



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Gestión de Innovación tecnológica y otorgamiento de  
créditos en un CAFAE de Lima, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**Maestro en Administración de Negocios - MBA**

**AUTOR:**

Sotelo Muñoz, Jose Luis (ORCID: 0000-0002-6925-6261)

**ASESOR:**

Mg. Gonzales Matos, Marcelo Dante (ORCID: 0000-0003-4365-5990)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y Herramientas Gerenciales

LIMA – PERÚ

2022

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de investigación a mi esposa y mis hijos, sin su apoyo, consideración y apoyo no hubiese sido posible

### **Agradecimiento**

En especial a la Universidad Cesar Vallejo, por la oportunidad de cumplir con mis objetivos propuesto. A los profesores y al asesor Marcelo Gonzales por compartir sus valiosos conocimientos.

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras .....	vii
Resumen .....	ix
Abstract .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA .....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	13
3.2. Variables y operacionalización .....	14
3.3. Población (criterios de selección), muestra y muestreo .....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos .....	17
3.6. Método de análisis de datos.....	18
3.7. Aspectos éticos .....	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN .....	26
VI. CONCLUSIONES .....	30
VII. RECOMENDACIONES .....	32
REFERENCIAS.....	34
ANEXOS .....	41

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	Escala de Likert .....	16
<b>Tabla 2</b>	Validez del instrumento .....	16
<b>Tabla 3</b>	Valor del coeficiente de Alfa de Cronbach.....	17
<b>Tabla 4</b>	Estadísticas de fiabilidad de muestreo .....	17
<b>Tabla 5</b>	Baremos del nivel de la variable Gestión de innovación tecnológica.....	19
<b>Tabla 6</b>	Baremos del nivel de la variable Otorgamiento de Créditos .....	20
<b>Tabla 7</b>	Normalización de las variables basada en Kolmogorov-Smirnova .....	22
<b>Tabla 8</b>	Correlación de la gestión de innovación tecnológica y Otorgamiento de créditos .....	23
<b>Tabla 9</b>	Correlación de la innovación producto y/o servicio y Otorgamiento de créditos .....	24
<b>Tabla 10</b>	Correlación de la innovación proceso y Otorgamiento de créditos .....	25
<b>Tabla 11</b>	Estadística de fiabilidad de la muestra .....	50
<b>Tabla 12</b>	¿En su opinión, existe desarrollo de nuevos productos de innovación y/o servicios de innovación tecnológica en la empresa? .....	51
<b>Tabla 13</b>	¿En su opinión, existe la renovación de productos y/o servicios de innovación tecnológica en la empresa?.....	52
<b>Tabla 14</b>	¿En su opinión, las herramientas tecnologías existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios de innovación tecnológica?.....	54
<b>Tabla 15</b>	¿En su opinión, la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de productos y/o servicios?.....	55
<b>Tabla 16</b>	¿En su opinión, el desarrollo nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios?.....	57
<b>Tabla 17</b>	¿En su opinión, la renovación procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios?.....	58
<b>Tabla 18</b>	¿En su opinión, el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de producto y/o servicios? .....	60
<b>Tabla 19</b>	¿En su opinión, la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios? .....	61
<b>Tabla 20</b>	¿En su opinión, el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada innovación de procesos? .....	63

<b>Tabla 21</b>	¿En su opinión, cree que existe una relación entre la reducción de costos para la empresa y la innovación de procesos?.....	64
<b>Tabla 22</b>	¿En su opinión, cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejorara de la calidad de los productos y/o servicios? .....	66
<b>Tabla 23</b>	¿En su opinión, la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos?.....	67
<b>Tabla 24</b>	¿En su opinión, los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito? .....	68
<b>Tabla 25</b>	¿En su opinión, los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos? .....	70
<b>Tabla 26</b>	¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos? .....	71
<b>Tabla 27</b>	¿En su opinión, el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos? .....	73
<b>Tabla 28</b>	¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos? .....	74
<b>Tabla 29</b>	¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del préstamo? .....	76
<b>Tabla 30</b>	¿En su opinión, la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito? ...	77
<b>Tabla 31</b>	¿En su opinión, las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito? .....	79
<b>Tabla 32</b>	¿En su opinión, el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos? .....	80
<b>Tabla 33</b>	¿En su opinión, la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos? .....	82

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	Baremos del nivel de la variable innovación tecnológica .....20
<b>Figura 2</b>	Baremos del nivel de la variable Otorgamiento de Créditos .....21
<b>Figura 3</b>	¿En su opinión, existe desarrollo de nuevos productos de innovación y/o servicios de innovación tecnológica en la empresa? .....51
<b>Figura 4</b>	¿En su opinión, existe la renovación de productos y/o servicios de innovación tecnológica en la empresa?.....53
<b>Figura 5</b>	¿En su opinión, las herramientas tecnológicas existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios de innovación tecnológica?.....54
<b>Figura 6</b>	¿En su opinión, la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de productos y/o servicios?.....56
<b>Figura 7</b>	¿En su opinión, el desarrollo nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios?.....57
<b>Figura 8</b>	¿En su opinión, la renovación procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios?.....59
<b>Figura 9</b>	¿En su opinión, el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de producto y/o servicios? .....60
<b>Figura 10</b>	¿En su opinión, la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios? .....62
<b>Figura 11</b>	¿En su opinión, el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada innovación de procesos? .....63
<b>Figura 12</b>	¿En su opinión, cree que existe una relación entre la reducción de costos para la empresa y la innovación de procesos?.....65
<b>Figura 13</b>	¿En su opinión, cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejora de la calidad de los productos y/o servicios? .....66
<b>Figura 14</b>	¿En su opinión, la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos?.....67
<b>Figura 15</b>	¿En su opinión, los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito? .....69
<b>Figura 16</b>	¿En su opinión, los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos? .....70
<b>Figura 17</b>	¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos? .....72

<b>Figura 18</b>	¿En su opinión, el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos? .....	73
<b>Figura 19</b>	¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos? .....	75
<b>Figura 20</b>	¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del préstamo? .....	76
<b>Figura 21</b>	¿En su opinión, la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito? ...	78
<b>Figura 22</b>	¿En su opinión, las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito? .....	79
<b>Figura 23</b>	¿En su opinión, el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos? .....	81
<b>Figura 24</b>	¿En su opinión, la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos? .....	82



## Resumen

La presente tesis titulada “Gestión de Innovación tecnológica y su relación en el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021”, se desarrolló con el objetivo de determinar la relación entre la gestión de innovación tecnológica y el otorgamiento de créditos. La metodología de la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal, del tipo aplicada, de nivel descriptivo correlacional, se consideró una muestra de 40 trabajadores relacionados con el otorgamiento de créditos, la recolección de los datos fue obtenida mediante la herramienta del cuestionario, lo cuales fueron sometidos juicios de expertos donde se evaluó su validez y se comprobó su fiabilidad mediante el alfa de Cronbach con un resultado de 0.943 para el cuestionario. Mediante la prueba estadística de correlación del coeficiente de Spearman con un  $r = 0.674$ , se demostró la existencia de una correlación positiva con lo que se concluyó que existe relación directa entre la gestión de innovación tecnológica y el otorgamiento de créditos en el CAFAE-SE de Lima, 2021.

**Palabras clave:** Gestión de innovación tecnológica, Otorgamiento de créditos, Innovación de producto o servicio, innovación de proceso.

## **Abstract**

This thesis entitled "Management of technological innovation and its relationship with the granting of loans in the company CAFAE-SE de Lima, 2021", was developed with the objective of determining the relationship between the management of technological innovation and the granting of loans. The research methodology had a quantitative approach, non-experimental design of cross-sectional, applied type, descriptive correlational level, a sample of 40 workers related to the granting of loans was considered, the data collection was obtained through the questionnaire tool, which were subjected to expert judgments where its validity was evaluated and its reliability was checked by Cronbach's alpha with a result of 0.943 for the questionnaire. By means of the Spearman's coefficient correlation statistical test with an  $r = 0.674$ , the existence of a positive correlation was demonstrated, which led to the conclusion that there is a direct relationship between technological innovation management and the granting of loans in the CAFAE-SE of Lima, 2021.

**Keywords:** Technological innovation management, Credit granting, Product or service innovation, process innovation.

## I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años la gestión innovación tecnología ayudado a muchas empresas a buscar soluciones en diversas situaciones con el uso de la tecnología logrando optimizar o crear nuevos productos. Con el crecimiento tecnológico las empresas financieras se han apoyado en las plataformas de internet para crear nuevos productos y canales de atención para sus clientes, generando nuevas oportunidades de negocio en su sector.

Actualmente las empresas que han brindado servicios relacionados al otorgamiento de créditos crean o renueva sus productos y/o servicios con el apoyo gestión de innovación tecnológica permitiéndoles organizar y direccionar sus recursos y capacidades, tanto humanos como de inversión, lo cual les permitió obtener nuevas habilidades y conocimientos tecnológicos para crear productos o mejorar los existentes. La innovación tecnológica aplicada a las fases que se deben cumplir para el otorgamiento de créditos se aplicó gracias al avance constante de la tecnología y el uso masificado del internet, agilizando el proceso y dando a sus clientes mayores beneficios, como solicitar un préstamo desde donde estén a través de algún dispositivo conectado a internet. En Estados Unidos es uno de los países que tiene un mayor desarrollo en tecnología en este campo y ha masificado el servicio de préstamos mediante las plataformas de internet, donde los clientes hacen uso de préstamos vía internet de forma cotidiana. Entre los bancos que podemos mencionar especialmente en Estados Unidos de América, que ofrecen estos tipos de servicios podemos mencionar: Bank of América ubicado en Carolina del Norte, Wells Fargo Bank ubicado en California, US Bank ubicado en Minnesota, lo cuales realizan enormes esfuerzos para innovar tecnológicamente en los producto o servicios brindados por ellos.

Dentro del país podemos se encontraron varias empresas que asumieron el reto del otorgamiento de créditos mediante plataformas de internet, pudiendo ofrecer y brindar sus servicios o productos en la sección de bancos pudimos encontrar al banco continental (BBVA) con el slogan *“Prestamos en 3 minutos”*, el cual ofrece préstamos al instante mediante su página Web y su aplicativo móvil, también podemos mencionar al banco Interbank a través de su página Web con el slogan *“Lo que necesites, 100 % digital”*. También se consideró a la empresa

financiera CrediFace en la cual pueden generar una solicitud préstamo personal a través de su plataforma web, realizando el depósito del préstamo a una cuenta bancaria a nombre del solicitante.

Por último, mencionó al CAFAE-SE de Lima, institución sin ánimos de lucro, fundada con la intención de dar estímulo y bienestar a los trabajadores pertenecientes al sector educación y su núcleo familiar. El cual ha brindado diferentes servicios a los trabajadores del sector educación tales como: Centro recreacionales, servicios funerarios, servicio de salud y el servicio de prestados o créditos. El área de créditos es la encargada de uno de los principales servicios, el servicio de otorgamiento de préstamos o créditos a los profesores, personal administrativo y/o instituciones con convenios con el ministerio de educación. El CAFAE-SE ha atendido diariamente las solicitudes de créditos, cuenta con 05 sedes de atención al público, conformado por una sede central y cuatro locales ubicados geográficamente cercanos a las unidades de gestión educativa local (UGEL), cada uno de ellos con un punto de atención al cliente. El proceso de la otorgación del crédito se realizaba de manera presencial, donde el cliente para iniciar el proceso tenía que acercarse a una de las oficinas para gestionar su préstamo, lo cual ocasiono ciertos inconvenientes los cuales eran percibidos por las áreas involucradas en el otorgamiento de créditos tales como: perdida o deserción de clientes debido a que no podían gestionar su crédito por no contar con oficinas cercanas a su ubicación, los clientes percibían que el proceso de otorgamiento de crédito no se realiza en el tiempo correcto generando congestión de público en las oficinas, restricciones para generar nuevos métodos de fidelización con los clientes debido a las limitaciones para informar de nuevos productos o servicios de la empresa, teniendo en cuenta que los clientes tendrían que apersonarse a las oficinas para recibir la información

Debido a la pandemia del Covid-19, en el cual el estado peruano y sus autoridades decidieron implementar el aislamiento social y las restricciones del libre tránsito afectaron directamente a la otorgación de préstamos haciendo más visibles limitaciones que ofrecían los servicios o productos de la organización, esto se hizo más evidente durante los primeros tres meses de la cuarentena donde no se pudo colocar préstamos. Es por ello, que la empresa vio la importancia de poner más esfuerzos en la gestión de innovación tecnológica para apoyar el proceso de

otorgamiento de créditos y lograr superar dichos obstáculos. Mediante nuevas estrategias y una correcta gestión tecnológica les permitió innovar en la creación o renovación los productos y/o servicios, también, permitió innovar en los procesos dentro de las áreas involucradas en la gestión del crédito, cubriendo tanto las necesidades de la empresa como al público al cual está dirigido el otorgamiento de créditos.

De acuerdo con la realidad el problema general es: ¿Cómo se relaciona la gestión de innovación tecnológica y el otorgamiento de créditos en el CAFAE-SE de Lima, 2021?, De igual forma los problemas específicos tenemos las siguientes interrogantes: ¿Cómo se relaciona la innovación de producto y/o servicios y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021?, ¿Cómo se relaciona la innovación de proceso y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021.

