivo en extensión “m4a”; la codificación que se realiza en paralelo con el desarrollo de memos y citas, que el investigador puede generar en cada ítem que crea conveniente.

**Figura 25**

*Codificación de datos (audito entrevistas)*



Posterior a la codificación se procede a la categorización y jerarquización de los códigos. Se establecieron 338 códigos, según lo extraído del análisis de los audios, los que fueron clasificados en 15 códigos de categorías, que están listados en el Anexo 10. En la figura 26 se presenta el gráfico de densidad, que está definida como el número de enlaces entre dos códigos.

**Figura 26**

*Gráfico de densidad*

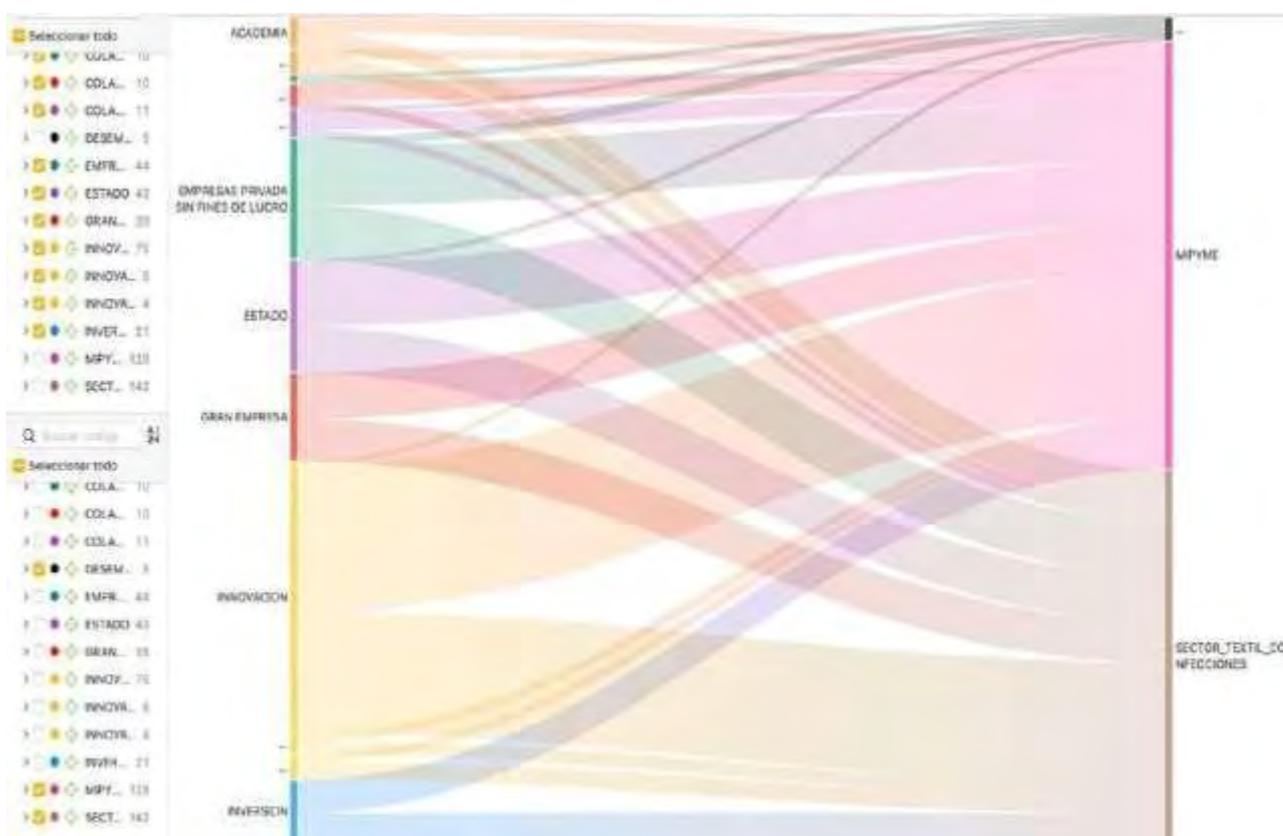


### 4.2.1.3. Etapa 3: Análisis de datos

Se genera el explorador de Co-ocurrencias de códigos para explorar los datos codificados y obtener una rápida visión general de la existencia de relaciones entre las variables analizadas, según el resultado del análisis de las entrevistas, evidenciado a través de los códigos.

**Figura 27**

*Reporte de Co-ocurrencias entre códigos*



En la figura 27 se muestra un extracto del reporte de co-ocurrencias de la corrida del análisis de códigos asociados a las categorías de las variables independientes (Innovación de Producto e Innovación en Proceso de Negocio) con los códigos de las categorías de las variable dependientes (Desarrollo empresarial) y los códigos de las categorías de las moderadoras (Inversión y Colaboración) del modelo de investigación. Los valores mostrados en tabla 20 identifican la densidad de citas de aquellos que tienen mayor enraizamiento y esto permite identificar la co-ocurrencia que tienen los categorías de códigos y su efecto en cada país.

**Tabla 20**

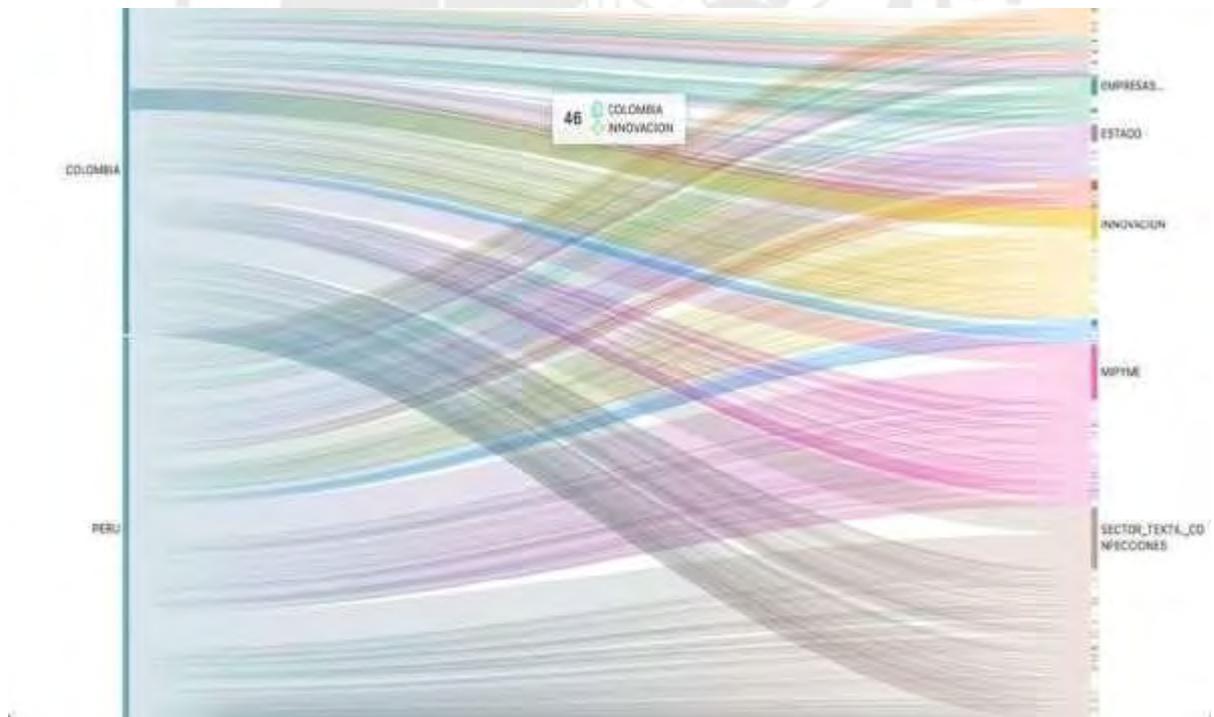
*Co-ocurrencias entre códigos x categorías (citas por códigos)*

	DESEMPEÑO_EMPRESARIAL 5	MIPYME 128	SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES 142
ACADEMIA	17	4	4
COLABORACION_ACADEMIA	11	2	4
COLABORACION_EMPRESA_PRIVADA_SIN_FIN_LUCRO	10	1	0
COLABORACION_EMPRESAS_COMERCIALES	10	4	2
COLABORACION_GOBIERNO	11	4	2
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO	44	14	13
ESTADO	43	15	11
GRAN EMPRESA	25	11	10
INVERSION	21	8	7

En el caso de la figura 28, el gráfico de co-ocurrencias por documentos – códigos, analiza la procedencia de las citas de cada código e identifica y ayuda a poner en contexto sobre la realidad del análisis situacional de cada muestra por país.

**Figura 28**

*Gráfico de Co-ocurrencias por códigos-documentos – País*



(a)

Como ejemplo para el caso del código Innovación: fue citado 46 veces en Colombia, como podemos ver en la figura 28 (a) y en Perú 29 veces como se observa en las rutas de relación de la figura 28 (b).



(b)

Por su parte se hizo el análisis a través del Reporte de co-ocurrencia, del número de citaciones de cada categoría y código, por cada país. Es así que por ejemplo se tuvo en el caso que el código Sector Textil de la Confección fue citado en Colombia 63 veces y en Perú 79, sin embargo en el caso del código Mipyme, en Colombia fue citado 50 veces y en Peru 78. Ver Tabla 21.

**Tabla 21**

*Reporte de Co-ocurrencia por número de citación por categoría-código*

	COLOMBIA Gr=143; GS=8	PERU Gr=202; GS=7	Totales
● ACADEMIA Gr=17	3	14	17
● ACADEMIA: academia desconoce realidad sectorial Gr=5	0	5	5
● ACADEMIA: carreras textiles en extinción Gr=4	0	4	4
● ACADEMIA: falta articular la I+D de academia con empresa Gr=12	3	9	12
● COLABORACION_ACADEMIA Gr=11	7	4	11
● COLABORACION_ACADEMIA: Universidades Gr=6	5	1	6
● COLABORACION_EMPRESA_PRIVADA_SIN_FIN_LUCRO Gr=10	6	4	10
● COLABORACION_EMPRESA_PRIVADA_SIN_FIN_LUCRO: articulación con academia para soporte a MIPYME	2	0	2
● EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO Gr=44	24	20	44
● EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: capital intangible de conocimiento Gr=4	4	0	4
● EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: desarrollar negocios Gr=6	4	2	6
● EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: fortalecimiento de capacidades Gr=13	7	6	13
● EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: Innovación en el SER Gr=4	4	0	4
● COLABORACION_EMPRESAS_COMERCIALES Gr=10	7	3	10
● COLABORACION_EMPRESAS_COMERCIALES: Clientes Gr=5	4	1	5
● GRAN EMPRESA Gr=28	14	14	28
● GRAN EMPRESA: encademamiento con empresas tractoras Gr=7	1	6	7
● GRAN EMPRESA: falta de apertura de la gran empresa Gr=4	0	4	4
● GRAN EMPRESA: formación técnica Gr=8	6	2	8
● COLABORACION_GOBIERNO Gr=11	6	5	11
● ESTADO Gr=43	10	33	43
● ESTADO: desconocimiento transversal del sector Gr=5	1	4	5
● ESTADO: Estado debe ser actor vinculante entre empresas -MIPYME-Academia Gr=8	1	7	8
● ESTADO: estado desconoce brechas sectoriales Gr=7	0	7	7
● ESTADO: estado desconoce las brechas de las MIPYME Gr=5	0	5	5
● ESTADO: falta apoyo del estado para la investigación e innovación Gr=8	0	8	8
● ESTADO: falta desarrollo políticas públicas eficientes Gr=6	1	5	6
● ESTADO: fondos concursales restrictivos para MIPYME Gr=5	0	5	5
● ESTADO: políticas tributarias complejas Gr=4	0	4	4
● ESTADO: servicios de capacitación gratuita Gr=6	1	5	6
● INVERSION Gr=21	7	14	21
● INVERSION: Actividades de digitalización, comercio web Gr=2	2	0	2
● INVERSION: Actividades de ingeniería Gr=2	2	0	2
● INVERSION: Fondos externos Gr=5	2	3	5
● INVERSION: Reconversión de maquinaria y equipos Gr=4	0	4	4
● DESEMPEÑO_EMPRESARIAL Gr=5	2	3	5
● DESEMPEÑO_EMPRESARIAL: Desempeño comercial Gr=3	1	2	3
● DESEMPEÑO_EMPRESARIAL: Desempeño económico Gr=1	1	0	1
● DESEMPEÑO_EMPRESARIAL: Desempeño Organizacional Gr=2	2	0	2
● DESEMPEÑO_EMPRESARIAL: Desempeño Productivo Gr=2	0	2	2

• INNOVACION Gr=75	46	29	75
• INNOVACION: capital humano Gr=5	4	1	5
• INNOVACION: conocimiento Gr=11	9	2	11
• INNOVACION: cultura de innovación Gr=9	6	3	9
• INNOVACION: estrategia Gr=5	4	1	5
• INNOVACION: gestión de conocimiento Gr=5	4	1	5
• INNOVACION: gestión del cambio Gr=9	8	1	9
• INNOVACION: innovación Gr=9	7	2	9
• INNOVACION: la innovación es necesaria para las empresas Gr=4	3	1	4
• INNOVACION: liderazgo empresarial Gr=5	4	1	5
• INNOVACION: mente abierta al cambio Gr=3	3	0	3
• INNOVACION: mente cerrada al cambio Gr=5	2	3	5
• INNOVACION_PROCESO_NEGOCIO Gr=8	5	3	8
• INNOVACION_PRODUCTO Gr=4	3	1	4
• MIPYME Gr=128	50	78	128
• MIPYME: Alta_Productividad Gr=4	4	0	4
• MIPYME: articulación Gr=6	2	4	6
• MIPYME: atomizados y divididos Gr=3	0	8	3
• MIPYME: desconfianza Gr=10	0	10	10
• MIPYME: empresario tradicional Gr=8	3	5	8
• MIPYME: falta articulación academia-empresa-estado Gr=7	1	6	7
• MIPYME: falta articulación entre MIPYME Gr=6	0	6	6
• MIPYME: falta de compromiso para innovación Gr=7	1	6	7
• MIPYME: falta tecnología Gr=4	0	4	4
• MIPYME: falta tiempo para dedicar a innovación Gr=6	0	6	6
• MIPYME: Informalidad Gr=6	0	6	6
• MIPYME: La MIPYME no piensa en innovación Gr=5	0	5	5
• MIPYME: Los gremios Mipymes desarticulados Gr=7	0	7	7
• MIPYME: MIPYME espera capacitación gratuita del Estado Gr=4	0	4	4
• MIPYME: no hay innovación en procesos Gr=7	1	6	7
• MIPYME: no hay innovación en producto Gr=9	2	7	9
• MIPYME: no hay organización en MIPYME Gr=4	0	4	4
• MIPYME: no intenta renovarse Gr=4	1	3	4
• MIPYME: red de proveeduría Gr=7	0	7	7
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES Gr=142	63	79	142
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: Calidad Gr=10	6	4	10
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: confianza Gr=5	4	1	5
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: Construir marcas Gr=9	5	4	9
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: Diversificación de productos Gr=6	6	0	6
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: falta gestión Gr=5	0	5	5
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: falta interés en capacitarse Gr=13	0	13	13
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: Maquila Gr=8	3	5	8
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: Marca_Propia Gr=8	3	5	8
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: marcas de diseñador Gr=6	4	2	6
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: necesidad de laboratorio de prueba de concepto Gr=4	1	3	4
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: nicho Gr=4	3	1	4
• SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES: sistemas de información Gr=4	3	1	4



#### **4.2.1.4. Etapa 4: Visualización con función de red de Atlas.ti.**

La visualización de los resultados puede ser un elemento clave para descubrir las conexiones entre los conceptos, interpretar los resultados y comunicar eficazmente los hallazgos. Las redes en ATLAS.ti permiten cumplir estos tres importantes objetivos (ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH,2022).

Las redes semánticas son redes que sirven para representar información compleja por medios gráficos intuitivamente accesibles. Una de las propiedades más atractivas de los gráficos es su presentación intuitiva, sobre todo en forma de diseños bidimensionales de nodos y vínculos etiquetados.

En la figura 30 se muestra el mapa semántico de las categorías que se procesaron y analizaron en la tesis doctoral a través del software Atlas.ti.versión 22.

La red desarrollada, nos ayuda a indentificar las relaciones entre las categorías, teniendo como nodo central el Desarrollo Empresarial del Sector Textil de la Confección, que está asociado con las Mipymes. La categoría de Innovación está asociada a la Innovación en Producto y la Innovación en Proceso de Negocio, las mismas que impactan en el desempeño empresarial de las Mipymes del sector textil de confección, medida a través del Desempeño Organizacional, Desempeño Comercial, Desempeño Económico y Desempeño Productivo y cuya relación es moderada por la colaboración, que está asociada con los cuatro grupos de interés como son el estado, la academia, las empresas comerciales y la empresa privada sin fines de lucro, así mismo identifica que la inversión modera también la relación entre la innovación de producto e innovación de proceso de negocio y el desempeño empresarial de las Mipymes.



contexto externo a las empresas. Para ello se utilizó el método de análisis de contenido cualitativo (ACC).

Los datos del estudio se recogieron a través de entrevistas estructuradas en profundidad. Se utilizó el software Atlas.ti.22 para la codificación de los textos de las entrevistas y establecer un primer nivel de categorías. Posterior a ello se procedió con el método de Análisis de Contenido Cualitativo propuesto por Graneheim y Lundman según el procedimiento descrito en el acápite 3.1.4.3.

Se desarrollaron las subcategorías, las categorías, tomando como base la codificación inductiva realizada con el software Atlas.ti para el análisis de las entrevistas de profundidad con los expertos, representantes de cada grupo de interés (Estado, Academia, empresas comercial y empresa privada sin fines de lucro); considerando el tema de análisis de contenido “El desempeño empresarial de las Mipymes del sector de confección de fabricación de prendas de vestir”.

En la tabla 22 se muestra el despliegue del tema, en la categoría en la que se evalúa “Desempeño organizacional”, dividiéndose en las sub-categorías : Falta de gestión empresarial; desarticulación y atomización del sector Mipyme; no hay preocupación por desarrollar el talento humano y capacidades y falta adaptabilidad al cambio; cada una de ellas con los códigos que permiten explicarlas con mejor detalle y los que ayudan a entender el desempeño empresarial.

La tabla 23 muestra el despliegue de la categoría Desempeño Productivo, con las sub-categorías: mejora de eficiencia y productividad; producción poco flexible, maquila sin desarrollo de producto; falta de desarrollo de materiales y productos con innovación y altos estándares de calidad y valor agregado.

En el caso del Desempeño Comercial, considera las sub-categorías: nuevos nichos de mercado; diversificación de productos; nuevos canales de comercialización; conocimiento de consumidor y desarrollo de marca propia de diseñador (Tabla 24)

Y en la tabla 25 se presenta el despliegue de la categoría del Desempeño Económico con las sub-categorías: margen de utilidad; reducción de costos de producción e indicadores financieros y económicos.

**Tabla 22**

*Análisis de contenido cualitativo- Desarrollo empresarial – Categoría Desempeño Organizacional*

Tema	Desempeño Empresarial de las MIPYMEs del Sector de Confección de Fabricación de Prendas de Vestir			
Categoría	Desempeño Organizacional			
Sub-Categoría	Falta de gestión empresarial	Desarticulación, atomización del sector MIPYME	No hay preocupación por desarrollar el talento humano y capacidades	Falta adaptabilidad al cambio
<b>Código</b>	falta comunicación	alianzas	falta interés capacitarse	transversalidad
	falta reconocimiento	Deseconfianza	Capacitación en método mejora	cooperativismos
	falta recurso humano	desarticulación cadena	Capacitación según necesidad empresa	falta tiempo para dedicar a innovación
	falta personal calificado	asociatividad entre empresas	carreras textil y confección en extensión	Mipyme no piensa en innovación
	alta rotación personal	articulación academia	falta articulación I+D academia +Mipyme	Mipyme miedo a perder independencia
	Sistema gestión de calidad	articulación gremios	oferta cursos especialización	No existe valor compartido
	Cultura de trabajo	articulación estado	institutos superiores técnico operativo	No intenta renovarse
	Debilidad formular proyectos	participación de actores	asistencia técnica	obsolescencia
	empresario no toma riesgos	desarrollar negocios	capital intangible de conocimiento	no se fortalece a la Mipyme
	empresario tradicional	empresa privada sin fin lucro desvinculada	compartir conocimiento	supervivencia
	estabilidad del personal	mesas compartidas	servicio capacitación gratuita estado	todista
	falta compromiso innovación	apalancamiento gran empresa	conocimiento es efímero	oportunidad
	recurso capacitado TIC	falta apoyo estado para programa desarrollo empresarial		profesionalizar el negocio
	no hay organización	falta apoyo estado para investigación e innovación		ideas generan nuevos productos
	personal comprometido	compartir infraestructura tecnológica		ideas transforman modelo negocio
	personal motivado	compartir información y experiencias		manera de hacer las cosas
	planeamiento			mente abierta al cambio
	estrategia			mente cerrada al cambio
	ventaja competitiva			industria 4.0
			cultura de innovación	

**Tabla 23**

*Análisis de contenido cualitativo – Desarrollo empresarial – Categoría  
Desempeño Productivo*

Tema	Desempeño Empresarial de las MIPYMEs del Sector de Confección de Fabricación de Prendas de Vestir			
Categoría	Desempeño Productivo			
Sub-Categoría	Mejora de eficiencia y productividad	Producción poco flexible, maquila, sin desarrollo de producto	Desarrollo de nuevos materiales y productos con innovación	Altos estándares de calidad y valor agregado
<b>Código</b>	eficiencia	básicos	desarrollo textil	Certificaciones de sostenibilidad
	productividad	Confeccionista	desarrollo de producto	tallaje de prendas
	entrenar personal operativo	copia de productos	diseño de prenda	tecnología de punta
	equipo interdisciplinario	falta actualización tecnología	diseños	tecnología digital
	equipo diseñadores	producto sin valor agregado	materiales sostenibles	tecnología verde
	ergonomía	sistema lean	laboratorios de prueba de concepto	producir con mejor calidad que internacional
	capacidad instalada para innovación	sistema lineal	sourcing nacional	innovación abierta
	academia desconoce realidad	sistema modular	sourcing internacional	innovación colaborativa
	academia desconoce sector	software análisis tiempo y métodos	especificaciones de producto	innovación en el SER
	academia no genera valora la industria	software productividad		innovación en servicio postventa
	academia busca interes científico	volumen de producción		calidad de vida
	más importante los procesos que la maquinaria	vanguardia		cultura emprendedora
		proceso de compra		
		proceso de producción		
		proveduría		
	estándar de trabajo			

**Tabla 24**

*Análisis de contenido cualitativo – Desarrollo empresarial – Categoría  
Desempeño Comercial*

Tema	Desempeño Empresarial de las MIPYMEs del Sector de Confección de Fabricación de Prendas de Vestir				
Categoría	Desempeño Comercial				
Sub-Categoría	Nuevos Nichos de mercado	Diversificación de productos	Nuevos canales de comercialización	Conocimiento del consumidor	Desarrollo de marca propia de diseñador
<b>Código</b>	accesorios	Colección por temporada	Redes sociales	Conectar	ADN marca
	alta costura	Colecciones rápidas	Catálogo virtual	Compromiso	Colorido
	corsetería	pronta moda	e-commerce	entender necesidad mercado	cultura de marca
	expansión	nueva línea de producto	experiencia de compra	público diferenciado	identidad de marca
	mercado de alto valor	tendencias	exportación alto valor agregado	segmentación de mercado	marca propia
	mercado informal		franquicia	servicio de delivery	marcas de diseñador
	nicho de valor		merchandizing	oferta completa a cliente	sello de marca
	ropa de baño		retail	política de cambio y devoluciones	sentido de pertenencia
	requisitos complejos para internacionalización		tiendas propias		
			omnicanalidad		

**Tabla 25**

*Análisis de contenido cualitativo – Desarrollo empresarial – Categoría  
Desempeño Económico*

Tema	Desempeño Empresarial de las MIPYMEs del Sector de Confección de Fabricación de Prendas de Vestir		
Categoría	Desempeño Económico		
Sub-Categoría	Margen de utilidad	Reducción de costos de producción	Indicadores financiero y económicos
<b>Código</b>	no hay liderazgo de costos	no hay innovación en proceso	falta análisis de costos
	productores	no hay innovación en producto	falta manejo indicadores
	informalidad	mejora de costos	falta acceso financiamiento
	ineficiencia	mejora de métodos	desconfianza fondos estado
	encadenamiento con mercado		
	falta políticas públicas eficientes		
	políticas tributarias complejas		
	mejora rendimiento por cambio materiales		
	desarrolla uso mejorado de bienes		
	liderazgo en costo		

Así mismo se identificaron las unidades de significado de los datos; después de una lectura, análisis y re-descubrimiento se definieron las unidades de significado condensadas hasta llegar a establecer los “códigos” que las identifican, como se puede observar en la Tabla 26.

