

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Innovación tecnológica y su influencia en el desempeño empresarial de una
empresa retail zona norte, 2023**

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

AUTOR

Kiara Mariella Echeverria Ramirez

ASESOR

Luis Alberto Saavedra Carrasco

<https://orcid.org/0000-0002-7706-0189>

Chiclayo, 2026

**Innovación tecnológica y su influencia en el desempeño empresarial
de una empresa retail zona norte, 2023**

PRESENTADA POR

Kiara Mariella Echeverria Ramirez

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Cesar Luis Jesus Olivos Villasis
PRESIDENTE

Carlos Daniel Garcia Toro
SECRETARIO

Luis Alberto Saavedra Carrasco
VOCAL

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios, por la sabiduría y fortaleza que me han guiado en cada paso de este camino. A mis padres, por su amor incondicional y constante apoyo. A mi hermano, por ser una fuente diaria de inspiración. A mis amigos, por su leal compañerismo y ánimos incansables. Y a mí misma, por la resiliencia y dedicación que me han permitido alcanzar este objetivo. Gracias a todos por ser parte esencial de este viaje.

Agradecimiento

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a todos los profesores que me han brindado su sabiduría y orientación a lo largo de mi trayectoria académica. En especial, deseo reconocer la invaluable contribución de mi asesor, Luis Alberto Carrasco Saavedra, cuya paciencia y conocimientos fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo. También estoy agradecida con la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo por proporcionarme la educación necesaria para seguir mi pasión en esta carrera. Su apoyo ha sido fundamental en mi formación como profesional.

Innovación tecnológica y su influencia en el desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023.pdf

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

ceupe.com

Fuente de Internet

1%

2

Submitted to Universidad Técnica Nacional de Costa Rica

Trabajo del estudiante

1%

3

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

repositorio.upt.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

tesis.usat.edu.pe

Fuente de Internet

1%

6

www.coursehero.com

Fuente de Internet

1%

7

www.scielo.org.pe

Fuente de Internet

1%

8

hdl.handle.net

Fuente de Internet

1%

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción.....	8
Revisión de literatura.....	10
Materiales y métodos	15
Resultados y discusión	16
Conclusiones	22
Recomendaciones	22
Referencias.....	23
Anexos	27

Resumen

Se ha evidenciado la relevancia de incorporar las Tecnologías de la Información y Comunicación en las compañías, ya que proporcionan una ventaja competitiva en comparación con otras entidades pertenecientes al mismo sector. Por ello, se ha planteado como objetivo general establecer la influencia de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023. De acuerdo a su enfoque fue cuantitativo, de tipo básica con un nivel explicativo y un diseño no experimental transversal; asimismo, la muestra estuvo conformada por 132 colaboradores de las sedes Piura, Chiclayo y Trujillo; también, se utilizó el cuestionario estructurado de Chege et al. (2019) con una escala ordinal tipo Likert. Se encontró influencia positiva de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de una empresa retail (0.000), siendo clave conseguir resultados favorables mediante el uso de herramientas digitales. La innovación en tecnología es importante para el desempeño empresarial pues permite incrementar la calidad en productos y mejorar los procesos además de reducir los tiempos y costos lo que genera que la empresa se vea competitiva en el mercado.

Palabras clave: innovación en tecnología, desempeño, TIC

Clasificación JEL: O32, O33, M10, M15, L81

Abstract

The relevance of incorporating Information and Communication Technologies in companies has been demonstrated, since they provide a competitive advantage compared to other entities belonging to the same sector. For this reason, the general objective has been set to establish the influence of technological innovation on the business performance of a retail company in the northern zone, 2024. According to its approach, it was quantitative, basic in nature with an explanatory level and a cross-sectional non-experimental design; Likewise, the sample was made up of 132 collaborators from the Piura, Chiclayo and Trujillo headquarters; Also, the structured questionnaire of Chege et al. was used. (2019) with a Likert-type ordinal scale. A positive influence of innovation in information technology was found on the business performance of a retail company (0.000), being key to achieving favorable results through the use of digital tools. Innovation in technology is important for business performance because it allows increasing the quality of products and improving processes in addition to reducing times and costs, which makes the company look competitive in the market.

Keywords: technology innovation, performance, ICT

JEL classification: O32, O33, M10, M15, L81

Introducción

En los últimos años, la digitalización ha transformado el panorama empresarial, impulsada por los cambios ambientales y la crisis sanitaria global (Marín et al., 2021). La innovación tecnológica, en especial las tecnologías de la información y comunicación (TIC), se han convertido en elementos esenciales para las empresas. (Shankar et al., 2021). Estas tecnologías no solo facilitan la comunicación y el acceso a la información, sino que también ofrecen herramientas innovadoras que pueden revolucionar la manera en que las empresas interactúan con sus clientes y gestionan sus operaciones internas.

En este contexto, el desempeño empresarial, se refiere a la capacidad que posee una empresa para alcanzar sus objetivos y mantener su competitividad en el mercado. (Barrios, D., Restrepo-Escobar, F., y Cerón-Muñoz, M. (2020). Si bien es cierto, este desempeño depende de la gestión interna de sus directivos, también es indispensable la utilización provechosa y estratégica de la innovación tecnológica debido a que una correcta implementación de los tics potencia la productividad, optimiza los procesos y aumenta el crecimiento organizacional. Tal como indican Córdova-Aponte, Valarezo-Ávila y Serrano-Orellana (2021), un buen uso de las nuevas tecnologías es un factor decisivo porque permite fortalecer la estabilidad y asegurar la sostenibilidad de las empresas.

Investigaciones anteriores han señalado que la innovación tecnológica es elemento clave para que las organizaciones puedan adaptarse fácilmente a entornos de incertidumbre, y, aun así, puedan seguir siendo competitivas. (Chen, 2023). En el caso del sector retail, caracterizado por la alta demanda de productos y/o servicios, así como por la necesidad constante de adecuarse cada vez más al consumidor, la incorporación de los tics permite manejar eficientemente los inventarios y agilizar la atención al cliente, lo cual se traduce en una mejora en su desempeño empresarial. (Valdez-Juárez & Castillo-Vergara, 2021).