La investigación tuvo como justificación por conveniencia, debido a que permitirá obtener información y analizar la relación entre la gestión innovación tecnológica y el otorgamiento créditos y como punto de partida hacia la transformación digital dentro de la empresa. La justificación teórica del presente trabajo propone investigar la relación las variables de gestión innovación tecnológica y el otorgamiento créditos en el CAFAE-SE, para obtener los conocimientos necesarios para generar propuestas en la gestión de innovación tecnológica dentro de la empresa. La justificación practica del presente trabajo se fundamenta en el objetivo de mejorar el proceso de otorgamiento de créditos valiéndose de los conocimientos adquiridos en la investigación. La justificación metodológica está basada en un enfoque cuantitativo, utilizando técnicas y herramientas de investigación para obtener información mediante encuestas.

El objetivo general fue determinar la relación de la gestión de innovación tecnológica y el otorgamiento de créditos en el CAFAE-SE de Lima, 2021, y los objetivos específicos son: Determinar la relación de la innovación de producto y/o servicios y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021, Determinar la relación de la innovación de procesos y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021

Asimismo, dentro de la investigación se expuso la siguiente hipótesis general: Existe una relación entre la gestión de innovación tecnológica y el otorgamiento de créditos en el CAFAE-SE de Lima, 2021, y las hipótesis específicas son: Existe una relación entre la innovación de producto y/o servicio y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021, Existe una relación entre la innovación de proceso y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Las investigaciones previas que fueron consideradas como referencia para el presente proyecto son los siguientes: A nivel nacional tenemos: En primer lugar podemos considerar a Sotil Ponce, C. J. (2017), en su tesis postgrado *“La Banca Electrónica y la innovación tecnológica en el BCP”* de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco; realizó con el objetivo de determinar la relación entre la innovación tecnológica y la introducción de nuevos productos o servicios en una entidad bancaria. Para ello, utilizó un diseño de investigación de tipo básico y nivel descriptivo y explicativo, donde del 100 % de los encuestados, el 40 % manifiesta que utilizaría la banca por internet por su disponibilidad y el 35 % por comodidad y rapidez, también se determinó que solo el 20% conoce la banca por internet y solo el 10 % la banca móvil. También se determinó que el 40 % de los encuestado, no utiliza medios tecnológicos para realizar sus operaciones por desconfianza y prefiere hacerlo de modo presencial. Donde concluyó que la innovación tecnológica dentro del mercado bancario son fuentes principales de cambio, adaptación y estrategias para el crecimiento de la empresa, por lo cual sugiere invertir en el capital humano en el uso de capacidades tecnológicas para crear nuevas oportunidades de negocio y cubrir las demandas del mercado en la banca electrónica en el departamento de Huánuco.

En segundo lugar, tenemos a Rodríguez Jiménez, A. A (2020), en su tesis de pregrado *“Relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional de las empresas MYPES de confecciones del emporio comercial de Gamarra, Lima 2020”* de la Universidad Privada del Norte del Perú; realizó con el objetivo de investigar la relación entre de la innovación tecnológica y el desempeño organizacional en empresas de confección, Para ello, utilizó un diseño de investigación básica correlacional con un tipo de análisis cualitativo mediante la recolección de datos con la ayuda de cuestionarios a 209 gerentes o encargados de empresas en Gamarra. Donde concluyó que la innovación tecnológica tiene suma importancia para el desempeño organizacional de cuerdo al coeficiente de Spearman donde  $R= 0.629$  y  $p<0.05$ , confirmando que existe una relación significativa entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional, por lo cual sugiere que la innovación de producto basado en tecnología mejora la calidad y características técnicas de la producción en las MYPES del consorcio de

Gamarra y la innovación en proceso mejorar la manera como pueden cumplir de forma correcta los procesos de las empresas.

En tercer lugar mencionamos a Ramírez López, C. G., & Reyes Nieto, L. A. (2019), en su tesis de pregrado *“Impacto de la innovación tecnológica y no tecnológica en el desempeño organizacional de MYPES de confecciones de Gamarra 2019”* de la U. San Ignacio de Loyola de Lima, Perú; realizaron con el objetivo de determinar la relación existente entre la Innovación Tecnológica y no Tecnológica y el rendimiento organizacional en las micros y pequeñas empresa de la confecciones del emporio de Gamarra. Para ello, utilizaron un diseño de investigación de tipo correlacional de diseño no experimental y transversal de análisis cuantitativo mediante encuestas. Donde como parte de la investigación analizaron si hay relación entre la innovación producto y el desempeño organizacional y si hay relación de la innovación de procesos y el desempeño organizacional, para ello se utilizó encuestas a 353 administradores de MYPES de Gamarra. Donde concluyeron de acuerdo con el coeficiente de Spearman donde  $R= 0.254$  y  $p<0.05$  para la innovación de producto y  $R= 0.320$  y  $p<0.05$  para la innovación de proceso, si existe una relaciona significativamente moderada con el desempeño organizacional, por lo cual determinaron que la innovación en producto y proceso mejora el desempeño organizacional.

En cuarto lugar, tenemos a Matos Ortiz, C. W. (2021), en su tesis de pregrado *“Relación entre innovación tecnológica y desempeño organizacional de las MYPES de fabricación de productos plásticos, lima 2020”* de la U. San Ignacio de Loyola de Lima, Perú; realizó con el objetivo analizar si existe relación entre la innovación tecnológica y el desempeño organizacional. Para ello, utilizó un diseño de tesis de tipo correlacional de diseño no experimental y transversal de análisis cuantitativo mediante encuestas a 248 gerentes o administradores de empresas del sector en estudio. De acuerdo con el análisis existe una relación positiva y débil, debido a que el coeficiente de correlación entre la innovación de producto y el desempeño organizacional de las MYPES es de  $r=0.465$ ,  $p< 0.5$  y el coeficiente de correlación entre la innovación de proceso y el desempeño organizacional de las MYPES es de  $r=0.258$ ,  $p< 0.5$ . Por lo que concluyó que en las empresas del estudio existe una relación entre innovación tecnológica y desempeño organizacional, priorizando la innovación tecnológica en la producción o creación de nuevos productos lo cuales



son ofrecidos a sus clientes y en menor medida a la innovación de procesos, sin embargo, de acuerdo con los datos obtenidos una mejora importante en la innovación de sus procesos afectaría positivamente el rendimiento en los resultados de la organización.

Por último, dentro de los antecedentes nacionales tenemos a Alfaro Reyes, K. I. (2021), en su tesis de pregrado *“Innovación Tecnológica y marketing digital en las microempresas de calzado de Trujillo en el 2021”* de la Universidad Cesar Vallejo de Perú, realizó con el objetivo de demostrar la relación de la innovación tecnológica y el marketing digital en la empresa. Para ello, utilizó diseño de investigación básica, descriptiva, correlacional, no experimental y un enfoque cuantitativo, utilizando una muestra total de 92 empresarios del sector de calzado utilizando encuestas para recopilar datos y el software de SPSS para el cálculo de los valores. Al finalizar el estudio concluyó mediante el coeficiente de Spearman de  $r=0.979$  que existe una relación fuerte positiva entre las variables de innovación tecnológica y Marketing digital, donde la innovación tecnológica en combinación con el marketing digital generara nuevas estrategias para llegar efectivamente a los clientes.

Las investigaciones a nivel internacional tenemos: En primer lugar, tenemos a de Lema et al. (2016), en su artículo científico *“Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Estudios Gerenciales”* de la Universidad Politécnica de Cartagena, España; mencionaron que tuvieron como objetivo es verificar la relación entre la innovación de productos, servicio y la gestión con el desempeño empresarial en las MIPYME de los países que conforman la alianza del pacífico. Para ello utilizaron un estudio empírico cuantitativo a 386 empresas de Peru, Colombia, México y Chile. Con lo que concluyeron que la innovación de productos y/o servicios y la innovación de procesos impacta positiva y significativamente en el crecimiento de las ventas y del empleo, considerando a la innovación como un recurso estratégico para las organizaciones y un medio para que las organizaciones adquieran conocimientos tanto al interior o externamente de la organización.

En segundo lugar, tenemos a Ukpabio et al. (2018), en su artículo de enfoque cuantitativo-correlacional *“Effects of innovation on performance of manufacturing SMEs in Nigeria: An empirical study”*; realizaron una reflexión de la influencia de la innovación tecnológica en las pequeñas y medianas empresas manufactureras en Nigeria. Concluyeron que la innovación de procesos dentro de los procedimientos de la empresa mejora el desempeño de las organizaciones, es decir, los directivos de las empresas deben darle el valor que corresponde, implementado innovación dentro de sus organizaciones dado que tiene gran significancia para el desempeño de estas.

En tercer lugar, tenemos a Delgado-Cruz et al. (2021), en el artículo *“Impacto de la gestión tecnológica sobre la capacidad de innovación en el sector restaurantero de Medellín”* ; mencionaron los autores que en el sector de restaurantes de Medellín tuvieron problemas para innovar en su nicho de mercado y como impacto el planteamiento de una buena gestión tecnológica que permitía unir la estrategia competitiva y las oportunidades en el mercado, por medio de las herramientas tecnológicas que permitieron lograr alcanzar un nivel más alto en la innovación en productos y servicios.

En cuarto lugar, tenemos a Giménez, J. (2015), en el artículo *“Impacto de la innovación sobre el rendimiento de las empresas constructoras: un estudio empírico en España”*, mencionó que la finalidad del estudio es analizar dentro de las empresas de la industria de la construcción en España el grado y el rendimiento de la innovación tecnológica, utilizando un enfoque cuantitativo para medir los aspectos de la innovación mediante realizando como herramienta de recolección de datos la de encuestas, teniendo como limitación que solo fue aplicado a los principales directivos del rubro de construcción

Y por último tenemos a Medina Acosta, J. R., & Fuentes Bowen, A. N. (2019)., en su tesis de pregrado *“La innovación tecnológica en los bancos privados de la ciudad de Guayaquil y su relación con las preferencias del cliente”*, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador; mencionaron que el objetivo de la investigación es el analizar la influencia que tiene en los clientes de entidades bancarias que implementaron las innovaciones tecnológicas en sus servicios. El tipo de metodología utilizada en el estudio fue del tipo básica

descriptiva con un enfoque de estudio cuantitativo utilizando herramientas como encuestas.

En el marco teórico se desarrollará aspectos centrales sobre las variables de del trabajo de investigación de la tesis. Se expondrá todos los temas relevantes como las definiciones o conceptos relacionados con innovación tecnológica y otorgamiento créditos virtuales.

### **Gestión de innovación tecnológica**

Dentro de la investigación de la variable de gestión de innovación tecnología estuvo limitada por la poca información por ser un concepto nuevo y que involucra varias definiciones dentro de la misma variable.

Para definir mejor la variable debemos primero debemos partir desde el concepto de gestión que puede definir como la acción de gestionar un conjunto de acciones, tareas y procedimientos para alcanzar un objetivo. De acuerdo con lo descrito en el RAE (Diccionario de la real academia) gestionar es “Llevar adelante una iniciativa o un proyecto” (RAE,2020). En segundo tenemos el concepto de innovación se puede definir como la aplicación o modificación sobre algún producto o servicio en beneficio de las personas o empresas: “Creación o modificación de un producto, y su entrada en un mercado” (RAE,2020), siendo vinculado con frecuente a la tecnología y la ciencia. De acuerdo con Drucker (2016) menciono que la innovación no solo está relacionada con la tecnología, si no que interviene en los procesos y resultados de las organizaciones, al ser un acto que concede recursos a una compañía para que sea producir sus propias riquezas”.

Así mismo, Vrakking (1990) opinó que la innovación es la acción de producir o crear algo nuevo de acuerdo con ciertas especificaciones, dando a las organizaciones una manera de conseguir una ventaja competitiva mediante la adquisición de habilidades, conocimientos y recursos superiores a los de la competencia mejorando su posición en el mercado. Y en tercer lugar tenemos el concepto de tecnología que se define como la combinación de conocimientos y técnicas que son utilizados de una forma lógica y ordenada, en un proceso que se combina el pensamiento y la acción con el fin de dar soluciones útiles. Según Cegesti et al (2005) mencionaron que la tecnología es un grupo ordenado de

conocimientos, técnicas, habilidades y organización, utilizados para producir, comercializar y utilizar bienes y servicios que tienen como fin la satisfacción de las demandas económicas y sociales. De acuerdo con lo mencionado podemos determinar que la tecnología es grupo o conjunto de métodos, procesos y técnicas que en combinación son utilizados para generar o mejorar servicios o productos. Hernández (2017) mencionó que la tecnología esta conceptuada como la unión de los métodos, procesos y sistemas que cambian los recursos en productos, procesos o servicios.

Dentro de la tecnología existen tipos de lo cuales podemos mencionar: La tecnología fija un tipo de tecnología la cual no puede reutilizarse siempre se conserva en su fin primario, no cambia es decir se mantiene de forma continua en su estado inicial. Para dar un ejemplo podemos mencionar una refinería de petróleo y combustibles; La tecnología flexible es el tipo de tecnología que podemos apreciar en nuestra vida diaria. Se le dice tecnología flexible porque puede desarrollar otros servicios o productos basados en conocimientos técnicos. Un ejemplo son las empresas de actividad alimentaria o farmacéutica.

