



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y LA
PRODUCTIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS RUBRO PANADERÍAS DEL DISTRITO DE
AYACUCHO, 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Br. FALCONI OTAZO IRVING JHONATAN

ASESOR:

Dr. FLORES AYALA ADALBERTO PROSPERO

AYACUCHO – PERU

2018

JURADO EVALUADOR

.....
Dra. ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
DAR

.....
Mg. BERROCAL CHILLCCE, JUDITH
MIEMBRO

.....
Mg. QUISPE MEDINA, WILBER
MIEMBRO

.....
Dr. FLORES AYALA, ADALBERTO PROSPERO
ASESOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme, para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado de culminar una carrera profesional.

A la UNIVERSIDAD
CATÓLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE por darme la
Oportunidad de estudiar y ser profesional.

Sobre todo a Dios por darme la vida, a mis padres por apoyarme en el aspecto económico y moral, a mis hermanos por sus sabios consejos.

RESUMEN

Actualmente en el mundo de la panificación se observa que la modernización y los cambios en este sector industrial son más frecuentes; los empresarios de este rubro no están a la vanguardia de dicha innovación. La investigación tuvo como objetivo general, Describir las características de la innovación tecnológica y la productividad de las panaderías del distrito de Ayacucho 2018. La investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptiva, para el recojo de la información se escogió una muestra de 18 propietarios o administradores de panaderías siendo una población finita, a quienes se les aplico un cuestionario de 20 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta de estilo Likert. Obteniendo los siguientes resultados: el 33% de los propietarios o administradores no aplican conocimientos nuevos por no capacitarse y existe un porcentaje del 11% de quienes si buscan conocimientos nuevos; él 56% de los encuestados muestran que las panaderías en Ayacucho no realizan diferentes panes se conforman con el chapla y la wawa pero si dispondrían de tecnología avanzada se les haría más fácil; un 44% muestra la necesidad de una mayor implementación de espacios. Llegando a la conclusión siguiente que las panaderías carecen de innovación tecnológica ya que continúa desarrollando los mismos procesos tradicionales y siguen elaborando las mismas variedades de panes; las panaderías Ayacuchanas no desarrollan nuevos conocimientos ni experiencias por miedo al cambio.

Palabras claves: *innovación, productividad, tecnología*

ABSTRACT

Currently in the world of baking, it is observed that modernization and changes in this industrial sector are more frequent; entrepreneurs in this area are not at the forefront of such innovation. The main objective of the research was Describe the characteristics of technological innovation and the productivity of bakeries in the district of Ayacucho 2018. The research was quantitative, descriptive level, for the collection of information a sample of 18 owners or managers was chosen. bakeries being a finite population, to whom a questionnaire of 20 closed questions was applied, applying the Likert style survey technique. Obtaining the following results: 33% of the owners or administrators do not apply new knowledge due to not being trained and there is a percentage of 11% of those who seek new knowledge; he 56% of the respondents show that the bakeries in Ayacucho do not make different breads are satisfied with the chapla and the wawa but if they had advanced technology it would be easier for them; 44% shows the need for a greater implementation of spaces. Arriving at the following conclusion that the bakeries lack technological innovation since it continues developing the same traditional processes and continue elaborating the same varieties of breads; Ayacuchanas bakeries do not develop new knowledge or experiences for fear of change.

Keywords: *innovation, productivity, technology*

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
I. INTRODUCCION.....	12
II. REVISION DE LA LITERATURA.....	15
2.1. Antecedentes:	15
2.2. Marco Teórico:.....	21
III. HIPÓTESIS	46
IV. METODOLOGIA.....	47
4.1. Diseño de la investigación	47
4.2. Población y Muestra.....	47
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	48
4.3.1. Operacionalización de variables	49
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	50
4.5. Plan de Análisis.....	51
4.6. Matriz de consistencia.....	52
4.7. Principios éticos	53
V. RESULTADOS	54
5.1. Resultados	54
5.2. Análisis de resultados.....	74
VI. CONCLUSIONES	77
VII. REFERENCIAS.....	81
ANEXOS	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Operacionalización de la Variable I.....	49
Tabla N° 2 Operacionalización de la Variable II.....	49
Tabla N° 3. Técnicas e instrumentos	50
Tabla N°4. ¿Ha recibido usted alguna capacitación sobre productos nuevos o mejorados este último año?	54
Tabla N°5. ¿Usted aplica conocimientos nuevos o mejorados en su forma de elaborar pan?	55
Tabla N°6 . ¿Utiliza ingredientes nuevos o mejorados para la elaboración de pan?	56
Tabla N° 7. ¿Se atrevería a innovar los ingredientes del pan chapla?	57
Tabla N°8. ¿Cambiaría sus máquinas artesanales por máquinas nuevas o mejoradas?	58
Tabla N°9. ¿Cree usted que si implementa maquinarias nuevas o mejoradas aumentaría su producción?	59
Tabla N°10. ¿Aplica usted procesos nuevos o mejorados en su forma de elaborar pan?.....	60
Tabla N°11. ¿Usted reemplazaría a sus colaboradores por máquinas tecnológicamente nuevas o mejoradas?.....	61
Tabla N° 12. ¿Usted cree que el tamaño y forma del pan atrae a sus clientes?.....	62
Tabla N° 13. ¿Alguna vez inventó un pan diferente a los que se encuentran en el mercado ayacuchano?.....	63
Tabla N° 14. ¿Produce panes en cualquier momento del día?.....	64
Tabla N° 15. ¿ Los colaboradores cumplen con el proceso de producción?.....	65
Tabla N° 16. ¿ Cuenta con espacios suficientes para cada proceso de selección?...	66
Tabla N° 17. ¿ Los colaboradores usan adecuadamente la materia prima?.....	67
Tabla N° 18. ¿Si usted implantaría maquinarias modernas su costo de producción sería menor?.....	68
Tabla N° 19. ¿Según su percepción, si implantaría tecnología, reduciría el tiempo de producción ?	69
Tabla N° 20. ¿Los colaboradores orientan sus habilidades hacia los objetivos?.....	70
Tabla N° 21. ¿La producción artesanal que utiliza le genera resultados favorables ?	71

Tabla N° 22. ¿Usted cree que si produjera otras variedades de pan le generaría mas rentabilidad ?	72
Tabla N° 23. ¿Cree usted que con las ventas realizadas percibe una buena rentabilidad?	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. ¿Ha recibido usted alguna capacitación sobre productos nuevos o mejorados este último año?.....	54
Figura N° 2. ¿Usted aplica conocimientos nuevos o mejorados en su forma de elaborar pan?.....	55
Figura N° 3. ¿Utiliza ingredientes nuevos o mejorados para la elaboración de pan?56	
Figura N° 4. ¿Se atrevería a innovar los ingredientes del pan chapla?.....	57
Figura N°5. ¿Cambiaría sus máquinas artesanales por máquinas nuevas o mejoradas?	58
Figura N°6. ¿Cree usted que si implementa maquinarias nuevas o mejoradas aumentaría su producción?	59
Figura N°7. ¿Aplica usted procesos nuevos o mejorados en su forma de elaborar pan?.....	60
Figura N°8. ¿Usted reemplazaría a sus colaboradores por máquinas tecnológicamente nuevas o mejoradas?.....	61
Figura N° 9. ¿Usted cree que el tamaño y forma del pan atrae a sus clientes?	62
Figura N°10. ¿Alguna vez inventó un pan diferente a los que se encuentran en el mercado ayacuchano?.....	63
Figura N° 11. ¿Produce panes en cualquier momento del día?	64
Figura N° 12. ¿Los colaboradores cumplen con el proceso de producción?.....	65
Figura N° 13. ¿Cuentan con espacios suficientes para cada proceso de selección ?66	
Figura N°14. ¿Los colaboradores usan adecuadamente la materia prima ?	67
Figura N°15. ¿Si usted implementara maquinarias modernas su costo de producción sería menor ?	68
Figura N°16. ¿Según su percepción; si implementara tecnología, reduciría el tiempo de producción ?.....	69
Figura N°17. ¿Los colaboradores orientan sus habilidades hacia los objetivos ?....	70
Figura N° 18. ¿La producción artesanal que utiliza le genera resultados favorables?	71
Figura N°19. ¿Usted cree que si produjera otras variedades de pan le generaría más rentabilidad?.....	72

Figura N°20.¿Cree usted que con las ventas realizadas percibe una buena rentabilidad?..... 73

I. INTRODUCCIÓN

En pleno siglo XXI podemos apreciar que en las diversas industrias de todo el mundo y de toda índole, se viene implementando el uso de equipos modernos y tecnológicos muy avanzados, que van a generar cambios sustanciales en dichas industrias. Estos cambios son cada vez más frecuentes y van de la mano con el proceso de la globalización.

Actualmente en el mundo de la panificación se observa que la modernización y los cambios en este sector industrial son cada día más frecuentes y profundos por el gran avance de la globalización. En todo nuestro territorio nacional actualmente hay innumerables variedades de panes, siendo el pan chapla y la tanta wawa los más característicos de nuestro departamento y también uno de los que tiene más demanda a nivel nacional.

La presente investigación está enfocada en describir los cambios de la innovación tecnológica en su aplicación, convirtiéndose en un factor esencial para el logro de los objetivos de las panaderías. Es decir, que el desarrollo tecnológico produce cambios y modificaciones a fin de adecuarse a las nuevas exigencias del mercado moderno.

Las principales causas por las que las empresas no pueden acceder a contar con tecnología son: primero, no poseen con suficiente capital para obtener estas máquinas y equipos; segundo no llevan registros contables o información gerencial confiable. También se tiene incertidumbre cualitativa, ya que no es posible determinar la certeza de las utilidades; sobre esto surge el problema general mediante la interrogante ¿Cuáles son las características de la innovación tecnológica y la productividad de las panaderías del distrito de Ayacucho 2018?

Asimismo, coherente con el problema se diseñó el objetivo general: describir las características de la innovación tecnológica y la productividad de las panaderías del distrito de Ayacucho 2018. Pero también describir las características de los productos nuevos o mejorados de las panaderías, describir las características de los procesos nuevos o mejorados de las panaderías, describir las características del valor agregado de las panaderías, describir las características de la eficiencia de las panaderías, describir las características de la eficacia de las panaderías.

La investigación a desarrollarse se justifica porque el resultado de este trabajo ayudara a las panaderías del distrito de Ayacucho y de otros ámbitos geográficos, ya que aportará el aumento de innovación tecnológica y por consiguiente mejorar la productividad, constituyendo así una fuente enriquecedora de conocimiento a las panaderías. La metodología está basada en el tipo de investigación descriptivo que buscará analizar y describir las características de la innovación tecnológica y la productividad de las panaderías del distrito de Ayacucho, 2018.

Obteniendo los siguientes resultados: el 33% de los propietarios o administradores no aplican conocimientos nuevos por no capacitarse y existe un porcentaje del 11% de quienes si buscan conocimientos nuevos; él 56% de los encuestados muestran que las panaderías en Ayacucho no realizan diferentes panes se conforman con el chapla y la wawa pero si dispondrían de tecnología avanzada se les haría más fácil; un 44% muestra la necesidad de una mayor implementación de espacios. Llegando a la conclusión siguiente que las panaderías carecen de innovación tecnológica ya que continúa desarrollando los mismos procesos tradicionales y siguen elaborando las

mismas variedades de panes; las panaderías Ayacuchanas no desarrollan nuevos conocimientos ni experiencias por miedo al cambio.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes:

a). A nivel internacional

(Ruiz Vazquez, 2018), En la tesis titulada '*La influencia de las tecnologías avanzadas de manufactura y las habilidades en el incremento del performance de las empresas de manufactura españolas*'. Tesis para optar al grado de doctor, Universidad Complutense de Madrid, España. Teniendo como objetivo principal de medir la influencia de las tecnologías avanzadas de manufactura y las habilidades en el incremento del performance de las empresas de manufactura españolas.

Concluyendo que: Las tecnologías avanzadas de manufactura tienen una influencia positiva en el performance de la empresa de forma directa. En ningún caso, el uso de las tecnologías avanzadas de manufactura y las altas habilidades tienen una influencia positiva en el performance de la empresa. Es decir, el SBTC no se cumple para el caso de empresas de manufactura españolas. Por último, encontramos que, las empresas que utilizan CAD (diseño asistido por computadoras)/CAM (manufactura asistida por computadoras) y sistemas flexibles de fabricación además de la mezcla de habilidades propuesta por el RBTC (altas y bajas habilidades) tienen un impacto positivo en el performance de la empresa.

b). A nivel nacional

(Ugarte Laurante , 2017) En su tesis titulada “*Implementación de innovación tecnológica para mejorar la productividad en el proceso de corte de plantillas en el área de desarrollo del producto de la empresa Southern Textile Network* “.Tesis parcial. Universidad Privada del Norte, Lima – Perú. Teniendo como objetivo general evaluar como la implementación tecnológica impacta la productividad de la empresa, afecta el costo de mano de obra y cómo influye en los tiempos empleados en el proceso de corte de plantillas. Los resultados y las conclusiones de la propuesta de implementación tecnológica, se muestran favorables.

En la conclusión llegada se muestra la mejora de productividad en el proceso de corte de plantillas de un 129% de aumento de la producción, resolviendo el problema principal que es la limitada capacidad que se tenía al realizar el proceso de forma manual; como segunda conclusión tenemos que al implementar máquina cutting plotter logramos reducir un 56% en el costo de mano de obra; y como última conclusión tenemos una reducción de tiempo estándar de un 56% en el proceso de corte de plantillas. Con estas conclusiones se muestra lo favorable que es implementar innovación tecnología en un proceso ya que ayuda a generar rentabilidad y utilidad para la empresa.

(Martinez Garcia & Pareja Cornejo, 2015). Investigaron la: “*Innovación tecnológica y el sistema de producción de las panaderías del distrito de Oropesa-Cusco*” tesis para optar el título profesional de licenciado administrativas, en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Perú. Teniendo como objetivo general describir la innovación tecnológica e identificar las características

del sistema de producción actual de las panaderías del distrito de Oropesa; siendo de tipo transversal – descriptiva.

La investigación llegó a las siguientes conclusiones: Las panaderías carecen de innovación tecnológica ya que continúan desarrollando los mismos procesos tradicionales y siguen elaborando las mismas variedades de panes. Las panaderías no desarrollan nuevos conocimientos ni experiencias, se ha podido observar que el 52% no participa en capacitaciones ni talleres en panadería. Además de la falta de interés por innovar. El sistema de producción de las panaderías de Oropesa aún mantiene su producción artesanal basada solo en la experiencia.

En distintas etapas del sistema de producción, se muestran debilidades y deficiencias como; en los insumos: las deficiencias en la materia prima, falta de personal, riesgos de uso en las herramientas, falta de control de los recursos financieros y un mal o regular estado de la infraestructura; en la transformación: la forma incorrecta de almacenamiento y mal preparado, amasado u horneado; Producto final: mala apariencia, panes no contabilizados y pocas variedades; control: falta de control de pesos, fermentación y temperatura del horno.

Careciendo de innovación tecnológica las panaderías del distrito de Oropesa, deben impulsar la implementación de nuevas maquinarias, equipos, herramientas y la elaboración de nuevos productos o la mejora de las ya existentes. Los dueños de las panaderías deben realizar un análisis de su panadería, identificando los puntos críticos y mejorando las deficiencias encontradas en el sistema de producción esto a la par con la innovación tecnológica para los procesos y productos.