En Perú, la innovación tecnológica se ha convertido en uno de los elementos más cruciales para el desarrollo empresarial. Sin embargo, su adopción es desigual, mientras que las grandes empresas, con recursos considerables, integran estas tecnologías con mayor facilidad, las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) enfrentan dificultades significativas en este proceso. La Cámara de Comercio (2020), solo el 21% de las empresas peruanas emplean tecnologías de la información, una cifra alarmantemente baja en comparación con otros países.

Esta situación refleja un notable rezago en el desarrollo y adopción de tecnologías a nivel nacional, limitando así el potencial de crecimiento y competitividad de muchas empresas.

Pese a la importancia de las tecnologías en el desarrollo empresarial, existe una brecha considerable entre su uso en el sector minorista peruano y la investigación académica que aborda esta problemática. Aunque la innovación tecnológica es reconocida como un motor clave para mejorar la competitividad, productividad y expansión de mercados, hay una falta de estudios que analicen específicamente cómo se implementan estas innovaciones en el sector minorista peruano. Esta carencia de investigación limita la comprensión de los factores que impiden una adopción más amplia y efectiva en este sector, así como su impacto real en el desarrollo empresarial y económico del país (Mujica, 2024; Chege & Wang, 2020).

La empresa retail dedicada a la comercialización de equipamiento deportivo y productos de moda enfrenta un mercado en transformación y altamente competitivo, impulsado por los avances tecnológicos y las exigencias de los consumidores. A nivel internacional, se han realizado investigaciones que han proporcionado datos acerca de la relación e influencia dentro la innovación tecnológica y el desempeño empresarial. Sin embargo, existen pocos estudios sobre dichas variables dentro de los retail peruanos, particularmente en las ciudades del norte.

Por tal motivo, con el propósito de complementar esta falta de información y a su vez, comprender mejor cómo se manejan estas variables dentro del sector retail en el norte, se ha realizado esta investigación en una empresa retail de la zona norte (Piura, Trujillo y Chiclayo). Es importante entender cómo la resistencia al cambio, la falta capacitación, la ausencia de una cultura organizacional orientada a la digitalización y las diversas dificultades que puedan presentarse al utilizar las herramientas digitales en los procesos pueden afectar la productividad de los trabajadores, y, por ende, el desempeño de toda la empresa. A partir de ello, la pregunta de investigación quedó formulada de la siguiente manera: ¿Cuál es la influencia de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de una empresa retail?

Teóricamente, se ha demostrado que la innovación tecnológica impacta significativamente en la productividad del sector minorista, proporcionando una base para futuras investigaciones locales, dado que la evidencia actual es limitada a pesar de su relevancia. Además, esta situación ha generado interés entre académicos, profesionales y empresarios, ya que el incremento de modelos de negocio impulsados digitalmente en la industria minorista ha

atraído la atención de investigadores en marketing y gestión de la innovación, lo que ha llevado a rápidos avances en el ámbito académico.

Desde el aspecto metodológico se utilizó dos cuestionarios que cuenten con una alta confiabilidad y validez, permitiendo obtener hallazgos verídicos, precisos y objetivos a través de la muestra. Es importante precisar que, los instrumentos de recolección de datos deben cumplir con los criterios de rigor científico (validez y fiabilidad). Por otro lado, tuvo un aporte práctico porque los resultados contribuirán a conocer las percepciones sobre las variables y los responsables establecerán acciones de mejora que permitirá a la empresa continuar con éxito en el mercado.

Referente a los objetivos de la presente investigación, se contempló como objetivo general: Determinar la influencia de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023. Asimismo, los objetivos específicos de la presente investigación fueron los siguientes: Identificar el nivel de la innovación tecnológica de una empresa retail zona norte, 2023; identificar el nivel de desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023; determinar la relación de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023. Ante lo expuesto se cuenta con una hipótesis de estudio fue: Existe influencia significativa de la innovación tecnológica en el desempeño de una empresa retail zona norte, 2023.

Revisión de literatura

En cuanto a los antecedentes de investigación, Chege et al., (2020), analizaron el impacto de la innovación tecnológica en el desempeño organizacional en Kenia. Utilizaron un enfoque cuantitativo en un diseño no experimental en el que participaron 240 empresas que respondieron a un cuestionario. Los resultados de la investigación mostraron que la innovación tecnológica tiene un impacto positivo directo en el desempeño empresarial porque permite a las empresas mejorar sus productos con procesos óptimos, garantizando la calidad de los mismos.

Tong et al. (2021) diseñaron un estudio para evaluar la relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional. Para ello, encuestaron alrededor de 270 empleados y demostraron que la utilización de las TIC en los procesos de la innovación tecnológica permite optimizar, organizar y procesar la información y la comunicación de las personas dentro de las empresas, de manera más efectiva, además de, acelerar los procesos de negocio y el trabajo diario.

Lee et al., (2022) desarrollaron un estudio para medir la innovación tecnológica en el sector minorista, aplicando una encuesta a las empresas. Concluyeron que cuando estas utilizan tecnologías innovadoras, en lugar de realizar tareas repetitivas o tediosas, pueden automatizarlas, además de, utilizar software de gestión empresarial e implementar sistemas de análisis de datos. Todo ello, logra que la empresa sea vista como aquella que utiliza procesos eficientes para garantizar la calidad de sus procesos internos y, por consiguiente, desarrollar mejores productos.

Ndemezo & Kayitana, (2020) examinaron el impacto de distintos tipos de innovación en el desempeño de la industria manufacturera en Ruanda. Para recolectar información, utilizaron encuestas en las que encontraron que existe un efecto positivo entre las variables estudiadas, gracias a lo cual las empresas que desarrollan innovaciones tecnológicas tienen la oportunidad de optimizar sus procesos y mejorar los productos elevando los estándares de calidad de los mismos. Asimismo, mencionaron que la innovación motiva a que los colaboradores tengan mayores expectativas y promueve la competitividad empresarial en el sector.

Zhang & Aumeboonsuke, (2022) desarrollaron un estudio para medir el impacto de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial en China, involucrando a 10 empresas y 130 empleados. Demostraron que las organizaciones que implementan innovaciones tecnológicas, son consideradas como empresas óptimas, en términos de procesos y desarrollo, porque son las eficientes al reducir tiempo y simplificar procedimientos. Esto repercute de manera integral a todas las áreas de la empresa y la prepara para tener una mejor respuesta ante entornos cambiantes.