Después de describir los conceptos de la variable gestión de la innovación tecnológica y de acuerdo García et al. (2015) donde concluyen que las capacidades tecnológicas son decisivas para la innovación para las organizaciones introduciéndose en los diferentes aspectos del crecimiento de la empresa, logrando incrementar la productividad. De acuerdo con las siguientes investigaciones podemos mencionar que la gestión de innovación tecnología se podría definir de acuerdo con Ccanto (2019) mencionó que la gestión de la innovación tecnológica significa la utilización de la tecnología para aprovechar los recursos de la organización en beneficio de los clientes razón por la cual su estudio permite diseñar estrategias y acciones ajustadas a cada organización. Así mismo, Cetindamar et al. (2009) mencionaron que la capacidad de las empresas para volver a configurar sus fundamentos tecnológicos para implementar objetivos con miras a la innovación mediante prácticas que aumenten valiosamente los procesos, productos y otros.

Las variables gestión de innovación tecnológica tuvo 02 dimensiones de las cuales la primera fue innovación de producto la cual se puede describir como la entrada de un nuevo producto o servicio, o una mejora importante, la cual

involucra sus propiedades y la forma como se utilizaron, también Schumpeter et al. (2017) mencionó que contempla las mejoras técnicas, componentes, funcionalidades, la tecnología aplica y el uso factible de un modo eficiente y eficaz del producto o servicio.

La segunda dimensión de estudio dentro de la variable de la gestión de innovación tecnológica fue la innovación de proceso se daba en las empresas cuando introducía un nuevo proceso o mejoraba los procesos de distribución o producción. Generando modificación de procesos sobre las técnicas, materiales y los sistemas informáticos con la finalidad de reducir costos de producción o distribución. De acuerdo con Acuña (2016) mencionaron que la innovación de proceso es el ingreso de una nueva o la actualización de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) que logran aumentar las capacidades en los procesos en las empresas, como fin aumentar la eficiencia, mejorar la calidad de los productos y elevar el nivel de los servicios.

### **Otorgamiento de crédito**

La empresa que actualmente se enfocan en el sector financiero son los bancos y cooperativas en su mayor porcentaje, actualmente muchas empresas han incursionado en el sector de préstamos o créditos que no son clasificadas como tales, un CAFAE tiene dentro de sus servicios el otorgamiento de créditos. Para definir la variable de otorgamiento de crédito, se debe definir primero crédito, de acuerdo con Ayala (2005) mencionó que el crédito en su descripción tradicional es cuando el deudor obtiene algo del acreedor, lo cual está sujeto a la confiabilidad que el acreedor pueda tener mediante el compromiso de pago del deudor, lo cual desde el punto de vista legal obliga al deudor a cumplir con su deuda.

El otorgamiento de créditos es el proceso mediante el cual es analizada la información facilitada por el solicitante. La empresa verifica la información de acuerdo con las políticas el periodo y el proceso para verificar dicha información. Donde el otorgamiento de crédito está conformado por varias fases donde están incluidas la evaluación, la organización de las condiciones para el otorgamiento de la operación donde esta incluidos la aprobación y el desembolso (Aguilar, 2018). Las dimensiones que se usaron para medir la variable de estudio de otorgamiento de crédito de acuerdo con el problema planteado en un CAFAE-SE de Lima en

primer lugar tenemos la dimensión información donde se observa que tanto los usuarios o clientes conocen sobre el proceso de otorgamiento y todo lo relacionado para que los usuarios decidan la mejor alternativa para la obtención de su crédito.

Ferrel (2020) menciona que la información está conformada por los datos obtenidos y conocimientos aplicados utilizados en la toma de decisiones. En segundo lugar, tenemos la dimensión procedimiento donde se observa las actividades que los clientes pasan para obtener el otorgamiento del crédito, desde la solicitud hasta el desembolso del crédito. Los procedimientos son secuencias de pasos, previamente determinados, que debes seguir para realizar tus tareas y resolver problemas. Los procedimientos comparten muchas de las mismas propiedades positivas y negativas típicas de las reglas, y a menudo se multiplican en una organización mecanicista. Según Hellriegel (2009) menciona que los líderes dentro de la organización deben ser más flexibles en las reglas y procedimientos para lograr una organización más ágil y, por lo tanto, motivar a los empleados, alentando la innovación y la creatividad.

En tercer lugar, tenemos a la dimensión infraestructura donde se observa el nivel de facilidades y comodidades brindadas por la empresa a los clientes que deciden realizar el proceso de otorgamiento de créditos dentro de sus locales tales como: Ubicación geográfica de las oficinas y un buen sistema de distribuciones de colas de atención. Las empresas que cuentan con una infraestructura sólida pueden brindar medios técnicos de calidad, servicios e instalaciones óptimas para beneficios de los trabajadores y clientes los cuales son convenientes para el desarrollo de sus actividades. Por último, tenemos la dimensión cliente donde se observa el nivel de satisfacción con respecto al otorgamiento de crédito, según Vergara (2017) señaló como el fin principal de las empresas, donde es punto de partida para definir un plan estratégico para lograr mantener y obtener futuros clientes, así mismo, Aguilar y Vargas (2010) concluyeron que el cliente es el que solicita un producto o servicio.

### III. METODOLOGÍA

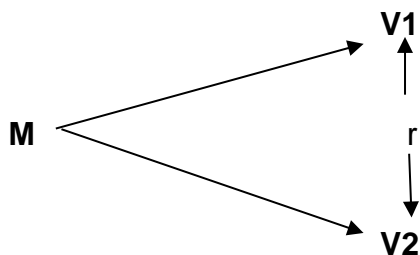
#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### Tipo de investigación

El presente estudio tuvo la finalidad de analizar las variables de nuestro estudio mediante un enfoque cuantitativo y del tipo aplicada utilizando el método de recolección y análisis de los datos mediante encuestas o cuestionarios, de acuerdo con López et al. (2016) mencionaron que la investigación cuantitativa es aquella que se recopila y analiza la información y puede ser medible sobre variables del estudio y el tipo de la investigación aplicada, la que utiliza los conocimientos obtenidos para poner en práctica y proponer posibles soluciones.

##### Diseño de investigación

El nivel de la investigación fue correlacional el cual tuvo como objetivo determinar el nivel de relación entre las variables y formular hipótesis del caso de estudio, de acuerdo con Ñaupás et al. (2019) mencionó que se utiliza para determinar la asociación o relación entre las variables, evitando realizaba la manipula artificialmente, el contexto del estudio fue más sincero y se puede trasladar directamente a otras situaciones naturales, teniendo un mejor valor externamente. También tuvo un nivel descriptivo el cual describió características o propiedades de las variables, las cuales se usaban para medir, evaluar y recolectar datos de estas. El diseño fue no experimental estuvo basado en observaciones donde las variables no están sujetas a manipulación. Y también tuvo un diseño transversal debido que está basado en la obtención de datos de las variables en un determinado periodo o lapso.



Dónde:

M= Muestra

V1 y V2 = Variables de estudio

r= Relación entre variables

### **3.2. Variables y operacionalización**

Las variables planteadas dentro del presente estudio fueron del tipo de naturaleza cualitativo con un enfoque cuantitativo utilizando la recopilación datos para medir la relación entre ellas. Es por esta razón, se determinó la forma operacional como se midió cada variable, de acuerdo con Pereda (1987) indicaba “la definición operacional de medida describe cómo se medirá una variable. Indicará, por tanto, qué instrumentos se emplearán en la medida, en que unidades se hará, etc.”

#### **Variable 1: Gestión de innovación tecnológica**

##### **Definición conceptual:**

La variable es del tipo de naturaleza cualitativa donde Ccanto (2019), mencionó que la gestión de innovación tecnológica significa el empleo de la tecnología para beneficiarse de los recursos de la organización a favor de los clientes razón por la cual su investigación permite diseñar estrategias y acciones ajustadas a cada organización. El cual es una variable de tipo de naturaleza cualitativa

**Definición operacional:** Se realizó la medición de las 02 dimensiones de la variable Gestión de Innovación Tecnológica, mediante un cuestionario utilizando la escala de Likert, se observó y analizo los con el apoyo de la herramienta SPSS V25 para determinar su confiabilidad.

#### **Variable 2: Otorgamiento de créditos**

##### **Definición conceptual:**

La variable es del tipo de naturaleza cualitativa donde Aguilar (2018) mencionó que el otorgamiento de crédito está conformado de varias fases donde están incluidas la evaluación, la organización de las condiciones para el otorgamiento de la operación donde esta incluidos la aprobación y el desembolso

**Definición operacional:** Se realizó la medición de las 04 dimensiones de la variable Otorgamiento de Crédito, mediante un cuestionario utilizando la escala de Likert, se observó y analizo los con el apoyo de la herramienta SPSS V25 para determinar su confiabilidad.



### **3.3. Población (criterios de selección), muestra y muestreo**

#### **Población**

Según Hernández et al. (2018) describió a la población como una agrupación de todos los casos que coinciden dentro de una colección de características.

La población en la investigación contemplo a los trabajadores del CAFAE-SE de Lima involucrados en el desarrollo del otorgamiento de crédito, utilizando un criterio de inclusión de acuerdo con la característica de la investigación, se determinó considerar en la población a los trabajadores de las áreas de gerencia general y las áreas de crédito, contabilidad, tesorería, con un total de 40 colaboradores.

De acuerdo con Castro (2003) mencionaba que para poblaciones de tamaño menor a 50 encuestados se recomendaba que la población sea igual a la muestra, por tal motivo, la muestra para la investigación fue de 40 colaboradores.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica empleada para la recolección de datos fue la encuesta donde se obtuvo las opiniones de la población de la investigación. Conforme con Torres et al. (2019) mencionaba las encuestas son esencialmente la investigación planteada sobre una muestra de sujetos, utilizando esta técnica como una herramienta necesaria para conocer la conducta de los grupos de interés y tomar decisiones sobre los mismos. El instrumento utilizado fue el cuestionario, recopilando información de los encuestados mediante una serie de preguntas estructuradas referentes a cada una de las variables de estudio. De acuerdo con Ñaupas (2019) mencionaba que el uso de los cuestionarios es el proceso de proporcionar a los encuestados un grupo de preguntas precisas, objetivas y claras relacionadas con las variables y la hipótesis del trabajo. El cuestionario fue aplicado de acuerdo con la escala de Likert está conformado por 5 niveles de puntuación, de acuerdo con Hernández et al. (2018) afirmaron que la escala está conformada por 05 afirmaciones o puntos que los encuestados deben de seleccionar, donde cada afirmación tendrá un valor numérico para el cálculo final de cada participante. La escala aplicada a la investigación es la siguiente:

**Tabla 1***Escala de Likert*

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

Fuente: Escala de Likert

**La validación y confiabilidad del instrumento**

La validez de la herramienta para la recolección de datos (cuestionario) para el presente documento de investigación fue determinada por el juicio de expertos en la materia, lo cuales aportaron recomendaciones con su conocimiento en la materia.

**Tabla 2***Validez del instrumento*

Experto	Grado / Nombres y Apellidos	DNI	Porcentaje
1	Mg. Paulo Cesar Olivares Taype	10288397	95.0 %
2	Mg. Miki Gerónimo Ortiz Ramirez	25796803	90.0 %
3	Dr. Jose Luis Aguilar Saénz	40366469	90.0 %
Total			91.6 %

Nota: Datos obtenidos de la validación del instrumento

La confiabilidad del instrumento fue uno de los criterios principales para determinar la calidad de la investigación. Para el presente estudio la medida de confiabilidad fue determinada mediante el coeficiente de Cronbach para determinar el criterio de valor de la investigación se utilizó la tabla de valor del coeficiente de Cronbach.

**Tabla 3***Valor del coeficiente de Alfa de Cronbach*

Escala de Alfa de Cronbach	
Rango	Criterio
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,40 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Nota: Rustom, 2012. Estadística descriptiva

Para determinar la validez y así misma fiabilidad de la herramienta se realizó en análisis índice alfa de Cronbach a un pequeño grupo de 10 trabajadores de la muestra.

**Tabla 4***Estadísticas de fiabilidad de muestreo*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.943	22

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Interpretación:** De la tabla 4, de un total de 10 encuestado el coeficiente de Cronbach es de 0.943, dando un nivel de confiabilidad aceptable para el instrumento

### 3.5. Procedimientos

El procedimiento planteado se realizó mediante la recolección de datos a través de cuestionarios para la evaluación de las variables de la investigación y el apoyo de la información obtenida en el marco teórico. Los cuestionarios fueron aplicados a las áreas involucradas en el otorgamiento de crédito, lo cual permitió comprender la relación entre la primera variable de gestión de innovación tecnológica y la segunda variable de otorgamiento de créditos. Para determinar dicha relación se

envió una solicitud para la autorización de la investigación del caso de estudio a las áreas correspondientes para realizar el cuestionario. La recopilación de los datos se obtuvo mediante el uso de cuestionarios mediante la herramienta de internet Google Forms y se procesó con el software SPSS V25.

### **3.6. Método de análisis de datos**

La información obtenida para el análisis se realizó por medio de la herramienta de cuestionarios de Google Forms. Los resultados obtenidos son ingresados al software SPSSV25 para realizar las validaciones de datos, estadísticas, generar figuras y tablas para comprender mediante un estudio descriptivo e inferencial de la relación entre las variables en estudio.

### **3.7. Aspectos éticos**

En este documento de tesis se ha respetado los aspectos éticos concernientes a los métodos de obtención de la información, procesamiento y el análisis. Para lo cual no se manipularon de los datos obtenidos en los cuestionarios utilizando la información verdadera respetando la confiabilidad de los datos obtenidos.

De acuerdo con lo instituido en las normas de la universidad se respetó el uso conceptos, citas y referencias en la presente investigación.