(Navarro; Ladron; Peña; tito; Diaz, 2012); investigaron “*La innovación tecnológica en las empresas industriales de la región Cusco*” de la Carrera Profesional de Ciencias Administrativas; tesis para optar el título profesión en Administración de empresas, en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco – Perú. Con el objetivo de investigar cómo se desarrolla la innovación tecnológica en las empresas industriales de la región Cusco teniendo como conclusiones lo siguiente:

Los cambios o innovaciones han incidido mayormente en el incremento de la producción y las ventas. Otras innovaciones se han desarrollado en las áreas de personal, comercialización y almacenes. La limitada innovación realizada en las empresas del Cusco refleja el poco nivel de competitividad que han alcanzado las organizaciones industriales locales.

Los cambios o modificaciones solo han sido en forma parcial, especialmente por la sustitución o compra de maquinarias y equipos de producción. Las empresas que han efectuado procesos de innovación son las molineras, textiles y fabricación de muebles, los cambios o innovaciones han incidido mayormente en el incremento de la producción y las ventas. Otras innovaciones se han desarrollado en las áreas de personal, comercialización y almacenes.

La limitada innovación realizada en las empresas del Cusco refleja el poco nivel de competitividad que han alcanzado las organizaciones industriales locales.

(Paz Huaman , 2016) En su tesis titulada “*Propuesta de mejora del proceso productivo de la panadería El Progreso E.I.R.L. para el incremento de la producción*”. Tesis para optar el título de ingeniero Industrial en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo; Chiclayo – Perú. Con el principal objetivo de diagnosticar la situación actual de la empresa, identificando los principales problemas del proceso de producción, que reducen la eficiencia del proceso, con la finalidad de evaluar y proponer un plan de mejora y obteniendo las siguientes conclusiones:

La propuesta de mejora estará orientada al uso adecuado de recursos como el tiempo, material, personal y dinero; al incremento de la eficiencia en la línea de producción de pan labranza, y principalmente al incremento de la producción de pan labranza en la Panadería El Progreso E.I.R.L.

A través del diagnóstico realizado en base a la situación actual de la empresa del proceso productivo de pan labranza, se identificaron los problemas existente mediante un estudio del trabajo, donde se determinan que los principales problemas existentes eran: inadecuada distribución de planta, pérdida de tiempo y un bajo desempeño en la mano de obra, y todos estos factores afectan a la baja producción y por lo tanto ocasiona una demanda que la empresa no llega a cubrir. Es así que se identificó que la planta trabaja a un 27,03% de su capacidad utilizada y una capacidad ociosa de 27 panes/minuto, dejando ver una clara oportunidad de incrementar la capacidad utilizada y así atender la demanda insatisfecha, incrementado la producción a 30 000 panes/día, que actualmente equivale a 12 000 panes/día.

(Arana Cruzado, 2016) estudió *La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector producción – rubro panaderías, de la urbanización Previ, distrito del Callao, Provincia Constitucional del Callao, Departamento de Lima, período 2015*, en la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas; tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Lima – Perú. Con el objetivo de determinar las características de la Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Producción – Rubro Panaderías; llegando a las siguientes conclusiones:

La mayoría de las MYPE encuestadas no cuentan con un plan estratégico, conocen a sus principales competidores y han mejorado la infraestructura de su local, lo cual ha permitido que sus ventas sean mayores que su competencia. A su vez la mayoría han innovado en los últimos años.

El total de las MYPE encuestadas tienen claro que la tecnología ayudaría en el crecimiento de su empresa, venden sus productos a un bajo precio sin descuidar su calidad y la mayoría de las MYPE tienen precios iguales que sus competidores.

Finalmente, se concluye que las MYPE del sector producción – rubro panaderías, de la Urbanización Previ, Distrito del Callao, tienen conocimiento del término competitividad y la mayoría son competitivas en aspectos tales como la calidad, tecnología, precio e innovación de sus productos.

(Estrada Suazo , 2016) En su tesis titulada: “*Propuesta de mejora de la calidad en base a la norma ISO 9001:2008 en una panadería*”, trabajo de

titulación para optar el título profesional de ingeniero Industrial en la Universidad Nacional Agraria La Molina, panadería” tuvo el objetivo principal de proponer un sistema de gestión de la calidad con base en la norma ISO 9001:2008 para los procesos en la producción de pan en la panadería de Hipermercados Populares S.A. del local ubicado en la avenida La Marina N° 2355. Concluyendo que:

Como resultado de la determinación de aspectos deficitarios y la matriz de selección, se determinó que el problema principal fue: Falta un sistema de gestión que ayude a ordenar y ser más efectivos en los procesos.

Se elaboró según los lineamientos de la norma ISO 9001:2008 la documentación complementaria que constó de seis procedimientos obligatorios, adicional a ello se tiene el Procedimiento de diseño y desarrollo, Procedimiento de compras, Procedimiento de evaluación de proveedores, Procedimiento de selección de proveedores, Procedimiento de reclamos de clientes y consumidores, Procedimiento de selección e inducción del colaborador, Procedimiento de capacitación y desarrollo del colaborador, Procedimiento de producción y Procedimiento de mantenimiento preventivo

2.2. Marco Teórico:

Concepto de Innovación

Adam Smith Manifestó que “la transcendencia de la invención de máquinas (mejoras tecnológicas) en el aumento de la cantidad producida por un mismo número

de personas, con lo que se favorece la actividad económica. Esta creación tiene su origen en la división del trabajo”, que impulsa “la introducción de máquinas especializadas, y en su utilización, que permite la realización de mejoras. Así, convivían como agentes responsables de los avances técnicos los obreros especializados, los fabricantes de máquinas y los hombres de especulación”. (Smith , 1996, pág. 12)

Aunque la innovación tecnológica no “sea más que un tema marginal, sí se producen algunas aportaciones de interés. Por ejemplo, Malthus defiende a los inventos como ahorradores de trabajo que estimulan el aumento continuado de la riqueza, al facilitar caídas en los precios” y una extensión en la demanda de mercancías. Además, plantea la “idea de que las mejoras son fruto de su demanda. En ese momento también empieza a cuestionarse el beneficio que lleva aparejada la introducción de máquinas, abriéndose la principal línea de trabajo de los clásicos con relación a la tecnología”. (Malthus, 1973, pág. 295)

David Ricardo admite “que la novedad es favorable a los intereses de los capitalistas y propietarios, pero no siempre para los trabajadores. De forma similar otros autores expresan el efecto positivo sobre la productividad de la invención y uso de herramientas y máquinas”, “reconoce que las clases trabajadoras pueden padecer, al menos temporalmente, efectos negativos relacionados con su introducción en la actividad productiva”.

Innovación

Una innovación es la introducción de un “nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de

comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”. “Esta amplia definición engloba una considerable gama de posibles innovaciones. Una innovación puede ser definida de una manera más restrictiva como la introducción de uno o más tipos de innovaciones, por ejemplo, innovaciones de producto y de proceso”. Esta definición más limitada de la innovación de producto y de proceso puede considerarse vinculada a la definición de la innovación tecnológica de producto y de proceso. (Bernal & Sierra , 2013)

"La innovación es un cambio histórico e irreversible en la manera de hacer las cosas (Schumpeter), lo cual significa cambio de paradigmas sociales, culturas y tecnológicos " innovar es concebir y realizar algo nuevo, todo desconocido e inexistente, para establecer relaciones económicas nuevas entre elementos viejos conocidos y los existentes y dar así, una dimensión económica nueva".

Desarrollar estrategias de innovación exige un compromiso para asumir retos de inversión en investigación y desarrollo de nuevos productos y servicios.

Facetas de la innovación

La innovación manifiesta el proceso de desarrollo de una idea novedosa que permite utilizar una oportunidad para cubrir una necesidad, pero también puede ser considerada como el resultado de este proceso. “Desde la visión planteada por Schumpeter, orientada al resultado, se materializa de diversas maneras: en un nuevo producto para el consumidor, nuevos métodos de producción o de transporte, nuevos mercados o nuevas formas de organización”. (Schumpeter, 1944, pág. 77)

“Una primera clasificación de las innovaciones se fundamenta en su carácter tecnológico, diferenciando entre innovaciones tecnológicas y de otro tipo. Adoptando el concepto de innovación tal y como se formula en el Manual de Oslo, que únicamente tiene en cuenta” las de carácter tecnológico. De esta manera se define el concepto de innovación tecnológica de producto o proceso.

(Pavon & Hidalgo , 1997, pág. 16). Señala que, “la invención es el proceso de creación de una nueva información, una idea o un prototipo de un nuevo producto o proceso y si algo la caracteriza es que no tiene por qué salir del marco experimental y trascender a una aplicación práctica”. “Puede surgir de una novedad científica o no, y el sujeto que la origina puede ser un individuo, una empresa u otra institución. La difusión, adopción o imitación, que se produce una vez que una innovación aparece en el mercado”, es el proceso que lleva a una innovación desconocida por sus potenciales “consumidores (empresas o familias) a su gradual adopción hasta su uso generalizado. Entre ambas estaría la innovación tecnológica, que es una aplicación práctica de un invento llevada a cabo por parte de una empresa para cubrir una necesidad del mercado”. Es, por tanto, un fenómeno empresarial, convirtiéndose la empresa innovadora en el centro “de atención de este trabajo. La empresa que desea sobrevivir y progresar debe estar capacitada para adaptarse con rapidez a los cambios de su entorno o, incluso, provocar modificaciones en ese ámbito que la favorezcan en la consecución de rentas”.

“Las empresas pueden explotar las posibilidades que ofrece el cambio, convirtiendo lo que puede ser considerado como una amenaza en una fuente de éxito competitivo frente a sus rivales. Aparece la capacidad de innovar como una actitud

de la empresa” “que busca condiciones de mejora en lo que hace y en cómo lo hace. Esta realidad impone la necesidad de plantear de manera sistemática la innovación, lo que llevará a la aparición de una cultura innovadora”. (Pavon & Hidalgo , 1997).

Modelos del proceso innovador

La aportación de Schumpeter se configura como una referencia inicial. Su teoría se centró en las circunstancias que rodean e influyen en el acto de la innovación, destacando la figura carismática del empresario que poseía el carácter, coraje y visión para apartarse con decisión de las rutinas. El alto nivel de liderazgo y creatividad implicado en la primera introducción de una nueva técnica estaba claramente diferenciada de la invención y, de igual manera, se separa de la posterior difusión, considerada como una mera imitación de los subsiguientes adoptantes. (Schumpeter, 1944, pág. 85)

TIPOS DE INNOVACIÓN

- **Innovación de producto**

Una innovación de producto se corresponde con la introducción de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Esta definición incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso u otras características funcionales.

Las innovaciones de producto pueden utilizar nuevos conocimientos o tecnologías, o basarse en nuevas utilizaciones o combinaciones de conocimientos o tecnologías ya existentes. El término "producto" cubre a la

vez los bienes y los servicios. Las innovaciones de producto incluyen la introducción de nuevos bienes y servicios y las mejoras significativas de las características funcionales o de utilización de bienes y servicios existentes.

- **Innovación de proceso**

Una innovación de proceso es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos. Las innovaciones de proceso pueden tener por objeto disminuir los costes unitarios de producción o distribución, mejorar la calidad, o producir o distribuir nuevos productos o sensiblemente mejorados.

Los métodos de producción incluyen las técnicas, equipos y programas informáticos utilizados para producir bienes o servicios. Como ejemplos de nuevos métodos de producción, cabe citar la introducción de nuevos equipos automatizados en una cadena de fabricación o la instalación de un diseño asistido por ordenador para el desarrollo de un producto. Las innovaciones de proceso incluyen también las nuevas o sensiblemente mejoradas técnicas, los equipos y los programas informáticos utilizados en las actividades auxiliares de. Apoyo tales como las compras, la contabilidad, el cálculo o el mantenimiento.

La introducción de una nueva, o significativamente mejorada, tecnología de la información y la comunicación (TIC) es una innovación de proceso si está destinada a mejorar la eficiencia y/o la calidad de una actividad de apoyo básico.

- **Innovación de mercadotecnia**

Una innovación de mercadotecnia es la. Aplicación de nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación. Las innovaciones de mercadotecnia tratan de satisfacer mejor las necesidades de los consumidores, de abrir nuevos mercados o de posicionar en el mercado de una nueva manera un producto de la empresa con el fin de aumentar las ventas.

Lo que distingue la innovación de mercadotecnia de los otros cambios en los instrumentos de comercialización de una empresa es la introducción de un método de comercialización que esta empresa no utilizaba antes. Esta introducción debe inscribirse en un concepto o una estrategia de mercadotecnia que representa una ruptura fundamental con relación a los métodos de comercialización ya practicados por la empresa. El nuevo método de comercialización puede haber sido puesto a punto por la empresa innovadora o adoptada de otra empresa u organización.

Las innovaciones de mercadotecnia, principalmente, incluyen cambios significativos en el diseño del producto que son parte del nuevo concepto de comercialización. En este caso, los cambios de diseño del producto se remiten a cambios de forma y aspecto que no modifican las características funcionales o de utilización del producto. Estos cambios incluyen también las modificaciones del envasado de los productos como los alimentos, las bebidas y los detergentes para los cuales el embalaje es el principal determinante del aspecto del producto.

- **Innovación de organización**

Una innovación de organización es la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa. Las innovaciones de organización pueden tener por objeto mejorar los resultados de una empresa reduciendo los costes administrativos o de transacción, mejorando el nivel de satisfacción en el trabajo (y, por consiguiente, aumentar la productividad), facilitando el acceso a bienes no comercializados (como el conocimiento externo no catalogado) o reduciendo los costes de los suministros.

Lo que distingue una innovación de organización de otros cambios organizativos en el seno de una empresa es la introducción de un método organizativo (en las prácticas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores) que no haya sido utilizado antes por las organizaciones y que resulte de decisiones estratégicas tomadas por la dirección.

Tecnología:

En esencia, la tecnología es el instrumento mediante el cual la elección voluntaria de reglas favorecedoras del mercado, por tanto, compromete a las partes. Además de clarificar el papel esencial que representa la independencia de la entidad formal con respecto a las partes, esta teoría permite establecer prioridades sólidas para su reforma. En especial, cuando el registro es incapaz de proporcionar pruebas fiables a los jueces, tiene poco sentido centrar la reforma en acelerar la tramitación, un objetivo que ha sido adoptado con frecuencia en las últimas décadas. La teoría también demuestra el papel crucial que representan los jueces. Si éstos no consideran

los certificados registrales como pruebas concluyentes, los terceros tenderán a despreciar el registro y verlo como una burocracia inútil. Será ésta una conclusión lógica, pues, de hecho tales certificados no reducen la asimetría informativa de los terceros. Dado que muchas de las reformas puestas en marcha últimamente no han prestado ninguna atención al valor que los jueces conceden a la información registral, también en este terreno se necesita un cambio radical en las prioridades de reforma. Por último, la teoría da pie a alertar contra el anacronismo que supone mantener vigentes hoy en día todo tipo de soluciones jurídicas y organizativas pensadas para una economía de transacciones personalistas, pues la economía actual demanda soluciones jurídicas aptas para transacciones impersonales.

Constituir una empresa ha sido, hasta hace poco, un proceso engorroso debido a la cantidad de trámites e impuestos exigidos, por lo que algunos proyectos no se llevan a cabo mucho antes de consolidarse, y si se realizan no se conforman legalmente pensando que eludir impuestos será más rentable, pero el constituir una empresa dentro del marco legal exigido por el estado permite al contrario un sinfín de facilidades a las cuales las solo las empresas formales pueden acceder. (Arruñada, 2010)

La tecnología es una unidad de análisis compleja que puede ser conceptualizada como un sistema tecnológico con unos límites que impiden su expansión. Así pues, un producto o proceso es un sistema tecnológico formado por la combinación de un número finito de partes o componentes que pueden, a su vez, ser consideradas como tecnologías. De esta forma, la tecnología se genera y desarrolla en áreas específicas. Sin embargo las ventajas que produce sólo pueden ser

conseguidas combinando diferentes tecnologías en un sistema complejo. Cuantas más tecnologías puedan acoplarse, mayor número de combinaciones se puede obtener, por lo que es posible ampliar el abanico de alternativas para solucionar los problemas empresariales (o de otro tipo), tanto desde el lado de la oferta como del de la demanda. (Fernandez & Vazquez, 1996).