Bourdeau et al., (2020) diseñaron un estudio utilizando métodos cuantitativos a nivel explicativo que se centró en analizar las percepciones de desempeño de los empleados sobre una muestra de 230 participantes. Determinaron que las empresas buscan constantemente que se realicen mejoras en los procesos y fortalezca la productividad laboral. Por otro lado, resaltaron que, una cultura organizacional adecuada y basada en la innovación tecnológica, es un factor clave y estratégico para agilizar e incrementar la eficiencia operativa y permanecer en un mercado competitivo.

Chen et al., (2020) evaluaron el impacto de la innovación organizacional y tecnológica en el desempeño empresarial a través de cuestionarios a una muestra de 265 empresas en China.

El estudio muestra que el impacto es positivo, y, esto se debe a que la innovación tecnológica es una cuestión fundamental para las empresas de ese país. En un mercado competitivo, las empresas se esfuerzan continuamente por introducir innovaciones para optimizar los procesos, mejorar la calidad y alcanzar una alta rentabilidad traduciéndose en un crecimiento de la organización. Sin embargo, algunas empresas, principalmente las pequeñas y medianas, no quieren comprometerse con estos recursos debido a que desconocen de los beneficios que aporta a la organización.

Santoro et al., (2021) estudiaron cómo el panorama del comercio minorista 4.0 en India afecta el desempeño de la cadena de suministro y su impacto en el desempeño organizacional. Para ello, diseñaron una investigación aplicada con una metodología cuantitativa en una muestra de 678 personas. Los resultados mostraron cómo las cadenas de suministro minoristas basadas en big data ofrecen productos y servicios de mayor calidad, al mismo tiempo mejoran la satisfacción del cliente en un panorama altamente competitivo en el sector minorista de India.

Ferreira et al., (2019) analizaron los factores que impulsan a las empresas a adoptar nuevos procesos digitales y su efecto en la innovación y la productividad a través de un estudio donde participaron 938 empresas con un análisis estadístico multivariado. La conclusión plantea que la transformación digital se presenta como una forma de obtener ventaja competitiva al establecer un vínculo entre la innovación y el desempeño organizacional. Además, señalan que el perfil de emprendedores y directivos, así como la adopción de nuevos procesos digitales por parte de estos líderes, contribuye significativamente a la competitividad de las empresas.

Referente a las bases teóricas, se define la variable independiente, innovación tecnológica, como un enfoque que brinda una ventaja competitiva para una empresa al ayudar en la diversificación del mercado y generar nuevas oportunidades comerciales. Hoy en día, esto se ha convertido en un medio para la supervivencia en la economía e impulsor del crecimiento, productividad y competitividad (Chege et al., 2020). Asimismo, la innovación es la cualidad de desarrollar nuevas ideas, productos o procesos; la adaptación, por otro lado, es el atributo de ajustar las estrategias, estructuras y procesos internos en respuesta a los cambios en el entorno, ya sea interno o externo (Ynzunza et al., 2021).

Para esta variable se ha empleado el modelo propuesto por Chege et al., (2020) quien la define a partir de la descripción de Schumpeter (Schumpeter, 1942) como la introducción de

nuevos productos, procesos y mercados. En este sentido, la intensidad de la innovación, según Jong, (2000), es un proceso en el que los insumos innovadores se transforman en productos innovadores a través de un proceso que involucra el conocimiento humano y el trabajo para generar productos, servicios o procesos de trabajo nuevos o mejorados.

Las dimensiones son 3 según Chege et al. (2019): La dimensión innovación de producto se refiere a introducir nuevos productos, añadir su valor y mejorarlo. Okello & Ireri, (2017); asimismo, Jong, (2000) la define como añadir productos o servicios nuevos al mercado durante los últimos 3 años y es importante precisar que, las innovaciones de productos ocurren debido al lento crecimiento asociado con el nivel de madurez de la empresa (Lester & Parnell, 2005).

En cuanto a la dimensión innovación de procesos incluye utilizar nuevas formas, métodos o procedimientos, así como el uso de nuevos insumos o máquinas (Ganzer et al., 2017). Se refiere también a si la empresa introdujo procesos de trabajo nuevos o mejorados en los últimos tres años, si la renovación duradera parte de su estrategia comercial, así como también el uso de redes externas para intercambiar información (por ejemplo, con universidades, proveedores, competidores, etc.) o contribuye con otras empresas para desarrollar soluciones innovadoras o han realizado estudios de mercado (Jong, 2000). Por último, la dimensión innovación de mercado es utilizar nuevas ideas y aplicaciones en línea en ventas, desarrollar nuevos mercados mediante la tecnología de información, etc.(Ganzer et al., 2017). Al respecto, Jong (2000) refiere que es centrarse en ideas nuevas sobre el uso de aplicaciones para incrementar las ventas o la compra y uso de herramientas o equipos de TIC para productos del sector retail.

Referente a la variable dependiente, desempeño empresarial, Velázquez (2020) señaló que es el rendimiento que un trabajador refleja al momento de realizar las actividades que se le asignan, de esta manera, se considera si la persona es apta o no para el puesto asignado. Se trata de la eficacia, la calidad y la eficiencia de su trabajo, el desempeño también contribuye a nuestra evaluación del valor de la organización para con el trabajar. En el presente estudio se medirá a través de la rentabilidad, volúmenes de venta, expansión del mercado y número de colaboradores según los autores principales Chege et al., (2020), quienes se basaron en Fazli et al. (2013) y Margarita et al. (2013).

Según Kaplan & Norton, (1998), dicho desempeño se determina a partir de indicadores financieros tradicionales expresados en cifras específicas y factores no financieros como la satisfacción del cliente, los esfuerzos de aprendizaje y el desarrollo del personal. Asimismo, Nguyen, (2020) sugieren que la variable se mide mediante indicadores financieros como el rendimiento de los activos, de las ventas y del capital; indicadores no financieros como la satisfacción del cliente y el número medio de nuevos usuarios; o el desempeño social,

El desempeño se refiere a la forma en que una persona, entidad o sistema realiza, desempeña o realiza una acción, tarea o función específica. Implica evaluar el desempeño y medir los resultados en relación con las metas y expectativas previamente establecidas, además los resultados efectivos del conjunto de logros de varias unidades administrativas involucradas en la implementación de un objetivo organizacional específico (Barrios et al., 2020). Lo definen como la capacidad de una empresa para operar en respuesta a los deseos de sus propietarios, por lo que medir y gestionar un negocio juega un papel fundamental en el funcionamiento de toda organización. Las mediciones DE se realizan utilizando una variedad de métodos; desde resultados contables cuantitativos basados en datos o medidas de beneficios hasta un examen cualitativo de las percepciones de los directivos o empresarios sobre el rendimiento empresarial, con un enfoque cada vez mayor en enfoques innovadores (Sarmiento et al., 2021).