## IV. RESULTADOS

### Presentación de los resultados

De acuerdo con los resultados obtenidos del trabajo de investigación tuvo el objetivo de responder a la pregunta general de la investigación: ¿Cómo se relaciona la gestión de innovación tecnológica y la otorgación de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021?, para ello, se puso en práctica el Alfa de Cronbach a la muestra para obtener el porcentaje del coeficiente de confiabilidad de la herramienta de recolección de datos (cuestionario), el cual fue realizado a la muestra de 40 trabajadores del CAFAE-SE de Lima, en consecuencia, se midieron ambas variables, la consistencia interna, equivalencia y estabilidad, las medidas obtenidas de los diferentes ítems son confiables entre sí y por tanto representativas del universo de ítems que podrían medir, el estadístico señalado muestra los siguientes resultados:

**Tabla 5**

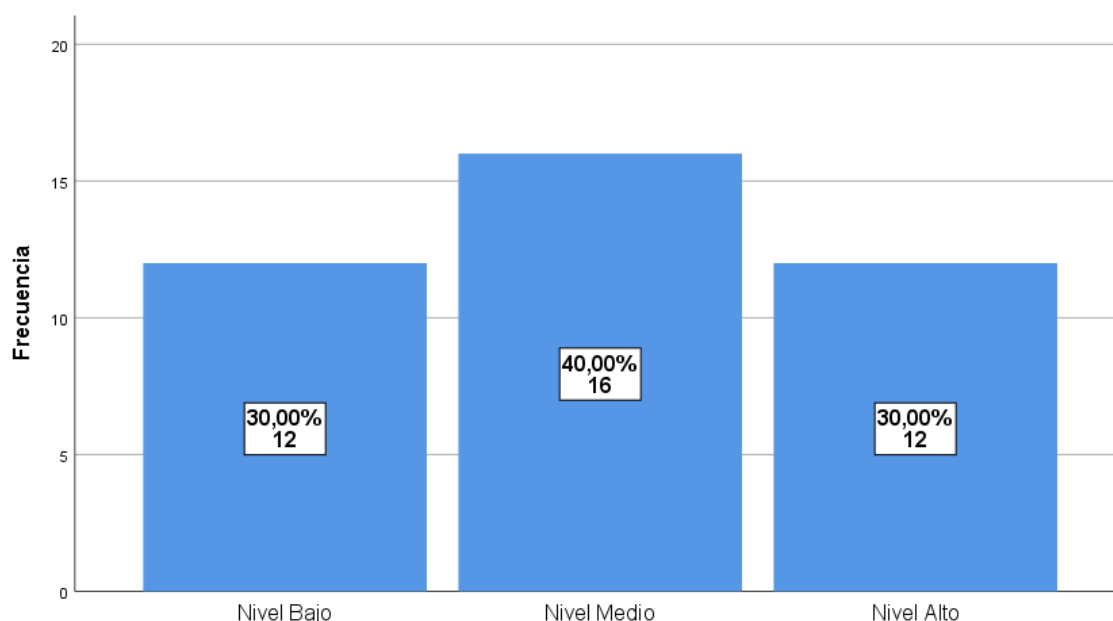
*Baremos del nivel de la variable Gestión de innovación tecnológica*

Escala de Medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel Bajo	12	30.0	30.0	30.0
Nivel Medio	16	40.0	40.0	70.0
Nivel Alto	12	30.0	30.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 1**

*Baremos del nivel de la variable innovación tecnológica*



**Interpretación:** De la tabla 5 y figura 1, para determinar el nivel que tiene la gestión de innovación tecnológica, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, el 40% (16 sujetos) indicaban que el nivel alcanzado es medio, el 30% (12 sujetos) indicaban que el nivel alcanzado es alto, finalmente el 30% (12 sujetos) indicaban que el nivel alcanzado es bajo. Por consiguiente, se concluye que solo el 30.00% de los encuestados indicaban que la gestión de innovación tecnológica tiene un nivel alto dentro de la organización, por lo cual se concluye que se debe potenciar la creación o mejoras de productos, uso de herramientas tecnológicas e inversión de capital.

**Tabla 6**

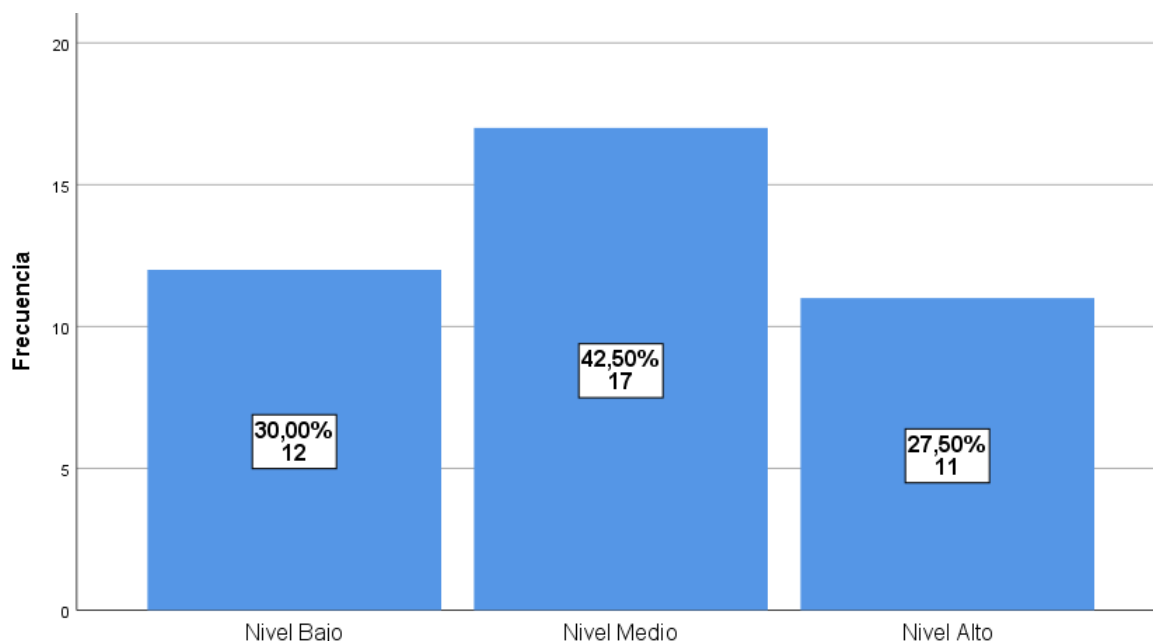
*Baremos del nivel de la variable Otorgamiento de Créditos*

Escala de Medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel Bajo	12	30.0	30.0	30.0
Nivel Medio	17	42.5	42.5	72.5
Nivel Alto	11	27.5	27.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 2**

*Baremos del nivel de la variable Otorgamiento de Créditos*



**Interpretación:** De la tabla 6 y figura 2, para determinar el nivel que tiene la gestión de innovación tecnológica, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, el 42.5% (17 sujetos) indicaban que el nivel alcanzado es medio, el 27.5% (11 sujetos) indicaban que el nivel alcanzado es alto, finalmente el 30% (12 sujetos) indicaban que el nivel alcanzado es bajo. Por consiguiente, se concluye que solo el 27.50% de los encuestados, indicaban que el otorgamiento de crédito tiene un nivel alto dentro de la organización, por lo cual se debe promover la innovación tecnología para la creación o renovación de producto y/o servicios por que se evidencia que contribuye en el otorgamiento de créditos.

## Contrastación de la hipótesis

La contrastación de la hipótesis se determinó ejecutando las pruebas estadísticas inferenciales para contrastar y determinar la confiabilidad de la correlación de variables, considerando la hipótesis general y específicas del trabajo de estudio, para ello, se aplicó la prueba de normalidad de los datos para determinar el tipo de prueba de normalidad a aplicar.

Dentro de las pruebas de normalidad se consideró principalmente 02 de acuerdo con la cantidad de encuestados: Shapiro para menores o iguales a 30 encuestados y la de Kolmogorov para mayores a 30 encuestados, para ello, se aplicó la prueba de Kolmogorov por tener muestras mayores a 30 ( $40 > gl$ ).

En la prueba de normalidad de Kolmogorov se determina si se utiliza la estadística paramétrica o no paramétrica. Para ello se plantea lo siguiente:

### Hipótesis:

- Hipótesis Nula ( $H_0$ ): Los datos tiene una distribución normal
- Hipótesis Alterna ( $H_a$ ): Los datos no tiene una distribución normal

### Criterios de decisión ( $p$ ):

- El nivel de significancia limite es 5% o 0.05
- Si  $p > 5\%$  los datos tienen una distribución normal o paramétrica
- Si  $p \leq 5\%$  los datos no tienen una distribución normal o no paramétrica

## Tabla 7

*Normalización de las variables basada en Kolmogorov-Smirnova*

Kolmogorov-Smirnova			
Variables	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de innovación tecnológica	0.080	40	,200*
Otorgamiento de créditos	0.096	40	,200*

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25



**Interpretación:** En la tabla 7, se realizó la prueba de normalidad de las variables: Gestión de innovación tecnológica y Otorgamiento de créditos basada en la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnova. El valor de significancia (Sig.) de acuerdo con la tabla fueron: Gestión de innovación tecnológica fue 0.200 y Otorgamiento de créditos fue 0.200, siendo ambos mayores a  $p > 5\%$ , en consecuencia, se aceptó la hipótesis nula ( $H_0$ ) y rechazó la hipótesis alterna ( $H_a$ ), lo cual permitió determinar que los datos tienen distribución normal o paramétrica. Por lo tanto, en la investigación se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson para establecer los valores de significancia de la prueba de hipótesis y comprobar si existe relación entre las variables del estudio

### Hipótesis General:

$H_0$ : No existe una relación entre a gestión de innovación tecnológica y otorgamiento de crédito en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021.

$H_a$ : Existe una relación entre a gestión de innovación tecnológica y otorgamiento de crédito en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021.

**Tabla 8**

*Correlación de la gestión de innovación tecnológica y Otorgamiento de créditos*

Correlaciones de Pearson			
	R de Pearson	Gestión de innovación tecnológica	Otorgamiento de créditos
Gestión de innovación tecnológica	Correlación de Pearson	1	.674**
	Sig. (bilateral)	.	0.00
	N	40	40
Otorgamiento de créditos	Correlación de Pearson	.674**	1
	Sig. (bilateral)	0.00	.
	N	40	40

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

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Interpretación:** En la tabla 8, se realizó la prueba de correlación de las variables: Gestión de innovación tecnológica y Otorgamiento de créditos basada en el coeficiente de Pearson para distribución paramétrica. Donde la tabla muestra el valor de significancia igual a  $p=0.000$  siendo menor a 5% ( $p<0.05$ ), en consecuencia, se rechazó la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se aceptó la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Así mismo se identifica el valor del coeficiente R de Pearson es 0.674, lo cual evidencio una correlación positiva alta en la relación de las variables. Por lo tanto, se concluyó que la Gestión de innovación tecnológica tiene relación significativa directa con el Otorgamiento de créditos.

### Hipótesis específica 1:

$H_0$ : No existe una relación entra la innovación producto y/o servicio y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021

$H_a$ : Existe una relación entra la innovación producto y/o servicio y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021

**Tabla 9**

*Correlación de la innovación producto y/o servicio y Otorgamiento de créditos*

Correlaciones de Pearson			
	Rho de Pearson	Innovación de Producto	Otorgamiento de créditos
Innovación de Producto	Correlación de Pearson	1	,699**
	Sig. (bilateral)		0.00
	N	40	40
Otorgamiento de créditos	Correlación de Pearson	,699**	1
	Sig. (bilateral)	0.00	
	N	40	40

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

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Interpretación:** En la tabla 9, se realizó la prueba de correlación entre la dimensión Innovación de producto y la variable Otorgamiento de créditos basada en el coeficiente de Pearson para distribución paramétrica Donde la tabla muestra el valor de significancia igual a  $p=0.000$  siendo menor a 5% ( $p<0.05$ ), en

consecuencia, se rechazó la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se aceptó la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Así mismo se identifica el valor del coeficiente R de Pearson es 0.699, lo cual evidencio una correlación positiva alta. Por lo tanto, se concluyó que la dimensión Innovación de producto tiene relación significativa directa con la variable Otorgamiento de créditos.

### Hipótesis específica 2:

$H_0$ : No existe una relación entre la innovación proceso y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021

$H_a$ : Existe una relación entre la innovación proceso y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021

**Tabla 10**

*Correlación de la innovación proceso y Otorgamiento de créditos*

Correlaciones de Pearson			
Rho de Pearson		Innovación de Proceso	Otorgamiento de créditos
Innovación de Proceso	Correlación de Pearson	1	,524**
	Sig. (bilateral)		0.00
	N	40	40
Otorgamiento de créditos	Correlación de Pearson	,524**	1
	Sig. (bilateral)	0.00	
	N	40	40

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

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Interpretación:** En la tabla 10, se realizó la prueba de correlación entre la dimensión Innovación de proceso y la variable Otorgamiento de créditos basada en el coeficiente de Pearson para distribución paramétrica Donde la tabla muestra el valor de significancia igual a  $p=0.000$  siendo menor a 5% ( $p<0.05$ ), en consecuencia, se rechazó la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se aceptó la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Así mismo se identifica el valor del coeficiente R de Pearson es 0.524, lo cual evidencio una correlación positiva moderada. Por lo tanto, se concluyó que la dimensión Innovación de proceso tiene relación significativa directa con la variable Otorgamiento de créditos.