Conocimiento tecnológico

La generación propia a través de actividades de investigación y desarrollo tecnológico es una fuente de conocimiento de primera magnitud “en el proceso innovador. Pero presenta problemas como la existencia de economías de escala y de incertidumbre, así como la exigencia de un acceso mínimo de actividad que hace que no todas las empresas tengan capacidad de realizar ese esfuerzo”.

“Sin duda, los elementos favorables también son importantes, pues las competencias tecnológicas adquiridas por la empresa son una fuerte barrera a la imitación, apareciendo ventajas competitivas sostenibles en el tiempo. En el esfuerzo que se realiza pueden distinguirse dos categorías”, la investigación y desarrollo tecnológico creativo, la investigación y desarrollo tecnológico de “asimilación del conocimiento desarrollado en otro lugar, al mismo tiempo que en la primera existen dos posibles ejes estratégicos de acción: una estrategia horizontal o de extensión tecnológica y otra vertical o de alcance respecto a la tecnología” (Morcillo Ortega, 1997, pág. 205).

“Si la alternativa es la adquisición de conocimiento fuera de la empresa mediante compra de tecnología pura, en forma de patentes o conocimientos

prácticos, o a través de tecnología incorporada, es necesaria la existencia de un gasto en la investigación” y desarrollo tecnológico “propio para absorber la información externa y poner en marcha el proceso de realimentación en la búsqueda de innovaciones. Muchos desarrollos tecnológicos se han generado a partir de la adaptación, corrección y mejora de las tecnologías incorporadas inicialmente del exterior”.

“Aunque la adquisición externa de tecnología sea una alternativa o, en ocasiones, la única posibilidad de incorporar nuevos conocimientos, debe considerarse el esfuerzo en el campo de la investigación y desarrollo tecnológico, bien sea en solitario o cooperando con otros” “agentes, como una necesidad para asegurar ventajas competitivas sostenibles. Pues en caso contrario sólo estará ante una vía eficaz para mejorar la competitividad en el corto plazo. La decisión depende de los recursos de la empresa, del sector de actividad” a que se dedique y del entorno empresarial. De esa forma, una empresa de gran tamaño, en un sector de alta tecnología y localizada en una región con un sistema de innovación consolidado tendrá una mayor propensión a llevar a cabo actividades de la investigación y desarrollo tecnológico propias. (Morcillo Ortega, 1997)

Una alternativa intermedia, ya mencionada, es la “cooperación tecnológica, que ha sufrido una fuerte expansión en los últimos años. Podría decirse que las relaciones entre diversos agentes, incluso en algunos casos empresas competidoras, de distintos sectores, de otros países o agentes que no participan en el mercado”, “se han convertido en una necesidad para llevar a cabo procesos de innovación. En función de la clase de agentes involucrados pueden distinguirse entre dos tipos de

colaboración. Por una lado, entre empresas y, por otro, entre empresas y organizaciones” que no participan en el mercado. Las alianzas tecnológicas que se realizan entre empresas, consecuencia de la cooperación, son una asociación con tres características (Yoshino & Srinivasa Rangan, 1996).

Aquí, el papel que juega la “tecnología y la manera de aprovechar sus resultados es diferente, pudiendo extenderse la cooperación a otras áreas más allá de las actividades de investigación y desarrollo tecnológico abarcando otras etapas del proceso de innovación⁹³ y materializándose en distintas formas contractuales”. (Morcillo Ortega, 1997, pág. 134).

Innovación tecnológica

La innovación tecnológica es el hecho de comercializar por primera vez una tecnología en el mercado. Esta puede ser tanto de producto como de proceso; y es un fenómeno cada vez más frecuente en las sociedades industrializadas que constituye el soporte de la competitividad empresarial.

El proceso de innovación tecnológica ha sido desarrollado por la literatura económica al menos de dos formas diferentes. La postura tradicional considera una relación causal entre la ciencia y la tecnología; mientras que la posición actual es la de tratar el desarrollo tecnológico como un proceso complejo con múltiples retroalimentaciones y fuentes de innovación. (Fernandez & Vazquez, 1996, pág. 30).

Elementos clave de la Gestión de la Innovación y de la Tecnología.

(Galicia, 2015) Los conceptos de gestión e innovación están íntimamente relacionados, un proceso de decisión que decide diferente a lo que era de esperar y así, cambia las expectativas, lo cual, asociado con la definición de gestión que de (Albomas & Fernandez Polcuch, 1997) que señalamos previamente, denotan un interés de cambio de paradigmas en la acción. (Lundavall, 1992) Sugiere que la gestión de la Innovación podría tener entonces dos denotados:

- Área disciplinaria que en el regiones específicas, tiene como objeto el estudio de estrategias, condiciones y sistemas de manejo de recursos y oportunidades que permitan estimular la creatividad, promoverla, vincularla con el entorno e introducir los resultados a la dinámica de las organizaciones con racionalidad y efectividad.
- Serie de actividades realizadas por un gestor o equipo especializado de gestores, orientadas a acelerar la transformación de ideas en innovaciones, vinculando en todo momento a los suficientes agentes interesados en un marco regional y buscando que dichas innovaciones brinden satisfacción a cada participante sin generar conflicto en las variables de medio ambiente, opinión pública, intereses institucionales, comerciales, del consumidor y normativos.

Proceso de Innovación Tecnológica

El proceso de innovación tecnológica es un proceso que abarca el espectro de actividades que se inicia con búsqueda de necesidades tecnológicas de organizaciones del sector productivo y se extiende hasta la comercialización, en el

mercado de estas organizaciones, de los productos , procesos, equipo, etc., que derivan de esfuerzos de investigación y desarrollo (IDE) o de otros mecanismos.

De esta manera, la realización de innovaciones tecnológicas, entre otras condiciones:

- Implica satisfacer demandas del sector productivo, a través del uso de cambios técnicos que colocados en el mercado, producen consecuencias económicas y sociales.
- No implica necesariamente ejecutar proyectos de IDE. La generación de cambios técnicos pueden estar esencialmente basadas en informaciones técnicas disponibles en la literatura, normas técnicas, patentes, etc., o en la compra de tecnología producida por terceros (innovación por Adopción).
- Necesariamente requiere del contexto de organizaciones del sector productivo, que incorporen los cambios técnicos a sus sistemas de producción y les atribuye significación económica y/o social.

Así para que los proyectos de investigación y desarrollo tengan consecuencia económico / sociales, necesitan estar vinculadas a necesidades tecnológicas específicas de organizaciones existentes del sector productivo. Se plantea la correlación entre las funciones tecnológicas, las distintas alternativas de innovación tecnológica y la planeación del desarrollo de organizaciones del sector productivo, bajo el concepto de que este desarrollo depende de estrategias de innovación especificaciones que, a su vez, son influenciadas por las políticas y estrategias nacionales.

Productividad

(Chavarria Caro, 2017) La productividad es, sobre todo, una actitud de la mente. Ella busca mejorar continuamente todo lo que existe. Está basada en la convicción de que uno puede hacer las cosas mejor hoy que ayer y mejor mañana que hoy. Además, ella requiere esfuerzos sin fin para adaptar actividades económicas a condiciones cambiantes aplicando nuevas teorías y métodos.

La productividad es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, costes) durante un periodo determinado. Por ejemplo, cuanto produce al mes un trabajador o cuánto produce una maquinaria. El objetivo de la productividad es medir la eficiencia de producción, entendiendo por eficiencia el hecho de obtener el mejor o máximo rendimiento utilizando un mínimo de recursos. Es decir, cuantos menos recursos sean necesarios para producir una misma cantidad, mayor será la productividad y por tanto, mayor será la eficiencia. Teniendo esto en cuenta, la fórmula para calcular la productividad es el cociente entre producción obtenida y recursos utilizados.

Productividad = Producción obtenida / factor utilizado

El aumento de productividad es tan importante porque permite mejorar la calidad de vida de una sociedad, repercutiendo en los sueldos y la rentabilidad de los proyectos, lo que a su vez permite aumentar la inversión y el empleo. Para una empresa, una industria o un país, la productividad es un factor determinante en el crecimiento económico. Cuando se estima la tendencia de crecimiento a largo plazo de un país se descompone en dos componentes principales: los cambios en el empleo (que

dependen a su vez del crecimiento de la población y de la tasa de empleo) y la productividad (que depende sobretodo del gasto en bienes de capital y de los factores productivos). Un análisis de lo más productivo supone:

- **Ahorro de costos:** al permitir deshacerse de aquello que es innecesario para la consecución de los objetivos.
- **Ahorro de tiempo:** debido a que permite realizar un mayor número de tareas en menor tiempo y dedicar ese tiempo “ahorrado” a seguir creciendo a través de otras tareas.

Un buen análisis permite establecer la mejor combinación de maquinaria, trabajadores y otros recursos para conseguir maximizar la producción total de bienes y servicios.

Definición

(Koontz & Weihrich, 1998), Explicaron que la productividad es la relación insumos productos en cierto periodo con especial consideración a la calidad. Productividad la definen como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación, la productividad sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y los empleados.

Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento, en un enfoque sistemático, se dice que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos. La productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus

características técnicas, no así con el recurso humano o los trabajadores, se debe considerar factores que influyen en ella.

(Robbins & Coulter, 2005), la definen como el volumen total de bienes producidos, dividido entre la cantidad de recursos utilizados para generar esa producción. Se puede agregar que en la producción sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y la mano de obra, pero se debe tomar en cuenta, que la productividad está condicionada por el avance de los medios de producción y todo tipo de adelanto, además del mejoramiento de las habilidades del recurso humano, Fietman (1994), señala que los factores más importantes que afectan la productividad en la empresa se determinan por:

- **Recursos Humanos:** Se considera como el factor determinante de la productividad, ya que es de gran influencia y éste dirige a los demás factores.
- **Maquinaria y Equipo:** fundamental tomar en cuenta el estado de la maquinaria, la calidad y la correcta utilización del equipo.
- **Organización del Trabajo:** En este factor intervienen la estructuración y rediseño de los puestos de trabajo, que se determinan de acuerdo a la maquinaria, equipo y trabajo.

Factores para mejorar la productividad.

(Bain, 2003), plantea dos factores que contribuyen a la innovación de la productividad.

1. Factores internos:

Algunos “factores internos son susceptibles de modificarse más fácilmente que otros, por lo que se les clasifica en dos grupos, duros y blandos. Los factores duros incluyen los productos, la tecnología, el equipo y las materias primas; mientras que los factores” blandos incluyen la fuerza de trabajo, los sistemas y procedimiento de organización, los estilos de dirección y los métodos de trabajo. (Bain, 2003)

- **Factores duros**

Producto. “La productividad de este factor significa el grado en el que el producto satisface las exigencias del cliente; y se le puede mejorar mediante un perfeccionamiento del diseño y de las especificaciones”.

Planta y equipo. La “productividad de este factor se puede mejorar el prestar atención a la utilización, la antigüedad, la modernización, el costo, la inversión, el equipo producido internamente, el mantenimiento y la expansión de la capacidad, el control de los inventarios, la planificación” y control de la producción, entre otros.

Tecnología. La innovación tecnológica constituye una fuente importante de aumento “de la productividad, ya que se puede lograr un mayor volumen de bienes y servicios, un perfeccionamiento de la calidad, la introducción de nuevos métodos de comercialización, entre otros, mediante una mayor automatización y una mejor tecnología de la información”.

Materiales y energía. “En este rubro, hasta un pequeño esfuerzo por reducir el consumo de materiales y energía puede producir notables resultados. Además se pone énfasis en las materias primas y los materiales indirectos”.

- **Factores blandos.**

Persona. Se puede mejorar la productividad “de este factor para obtener la cooperación y participación de los trabajadores, a través de una buena motivación, de la constitución de un conjunto de valores favorables al aumento de la productividad, de un adecuado programa de sueldos y salarios”, de una buena formación y educación, y de programas de seguridad.

Organización y sistemas. Para mejorar su productividad se debe “volver más flexible, capaz de prever los cambios del mercado y de responder a ellos, estar pendientes de las nuevas capacidades de la mano de obra, de las innovaciones tecnológicas, así como poseer una buena comunicación en todos los niveles”.

Métodos de trabajo. “Se debe realizar un análisis sistemático de los métodos actuales, la eliminación del trabajo innecesario y la realización del trabajo necesario con más eficacia, a través de un estudio del trabajo y de la formación profesional”.

Estilos de dirección. Es el responsable del uso eficaz de “todos los recursos sometidos al control de la empresa, debido a que influye en el diseño organizativo, las políticas de personal, la descripción del puesto de trabajo, la planificación y control operativos, las políticas de mantenimiento y compras, los costos” de capital, las fuentes de capital, los sistemas de elaboración del presupuesto, las técnicas de control de costos y otros.

2. Factores externos.

La “productividad determina en gran medida los ingresos reales, la inflación, la competitividad y el bienestar de la población, razón por la cual las organizaciones se esfuerzan por descubrir las razones reales del crecimiento o de la disminución de la productividad”. Dentro de estos factores, se tienen los siguientes: (Bain, 2003)

- ***Ajustes estructurales.*** Los “cambios estructurales de la sociedad influyen a menudo en la productividad nacional y de la empresa independientemente de la dirección adoptada por las compañías. Sin embargo a largo plazo los cambios en la productividad tienden a modificar a esta estructura”.
- ***Cambios económicos.*** El traslado de empleo de la agricultura a la industria manufacturera; “el paso del sector manufacturero a las industrias de servicio; y por otro lado las variaciones en la composición del capital, el impacto estructural de las actividades de

investigación, desarrollo y tecnología, las economías de escala, y la competitividad industrial”.

- ***Cambios demográficos y sociales.*** Dentro de este aspecto destacan las tasas de natalidad y las “de mortalidad, ya que a largo plazo tienden a repercutir en el mercado de trabajo, la incorporación de las mujeres a la fuerza de trabajo y los ingresos que perciben, la edad de jubilación, y los valores y actitudes culturales”.
- ***Recursos naturales.*** “Comprenden la mano de obra, capacidad técnica, educación, formación profesional, salud, actitudes, motivaciones, y perfeccionamiento profesional; la tierra y el grado de erosión que tiene, la contaminación del suelo, la disponibilidad de tierras, la energía y su oferta, las materias” primas y sus precios, así como su abundancia.
- ***Administración pública e infraestructura.*** “Comprende las leyes, reglamentos o prácticas institucionales que se llevan a cabo y que repercuten directamente en la productividad”.

Producción

La producción es la creación de bienes y servicios, en todas las organizaciones hay actividades de producción de bienes y servicios. En las empresas industriales, las actividades de producción de bienes son bastantes obvias, en ellas se ve la producción de un bien tangible. En las empresas que no producen un bien

físico, la función de producción puede resultar menos obvia. Por otra parte se tiene la dirección de operaciones, que es la serie de actividades que crean valor en forma de bienes y servicios al transformar recursos en productos.

La creación de bienes y servicios requiere transformar los recursos en bienes y servicios. Cuanto más eficazmente realicemos esta transformación, tanto más productivos seremos. La productividad es el cociente entre la producción (bienes y servicios) y los factores productivos.