**Tabla 26**

*Unidad de significado en análisis de contenido cualitativo*

<b>Unidad de significado</b>	<b>Unidad de significado condensado</b>	<b>Código</b>
Academia no genera valor Mipymes del SCPV por desconocimiento de las necesidades y realidad	Academia desconoce necesidad Mipyme SCPV	Desconocimiento de la Academia
Estado desconoce brechas sectorial de Mipyme confección, propone políticas complejas, restrictivas sin un programa establecido para generar I+D+i	Estado desarticulado con realidad Mipyme SCPV	Desarticulación del Estado
Falta apertura y encadenamiento de gran empresa en el proceso de transferencia de conocimiento y capacidades de las Mipyme del SCPV	Inexistencia de apertura y encadenamiento de gran empresa	Encadenamiento y apertura
Acompañamiento de las empresas privadas sin fines de lucro en el proceso de fortalecimiento de capacidades e innovación abierta a las Mipymes del SCPV	Fortalecimiento de capacidades a cargo empresa privada sin fines de lucro	Fortalecimiento capacidades
Falta interés por parte de las Mipymes en adquisición de conocimiento, transferencia tecnológica e innovación	Falta interés en adquirir conocimiento	Adquisición de conocimiento
Gestión empresarial tradicional, sin liderazgo, con temor al riesgo, sin cultura de innovación, sin interés renovarse, mente cerrada al cambio	Empresario prefiere permanecer en zona de confort, no renovarse	Mipymes conformista
Mente abierta, estrategia de gestión del cambio y gestión de conocimiento para innovar en nuevos modelos de negocio	Gestión de cambio en modelo de negocio	Gestión de cambio
Falta de interés en invertir en actividades para la innovación	Falta interés inversión en innovación	Falta inversión
Desarticulación y falta de colaboración entre los actores del sistema de confección de prendas de vestir	Desarticulación actores sistema confección	Falta de colaboración
Identificación del potencial de generar marca propia de diseñador como fuente de exportación y expansión en mercado local	Marca propia como fuente de desarrollo empresarial	Marca propia

### **4.3. Análisis de integración de diseño de método mixto secuencial explicativo**

A través de la interpretación de un diseño de método mixto secuencial explicativo, examinamos tanto los resultados cuantitativos como los hallazgos cualitativos para abordar nuestras hipótesis y preguntas de investigación. En primer lugar, la integración se produce entre el análisis del resultados de los datos cuantitativos de la primera fase de la investigación y la recopilación de datos cualitativos en la segunda fase.

El investigador analiza los datos cuantitativos y obtiene resultados, en base a las hipótesis planteadas. Algunos de estos necesitan una explicación más detallada, por lo que se inicia una fase cualitativa para profundizar en los resultados con algunos participantes de la muestra o expertos, según corresponda. La integración se produce al conectar los resultados cuantitativos con la recopilación de datos cualitativos. (J. W. Creswell & Plano Clark, 2018, p.80). Los datos cuantitativos de la encuesta se analizaron utilizando PLS-SEM que es una técnica de análisis multivariante, cuya finalidad es probar modelos estructurales, y su utilizó el software SmartPLS v4. Posterior a ello las entrevistas de profundidad (cualitativas) se analizaron utilizando un enfoque inductivo con el software Atlas.ti.22 y con el Método de Análisis de Contenido Cualitativo (ACC).

Por lo tanto, a continuación resumiré los resultados cualitativos y cuantitativos en relación con las hipótesis de investigación, en el contexto de países emergentes de América Latina.

#### **4.3.1. ¿La innovación de producto contribuye positivamente al desempeño empresarial de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir?**

En general esta investigación halló que no hay evidencia concluyente de la contribución positiva de la innovación de producto al desempeño empresarial de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir. Esto se respalda en los resultados del análisis cuantitativo en el que se sólo se demostró

relación de la innovación de producto con el desempeño económico y el desempeño comercial. El estudio cualitativo ayudó a comprender y crear un contexto en torno a cada una de las sub-categorías del desempeño empresarial, lo que condujo también a la relación de los códigos con las sub-categorías y categorías desplegadas para analizar el desempeño empresarial.

**Desempeño Productivo.** Según los resultados cuantitativos, la innovación de producto no fue un predictor significativo del desempeño productivo ( $\beta=0.094, p<0.390$ ). Los datos cualitativos corroboran esta afirmación, en donde los entrevistados coincidieron en identificar que no se ha desarrollado innovación de producto en los países de América Latina, con escasa preocupación, motivación y decisión por parte de los empresarios Mipyme del SCFPV en desarrollar nuevos productos, incorporar nuevos materiales, la falta de preocupación de trabajar con altos estándares de calidad, sin ofrecer valor agregado, solo capacidad de maquila, así mismo no existía preocupación en actualizar las tecnologías para la mejora de los productos o de la eficiencia y productividad de sus líneas de producción.

**Desempeño Organizacional.** La innovación de producto no fue un predictor significativo del desempeño organizacional ( $\beta=0.142, p<0.137$ ). Los resultados de las entrevistas con los actores y grupos de interés ayudaron a evidenciar la falta de gestión empresarial, no hay cultura de trabajo, el empresario evita tomar riesgos, no establece estrategias para su negocio, no identifica su ventaja competitiva, el personal de su organización sin compromiso, desmotivado, hay mucho personal informal, trabaja totalmente desarticulado al resto de las Mipymes y a la cadena, no tiene interés en capacitarse o fortalecer las capacidades de sus colaboradores, no se adapta al cambio, no da prioridad a generar innovación, no hay cultura de innovación ni mente abierta al cambio.

**Desempeño Económico.** Según los resultados del análisis cuantitativo la innovación de producto fue un predictor significativo del desempeño económico ( $\beta=0.205, p<0.033$ ). Sin embargo los resultados del análisis cualitativo evidencian que las Mipymes del sector de confección de prendas de vestir en el caso de Perú al no innovar en su portafolio de productos y mercados, obtienen márgenes muy reducidos de utilidad, así mismo al no contar con indicadores de gestión, no tienen la trazabilidad de sus costos reales. En el caso de Colombia, tanto el estudio

cuantitativo y cualitativo coinciden en que las Mipymes gestionan su portafolio de productos buscando generar valor agregado, nichos de valor, marca propia de diseñador, desarrollo de materiales y prendas especializadas, lo que ha traído como consecuencia que puedan liderar ciertos segmentos del mercado como el caso de la corsetería, ropas de baño, ropa deportiva y marcas de diseñador de altovalor, esto trae como consecuencia mejora en los márgenes de utilidad, y venta a una mayor cartera de clientes.

**Desempeño Comercial.** La innovación de producto fue un predictor significativo del desempeño comercial ( $\beta=0.266$ ,  $p<0.004$ ). Los resultados cualitativos nos arrojan también diferencias entre Perú y Colombia. En el caso de Perú el sector los resultados evidenciaron que se sigue atendiendo un mercado de productos básicos, sin valor agregado, sin incorporación de diseño, o muy poca presencia de marca propia de diseñador peruano, el empresario produce en base a patrones de producto, no evalúa las necesidades del mercado, ni tendencias. Por el contrario en Colombia, el empresario Mipyme está apostando por desarrollar marca con ADN e identidad propia, con sello de exportación, apuesta por la búsqueda de nuevos materiales sostenibles o con características que ayuden a posicionar en nichos de valor.

#### **4.3.2. ¿La innovación de proceso de negocio contribuye positivamente al desempeño empresarial de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir?**

De acuerdo a los resultados de la fase cuantitativa así como los de la fase cualitativa, la innovación de proceso de negocio contribuye positivamente al desempeño empresarial de la Mipyme del sector de confección de prendas de vestir.

**Desempeño Productivo.** La innovación de proceso de negocio fue predictor significativo del desempeño productivo con  $\beta=0.338$  y un  $p<0.003$ . Con respecto a los resultados del análisis cualitativo, para el caso de la muestra de empresas de Colombia, se evidenció la incorporación de nuevos métodos de producción e ingeniería que de manera sostenible han aportado a la mejora de la

productividad de los procesos productivos, así mismo la introducción de nuevos procesos de sistemas de información para el control y seguimiento de los procesos de ingeniería y producción, haciendo posible que los empresarios Mipyme puedan contar con indicadores para la toma de decisiones sobre el uso eficiente de sus recursos. En el caso de las Mipyme peruana sin embargo existe resistencia a la incorporación de innovación de procesos, no se ha mejorado en método de ingeniería, ni de producción, la mayoría de las empresas se dedica a la maquila, con un sistema de producción poco flexible, sin desarrollo de producto y tampoco se ha incorporado sistemas que ayuden a medir los indicadores de gestión en los procesos de producción.

**Desempeño Organizacional.** Según los resultados del análisis no paramétrico, la innovación de proceso de negocio fue un predictor significativo del desempeño organizacional con un  $\beta=0.282$  y un  $p<0.004$ . Para el caso del desempeño organizacional también los resultados del análisis cualitativo arrojaron diferencias entre los países analizados. En el caso de Colombia se identificó una mejora en la satisfacción, compromiso y retención del personal; así como la adaptabilidad al cambio y una mejor comunicación dentro de la empresa, esto debido a la incorporación de innovación en procesos de administración y gestión. Así mismo se evidencia una fuerte articulación entre la Mipyme, la gran empresa, las empresas privadas sin fines de lucro y entidades del estado, lo que ha generado un ecosistema apto para la generación de capacidades del talento humano. En el caso de las Mipyme del Perú, los resultados dan luces de una resistencia y miedo al cambio, por desconfianza, por incertidumbre, la informalidad en la gestión incluso en empresas que son formales trae como consecuencia alta rotación y descontento del personal, falta de compromiso y de cultura empresarial. Las empresas en su mayoría están atomizadas e incluso desarticuladas entre ellas, existe más de 100 gremios de Mipymes sólo en el Emporio textil de uno de los conglomerados más importantes de Lima, Gamarra. El empresario Mipyme no considera que el conocimiento y la capacitación son condiciones para el cambio, y no tiene interés ni en capacitarse como cabeza de la empresa, ni en capacitar y formar a su personal.

**Desempeño Económico.** La innovación de proceso de negocio fue predictor significativo del desempeño económico con  $\beta=0.351$  y un  $p<0.000$ . La evidencia cualitativa sugiere que en el caso de las Mipymes colombianas, la incorporación de nuevos modelos de negocio han generado que una mayor cantidad de empresas hayan logrado mantener una gestión de liderazgo en costos en líneas de productos de nicho, con valor agregado, lo que ha generado que aumente las Mipymes exportadoras, así mismo que incrementen sus márgenes de utilidad. Sin embargo en el caso de las Mipymes del SCPV, al no se desarrollar nuevas capacidades productivas, y continuar con un modelo de negocio de maquila, sus márgenes de utilidad son reducidos, al no incorporar métodos de ingeniería o de mejorar sus ineficiencias generar mayores costos productivos, la falta de uso de indicadores de gestión hace imposible tomar decisiones oportunas sobre el negocio.

**Desempeño Comercial.** El desempeño comercial fue predecido significativamente por la innovación de proceso de negocio con un  $\beta=0.249$  y un  $p<0.014$ . El análisis cualitativo identifica que en el caso de la Mipymes colombiana hay una incorporación exitosa de innovación en proceso de negocio, desde los procesos de desarrollo de producto, diseño, marketing y ventas, con una fuerte generación de cultura de marca propia, de marca de diseñador, de valor agregado, con incorporación de innovación de producto, búsqueda de nuevos mercados, con énfasis a la exportación y diversificación de productos y gran flexibilidad. Con la articulación de las empresas privadas sin fines de lucro y la academia, el desarrollo del ADN de marca ha sido uno de los pilares fundamentales de los últimas décadas, con un claro objetivo de lograr el conocimiento del consumidor, a través de diferentes estrategias de conexión, identidad de marca, de sentido de pertinencia. Por su parte el análisis cualitativo de las Mipymes peruanas sugieren que las empresas se han concentrado en ofrecer capacidad de maquila al mercado interno, la falta de incorporación de nuevos procesos de diseño, desarrollo de producto, marketing y ventas así como distribución y logística, han visto reducido su mercado en los últimos años, con una gran concentración en el mercado local, que incluso tiene una reacción positiva hacia la oferta importada por su diversidad de modelos y materiales. Hay poco desarrollo de marca propia de diseñador, a pesar de contar con marcas de bandera como “Perú Textiles “ y “Alpaca Perú” que se han podido

explotar hacia los mercados internacionales, pero con una oferta de diseño con valor agregado. Para el caso de ambos países si se evidenció que la emergencia por la pandemia por la COVID-19 fomentó que las Mipymes incorporen el canal online y de redes sociales para la oferta y comercialización de sus productos. Sin embargo no en todos los casos la incorporación fue totalmente exitosa y sostenible, debido a que de acuerdo a lo indicado por los entrevistados algunas empresas están abandonando este canal y retornando únicamente a la venta física, esto debido a la falta de conocimiento de la importancia y de la gestión del canal y plataformas on line y de la gestión logística para cumplir con los procesos de entrega a clientes de manera exitosa.

#### **4.3.3. ¿La inversión contribuye en la moderación entre la innovación de producto y el desempeño de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir?**

De acuerdo a los resultados del análisis cuantitativo la inversión no modera la relación entre la innovación de producto y el desempeño empresarial de las Mipymes del sector de fabricación de prendas de vestir en países emergentes, en el caso de Perú el 65.22 % de las Mipymes invierten en adquisición de equipos y maquinaria de confección, en su mayoría de origen asiático por sus precios competitivos, así mismo en actividades de reconversión de maquinaria, en el caso de Colombia, el 88.57% inversión en actividades de ingeniería, diseño de producto, 85.71 % en actividades de formación. Esto se corroboró con los resultados del análisis cualitativo que sugieren que las Mipymes no dan importancia a la inversión en el diseño en el diseño textil ni diseño de producto ni de nuevos materiales, haciendo casi imposible proponer una oferta de nuevos productos al mercado.

#### **4.3.4. ¿La inversión contribuye en la moderación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir?**

Según los resultados del análisis no paramétrico, la inversión contribuye con la moderación de la innovación de proceso de negocio siendo predictor significativo del desempeño organizacional con un  $\beta=-0.227$  y un  $p<0.046$ . Así mismo contribuye con la moderación de la innovación de proceso de negocio siendo predictor significativo del desempeño productivo con un  $\beta=-0.266$  y un  $p<0.018$ . Esto es respaldado por el análisis cualitativo, en el caso de la muestra de Colombia con una fuerte inversión en actividades de ingeniería, software para medición y seguimiento de indicadores, inversión en actividades de diseño y desarrollo de producto, en actividades de formación al talento humano, consultorías de gestión empresarial y en actividades de marketing y equidad de marca, todo ello ha generado desarrollo empresarial en las Mipymes colombianas del sector de confección de prendas de vestir. Con respecto a las empresas peruanas, ha habido poca inversión en actividades relacionadas a la innovación, no sólo por falta de recursos económicos, sino por falta de interés y desconfianza en los resultados que la innovación pueda traer a sus procesos.

#### **4.3.5. ¿La colaboración contribuye en la moderación de la relación entre la innovación de producto y el desempeño empresarial de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir?**

Según los resultados cuantitativos, la colaboración no contribuyó con la relación entre la innovación de producto y el desempeño empresarial. Con respecto a la colaboración de entidades académicas para la generación de innovación de producto, en el caso de Colombia se tuvo el soporte del 45.71% de entidades académicas como el caso de universidades e institutos públicos y privados, quienes apoyan en la generación de investigación para el desarrollo de nuevos materiales y nuevos productos, así como el 51.43% de apoyo de empresas privadas sin fines de lucro, como es el caso de cámaras, clúster e instituciones privadas como Inexmoda que tienen una gran presencia en el ecosistema del sector, quienes dan soporte en la generación del ADN de marca, desarrollo de marca propia y de cultura de innovación. En las Mipymes peruanas el 37.68% recibió colaboración de entidades académicas, principalmente de institutos de educación superior, percibiendo que existen un desconocimiento por parte de las

instituciones universitarias sobre las necesidades del sector, el 28.99% sólo obtuvo algún tipo de colaboración de entidades privadas sin fines de lucro, como el caso de cámaras, gremios, percibiendo desarticulación entre ellos con respecto a las necesidades de reales de las Mipymes del sector.

#### **4.3.6. ¿La colaboración contribuye en la moderación de la relación entre la innovación de proceso de negocio y el desempeño empresarial de la Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir?**

Según los resultados del análisis cuantitativos, la colaboración no contribuyó en la moderación de la relación entre la la innovación de proceso de negocio y el desempeño empresarial. En las mipypes colombianas el 40% obtuvo apoyo de entidades del estado para la realización de actividades de innovación de manera directa o indirecta, y 68.57% de colaboración o articulación con la gran empresa para la realización de actividades de innovación, quienes tienen un rol importante como empresas tractoras en el ecosistema, generando nuevo conocimiento y fomentando espacios de capacitación y mejora de capacidades. En el caso de las Mipymes peruanas el 28.99% obtuvo algún tipo de colaboración por parte de entidades del estado para actividades de innovación, y 42% percibió alguna colaboración de empresas comerciales como proveedores, clientes o inversores, sugiriendo la existencia de desarticulación entre la gran empresa y las Mipymes del sector de confección de prendas de vestir.

## Capítulo 5 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 5.1. Discusión

Los resultados de estudios anteriores confirman que la innovación tiene un impacto positivo en el desempeño de las empresas, tal y como apoyan diferentes autores (Atalay et al., 2013; Barletta et al., 2014; Chen, 2017; Kumar & Sundarraj, 2016; Marín-Idárraga & Cuartas-Marín, 2019; Mohamed Amine & Abbas, 2021). Sin embargo, como se indica en el informe “Performance of SMEs” (SME Performance – OECD, n.d.), la mayoría de las PYME muestran bajos niveles de productividad, salarios bajos, falta de adopción de tecnología e innovación, escasa internacionalización y participación en cadenas de valor mundiales. Por ello, esta investigación tuvo como objetivo analizar la relación de la innovación con el desempeño empresarial de las Mipymes de países emergentes así como estudiar el papel moderador de la inversión y la colaboración en estas relaciones.

La innovación fue analizada, considerando la clasificación del Manual de Oslo (OECD/Eurostat, 2018), que considera la Innovación de Producto y la Innovación en Proceso de Negocio. Con respecto a la Innovación de Proceso de Negocio está fue analizada considerando siete categorías: procesos de producción o ingeniería; procesos de distribución y logística; procesos de marketing y ventas; procesos de sistemas de información y comunicación; procesos de administración y dirección; procesos de desarrollo de producto y diseño y proceso o modelo de negocio.

Con respecto a la Innovación de Producto (Pdi), los resultados del estudio sugieren que la innovación de producto sólo contribuye significativamente en el desempeño comercial y en el desempeño económico de las Mipymes del sector de confección de fabricación de prendas de vestir de países emergentes, en los casos de Perú y Colombia. El 78% de las empresas indicaron haber introducido al mercado un producto mejorado en sus características, tanto al mercado local, nacional o internacional. Sin embargo sólo el 21.15% ha desarrollado alguna introducción de nuevos materiales o componentes en sus productos o bienes y esto está relacionado con su escasa actividad en Investigación y de desarrollo tecnológico que se refleja en su débil impacto en el logro de objetivos de desempeño empresarial. Los estudios de (Dai & Cheng, 2018; Elfarmawi, 2019;

Nuryakin, 2018a; Shin et al., 2022; Verbees & Meulenber, 2004) evidenciaron que la innovación de producto hizo posible obtener el liderazgo en el mercado, tanto en el caso de las grandes empresas como de las Mipyme, debido a que se realizaron actividades de investigación para identificar las necesidades de nichos específicos, lo que aseguró el éxito de la introducción de los productos al mercado.

Desde el análisis cuantitativo no hay predicción significativa de la innovación de producto sobre el desempeño organizacional y el desempeño productivo, sin embargo el análisis cualitativo evidenció en el caso de Colombia el desarrollo de diseños y marcas propias que han generado nuevos modelos de negocio, así mismo se evidenció en las Mipymes de ese país la existencia de cultura de innovación y de una gran articulación con la gran empresa y con empresas privadas sin fines de lucro como gremios o institutos para la creación de productos.

A partir del presente estudio, la investigación empírica sugiere que la Innovación de producto no mejora significativamente el desempeño empresarial. Esto es respaldado por los resultados de otros estudio como en (Issau et al., 2022a) en donde la innovación de producto desempeñaron un papel no significativo en la determinación del desempeño de la empresa, debido a estructuras de las PYME que no permiten la comunicación y colaboración eficaz. De igual forma los resultados del estudio de Salavou y Avlonitis (2008), citado en (Farida & Nuryakin, 2021,p.9) y los propios se evidenció que la innovación de producto no tenía un impacto significativo en el rendimiento de las empresas, debido en otros factores a la falta de creación de redes y relaciones con las partes que imposibilita actividades de transferencia de conocimientos y la oportunidad de compartir habilidades, tecnologías y recursos.

Estos hallazgos difieren de los obtenidos por autores como (Ortigueira-Sánchez et al., 2022) cuyos hallazgos evidencian el efecto positivo indirecto entre la innovación y el rendimiento empresarial, analizado a través del resultado de las exportaciones, las mismas que son generadas gracias a programas de subvención económica por parte de agencias de gobierno.

Sobre la contribución positiva de la Innovación de proceso de negocio (Pri) al desempeño empresarial de la Mipyme, el estudio soportó su significancia en el

impacto sobre el desempeño organizacional, desempeño productivo, desempeño comercial y desempeño económico. Los resultados del análisis cuantitativo muestran que la innovación en proceso de negocio es un predictor significativo del desempeño empresarial de las Mipyme del sector de la confección de fabricación de prendas de vestir en los países emergentes. Los resultados destacan que el 63% de las empresas encuestadas han realizado introducción de nuevos métodos de producción o ingeniería, nuevos procesos de marketing y ventas, de desarrollo de producto y diseño con impacto en la propia empresa. La innovación en procesos se ha convertido en un pilar fundamental para obtener mejoras en el desempeño organizacional, económico, comercial y productivo. De igual forma lo evidencian las investigaciones de (Bolinao, 2009; Dziallas & Blind, 2019; Gajendran et al., 2014; Hervás-Oliver et al., 2014; Huergo & Jaumandreu, 2004; Muafi et al., 2020; Pérez et al., 2019; Scuotto et al., 2017), siendo la innovación en procesos de gestión y organizacionales un rubro muy destacado en los países desarrollados, sin embargo la encuesta muestra que sólo el 50.96% incorporó algún proceso de gestión.