## V. DISCUSIÓN

Después de exponer y analizar los datos obtenidos mediante los análisis estadísticos y cuyos resultados se infirieron. A continuación, desarrollara la discusión o debate con los casos de investigación preliminares y las teorías citadas en el capítulo II, descritos sobre la gestión de innovación tecnológica y el otorgamiento de créditos, considerando para el estudio las dimensiones, objetivos e hipótesis de la investigación.

En relación, con la hipótesis general: Existe una relación entre la gestión de innovación tecnológica y el otorgamiento de créditos en el CAFAE-SE de Lima, 2021, conforme a los resultados extraídos mediante el método del coeficiente de correlación de Pearson confirma la correlación positiva moderada con un 67.4% (0.674) y con el valor de significancia de 0.00 entre las variables de gestión de innovación tecnológica y el otorgamiento de créditos. De la misma manera Sotil (2017) menciona que la innovación tecnológica se relaciona y tiene un gran impacto dentro del mercado bancario en la ciudad de Huánuco, para poder generar cambio, adaptación y estrategias de los productos o servicios que ofrecen, la innovación tecnológica permitirá facilitar el ingreso al mercado del comercio electrónico en busca de más clientes. Así mismo, Alfaro (2021) menciona del análisis de su obra de investigación también infiere que la innovación tecnológica y el marketing digital en las empresas tienen una fuerte relación, donde podemos observar la innovación tecnológica impacta en el marketing digital, es por ellos que recomienda a los empresarios hacer uso de la tecnología que le permitirá a las empresas una comunicación constante mediante páginas web, redes sociales, ocasionando una interacción rápida y eficaz con los clientes. De igual manera, Delgado-Cruz et al. (2021) indican que la gestión tecnológica impacta en la capacidad de innovar dentro del sector restaurantero en Medellín, donde el estudio demuestra las correlaciones entre la estrategia tecnológica y el impacto en la estructura organizacional con un  $r=0.456$  y  $p < 0.01$ , donde deduce que el aumento de capacidades tecnológicas aumentan la capacidad de innovación en la diferentes actividades del rubro restaurantero desde la producción hasta el servicio de los clientes, lo cual conducen a mejorar el nivel de competitividad y la generación de valor. También Medina y Fuentes (2019) menciona que existe una relación entre a innovación tecnológica en los bancos de Guayaquil y la preferencia de los clientes, esto se ve reflejado

por la necesidad de las entidades financieras de cubrir las demandas insatisfechas de los clientes por medio de las plataformas tecnológicas, donde los encuestados sobre las plataformas digitales de los bancos el 53.83% se encuentra conforme con los servicios del banco y el 55.90 se encuentra satisfecho con la rapidez de atención, sin embargo existe un 42.90% que no utiliza los servicios por desconocimiento de las herramientas que brinda las entidades financieras. Como se observa en las investigaciones mencionadas se observa un patrón de coincidencia, donde la relación de la gestión de innovación tecnológica se relaciona significativamente en los diferentes rubros o situaciones que se han estudiado y esto es confirmado por García et al. (2015) menciona que la innovación logra un crecimiento en la productividad de las empresas, debido que la innovación tecnológica es un aliado para crear o renovar productos o servicios, también facilita la optimización y mejora de los procesos como la organización, producción, administración de personal, aumentando la eficiencia y reducción de costos.

En relación con la hipótesis específica 1: Existe una relación entre la innovación de producto y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021, conforme a los resultados extraídos mediante el método del coeficiente de correlación de Pearson confirma la correlación positiva moderada con un 69.9% (0.699) y con el valor de significancia de 0.00 entre la dimensión innovación de producto y el otorgamiento de créditos. De igual manera, Rodríguez (2020) concuerda que la innovación de procesos se relaciona según su estudio de investigación con el desempeño organizacional ( $r=0.395$ ,  $p<0.05$ ) donde concluye que si las empresas mejoran productos y la calidad de estos tendrán como consecuencia una mejora considerable del desempeño organizacional. Así mismo, Ramírez y Reyes (2019) constatan que existe una relación positiva entre la innovación de producto y el desempeño organizacional de las MYPES ( $r=0.240$ ,  $p<0.05$ ), donde la innovación de producto es necesaria para generar mejoras en la industria textil. Para Matos (2021) corrobora la existencia de la innovación de producto y desempeño en la organización con el coeficiente de correlación de  $r=0.465$ ,  $p<0.05$ , donde confirma que la innovación tecnológica ha contribuido positivamente en el rendimiento de la empresa. También, Alfaro (2021) manifiesta que existe una relación entre la innovación de producto y el marketing digital por lo tanto la innovación de producto es necesaria para la creación de nuevas estrategias

en el marketing digital. Así mismo, Rodríguez (2020) en su trabajo de investigación menciona que las empresas que decidieron introducir innovación de productos o mejorarlos en su organización tuvieron como resultados aumento en el desempeño de sus organizaciones. También, Giménez (2015) dentro de su estudio de investigación determina que la innovación de producto influye significativamente en el rendimiento y desempeño de las empresas cual es expresado con un coeficiente positivo de  $r=0.411$ , donde concluyes que las organizaciones con iniciativas de innovación mejoran su rentabilidad y competitividad dentro del mercado donde se desenvuelven. Como se observa en las investigaciones mencionadas se puede apreciar que la innovación de producto apoya a la empresa en su crecimiento, competitividad y le ayudan a generar valor, mediante la creación o mejorar de los productos que se ofrece al público objetivo de las organizaciones.

En relación con la hipótesis específica 2: Existe una relación entre la innovación de proceso y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021, conforme a los resultados extraídos mediante el método del coeficiente de correlación de Pearson confirma la correlación positiva moderada con un 52.4% (0.524) y con el valor de significancia de 0.00 entre la dimensión innovación de proceso y el otorgamiento de créditos. También. Ukpabio et al. (2018) dentro de su artículo reafirma la relación significativa positiva entre la innovación de proceso y el desempeño dentro la empresa, el cual se corroborará mediante alfa de Cronbach de  $r= 0.715$ , es decir, existe una relación significativa entre la innovación de proceso y el desempeño organizacional. También, Giménez (2015) dentro de su estudio de investigación determina que la innovación de proceso influye significativamente en el rendimiento y desempeño de las empresas cual es expresado con un coeficiente positivo de  $r=0.394$ , donde concluyes que las organizaciones con iniciativas de innovación mejoran su rentabilidad y competitividad dentro del mercado donde se desenvuelven. Así mismo, Lema et al. (2016) dentro de sus estudio reconoce que empresas con mayor innovación en los procesos conduce a generación de mayor empleo y ventas, donde se puede verificar d acuerdo con la estadística descriptica con la medición de la media de valoración de 3.19; también se demuestra en con los siguientes coeficientes de relación: innovación de proceso y generación de empleo dando como resultado  $r=0.118$  e innovación de proceso y ventas de las MIPYMES dando como resultado  $r=0.115$ . Concluyendo que a mayor capacidad de

innovación tanto la generación de empleo como la ventas tendrán un incremento. También, Rodríguez (2020) de acuerdo con el análisis de su estudio evidencia la relación significativa de la innovación de procesos y el desempeño organización dado como resultado  $r=0.395$ . Como se observa en las investigaciones mencionadas se puede apreciar que la innovación de proceso apoya a las organizaciones en crear nuevas metodologías de trabajo que sirven como factor impulsor para el crecimiento de la empresa y apoya a la creación o mejorar de los productos que se ofrece al público objetivo de las organizaciones.

## VI. CONCLUSIONES

En la presente tesis el objetivo general fue determinar la existencia de una relación entre la gestión de innovación tecnológica y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021. Por consiguiente de acuerdo con los resultados obtenidos de los encuestados, el 30% percibe un nivel alto en la gestión de innovación tecnológica, así mismo, el 27.50% percibe un nivel alto en el otorgamiento de crédito; adicionalmente el coeficiente de correlación de Pearson presentó el valor de  $R=0.674$  y el valor de significancia  $p<0.05$ , aceptado la hipótesis alterna, la cual concluye que existe una relación positiva moderada y estadísticamente significativa; como resultado, se evidencia que existe una relación entre la gestión de innovación tecnológica y el otorgamiento de créditos; en consecuencia, de acuerdo al análisis y apoyado en las referencias del estudio se determina que mientras mejor sea el nivel en la gestión de innovación tecnológica también aumentará el nivel en el otorgamiento de créditos, generando una mejor rentabilidad y competitividad para la organización.

Así mismo el objetivo específico 1 fue determinar la existencia de una relación entre la innovación de producto y/o servicios y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021. Por consiguiente de acuerdo con el coeficiente de correlación de Pearson presentó el valor de  $R=0.699$  y el valor de significancia  $p<0.05$ , aceptado la hipótesis alterna, la cual concluye que existe una relación positiva moderada y estadísticamente significativa; como resultado, se evidencia que existe una relación entre la innovación producto y/o servicios y el otorgamiento de créditos; en consecuencia, de acuerdo al análisis y apoyado en las referencias del estudio se determina que mientras mejor sea el nivel en la innovación producto y/o servicios también aumentará el nivel en el otorgamiento de créditos, lo cual se traduce que la creación de nuevos productos o mejora de los existentes es un componente significativo de mejora en el proceso del otorgamiento de créditos.

Así mismo tuvo como objetivo específico 2 fue determinar la relación entre la innovación de proceso y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021. Por consiguiente de acuerdo con el coeficiente de correlación de Pearson presentó el valor de  $R=0.524$  y el valor de significancia  $p<0.05$ , aceptado



la hipótesis alterna, la cual concluye que existe una relación positiva moderada y estadísticamente significativa; como resultado, se evidencia que existe una relación entre la innovación de proceso y el otorgamiento de créditos; en consecuencia, de acuerdo al análisis y apoyado en la referencias del estudio se determina que mientras mejor sea el nivel en la innovación de proceso también aumentara el nivel en el otorgamiento de créditos, lo cual se traduce que la creación de nuevos procesos o mejora de los existente es un componente significativo de mejora en el proceso del otorgamiento de créditos

## VII. RECOMENDACIONES

Para el objetivo general, de acuerdo con el análisis y apreciación del trabajo el 70% de los encuestados de la organización manifestaron de la gestión de innovación tecnológica se encuentran comprendido entre los niveles bajo y medio lo cual indica que no se alcanza un nivel óptimo de innovación tecnología en el proceso del otorgamiento de créditos; así mismo, el 72.50% de los encuestados de la organización manifestaron que el otorgamiento de créditos se encuentran comprendido entre los niveles bajo y medio lo cual indica que no se tiene un nivel alto, lo cual no se logró debido a las limitaciones en el proceso del otorgamiento de créditos lo cual fue más evidente debido a la pandemia por el COVID-19, por lo que se ve afectado directamente por el bajo porcentaje en el nivel alto en la gestión de innovación tecnológica; por consiguiente, en base al análisis del cuestionario y tomando como referencia la pregunta: ¿En su opinión, la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de productos y/o servicios? ; el 64 % (47.50% a veces, 20% casi nunca y 2.5% nunca) , es decir, no perciben un nivel aceptable en la inversión de capital para la generación de innovación; en consecuencia, se recomienda a la gerencia general y los jefes de cada área involucrada tome en consideración en el presupuesto general la inversión en infraestructura y herramientas tecnológicas, capacitación del personal, lo cuales son primordiales para una buena gestión de innovación tecnológica con la finalidad de plantear nuevas estrategias para alcanzar los objetivos en el otorgamiento de créditos,

Así mismo, en el objetivo específico 1 de acuerdo con el análisis y apreciación de la relación existente entre la innovación de producto y/o servicios y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021, el 57.5% (45% a veces, 12.5% casi nunca) de los encuestados de la organización manifestaron que no existe creación de producto o servicios de innovación tecnológica y el 67.5% (47.5% a veces, 20% casi nunca) de los encuestados de la organización manifestaron que no existe renovación de producto o servicios de innovación tecnológica; en consecuencia, se recomienda realizar coordinaciones entre las área que están inmersas en el proceso para el otorgamiento de créditos para analizar las necesidades de los clientes para lo cual se sugiere el uso de

encuestas mediante plataformas de internet para conocer el sentir de los clientes, que permitan vislumbrar nuevas oportunidades de negocio que permitan crear o mejorar productos y/o servicios, los cuales generen seguridad, rapidez y confianza en los clientes.

Así mismo, en el objetivo específico 2 de acuerdo con el análisis y apreciación de la relación entre la innovación de procesos y el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021, el 90% (57.5% siempre, 32.5% casi siempre) de los encuestados de la organización manifestaron que la eficiencia de los procesos ayuda a mejorar la calidad de los producto y/o servicios , el 95% (50% siempre, 40% casi siempre) de los encuestados de la organización manifestaron que el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar adecuadamente la innovación de procesos de innovación tecnológica; en consecuencia, se recomienda realizar coordinaciones para mejorar los siguientes aspectos como: el reclutamiento de personal con más conocimiento en tecnología, inversión en capacitación del personal en capacidades tecnológicas, implementación de nuevas metodologías ágiles de trabajo; que sirvan de apoyo para la creación o mejora de productos o servicios.