El desempeño empresarial es la capacidad de una organización para lograr los objetivos establecidos. Este desempeño tiene en cuenta la capacidad de una empresa para utilizar su tiempo, dinero, personas y materiales de la mejor manera posible, también incluye la capacidad de innovar y adaptarse rápidamente a los cambios del entorno (Reyes & Ivan, 2021).

En cuanto a las dos variables juntas, la literatura indica que la producción de innovación afectará el desempeño general de una empresa, y que esta innovación también puede tener un efecto positivo en el desempeño empresarial, ya que puede permitir a las empresas desarrollar una ventaja competitiva (Chesbrough, 2006; Hult et al., 2004). Este enfoque alienta a las empresas a mejorar continuamente para adaptarse mejor a los cambios en los mercados, de modo que, si sus competidores no pueden seguir el ritmo de la innovación, puedan obtener una ventaja competitiva y un mejor desempeño (Bourdeau et al., 2020).

Materiales y métodos

Este estudio de investigación, es de enfoque cuantitativo ya que permite medir numéricamente los constructos objeto de estudio para dar respuesta a los objetivos (Cabezas et al., 2018).

Asimismo, se trata de un estudio de tipología aplicada, porque, a través de las bases teóricas, se buscó comprender y profundizar la forma en que la innovación tecnológica impacta el desempeño empresarial, en un contexto específico, las empresas retail de la zona norte, buscando si existe una correlación, y, posterior a esto, una causalidad. Lozada (2014), refuerza esta idea, mencionado que, este tipo de investigación genera conocimiento acerca de problemas latentes de la sociedad, a partir de sustentos básicos y tóricos.

Además, mantuvo un diseño no experimental de corte transversal, puesto que, no hubo manipulación de las variables y se realizó en un único espacio de tiempo la investigación. Por otro lado, tuvo un nivel explicativo porque se determinó la influencia de la innovación en tecnológica en el desempeño de la empresa (Huaire et al, 2022).

Es preciso señalar que este estudio tuvo un nivel correlacional-causal, debido que primero, se evaluó si existía una correlación, y, después, se determinó que existe una influencia entre estas dos variables que se hallan dentro de un mismo contexto.

La población estuvo conformada por los colaboradores de la empresa retail, siendo un total de 132 colaboradores de las sedes Piura, Chiclayo y Trujillo. La muestra fue censal al considerarse a todo el personal y no hubo muestreo. Las características de la población son: Sexo indistinto, llevando más de 3 meses trabajando para la empresa y con conocimientos sobre el tema.

En cuanto a la técnica, se utilizó la encuesta y como instrumento se empleó el cuestionario estructurado de Chege et al. (2019) para medir las variables, este cuenta con una escala ordinal donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Cabe señalar que, para la validación del instrumento se usó la V de Aiken para la validez de contenido, por lo que, fue necesario que 7 jueces expertos evalúen el instrumento a través de una calificación numérica por cada pregunta, al recolectar la evaluación del jurado se procesaron los datos donde se obtuvo un (0.87) para la variable independiente y (0,85) en la variable dependiente. También,

se realizó el Kappa donde se obtuvo la aceptación del cuestionario. La confiabilidad fue a través del Alpha de Cronbach dando un valor de 0,762 para innovación y de 0.708 en el desempeño.

Respecto al procedimiento, se solicitó el permiso a la empresa y se establecieron las fechas de aplicación luego de obtener la autorización. La encuesta se ejecutó en el mes de setiembre del 2023 (Semestre 2023-II). Su forma de aplicación fue individual, enviándoles a cada colaborador un enlace de la prueba (Formulario de Google) a través de sus redes sociales para respondieran en un tiempo aproximado de 15 minutos.

Por último, para el procesamiento los datos se utilizaron el SPSS v25 y el Excel 2019 para obtener la confiabilidad y el tratamiento estadístico se basó en las pruebas descriptivas como análisis de frecuencias (conocer los niveles de las variables). Además, se realizaron pruebas inferenciales con la regresión logística binaria para demostrar las influencias. Los hallazgos fueron mostrados mediante tablas y figuras.

Resultados y discusión

La participación de los 132 colaboradores de las tres ciudades de la zona norte en la resolución de la encuesta facilitó la recolección de datos. Posteriormente, fueron analizados y organizados en tablas, las cuales se muestran a continuación.

Objetivo específico 1: Identificar el nivel de la innovación tecnológica de una empresa retail zona norte, 2023.

Tabla 1

Nivel de la innovación tecnológica de una empresa retail zona norte

Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
La empresa introduce nuevos productos usando la tecnología	0.30 %	0.80 %	1.80 %	72.20 %	24.90 %
Los colaboradores brindan ideas innovadoras en la creación de los productos	0.30 %	0.80 %	1.80 %	32.70 %	64.40 %

La empresa añade valor al producto usando la tecnología	0.30 %	1.30 %	2.30 %	43.40 %	52.30 %
La empresa mejora las características y beneficios de sus productos con la tecnología	0.30 %	0.50 %	2.90 %	55.80 %	40.50 %
La empresa utiliza nuevos métodos y procedimientos a través de su tecnología	0.30 %	0.30 %	2.90 %	30.60 %	66 %
La empresa usa nuevos insumos y máquinas en su negocio.	0.30 %	0.30 %	2.60 %	42.60 %	55.80 %
La empresa se centra en una nueva idea y el uso de aplicaciones en línea en las ventas	2.60 %	0.30 %	42.60 %	2.60 %	66 %
La empresa desarrolla nuevos mercados a través de las TIC	42.60 %	0.30 %	0.30 %	55.80 %	2.60 %
La empresa tiene disponibilidad de herramientas de comercialización de TIC para sus productos	0.30 %	0.30 %	2.90 %	42.60 %	2.60 %

Los resultados evidencian que la empresa presenta un alto nivel de innovación tecnológica, especialmente en la mejora de sus procesos operativos y comerciales.