De esta forma se puede ver la productividad no como una medida de la producción, ni de la cantidad que se ha fabricado, sino como una medida de lo bien que se han combinado y utilizado los recursos para cumplir los resultados específicos. (Heizer & Render , 2009)

La medición de la productividad puede ser de la siguiente manera:

$$Productividad = \frac{Unidades\ producidas}{Cantidad\ de\ factores\ productivos\ empleados\ (inputs)}$$

Equipos y Maquinarias

Son todas la maquinarias de transformación o producción, herramientas, dispositivos, equipo de proceso o tratamiento, maquinaria de repuesto, de mantenimiento, paneles de control, manijas, perillas, bases, soportes, disponibilidad, garantía, soportes técnicos, tamaño, volumen, peso, operatividad altura, tasa de producción. Se debe considerar las áreas de operación y manejo de materias primas, insumas, producto en

proceso, producto terminado, los pasillos de circulación, las zonas de reparación, las distancias necesarias para reparar in situ. (D.Alessio, 2012).

Procedimiento

Método a seguir para lograr un ambiente: Factores psicológicos, físicos y sociales, dentro de los cuales las demás características del sistema tiene lugar. El procedimiento tecnológico, o procedimiento para la creación de objetos comienza con el planteamiento de un problema, necesidad o situación que hay que solucionar mediante el diseño de un objeto tecnológico. (Bernal Torres & Sierra Arango , 2013)

Procesos

Es el conjunto de actividades a través de las cuales los factores de producción se transforman en productos: bienes o servicios. Incluye planta (maquinarias, materiales, tecnologías, y activos en general) y trabajo (mano de obra, personas con un conocimiento adquirido), es decir, la tecnología de los activos productivos, transformando los insumos con el apoyo de los materiales indirectos y con el conocimiento de las personas. (Fernandez E. , 2005)

Conocimientos

Conjunto de información almacenada mediante la experiencia o el aprendizaje. Cuando el conocimiento es transmitido de un sujeto a otro mediante una comunicación formal, se habla de conocimiento explícito. En cambio, si el conocimiento es difícil de comunicar y se relaciona a experiencias personales o modelos mentales, se trata de conocimiento implícito. (D.Alessio, 2012)

Insumos

Alude a los factores productivos que intervienen en el proceso de producción. Equivale al flujo de entrada de factores al aparato productivo, cuyo flujo de salida es el producto. Insumo es un concepto económico que permite nombrar a un bien que se emplea en la producción de otros bienes. De acuerdo al contexto, puede utilizarse como sinónimo de materia prima o factor de producción. (Fernandez E. , 2005)

Costos de producción

Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la: obtención de un bien, incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación, cargados a los trabajos en su proceso. Se define como el valor de los insumas que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios. (D.Alessio, 2012).

Indicadores de productividad

(Koontz & Weihrich, 1998), “señalan que existen tres criterios comúnmente utilizados en la evaluación del desempeño de un sistema, los cuales están relacionados con la productividad”.

➤ ***Eficiencia.***

Es “la relación con los recursos o cumplimiento de actividades, como la relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de recursos estimados o programados y el grado en el que se aprovechan los recursos utilizados transformándose en productos”.

“La eficiencia está vinculada en la productividad; pero si sólo se utilizara este indicador como medición de la productividad únicamente se asociaría la productividad al uso de los recursos, sólo se tomaría en cuenta la cantidad y no la calidad” de lo producido, se pone un énfasis mayor hacia adentro de la organización “buscar a toda costa ser más eficiente y obtener un estilo eficiente para toda la organización que se materializaría en un análisis y control riguroso del cumplimiento de los presupuestos de gastos, el uso de las horas disponibles y otros”.

➤ ***Eficacia.***

Valora el impacto de lo que se hace, del producto o servicio que se presta. No basta con producir con 100% de efectividad el servicio o producto que se fija, tanto en cantidad y calidad, sino que es necesario que el mismo sea el adecuado; aquel que logrará realmente satisfacer al cliente o impactar en el mercado.

Del análisis de estos tres indicadores se desprende que no pueden ser considerados ninguno de ellos de forma independiente, ya que cada uno brinda una medición parcial de los resultados. Es por ello que deben ser considerados como indicadores que sirven para medir de forma integral la productividad.

III. HIPÓTESIS

“Las investigaciones de nivel descriptivo no se encuentran obligados de formular hipótesis de investigación” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 108). Por tal razón, en la presente no fueron planteadas la hipótesis de investigación general y específica.

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la investigación

La presente investigación fue de carácter no experimental - transversal, debido a que “el análisis del estudio se desarrolló sin manipular ni alterar de manera intencional a las variables de estudio” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.129).

Tipo de investigación

El tipo de investigación fue aplicada – cuantitativa; aplicada dado que se caracterizó por analizar el problema basándose en teorías ya existentes para así plantear una solución pertinente; y cuantitativa dado que para el correcto desarrollo se ciñó a un proceso con apoyo de técnicas estadísticas (Oré, 2015, p.87).

Nivel de investigación

El nivel de la investigación que se empleó fue descriptivo de corte transversal, ya que se buscó describir y caracterizar el problema para intentar encontrar las causas del mismo, de la misma manera que las variables de estudio en un contexto temporal y geográfico. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.93).

4.2. Población y Muestra

La población es conjunto finito o infinito de fenómenos, sucesos, entre otros; los cuales presentan características comunes (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.172). En ese sentido, la población del presente estudio, estuvo constituida

por los propietarios o administradores de las panaderías ubicados en el distrito de Ayacucho, 2018.

La población en estudio fue finita y constó de 18 panaderías a nivel del distrito de Ayacucho (FUENTE: Registro de Licencias Municipales), de las cuales a través de un muestreo no probabilístico se determinó como muestra a la totalidad de la muestra de 18 propietarios o administradores de las panaderías.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable 1:

- **Innovación tecnológica;** corresponde a innovar el proceso productivo de un método artesanal a un método más tecnológico que mejore significativamente el producto final y optimice el uso de recursos en su producción previa.

Indicadores: productos nuevos o mejorados, procesos nuevos o mejorados, valor agregado

Variable 2:

- **Productividad;** corresponde a la relación entre la cantidad de productos, obtenidos mediante un sistema, y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

Indicadores: Eficiencia, eficacia

Operacionalización de variables

Tabla N° 1

Operacionalización de la Variable I

Variable I	Definición conceptual	Dimensione	Indicadores	Escala de medición
INNOVACION TECNOLOGICA	corresponde a innovar el proceso productivo de un método artesanal a un método más tecnológico que mejore significativamente el producto final y optimice el uso de recursos en su producción previa	Productos nuevos mejorados	Conocimientos nuevos o mejorados	Escala tipo Likert
			o Ingredientes nuevos y mejorados	
		Procesos nuevos mejorados	Numero de maquinarias nuevas o mejoradas	
			Procedimientos mejorados o nuevos	
		Valor agregado	Creatividad	
			Expectativa	

Elaboración: Elaboración propia

Fuente: bases teóricas

Tabla N° 2

Operacionalización de la Variable II

Variable II	Definición conceptual	Dimensión	indicadores	Escala de medición
PRODUCTIVIDAD	corresponde a la relación entre la cantidad de productos, obtenidos mediante un sistema, y los recursos utilizados para obtener dicha producción	Eficiencia	Hacer las cosas de manera correcta	Escala Likert
			Uso óptimo de los recursos	
		Eficacia	Reducción de costos, tiempo	
			Alcanzar objetivos	
		Obtener resultados		
			Rentabilidad	

Elaboración: Elaboración propia

Fuente: bases teóricas

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se considera a las técnicas de recolección de datos como procedimientos útiles empleados para la consecución de información para el desarrollo de la investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.199).

La presente investigación empleó las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Encuesta auto aplicativo de tipo cerrada, constituida por 20 ítems, dirigida a los propietarios o administradores de las panaderías, para tener conocimiento sobre las características de la variable independiente (innovación tecnológica) y la variable dependiente (productividad). El cuestionario es una escala tipo Likert, el formato de respuesta de cada ítems, está pre codificada en ciertos valores: Siempre: 1 puntos. Definitivamente si: 2 puntos. Probablemente sí: 3 puntos. Algunas veces sí, algunas veces no, 4 puntos. Probablemente no: 5 puntos. Definitivamente no.

Tabla N° 3.

Técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumentos	Unidad de Análisis
Encuesta para la innovación tecnológica	Encuesta	Dueños o administradores
Encuesta para la productividad		

Fuente: Elaboración propia

4.5. Plan de Análisis

El desarrollo del plan de procesamiento de datos fue el siguiente:

Ordenamiento y clasificación. - Esta técnica se aplicó para tratar la información cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho

Registro manual. - Se aplicó esta técnica para digitar la información de las diferentes fuentes.

Proceso computarizado con Excel. – Fue empleado para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad para la investigación.

4.6. Matriz de consistencia

“INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO PANADERÍAS DEL DISTRITO DE AYACUCHO, 2018”

Título de la investigación	Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Metodología
<p>Innovación tecnológica y la productividad de las panaderías del Distrito de Ayacucho 2018</p>	<p>¿Cuáles son las características de la innovación tecnológica y la productividad de las panaderías del distrito de Ayacucho 2018?</p>	<p>Objetivo general Describir las características de la innovación tecnológica y la productividad de las panaderías del distrito de Ayacucho 2018.</p> <p>Objetivo Específicos Describir las características de los productos nuevos o mejorados de las panaderías. Describir las características de los procesos nuevos o mejorados de las panaderías Describir las características del valor agregado de las panaderías. Describir las características de la eficiencia de las panaderías. Describir las características de la eficacia de las panaderías.</p>	<p>VARIABLE I:</p> <p>Innovación tecnológica</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos nuevos o mejorados - Procesos nuevos o mejorados - Valor agregado <p>VARIABLE II:</p> <p>Productividad</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia - Eficacia 	<p>Tipo: investigación cuantitativa</p> <p>Nivel: descriptivo</p> <p>Diseño: no experimental transversal</p> <p>Población: panaderías de Ayacucho</p> <p>Muestra: Estuvo conformado por 18 propietarios o administradores de las panaderías del distrito de Ayacucho.</p>

4.7. Principios éticos

La ética muestra conocimientos útiles que deberían ser retomados por las personas. Algunos principios que son importantes conocerlos son la veracidad, la autoridad, el honor, la justicia, la liberalidad, la libertad, la prudencia, y la virtud. El fomento de los valores éticos deseables en personas sería un obstáculo para la expansión de la corrupción y de las conductas desleales, al mismo tiempo que permitirá la adecuada operación de las instituciones, porque las personas que poseen valores y ética no ofenden, no roban, no matan, no mienten, y por el contrario ayudan, enseñan, cumplen y se esfuerzan por cumplir. Si logramos que todas las personas posean ética, sin duda el rostro del mundo comenzará a cambiar hacia su engrandecimiento. (Huamán, 2013-2014, pág. 69)

Así los valores éticos que son cultivados adecuadamente nos darán como resultado la debida incentivación de las personas para hacer el bien. Por lo tanto el presente trabajo posee los principios básicos de la ética.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1. Respecto al objetivo específico 1: Describir las características de los productos nuevos o mejorados de las panaderías.

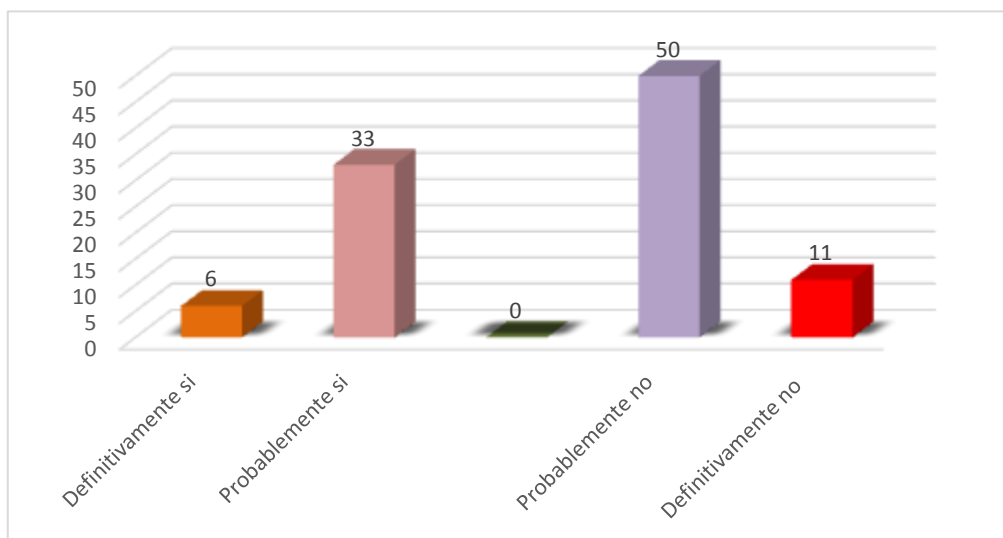
Tabla N° 4.

Pregunta N°1 ¿Ha recibo usted alguna capacitación sobre productos nuevos o mejorados este último año?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	1	6
Probablemente si	6	33
Algunas veces sí, algunas veces no	0	0
Probablemente no	9	50
Definitivamente no	2	11
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 1.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°1 ¿Ha recibo usted alguna capacitación sobre productos nuevos o mejorados este último año?

Interpretación:

En la tabla N° 4 y figura N° 1 se observa de acuerdo a la percepción de los propietarios o administradores que, el 50% probablemente no debido a que no recibieron alguna capacitación sobre productos nuevos, el 33% están en probablemente sí que reciben alguna capacitación sobre productos nuevos, el 11% definitivamente no recibieron capacitación sobre productos nuevos, el 6 % de los encuestados definitivamente si porque reciben capacitación sobre productos nuevos, el 0% de los encuestados algunas veces sí, algunas veces no recibieron capacitación sobre productos nuevos.

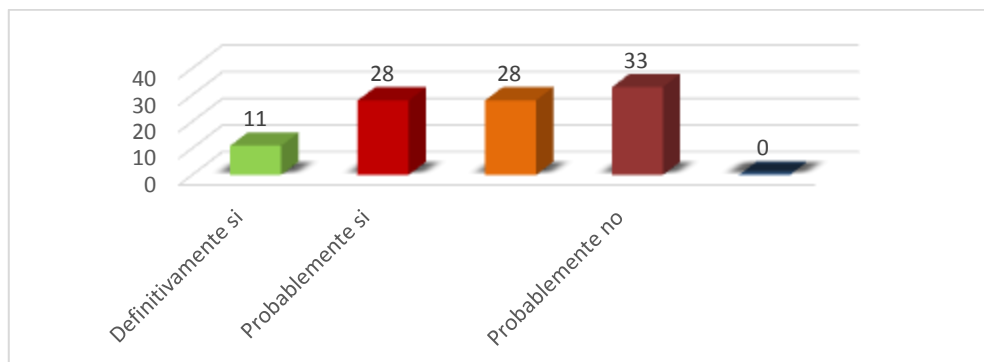
Tabla N° 5.

Pregunta N°2 ¿Usted aplica conocimientos nuevos o mejorados en su forma de elaborar pan?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	2	11
Probablemente si	5	28
Algunas veces sí, algunas veces no	5	28
Probablemente no	6	33
Definitivamente no	0	0
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 2.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°2 ¿Usted aplica conocimientos nuevos o mejorados en su forma de elaborar pan?