## REFERENCIAS

- Acuña, P. V. R. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de negocios*, 7(16), 125-140.
- Aguilar, L. (2018). Análisis del proceso de calificación del activo de riesgo y constitución de las provisiones en la cooperativa de ahorro y crédito la Floresta LTDA. (Tesis de grado), Ambato, Ecuador: Universidad Católica del Ecuador.
- Aguilar, J y Vargas, J. (2010). Servicio al cliente. Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. México.
- Ayala Villegas, S. (2005). Créditos Financieros. Tarapoto, Perú.
- Campos, E. B., Salmador, M. P., & Morcillo, P. (2017). La innovación del modelo de negocio bancario: el reto de la banca digital. *AECA: Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, 120, 3-6. <http://www.aeca1.org/xixcongresoaecca/cd/61w1.pdf>.
- Ccanto, F. F., Vera, R. P. R., Vera, F. R., & Vera, A. M. R. (2019). Gestión de Innovación tecnológica y globalización como factores impulsores de la calidad de servicio y competitividad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1239-1248.
- Cegesti (2005). Manual de transferencia y adquisición de tecnologías sostenibles. San José, Costa Rica: CEGESTI. Disponible en: <http://www.cnpml.org.pa/images/nosotros/centro-de-informacion/manualtt.pdf>

- Cetindamar, D., Phaal, R., y Probert, D. R. (2009). Understanding technology management as a dynamic capability: A framework for technology management activities. *Technovation*, 29(4), pp. 237-246.
- De Benedetti Gómez, E. G. (2018). Innovación Tecnológica y Productividad en la Empresa Farmagro Los Olivos-2017. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/17434>.
- De Lema, D. G. P., Gálvez-Albarracín, E. J., & Maldonado-Guzmán, G. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *Estudios Gerenciales*, 32(141), 326–335. <https://doi.org/10.1016/J.ESTGER.2016.07.003>
- Delgado-Cruz, A., Vargas-Martínez, E. E., & Montes-Hincapié, J. M. (2021). Impacto de la gestión tecnológica sobre la capacidad de innovación en el sector restaurantero de Medellín. *Dirección y Organización*, 73, 80–95. <https://doi.org/10.37610/DYO.V0I73.594>.
- Drucker, P. F., Hesselbein, F., Kuhl, J. S., & Montes, L. S. (2016). Las 5 claves de Peter Drucker: El liderazgo que marca la diferencia. Profit Editorial.
- Ferrell, O. C., Hirt, G. A., & Ferrell, L. (2020). *Business Foundations A Changing World*. McGraw-Hill Education.
- Fuentes-Blasco, M., Moliner-Velázquez, B., Servera-francés, D., & Gil-Saura, I. (2017). Role of marketing and technological innovation on store equity, satisfaction and word-of-mouth in retailing. *Journal of Product & Brand Management*.

- García Velázquez, A., Pineda Domínguez, D., & Andrade Vallejo, M. A. (2015). Las capacidades tecnológicas para la innovación en empresas de manufactura. *Universidad & Empresa*, 17(29), 257–278. Obtenido de <http://search.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=113425572&lang=es&site=eds-live&scope=site>.
- Giménez, J. (2015). Impacto de la innovación sobre el rendimiento de las empresas constructoras: un estudio empírico en España. *FAEDPYME International Review-FIR*, 4(6), 58-69.
- Guardamino Soto, H.F. (2020). Gestión tecnológica para la innovación de servicios financieros: Estudio de casos múltiples de startups Fintech en Lima Metropolitana. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/18306>.
- Hellriegel, S. y Slocum, J. (2009). Comportamiento Organizacional (12va. ed.). México, México: Cengage Learning Editores.
- Hernández Martínez, C. M. (2017). Gestión de la tecnología en los proyectos de innovación de una empresa peruana del sector minero. Un estudio de caso. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú] <http://hdl.handle.net/20.500.12404/9869>.
- Hernández, H. G., Cardona, D. A., & Del Rio, J. L. (2017). Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas. *Información tecnológica*, 28(5), 15-22.
- Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4). México D. F DF: McGraw-Hill Interamericana.

López, N., & Sandoval, I. (2016). Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/176>

Madarieta, J. (2016). Políticas de innovación tecnológica en Argentina: problemas desafíos de la última década.

Martínez Méndez, R., Vera Muñoz, M. A. M., & Vera Muñoz, J. G. S. (2019). Innovación Y Desempeño Organizacional En La Industria Automotriz De Puebla, México (Innovation and Organizational Performance in the Automotive Industry of Puebla, Mexico). *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 12(2), 67-78.

Marzi, G. (2018). Product and Process Innovation: from Manufacturing to IT Firms. Recuperado de: <https://etd.adm.unipi.it/t/etd-02032018-110325/>

Medina Acosta, J. R., & Fuentes Bowen, A. N. (2019). La innovación tecnológica en los bancos privados de la ciudad de Guayaquil y su relación con las preferencias del cliente. [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador]  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13606/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-534.pdf>.

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2019). 4.1. El Método científico. Metodología de la Investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la 1 tesis

Pastor, B. F. R. (2019). *Población y muestra. Pueblo continente*, 30(1), 245-247.

Pereda Marín, S. (1987), *Psicología experimental. I. Metodología*, Madrid, Ediciones Pirámide.

Ramírez López, C. G., & Reyes Nieto, L. A. (2019). Impacto de la innovación tecnológica y no tecnológica en el desempeño organizacional de Mypes de confecciones de Gamarra 2019. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola de Lima, Perú]

Real Academia Española. (2020). Cultura. En Diccionario de la lengua española. (edición del tricentenario) Recuperado en 25 de setiembre de 2021, de <https://dle.rae.es/innovaci%C3%B3n>.

Real Academia Española. (2020). Gestionar. En Diccionario de la lengua española. (edición del tricentenario) Recuperado en 25 de setiembre de 2021, de <https://dle.rae.es/gestionar?m=form>.

Rodríguez, J. M. G., & Leyva, E. A. L. (2016). La Tecnología Del Desempeño Humano Y Cómo Influye En La Mejora Del Desempeño De Las Organizaciones, Una Reflexión Sobre Los Modelos De Procesos. European Scientific Journal, 12(20). Recuperado de: [10.19044/esj.2016.v12n20p60](https://doi.org/10.19044/esj.2016.v12n20p60)

Ruiz, J. R., Otero, J. P., Barcasnegras, A. A., & Cárcamo, J. V. (2018). Impacto de la innovación en marketing sobre la conducta exportadora de las empresas del sector agroindustrial español. Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa, 25, 54-71.

Rustom, A. (2012). Estadística descriptiva, probabilidad e inferencia. Una visión conceptual y aplicada. Santiago, Chile. Obtenido de <http://www.agren.cl/estadistica>

Tidd, J., & Bessant, J. R. (2018). Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons.

Torres, M., Salazar, F. G., & Paz, K. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación.



- Schumpeter, J. A., Clemence, R. V., & Swedberg, R. (2017). *Essays: On entrepreneurs, innovations, business cycles, and the evolution of capitalism*. Routledge.
- Shouyu, C. (2017). The Relationship between Innovation and Firm Performance: A Literature Review. In 2017 7th International Conference on Social Network, Communication and Education (SNCE 2017). Atlantis Press. (China)
- Singh, D., Khamba, J. S., & Nanda, T. (2017). Influence of technological innovation on performance of small manufacturing companies. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 66(7), 838-856.  
Recuperado de:  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJPPM-02-2016-035/full/htm>
- Sotil Ponce, C. J. (2017). La banca electrónica y la innovación tecnológica en el Banco de Crédito del Perú. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, Perú].  
<http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/3549>.
- Subhan, Q. A. (2016). Impact of innovation on firm performance: a case of small and médium enterprises (SMES) in Pakistan (Doctoral dissertation, Bahria University, Islamabad). Recuperado de:  
<http://173.208.131.244:9060/xmlui/handle/123456789/3230>
- Ukpabio, M. G., Oyebisi, T. O., & Siyanbola, O. W. (2018). Effects of innovation on performance of manufacturing SMEs in Nigeria: An empirical study. Retrieved on, 21(09), 2019.
- Vergara Lévano, A. A. (2017). Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en una agencia bancaria [Tesis de pregrado, Universidad Peruana

de ciencias aplicadas de Lima, Perú].

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621717>

Vicente, J. L (2019). Innovación tecnológica y competitividad en las MYPEs agroindustriales de la provincia de Pasco-2017.

Villalobos Álvarez, L. A. (2017). La gestión de la innovación y las capacidades tecnológicas: efectos y determinantes. [Tesis de Doctoral, Universidad de Murcia, España]. <http://www.tdx.cat/handle/10803/482083>.

Vracking, W. J. (1990). The Innovative Organization, Long Range Planning, vol. 23, no. 2, pp. 94-102.

Wang, D. S. (2019). Association between technological innovation and firm performance in small and medium-sized enterprises: The moderating effect of environmental factors. International Journal of Innovation Science. (Taiwan)

Zhang, Y., Khan, U., Lee, S., & Salik, M. (2019). The influence of management innovation and technological innovation on organization performance. A mediating role of sustainability. Sustainability, 11(2), 495.

## **ANEXOS**

### Anexo 1. Matriz de operaciones de variables

TÍTULO:	Título: GESTIÓN DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS EN UN CAFAE DE LIMA, 2021.				
VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Variable 1:</b> Gestión de la innovación tecnológica	La gestión de innovación tecnológica implica el uso de la tecnología para el aprovechamiento de los recursos organizacionales en beneficio de los clientes razón por la cual su estudio permite delinear estrategias y acciones ajustadas a cada organización. (Ccanto,2019).	Se aplicó una encuesta como técnica, a través del uso de un cuestionario o conjunto de preguntas que permitió la obtención de información importante acerca de una población a partir de una muestra seleccionada	<b>D1:</b> <b>Innovación de producto y/o servicio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo nuevos productos y/o Servicios</li> <li>• Renovación de productos y/o servicios existentes</li> <li>• Herramientas tecnológicas</li> <li>• Inversión de capital</li> </ul>	<b>Coeficiente de Cronbach</b>  Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)
			<b>D2:</b> <b>Innovación de proceso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de nuevos procesos</li> <li>• Renovación de procesos existentes</li> <li>• Nivel de eficiencia de los procesos</li> <li>• Mejora la calidad de productos y/o servicios</li> <li>• Personal capacitado</li> <li>• Reducción de costos</li> <li>• Mejora la calidad de productos y/o servicios</li> </ul>	

<b>Variable 2:</b> Otorgación de créditos	El otorgamiento de crédito incluye la evaluación, estructuración donde se establecen las condiciones de concesión de la operación, aprobación, instrumentación y desembolso. (Aguilar, 2018)	Se aplicó una encuesta como técnica, a través del uso de un cuestionario o conjunto de preguntas que permitió la obtención de información importante acerca de una población a partir de una muestra seleccionada	<b>D3:</b> <b>Información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información adecuada de los productos o servicios</li> <li>• Información adecuada del proceso de otorgamiento del crédito.</li> <li>• Información adecuada de los canales de atención</li> </ul>	<b>Coefficiente de Cronbach</b>  Totalmente en desacuerdo (1)  En desacuerdo (2)  Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3)  De acuerdo (4)  Totalmente de acuerdo (5)
			<b>D4:</b> <b>Procedimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de atención de solicitud de crédito</li> <li>• Recopilación de documentación(requisitos)</li> <li>• Tiempo de evaluación</li> <li>• Tiempo de desembolso del crédito</li> </ul>	
			<b>D5:</b> <b>Infraestructura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación de las oficinas cubre las necesidades de acceso de los clientes.</li> <li>• Distribución adecuada de las colas de espera</li> </ul>	
			<b>D:</b> <b>Cliente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de satisfacción del cliente</li> <li>• Abandono de cliente por incumplimiento de tiempo</li> </ul>	

**Anexo 2. Instrumento de recolección de datos para el personal involucrado en el otorgamiento de créditos**

**PREGUNTAS**

Por favor, exprese con sinceridad marcando con “X” en una sola casilla de las siguientes alternativas:

- 5. Siempre.
- 4. Casi siempre
- 3. A veces.
- 2. Casi nunca.
- 1. Nunca.