El efecto moderador de la Inversión (II) en la relación entre innovación y desempeño empresarial sólo se vio apoyado estadísticamente en la contribución sobre la relación entre la Innovación de Proceso de Negocio y el Desempeño Organizacional II x Pri  $\rightarrow$  DO ( $\beta = -0,227$ ,  $p < 0,046$ ) y entre la Innovación de Proceso de Negocio y el Desempeño Productivo II x Pri  $\rightarrow$  DP ( $\beta = -0,266$ ,  $p < 0,018$ ), soportando la moderación que la inversión ejerce sobre la relación entre la innovación y el desempeño empresarial; existiendo sólo significancia para el desempeño organizacional y productivo. Sin embargo los resultados del estudio demuestran que es muy difícil de alcanzar niveles de inversión para realizar las diferentes actividades de innovación al igual que sus homólogas de mayor tamaño, por una gestión ineficiente de recursos económicos o la falta de ellos, falta de acompañamiento y asesoramiento, entre otros. El estudio arrojó que 48% de las Mipymes no ha realizado ninguna inversión en actividades de innovación de consultoría en gestión estratégica, acreditación de gestión o certificaciones de sostenibilidad; 44% no ha realizado inversiones para prueba y evaluación de producto o de propiedad intelectual; 42% no ha invertido en actividades de desarrollo de software o tecnología de información; 38% nunca ha invertido en

actividades de investigación y desarrollo tecnológico (I+D); 32% no ha realizado inversión para adquirir o mejorar maquinaria y equipos; 28.8% no ha realizado inversión en actividades de innovación en marketing y ventas; y el 25% no ha invertido en actividades de ingeniería, diseño o actividades creativas, ni de formación.

De aquellas Mipymes que realizaron inversión en actividades de formación, marketing – ventas y adquisición de maquinaria y equipo, el 52% ejecutó la inversión con recursos propios. Así mismo se observó que en el caso 14.4% de las Mipyme ha recibido fondos externos, estos fondos fueron dirigidos a las actividades de formación, adquisición de software y pruebas y evaluación de producto.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se identificó que en el caso de las Mipymes encuestadas en los países de América Latina, el 89% de la inversión para actividades de innovación proviene en un 30% de fondos propios de la empresa. Estudios en PYME de Corea del Sur revelaron que las subvenciones públicas generaron un impacto positivo y un relación lineal en el estímulo de la PYME a invertir más en I+D (Kiman & Jongmin, 2022); hallazgos similares fueron obtenidos por (Heredia et al., 2020) evidenciando que la inversión en I+D como actividad aislada no es una condición suficiente para generar innovación, ya que se requiere tener cuenta otros factores externos en torno a condiciones de políticas de gobierno, inversión en sistemas de información de alta tecnología que mejore la relación con los clientes, entre otros.

Con respecto al efecto moderador de la Colaboración (CO) en la contribución sobre la relación entre Innovación de Productos e Innovación de Procesos de Negocio y Desempeño empresarial, como resultado del análisis cuantitativo no se obtuvo una predicción significativa en ninguno de los casos.

Como resultado del levantamiento de datos se encontró que el 67.30% de las Mipymes nunca ha recibido soporte por parte de entidades de Gobierno para el desarrollo de actividades de innovación; 63.46% indicó no tener colaboración para innovar por parte de empresas privadas como gremios, cámaras o institutos de investigación; el 61.53% indicó que no ha obtenido ninguna colaboración por parte de sus proveedores, clientes, inversores o de la competencia, de manera similar

se encontro en el estudio de empresas griegas en donde la decisión de las empresas de participar en colaboraciones de I+D no está impulsada por la eficiencia de la innovación, sino que se ajusta al régimen de colaboraciones oportunistas de I+D, en el que las subvenciones públicas determinan decisivamente el proceso de toma de decisiones; en su mayoría las empresas satisfacen sus necesidades de tecnología y capacidades para la innovación recurriendo a procesos internos de generación de conocimientos y no a colaboraciones de I+D (Dimakopoulou et al., 2022,p.25).

Y el 59.62% de las Mipymes indicó no haber recibido colaboración parte de la Academia (instituciones educativas ni públicas ni privadas de ningún tipo). En el estudio de (García-Machado et al., 2021) identifican la importancia que las empresas refuercen su cooperación con las universidades como el mejor medio para promover, compartir y completar la investigación básica y aplicada desarrollada por ambas, atraer talento, contratar investigadores, utilizar equipos e instrumentos científicos especializados a un coste reducido, adquirir experiencia en el campo de la gestión y dirección de proyectos y mantenerse al día de los avances científicos internacionales (p.23), como factores que promueven el acercamiento desde las empresas hacia las universidades para generar servicios tecnológicos que promuevan innovación.

Los hallazgos del presente estudio como resultado de la aplicación de métodos mixtos hizo posible la comprensión a profundidad de los factores que influyen en el desarrollo de la Innovación, sea esta Innovación de Producto o Innovación de Proceso de Negocio , como agente generador de mejoras en los resultados de las micro, pequeñas y medianas empresas. Como la existencia de una cultura de innovación empresarial y gestión del cambio, que es reconocida por diferentes autores como indispensable para la generación de la innovación (Aksoy, 2017b; Dabić et al., 2019c; Hilmarsson et al., 2014), la importancia de la articulación entre los diferentes actores o partes interesadas de las cadenas productivas, como son empresas competidoras, proveedores, clientes, la gran empresa, instituciones de gobierno, la academia, empresa privada sin fines de lucro, como cámaras de comercio, gremios entre otros (Al Hakim et al., 2022; Dimakopoulou et al., 2022; Ebersberger & Herstad, 2013; Grillitsch & Nilsson,

2015; Kang & Park, 2012; Kleiner-Schaefer & Schaefer, 2022; Patricio et al., 2018; Prokop et al., 2019; Salisu & Bakar, 2018; Temel et al., 2013) ; mejoras en los procesos de marketing y ventas que incluyan transformación digital, para lo cuál se requiere una apertura al cambio en estructura organizativa e inversión en tecnología y en recursos calificados (Aliasghar et al., 2020; Falahat et al., 2020; Nuryakin, 2018b; Ramirez et al., 2018; Sok et al., 2013); se evidencio que una de las constantes fue la falta de interés por los líderes empresarial en la formación y capacitación de su personal en la adquisición de nuevas habilidades, lo que resulta indispensable en un ambiente de incertumbre y cambios actuales, no solo del sector textil y de confección de fabricación de prendas de vestir, sino de todos los sectores. Así mismo un punto resaltante fue la desarticulación entre las necesidades de las Mipymes y las estrategias de I+D+i de instituciones académicas o de agencias de gobierno, que fue un punto resaltante del los resultados del estudio en ambos países, estudios como (Tian et al., 2022) evidenciaron que la colaboración universidad-empresa es beneficiosa para la transferencia de conocimiento, sin embargo identificaron que las empresas debende focalizar sus recursos que en muchos casos es limitado en el momento de generar alianzas simultáneas con empresas y universidades.

Por último se identificó que cada empresa, dependiendo el tamaño, el mercado que atiende, el tipo de producto que desarrolla, sus procesos, su estrategia empresarial, su cultura organizativa, establece diferentes indicadores para evaluar su desempeño empresarial, los mismos que pueden verse resumidos en los cuatro grupos propuestos en el estudio como Desempeño Organizacional, Desempeño Comercial, Desempeño Productivo y Desempeño Económico; como se sugiere en los estudios de (Arbelo et al., 2020; Saunila, 2016, 2017; Saunila & Ukko, 2013; Sousa & Aspinwall, 2010; Ulusoy et al., 2008) , que diferentes medidas dan luces del efecto de la innovación sobre el rendimiento empresarial, siendo un tema importante a tener en cuenta la calidad de los datos que se analizaran, así como la oportunidad de los resultados de las evaluaciones para la toma de decisiones informadas.

## **5.2. Conclusiones**

Los resultados obtenidos muestran que si bien está comprobado que la innovación genera un mejor desempeño y crecimiento en las organizaciones, debe existir un contexto interno y externo en el ecosistema empresarial para que se genere dicha innovación, ya que no es un proceso aislado, ni una actividad independiente, es un conjunto de acciones, procesos y sentimientos que las empresas deben tomar en cuenta para apostar por una cultura de innovación. Los hallazgos obtenidos dan luces de las posibles causas que originan que las Mipymes de países emergentes como el caso de Perú y Colombia no puedan ser más innovativas y obtener mejores desempeños, como son la desconfianza, la desarticulación entre los actores de las cadenas productivas, desarticulación con el estado, con la academia y con entidades de apoyo, informalidad en la gestión, falta de conocimiento, falta de políticas públicas eficientes, falta adaptabilidad al cambio y falta de comunicación entre las más importantes. Los estudios de (Gherghina et al., 2020; Voytlovskiy et al., 2020) sugieren que es necesario que las empresas determinen su propia estrategia de gestión para las actividades innovadoras, así como que consideren posibles colaboraciones para la ejecución de dichas actividades o para la inversión en el desarrollo de la innovación, lo que considera también una apertura en su forma de gestión, de aprendizaje, de adopción de nuevas tecnologías y de flexibilidad. La colaboración debe ser percibida como la ventana para la adquisición de nuevo conocimiento, de nuevos vínculos que generen la participación activa de agentes externos que influyen en su capacidad para innovar, para reducir los riesgos de la inversión, a través de formación de redes de colaboración, asociaciones o conglomerados.

## **5.3. Implicancias del estudio**

Las conclusiones del presente estudio empírico, podrían generalizarse a otras economías emergentes, ofrecen una visión del contexto externo e interno en el que las Mipymes manufactureras desarrollan sus capacidades de innovación. Evidenciando que en nuestros países no existe una generación exitosa de innovación de producto o de procesos de negocio. Todo ello puede arrojar luz sobre la necesidad de desarrollar políticas públicas que fortalezcan el 99,6% del tejido empresarial de nuestros países. La desarticulación entre Mipymes – gran

empresa – estado – academia y el desconocimiento de la realidad de las Mipymes y del sector confección por parte de los actores es de vital importancia para impulsar programas oportunos de fortalecimiento de capacidades o transferencia de conocimiento y tecnología y desarrollar un ecosistema exitoso para la innovación.

La aplicación de las conclusiones de este estudio puede contribuir a la validación y actualización del sector empresarial Mipyme en los países emergentes de América Latina y al desarrollo de políticas públicas que promuevan el ecosistema de innovación en las regiones, lo que redundará en un mejor desempeño empresarial, una mejor comunicación y sinergia entre el sector público-privado-académico para optimizar el uso de los recursos y generar oportunidades de colaboración para proyectos de innovación, o para cooperar en subvenciones de Ciencia, tecnología e innovación por parte del estado.

#### **5.4. Limitaciones y futuras investigaciones**

Una limitación del estudio fue el estado de emergencia sanitaria debido a la pandemia de la COVID-19, que afectó a los países latinoamericanos durante todo el año 2020. Uno de los sectores manufactureros más afectados a nivel mundial fue el de la confección, que tuvo resultados negativos en 2020 y 2021 y aún se encuentra en proceso de recuperación. Por esta razón, para la recolección de datos de la muestra de Perú, las encuestas y entrevistas presenciales tuvieron que ser reemplazadas por encuestas en formatos virtuales y entrevistas a través de plataformas en línea. Se sugiere explorar los resultados del modelo en otros sectores de la industria manufacturera y de servicios en países emergentes. También se recomienda extender el análisis a las grandes empresas, ya que los estudios muestran que en el caso de las economías latinoamericanas la incorporación de la innovación de producto y la innovación de proceso de negocio en la estrategia empresarial aún no está generalizada.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adams, R., Neely, A., Yaghi, B., & Bessant, J. (2008). Proposal for measures of firm-level innovation performance in 12 sectors of UK industry. *Innovation Index Working Paper*.
- Aksoy, H. (2017a). How do innovation culture, marketing innovation and product innovation affect the market performance of small and medium-sized enterprises (SMEs)? *Technology in Society*, *51*, 133-141. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.08.005>
- Aksoy, H. (2017b). How do innovation culture, marketing innovation and product innovation affect the market performance of small and medium-sized enterprises (SMEs). *Technology in Society*, *51*(4), 133-141. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.08.005>
- Al Hakim, S., Sensuse, D. I., & Lestari, P. I. (2022). The Indonesia Triple Helix Digital Platform Model in Knowledge Sharing for Product Innovation Collaboration. *DESIDOC Journal of Library and Information Technology*, *42*(3), 191-200. <https://doi.org/10.14429/djlit.42.3.17796>
- Albors-Garrigos, J., Igartua, J. I., & Peiro, A. (2018). Innovation management techniques and tools: Its impact on firm innovation performance. *International Journal of Innovation Management*, *22*(06), 1850051. <https://doi.org/10.1142/S1363919618500512>
- Aliasghar, O., Sadeghi, A., & Rose, E. L. (2020). Process innovation in small-and medium-sized enterprises: The critical roles of external knowledge sourcing and absorptive capacity. *Journal of Small Business Management*, 1-28. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1844491>
- Alshanty, A. M., Emeagwali, O. L., Ibrahim, B., & Alrwashdeh, M. (2019). The effect of market-sensing capability on knowledge creation process and innovation evidence from smes in jordan. *Management Science Letters*, *9*(5), 727-736. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.1.016>
- Anderson, A. R., El Harbi, S., & Amamou, M. (2012). Innovation culture and the economic performance of Tunisian ICT firms. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, *16*(3-4), 191-208. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2012.051902>
- Antonelli, D., Chiabert, P., Antonelli, D., Chiabert, P., & di Torino, P. (2010). Introducing Collaborative Practices in Small Medium Enterprises. En *Communications & Control: Vol. V* (Número 1).
- Arbelo, A., Arbelo-Pérez, M., & Pérez-Gómez, P. (2020). Profit Efficiency as a Measure of Performance and Frontier Models: A Resource-Based View. *BRQ Business Research Quarterly*, *24*(2), 143-159. <https://doi.org/10.1177/2340944420924336>
- Arias-Aranda, D., Minguela-Rata, B., & Rodríguez-Duarte, A. (2001). Innovation and firm size: an empirical study for Spanish engineering consulting companies. *European Journal of Innovation Management*, *4*(3), 133-142. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005671>
- Asif, M., Saeed, M. R., Tufail, S., & Abbas, G. (2019). Impact of Organizational Innovation and Organizational Politics on Organizational Performance: Job

- Satisfaction as Mediator. En *International Journal of Management Science and Economics Research*. <http://www.map-publisher.com/>
- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75,226-235. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.026>
- ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH. (2022, diciembre 9). *ATLAS.ti22 - Guía Rápida*. ATLAS.ti 22 MAC - Guía Rápida. [https://doc.atlasti.com/QuicktourMac.es.v22/Intro/Introduction\\_es.html](https://doc.atlasti.com/QuicktourMac.es.v22/Intro/Introduction_es.html)
- Azar, G., & Ciabuschi, F. (2017). Organizational innovation, technological innovation, and export performance: The effects of innovation radicalness and extensiveness. *International Business Review*, 26(2), 324-336. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.09.002>
- Bach, T. M., Dalazen, L. L., da Silva, W. V., Ferraresi, A. A., & da Veiga, C. P. (2019). Relationship between innovation and performance in private companies: systematic literature review. *SAGE Open*, 9(2), 2158244019855847. <https://doi.org/10.1177/2158244019855847>
- Bamfo, B. A., & Kraa, J. J. (2019). Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation. *Cogent Business and Management*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1605703>
- Barletta, F., Pereira, M., Robert, V., Suarez, D., & Yoguel, G. (2014). Innovación y desempeño económico a nivel de firma. Una perspectiva evolucionista. *Tópicos de la teoría evolucionista neoschumpeteriana de la innovación y el cambio tecnológico*, 1, 319-356.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barney, J. B., Ketchen, D. J., & Wright, M. (2011). The future of resource-based theory: Revitalization or decline? *Journal of Management*, 37(5), 1299-1315. <https://doi.org/10.1177/0149206310391805>
- Barney, J. B., Ketchen, D. J., & Wright, M. (2021). Resource-Based Theory and the Value Creation Framework. *Journal of Management*, 47(7), 1936-1955. <https://doi.org/10.1177/01492063211021655>
- Batra, S., Sharma, S., Dixit, M. R., Vohra, N., & Gupta, V. K. (2015). Performance implications of industry appropriability for manufacturing SMEs: The role of technology orientation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(5), 660-677. <https://doi.org/10.1108/JMTM-09-2013-0132>
- Bazán, M., & Sagasti, F. (2014). National systems of innovation for inclusive development: achievements and challenges in Peru. En G. Dutrénit & J. Sutz (Eds.), *National Innovation System, Social Inclusion and Development: The Latin American Experience* (1st ed., Vol. 1, pp. 169-198). Edward Elgar Publishing Limited.
- Beneki, C., Giannias, D., & Moustakas, G. (2012). Innovation and economic performance: the case of Greek SMEs. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 12(1), 31-42. <https://www.researchgate.net/publication/234037142>
- Biéguas, S. (2018). Marketing Innovation Capacity and Firm Performance in Brazilian Clothing Industries. *Revista Brasileira de Estratégia*, 11(3), 343-355. <https://doi.org/10.7213/rebrae.11.003.AO03>

- Bolinao, E. S. (2009). Innovation Process and Performance in Small-to Medium-Sized Firms: A Conceptual Framework. *DLSU Business & Economics Review*, 19(1), 71-80.
- Boubakary, B., Moskolai, D. D., & Njang, G. C. (2020). Managerial Innovation and SME Performance in Africa: The Case of Cameroon. *Global Journal of Management And Business Research*, 20(10).
- Büschgens, T., Bausch, A., & Balkin, D. B. (2013). Organizational culture and innovation: A meta-analytic review. En *Journal of Product Innovation Management* (Vol. 30, Número 4, pp. 763-781). Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1111/jpim.12021>
- Castillo-Vergara, M., & García-Pérez-de-Lema, D. (2020). Product innovation and performance in SME's: the role of the creative process and risk taking. *Innovation*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/14479338.2020.1811097>
- CEEI Ciudad Real. (2007). *Manual de Innovación. Guía Práctica de Gestión de la I+D+i para Pymes*.
- Chege, S. M., & Wang, D. (2020). The influence of technology innovation on SME performance through environmental sustainability practices in Kenya. *Technology in Society*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101210>
- Chen, S. (2017). The Relationship between Innovation and Firm Performance: A Literature Review. *7th International Conference on Social Network, Communication and Education (SNCE 2017)*, 1-5.
- Cipollone, M. D. (2022). Atlas.ti como recurso metodológico en investigación educativa | Anuario Digital de Investigación Educativa. *Anuario Digital de Investigación Educativa*, 5, 122-134. <https://revistas.bibdigital.uccor.edu.ar/index.php/adiv/article/view/5280>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). *Innovación para el desarrollo: la clave para una recuperación transformadora en América latina y el Caribe* (LC/CCITIC.3/3/-\*; 21-00805). [www.cepal.org/apps](http://www.cepal.org/apps)
- Congreso de la República. (2013, julio 2). *LEY N° 30056*. Normas Legales. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>
- Corilloclla, P., & Andrade, S. (2022). *Ciencia, Tecnología e Innovación*. [www.cies.org.pe](http://www.cies.org.pe)
- Crespi, G., Arias-Ortiz, E., Tacsir, E., Vargas, F., Zuñ, P., Tacsir, E., Vargas, F., Arias-Ortiz, E., & Zuñiga, P. (2014). Innovation for economic performance: the case of Latin American firms. *Eurasian Bus Rev*, 4, 31-50. <https://doi.org/10.1007/s40821-014-0001-1>
- Crespi, G., Tacsir, E., & Vargas, F. (2016). Innovation Dynamics and Productivity: Evidence for Latin America. En M. Grazzi & C. Pietrobelli (Eds.), *Firm innovation and productivity in Latin America and the Caribbean* (1st ed., Vol. 1, pp. 37-71). Inter-American Development. [https://doi.org/10.1057/978-1-349-58151-1\\_2](https://doi.org/10.1057/978-1-349-58151-1_2)
- Creswell, J. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (V. Knight, S. Connelly, & S. Quesenberry, Eds.; Third Edition). SAGE Publications, Inc.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches* (4th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (Third Edition, Vol. 1). SAGE Publications, Inc.

- Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N., & Estrada, S. (2020). Incidencia de la innovación en marketing en el rendimiento empresarial: una aplicación basada en modelamiento con ecuaciones estructurales. *Estudios Gerenciales*, *36*(154), 66-79. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3475>
- Dabić, M., Lažnjak, J., Smallbone, D., & Švarc, J. (2019a). Intellectual capital, organisational climate, innovation culture, and SME performance: Evidence from Croatia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *26*(4), 522-544. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2018-0117>
- Dabić, M., Lažnjak, J., Smallbone, D., & Švarc, J. (2019b). Intellectual capital, organisational climate, innovation culture, and SME performance: Evidence from Croatia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *26*(4), 522-544. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2018-0117>
- Dabić, M., Lažnjak, J., Smallbone, D., & Švarc, J. (2019c). Intellectual capital, organisational climate, innovation culture, and SME performance: Evidence from Croatia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *26*(4), 522-544. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2018-0117>
- Dai, X., & Cheng, L. (2018). The impact of product innovation on firm-level markup and productivity: evidence from China. *Applied Economics*, *50*(42), 4570-4581. <https://doi.org/10.1080/00036846.2018.1458195>
- Damanpour, F. (2010). An integration of research findings of effects of firm size and market competition on product and process innovations. *British Journal of Management*, *21*(4), 996-1010. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2009.00628.x>
- Damanpour, F. (2017). Organizational Innovation. En *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management* (pp. 1-47). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.19>
- Damanpour, F., Walker, R. M., & Avellaneda, C. N. (2009). Combinative effects of innovation types and organizational Performance: A longitudinal study of service organizations. *Journal of Management Studies*, *46*(4), 650-675. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2008.00814.x>
- de Zubielqui, G. C., Jones, J., & Lester, L. (2016). Knowledge inflows from market- and science-based actors, absorptive capacity, innovation and performance - A study of SMES. *International Journal of Innovation Management*, *20*(6). <https://doi.org/10.1142/S1363919616500559>
- Demmel, M. C., Máñez, J. A., Rochina-Barrachina, M. E., & Sanchis-Llopis, J. A. (2017). Product and process innovation and total factor productivity: Evidence for manufacturing in four Latin American countries. *Review of Development Economics*, *21*(4), 1341-1363. <https://doi.org/10.1111/rode.12323>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2021). *Boletín Técnico Encuesta Anual Manufactura (EAM) 2020*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/encuesta-anual-manufacturera-enam>
- Department of Economic and Social Affairs. (2022). *United Nations*. Micro-, Small and Medium-sized Enterprises (MSMEs). <https://sdgs.un.org/topics/capacity-development/msmes>
- Díaz, J. J., & Kuramoto, J. (2008). *Innovation, R&D investment and productivity in Latin America & Caribbean firms. The case of Peru*.
- Dimakopoulou, A. G., Chatzistamoulou, N., Kounetas, K., & Tsekouras, K. (2022). Environmental innovation and R&D collaborations: Firm decisions in the