Interpretación:

En la tabla N° 5 y figura N° 2 se observa que, el 33% de los propietarios o administradores encuestados dijeron probablemente no porque no aplican conocimientos nuevos en su forma de elaborar pan, el 28% dicen probablemente sí que aplican conocimiento nuevo en forma de elaborar el pan , el 28% algunas veces sí, algunas veces no que se aplique conocimientos nuevos en su forma de laborar pan, el 11 % de los encuestados definitivamente sí que si aplican conocimiento nuevo en su forma de elaborar el pan, el 0% de los encuestados definitivamente no con que aplican conocimiento nuevo en su forma de elabora pan.

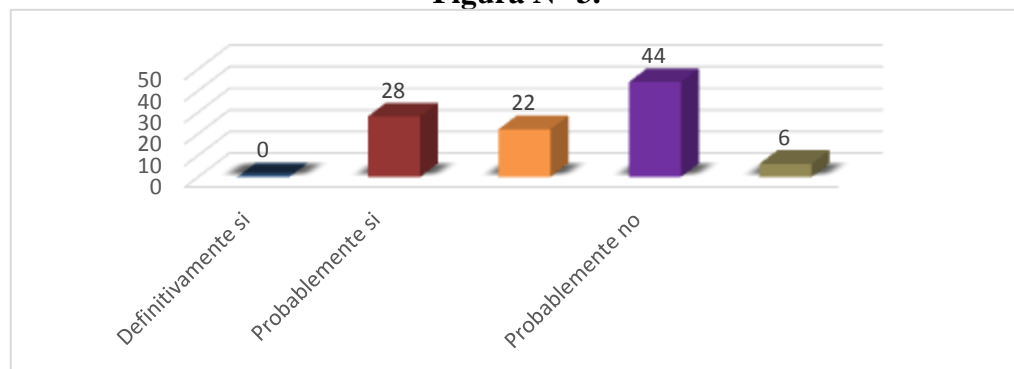
Tabla N° 6.

Pregunta N°3 ¿Utiliza ingredientes nuevos o mejorados para la elaboración de pan?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	0	0
Probablemente si	5	28
Algunas veces sí, algunas veces no	4	22
Probablemente no	8	44
Definitivamente no	1	6
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 3.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°3 ¿Utiliza ingredientes nuevos o mejorados para la elaboración de pan?

Interpretación:

En la Tabla N° 6 y figura N° 3 se observa que, el 44% de los propietarios o administradores encuestados dijeron probablemente no porque no utilizan ingredientes nuevos para la elaboración de pan, el 28% probablemente sí que si utilizan ingredientes nuevos para la elaboración de pan , el 22% algunas veces sí, algunas veces no que utilizan ingredientes nuevos para la elaboración de pan, el 6 % de los encuestados definitivamente no porque si utilizan ingredientes nuevos , el 0% de los encuestados definitivamente sí que utilizan ingredientes nuevos para la elaboración de pan.

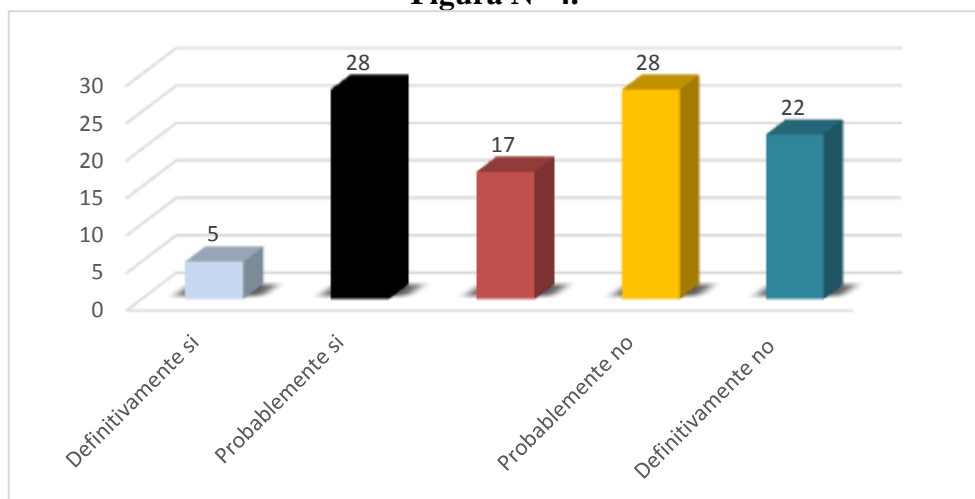
Tabla N° 7.

Pregunta N°4 ¿Se atrevería a innovar los ingredientes del pan chapla?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	1	5
Probablemente si	5	28
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	5	28
Definitivamente no	4	22
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 4.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°4 ¿Se atrevería a innovar los ingredientes del pan chapla?

Interpretación:

En la Tabla N° 7 Y Figura N° 4 se observa que, el 28% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente no porque no desean atreverse a innovar los ingredientes del pan chapla, el 28% probablemente sí que se atreverían a innovar los ingredientes del pan chapla, el 22% definitivamente no se atreverían a innovar los ingredientes del pan chapla, el 17 % de los encuestados algunas veces sí, algunas veces no se atreverían a innovar los ingredientes del pan chapla, el 6% de los encuestados definitivamente sí que se atreverían a innovar los ingredientes del pan chapla.

5.1.2. Respecto al objetivo específico 2: Describir las características de los procesos nuevos o mejorados de las panaderías.

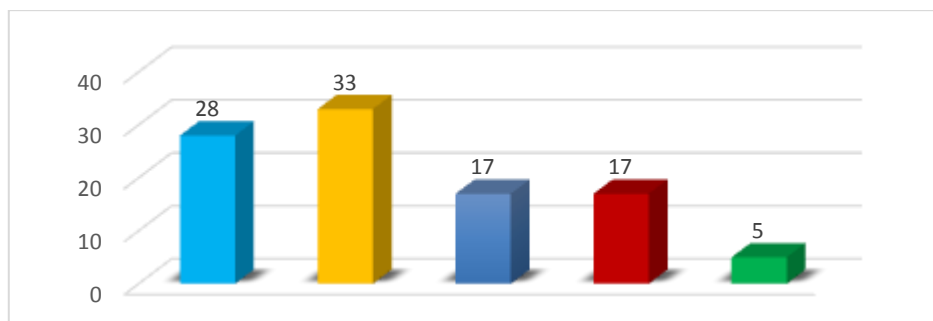
Tabla N° 8.

Pregunta N°5 ¿Cambiaría sus máquinas artesanales por maquinas nuevas o mejoradas?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	5	28
Probablemente si	6	33
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	3	17
Definitivamente no	1	5
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 5.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°5 ¿Cambiaría sus máquinas artesanales por maquinas nuevas o mejoradas?

Interpretación:

En la tabla N° 8 y gráfico N° 5 se observa que, el 33% de los propietarios o administradores dijeron probablemente sí que cambiaría sus máquinas artesanales por maquinas nuevas, el 28% definitivamente sí cambiaría sus máquinas artesanales por maquinas nuevas, el 17% probablemente no cambiaría sus máquinas artesanales por nuevas, el 17 % algunas veces sí, algunas veces no cambiaría su máquina artesanal por una nueva, el 6% de los encuestados definitivamente no quiere cambiar su máquina artesanal por maquina nueva.

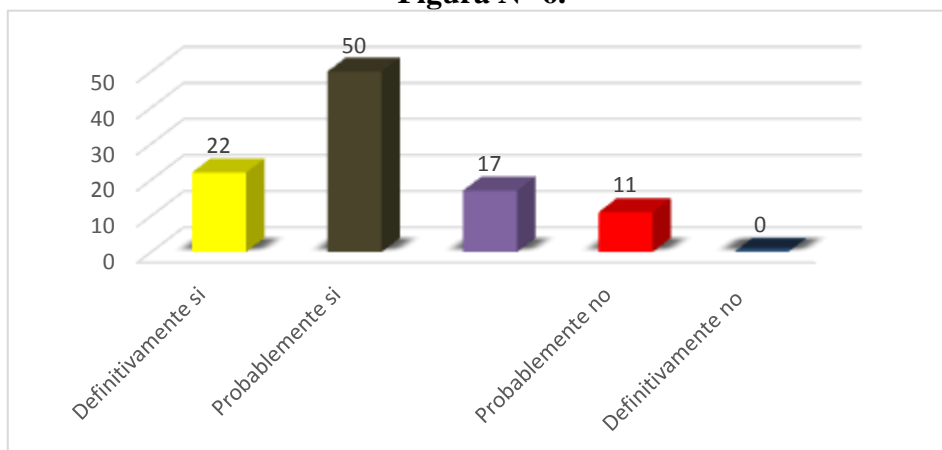
Tabla N° 9.

Pregunta N°6 ¿Cree usted que si implementa maquinarias nuevas o mejoradas aumentaría su producción?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	4	22
Probablemente si	9	50
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	2	11
Definitivamente no	0	0
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 6.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°6 ¿Cree usted que si implementa maquinarias nuevas o mejoradas aumentaría su producción?

Interpretación:

en la Tabla N° 9 y Figura N° 6 se observa que, el 50% de los propietarios o administradores dijeron probablemente sí que si implementan maquinarias nuevas aumenta la producción , el 22% definitivamente sí que si se implementa maquinarias nuevas aumentaría su producción, el 17% algunas veces sí, algunas veces no de que si se implementa maquinarias nuevas aumentaría la producción , el 11 % probablemente no en que si se implementaría maquinarias nuevas aumentaría la producción, el 0% de los encuestados dijeron definitivamente no que si se implementa maquinarias nuevas aumentaría la producción.

Tabla N° 10.

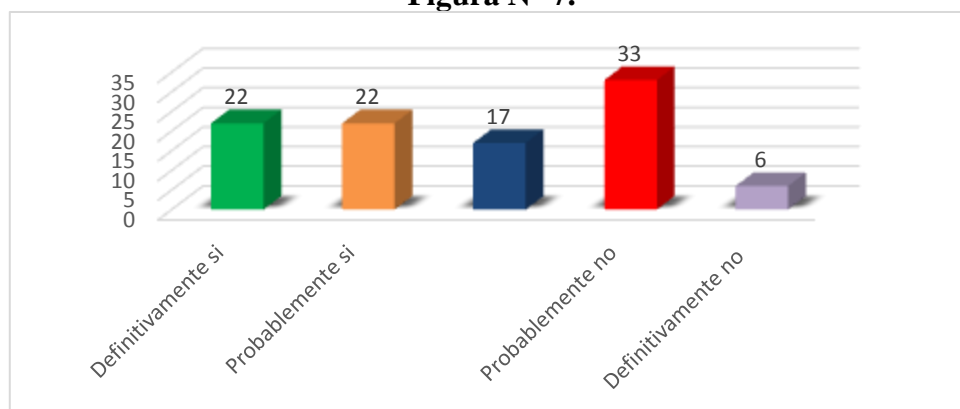
Pregunta N°7 ¿Aplica usted procesos nuevos o mejorados en su forma de elaborar pan?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	4	22
Probablemente si	4	22
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	6	33
Definitivamente no	1	6
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 7.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°7 ¿Aplica usted procesos nuevos o mejorados en su forma de elaborar pan?

Interpretación:

En la tabla N° 10 y la figura N° 7 se observa que, el 33% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente no se aplica procesos nuevos en su forma de elaborar pan , el 22% definitivamente sí que se aplica procesos nuevos en su forma de elaborar pan, el 22% probablemente sí que se aplica procesos nuevos en su forma de elaborar pan , el 17 % de los encuestados algunas veces sí, algunas veces no se aplica procesos nuevos en su forma de elaborar pan, el 6% definitivamente no aplica procesos nuevos en su forma de elaborar pan.

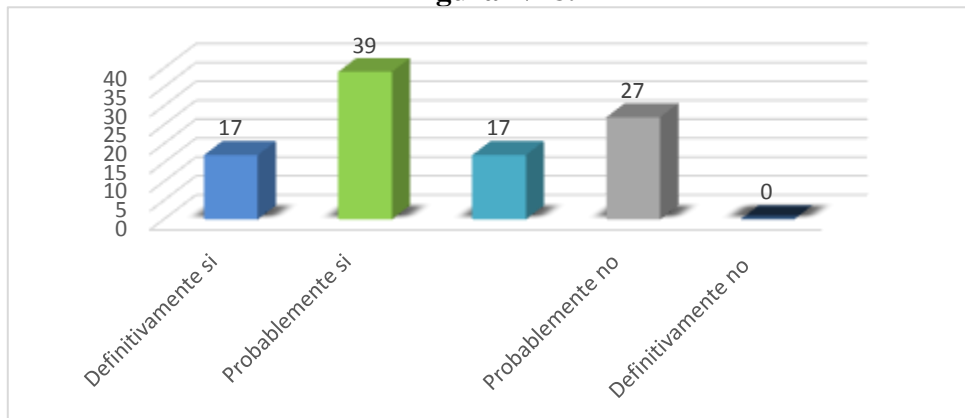
Tabla N° 11.

Pregunta N°8 ¿Usted reemplazaría a sus colaboradores por maquinas tecnológicamente nuevas o mejoradas?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	3	17
Probablemente si	7	39
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	5	27
Definitivamente no	0	0
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 8.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°8 ¿Usted reemplazaría a sus colaboradores por maquinas tecnológicamente nuevas o mejoradas?

Interpretación

En la tabla N° 11 y la figura N° 8 se observa que, el 39% de los propietarios o administradores encuestados dijeron probablemente sí en reemplazar a sus colaboradores por maquinas tecnológicamente nueva, el 27% probablemente no reemplazaría a sus colaboradores por maquinas tecnológicamente nueva, el 17% definitivamente sí reemplazaría a sus colaboradores por maquinas tecnológicamente nueva , el 17 % algunas veces sí, algunas veces no reemplazaría a sus colaboradores por maquinas tecnológicamente nueva, el 0% definitivamente no reemplazaría a sus colaboradores por maquinas tecnológicamente nueva.

5.1.3. Respecto al objetivo específico 3: Describir las características del valor agregado de las panaderías

Tabla N° 12.

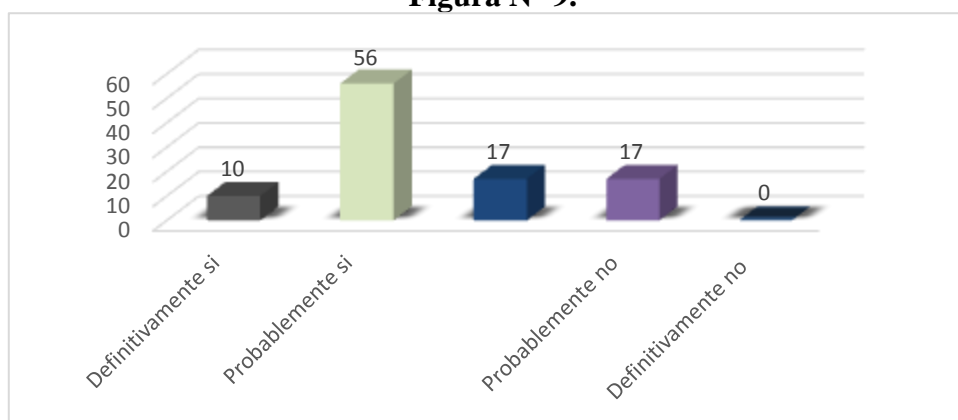
Pregunta N°9 ¿Usted cree que el tamaño y forma del pan atrae a sus clientes?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	2	10
Probablemente si	10	56
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	3	17
Definitivamente no	0	0
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 9.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°9 ¿Usted cree que el tamaño y forma del pan atrae a sus clientes?