**VARIABLE 1: GESTIÓN INNOVACIÓN TECNOLÓGICA**

N°	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
<b>Dimensión 1. Innovación de producto o servicio</b>						
1	En su opinión, existe desarrollo de nuevos productos de innovación y/o servicios de innovación tecnológica en la empresa					
2	En su opinión, existe la renovación de productos y/o servicios de innovación tecnológica en la empresa					
3	En su opinión, las herramientas tecnologías existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios de innovación tecnológica					
4	En su opinión, la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de productos y/o servicios					
<b>Dimensión 2. Innovación de proceso</b>						
5	En su opinión, el desarrollo nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios					
6	En su opinión, la renovación procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios					

7	En su opinión, el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de producto y/o servicios					
8	En su opinión, la innovación en los procesos de la empresa mejora de la calidad de producto y/o servicios					
9	En su opinión, el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada innovación de procesos					
10	En su opinión, cree que existe una relación entre la reducción de costos para la empresa y la innovación de procesos					
11	En su opinión, cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejora de la calidad de los productos y/o servicios					

## VARIABLE 2: OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS

Nº	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
<b>Dimensión 1. Información</b>						
12	En su opinión, la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos					
13	En su opinión, los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito					
14	En su opinión, los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos					
<b>Dimensión 2. Procedimiento</b>						
15	En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos					
16	En su opinión, el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos					

<b>17</b>	En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos					
<b>18</b>	En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del préstamo.					
<b>Dimensión 3. Infraestructura</b>						
<b>19</b>	En su opinión, la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito					
<b>20</b>	En su opinión, las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito					
<b>Dimensión 4. Cliente</b>						
<b>21</b>	En su opinión, el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos					
<b>22</b>	En su opinión, la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos					



## Anexo 3. Validez y confiabilidad del cuestionario



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante : Olivares Taype, Paulo Cesar  
 I.2. Especialidad del Validador : Docencia universitaria  
 I.3. Cargo e Institución donde labora : Docente Facultad Matemática UNMSM  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación : Encuesta  
 I.5. Autor del instrumento : Sotelo Muñoz, José Luis

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN						X

##### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

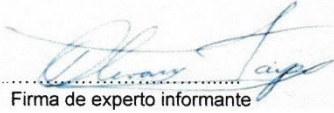
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Existen preguntas que están centralizadas en la contabilización de la dimensión y no en la evaluación propia de la misma

##### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lima, 15 noviembre 2021

95 %

  
Firma de experto informante

DNI: 10288397

Teléfono: 990293355



## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. **DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante : Aguilar Sáenz, Jose Luis  
 I.2. Especialidad del Validador : Doctor en educación- metodólogo  
 I.3. Cargo e Institución donde labora : Docente Universidad Arzobispo Loayza  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación : Encuesta  
 I.5. Autor del instrumento : Sotelo Muñoz, José Luis

II. **ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN						X

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Existen preguntas que están centralizadas en la contabilización de la dimensión y no en la evaluación propia de la misma

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Lima, 15 noviembre 2021

90 %

  
Firma de experto informante

DNI: 40366469

Teléfono: 994617663



## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. **DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante : Ortiz Ramirez, Miki Gerónimo  
 I.2. Especialidad del Validador : Magister en educación  
 I.3. Cargo e Institución donde labora : Docente de la facultad matemáticas - UNMSM  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación : Encuesta  
 I.5. Autor del instrumento : Sotelo Muñoz, José Luis

II. **ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						X

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:**


¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Existen preguntas que están centralizadas en la contabilización de la dimensión y no en la evaluación propia de la misma

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Lima, 15 noviembre 2021

90 %

  
Firma de experto informante

DNI: 25796803

Teléfono: 972967227

#### Anexo 4. Estadística de fiabilidad de la muestra

**Tabla 11**

*Estadística de fiabilidad de la muestra*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.943	0.944	22

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Interpretación:** De acuerdo con la tabla 11, los resultados obtenidos de la estadística de fiabilidad de la muestra (40 trabajadores), el coeficiente de confiabilidad obtenido de los 22 ítems correspondientes a los dos cuestionarios fue de 0.943 logrando superar el 0.80 lo que permitió validar el cuestionario con un nivel de alta confiabilidad.

Por ello, el trabajo de investigación aplicado a la muestra estudiada presento las siguientes dimensiones en el estudio: I) Innovación de producto y/o servicios, II) Innovación de procesos, III) Información, IV) Procedimientos, V) Infraestructura, VI) Cliente. Lo cual permitió establecer conclusiones sobre la base de los datos estadísticos recopilados de la muestra de estudio, presentados en las siguientes tablas de frecuencia.

## Anexo 5. Resultados

**Tabla 12**

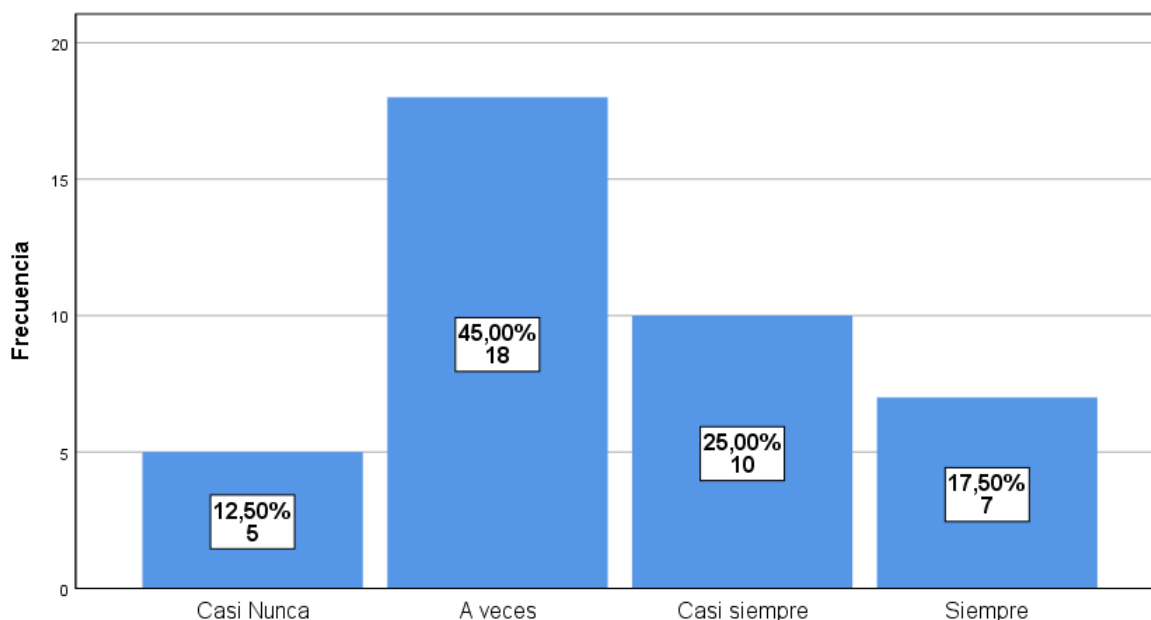
*¿En su opinión, existe desarrollo de nuevos productos de innovación y/o servicios de innovación tecnológica en la empresa?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	5	12.5	12.5	12.5
A veces	18	45.0	45.0	57.5
Casi siempre	10	25.0	25.0	82.5
Siempre	7	17.5	17.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 3**

*¿En su opinión, existe desarrollo de nuevos productos de innovación y/o servicios de innovación tecnológica en la empresa?*



**Interpretación:** De la tabla 12 y figura 3, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en

la dimensión Innovación en productos y/o servicio, el 45.00% (18 sujetos) indicaban que a veces hay innovación de productos y/o servicios, así mismo, el 25.00% (10 sujetos) indicaban que casi siempre hay innovación de productos y/o servicios y el 17.20% (7 sujetos) indicaban que siempre hay innovación de productos y/o servicios, el 12.50% (5 sujetos) indicaban que casi nunca hay innovación de productos y/o servicios, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca hay innovación de productos y/o servicios. Por consiguiente, se concluye que el 45.00% de los encuestados, indicaban que a veces existe innovación de productos y/o servicios y el 42.50 % de los encuestados, indicaban que existe innovación de productos y/o servicios, es decir, la innovación de productos y servicios dentro de la empresa existe o se está aplicando.

**Tabla 13**

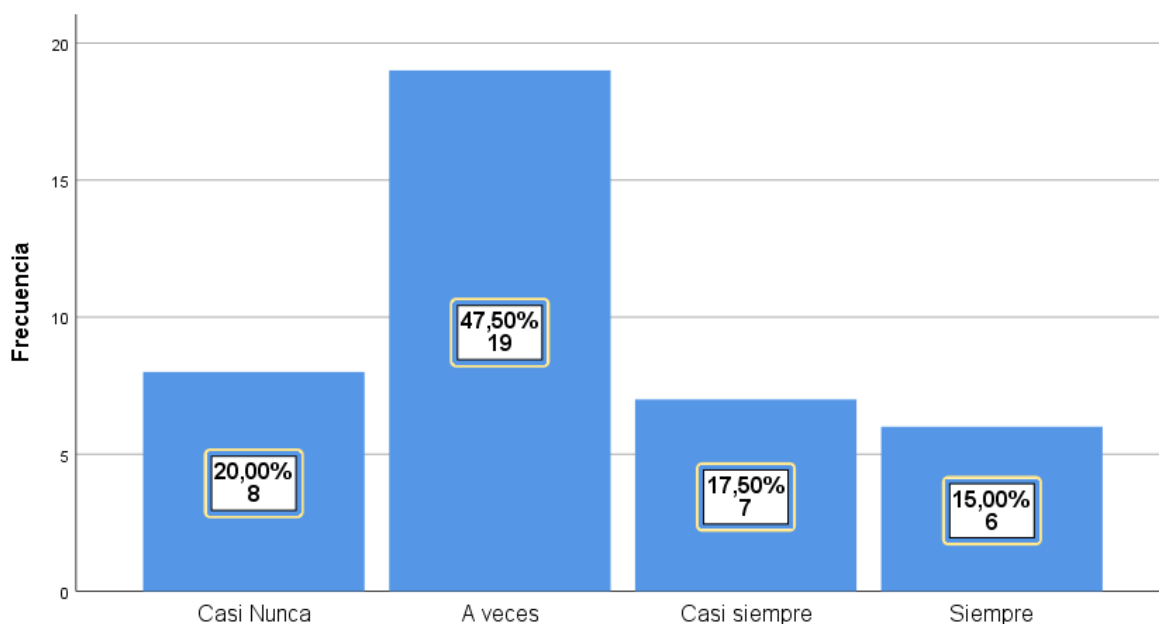
*¿En su opinión, existe la renovación de productos y/o servicios de innovación tecnológica en la empresa?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	8	20,0	20,0	20,0
A veces	19	47,5	47,5	67,5
Casi siempre	7	17,5	17,5	85,0
Siempre	6	15,0	15,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 4**

*¿En su opinión, existe la renovación de productos y/o servicios de innovación tecnológica en la empresa?*



**Interpretación:** De la tabla 13 y figura 4, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en la dimensión Innovación en productos y/o servicio, el 47.50% (19 sujetos) indicaban que a veces hay renovación en la innovación de productos y/o servicios, así mismo, el 17.50% (17 sujetos) indican que casi siempre hay innovación de productos y/o servicios y el 15.00% (6 sujetos) indicaban que siempre hay renovación en la innovación de productos y/o servicios, el 20.00% (8 sujetos) indicaban que casi nunca hay innovación de productos y/o servicios, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca hay innovación de productos y/o servicios. Por consiguiente, se concluye que el 47.50% de los encuestados, indicaban que a veces hay renovación en la innovación de productos y/o servicios y el 32.50 % de los trabajadores de la empresa, indicaban si hay renovación en la innovación de productos y/o servicios, es decir, la renovación en la innovación de productos y servicios dentro de la empresa existe o se está aplicando.

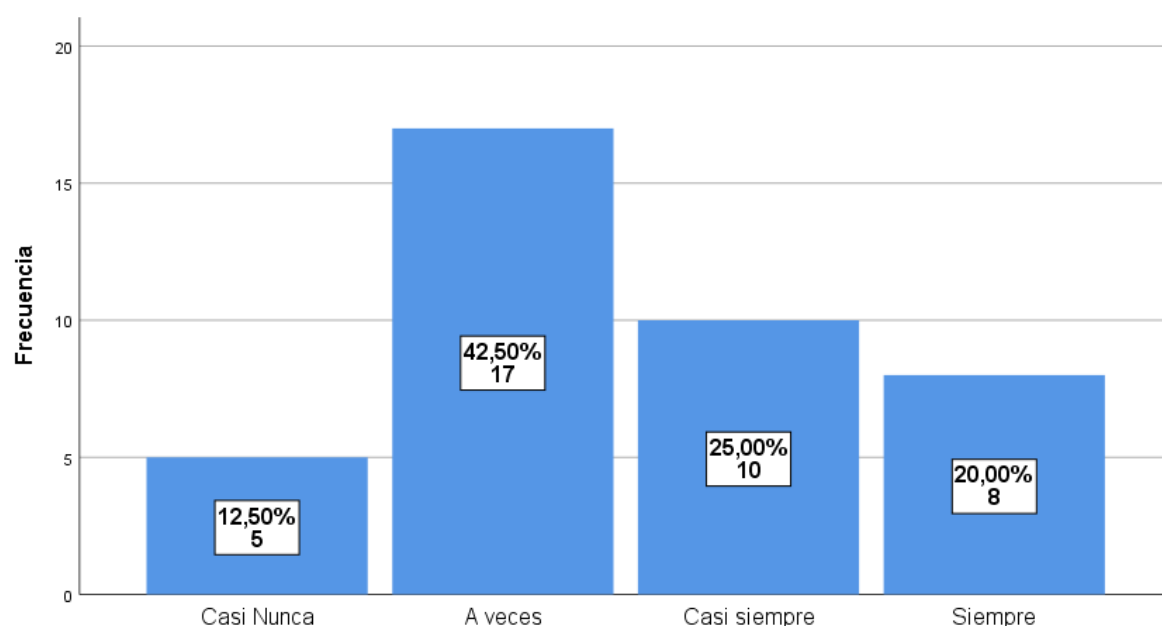
**Tabla 14**

*¿En su opinión, las herramientas tecnologías existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios de innovación tecnológica?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	5	12.5	12.5	12.5
A veces	17	42.5	42.5	55.0
Casi siempre	10	25.0	25.0	80.0
Siempre	8	20.0	20.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 5** *¿En su opinión, las herramientas tecnologías existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios de innovación tecnológica?.*



**Interpretación:** De la tabla 14 y figura 5, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en la dimensión Innovación en productos y/o servicio, el 42.50% (17 sujetos) indicaban que a veces las herramientas tecnológicas existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios, así mismo, el 25.00% (10 sujetos) indicaban que casi siempre las herramientas tecnológicas existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios y el 20.00% (8 sujetos) indicaban que siempre las herramientas tecnológicas existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios y/o servicios, el 12.50% (5



sujetos) indicaban que casi nunca las herramientas tecnológicas existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca las herramientas tecnológicas existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios. Por consiguiente, se concluye que el 42.50% de los encuestados, indicaban que a veces las herramientas tecnológicas existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios y el 42.50 % de los encuestados, indicaban que las herramientas tecnológicas existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios, es decir, existe las herramientas tecnológicas que permiten generar o renovar productos y/o servicios dentro de la organización.