- innovation efficiency context. *Journal of Technology Transfer*.  
<https://doi.org/10.1007/s10961-022-09963-9>
- Dini, M., & Stumpo, G. (2020). *MIPYMES en América Latina : un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento* (LC/TS.2018/75/Rev.1; 19-00361).
- Domi, S., Keco, R., Capelleras, J.-L., & Mehmeti, G. (2019). Effects of innovativeness and innovation behavior on tourism smes performance: The case of albania. *Economics and Sociology*, 12(3), 67-85. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2019/12-3/5>
- Drucker, P. R. (2002). The discipline of innovation. *Harvard business review*, 80(8), 95-103.
- Dziallas, M., & Blind, K. (2019). Innovation indicators throughout the innovation process: An extensive literature analysis. *Technovation*, 80, 3-29.  
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.05.005>
- Ebersberger, B., & Herstad, S. J. (2013). The relationship between international innovation collaboration, intramural R&D and SMEs' innovation performance: A quantile regression approach. *Applied Economics Letters*, 20(7), 626-630.  
<https://doi.org/10.1080/13504851.2012.724158>
- Echeverry López, E. (2022, diciembre 28). *El Gobierno emite decreto que aumenta a 40% el arancel para la ropa importada*. La República.  
<https://www.larepublica.co/empresas/el-gobierno-emite-decreto-que-aumenta-hasta-40-el-arancel-para-la-ropa-importada-3516485>
- Economic Commission for Latin America and the Caribbean. (2021). *Innovation for development: The key to a transformative recovery in Latin America and the Caribbean* (LC/CCITIC.3/DDR/1; 21-00940).
- Elfarmawi, W. (2019). Correlation between customer relationship management system usage, product innovation, and customer satisfaction. *Foundations of Management*, 11(1), 23-32. <https://doi.org/10.2478/fman-2019-0002>
- EUROSTAT, & OCDE. (2005). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*.
- Exposito, A., & Sanchis-Llopis, J. A. (2018). Innovation and business performance for Spanish SMEs: New evidence from a multi-dimensional approach. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(8), 911-931. <https://doi.org/10.1177/0266242618782596>
- Expósito, A., & Sanchis-Llopis, J. A. (2019). The relationship between types of innovation and SMEs' performance: a multi-dimensional empirical assessment. *Eurasian Business Review*, 9(2), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s40821-018-00116-3>
- Falahat, M., Ramayah, T., Soto-Acosta, P., & Lee, Y.-Y. (2020). SMEs internationalization: The role of product innovation, market intelligence, pricing and marketing communication capabilities as drivers of SMEs' international performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 152.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119908>
- Farida, N., & Nuryakin. (2021). Network capability, relational capability and Indonesian manufacturing SME performance: An empirical analysis of the mediating role of product innovation. *Engineering Management in Production and Services*, 13(1), 41-52. <https://doi.org/10.2478/emj-2021-0003>
- Fitriati, T. K., Purwana, D., & Buchdadi, A. D. (2020). The role of innovation in improving small medium enterprise (SME) performance. *innovation*, 11(2), 232-250. <https://www.researchgate.net/publication/339711309>

- Fonseca-Retana, L., Lafuente-Chryssopoulos, R., & Mora-Esquivel, R. (2016). Evolución de los modelos en los procesos de innovación, una revisión de la literatura Evolution of innovation process models, a literature review. *Tecnología en Marcha*, 29(1), 108-117.
- Frascati Manual 2015*. (2015). OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264239012-en>
- Gajendran, T., Brewer, G., Gudergan, S., & Sankaran, S. (2014). Deconstructing dynamic capabilities: The role of cognitive and organizational routines in the innovation process. *Construction Management and Economics*, 32(3), 246-261. <https://doi.org/10.1080/01446193.2013.845306>
- García-Machado, J. J., Sroka, W., & Nowak, M. (2021). R&d and innovation collaboration between universities and business—a pls-sem model for the spanish province of Huelva. *Administrative Sciences*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/ADMSCI11030083>
- García-Pérez de Lema, D., Gálvez-Albarracín, E. J., & Maldonado-Guzmán, G. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *Estudios Gerenciales*, 32(141), 326-335. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003>
- Gherghina, S. C., Botezatu, M. A., Hosszu, A., & Simionescu, L. N. (2020). Small and medium-sized enterprises (SMEs): The engine of economic growth through investments and innovation. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/SU12010347>
- Giacomán Díaz, M. (2022). *Impacto de la innovación, la transformación digital y el factor humano en la productividad del sector de la cerveza artesanal en Baja California* [Maestría es Administración]. Universidad Autónoma de Baja California.
- Decreto\_957\_de\_2019 Colombia Mipymes, Pub. L. No. 957, Departamento Administrativo de la Función Pública 1 (2019). [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=94550](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=94550)
- Goedhuysa, M., & Veugelers, R. (2012). Innovation strategies, process and product innovations and growth: Firm-level evidence from Brazil. *Structural Change and Economic Dynamics*, 23(4), 516-529. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2011.01.004>
- Gonzalez Litman, T. (2022, diciembre 23). *Las exportaciones minoritarias de moda en Colombia crecen a dos dígitos*. Fashion Network. <https://pe.fashionnetwork.com/news/Las-exportaciones-minoritarias-de-moda-en-colombia-crecen-a-dos-digitos,1471071.html>
- Gonzalez Litman, T. (2023, enero 4). *La industria textil colombiana inicia 2023 con un nuevo panorama*. Fashion Network. <https://pe.fashionnetwork.com/news/La-industria-textil-colombiana-inicia-2023-con-un-nuevo-panorama,1472683.html>
- Graneheim, U. H., Lindgren, B. M., & Lundman, B. (2017). Methodological challenges in qualitative content analysis: A discussion paper. *Nurse Education Today*, 56, 29-34. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.06.002>
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: Concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105-112. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2003.10.001>

- Grazzi, M., Pietrobelli, C., & Szirmai, A. (2015). *The performance of firms in Latin America and the Caribbean: Microeconomic factors and the role of innovation*. <http://mgsog.merit.unu.edu>
- Greco, M., Grimaldi, M., & Cricelli, L. (2017). Hitting the nail on the head: Exploring the relationship between public subsidies and open innovation efficiency. *Technological Forecasting and Social Change*, *118*, 213-225. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2017.02.022>
- Grillitsch, M., & Nilsson, M. (2015). Innovation in peripheral regions: Do collaborations compensate for a lack of local knowledge spillovers? *Annals of Regional Science*, *54*(1), 299-321. <https://doi.org/10.1007/s00168-014-0655-8>
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2008). Modeling innovation: determinants of innovativeness and the impact of innovation on firm performance. *2008 4th IEEE International Conference on Management of Innovation and Technology*, 766-771.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011a). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, *133*(2), 662-676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011b). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of production economics*, *133*(2), 662-676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- Gupta, S., Malhotra, N. K., Czinkota, M., & Foroudi, P. (2016). Marketing innovation: A consequence of competitiveness. *Journal of Business Research*, *69*(12), 5671-5681. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.02.042>
- Guterres, A. (2022, junio 27). *United Nations*. Secretary-General's message for 2022. <https://www.un.org/en/observances/micro-small-medium-businesses-day/messages>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (Second Edition). SAGE.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Pieper, T. M., & Ringle, C. M. (2012). The Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Strategic Management Research: A Review of Past Practices and Recommendations for Future Applications. *Long Range Planning*, *45*(5-6), 320-340. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.09.008>
- Hair Jr., J. F., M. Hult, G. T., M. Ringle, C., Sarstedt, M., Castillo Apraiz, J., Cepeda Carrión, G. A., & Roldán, J. L. (2019). *Manual de Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (Segunda Edición)* (SAGE Publications Inc., Ed.; Segunda edición). OmniaScience. <https://doi.org/10.3926/oss.37>
- Hall, B. H., Lotti, F., & Mairesse, J. (2009). Innovation and productivity in SMEs: empirical evidence for Italy. *Small business economics*, *33*(1), 13-33. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9184-8>
- Hall, B. H., Lotti, F., & Mairesse, J. (2013). Evidence on the impact of R&D and ICT investments on innovation and productivity in Italian firms. *Economics of Innovation and New Technology*, *22*(3), 300-328. <https://doi.org/10.1080/10438599.2012.708134>
- Hanson, W. E., Plano Clark, V. L., Petska, K. S., Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2005). Mixed methods research designs in counseling psychology. En

- Journal of Counseling Psychology* (Vol. 52, Número 2, pp. 224-235).  
<https://doi.org/10.1037/0022-0167.52.2.224>
- Haron, U., Shariff, M. N. M., & Yusof, M. S. (2019). Exploring the relationship between innovation capability, total quality management and SMEs performance in electric fan industry of Pakistan: Moderating effect of relational learning. *International Journal of Financial Research*, *10*(3), 353-359. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n3p353>
- Harrison, R. L., Reilly, T. M., & Creswell, J. W. (2020). Methodological Rigor in Mixed Methods: An Application in Management Studies. *Journal of Mixed Methods Research*, *14*(4), 473-495. <https://doi.org/10.1177/1558689819900585>
- Henley, A., & Song, M. (2020). Innovation, internationalisation and the performance of microbusinesses. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, *38*(4), 337-364. <https://doi.org/10.1177/0266242619893938>
- Heredia, J., Yang, X., Flores, A., Rubiños, C., & Heredia, W. (2020). What drives new product innovation in China? An integrative strategy tripod approach. *Thunderbird International Business Review*, *62*(4), 393-409. <https://doi.org/10.1002/tie.22127>
- Heredia Zurita, A., & Dini, M. (2021). *Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina* (LC/TC.2021/29; 21-00104). [www.cepal.org/apps](http://www.cepal.org/apps)
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. <http://www.ebooks7-24.com.ezproxy.ulima.edu.pe/stage.aspx?il=6443&pg=&ed=>
- Hervás-Oliver, J. L., Parrilli, M. D., Rodríguez-Pose, A., & Sempere-Ripoll, F. (2021). The drivers of SME innovation in the regions of the EU. *Research Policy*, *50*(9). <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104316>
- Hervas-Oliver, J. L., Sempere-Ripoll, F., & Boronat-Moll, C. (2014). Process innovation strategy in SMEs, organizational innovation and performance: A misleading debate? *Small business economics*, *43*(4), 873-886. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9567-3>
- Hilmarsson, E., Oskarsson, G., & Gudlaugsson, T. (2014). The relationship between innovation culture and innovation performance. *International Journal of Business Research*, *14*(1), 86-95. <https://doi.org/10.18374/ijbr-14-1.8>
- Hogan, S. J., & Coote, L. v. (2014). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. *Journal of business research*, *67*(8), 1609-1621. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.09.007>
- Hudson, M., Smart, A., & Bourne, M. (2001). Theory and practice in SME performance measurement systems. *International Journal of Operations & Production Management*, *21*(8), 1096-1115. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005587>
- Huergo, E., & Jaumandreu, J. (2004). Firms' age, process innovation and productivity growth. *International Journal of Industrial Organization*, *22*(4), 541-559. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2003.12.002>
- Hutahayan, B. (2021). The relationships between market orientation, learning orientation, financial literacy, on the knowledge competence, innovation, and performance of small and medium textile industries in Java and Bali. *Asia*

- Pacific Management Review*, 26(1), 39-46.  
<https://doi.org/10.1016/j.apmr.2020.07.001>
- INACAL. (2021). *NTP-ISO 56000:2021 Gestión de la Innovación. Fundamentos y vocabulario*. [www.inacal.gob.pe](http://www.inacal.gob.pe)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). Perú: Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera 2015. En *Av. General Garzón N°*(Vol. 658).
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018a). *Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera*. Registro y Microdatos.  
<https://inei.inei.gob.pe/microdatos/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018b). *Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera de Servicios Intensivas en conocimientos - Encuesta*. SRI-INEI.  
[http://inei.inei.gob.pe/microdatos/Detalle\\_Encuesta.asp?CU=19558&CodEncuesta=653&CodModulo=1480&NombreEncuesta=Encuesta+Nacional+de+Innovaci%C3%B3n+en+la+Industria+Manufacturera&NombreModulo=INNOVACION\\_2018+\\_I](http://inei.inei.gob.pe/microdatos/Detalle_Encuesta.asp?CU=19558&CodEncuesta=653&CodModulo=1480&NombreEncuesta=Encuesta+Nacional+de+Innovaci%C3%B3n+en+la+Industria+Manufacturera&NombreModulo=INNOVACION_2018+_I)
- Inter-American Development Bank. (2016). *Firm innovation and productivity in Latin America and The Caribbean* (M. Grazzi & C. Pietrobelli, Eds.; 1st ed., Vol. 1). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-349-58151-1>
- International Council for Small Business. (2022). *ICSB Annual Global Micro-, Small and medium-Sized Enterprises report*.  
<https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/icsbglobalmsmesreport2022.pdf>
- Issau, K., Acquah, I. S. K., Gnankob, R. I., & Hamidu, Z. (2022a). Innovation orientation and performance of small and medium-sized enterprises (SMES) in Ghana: evidence from manufacturing sector. *Innovation and Management Review*.  
<https://doi.org/10.1108/INMR-07-2020-0092>
- Issau, K., Acquah, I. S. K., Gnankob, R. I., & Hamidu, Z. (2022b). Innovation orientation and performance of small and medium-sized enterprises (SMES) in Ghana: evidence from manufacturing sector. *Innovation and Management Review*. <https://doi.org/10.1108/INMR-07-2020-0092>
- Jimenez-Jimenez, D., Martínez-Costa, M., & Sanchez Rodriguez, C. (2019). The mediating role of supply chain collaboration on the relationship between information technology and innovation. *Journal of Knowledge Management*, 23(3), 548-567. <https://doi.org/10.1108/JKM-01-2018-0019>
- Julison, B., Wardani, S. P. R., & Wibowo, M. A. (2017). Innovation performance of large contractor in Indonesia: influencing factors and its impact on firm's performance. *Procedia Engineering*, 171, 370-378. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.01.346>
- Jusufi, G., Ukaj, F., & Ajdarpašić, S. (2020). The effect of product innovation on the export performance of Kosovo SMEs | Efekti inovacije proizvoda na izvozne rezultate malih i srednjih poduzeća na Kosovu. *Management (Croatia)*, 25(2), 215-234.  
<https://doi.org/10.30924/mjcmi.25.2.12>
- Kamalulzaman, N. I., Ahmad, A., Ariff, A. M., & Muda, M. S. (2021). Innovation capabilities and performance of Malaysian agricultural smes: The moderating role of strategic alliance. *International Journal of Business and Society*, 22(2), 675-695.  
<https://doi.org/10.33736/ijbs.3751.2021>
- Kang, K.-N., & Park, H. (2012). Influence of government R&D support and inter-firm collaborations on innovation in Korean biotechnology SMEs.

- Technovation*, 32(1), 68-78.  
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2011.08.004>
- Karabulut, A. T. (2015). Effects of innovation strategy on firm performance: a study conducted on manufacturing firms in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1338-1347. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.314>
- Kijkasiwat, P., & Phuensane, P. (2020). Innovation and Firm Performance: The Moderating and Mediating Roles of Firm Size and Small and Medium Enterprise Finance. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(5), 97. <https://doi.org/10.3390/jrfm13050097>
- Kiman, K., & Jongmin, Y. (2022). Linear or Nonlinear? Investigation an Affect of Public Subsidies on SMEs R&D Investment. *Journal of the Knowledge Economy*, 13(3), 2519-2546. <https://doi.org/10.1007/s13132-021-00823-9>
- Kleiner-Schaefer, T., & Schaefer, K. J. (2022). Barriers to university–industry collaboration in an emerging market: Firm-level evidence from Turkey. *Journal of Technology Transfer*, 47(3), 872-905. <https://doi.org/10.1007/s10961-022-09919-z>
- Kumar, V., & Sundarraj, R. P. (2016). Schumpeterian innovation patterns and firm-performance of global technology companies. *European Journal of Innovation Management*, 19(2), 276-296. <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2015-0034>
- Le, D. V., Le, H. T. T., Pham, T. T., & Vo, L. Van. (2023). Innovation and SMEs performance: evidence from Vietnam. *Applied Economic Analysis*. <https://doi.org/10.1108/AEA-04-2022-0121>
- Lee, D. H., Dedahanov, A. T., & Rhee, J. (2015). Moderating role of external networks and mediating effect of innovation performance on the relationship between technology orientation and firm performance. *Asian Journal of Technology Innovation*, 23(3), 321-334. <https://doi.org/10.1080/19761597.2015.1120498>
- Lee, J., Lee, C., Kim, J., Kim, S., & Im, H. (2019). An Empirical Study on the Effect of Innovation Financing on Technology Innovation Competency: Business Performance of SMEs in Korea. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 17(1), 1-15. <https://doi.org/10.4018/JECO.2019010101>
- Lestari, S. D., Leon, F. M., Widyastuti, S., Brabo, N. A., & Putra, A. H. P. K. (2020). Antecedents and consequences of innovation and business strategy on performance and competitive advantage of SMEs. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 365-378. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO6.365>
- Lewandowska, A. (2021). Interactions between investments in innovation and SME competitiveness in the peripheral regions. *Journal of International Studies*, 14(1), 285-307. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2021/14-1/20>
- Leyva Carreras, A. B., Espejel Blanco, J. E., & Cavazos Arroyo, J. (2020). Humancapital performance and its effect on the technological innovation capacity of SMEs | L'effet de la performance du capital humain sur la capacité d'innovation technologique des pme | Efeito do desempenho do capital humano na capacidade de inovação t. *Innovar*, 30(76), 25-36. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n76.85192>

- Liao, T.-S., & Rice, J. (2010). Innovation investments, market engagement and financial performance: A study among Australian manufacturing SMEs. *Research Policy*, *39*(1), 117-125. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.11.002>
- Lindgren, B. M., Lundman, B., & Graneheim, U. H. (2020). Abstraction and interpretation during the qualitative content analysis process. En *International Journal of Nursing Studies* (Vol. 108). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2020.103632>
- Longhini, T. M., Medeiros Cavalcanti, J. M., Borges, S. L., & Ferreira, B. P. (2018). Investment in innovation and its influence on net sales: An analysis based on PiNTEC data. *Brazilian Business Review*, *15*(1), 1-16. <https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.1.1>
- López-Cabarcos, M. Á., Srinivasan, S., Göttling-Oliveira-Monteiro, S., & Vázquez-Rodríguez, P. (2019). Tacit knowledge and firm performance relationship. The role of product innovation and the firm level capabilities. *Journal of Business Economics and Management*, *20*(2), 330-350. <https://doi.org/10.3846/jbem.2019.9590>
- Lopezosa, C., Codina, L., & Freixa Font, P. (2022). *ATLAS.ti para entrevistas semiestructuradas: guía de uso para un análisis cualitativo eficaz*. <http://repositori.upf.edu/handle/10230/52848>
- Madero Gómez, S. M., & Barboza, G. A. (2015). Interrelación de la cultura, flexibilidad laboral, alineación estratégica, innovación y rendimiento empresarial. *Contaduría y administración*, *60*(4), 735-756. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2014.08.001>
- Maldonado-Guzmán, G., Garza-Reyes, J. A., Pinzón-Castro, S. Y., & Kumar, V. (2019). Innovation capabilities and performance: are they truly linked in SMEs? *International Journal of Innovation Science*, *11*(1), 48-62. <https://doi.org/10.1108/IJIS-12-2017-0139>
- Marín-Idárraga, D. A., & Cuartas-Marín, J. C. (2019). Relación entre la innovación y el desempeño: Impacto de la intensidad competitiva y el slack organizacional. *Revista de Administração de Empresas*, *59*, 95-107. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020190203>
- Martínez Ávila, M., & Fierro Moreno, E. (2018). Aplicación de la técnica PLS-SEM en la gestión del conocimiento: un enfoque técnico práctico / Application of the PLS-SEM technique in Knowledge Management: a practical technical approach. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, *8*(16), 130-164. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.336>
- Mieles Barrera, M. D., Tonon, G., & Alvarado Salgado, S. V. (2012). Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitas Humanistica*, *74*(2), 195-225.
- Ministerio Comercio Industria y Turismo. (2021). *Informe sector manufactura diciembre 2021*.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2022a). *Informe de tejido empresarial Agosto 2022*.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2022b). *Perfil: Sector de Confecciones*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-perfiles-sectoriales/2022/noviembre/sector-confecciones/oe-dv-perfil-sector-confecciones-17nov22.pdf.aspx>

- Ministerio de la Producción. (2021). *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno 2020*. [www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe)
- Ministerio de la Producción. (2022a). *Estudio de Investigación Sectorial Sector Textil y Confecciones 2020*.
- Ministerio de la Producción. (2022b). *Sector Textil y Confecciones* (1ª edición). Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos de la Secretaría General del Ministerio de la Producción.  
<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oee-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1065-estudio-de-investigacion-sectorial-sector-textil-y-confecciones-2020>
- Ministerio de la Producción, & INEI. (2019). *Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera de Servicios Intensivos en conocimientos - ENIIMSEC 2018*.  
<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/estadistica-oee/estadisticas-innovacion>
- Mohamed Amine, L., & Abbas, M. (2021). The impact of innovation on performance of Moroccan Small and Medium Enterprises (SMES). *RevueInternationale des Sciences de Gestion*, 4(1), 855-873. [www.revue-isg.com](http://www.revue-isg.com)
- Muafi, M., Siswanti, Y., Diharto, A. K., & Salsabil, I. (2020). Innovation culture and process in mediating human capital supply chain on firm performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 593-602.  
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.593>
- Neely, A., Gregory, M., & Platts, K. (1995). Performance measurement system design: a literature review and research agenda. *International journal of operations & production management*, 15(4), 80-116.  
<https://doi.org/10.1108/01443579510083622>
- Neely, A., & Hii, J. (2014). The Innovative Capacity of Firms. *Nang Yan Business Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.2478/nybj-2014-0007>
- Negassi, S., Lhuillery, S., Sattin, J. F., Hung, T. Y., & Pratlong, F. (2019). Does the relationship between innovation and competition vary across industries? Comparison of public and private research enterprises. *Economics of Innovation and New Technology*, 28(5), 465-482.  
<https://doi.org/10.1080/10438599.2018.1527552>
- Ngah, R., Azman, N. A., & Khalique, M. (2022). The impact of innovation, organizational, technological capital on innovation performance of SMEs: The mediating effect of innovative intelligence. *International Journal of Business and Society*, 23(1), 427-443. <https://doi.org/10.33736/ijbs.4623.2022>
- Norris, D., & Ciesielska, M. (2019). Towards a framework for innovation orientation within business and management studies: A systematic review and paths for future research. *Journal of Organizational Change Management*.  
<https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2018-0051>
- Nuryakin. (2018a). Competitive advantage and product innovation: Key success of Batik SMEs marketing performance in Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(2).
- Nuryakin, N. F. (2018b). Competitive advantage and product innovation: Key success of Batik SMEs marketing performance in Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(2).
- OECD. (2014). *OECD Reviews of Innovation Policy: Colombia*. OECD Publishing.  
<https://doi.org/10.1787/9789264204638-EN>

- OECD, CAF, & UNIÓN EUROPEA. (2021). *Perspectivas económicas de América Latina 2021: Avanzando juntos hacia una mejor recuperación* (1st ed., Vol. 1). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/2958a75d-es>
- OECD Reviews of Innovation Policy: Peru 2011. (2011). <https://doi.org/10.1787/9789264128392-EN>
- OECD/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation* (4th ed., The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, Vol. 1). OECD Publishing/Eurostat. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Okumu, I. M., & Buyinza, F. (2020). *Performance of Small and Medium-sized Enterprises in Uganda: the Role of Innovation*.
- Ortigueira-Sánchez, L. C., Stein, W. C., Risco-Martínez, S. L., & Ricalde, M. F. (2020). The Impact of Absorptive Capacity on Innovation in Peru. *Journal of Technology Management & Innovation*, 15(4), 19-29. <http://jotmi.org>
- Ortigueira-Sánchez, L. C., Welsh, D. H. B., & Stein, W. C. (2022). Innovation drivers for export performance. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 1(2), 100013. <https://doi.org/10.1016/j.stae.2022.100013>
- Otero-Neira, C., Lindman, M. T., & Fernández, M. J. (2009). Innovation and performance in SME furniture industries: An international comparative casestudy. *Marketing Intelligence & Planning*, 27(2), 216-232. <https://doi.org/10.1108/02634500910944995>
- Pap, J., Mako, C., Illessy, M., Kis, N., & Mosavi, A. (2022). Modeling Organizational Performance with Machine Learning. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), 177. <https://doi.org/10.3390/JOITMC8040177/S1>
- Patricio, J., Axelsson, L., Blomé, S., & Rosado, L. (2018). Enabling industrial symbiosis collaborations between SMEs from a regional perspective. *Journal of Cleaner Production*, 202, 1120-1130. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.230>
- Paus, E., & Robinson, M. (2022). Innovación a nivel de las empresas, políticas gubernamentales y la trampa del ingreso medio: enseñanzas de cinco economías latinoamericanas. *Revista de la CEPAL*, 137, 105-132.
- Pedraza Abril, N. (2022, diciembre). *Sistema Moda*. Colombia Productiva. <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/manufactura/sistema-moda>
- Pérez, J. A. H., Geldes, C., Kunc, M. H., & Flores, A. (2019). New approach to the innovation process in emerging economies: The manufacturing sector case in Chile and Peru. *Technovation*, 79, 35-55. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.02.012>
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (2002). Introduction to the Classic Edition. En *The External Control of Organization, a Resource Dependence Perspective* (p. xi). Stanford Business Books.
- Polder, M., Leeuwen, G. v., Mohnen, P., & Raymond, W. (2010). Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects. *CIRANO-scientific publications 2010s-28*.
- Potter, A., & Watts, H. D. (2014). Réévaluer les économies d'agglomération d'après Marshall: La connexité technologique et l'évolution du cluster des métaux à Sheffield. *Regional Studies*, 48(4), 603-623. <https://doi.org/10.1080/00343404.2012.667560>