En relación a la innovación de productos, se observa que el 72.20% de los colaboradores está de acuerdo y el 24.90% totalmente de acuerdo en que la empresa retail emplea la tecnología para introducir nuevos productos y optimizar sus métodos de trabajo, lo que refleja un entorno laboral en el que la innovación tecnológica forma parte de las operaciones comerciales y de venta. Este aspecto, se refuerza con la implementación de sistemas digitales y aplicaciones que facilitan la gestión de ventas, el control de stock y la atención al cliente.

Asimismo, el 64.40% de los colaboradores indicó estar totalmente de acuerdo en que se promueven ideas innovadoras, aunque estas se orientan principalmente a la gestión comercial y al uso de herramientas digitales, más que al desarrollo de nuevos productos. Este aspecto es coherente con la naturaleza operativa del área de tiendas, donde la aplicación de la tecnología se centra en la mejora del servicio al cliente, el control de inventarios y la gestión de ventas.

En cuanto a la dimensión de innovación en procesos, el 66% de los encuestados indicó que la empresa utiliza nuevos métodos y procedimientos a través de la tecnología, y un 55.80% señaló el uso de maquinaria e insumos modernos. Esto demuestra una clara orientación hacia la eficiencia operativa, lo que contribuye directamente al incremento de la productividad y a la optimización de tareas cotidianas dentro de las tiendas.

Respecto a la innovación de mercado, los resultados fueron más moderados. Si bien un 66% considera que la empresa utiliza aplicaciones en línea para sus ventas, un 42.60% no percibe un desarrollo sostenido de nuevos mercados mediante las TIC. Esto indica que la innovación tecnológica se concentra en la parte interna de los procesos y en la atención al cliente, pero todavía existen oportunidades para ampliar su alcance hacia nuevos espacios digitales y canales de venta.

Estos resultados coinciden con Tong et al. (2021) y Lee et al. (2022), quienes sostienen que la adopción de tecnologías impulsa la productividad y la competitividad, especialmente cuando se integra a los procesos operativos.

Aunque estos resultados reflejan una percepción positiva, aun así, se basan principalmente en la opinión de los colaboradores, lo que podría generar alguna sobrevaloración de los avances reales. Además, la efectividad de la innovación no siempre depende únicamente de incorporar tecnología, sino también de gestionarla adecuadamente y adaptarla a las necesidades del mercado.

Objetivo específico 2: Identificar el nivel de desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023.

Tabla 2

Nivel de desempeño empresarial de una empresa retail zona norte

Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
La empresa ha evidenciado mayor rentabilidad a nivel nacional en los últimos 3 meses	0.30 %	0.50 %	2.60 %	27.80 %	68.80 %
El número de ventas ha incrementado debido a la calidad de los productos de la empresa	0.30 %	0.30 %	2.90 %	51.30 %	45.50 %

El número de ventas ha incrementado debido al uso de la tecnología en el proceso de compra y venta	0.30 %	0.20 %	2.30 %	50 %	47 %
La empresa ha crecido a nivel nacional debido a la incorporación de las herramientas tecnológicas en la innovación de sus procesos y productos	0.30 %	15 %	2.50 %	49 %	50 %
El número de colaboradores ha incrementado debido a su alta demanda a nivel nacional	0.30%	15%	2.90%	37%	45%

El nivel de desempeño empresarial es alto. La rentabilidad de la empresa ha experimentado un aumento a nivel nacional durante los últimos tres meses, según lo manifestado por un 68.80% de los colaboradores que indicó estar totalmente de acuerdo y el 27.80%, de acuerdo, reflejando un crecimiento sostenido en sus operaciones.

Con respecto a las ventas, se observa que un 96.8% de los encuestados considera que su incremento se debe tanto a la calidad de los productos como al uso de la tecnología en el proceso de compra y venta, lo que confirma que la digitalización ha optimizado los resultados comerciales y la experiencia del cliente.

Asimismo, el 99% de los trabajadores reconoce que la implementación de herramientas tecnológicas ha contribuido al crecimiento nacional de la empresa, respaldado por un 82% que percibe un aumento en la contratación de personal como resultado del incremento en la demanda. Estos indicadores reflejan un desempeño empresarial consolidado, impulsado por la eficiencia operativa y el soporte de herramientas tecnológicas.

Estos hallazgos coinciden con Amran et al. (2021), quienes señalan que la innovación tecnológica mejora la comunicación y la coordinación dentro de las empresas, fortaleciendo la productividad y la rentabilidad, así como con Usai et al. (2021), quienes destacan que las empresas tecnológicamente adaptadas logran mayor estabilidad y crecimiento sostenido.

No obstante, es preciso considerar que los resultados se basan en las percepciones de los colaboradores, dado que, por temas de confidencialidad, no todos tienen acceso a la información financiera a detalle, y en algunos casos, solo se les proporciona los indicadores de rentabilidad de manera general. Aun así, estas apreciaciones son importantes porque permiten conocer cómo los trabajadores perciben el desempeño empresarial desde su ámbito de acción.

Objetivo específico 3: Determinar la relación de la innovación tecnológica y el desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023.

Tabla 3

Relación entre la innovación tecnológica con el desempeño de una empresa retail zona norte, 2023

		Desempeño empresarial	
Rho de Spearman	Innovación en tecnología	Coefficiente de correlación	0.706
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	132

El análisis de la tabla muestra que el coeficiente de correlación de Spearman es 0.706, con una significancia bilateral de 0.000, lo que evidencia una relación alta y positiva entre la innovación tecnológica y el desempeño empresarial. Este resultado confirma que las mejoras tecnológicas implementadas dentro de la empresa tienen un efecto directo y favorable en su productividad, rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

En el ámbito comercial, la implementación de herramientas tecnológicas como sistemas de gestión, aplicativos de venta y equipos tecnológicos modernos ha permitido mejorar la eficiencia en la ejecución de tareas, agilizar los procesos de venta, mejorar la coordinación interna entre los equipos de tienda, así como también, brindar una atención más ágil y efectiva al cliente.

Estos resultados se alinean con Zhang y Aumeboonsuke (2022), quienes sostienen que la innovación tecnológica potencia la rentabilidad y sostenibilidad de las empresas, y con Ndemezo y Kayitana (2020), quienes destacan que la digitalización mejora los procesos internos y la satisfacción del cliente.