Interpretación:

En la tabla N° 12 y la figura N° 9 se observa que, el 56% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente sí el tamaño y forma del pan atrae a sus clientes, el 17% dice probablemente no, que el tamaño y forma del pan atrae a sus clientes, el 17% algunas veces sí, algunas veces no el tamaño y forma del pan atrae a sus clientes , el 10 % dice definitivamente sí el tamaño y forma del pan atrae a sus clientes, el 0% definitivamente no el tamaño y forma del pan atrae a sus clientes.

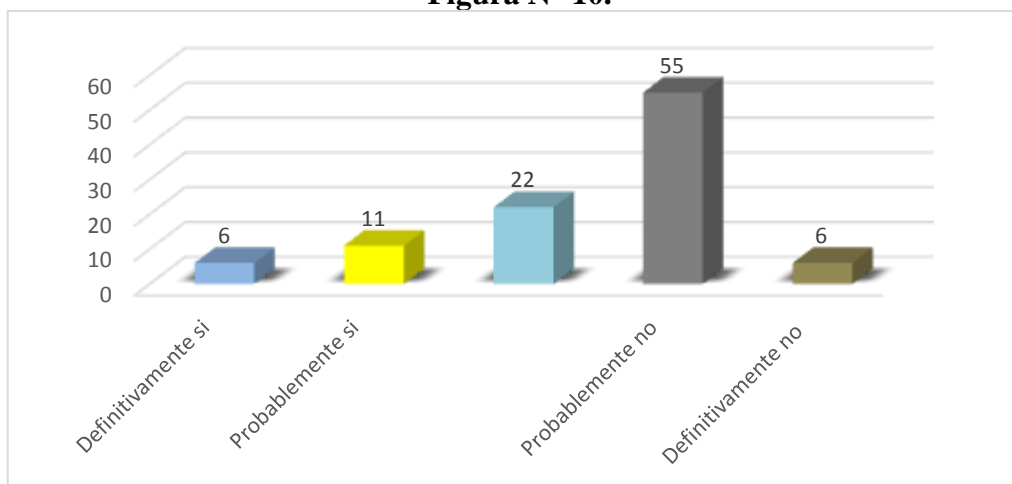
Tabla N° 13.

Pregunta N° 10 ¿Alguna vez invento un pan diferente a los que se encuentra en el mercado ayacuchano?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	1	6
Probablemente si	2	11
Algunas veces sí, algunas veces no	4	22
Probablemente no	10	55
Definitivamente no	1	6
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 10.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N° 10 ¿Alguna vez invento un pan diferente a los que se encuentra en el mercado ayacuchano?

Interpretación:

En Tabla N° 13 y la figura N° 10 se observa que, el 55% de los propietarios o administradores encuestados dijeron probablemente no que algunas vez invento un pan diferente a los que existe el mercado , el 22% algunas veces sí, algunas veces no alguna vez invento un pan diferente de los que existe en el mercado , el 11% probablemente sí alguna vez invento un pan diferente de los que ya existen el mercado, el 6 % definitivamente sí alguna vez invento un pan diferente de los que ya existe en el mercado, el 6% definitivamente no han inventado algún pan diferente.

Tabla N° 14.

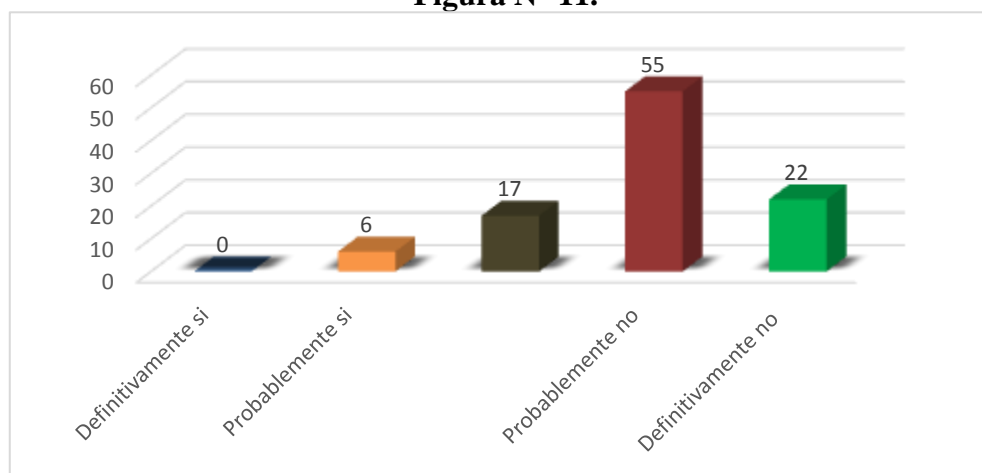
Pregunta N°11 ¿Produce panes en cualquier momento del día?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	0	0
Probablemente si	1	6
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	10	55
Definitivamente no	4	22
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 11.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°11 ¿Produce panes en cualquier momento del día?

Interpretación:

En la Tabla N° 14 y Figura N° 11 se observa que, el 55% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente no producen panes en cualquier momento del día, el 22% definitivamente no produce panes en cualquier momento del día, el 17% algunas veces sí, algunas veces no produce pan en cualquier momento del día, el 6 % probablemente sí produce pan en cualquier momento del día, el 0% definitivamente sí produce pan en cualquier del día.

5.1.4. Respecto al objetivo específico 4: Describir las características de la eficiencia de las panaderías

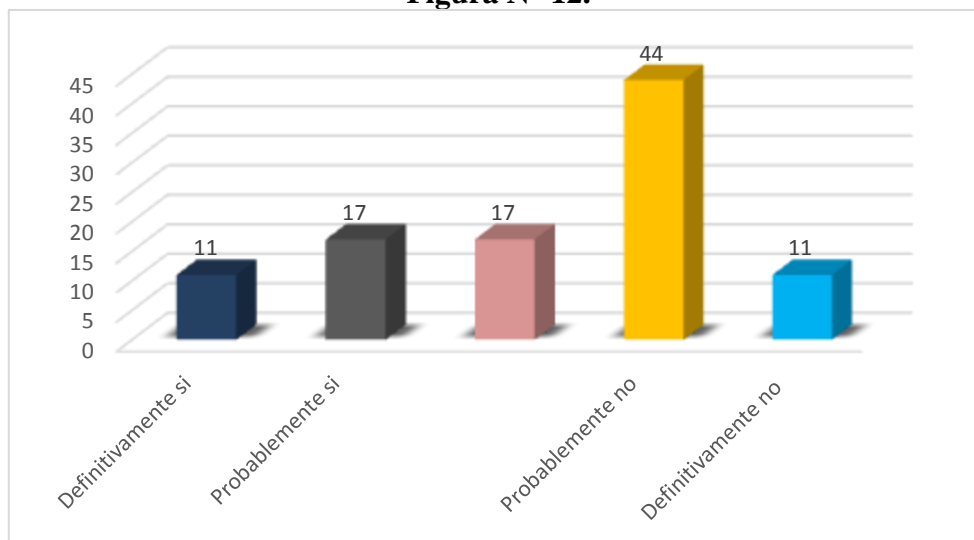
Tabla N° 15.

Pregunta N°12 ¿los colaboradores cumplen con el proceso de producción?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	2	11
Probablemente si	3	17
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	8	44
Definitivamente no	2	11
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 12.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°12 ¿los colaboradores cumplen con el proceso de producción?

Interpretación:

En la Tabla N° 15 y Figura N° 12 se observa que, el 44% de los propietarios o administradores encuestados dijeron probablemente no cumplen los colaboradores con el proceso de producción, el 17% de los colaboradores probablemente sí cumplen con el proceso de producción, el 17% dicen algunas veces sí, algunas veces no cumplen con el proceso de producción, el 11 % definitivamente sí los colaboradores cumplen con el proceso de producción, el 11% dice definitivamente no los colaboradores no cumplen con el proceso de producción.

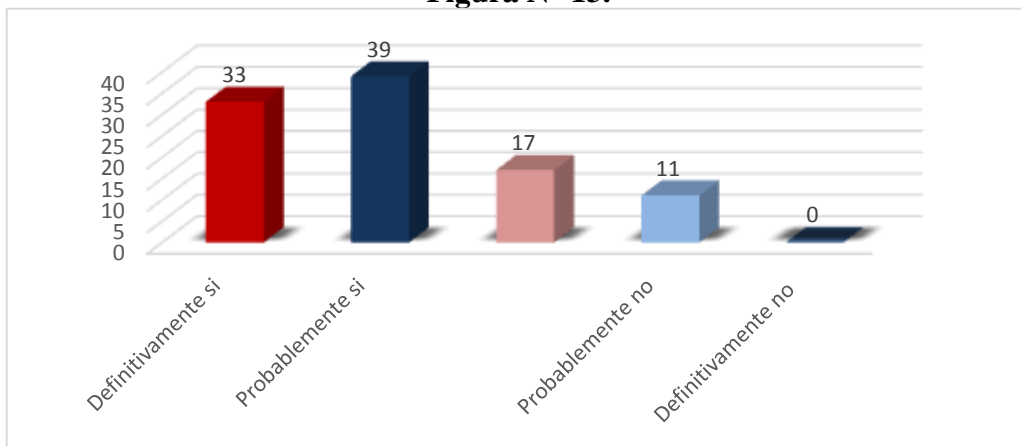
Tabla N° 16.

Pregunta N°13 ¿Cuenta con espacios específicos para cada proceso de elaboración?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	6	33
Probablemente si	7	39
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	2	11
Definitivamente no	0	0
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 13.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°13 ¿Cuenta con espacios específicos para cada proceso de elaboración?

Interpretación:

En la Tabla N° 16 y Figura N° 13 se observa que, el 39% de los propietarios o administradores encuestados dijeron probablemente sí cuentan con espacios específicos para cada proceso de producción, el 33% definitivamente sí cuentan con espacios específicos para cada proceso de producción, el 17% algunas veces sí, algunas veces no cuentan con espacios específicos para cada proceso de producción, el 11 % probablemente no cuentan con espacios específicos para cada proceso de producción, el 0% definitivamente no cuentan con espacios específicos para cada proceso de producción.

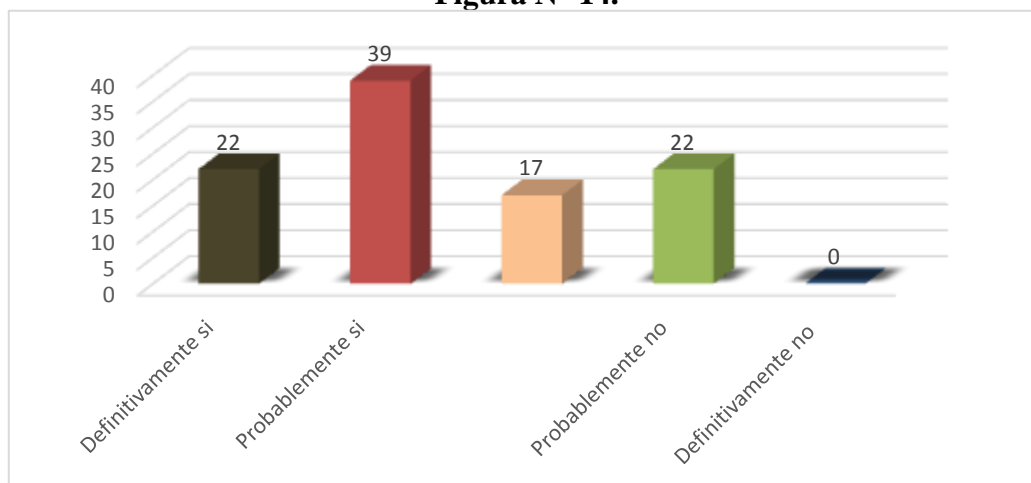
Tabla N° 17.

Pregunta N°14 ¿Los colaboradores usan adecuadamente la materia prima?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	4	22
Probablemente si	7	39
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	4	22
Definitivamente no	0	0
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 14.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°14 ¿Los colaboradores usan adecuadamente la materia prima?

Interpretación:

En la Tabla N° 17 y Figura N° 14 se observa que, el 39% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente sí los colaboradores usan adecuadamente la materia prima, el 22% dicen definitivamente sí los colaboradores usan adecuadamente la materia prima, el 22% probablemente no cumplen los colaboradores adecuadamente la materia prima, el 17% algunas veces sí, algunas veces no cumplen los colaboradores usando adecuadamente la materia prima , el 0% definitivamente no cumplen los colaboradores usando adecuadamente la materia prima.

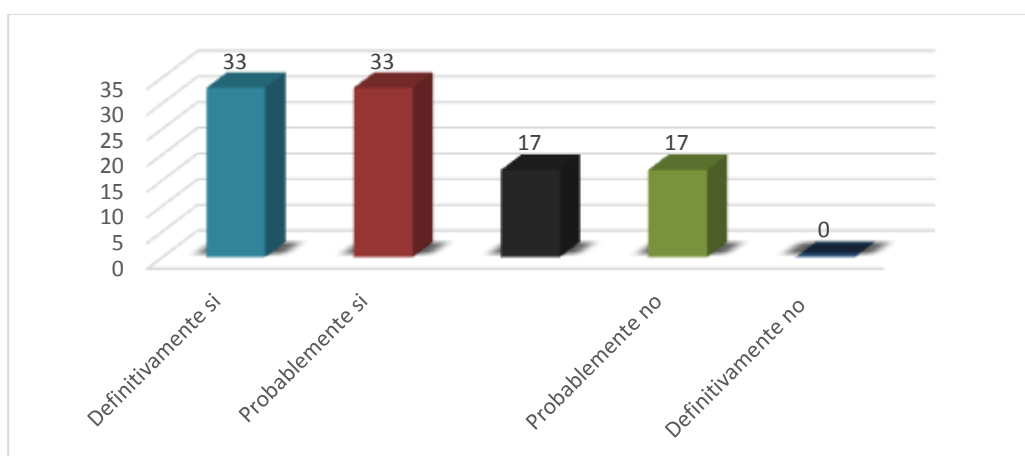
Tabla N° 18.

Pregunta N° 15 ¿Si usted implementaría maquinarias modernas su costo de producción sería menor?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	6	33
Probablemente si	6	33
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	3	17
Definitivamente no	0	0
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 15.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N° 15 ¿Si usted implementaría maquinarias modernas su costo de producción sería menor?

Interpretación:

En la Tabla N° 18 y Figura N° 15 se observa que, el 33% de los propietarios o administradores encuestados dijeron definitivamente sí implementarían maquinarias modernas el costo de producción sería menor, el 33% dice probablemente sí implementarían maquinarias modernas el costo de producción sería menor, el 17% dicen probablemente no, no siempre que al implementar maquinarias modernas el costo de producción sería menor, el 17% de los encuestados algunas veces sí, algunas veces no que al implementar maquinarias modernas el costo de producción sería menor el 0% definitivamente no, no siempre implementar maquinarias modernas el costo de producción es menor.

Tabla N° 19.

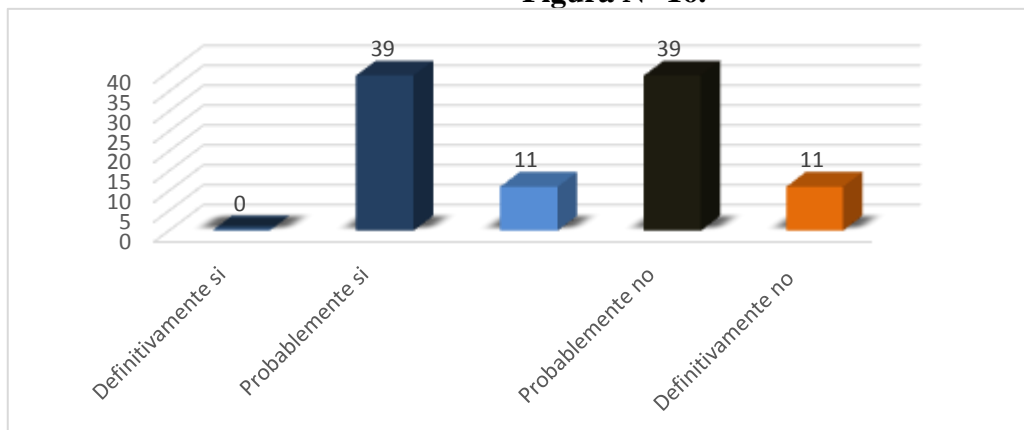
Pregunta N°16 ¿Según su percepción; si implantaría tecnología, reduciría el tiempo de producción?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	0	0
Probablemente si	7	39
Algunas veces sí, algunas veces no	2	11
Probablemente no	7	39
Definitivamente no	2	11
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 16.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°16 ¿Según su percepción; si implantaría tecnología, reduciría el tiempo de producción?