- Prange, C., & Pinho, J. C. (2017). How personal and organizational drivers impact on SME international performance: The mediating role of organizational innovation. *International Business Review*, *26*(6), 1114-1123. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.04.004>
- Prasetyo, A., Putri Harwijayanti, B., Ikhwan, M. N., Lukluil Maknun, M., & Fahlevi, M. (2022). Interaction of Internal and External Organizations in Encouraging Community Innovation. *Frontiers in Psychology*, *13*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.903650>
- Prokop, V., Stejskal, J., & Hudec, O. (2019). Collaboration for innovation in small CEE countries. *Business Administration and Management*, *XXII*(1), 130-144. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2019-1-009>
- Radicic, D., Douglas, D., Pugh, G., & Jackson, I. (2019). Cooperation for innovation and its impact on technological and non-technological innovations: empirical evidence for European SMEs in traditional manufacturing industries. *International Journal of Innovation Management*, *23*(05), 1950046. <https://doi.org/10.1142/S1363919619500464>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, *3*(1), 44-55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Ramadani, V., Hisrich, R. D., Abazi-Alili, H., Dana, L. P., Panthi, L., & Abazi-Bexheti, L. (2019). Product innovation and firm performance in transition economies: A multi-stage estimation approach. *Technological Forecasting and Social Change*, *140*, 271-280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.12.010>
- Ramirez, F. J., Parra-Requena, G., Ruiz-Ortega, M. J., & Garcia-Villaverde, P. M. (2018). From external information to marketing innovation: the mediating role of product and organizational innovation. *Journal of Business and Industrial Marketing*, *33*(5), 693-705. <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2016-0291>
- Rhee, J., Park, T., & Lee, D. H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Technovation*, *30*(1), 65-75. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2009.04.008>
- Ribau, C. P., Moreira, A. C., & Raposo, M. (2017). SMEs innovation capabilities and export performance: an entrepreneurial orientation view. *Journal of Business Economics and Management*, *18*(5), 920-934. <https://doi.org/10.3846/16111699.2017.1352534>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J. M. (2022). *SmartPLS 4* (4.0.8.4). <http://www.smartpls.com>
- Riswanto, A., Rasto, R., Hendrayati, H., Saparudin, M., Abidin, A. Z., & Eka, A. P. B. (2020). The role of innovativeness-based market orientation on marketing performance of small and medium-sized enterprises in a developing country. *Management Science Letters*, *10*(9), 1947-1952. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.019>
- Rodil, Ó., Vence, X., & Sánchez, M. del C. (2016). The relationship between innovation and export behaviour: The case of Galician firms. *Technological Forecasting and Social Change*, *113*, 248-265. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.09.002>
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and

- performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441-457.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.12.002>
- Rousseau, M. B., Mathias, B. D., Madden, L. T., & Crook, T. R. (2016). Innovation, firm performance, and appropriation: A meta-analysis. *International Journal of Innovation Management*, 20(03), 1650033.  
<https://doi.org/10.1142/S136391961650033X>
- Rubera, G., & Kirca, A. H. (2012). Firm innovativeness and its performance outcomes: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Marketing*, 76(3), 130-147.
- Rubio-Andrés, M., Ramos-González, M. del M., Sastre-Castillo, M. Á., & Gutiérrez-Broncano, S. (2023). Stakeholder pressure and innovation capacity of SMEs in the COVID-19 pandemic: Mediating and multigroup analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 190.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122432>
- Salisu, Y., & Bakar, L. J. A. (2018). Technological collaboration, technological capability and SMEs product innovation performance. *International Journal of Management Research and Reviews*, 8(2), 1-13.
- Sancho-zamora, R., Hernández-perlines, F., Peña-garcía, I., & Gutiérrez-broncano, S. (2022). The Impact of Absorptive Capacity on Innovation: The Mediating Role of Organizational Learning. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(2). <https://doi.org/10.3390/ijerph19020842>
- Saunila, M. (2016). Performance measurement approach for innovation capability in SMEs. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(2), 162-176. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-08-2014-0123>
- Saunila, M. (2017). Managing continuous innovation through performance measurement. *Competitiveness Review*, 27(2), 179-190.  
<https://doi.org/10.1108/CR-03-2015-0014>
- Saunila, M., & Ukko, J. (2013). Facilitating innovation capability through performance measurement: A study of Finnish SMEs. *Management Research Review*, 36(10), 991-1010. <https://doi.org/10.1108/MRR-11-2011-0252>
- Sawaeen, F. A. A., & Ali, K. A. M. (2020). The impact of entrepreneurial leadership and learning orientation on organizational performance of SMEs: The mediating role of innovation capacity. *Management Science Letters*, 10(2), 369-380.  
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.033>
- Scuotto, V., Del Giudice, M., & Carayannis, E. G. (2017). The effect of social networking sites and absorptive capacity on SMES' innovation performance. *Journal of Technology Transfer*, 42(2), 409-424. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9517-0>
- Shahid, H. M., Waseem, R., Khan, H., Waseem, F., Hasheem, M. J., & Shi, Y. (2020). Process innovation as a moderator linking sustainable supply chain management with sustainable performance in the manufacturing sector of Pakistan. *Sustainability (Switzerland)*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/su12062303>
- Shin, J., Kim, Y. J., Jung, S., & Kim, C. (2022). Product and service innovation: Comparison between performance and efficiency. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(3), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100191>
- Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J. H., Ting, H., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM: guidelines

- for using PLSpredict. *European Journal of Marketing*, 53(11), 2322-2347.  
<https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0189>
- Sirmon, D. G., & Hitt, M. A. (2009). Contingencies within dynamic managerial capabilities: Interdependent effects of resource investment and deployment on firm performance. *Strategic Management Journal*, 30(13), 1375-1394.  
<https://doi.org/10.1002/smj.791>
- Śledzik, K. (2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2257783>
- SME Performance - OECD*. (s. f.). Recuperado 4 de septiembre de 2022, de <https://www.oecd.org/cfe/smes/smeperformance.htm>
- Sociedad Nacional de Industrias. (2022). *Perú Regiones al 2031* (1era ed.). Sociedad Nacional de Industria.
- Sok, P., & O'Cass, A. (2015). Examining the new product innovation - performance relationship: Optimizing the role of individual-level creativity and attention-to-detail. *Industrial Marketing Management*, 47, 156-165.  
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.02.040>
- Sok, P., O'Cass, A., & Miles, M. P. (2016). The Performance Advantages for SMEs of Product Innovation and Marketing Resource–Capability Complementarity in Emerging Economies. *Journal of Small Business Management*, 54(3), 805-826. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12172>
- Sok, P., O'Cass, A., & Sok, K. M. (2013). Achieving superior SME performance: Overarching role of marketing, innovation, and learning capabilities. *Australasian Marketing Journal*, 21(3), 161-167.  
<https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2013.04.001>
- Sousa, S., & Aspinwall, E. (2010). Development of a performance measurement framework for SMEs. *Total Quality Management*, 21(5), 475-501.  
<https://doi.org/10.1080/14783363.2010.481510>
- Statista. (2021a). *Apparel & Shoes. Forecast of the real total consumer spending on clothing & footwear in Peru from 2010 to 2025*. <https://www-statista-com.ezproxy.ulima.edu.pe/forecasts/1157215/real-fashion-consumer-spending-forecast-in-peru>
- Statista. (2021b). *Forecast of the real total consumer spending on clothing & footwear in Colombia from 2010 to 2025*. <https://www-statista-com.ezproxy.ulima.edu.pe/forecasts/1157402/real-fashion-consumer-spending-forecast-in-colombia>
- Statista. (2022a). *Colombia's textile and apparel industry - statistics & facts*. <https://www-statista-com.ezproxy.ulima.edu.pe/topics/7177/textile-and-apparel-industry-in-colombia/#topicHeader-wrapper>
- Statista. (2022b). *Share of apparel spending Colombia by category 2021*. Statistic, Retail & Trade. <https://www-statista-com.ezproxy.ulima.edu.pe/statistics/1182958/colombia-share-consumer-spending-fashion-category/>
- Sukendar, I., Fatmawati, W., Lestari, E. R., Ardianti, F. L., & Rachmawati, L. (2018). Firm performance model in small and medium enterprises (SMEs) based on learning orientation and innovation. *International Conference on Green Agro-industry*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/131/1/012027>
- Sustainable Development Goals | United Nations Development Programme*. (s. f.). Recuperado 11 de noviembre de 2022, de <https://www.undp.org/sustainable-development-goals#industry-innovation-and-infrastructure>

- Tadmor, D. (2019). The State of Innovation in Latin America. *SSRN*, 1-14. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3655231>
- Tang, G., Park, K., Agarwal, A., & Liu, F. (2020). Impact of innovation culture, organization size and technological capability on the performance of SMEs: The Case of China. *Sustainability*, 12(4), 1355. <https://doi.org/10.3390/su12041355>
- Teddlie, C., & Tashakkori, A. (2009). *Foundations of Mixed Methods Research. Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in the Social and Behavioral Sciences* (Vol. 1). SAGE Publications, Inc.
- Temel, S., Scholten, V., Akdeniz, R. C., Fortuin, F., & Omta, O. (2013). University-industry collaboration in turkish SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 14(2), 103-115. <https://doi.org/10.5367/ijei.2013.0109>
- Tian, M., Su, Y., & Yang, Z. (2022). University–industry collaboration and firm innovation: an empirical study of the biopharmaceutical industry. *Journal of Technology Transfer*, 47(5), 1488-1505. <https://doi.org/10.1007/s10961-021-09877-y>
- Tran, K. T., Nguyen, P. v., & Nguyen, L. M. (2018). The role of financial slack, employee creative self-efficacy and learning orientation in innovation and organizational performance. *Administrative Sciences*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/admsci8040082>
- Tung, J. (2012). A study of product innovation on firm performance. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 4(3), 84.
- Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009>
- Ulusoy, G., Gunday, G., Alpkan, L., & Kilic, K. (2008). Effects of organizational innovations on firm's production performance. *2008 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management*, 321-325.
- UNIDO, & ISO. (2022). *Handbook ISO 56002:2019 Innovation management system. A practical guide* (International Organization for Standardization & United Nations Industrial Development Organization, Eds.). International Organization for Standardization .
- United Nations Industrial Development Organization. (2022). *International Yearbook of Industrial Statistics*. [https://stat.unido.org/content/publications/-international-yearbook-of-industrial-statistics-2022?\\_ga=2.79705111.16501745.1666461106-44303666.1666461106](https://stat.unido.org/content/publications/-international-yearbook-of-industrial-statistics-2022?_ga=2.79705111.16501745.1666461106-44303666.1666461106)
- Valdez-Juárez, L. E., García-Pérez de Lema, D., & Maldonado-Guzmán, G. (2016). Management of knowledge, innovation and performance in SMEs. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 11(4), 141-176. <http://www.informingscience.org/Publications/3455>
- Valdez-Juárez, L. E., Ramos-Escobar, E. A., & Borboa-Álvarez, E. P. (2023). Reconfiguration of Technological and Innovation Capabilities in Mexican SMEs: Effective Strategies for Corporate Performance in Emerging Economies. *Administrative Sciences*, 13(1), 15. <https://doi.org/10.3390/admsci13010015>

- Verbees, F. J. H. M., & Meulenbergh, M. T. G. (2004). Market orientation, innovativeness, product innovation, and performance in small firms. *Journal of small business management*, 42(2), 134-154.
- Voytolovskiy, N., Pogodina, V., & Ivanova, M. (2020). Management strategy for innovation and investment activities of an enterprise. *E3S Web of Conferences*, 164. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016410051>
- Walker, R. M., Chen, J., & Aravind, D. (2015). Management innovation and firm performance: An integration of research findings. *European Management Journal*, 33(5), 407-422. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.07.001>
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2022). *Global Innovation Index 2022. What is the future of innovation driven growth? 15th Edition* (D. Soumitra, B. Lanvin, L. Rivera León, & S. Wunsch-Vincent, Eds.; 15th Edition). World Intellectual Property Organization. <https://doi.org/10.34667/tind.46596>
- Yu, W., Chavez, R., Jacobs, M. A., & Feng, M. (2018). Data-driven supply chain capabilities and performance: A resource-based view. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 114, 371-385. <https://doi.org/10.1016/J.TRE.2017.04.002>
- Zhang, H. (2022). Does combining different types of innovation always improve SME performance? An analysis of innovation complementarity. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(3). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100192>



# Anexo 1

## Global Innovation Index 2022 – Perfil económico Perú

GII 2022 rank

# Peru

# 65

Output rank	Input rank	Income	Region	Population (mn)	GDP, PPP\$ (bn)	GDP per capita, PPP\$
81	52	Upper middle	LCN	33.4	453.7	13,410

		Score	Rank			Score	Rank
<b>1. Institutional environment</b>		43.2	87	<b>2. Business environment</b>		46.1	(88)
1.1	Political environment	43.2	87	2.1	Knowledge workers	46.1	(88)
1.1.1	Political and operational stability*	61.2	87	2.1.1	Knowledge-intensive employment, %	14.1	81
1.1.2	Government effectiveness*	44.0	89	2.1.2	Firms offering formal training, %	61	65.9
1.2	Regulatory environment	70.4	48	2.1.3	GERD performed by business, % GDP	n/a	n/a
1.2.1	Regulatory quality*	58.1	49	2.1.4	GERD financed by business, %	n/a	n/a
1.2.2	Rule of law*	37.2	81	2.1.5	Females employed/widanced degrees, %	11.3	67
1.2.3	Cost of redundancy dismissal	51.4	37	2.2	Innovation linkages	18.4	97
1.3	Business environment	38.4	56	2.2.1	University industry R&D collaboration*	32.7	109
1.3.1	Polices for doing business*	46.5	75	2.2.2	State of cluster developments and depth*	42.9	88
1.3.2	Entrepreneurship policies and culture*	34.4	25	2.2.3	GERD financed by abroad, % GDP	n/a	n/a
				2.2.4	Joint venture/trategic alliance deals/bn PPP\$ GDP	0.0	125
				2.2.5	Patent families/bn PPP\$ GDP	0.0	80
<b>3. Human capital and research</b>		31.4	71	2.3	Knowledge absorption	30.8	62
2.1	Education	45.3	80	2.3.1	Intellectual property payments, % total trade	0.7	59
2.1.1	Expenditure on education, % GDP	4.2	65	2.3.2	High tech imports, % total trade	10.0	43
2.1.2	Government funding/pupil, secondary, % GDP/cap	16.0	74	2.3.3	ICT services imports, % total trade	61	1.6
2.1.3	School life expectancy, years	16.0	53	2.3.4	FDI net inflows, % GDP	2.3	65
2.1.4	PISA scales in reading, maths and science	40.5	66	2.3.5	Research talent, % in businesses	n/a	n/a
2.1.5	Pupil-teacher ratio, secondary	13.8	81	<b>4. Knowledge and technology outputs</b>		41.5	(90)
2.2	Tertiary education	57.2	5	4.1	Knowledge creation	9.7	77
2.2.1	Tertiary enrolment, % gross	76.7	37	4.1.1	Patents by origin/bn PPP\$ GDP	0.3	38
2.2.2	Graduates in science and engineering, %	29.6	18	4.1.2	PCT patents by origin/bn PPP\$ GDP	0.1	67
2.2.3	Tertiary inbound mobility, %	n/a	n/a	4.1.3	Utility models by origin/bn PPP\$ GDP	1.0	22
2.3	Research and development (R&D)	7.8	84	4.1.4	Scientific and technical articles/bn PPP\$ GDP	3.8	108
2.3.1	Researchers, FTE/mn pop.	n/a	n/a	4.1.5	Patentable documents/indices	18.4	56
2.3.2	Gross expenditure on R&D, % GDP	0.3	94	4.2	Knowledge impact	22.5	86
2.3.3	Global corporate R&D investors, top 3, mn USD	0.0	98	4.2.1	Labor productivity growth, %	0.4	77
2.3.4	QS university ranking, top 3*	0.1	51	4.2.2	New businesses/10 pop. 15-64	1.6	36
				4.2.3	Software spending, % GDP	0.2	57
<b>5. Digital economy</b>		68.1	81	4.2.4	ISO 9001 quality certificates/bn PPP\$ GDP	4.1	64
5.1	Information and communication technologies (ICTs)	68.1	81	4.2.5	High-tech manufacturing, %	12.8	51
5.1.1	ICT access*	70.4	38	4.3	Knowledge diffusion	8.9	106
5.1.2	ICT use*	50.5	92	4.3.1	Intellectual property receipts, % total trade	0.1	71
5.1.3	Government's online services*	75.3	33	4.3.2	Production and export complexity	43.0	46
5.1.4	E-participation*	79.2	35	4.3.3	High-tech exports, % total trade	0.4	83
5.2	General infrastructure	21.1	98	4.3.4	ICT services exports, % total trade	0.8	112
5.2.1	Electricity output, GWh/mn pop.	1,055.4	80	<b>6. Creative outputs</b>		19.4	(61)
5.2.2	Logistics performance*	29.3	40	6.1	Intangible assets	31.8	37
5.2.3	Gross capital formation, % GDP	21.2	84	6.1.1	Intangible asset intensity, top-15, %	55.9	46
5.3	Ecological sustainability	31.6	51	6.1.2	Trademarks by origin/bn PPP\$ GDP	66.0	15
5.3.1	GDP/unit of energy use*	15.4	23	6.1.3	Global brand value, top 5,000, % GDP	7.2	63
5.3.2	Environmental performance*	49.8	72	6.1.4	Industrial design by origin/bn PPP\$ GDP	0.2	102
5.3.3	ISO 14001 environmental certificates/bn PPP\$ GDP	1.9	30	6.2	Creative goods and services	12.6	39
				6.2.1	Cultural and creative services exports, % total trade	0.1	84
<b>6. Financial system</b>		51.5	14	6.2.2	National feature films/mn pop. 15-69	0.2	76
6.1	Credit	51.5	14	6.2.3	Entertainment and media markets pop. 15-69	7.0	38
6.1.1	Finance for startups and scaleups*	34.6	48	6.2.4	Printing and other media, % manufacturing	1.0	14
6.1.2	Domestic credit to private sector, % GDP	55.1	63	6.2.5	Creative goods exports, % total trade	3.2	34
6.1.3	Loans from microfinance institutions, % GDP	6.5	1	6.3	Online creativity	2.8	75
6.2	Investment	4.7	82	6.3.1	Generic top-level domains (TLDs)/10 pop. 15-69	6.1	32
6.2.1	Market capitalization, % GDP	42.8	41	6.3.2	Country code TLDs/10 pop. 15-69	1.7	73
6.2.2	Venture capital investors, deals/bn PPP\$ GDP	0.0	90	6.3.3	GitHub commit pushes received/mn pop. 15-69	3.7	67
6.2.3	Venture capital recipients, deals/bn PPP\$ GDP	0.0	101	6.3.4	Mobile app creation/bn PPP\$ GDP	0.7	78
6.2.4	Venture capital received, value, % GDP	0.0	71				
6.3	Trade, diversification, and market scale	64.4	31				
6.3.1	Applied tariff rate, weighted avg., %	0.7	6				
6.3.2	Domestic industry diversification	82.5	52				
6.3.3	Domestic market scale, bn PPP\$	453.7	47				

\*WOMES: ● indicates a strength, □ a weakness, ◆ an intermediate strength, ○ an intermediate weakness, ? an indicator for which a question is raised, ⊗ indicates that the country's data are either in the basic form, see appendix for details, including the year of the data, at [https://www.wipo.int/global\\_innovation/index.html](https://www.wipo.int/global_innovation/index.html) or have broken | | indicate that the data minimum coverage (DACS) requirements were not met at the time of publication.

**Nota.** De Global Innovation Index 2022. What is the future of innovation driven growth? 15 th Edition. World Intellectual Property Organization (WIPO) (p.185)  
<https://www.wipo.int/publications/es/details.jsp?id=4622>



## Anexo 3 Encuesta a empresarios Mipyme – Formato presencial

### Encuesta a Empresarios

Encuesta de la investigación "La relación entre la Innovación y el desempeño en la PYMEs: Caso del sector textil de confecciones en el Perú y países en desarrollo". La información brindada sólo tendrá usos estadísticos y será de estricta confidencialidad por parte de la investigadora.

#### I. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

1. Razón Social de la empresa:							
2. Actividad principal:		Diseño ( ) Textil ( ) Confección ( ) Textil y confección ( ) Comercialización ( )					
3. Nombre :							
4. Cargo en la empresa::				5. Sexo: Femenino (1):		Masculino (2):	
6. Nivel educativo director / gerente general	a)Primaria (1)	b)Secundaria (2)	c)Técnico (3)	d)Universitario (4)	e)Postgrado (5)		
7. Año de funcionamiento de la empresa:		8. Experiencia del gerente en el rubro del negocio(años):					
9. Dirección del negocio:							
10. Teléfono y/o celular:							
11. Email:							
12. Página web:							
13. ¿Cuál es la expectativa de crecimiento del negocio para el próximo año?		Aumento (1)		Igual (2)		Disminución (3)	
14. Activos totales por valor (Ley 095:2004)		1) Inferior a 500		2) Entre 501 y menos de 5000		3) Entre 5001 a 30,000	
15. Cuántas personas (operarios) trabajan actualmente en su empresa (marcar con X):							
De 1 a 5 (1)		De 6 a 10 (2)		De 11 a 20 (3)		De 21 a 50 (4)	
						De 51 a 100 (5)	
16. ¿Tiene marca propia?		SI (1)				NO (2)	
17. ¿A qué mercado atiende?		Local (1)				Regional (2)	
		Nacional (3)				Internacional (4)	
18. ¿Ofrece servicio de maquila?		SI (1)				NO (2)	

Encuesta a Empresarios

Durante los últimos 3 años la introducción en su empresa de un nuevo método o proceso de:	Influencia sobre el producto o proceso					
	Mejoró rendimiento (1)	Desarrolló un uso mejorado de recursos (2)	Agregó características mejoradas al producto (3)	Resultó más atractivo al cliente (4)	Facilitó el uso por los empleados (5)	No aplica (6)
31. ¿producción o ingeniería?						
32. ¿distribución logística?						
33. ¿marketing y ventas?						
34. ¿sistemas de información y comunicación?						
35. ¿administración y dirección?						
36. ¿desarrollo de producto y proceso de negocio?						

Objetivos de innovación y resultados para la medición de desempeño, por área de influencia.

Cumplimiento del objetivo/meta La innovación posibilitó:....	No se cumplió 0% (1)	Cumplió deficiente 25% (2)	Cumplió parcial 50% (3)	Cumplió satisfactoriamente 75% (4)	Cumplió Total 100% (5)
<b>Desempeño Comercial para la firma.</b>					
37. La actualización de oferta de productos existentes (bienes o servicios)					
38. Ampliar gama de bienes y servicios					
39. Crear nuevos nichos y segmentos de mercado					
40. Aumentar o mantener la cuota de mercado.					
41. Mejorar la reputación, el conocimiento de la marca					
42. Aumentar la visibilidad de productos o servicios.					
43. Obtener la satisfacción de cliente					
<b>Producción y entrega</b>					
44. Actualizar tecnología o métodos de proceso obsoletos					
45. Mejorar la calidad de los bienes o servicios.					
46. Mejorar la flexibilidad para producir bienes o servicios.					
47. Aumentar la velocidad de producción de bienes o prestación de servicios.					
48. Reducir los costos laborales por unidad de producción.					
49. Reducir los costos de material por unidad de producción.					
50. Reducir los costos de energía o operación por unidad de producción.					
51. Mejorar la productividad					
52. Reducir el tiempo de despacho (lead time)					

Encuesta a Empresarios

<b>Organización empresarial</b>					
53. Mejorar las habilidades de los empleados (capacidades de absorción, procesamiento y análisis de conocimientos).					
54. Mejorar el intercambio o la transferencia de conocimientos con otras organizaciones.					
55. Mejorar la comunicación dentro de la firma.					
56. Mejorar o desarrollar nuevas relaciones con entidades externas (otras empresas, universidades, etc.)					
57. Aumentar la adaptabilidad al cambio.					
58. Mejorar las condiciones de trabajo, salud o seguridad del personal de la firma.					
<b>Desempeño Económico</b>					
59. Impactó en el incremento de ingreso por ventas					
60. Mejoró la rentabilidad de la empresa					
61. Impactó en la reducción de costos					
62. Reducir los impactos ambientales negativos / entregar beneficios ambientales.					

**ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN**

Tipo de actividades de innovación	SI				NO
	Gastos realizados de manera		Gastos adquiridos por equipo...		Realizó
	Recurrente	Ocasional	Interno	Externo	Innov
63. Actividades de I+D					
64. Ingeniería					
65. Diseño de moda					
66. Diseño de producto o actividades creativas					
67. Desarrollo de software y base de datos.					
68. Formación					
69. Marketing y equidad de marca					
70. Investigación y mercado					
71. Pruebas y evaluación de producto					
72. Adquisición de de maquinaria, equipos, PC u otros bienes de capital.					
73. Mejora o reconversión de maquinaria para reducir la generación de residuos (líquidos, gases, sólidos)					
74. Certificación y acreditación de gestión					
75. Certificación de sostenibilidad					
76. Consultoría en gestión estratégica empresarial					

Encuesta a Empresarios

Tipos de socios colaboradores para la innovación.

	Nacional		En el extranjero (3)	No aplica (4)
	Local / regional (1)	En otro lugar en el mismo país (2)		
<b>a) Empresas comerciales (afiliadas y no afiliadas)</b>				
77. Proveedores (equipos, materiales, servicios)				
78. Clientes (equipos, materiales, servicios)				
79. Competidores / inversores / otras empresas				
80. Inversores				
<b>b) Gobierno</b>				
81. Institutos de investigación del gobierno				
82. Oficinas comerciales				
83. Oficinas de apoyo empresarial				
84. Otros departamentos y agencias gubernamentales				
<b>c) Instituciones de Educación superior</b>				
85. Universidades				
86. Institutos académicos				
87. Escuelas técnicas				
<b>d) Empresa Privada sin fines de lucro.</b>				
88. Institutos privados de investigación				
89. Gremios, Cámaras, ONG u otras				

Medición de barreras de interacciones de conocimiento

Desafíos	Items posibles	Afecto (1)	No afectó (2)
<b>Barreras</b>			
Factores que impiden que una empresa interactúe con otras partes en la producción o intercambio de conocimiento	90. Altos costos de coordinación		
	91. Pérdida de control sobre la estrategia		
	92. Dificultad para encontrar al socio adecuado.		
	93. Dificultad para establecer la confianza.		
	94. Preocupación por pérdida de capital humano		
	95. Falta de recursos financieros suficientes.		
	96. Falta de tiempo para innovación		



## Anexo 4

### Encuesta a empresarios Mipyme – Formato online – Perú

#### Encuesta a empresarios: "La relación entre la innovación y el desempeño en la MIPYME del sector textil de confecciones"

La presente investigación tiene por objetivo responder a la pregunta: ¿Qué relación existe entre la innovación y el desempeño de la MIPYME del Sector Textil de Confección? Es conducida por la candidata a Doctor, Rosa Patricia Larico Francia por el Doctorado en Gestión Estratégica del Consorcio de Universidades.

El propósito de este protocolo es brindar a los y a las participantes en esta investigación: "La relación entre la innovación y el desempeño en las PYMEs: Caso del sector textil de confecciones en el Perú y generalizaciones para países en desarrollo", una explicación clara de la naturaleza de la misma, así como del rol que tienen en ella.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder una encuesta, lo que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación es muy importante y voluntaria. La información que se recoja será estrictamente confidencial y no se podrá utilizar para ningún otro propósito que no esté contemplado en esta investigación.

Si tuviera alguna duda con relación al desarrollo del proyecto, usted es libre de formular las preguntas que considere pertinentes. Para esto, puedo comunicarme con la investigadora al correo electrónico [raico@callitru.edu.pe](mailto:raico@callitru.edu.pe).

Muchas gracias por su participación.

**Obligamos**

Sección sin título

1 Razón Social de la empresa \*

2. Actividad principal \*

Selecciona todas las que correspondan:

- Diseño
- Textil (filatura-tejeduría-tintorería-acabado)
- Confección
- Textil y Confección
- Comercialización

3. Nombre

\_\_\_\_\_

4. Cargo en la empresa

\_\_\_\_\_

5. Sexo

Marca solo un óvalo:

- Mujer
- Hombre

6. Nivel Educativo \*

Marca solo un óvalo.

- Primaria
- Secundaria
- Técnico
- Universitario
- Postgrado



7. Años de funcionamiento de la empresa \*

Colocar opción de número de años.

Marca solo un óvalo.

- De 1 a 5
- De 6 a 10
- De 11 a 15
- Más de 15 años

8. ¿Cuál es la expectativa de crecimiento del negocio para el próximo año? \*

Marca solo un óvalo.

- Aumento de venta
- Sin variación con respecto al presente año
- Disminución de venta

9. Ventas totales anual (UIT =S/ 4,400) \*

Marca solo un óvalo.

- Inferior a 150 UIT
- Entre 150 y menos de 1700 UIT
- Entre 1700 y 2300 UIT
- Mayor a 2300 UIT

10. ¿Cuántas personas trabajan actualmente en su empresa? \*

Marca solo un óvalo.

- De 1 a 5
- De 6 a 10
- De 11 a 20
- De 21 a 50
- De 51 a 100
- Más de 100

11. ¿Tiene marca propia? \*

Marca solo un óvalo.

Sí

No

12. ¿A qué mercado atiende? \*\*

Selecciona todos los que correspondan.

Local

Regional

Nacional

Internacional

13. ¿Ofrece el servicio de maquila? \*

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Salta a la pregunta 14

INNOVACIÓN

"INNOVACIÓN" es un producto o proceso nuevo o mejorado (o combinación de ambos) que difiere significativamente de los productos o procesos anteriores de la empresa y que ha sido puesto a disposición de los usuarios potenciales. (OECD, 2018)



14. INNOVACIÓN DE PRODUCTO\*

Con respecto a la Innovación de Producto, cómo ha sido el comportamiento de su empresa durante los últimos 3 años.

Marque sus respuestas por fila

	No realizó innovación	Innovación nueva sólo para su empresa	Innovación nueva para la industria peruana	Innovación nueva para el mercado global
1. ¿Ha introducido al mercado un nuevo producto (bien) o servicio?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. ¿Mejóro el rendimiento de un bien al hacer cambios en los materiales o componentes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. ¿Desarrolló un uso mejorado para uno de sus bienes o servicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. ¿Agregó una característica mejorada a uno de sus bienes o servicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. ¿Le resultó más fácil y atractivo a los clientes usar uno de sus bienes o servicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

INICET

15. INNOVACIÓN DE PROCESO DE NEGOCIO\*

Con respecto a la innovación de proceso, como ha sido el comportamiento de su empresa en los últimos 3 años

*Marque solo un óvalo por fila*

	No realizo innovación	Innovación nueva para su empresa	Innovación nueva para la industria peruana	Innovación nueva para el mercado global
6. ¿Ha introducido un nuevo método de producción o ingeniería?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. ¿Ha introducido un nuevo proceso de distribución y logística?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. ¿Ha introducido un nuevo proceso de marketing y ventas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. ¿Ha introducido un nuevo proceso de sistemas de información y comunicación?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. ¿Ha introducido un nuevo proceso de administración y dirección?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. ¿Ha introducido un nuevo proceso de desarrollo de producto y diseño?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. ¿Ha introducido un nuevo modelo o proceso de negocio?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**OBJETIVOS DE INNOVACIÓN Y RESULTADOS EN EL DESEMPEÑO DE LA EMPRESA**

La introducción de innovación durante los últimos 3 años, ha impactado en el cumplimiento del objetivo / meta de la empresa, con respecto a:

**16. Objetivos de desempeño comercial de la empresa \***

*Marque solo un óvale por fila.*

	No se cumplió (0%)	Cumplimiento deficiente (25%)	Cumplimiento parcial (50%)	Cumplimiento satisfactorio (75%)	Cumplimiento total (100%)
<b>13. La innovación permitió la actualización de bienes o servicios</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>14. Logró ampliar la gama de bienes o servicios</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>15. Logró crear nuevos nichos de mercado</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>16. Aumentar o mantener la cuota de mercado</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>17. Mejora en la marca y reputación de la compañía</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>18. Aumentar la visibilidad de productos o servicios</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Objetivos de desempeño en la Producción y entrega \*

*Marca solo un círculo por fila*

	No se cumplió (0%)	Cumplimiento deficiente (25%)	Cumplimiento parcial (50%)	Cumplimiento satisfactorio (75%)	Cumplimiento total (100%)
19. La innovación permitió actualizar la tecnología o métodos de proceso obsoletos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Impactó en la mejora de la calidad de los bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. Mejorar la flexibilidad para producir bienes o servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. Aumentar la velocidad de producción de bienes o prestación de servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. Reducir los costos laborales por unidad de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. Reducir los costos de materiales por unidad de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. Reducir los costos de energía u	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

operación  
por unidad  
de  
producción

26. Mejora la  
productividad



27. Reduce  
los lead  
times de  
despacho



18. Objetivos de desempeño económico \*

Marca solo un óvalo por fila.

	No se cumplió (0%)	Cumplimiento deficiente (25%)	Cumplimiento parcial (50%)	Cumplimiento satisfactorio (75%)	Cumplimiento total (100%)
--	--------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	--	------------------------------

28. La  
innovación  
impactó en  
el  
incremento  
de ingresos  
por ventas



29. Mejoró  
la  
rentabilidad  
de la  
empresa



30. La  
innovación  
impactó en  
la  
reducción  
de costos.



19. Objetivos de desempeño organizacional \*

Marque solo un óvalo por fila.

	No se cumplió (0%)	Cumplimiento deficiente (25%)	Cumplimiento parcial (50%)	Cumplimiento satisfactorio (75%)	Cumplimiento total (100%)
31. La innovación impactó en la mejora de capacidades de aprendizaje de nuevo conocimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
32. Mejoró el intercambio o la transferencia de conocimientos con otras organizaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
33. Mejoró la comunicación dentro de la firma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34. Aumentó la adaptabilidad al cambio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35. Mejoró las condiciones de trabajo, salud o seguridad del personal de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
36. Mejoró la satisfacción, compromiso y/o retención del personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

INVERSIÓN EN ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN Y SOCIOS COLABORADORES

MCMXVII

20. ¿Su empresa generó inversión para la realización de las siguientes actividades de innovación de productos o procesos ?

Las actividades de innovación de productos y procesos, ¿implicó inversión en alguna de las siguientes actividades?

*Seleccione todas las que correspondan*

	SI - Inversión realizada de manera recurrente	SI - Inversión realizada de manera ocasional	SI - Inversión con fondos de la empresa	SI - Inversión con fondos externos	NO realizó inversión
37. Actividades de I+D (investigación y desarrollo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. Ingeniería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. Diseño de moda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. Diseño de producto o actividades creativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. Desarrollo de software y base de datos / TI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. Formación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43. Marketing y equidad de marca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. Investigación de mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. Pruebas y evaluación de producto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. Certificación /	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

acreditación  
de gestión

47.  
Consultorías  
en estratégico  
o gestión

48.  
Certificaciones  
de  
sostenibilidad

49.  
Adquisición de  
maquinaria,  
equipos, PC u  
otros bienes  
de capital

50. Mejora o  
reconversión  
de maquinaria  
para reducir  
generación de  
residuos  
(líquidos,  
gases,  
sólidos)



21. ¿Su empresa contó con Empresas comerciales como Socios colaboradores para la innovación?

*Selecciona todos/as que correspondan.*

	No aplica	Nacional - Local / regional	Nacional - En otro lugar en el mismo país	Resto del mundo - en el extranjero
51. Proveedores (equipos, materiales, servicios)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52. Clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53. Competidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54. Inversores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. ¿Su empresa contó con Entidades del Gobierno como Socios colaboradores para la innovación?

*Selecciona todos los que correspondan.*

	No aplica	Nacional - Local / regional	Nacional - En otro lugar en el mismo país	Resto del mundo - en el extranjero
55. Institutos de investigación del gobierno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56. Oficinas comerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57. CITEs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
58. Otros departamentos y agencias gubernamentales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. ¿Su empresa contó con Instituciones de Educación como socios colaboradores para la innovación?

*Seleccione todos los que correspondan.*

	No aplica	Nacional - Local / regional	Nacional - En otro lugar en el mismo país	Resto del mundo - en el extranjero
<b>59. Universidades</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>60. Institutos académicos o escuelas técnicas</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. ¿Su empresa contó con la Empresa Privada como socios colaboradores para la innovación?

*Seleccione todos los que correspondan.*

	No aplica	Nacional - Local / regional	Nacional - En otro lugar en el mismo país	Resto del mundo - en el extranjero
<b>61. Institutos privados de investigación</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>62. ONG u otras organizaciones privadas</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BARRERAS PARA LA INNOVACIÓN

25. ¿Su empresa percibió algunos de los siguientes factores como barreras para interactuar con otras empresas en la producción o intercambio de conocimiento para la innovación?

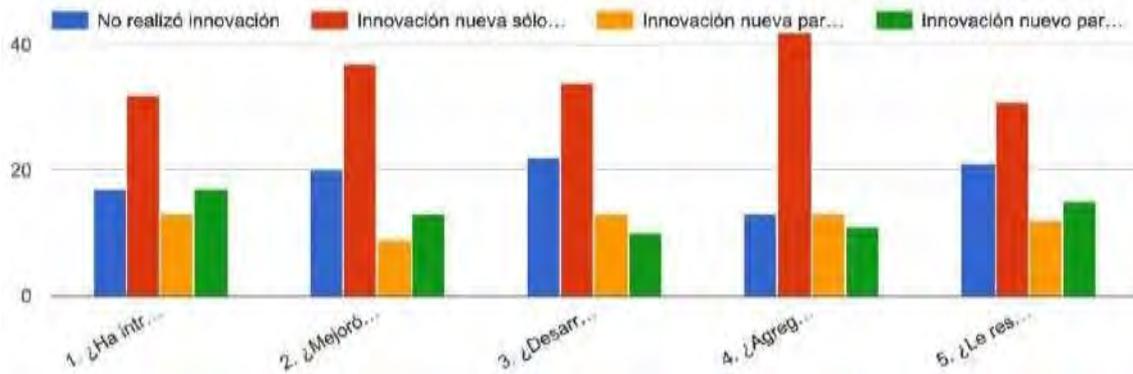
*Marca solo un óvalo por fila.*

	Afectó	No afectó
63. Pérdida de control sobre conocimientos técnicos propios, pérdida de información valiosa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
64. Altos costos de coordinación con otras empresas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
65. Dificultad para encontrar al socio adecuado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
66. Dificultad para establecer la confianza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
67. Preocupación por pérdida de capital humano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
68. Falta de recursos financieros suficientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
69. Falta de tiempo para innovación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

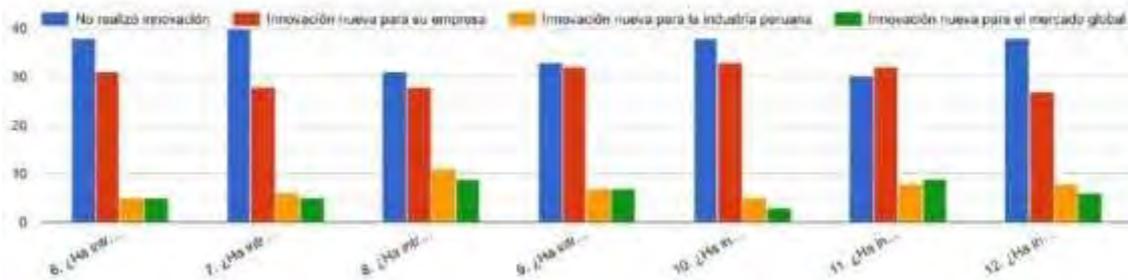
MCMXVII

## Anexo 5 Resultados Encuesta On line Perú

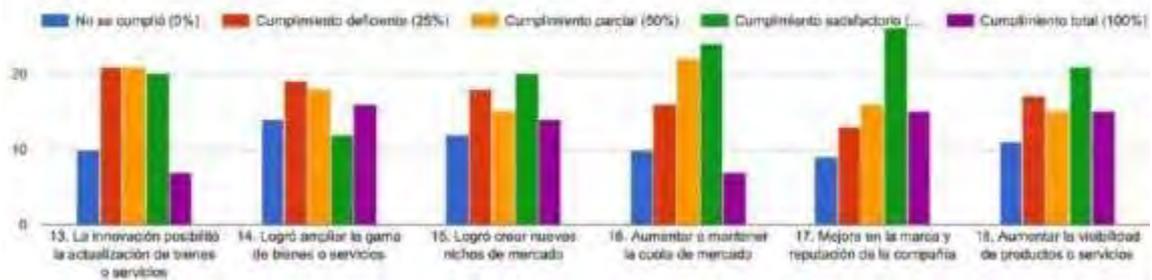
### INNOVACIÓN DE PRODUCTO



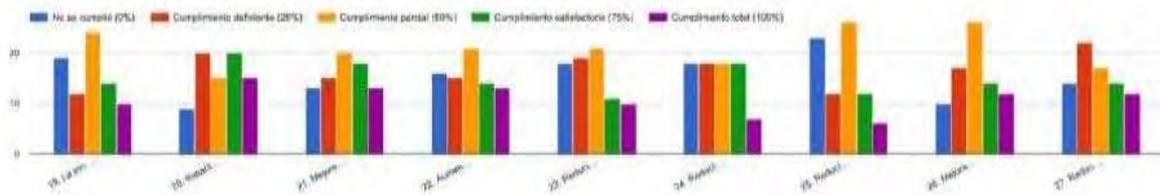
### INNOVACIÓN DE PROCESO DE NEGOCIO



### Objetivos de desempeño comercial de la empresa



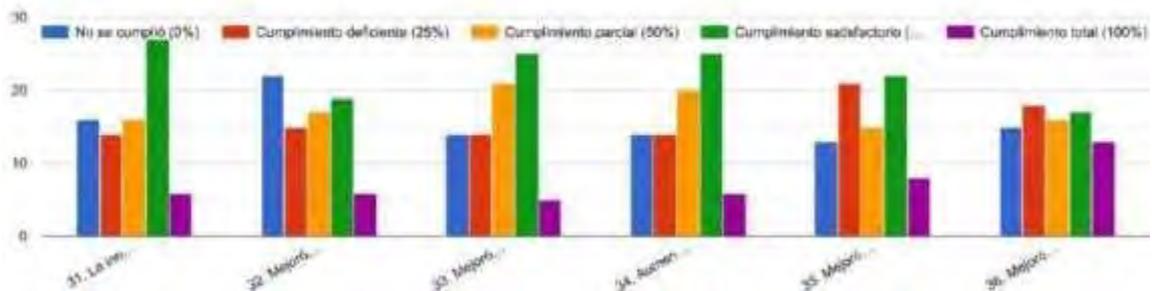
### Objetivos de desempeño en la Producción y entrega



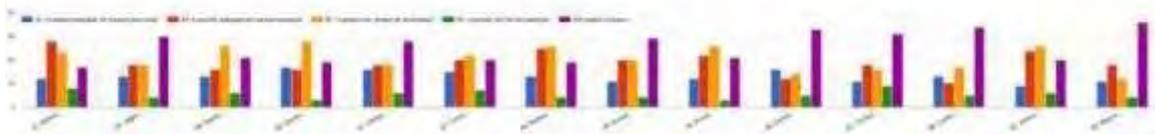
### Objetivos de desempeño económico



### Objetivos de desempeño organizacional



¿Su empresa contó con la colaboración de los siguientes tipos de socios para la innovación? ¿Por qué?



¿Su empresa contó con Empresas comerciales como Socios colaboradores para la innovación?



¿Su empresa contó con Entidades del Gobierno como Socios colaboradores para la innovación?



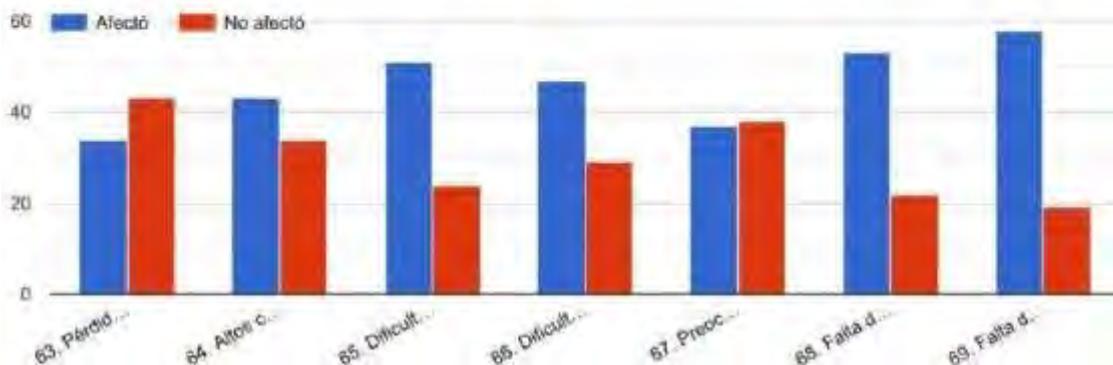
¿Su empresa contó con Entidades del Gobierno como Socios colaboradores para la innovación ?



¿Su empresa contó con Entidades del Gobierno como Socios colaboradores para la innovación ?



¿Su empresa percibió algunos de los siguientes factores como barreras para interactuar con otras empresas en la producción o intercambio de conocimiento para la innovación?



## Anexo 6 Encuesta empresario – formato online – Colombia

(Sólo encabezado y preguntas descriptivas ,  
las preguntas de 16 en adelante idem al Anexo 4 )

### Encuesta a empresarios colombianos y peruanos: "La relación entre la innovación y el desempeño en la MIPYME del sector textil de confecciones de la Industria de la Moda"

La presente investigación es conducida por la candidata a Doctor, Rosa Patricia Larios Francia por el Doctorado en Gestión Estratégica del Consorcio de Universidades Peruanas. El objetivo de este estudio es responder a la pregunta: ¿Qué relación existe entre la innovación y el desempeño de la MIPYME del Sector Textil de Confección? El estudio se desarrollará con empresas de Perú y Colombia. Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder una encuesta, lo que le tomará 10 minutos de su tiempo.

El propósito de este protocolo es brindar a los y a las participantes en esta investigación: "La relación entre la innovación y el desempeño en las PYMEs: Caso del sector textil de confecciones en el Perú y generalizaciones para países en desarrollo", una explicación clara de la naturaleza de la misma, así como del rol que tienen en ella.

Su participación será voluntaria. La información que se recoja será estrictamente confidencial y no se podrá utilizar para ningún otro propósito que no este contemplado en esta investigación. La misma que será almacenada en la pc personal de la investigadora por un lapso de 5 años.

Si se sintiera incómoda o incómodo, frente a alguna de las preguntas, puede ponerlo en conocimiento de la persona a cargo de la investigación y abstenerse de responder. Para esto, puede comunicarme con la investigadora al correo electrónico: [rosari@ulima.edu.pe](mailto:rosari@ulima.edu.pe)

Muchas gracias por su participación.

**Obligatorio**

1 País \*

Marca solo un óvalo.

Perú

Colombia

Otro

---

2. Ciudad \*

Marca sólo un óvalo.