En consecuencia, la innovación tecnológica se consolida como un pilar estratégico para fortalecer el desempeño empresarial, puesto que impulsa a la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la competitividad en el sector retail. Sin embargo, su aplicación debe orientarse también hacia la innovación comercial y digital, con el fin de garantizar un crecimiento sostenible y una mayor proyección en el mercado nacional.

Objetivo General: Determinar la influencia de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023.

Tabla 4

La influencia de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de una empresa retail

Effect	Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	gl	Sig.
Innovación de tecnología	943.181 ^a	0.000	0	.000
Desempeño empresarial	901.182 ^b	25.000	25	.000

Los resultados del análisis de regresión confirman una influencia positiva y significativa de la innovación tecnológica sobre el desempeño empresarial (Chi-cuadrado = 25.000; Sig. = 0.000). Esto indica que el fortalecimiento tecnológico en las operaciones comerciales contribuye de forma directa a la rentabilidad, competitividad y crecimiento sostenido de la empresa retail.

La innovación tecnológica, aplicada en las áreas de venta, atención al cliente y control operativo, ha permitido a la empresa optimizar recursos, incrementar su eficiencia y consolidar su liderazgo en el mercado nacional. Si bien los colaboradores de tienda no participan en la creación de productos, su adaptación al uso de herramientas tecnológicas es clave para el éxito operativo y la satisfacción del cliente, demostrando que la innovación impacta transversalmente en todos los niveles organizacionales.

En concordancia con Chen et al. (2020) y Latifi et al. (2021), la tecnología constituye un pilar estratégico que no solo mejora la eficiencia, sino que también impulsa el crecimiento sostenible y la competitividad empresarial.

Sin embargo, la investigación se centró en el análisis de áreas comerciales y operativas de las tiendas del sector retail; por ello, no se abordó a profundidad variables relacionadas con la gestión administrativa o la planificación estratégica. En este sentido, los resultados obtenidos reflejan principalmente la innovación tecnológica en los procesos diarios y en la eficiencia del trabajo en tienda. Esto significa que los hallazgos representan la realidad funcional y operativa, mas no necesariamente el impacto integral de la innovación en la estructura organizacional.

Conclusiones

El estudio permitió constatar que la innovación tecnológica representa un componente esencial para la sostenibilidad y competitividad en las tiendas del sector retail. Su implementación ha revolucionado los procesos comerciales y operativos, impactando de forma positiva en la eficiencia del trabajo en tienda y en la calidad del servicio al cliente. Esta evolución tecnológica no solo optimiza los recursos, sino que también refuerza una cultura organizacional basada en la mejora continua y la adaptabilidad ante los diversos cambios del mercado.

De la misma manera, se determinó que la innovación tecnológica beneficia la cohesión interna de las tiendas, al promover dinámicas de trabajo más colaborativas y orientadas a resultados. Los colaboradores perciben mejoras en la comunicación y en la eficiencia para resolver tareas, lo que aumenta su desempeño individual y colectivo. Esto sugiere que cuando la tecnología se integra adecuadamente, no solo mejora indicadores de productividad, sino también aspectos cualitativos relacionado tanto a la satisfacción del personal como al clima laboral.

Por otro lado, los resultados obtenidos evidenciaron una relación positiva y significativa entre la innovación tecnológica y el desempeño empresarial. Esto demuestra que invertir en tecnología se traduce en mejores niveles de rentabilidad y expansión. No obstante, esta relación también depende de factores como la formación continua del personal, la correcta gestión de la información y el alineamiento estratégico de las herramientas digitales con los objetivos de la empresa.

Finalmente, la innovación tecnológica impulsa el crecimiento organizacional, sin embargo, existen áreas que requieren mayor desarrollo, especialmente la innovación de mercado y el aprovechamiento de canales digitales. Esto significa que el potencial tecnológico aún no se aprovecha en su totalidad, por lo que resulta necesario fomentar una visión integral que combine la eficiencia operativa con la creatividad comercial, asegurando la sostenibilidad y diferenciación en un entorno competitivo en constante transformación.

Recomendaciones

Para la innovación tecnológica, se recomienda a los responsables impulsar el aprovechamiento de sus herramientas digitales implementadas en tienda, potenciando su integración en los procesos operativos para que sean más eficientes, de esta manera, los

datos recolectados permitirán las pronosticar necesidades de los clientes y optimizar la toma de decisiones a nivel funcional.

Para el desempeño empresarial, se sugiere a los encargados de tienda fortalecer la cultura digital, procurando que los colaboradores reciban capacitación constante sobre el manejo de los sistemas, aplicaciones y herramientas tecnológica disponibles; con la finalidad de potenciar las actividades diarias y mantener una alta productividad en las operaciones comerciales.

Para la innovación tecnológica y desempeño empresarial, se aconseja promover entornos de creatividad y mejora continua, donde el equipo pueda proponer ideas que mejoren los procedimientos, apoyados en su experiencia con el usuario y las operaciones diarias. Estas acciones, gestionadas mediante reuniones o canales internos, contribuirán a detectar oportunidades claras para elevar el desempeño, afianzar la motivación de equipo y establecer una cultura más enfocada a la transformación digital.

Por último, se sugiere implementar un modelo de evaluación periódica que posibilite medir la influencia de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de forma objetiva y analizar cómo los recursos digitales inciden en los resultados comerciales y la productividad. Este monitoreo continuo ayudará a retroalimentar las estrategias y acciones locales, garantizar un uso adecuado de los recursos tecnológicos y consolidar un planeamiento basado en datos, orientada a una gestión más sostenible y competitiva.