Interpretación:

En la Tabla N° 19 y Figura N° 16 se observa que, el 39% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente sí, si se implementa tecnología se reduciría el tiempo de producción, el 39% probablemente no si se implementa tecnología no reduciría el tiempo de producción, el 11% definitivamente no al implementar tecnología no reduciría el tiempo de producción, el 11% algunas veces sí, algunas veces no al implementar tecnología se reduciría el tiempo de producción, el 0% definitivamente sí, si se implementa tecnología se reduciría el tiempo de producción.

5.1.5. Respecto al objetivo específico 5: Describir las características de la eficacia de las panaderías.

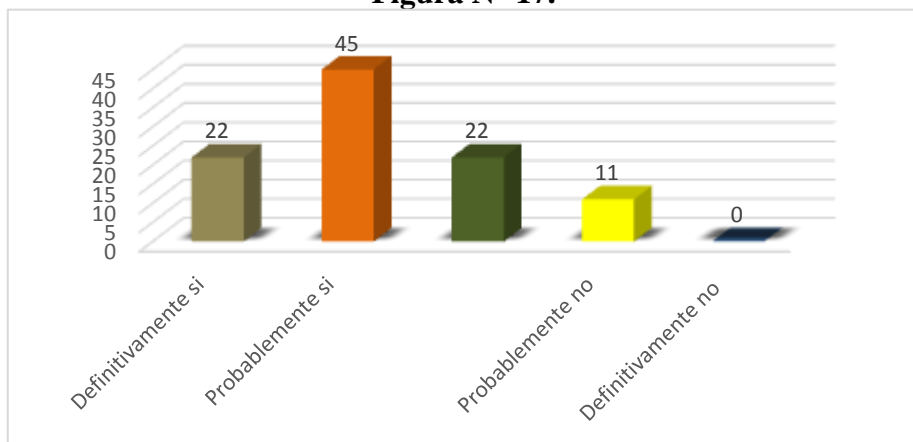
Tabla N° 20.

Pregunta N°17 ¿Los colaboradores orientan sus habilidades hacia los objetivos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	4	22
Probablemente si	8	45
Algunas veces sí, algunas veces no	4	22
Probablemente no	2	11
Definitivamente no	0	0
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 17.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°17 ¿Los colaboradores orientan sus habilidades hacia los objetivos?

Interpretación:

En la Tabla N° 20 y Figura N° 17 se observa que, el 45% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente sí que los colaboradores orientan sus habilidades hacia los objetivos, el 22% definitivamente sí que los colaboradores si orientan sus habilidades hacia los objetivos, el 22% algunas veces sí, algunas veces no los colaboradores orientan sus habilidades hacia los objetivos, el 11% probablemente no los colaboradores no orientan sus habilidades hacia los objetivos, el 0% definitivamente no los colaboradores no orientan sus habilidades hacia los objetivos.

Tabla N° 21.

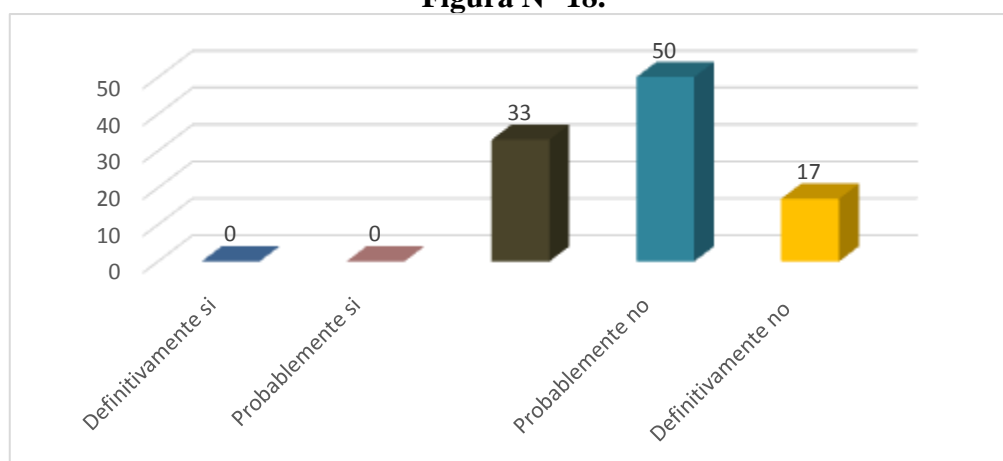
Pregunta N°18 ¿La producción artesanal que utiliza le genera resultados favorables?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	0	0
Probablemente si	0	0
Algunas veces sí, algunas veces no	6	33
Probablemente no	9	50
Definitivamente no	3	17
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Figura N° 18.



Fuente: cuestionario

Elaboración: propia

Pregunta N°18 ¿La producción artesanal que utiliza le genera resultados favorables?

Interpretación:

En la Tabla N° 21 y Figura N° 18 se observa que, el 50% de los propietarios o administradores encuestados dijeron probablemente no que la producción artesanal que utilizan no les generan resultados favorables, el 33% algunas veces sí, algunas veces no la producción artesanal que utilizan les generan resultados favorables, el 17% definitivamente no la producción artesanal que utilizan no les generan resultados favorables, el 0% definitivamente sí, el 0% probablemente sí.

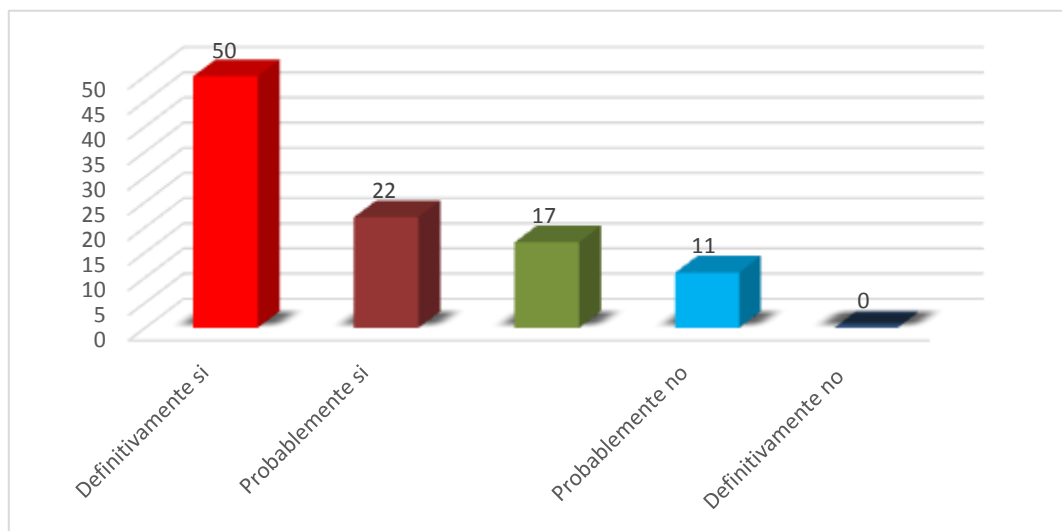
Tabla N° 22.

Pregunta N°19 ¿Usted cree que si produjera otras variedades de pan le generaría más rentabilidad?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	9	50
Probablemente si	4	22
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	2	11
Definitivamente no	0	0
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 19.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°19 ¿Usted cree que si produjera otras variedades de pan le generaría más rentabilidad?

Interpretación:

En la Tabla N° 22 y Figura N° 19 se observa que, el 50% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron definitivamente sí, si produjeran otras variedades de pan les generaría más rentabilidad, el 22% probablemente sí, si produjeran otras variedades de pan les generaría más rentabilidad, el 17% algunas veces sí, algunas veces no dicen que si producen otras variedades de pan es generaría más rentabilidad, el 11% probablemente no, si produjeran otras variedades de pan no les generaría más rentabilidad, el 0% definitivamente no.

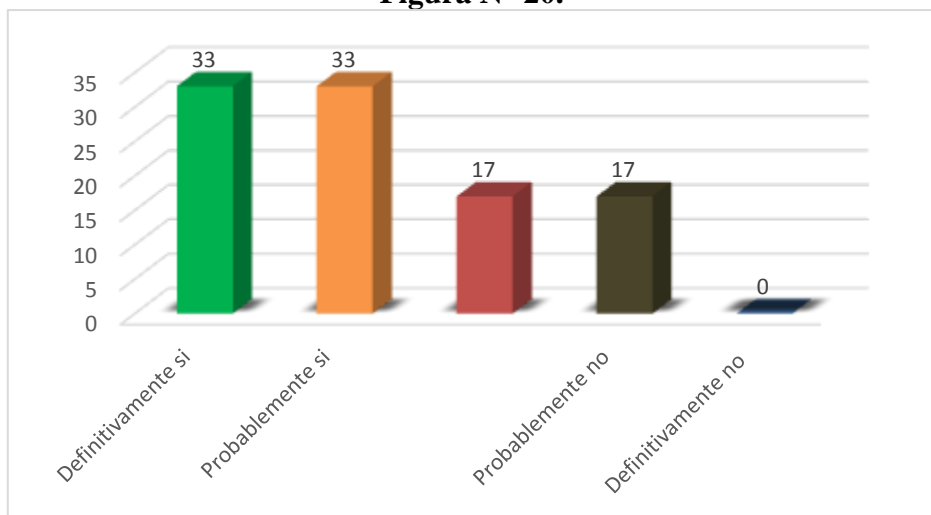
Tabla N° 23.

Pregunta N°20 ¿Cree usted que con las ventas realizadas percibe una buena rentabilidad?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje %
Definitivamente si	6	33
Probablemente si	6	33
Algunas veces sí, algunas veces no	3	17
Probablemente no	3	17
Definitivamente no	0	0
TOTAL	18	100

Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Figura N° 20.



Fuente: cuestionario
Elaboración: propia

Pregunta N°20 ¿Cree usted que con las ventas realizadas percibe una buena rentabilidad?

Interpretación:

En la Tabla N° 23 y Figura N° 20 se observa que, el 33% de los propietarios o administradores encuestados dijeron definitivamente sí que con sus ventas realizadas perciben una buena rentabilidad, el 33% probablemente sí que con sus ventas realizadas perciben una buena rentabilidad, el 17% algunas veces sí, algunas veces no con sus ventas realizadas perciben una buena rentabilidad, el 17% probablemente no que con sus ventas realizadas no perciben una buena rentabilidad, el 0% definitivamente no.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Respecto al objetivo específico 1

El 33% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente no, porque no aplican conocimientos nuevos en su forma de elaborar pan y el 11 % de los encuestados respondieron definitivamente sí, que si aplican conocimiento nuevo en su forma de elaborar el pan. Es por ello que los propietarios y administradores no aplican conocimientos nuevos por el simple hecho de no capacitarse y existe un porcentaje muy bajo de quienes si buscan conocimientos nuevos con el objetivo de mejorar y hacerse conocido en la región. Estos resultados se presentaron acordes a lo presentado por (Martínez & Pareja, 2015), quienes consideraron en sus resultados de su estudio que no desarrollan productos nuevos en su panadería y mantienen su producción de manera artesanal, tal cual la presentada en las panaderías del presente estudio dado que presentan preferencias por los procesos artesanales.

5.2.2. Respecto al objetivo específico 2

El 33% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente no se aplica procesos nuevos en su forma de elaborar pan y el 6% definitivamente no aplica procesos nuevos en su forma de elaborar pan. Estos resultados se encuentran acorde a lo presentado por (Martínez & Pareja, 2015), quienes mostraron en su investigación que el 52% de las propietarios de las panaderías consideraron que no desarrollan nuevos conocimientos para crear productos más innovadores y así cubrir un mercado más amplio.

5.2.3. Respecto al objetivo específico 3

El 55% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente no, que hayan alguna vez inventado un pan diferente a los que existe el mercado y el 6% dijeron definitivamente no que no han inventado algún pan diferente. Estos resultados muestran que las panaderías en Ayacucho no realizan diferentes panes se conforman con el chapla y la wawa pero si dispondrían de tecnología avanzada se les haría más fácil; lo cual se encuentra acorde a lo mostrado por (Martínez & Pareja, 2015), quienes en su estudio manifestaron que en la panadería de su estudio por lo general no se desarrollan nuevos conocimientos, ni innovación en los productos que ofrecen.

5.2.4. Respecto al objetivo específico 4

El 39% de los propietarios o administradores encuestados dijeron probablemente sí cuentan con espacios específicos para cada proceso de producción

y el 11% probablemente no cuentan con espacios específicos para cada proceso de producción, lo cual sin duda limita la producción. Este resultado sin duda muestra cierta carencia de una mayor implementación de espacios, lo cual se encuentra acorde con lo presentado por (Ugarte Laurante , 2017), quien en su estudio concluye que un proceso en donde se tome en consideración mayor innovación e implementación de espacios conlleva a generar mayor rentabilidad.

5.2.5. Respecto al objetivo específico 5

El 50% de los propietarios o administradores encuestados manifestaron probablemente no, que la producción artesanal que utilizan no les genera resultados favorables y el 17% definitivamente no la producción artesanal que utilizan no les genera resultados favorables. Estos resultados como ya se había mencionado líneas arriba muestran que las panaderías de estudio no disponen de maquinarias, por ende los resultados no son favorables; ello se encuentra en coherente con lo mencionado por (Ugarte Laurante , 2017), quien manifiesta que para ello resulta importante la implementación de innovación.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

6.1.1. Respecto al objetivo específico 1

Se pudo determinar que en las panaderías del Distrito de Ayacucho no se vienen presentando productos ni conocimientos nuevos o mejorados; ello debido a que el 28% consideró que presentan productos innovadores mientras que 33% de los propietarios consideraron que dentro de sus panaderías no tienen productos nuevos. Lo cual sin duda necesita mejorar.

6.1.2. Respecto al objetivo específico 2

En las panaderías de estudio del Distrito de Ayacucho, no se vienen desarrollando procesos nuevos o mejorados dado que el 33% de los propietarios de las panaderías de estudio consideraron que no lo vienen realizando y se encuentran en desacuerdo con ello; mientras que solo el 22% considera que si lo llevan a cabo. Lo cual sin duda muestra que las panaderías carecen de innovación tecnológica ya que continua desarrollando los mismos procesos tradicionales y siguen elaborando las mismas variedades de panes; las panaderías ayacuchanas no desarrollan nuevos conocimientos ni experiencias por miedo al cambio.

6.1.3. Respecto al objetivo específico 3

En las panaderías de estudio no se brinda un valor agregado a sus productos que ofrece; ello debido a que el 56% de los propietarios o administradores encuestados están en desacuerdo que algunas vez invento un pan diferente a los que existe el mercado , el 22% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo si alguna vez

invento un pan diferente de los que existe en el mercado , el 11% no está de acuerdo que alguna vez invento un pan diferente de los que ya existen el mercado, el 6 % de los encuestados está muy de acuerdo que alguna vez invento un pan diferente de los que ya existe en el mercado, el 6% están muy en desacuerdo que hayan inventado algún pan diferente.