- Medellín
- Bogotá
- Cali
- Lima
- Otro: \_\_\_\_\_

3. Razón Social de la empresa \*

\_\_\_\_\_

4. Actividad principal \*

Seleccione todos los que correspondan:

- Diseño
- Textil (hilatura-tejeduría-tintorería acabado)
- Confección
- Textil y Confección
- Comercialización

5. Nombre

\_\_\_\_\_

6. Cargo en la empresa

\_\_\_\_\_

7. Sexo \*

Marca sólo un óvalo.

- Mujer
- Hombre

8. Nivel Educativo \*

Marca solo un óvalo.

- Primaria
- Secundaria
- Técnico
- Universitario
- Postgrado

9. Años de funcionamiento de la empresa \*

Colocar opción de número de años

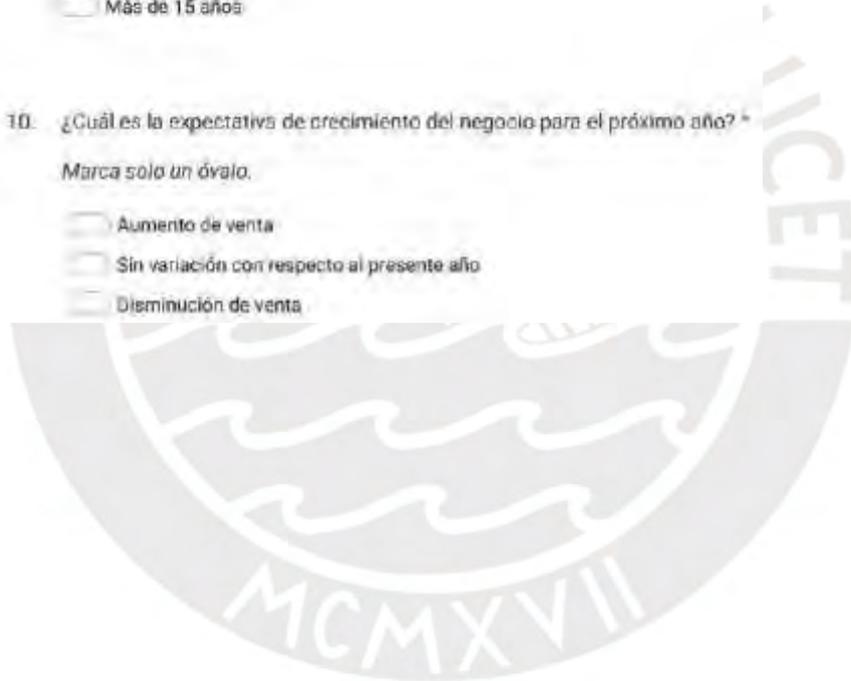
Marca solo un óvalo.

- De 1 a 5
- De 6 a 10
- De 11 a 15
- Más de 15 años

10. ¿Cuál es la expectativa de crecimiento del negocio para el próximo año? \*

Marca solo un óvalo.

- Aumento de venta
- Sin variación con respecto al presente año
- Disminución de venta



---

11. Ventas totales anual (LVT = \$ 38004) Colombia \*

Marca solo un óvalo

- Inferior a 23.563 LVT - Colombia - MICRO
- Entre 23.563 y menos de 204.995 LVT - Colombia - PEQUEÑA
- Entre 204.995 y 1.736.564 LVT - Colombia - MEDIANA
- Mayor a 1.736.564 LVT - Colombia - GRANDE
- Inferior a 150 UIT - Perú - MICRO
- Entre 150 y menos de 1700 UIT - Perú - PEQUEÑA
- Entre 1700 y 2300 UIT - Perú - MEDIANA
- Mayor a 2300 UIT - Perú - GRANDE

12. ¿Cuántas personas trabajan actualmente en su empresa? \*

Marca solo un óvalo

- De 1 a 5
- De 6 a 10
- De 11 a 20
- De 21 a 50
- De 51 a 100
- Mas de 100

13. ¿Tiene marca propia? \*

Marca solo un óvalo

- Sí
- No

14. ¿A qué mercado atiende? \*

Selecciona todas las que corresponden.

- Local
- Regional
- Nacional
- Internacional

15. ¿Ofrece el servicio de maquila? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

Salta a la pregunta 16

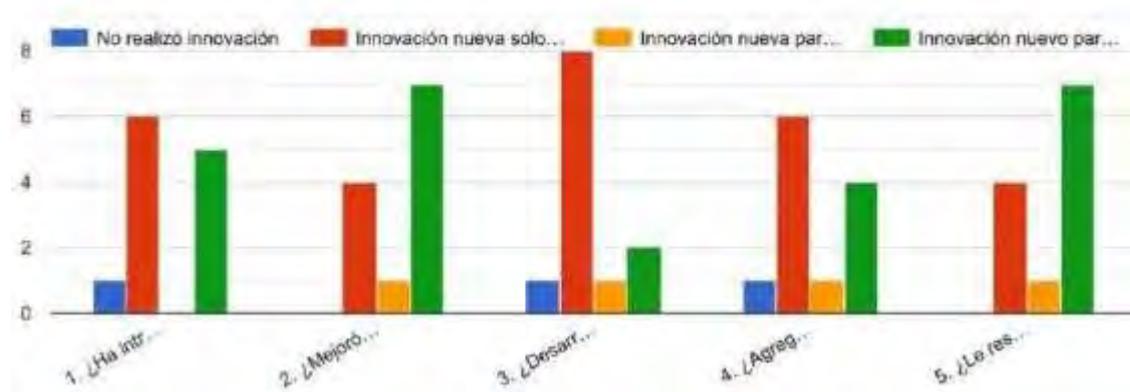
**INNOVACIÓN**

"INNOVACIÓN" es un producto o proceso nuevo o mejorado (o combinación de ambos) que difiere significativamente de los productos o procesos anteriores de la empresa y que ha sido puesto a disposición de los usuarios potenciales.(OECD, 2018)



## Anexo 7 Resultados Encuesta Online Colombia

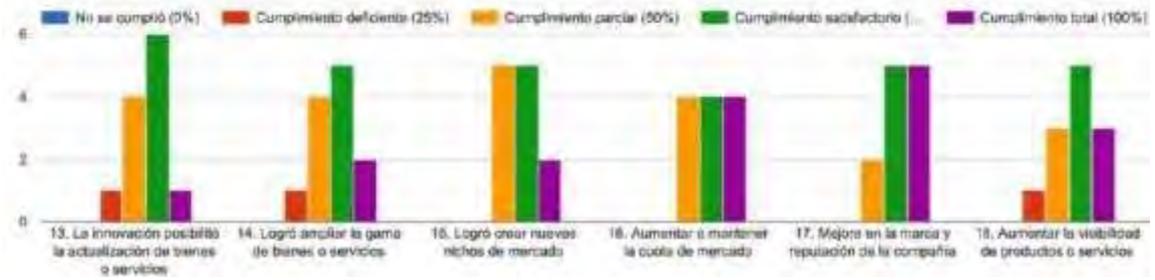
### INNOVACIÓN DE PRODUCTO



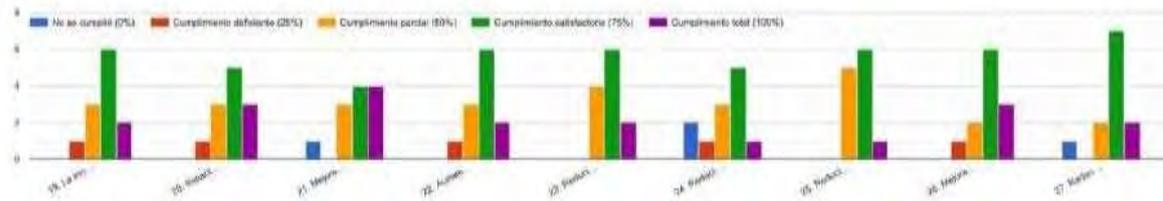
### INNOVACIÓN DE PROCESO DE NEGOCIO



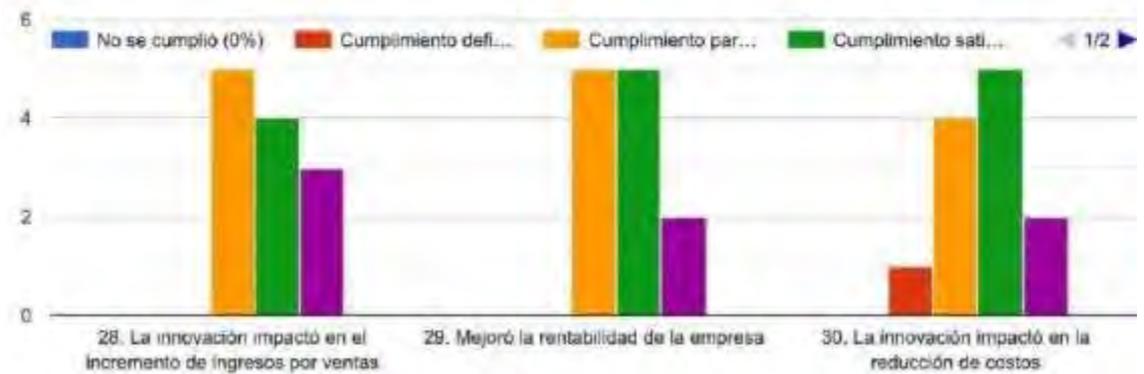
### Objetivos de desempeño comercial de la empresa



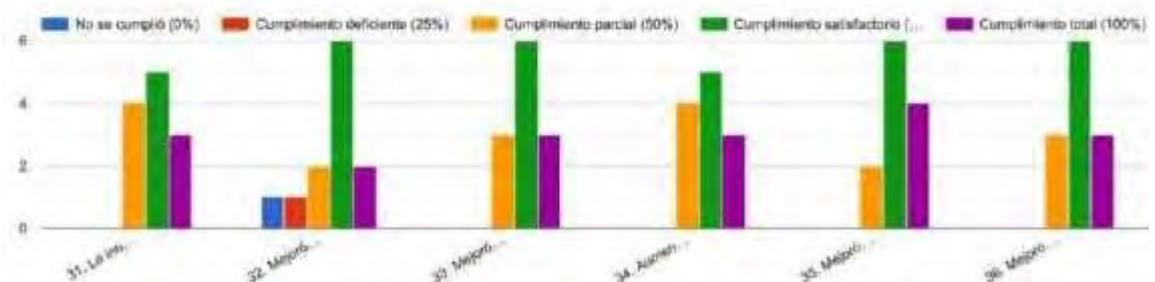
### Objetivos de desempeño en la Producción y entrega



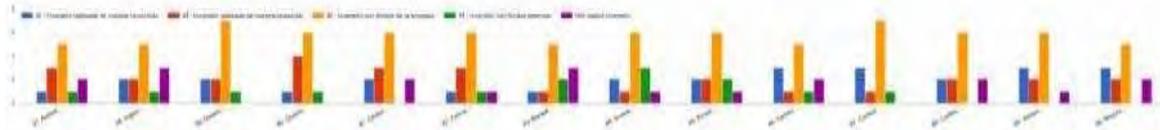
### Objetivos de desempeño económico



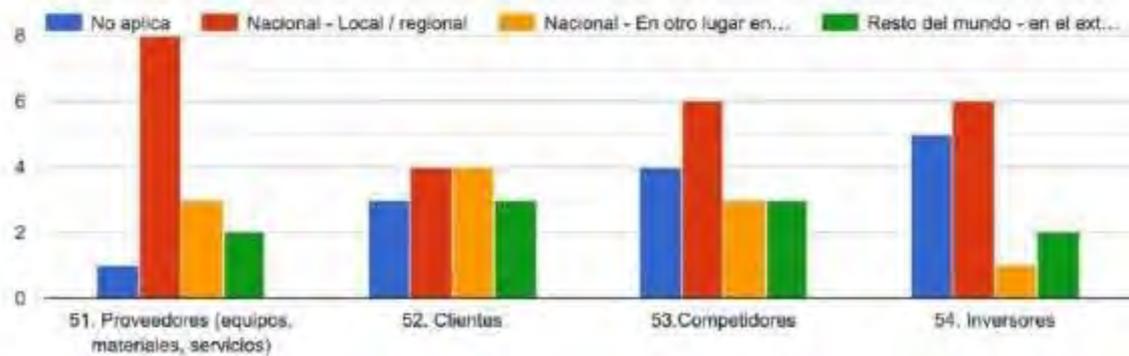
### Objetivos de desempeño organizacional



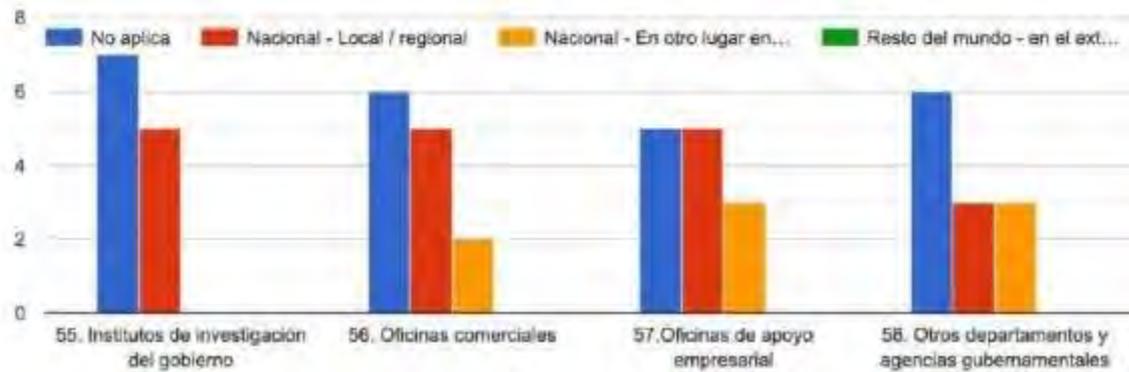
INDICADOR DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN



Socios colaboradores para la innovación :Empresas comerciales



Socios colaboradores para la innovación :Gobierno



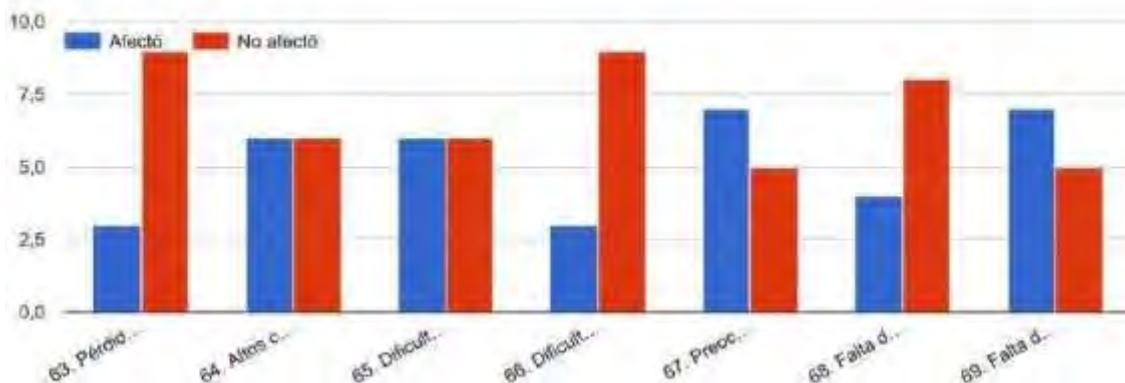
Socios colaboradores para la innovación: Instituciones de Educación superior



Socios colaboradores para la innovación: Empresa privada sin fines de lucro



Factores que impiden que una empresa interactúe con otras partes en la producción o intercambio de conocimiento



## Anexo 8

### Guía estructurada – Entrevista a Expertos

#### Entrevista de investigación doctoral

#### Expertos

Entrevista de la investigación “La relación entre la Innovación y el desempeño en la MIPYMEs: Caso del sector textil de confecciones en el Perú y países en desarrollo”. La información brindada sólo tendrá usos estadísticos y será de estricta confidencialidad por parte de la investigadora.

1. Por favor podría indicar su nombre, la empresa a la que pertenece y su cargo
2. Teniendo en cuenta que:

Una innovación es un producto o proceso nuevo o mejorado (o una combinación de ambos) que difiere significativamente de los productos o procesos anteriores de la unidad y que ha sido puesto a disposición de los usuarios potenciales (producto) o puesto en uso por la unidad (proceso) (OECD/Eurostat, 2018)

- Una innovación de producto es un bien o servicio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los bienes o servicios anteriores de la empresa y que ha sido introducido en el mercado.
- Una innovación de procesos de negocio es un proceso de negocio nuevo o mejorado para una o más funciones de negocio que difiere significativamente de los procesos de negocio anteriores de la empresa y que ha sido puesto en uso por la empresa.

3. ¿Desde su conocimiento del sector textil y confecciones, creo usted que las MIPYMEs innovan en producto?
4. ¿Desde su conocimiento del sector textil y confecciones, creo usted que las MIPYMEs innovan en producto?
  - a. Introducción de un nuevo método de producción o ingeniería
  - b. Distribución y logística
  - c. Marketing y ventas
  - d. Sistemas de información y comunicación
  - e. Administración y dirección
  - f. Desarrollo de producto, diseño o
  - g. nuevo modelo de negocio
5. ¿Considera que la inversión es un factor relevante para la generación de innovación, y en consecuencia de mejora de desempeño empresarial?
6. ¿Creo usted que la inversión en las siguientes actividades de innovación es importante, porque?

- a. Actividades de I+D+i
  - b. Ingeniería, diseño de producto y moda
  - c. Desarrollo de software y base de datos – TI
  - d. Formación
  - e. Marketing, equidad de marca. Investigación de mercado
  - f. Propiedad intelectual, pruebas de producto
  - g. Consultorías en gestión estratégica, certificaciones de sostenibilidad, de innovación
  - h. Adquisición de maquinaria, equipos, o reparación o reconversión de los mismos.
7. ¿Considera que la colaboración es un factor que puede moderar la relación de la innovación y su efecto en el desempeño empresarial?
8. Como experto en el sector que opinión le merece el papel de los siguientes actores como agentes de colaboración fundamentales para la generación de innovación en la MIPYME
- a. Empresas comerciales (proveedores, clientes, competidores, inversores)
  - b. Gobierno (oficinas comerciales, institutos de investigación del gobierno, oficinas de apoyo empresarial, otras agencias gubernamentales)
  - c. Academia (pública, privada, institutos)
  - d. Empresas privada sin fines de lucro (Gremios, cámaras, ONG)
9. Se procederá a presentar los resultados de la encuesta realizada a las MIPYMEs del Sector Textil de Confección de fabricación de prendas de vestir.
- a. ¿Qué opinión le sugiere los resultados frente al papel de los grupos de interés como agentes de colaboración y soporte para la innovación: Estado, Academia, Empresas comerciales y empresas sin fines de lucro (gremios, cámaras, institutos, etc)?
  - b. ¿Qué opinión le sugiere los resultados frente al proceso de inversión en innovación y el contexto en que se realiza?
10. Si tuviera la posibilidad de usted poner en marcha propuestas para el sector y poder desarrollar la innovación, que acciones tomaría?

## Anexo 9

### Protocolo de consentimiento informado para participantes

#### Protocolo de consentimiento informado para participantes

El propósito de este protocolo es brindar a los y a las participantes en esta investigación: **"La relación entre la innovación y el desempeño en las MIPYMES: Caso del sector textil de confecciones en el Perú y generalizaciones para países en desarrollo"**, una explicación clara de la naturaleza de la misma, así como del rol que tienen en ella.

La presente investigación es conducida por la candidata a Doctor, Rosa Patricia Larios Francia, de la Universidad de Lima. El objetivo de este estudio es responder a la pregunta: **¿Qué relación existe entre la innovación y el desempeño de la PYME del Sector Textil de Confección?**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder una entrevista, lo que le tomará 30 minutos de su tiempo. La conversación será grabada, así la investigadora podrá transcribir las ideas que usted haya expresado.

Su participación será voluntaria. La información que se recoja será estrictamente confidencial y no se podrá utilizar para ningún otro propósito que no esté contemplado en esta investigación. La misma que será almacenada en la pc personal de la investigadora por un lapso de 5 años.

En principio, la entrevista desarrollado con usted será confidencial, por ello serán codificadas utilizando un número de identificación.

Si tuviera alguna duda con relación al desarrollo del proyecto, usted es libre de formular las preguntas que considere pertinentes. Además, puede finalizar su participación en cualquier momento del estudio sin que esto represente algún perjuicio para usted. Si se sintiera incómoda o incómodo, frente a alguna de las preguntas, puede ponerlo en conocimiento de la persona a cargo de la investigación y abstenerse de responder.

Muchas gracias por su participación.

Yo, \_\_\_\_\_ doy mi consentimiento para participar en el estudio y soy consciente de que mi participación es enteramente voluntaria.

He recibido información en forma verbal sobre el estudio mencionado anteriormente y he leído la información escrita adjunta. He tenido la oportunidad de discutir sobre el estudio y hacer preguntas previas.

Al firmar este protocolo estoy de acuerdo con que mis datos personales, puedan ser usados según lo descrito en la hoja de información que detalla la investigación en la que estoy participando.

Entiendo que puedo finalizar mi participación en el estudio en cualquier momento, sin que esto represente algún perjuicio para mí.

Entiendo que recibiré una copia de este formulario de consentimiento e información del estudio y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo comunicarme con la señora Rosa Patricia Larios al correo electrónico [rlarios@ulima.edu.pe](mailto:rlarios@ulima.edu.pe). Y en caso de tener dudas sobre temas de ética de la investigación, lo podré hacer al Comité de Ética de la Investigación (CEI) al correo electrónico: [etica.investigacion@uvca.edu.pe](mailto:etica.investigacion@uvca.edu.pe).