Referencias

- Barrios, D., Restrepo-Escobar, F. J., Cerón-Muñoz, M. (2020). Desempeño empresarial en la industria lechera. *Suma de Negocios*, 11(25), 180-185. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2020.v11.n25.a9>
- Bourdeau, S., Aubert, B., & Bareil, C. (2020). The effects of IT use intensity and innovation culture on organizational performance: The mediating role of innovation intensity. *Management Research Review*, 44(2), 359-380. <https://doi.org/10.1108/MRR-02-2020-0068>
- Chege, S. M., & Wang, D. (2020). Information technology innovation and its impact on job creation by SMEs in developing countries: An analysis of the literature review. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(3), 256-271. <https://doi.org/10.1080/09537325.2019.1651263>

- Chege, S. M., Wang, D., & Suntu, S. L. (2020). Impact of information technology innovation on firm performance in Kenya. *Information Technology for Development*, 26(2), 316-345. <https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1573717>
- Cjen, L. (2023). Enterprise digital transformation, dynamic capabilities and innovation performance. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 11(2), 327-332.
- Chen, Q., Wang, C.-H., & Huang, S.-Z. (2020). Effects of organizational innovation and technological innovation capabilities on firm performance: Evidence from firms in China's Pearl River Delta. *Asia Pacific Business Review*, 26(1), 72-96. <https://doi.org/10.1080/13602381.2019.1592339>
- Chesbrough, H. (2006). *Open Business Models: How To Thrive In The New Innovation Landscape*. Harvard Business Press. <https://doi.org/10.54691/fbem.v11i2.4330>
- Córdova-Aponte, M., Valarezo-Ávila, B., & Serrano-Orellana, B (2021). La inteligencia de negocios como herramienta clave en el desempeño empresarial. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 306-325. <http://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.727>
- Ferreira, J. J. M., Fernandes, C. I., & Ferreira, F. A. F. (2019). To be or not to be digital, that is the question: Firm innovation and performance. *Journal of Business Research*, 101, 583-590. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.013>
- Ganzer, P. P., Chais, C., & Olea, P. M. (2017). Product, process, marketing and organizational innovation in industries of the flat knitting sector. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 14(4), 321-332. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2017.07.002>
- Gómez, G., Gonzales, E., & Rosales, R. (2018). Metodología de investigación. <https://repositorio.uma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12970/96/LIBRO%20METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20-%20REPOSITORIO%20DIGITAL%20UMA.pdf?sequence=1>
- Hult, G. T. M., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429-438. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2003.08.015>
- Jong, J. P. J. de. (2000). Measuring innovative intensity: Scale construction. *EIM Small*

Business Research and Consultancy.

- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1998). Putting the Balanced Scorecard to Work. En *The Economic Impact of Knowledge* (pp. 315-324). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7009-8.50023-9>
- Lee, C., Li, Y., Yeh, W., & Yu, Z. (2022). The Effects of Leader Emotional Intelligence, Leadership Styles, Organizational Commitment, and Trust on Job Performance in the Real Estate Brokerage Industry. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.881725>
- Lester, D., & Parnell, J. (2005). THE PROGRESSION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (SME) THROUGH THE ORGANIZATIONAL LIFE CYCLE.
- Marín, A., Gil-Saura, I., Ruiz-Molina, M.-E., & Berenguer-Contrí, G. (2021). The Moderating Effect of Store Format on the Relationships Between ICT, Innovation and Sustainability in Retailing. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.678991>
- Mujica, S. (2024). Perú: Tecnologías de información y comunicación en las empresas, 2019. <https://www.camaracusco.org/wp-content/uploads/2024/03/Peru-Tecnologias-de-Informacion-y-Comunicacion-en-las-Empresas-2019.pdf>
- Nguyen, N.-T. (2020). Attitudes and Repurchase Intention of Consumers Towards Functional Foods in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Analysis and Applications*, 18(2), 212-242.
- Okello, D. O., & Ireri, D. M. (2017). Socio-Economic Factors Influencing Use of ICT Tools by Rural Agripreneurs in Kenya. *The International Journal of Humanities & Social Studies*. <https://www.internationaljournalcorner.com/index.php/theijhss/article/view/125670>
- Reyes, R., & Ivan, J. (2021). Factores determinantes del desempeño empresarial en Lima Metropolitana durante la pandemia del COVID-19. *Quipukamayoc*, 29(61), 95-104. <https://doi.org/10.15381/quipu.v29i61.21731>
- Santoro, G., Messeni-Petruzzelli, A., & Del Giudice, M. (2021). Searching for resilience: The impact of employee-level and entrepreneur-level resilience on firm performance in

- small family firms. *Small Business Economics*, 57(1), 455-471.
<https://doi.org/10.1007/s11187-020-00319-x>
- Sarmiento Reyes, Y. R., Delgado Fernández, M. (2021). Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial. *Cofin Habana*, 15(2).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2073-60612021000200006&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- Shankar, V., Kalyanam, K., Setia, P., Golmohammadi, A., Tirunillai, S., Douglass, T., Hennessey, J., Bull, J. S., & Waddoups, R. (2021). How Technology is Changing Retail. *Journal of Retailing*, 97(1), 13-27. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.10.006>
- Tampi, P. P., Nabella, S. D., & Sari, D. P. (2022). The Influence of Information Technology Users, Employee Empowerment, and Work Culture on Employee Performance at the Ministry of Law and Human Rights Regional Office of Riau Islands. *Enrichment : Journal of Management*, 12(3), 3. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i3.628>
- Tong, S., Jia, N., Luo, X., & Fang, Z. (2021a). The Janus face of artificial intelligence feedback: Deployment versus disclosure effects on employee performance. *Strategic Management Journal*, 42(9), 1600-1631. <https://doi.org/10.1002/smj.3322>
- Tong, S., Jia, N., Luo, X., & Fang, Z. (2021b). The Janus face of artificial intelligence feedback: Deployment versus disclosure effects on employee performance. *Strategic Management Journal*, 42(9), 1600-1631. <https://doi.org/10.1002/smj.3322>
- Valdez-Juárez, L. E., & Castillo-Vergara, M. (2021). Technological capabilities, open innovation, and eco-innovation: Dynamic capabilities to increase corporate performance of SMEs. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 8. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010008>
- Velázquez, A. (2020). Desempeño laboral: Qué es, cómo medirlo y mejorarlo. *QuestionPro*.
<https://www.questionpro.com/blog/es/desempeno-laboral/>
- Ynzunza Cortés, C. B., Izar Landeta, J. M., Ynzunza Cortés, C. B., & Izar Landeta, J. M. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y administración*, 66(1).