6.1.4. Respecto al objetivo específico 4

De acuerdo a los resultados de pudo conocer que en las panaderías de estudio del Distrito de Ayacucho, 22% y 39% se consideró probablemente sí y definitivamente sí que sería adecuado el desarrollar e implementar mayor tecnología dentro de sus instalaciones con el objetivo de reducir la pérdida innecesaria de insumos y materia prima.

6.1.5. Respecto al objetivo específico 5

Finalmente se concluyó y se da conocer que las panaderías de estudio no cuentan con maquinarias solo de manera artesanal por ello los resultados no son favorables, ello debido a que la mayoría de los propietarios (39%) consideró ello, mientras que el 11% consideró que algunas veces sí, algunas veces no la producción artesanal que utilizan no les genera resultados favorables.

6.2. Recomendaciones

A los propietarios o Administradores de las panaderías, es importante recomendarles que busquen medios que permitan innovar la presentación de sus productos incluyendo en ello también mayor diversidad, con el objetivo de brindarles opciones de acuerdo a los gustos de los clientes. **(Objetivo específico 1)**

A los propietarios o Administradores de las panaderías, se les recomienda que dentro de sus procesos se establezcan nuevos procesos o mejores los que en la actualidad se presentan con el objetivo de brindar mejores productos y de calidad a la población. **(Objetivo específico 2)**

A los propietarios o Administradores de las panaderías, se les recomienda que busquen mecanismos que permitan agregarle un valor agregado a sus productos que ofrecen, lo cual los caracterice y les brinde mayor acogida por la población. **(Objetivo específico 3)**

A los propietarios o Administradores de las panaderías, se les recomienda mejorar las buenas prácticas de manufactura y transformación de productos, los cuales le permitan brindar mejores productos a la población a sus clientes. **(Objetivo específico 4)**

Finalmente, a los propietarios o Administradores de las panaderías, se les recomienda implementar maquinarias de producción que les permita mejorar las deficiencias presentes en cuanto al personal, materias primas, control de los recursos

financieros, infraestructura, producto final, entre otros. Y así obtener resultados favorables. **(Objetivo específico 5)**

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

(s.f.).

Acosta Garcia, M. (2017). *Gestion deL talento humano y calidad de servicio de la empresa inversiones Hinostroza S.A.C.* Huanuco : Distrito de Amarilis .

Albomas, M., & Fernandez Polcuch, E. (1997). *In dicadores en la ciencia y tecnologia* . La Habana .

Arana Cruzado, H. (2016). *La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector produccion- rubro panaderias,de la urbanizacion PREVI, distrito de Callao, provincia Constitucional del Callao, Departamento Lima, periodo 2015.* Lima - Peru .

Arapa Saya, E. (2017). *Calidad de servicios e influencia en la satisfaccion de clientes en los restaurantes de la ciudad de ayacucho.* Ayacucho: Universidad San Cristobal de Huamanga.

Arruñada, B. (2010). *Formalizacion de empresas: cortes frentes a eficiencia institucional.* Barcelona : Civitas editorial.

Bain, D. (2003). *La Productividad* . Colombia : Editorial McGraw Hill.

Bernal Torres, C., & Sierra Arango , H. (2013). *Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XXI.* D.F - Mexico: Pearson.

Bernal, C., & Sierra , H. (2013). *Proceso administrativo para las organizaciones de siglo XXI* (segunda ed.). Mexico: Pearson.

Chavarria Caro, A. (2017). *Aplicacion de la ingenieria de metodos para incrementar la producctividad en el area de cromo duro de l aempresa recolsa S.A; Callao.* Lima - Peru .

Chiavenato , I. (2009). *Gestion del Talento Humano tercera edicion.* Mexico: McGraw-hil.

Cronin, J. T. (1992). *Measurind service quality. A re-examination and extension.:* Journal of Marketing.

D.Alessio, F. (2012). *Administracion de las operaciones productivas* . Mexico: Pearson.

D´Alessio Ipinza, F. (2012). *Administracion de las operaciones productivas* . Mexico: Pearson.

De la Cruz Sulca , H. (2009). *La nueva gestion del poetencial humano y su evaluacion de desempeño en las instituciones financieras de huamanga.* Ayacucho: Universidad Nacional San Cristobal de Huamanga.

Estrada Suazo , P. (2016). *Propuesta de mejora de la calidad en base a la Norma ISO 9001:2008en una panaderia* . Lima - Peru.

- Fernandez , E., & Vazquez, C. (1996). *El proceso de innovacion tecnologicas en la empresa*. España : Aedem.
- Fernandez Sanchez, E., & Fernandez Casariego, Z. (1988). *Manual de direccion estrategica de la tecnologia*. Barcelona : Ariel .
- Fernandez, E. (2005). *Estrategia de innovacion*. Madrid : Thomson.
- Galicia, R. (2015). *La innovacion*. mexico: ECORFAN.
- Gronroos, C. (1984). *A service quality model and its market implications*. European Journal of marketing.
- Gronroos, C. (1994). *Marketing y gestion de servicios:la gestion de los momentos de la verdad y la competencias en los servicios* . Madrid: Diaz de Santos .
- Heizer , J., & Render , B. (2009). *Principio de administracion de operaciones* (septima ed.). Mexico: Person.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw Hill Education. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Huaman. (2016). *propuestade mejoradel proceso productivo de la panaderia el progreso E.I.R.L.para el incremento de la produccion* . Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Ibañez Machico. (2011). *Gestion del talento humano en la empresa*. Lima: San Marcos.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1998). *Administracion. Una perspectiva Global* (Onceava ed.). mexico: Mc-Graw-Hill.
- Lundavall. (1992). *National Sitemsof Innovation*. U.S.A.
- Malthus, T. R. (1973). *Principios de Economía Política* . Mexico: Fondo de Cultura Economica.
- Manrique Torres, N. (2015). *El contro interno y su incidencia en la gestion de recursos humanos en el hotel*. Huaraz : Pastaruri.
- Martinez Garcia , J. M., & Pareja Cornejo, K. (2015). *Innocacion tecnologica y el sistema de produccion de las panaderias del distrito de ropesa Cusco* . Cusco.
- Morcillo Ortega, P. (1997). *Dureccion Estrategica de la Tecnologia e Innovacion* . Madrid: S.L. Civistas .
- Navarro; Ladron; Peña; tito; Diaz. (2012). *la innovacion tecnologica en las empresas industriales de laregion cusco*. cusco: Universiodad Nacional de San Antonio de abad.

- Oliver, R. L. (1980). *A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions*. Journal of Marketing research.
- Oré, E. (2015). *El ABC de la Tesis. con contrastación de hipótesis* (Primera ed.). Perú, Ayacucho.
- Orozco , E. (S.f.). *Conceptos de desarrollo de servicio empresarial* . Red de cajas de herramientas MYPYME.
- Orozco, E. (2003). *Conceptos de desarrollo de servicios empresariales*. Red de cajas de herramientas MYPYME.
- Osorio Alvarez, J. (2015). *gestion del talento humano y la calidad de servicio en el Minimarket Adonay del Distrito de Andahuaylas* . Andahuaylas: Universidad Nacional Jose Maria Arguedas.
- Parasuraman, A. B. (1991). *Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale* (Vol. 67).
- Parasuraman, A. Z. (1994). *Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality*. Journal of Marketing.
- Pavon , J., & Hidalgo , A. (1997). *Gestion e Innovacion un Enfoque Estrategico*. Madrid: Piramide.
- Paz Huaman , K. (2016). *propuestade mejoradel proceso productivo de la panaderia el progreso E.I.R.L.para el incremento de la produccion*. Chiclayo: Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Paz, K. (2016). *Propuesta de mejora del proceso productivo de la panaderia* . Chiclayo .
- Perez Pintado , g. (2014). *La gestion del talento humano y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y credito san francisco Ltda*. ecuador: tesis de pregrado.
- Pinedo Montoya , & Quispe Peralta. (2017). *La gestion del talento humano y su influencia en lamotivacion en los colaboradores administrativos e la empresa Petrex S.A*. Lima : Universidad San Ignacio de Loyola.
- Puyen, N. F. (2017). *gestion del talento humano y la calidad del sevicio en hoteles tres estrellas del distrito de zorritos*. Lima: Universidad Nacional de Tumbes.
- Ricardo, D. (1973). *Principios de la Economia Politica* . Mexico: Fondo de Cultura Economica .
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administracion*. Mexico: Prentice-Hall Hispanoamerica, S.A.
- Ruiz Vazquez, M. H. (2018). *La influencia de las tecnologias avanzadas de manufactura y las habilidades ene l incremento del performance de las empresas de manufactura españolas*. Madrid.

- Ruiz, M. (2017). *La influencia de las tecnologías avanzada de manufactura y las habilidades en el incremento del performance de la empresa de manufactura*. Madrid.
- Sanchez, F. (1993). *Tecnicas de administracion de recursos humanos*. Mexico: Limusa.
- Schumpeter, J. A. (1944). *Teoria del Desarrollo Economico* . Mexico: Fondo de Cultura Economica .
- Smith , A. (1996). *Investigacion de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones* (Vol. I). (J. A. Ortiz, Trad.) Valladolid: Junta de Castilla, en la Oficina de la Viuda é Hijos de Santander, 1794.
- Stephen P., R., & Coulter, M. (2005). *Administracion* . Mexico: Prentice-Hall Hispanoamerica, S.A.
- Ugarte Laurante , E. (2017). *Implementacion de inovacion tecnologia para mejorar la productividad en el proceso de corte de plantillas en el area de desarrollo del producto de la empresa southern textile Network*. Network: Universidad Privada del Norte .
- Urquía Reina, A. (2016). *Gestion del talento humano y calidad del servicio en el centro de salud Villa Victoria Porvenir Surquillo*. Lima : Universidad Cesar Vallejos .
- Vallejo Chavez , L. M. (2015). *Gestion del talento humano* . Riobamba, Ecuador : La Caracola Editores.
- Yoshino, M., & Srinivasa Rangan, U. (1996). *Alianzas Estrategicas: un enfoque empresarial a la globalizacion* . Barcelona: Ariel.

ANEXOS

ANEXO N°1: Matriz de operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE Innovación Tecnológica	corresponde a innovar el proceso productivo de un método artesanal a un método más tecnológico que mejore significativamente el producto final y optimice el uso de recursos en su producción previa	Lo más relevante en esta variable son los productos nuevos o mejorados, los procesos nuevos y mejorados, el valor agregado. De los cuales sales dos indicadores para cada dimensión.	Productos nuevos o mejorados	Conocimientos nuevos o mejorados Ingredientes nuevos y mejorados	1 - 4	Escala tipo Likert 1. Definitivamente sí 2. Probablemente s 3. Algunas veces sí, algunas veces no 4. Probablemente no 5. Definitivamente no
			Procesos nuevos y mejorados	Numero de maquinarias nuevas o mejoradas Procedimientos mejorados o nuevos	5 - 8	
			Valor agregado	Creatividad Expectativa	9 - 11	
VARIABLE DEPENDIENTE Productividad	corresponde a la relación entre la cantidad de productos, obtenidos mediante un sistema, y los recursos utilizados para obtener dicha producción	Lo que más caracteriza a esta variable es la eficiencia y la eficiencia de las cuales se obtuvieron 3 indicadores para cada dimensión.	Eficiencia	Hacer las cosas de manera correcta Uso óptimo de los recursos Reducción de costos, tiempo	12 - 16	
			Eficacia	Alcanzar objetivos Obtener resultados Rentabilidad	17 - 20	

ANEXO N°2: Constancia de Validación

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Carlos E. TIFE HERREDO

Identificado con DNI 28719021 Carnet de Colegio N° 1253

Con MAESTRO el grado de:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el estudiante Bach. IRVING JHONATAN FALCONI OTAZO, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado:

“Influencia de la innovación tecnológica en la productividad de las panaderías de Ayacucho, 2018”; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Ayacucho, 17 Octubre 2018



Dr. Carlos E. Tife Herredo
CLAD, 1253

ANEXO N°4: Encuesta Aplicada



ENCUESTA PARA LOS DUEÑOS Y/O ADMINISTRADORES DE PANADERIAS, SOBRE LA INNOVACION TECNOLOGICA Y LA PRODUCTIVIDAD.

Señor (a) dueño (a)

La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación titulado “**INNOVACION TECNOLOGICA Y LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PANADERÍAS DEL DISTRITO DE AYACUCHO, 2018**” que tiene por finalidad el recolectar información sobre la manera que la tecnología influye en la productividad de las panaderías, se le ruega responder con total sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta se presenta un grupo de características sobre innovación tecnológica y la productividad; cada una de ellas va seguida de cinco alternativas de respuesta que debe marcar; alternativas que usted crea por conveniente, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

ESCALA DE VALORACION

Definitivamente si	Probablemente si	Algunas veces sí, algunas veces no	Probablemente no	Definitivamente no
1	2	3	4	5

N°	ÍTEM	VALORACION				
VARIABLE INDEPENDIENTE: INNOVACION TECNOLOGICA						
Dimensión 1: PRODUCTOS NUEVOS Y MEJORADOS						
1	¿Ha recibido usted alguna capacitación sobre productos nuevos o mejorados este último año?	1	2	3	4	5
2	¿Usted aplica conocimientos nuevos o mejorados en su forma de elaborar pan?	1	2	3	4	5
3	¿Utiliza ingredientes nuevos o mejorados para la elaboración de pan?	1	2	3	4	5
4	¿Se atrevería a innovar los ingredientes del pan chapla?	1	2	3	4	5
Dimensión 2: PROCESOS NUEVOS O MEJORADOS						
5	¿Cambiaría sus máquinas artesanales por maquinas nuevas o mejoradas?	1	2	3	4	5
6	¿Cree usted que si implementa maquinarias nuevas o mejoradas aumentaría su producción?	1	2	3	4	5
7	¿Aplica usted procesos nuevos o mejorados en su forma de elaborar pan?	1	2	3	4	5
8	¿Usted remplazaría a sus colaboradores por maquinas tecnológicamente nuevas o mejoradas?	1	2	3	4	5

Dimensión 3: VALOR AGREGADO						
9	¿Usted cree que el tamaño y forma del pan atrae a sus clientes?	1	2	3	4	5
10	¿Alguna vez invento un pan diferente a los que se encuentra en el mercado ayacuchano?	1	2	3	4	5
11	¿Produce panes en cualquier momento del día?	1	2	3	4	5
VARIABLE DEPENDIENTE: PRODUCTIVIDAD						
Dimensión 1: EFICIENCIA						
12	¿Los colaboradores cumplen con el proceso de producción?	1	2	3	4	5
13	¿Cuentan con espacios suficientes para cada proceso de selección?	1	2	3	4	5
14	¿Los colaboradores usan adecuadamente la materia prima?	1	2	3	4	5
15	¿Si usted implementaría maquinarias modernas su costo de producción sería menor?	1	2	3	4	5
16	¿Según su percepción; si implantaría tecnología, reduciría el tiempo de producción?	1	2	3	4	5
Dimensión : EFICACIA						
17	¿Los colaboradores orientan sus habilidades hacia los objetivos?	1	2	3	4	5
18	¿La producción artesanal que utiliza le genera resultados favorables?	1	2	3	4	5
19	¿Usted cree que si produjera otras variedades de pan le generaría más rentabilidad?	1	2	3	4	5
20	¿Cree usted que con las ventas realizadas percibe una buena rentabilidad?	1	2	3	4	5

GRACIAS POR SU COLABORACION