Nombre completo del (de la) participante \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

Nombre del investigador responsable \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

## Anexo 10

### Lista de Códigos Análisis Atlas.ti.22

Código
INNOVACION
INNOVACION: calidad de vida
INNOVACION: capacitarse es económico
INNOVACION: capital humano
INNOVACION: compartir infraestructura tecnológica
INNOVACION: comprar información y experiencias
INNOVACION: conocimiento
INNOVACION: creatividad
INNOVACION: cultura de innovación
INNOVACION: cultura emprendedora
INNOVACION: disciplina
INNOVACION: el conocimiento es efímero
INNOVACION: emprendedor
INNOVACION: esfuerzo por mejorar
INNOVACION: especificaciones de producto
INNOVACION: estándar de trabajo
INNOVACION: estrategia
INNOVACION: gestión de conocimiento
INNOVACION: gestión del cambio
INNOVACION: incertidumbre
INNOVACION: industria 4.0
INNOVACION: innovación
INNOVACION: innovación no puede ser fragmentada
INNOVACION: investigación
INNOVACION: la innovación es necesaria para las empresas
INNOVACION: las ideas generan nuevos productos
INNOVACION: las ideas transforman un modelo de negocio
INNOVACION: liderazgo empresarial
INNOVACION: liderazgo en costos
INNOVACION: manera de hacer las cosas
INNOVACION: más importante los procesos que la maquinaria
INNOVACION: mejora de costos
INNOVACION: mejora de métodos
INNOVACION: mente abierta al cambio
INNOVACION: mente cerrada al cambio
INNOVACION: mercadeo INNOVACION: recurso económico INNOVACION: servicio de valor
INNOVACION: solucionar problemas de ciudad
INNOVACION: transferencia de conocimiento
INNOVACION: transferencia tecnológica
INNOVACION: ventaja competitiva
INNOVACION_PROCESO_NEGOCIO
INNOVACION_PROCESO_NEGOCIO: Innovación en diseño de moda INNOVACION_PROCESO_NEGOCIO: Innovación en nuevo modelo de negocio INNOVACION_PROCESO_NEGOCIO: Innovación en proceso de desarrollo de producto INNOVACION_PROCESO_NEGOCIO: Innovación en proceso de distribución y logística INNOVACION_PROCESO_NEGOCIO: Innovación en proceso de gestión INNOVACION_PROCESO_NEGOCIO: Innovación en proceso de marketing y ventas INNOVACION_PROCESO_NEGOCIO: Innovación en proceso de sistema de información y comunicación INNOVACION_PROCESO_NEGOCIO: Innovación método de producción o ingeniería INNOVACION_PRODUCTO
INNOVACION_PRODUCTO: Desarrolla uso mejorado de bienes
INNOVACION_PRODUCTO: Innovación de Producto
INNOVACION_PRODUCTO: Innovación de servicio
INNOVACION_PRODUCTO: Introducción nuevo producto
INNOVACION_PRODUCTO: Mejora rendimiento por cambio materiales

---

**Código**

---

**ACADEMIA**

ACADEMIA: academia desconoce realidad MIPYME  
ACADEMIA: academia desconoce realidad sectorial  
ACADEMIA: academia no genera valor a industria  
ACADEMIA: busca cubrir sólo intereses científicos no del sector  
ACADEMIA: carreras textiles en extinción  
ACADEMIA: falta articular la I+D de academia con empresa  
ACADEMIA: falta compromiso academia con la ejecución real de problema del sector  
ACADEMIA: oferta de nuevos cursos especialización COLABORACION\_ACADEMIA  
COLABORACION\_ACADEMIA: Institutos superiores de moda  
COLABORACION\_ACADEMIA: Institutos superiores de personal técnico  
COLABORACION\_ACADEMIA: Universidades  
COLABORACION\_EMPRESA\_PRIVADA\_SIN\_FIN\_LUCRO  
COLABORACION\_EMPRESA\_PRIVADA\_SIN\_FIN\_LUCRO: articulación con academia para soporte a MIPYME  
COLABORACION\_EMPRESA\_PRIVADA\_SIN\_FIN\_LUCRO: asistencia técnica  
COLABORACION\_EMPRESA\_PRIVADA\_SIN\_FIN\_LUCRO: Asociaciones sin fines de lucro  
COLABORACION\_EMPRESA\_PRIVADA\_SIN\_FIN\_LUCRO: Cámaras COLABORACION\_EMPRESA\_PRIVADA\_SIN\_FIN\_LUCRO:  
Clúster  
COLABORACION\_EMPRESA\_PRIVADA\_SIN\_FIN\_LUCRO: Institutos privados de investigación  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: atraer personas para desarrollar negocios  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: capital intangible de conocimiento EMPRESAS  
PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: compartir conocimiento  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: convertir conocimiento en dinero  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: desarrollar negocios EMPRESAS  
PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: desvinculado con la MIPYME EMPRESAS  
PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: encadenamiento con el mercado EMPRESAS  
PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: fortalecimiento de capacidades  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: innovación abierta empresa grande-Mipyme  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: innovación colaborativa  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: Innovación en el SER  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: innovación en servicio de postventa  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: laboratorio de negocio  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: laboratorio de prueba de concepto en gremios  
EMPRESAS PRIVADA SIN FINES DE LUCRO: mesas compartidas  
COLABORACION\_EMPRESAS\_COMERCIALES  
COLABORACION\_EMPRESAS\_COMERCIALES: Clientes  
COLABORACION\_EMPRESAS\_COMERCIALES: Competidores  
COLABORACION\_EMPRESAS\_COMERCIALES: Inversores  
COLABORACION\_EMPRESAS\_COMERCIALES: Proveedores  
GRAN EMPRESA  
GRAN EMPRESA: apalancamiento de la empresa privada  
GRAN EMPRESA: cluster de moda sostenible  
GRAN EMPRESA: empresas apadrina MIPYME  
GRAN EMPRESA: encadenamiento con empresas tractoras  
GRAN EMPRESA: falta de apertura de la gran empresa GRAN  
EMPRESA: formación a medida de la empresa GRAN  
EMPRESA: formación en biomateriales  
GRAN EMPRESA: formación en desarrollo de nuevos materiales  
GRAN EMPRESA: formación en wearables  
GRAN EMPRESA: formación industria 4.0 en moda  
GRAN EMPRESA: formación técnica  
GRAN EMPRESA: gestión con indicadores  
GRAN EMPRESA: modelo de ecosistema por diseño  
GRAN EMPRESA: responsabilidad social  
COLABORACION\_GOBIERNO  
COLABORACION\_GOBIERNO: Institutos de investigación de gobierno  
COLABORACION\_GOBIERNO: Oficina apoyo empresarial COLABORACION\_GOBIERNO:  
Oficinas comerciales  
ESTADO  
ESTADO: desarticulación mediana con pequeña y micro  
ESTADO: desconfianza a fondos del gobierno ESTADO:  
desconocimiento transversal del sector  
ESTADO: Estado debe ser actor vinculante entre empresas -MIPYME-Academia ESTADO:  
estado desconoce brechas sectoriales  
ESTADO: estado desconoce las brechas de las MIPYME ESTADO: falta  
apoyo del estado para la investigación e innovación  
ESTADO: falta apoyo del gobierno para programas de desarrollo empresarial ESTADO:  
falta desarrollo políticas públicas eficientes  
ESTADO: fondos concursales restrictivos para MIPYME  
ESTADO: fondos gestionados por gremios  
ESTADO: fondos internacionales  
ESTADO: fondos públicos para apoyo a empresas  
ESTADO: modelos de negocio internacionales ESTADO:  
políticas tributarias complejas  
ESTADO: proyectos nacionales del gobierno central  
ESTADO: servicios de capacitación gratuita  
INVERSION  
INVERSION: Actividad de equidad de marca INVERSION:  
Actividades adquisición base de datos INVERSION:  
Actividades de desarrollo de software INVERSION:  
Actividades de digitalización, comercio web  
INVERSION: Actividades de diseño de moda o actividades creativas  
INVERSION: Actividades de formación  
INVERSION: Actividades de I+D  
INVERSION: Actividades de ingeniería  
INVERSION: Actividades de marketing  
INVERSION: Adquisición de maquinaria y equipos INVERSION:  
Certificaciones o acreditación de gestión INVERSION: Consultoría  
en gestión estratégicas INVERSION: Fondos externos  
INVERSION: Fondos propios  
INVERSION: Investigación de mercado  
INVERSION: Pruebas de producto  
INVERSION: Reversión de maquinaria y equipos

---

Código

DESEMPEÑO\_EMPRESARIAL

DESEMPEÑO\_EMPRESARIAL: Desempeño comercial

DESEMPEÑO\_EMPRESARIAL: Desempeño económico

DESEMPEÑO\_EMPRESARIAL: Desempeño Organizacional

DESEMPEÑO\_EMPRESARIAL: Desempeño Productivo

MIPYME

MIPYME: adaptación de innovaciones de producto

MIPYME: alta rotación del personal

MIPYME: Alta\_Productividad

MIPYME: articulación

MIPYME: asociatividad entre empresas

MIPYME: atomizados y divididos

MIPYME: capacidad para invertir en innovación MIPYME:

capacidades instaladas para la innovación MIPYME:

capacitación en metodologías de mejora MIPYME:

capacitación según necesidad de la empresa MIPYME:

certificación en sistemas de gestión de calidad MIPYME:

cooperativismo

MIPYME: cultura de trabajo

MIPYME: debilidad para formular proyectos

MIPYME: desconfianza

MIPYME: Eficiencia

MIPYME: empresario no toma riesgos

MIPYME: empresario tradicional

MIPYME: estabilidad del personal

MIPYME: Falta acceso financiamiento

MIPYME: falta articulación academia-empresa-estado

MIPYME: falta articulación entre MIPYME

MIPYME: falta de compromiso para innovación

MIPYME: falta recurso capacitado en tecnologías de información

MIPYME: falta recurso económico para I+D+i

MIPYME: falta tecnología

MIPYME: falta tiempo para dedicar a innovación

MIPYME: incrementar número de MIPYMES exportadoras

MIPYME: ineficiencia

MIPYME: Informalidad

MIPYME: instituciones

MIPYME: la gran empresa no llega a la MIPYME

MIPYME: la MIPYME no evidencia la importancia de afiliarse a un gremio que lo represente MIPYME: La

MIPYME no piensa en innovación

MIPYME: Los gremios Mipymes desarticulados

MIPYME: manufactura esbelta

MIPYME: market place

MIPYME: Mediana empresa

MIPYME: Micro empresa miedo a perder independencia con innovación

MIPYME: Mipyme continuar desarrollo de gran empresa

MIPYME: MIPYME espera capacitación gratuita del Estado

MIPYME: MIPYMES no tiene infraestructura para sistemas de información

MIPYME: no existe valor compartido

MIPYME: no hay innovación en procesos

MIPYME: no hay innovación en producto

MIPYME: no hay organización en MIPYME

MIPYME: no intenta renovarse

MIPYME: no se fortalece a la MIPYME

MIPYME: obsolescencia

MIPYME: oferta completa para el cliente MIPYME:

omnicanalidad

MIPYME: oportunidad

MIPYME: página web

MIPYME: participación de actores

MIPYME: Pequeña empresa

MIPYME: personal comprometido

MIPYME: personal motivado

MIPYME: personal no es totalmente estable

MIPYME: personal profesional en TI MIPYME:

planeamiento

MIPYME: política de cambio y devoluciones

MIPYME: proceso de compra

MIPYME: proceso de producción

MIPYME: producir con mejor calidad que la marca internacional

MIPYME: productores

MIPYME: profesionalizar el negocio

MIPYME: red de proveeduría

MIPYME: redes sociales

MIPYME: supervivencia

MIPYME: todista

---

**Código**

---

SECTOR Textil\_CONFECCIONES  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: accesorios  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: ADN de marca  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: alianzas  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: alta costura  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: bajo margen de utilidad  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: básicos  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Calidad  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: catálogo virtual  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: certificación de sostenibilidad  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: colecciones por temporada  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: colecciones rápidas  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: colorido  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Comercializador  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: compromiso con el consumidor  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: conectarte con tu consumidor  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: confeccionistas  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: confianza  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: conocer el mercado  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Construir marcas  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: copia de producto  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: corsetería  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: cultura de marca  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: desarrollo textil  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: desarrollo de producto  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: desarticulación de la cadena del sector textil y confecciones  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: diseño de prenda  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: diseños  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Diversificación de productos  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: e-commerce  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: eficiencia  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: ejercicios de diseño de prendas para empresa desde la academia  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: entender necesidad de mercado SECTOR Textil\_CONFECCIONES:  
entrenadores de personal operativo SECTOR Textil\_CONFECCIONES: equipo de diseñadores  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: equipos interdisciplinarios  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: ergonomía  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: estrategia de moda  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: expansión  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: experiencia de compra en página web  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: exportaciones de alto valor  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: exportaciones de valor agregado  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Falta actualización de tecnología  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Falta análisis de costos  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: falta de comunicación  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: falta de reconocimiento  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: falta de recurso humano  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Falta diseño de moda  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: falta gestión  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: falta interés en capacitarse  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: falta manejo de información de indicadores producción  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Falta personal calificado  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Franquicia  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: identidad de marca  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: incentivos de mercado  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: internacionalización de las marcas  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Maquila  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Marca Propia SECTOR Textil\_CONFECCIONES:  
marcas de diseñador SECTOR Textil\_CONFECCIONES: materiales sostenibles  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: mercado de alto valor  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: mercado informal  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: merchandizing SECTOR Textil\_CONFECCIONES:  
necesidad de laboratorio de prueba de concepto SECTOR Textil\_CONFECCIONES: nicho  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: nichos de valor  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: No desarrolla marca propia  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: No hay desarrollo de nuevos materiales  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: no somos competitivos en liderazgo de costos  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: nueva línea de producto  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: nuevas competencias  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: nuevas texturas  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: nuevos acabados textiles  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: nuevos hilos  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: nuevos materiales  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: producto sin valor agregado  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: productos de moda  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: pronta moda  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: público diferenciado  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: reconocimiento de la marca  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: requisitos complejos para programas de internacionalización  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Retail  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: ropas de baño  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: segmentación del mercado  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: sello de marca  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: sentido de pertenencia  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: servicio delivery  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: sistema lean de producción  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: sistema lineal de producción  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: sistema moda  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: sistema modular de producción  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: sistemas de información  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: software de análisis de tiempos y métodos  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: software de productividad  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Sourcing internacional  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Sourcing nacional  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: sus productos no ingresan a nuevos mercados  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: tallaje de prendas  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: talleres multiestilos  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Tecnología de punta  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: tecnología digital  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Tecnología verde  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: tendencias SECTOR Textil\_CONFECCIONES:  
tiempo de I+D empresa distinto de academia SECTOR Textil\_CONFECCIONES: tiendas  
multimarca SECTOR Textil\_CONFECCIONES: Tiendas propias  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: transversalidad  
SECTOR Textil\_CONFECCIONES: vanguardia SECTOR Textil\_CONFECCIONES:  
volumen de producción

**Anexo 11**  
**Evidencia Encuestas y entrevistas Colombia**



Larios, Mipyme Piel Canela, 2019, Colombia



Larios, Mipyme MARALTA, 2019, Colombia



Larios, Mipyme Arte Agregado, 2019, Colombia



Larios, Mipyme Misura, 2019, Colombia



Larios, Mipyme Noisé, 2019, Colombia



Larios, INCOOMAR, 2019, Colombia



Larios, Mipyme Manufacturas Texvision, 2019, Colombia



Larios, Inexmoda, 2019, Colombia



Larios, SENA , 2019, Colombia



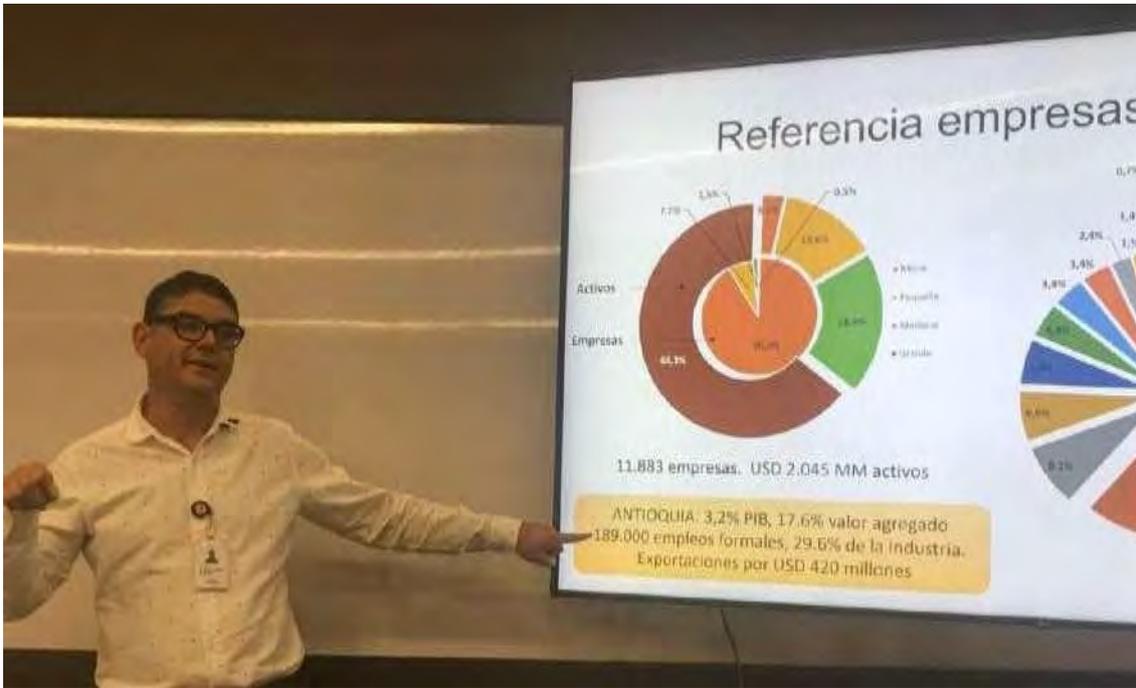
Larios, Universidad Pontificia Bolivariana, 2019, Colombia



Larios, Universidad Pontificia Bolivariana, 2019, Colombia



Larios, Clúster de Moda de Medellín, 2019, Colombia



Larios, Clúster de Moda de Medellín, 2019, Colombia



Larios, Cámara de Comercio de Bogotá, 2019, Colombia

**Anexo 12**  
**Evidencia encuesta y entrevista empresarios Perú**



Larios, Empresarios Cluster de Moda Sostenible Perú, 2019



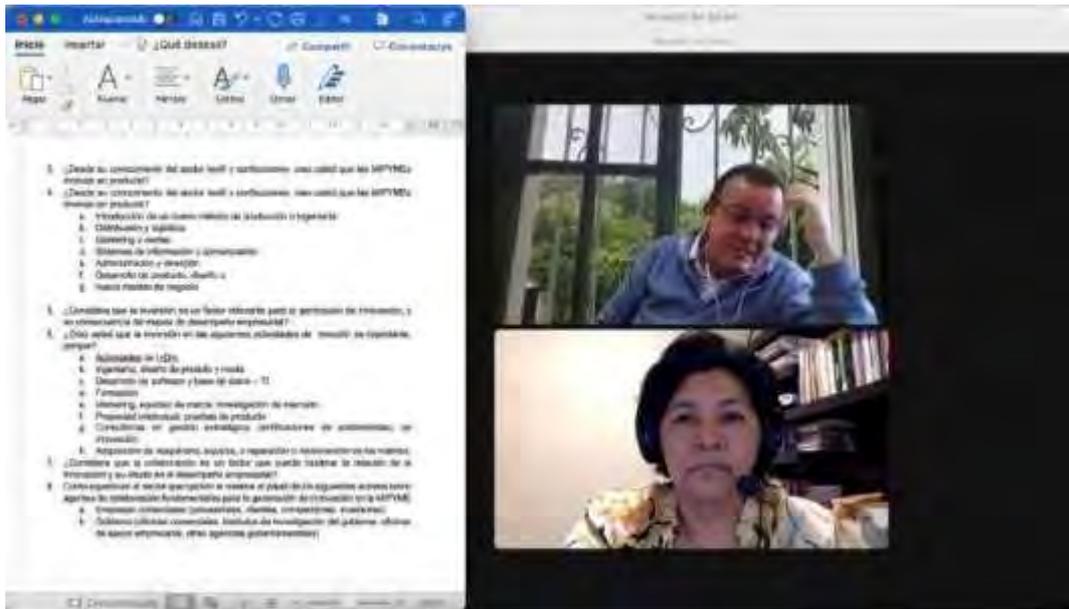
Larios, Reunión con participantes Mipymes Clases maestras, 2020, Perú



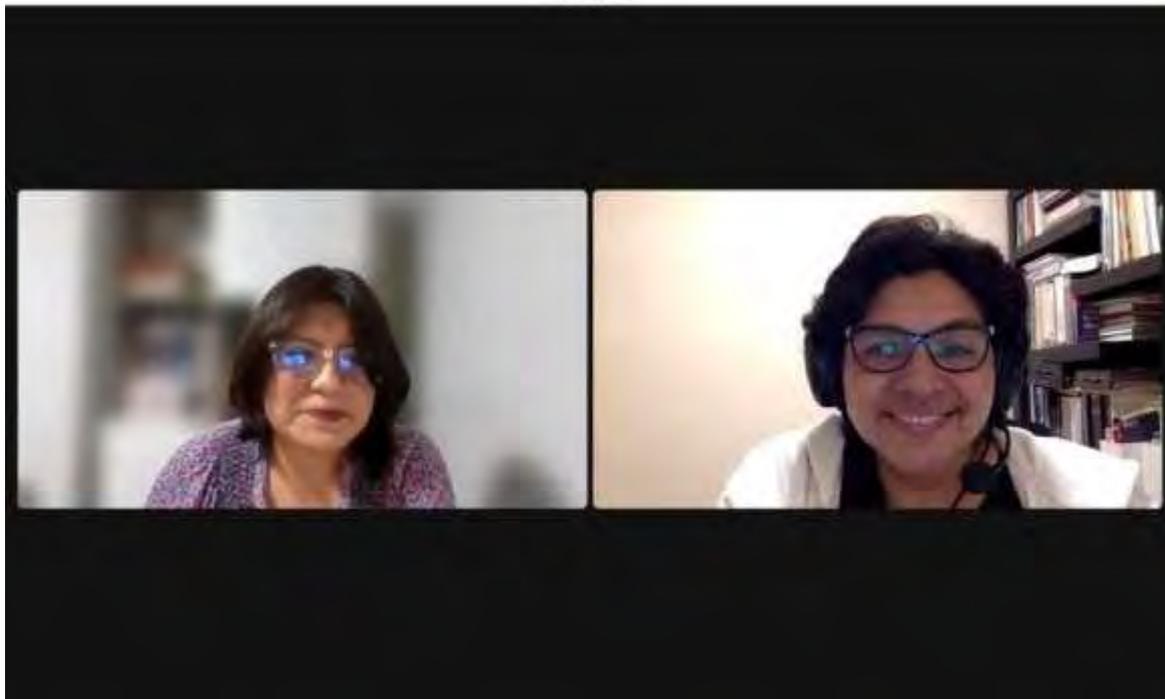
Larios, Mipyme Tatiane Salazar, 2022, Perú



Larios, Reunión con participantes Mipymes a encuesta on-line Clases maestras, 2022, Perú



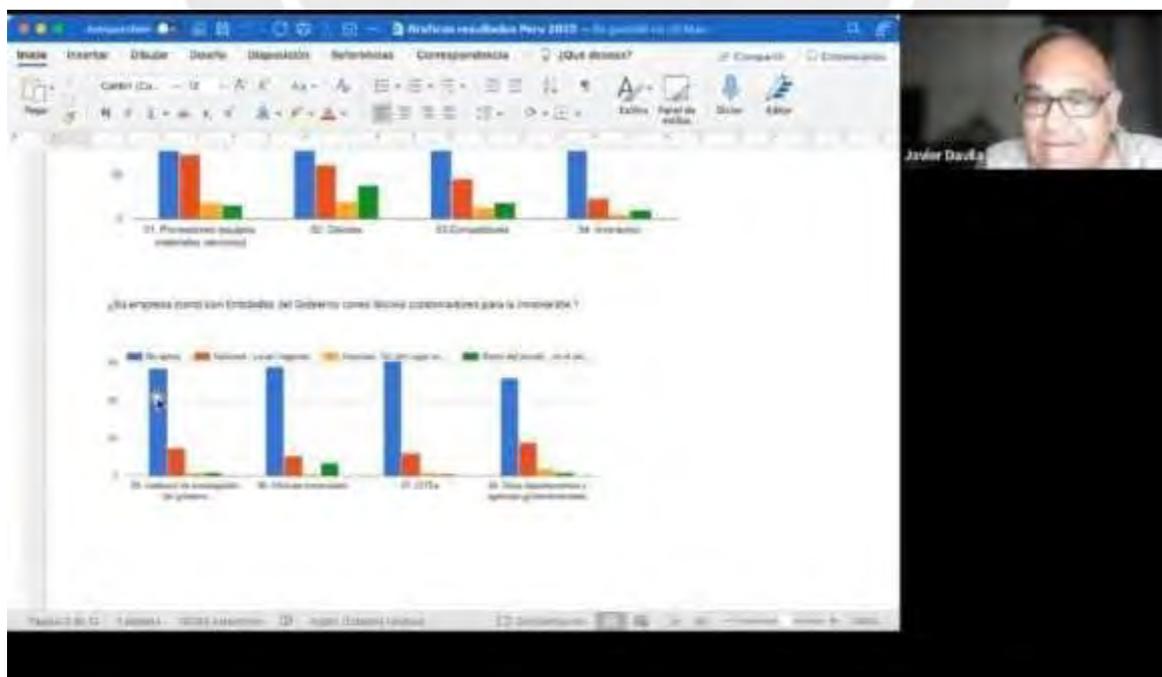
Larios, Entrevista Martín Reaño – SIN, 2022, Perú



Larios, Entrevista Ilse Rivas – Senati, 2022, Perú



Larios, Entrevista Luis Antonio Aspillaga – CEO WTS – Presidente CCL,2022, Perú



Larios, Entrevista – Javier Dávila – Vice Ministro Mipyme, 2022, Perú



Larios, Entrevista Vladimir Barahona Director Universidad Tecnológica del Perú, 2022, Perú