<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>

Zhang, H., & Aumeboonsuke, V. (2022). Technological Innovation, Risk-Taking and Firm Performance—Empirical Evidence from Chinese Listed Companies. *Sustainability*, 14(22), 22. <https://doi.org/10.3390/su142214688>

Anexos

Anexo 1: Matriz de operacionalización

Tabla 5

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Ítems
Innovación tecnológica	Es la introducción de nuevos productos, procesos y mercados a la empresa con la contribución de la tecnología	Innovación de producto	1,2,3,4
		Innovación de procesos	5,6,7
		Innovación de mercado	8,9
Desempeño de la empresa	Representa el nivel de la empresa para lograr sus objetivos. y algunos criterios para medir son los ingresos, la rentabilidad y propósitos estratégicos	Variable unidimensional	1,2,3,4,5

Anexo 2: Matriz de consistencia

Tabla 6

Problema de investigación	Objetivo principal	Hipótesis	Variables	
	Determinar la influencia de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023		Variable: Independiente: Innovación de la tecnología Dependiente: Desempeño de la empresa	
	Objetivos Específicos		Dimensiones	Indicadores
¿Cuál es la influencia de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023?	Identificar el nivel de la innovación tecnológica de una empresa retail zona norte, 2023	Existe influencia significativa de la innovación tecnológica en el desempeño de una empresa retail zona norte, 2023	Innovación en tecnológica	
			Innovación de producto	1,2,3,4
	Identificar el nivel de desempeño empresarial de una empresa de una empresa retail zona norte, 2023		Innovación de procesos	5,6,7
			Innovación de mercado	8,9
	Determinar la relación de la innovación tecnológica en el desempeño empresarial de una empresa retail zona norte, 2023.		Desempeño de la empresa	1,2,3,4,5
Metodología				
	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicada Nivel: Explicativo Diseño: No experimental corte transversal	Población: 127 colaboradores de la Zona Norte Tipo de muestreo: No aplica Muestra: Censal	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	
		Procedimiento y Procesamiento de datos: <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta Formulario Google - Uso del Excel y SPSS - Análisis de frecuencia - Regresión logística binaria 	Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario de innovación en tecnológica y desempeño de la empresa	

Anexo 3: Cuestionario de innovación de la tecnología y desempeño de la empresa**Tabla 7**

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	Estoy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

	PUNTUACION				
	1	2	3	4	5
Variable- Innovación tecnológica					
1. La empresa introduce nuevos productos usando la tecnología					
2. Los colaboradores brindan ideas innovadoras en la creación de los productos					
3. La empresa añade valor al producto usando la tecnología					
4. La empresa mejora las características y beneficios de sus productos con la tecnología					
5. La empresa utiliza nuevos métodos y procedimientos a través de su tecnología					
6. La empresa usa nuevos insumos y máquinas en su negocio.					
7. La empresa se centra en una nueva idea y el uso de aplicaciones en línea en las ventas					
8. La empresa desarrolla nuevos mercados a través de las TIC					
9. La empresa tiene disponibilidad de herramientas de comercialización de TIC para sus productos.					
Variable: Desempeño					
1. La empresa ha evidenciado mayor rentabilidad a nivel nacional en los últimos 3 meses					
2. El número de ventas ha incrementado debido a la calidad de los productos de la empresa					
3. El número de ventas ha incrementado debido al uso de la tecnología en el proceso de compra y venta					
4. La empresa ha crecido a nivel nacional debido a la incorporación de las herramientas tecnológicas en la innovación de sus procesos y productos					
5. El número de colaboradores ha incrementado debido a su alta demanda a nivel nacional					

Anexo 4: Validación por juicio de expertos**Constancia de validación por juicio de expertos**

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado Innovación en tecnología de la información y su influencia en el desempeño percibido por los colaboradores de una empresa retail zona norte, 2024, elaborado por el estudiante, Kiara Mariella Echeverría Ramírez; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 03 de octubre de 2023.



ELVIS PAUL RAMIREZ OLAZABAL

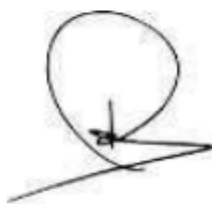
Firma

Anexo 5: Validación por juicio de expertos**Constancia de validación por juicio de expertos**

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado Innovación en tecnología de la información y su influencia en el desempeño percibido por los colaboradores de una empresa retail zona norte, 2024, elaborado por el estudiante, Kiara Mariella Echeverría Ramírez; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 05 de octubre de 2023.



Mgr. Malca Correa Rolando Eduardo

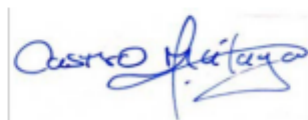
Anexo 6: Validación por juicio de expertos

Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado Innovación en tecnología de la información y su influencia en el desempeño percibido por los colaboradores de una empresa retail zona norte, 2024, elaborado por el estudiante, Kiara Mariella Echeverría Ramírez; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 03 de octubre de 2023.



Apellidos y Nombres del experto

Firma

Anexo 7: Validación por juicio de expertos**Constancia de validación por juicio de expertos**

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado Innovación en tecnología de la información y su influencia en el desempeño percibido por los colaboradores de una empresa retail zona norte, 2024, elaborado por el estudiante, Klara Mariella Echeverría Ramírez; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 03 de octubre de 2023.



Apellidos y Nombres del experto
Firma
Dr. Juan Francisco Zentner Alva
DNI 16698898

Anexo 8: Validación por juicio de expertos**Constancia de validación por juicio de expertos**

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado Innovación en tecnología de la información y su influencia en el desempeño percibido por los colaboradores de una empresa retail zona norte, 2024, elaborado por el estudiante, Kiara Mariella Echeverría Ramírez; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 03 de octubre de 2023.



Apellidos y Nombres del experto

Firma

CPC FERNANDO AUGUSTO DE LA CRUZ CASTILLO

DNI 40761866

Anexo 9: Validación por juicio de expertos

Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado Innovación en tecnología de la información y su influencia en el desempeño percibido por los colaboradores de una empresa retail zona norte, 2024, elaborado por el estudiante, Kiara Mariella Echeverría Ramírez; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 03 de octubre de 2023.



Apellidos y Nombres del experto
Firma
ALEX HUMBERTO VAZQUEZ SANTISTEBAN.

Anexo 10: Validación por juicio de expertos**Constancia de validación por juicio de expertos**

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado Innovación en tecnología de la información y su influencia en el desempeño percibido por los colaboradores de una empresa retail zona norte, 2024, elaborado por el estudiante, Kiara Mariella Echeverría Ramirez; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 03 de octubre de 2023.

Apellidos y Nombres del experto

Firma

MARTÍN MARES RUIZ