**Tabla 15**

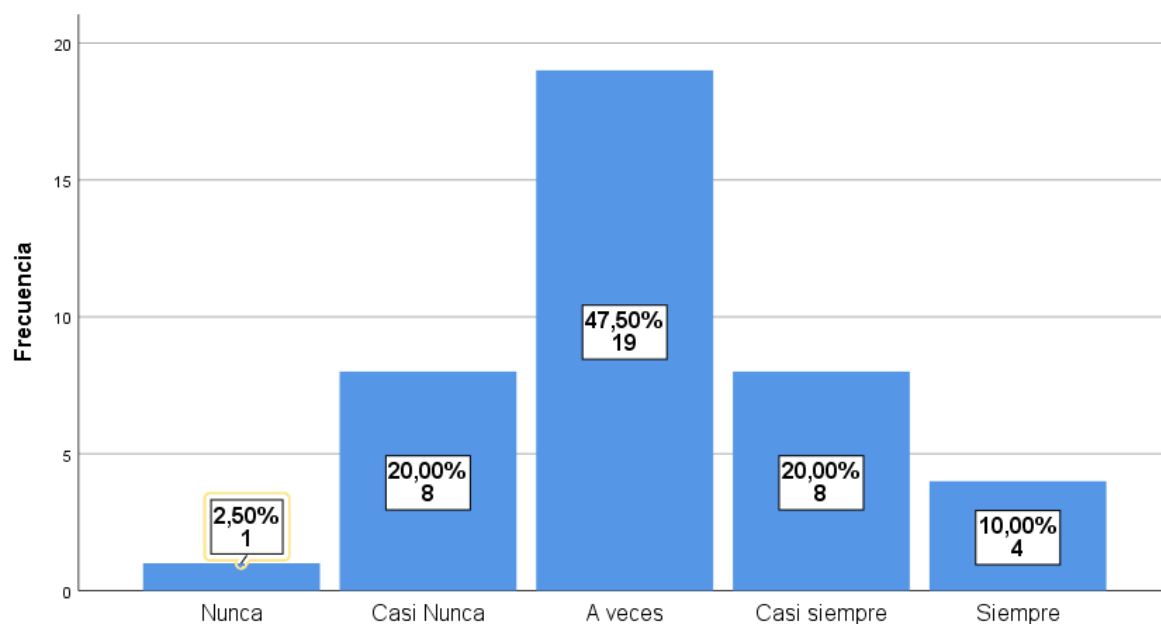
*¿En su opinión, la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de productos y/o servicios?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2.5	2.5	2.5
Casi Nunca	8	20.0	20.0	22.5
A veces	19	47.5	47.5	70.0
Casi siempre	8	20.0	20.0	90.0
Siempre	4	10.0	10.0	100
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 6**

*¿En su opinión, la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de productos y/o servicios?*



**Interpretación:** De la tabla 15 y figura 6, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en la dimensión Innovación en productos y/o servicio, el 47.50% (19 sujetos) indicaban que a veces la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de producto y/o servicios, así mismo, el 20.00% (8 sujetos) indicaban que casi siempre la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de producto y/o servicios y el 10.00% (4 sujetos) indicaban que siempre la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de producto y/o servicios, el 20.00% (8 sujetos) indicaban que casi nunca las herramientas tecnológicas existentes en la empresa permiten generar o renovar productos y/o servicios, finalmente el 2.50 % (1 sujeto) indicaba que nunca la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de producto y/o servicios. Por consiguiente, se concluye que el 47.50% de los encuestados, indicaban que a veces la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de producto y/o servicios y el 30.00 % de los encuestados, indicaban que la empresa invierte el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de producto y/o servicios, es decir, la

empresa está invirtiendo el capital adecuado para promover la creación o renovación de innovación de producto y/o servicios.

**Tabla 16**

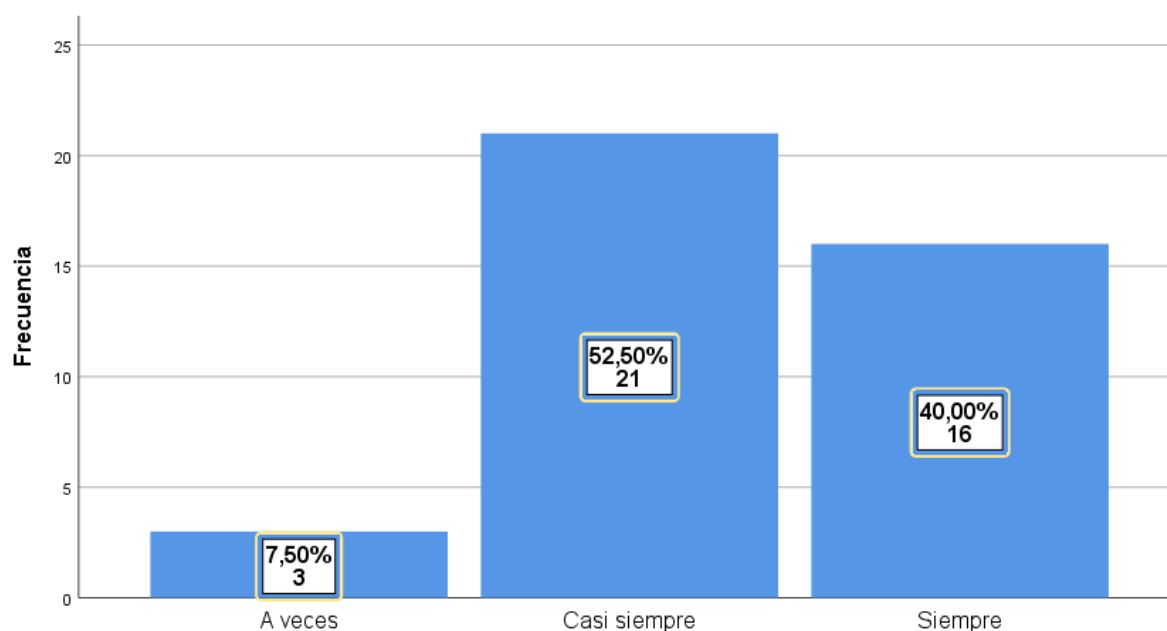
*¿En su opinión, el desarrollo nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	3	7.5	7.5	7.5
Casi siempre	21	52.5	52.5	60.0
Siempre	16	40.0	40.0	100
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 7**

*¿En su opinión, el desarrollo nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios?*



**Interpretación:** De la tabla 16 y figura 7, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en la dimensión Innovación en procesos, el 52.50% (21 sujetos) indicaban que casi siempre el desarrollo de nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios, así mismo, el 40.00% (16 sujetos) indicaban que siempre

el desarrollo de nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios y el 7.50% (3 sujetos) indicaban que a veces el desarrollo de nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca y casi nunca el desarrollo de nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios. Por consiguiente, se concluye que el 92.50% de los encuestados, indicaban que el desarrollo de nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios, es decir, de acuerdo con los sujetos el desarrollo de nuevos procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios.

**Tabla 17**

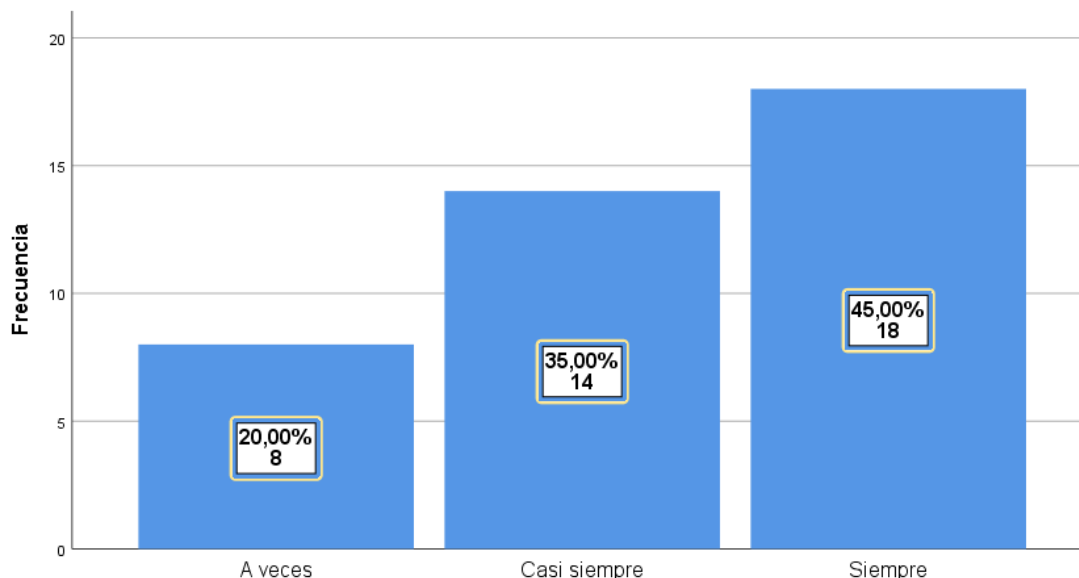
*¿En su opinión, la renovación procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	8	20.0	20.0	20.0
Casi siempre	14	35.0	35.0	55.0
Siempre	18	45.0	45.0	100
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 8**

*¿En su opinión, la renovación procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios?*



**Interpretación:** De la tabla 17 y figura 8, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en la dimensión Innovación en procesos, el 45.00% (18 sujetos) indicaban que siempre la renovación de procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios, así mismo, el 35.00% (14 sujetos) indicaban que casi siempre la renovación de procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios y el 20.00% (8 sujetos) indicaban que a veces la renovación de procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca y casi nunca la renovación de procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios. Por consiguiente, se concluye que el 80.00% de los encuestados, indicaban que la renovación de procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios, es decir, de acuerdo con los sujetos la renovación de procesos apoyara la creación o renovación de productos y/o servicios

**Tabla 18**

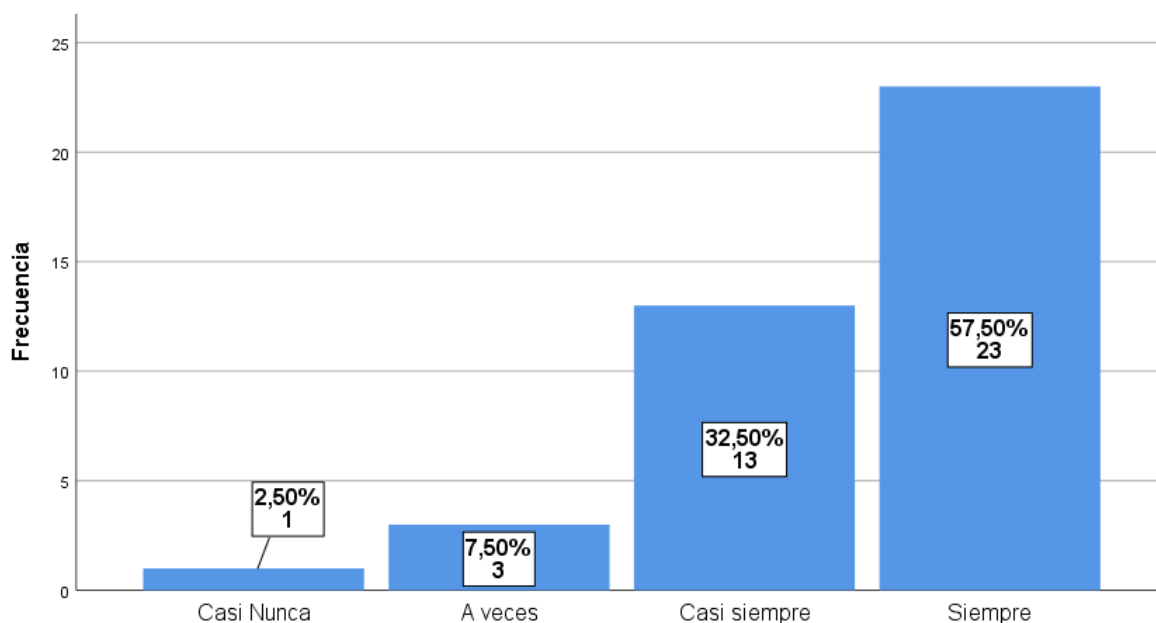
*¿En su opinión, el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de producto y/o servicios?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	2.5	2.5	2.5
A veces	3	7.5	7.5	10
Casi siempre	13	32.5	32.5	42.5
Siempre	23	57.5	57.5	100
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 9**

*¿En su opinión, el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de producto y/o servicios?*



**Interpretación:** De la tabla 18 y figura 9, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en la dimensión Innovación en procesos, el 57.50% (23 sujetos) indicaban que siempre el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de productos y/o servicios,

el 32.50% (10 sujetos) indicaban que casi siempre el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de productos y/o servicios y el 7.50% (3 sujetos) indicaban que a veces el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de productos y/o servicios, el 2.50% (1 sujeto) indicaba que casi nunca el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de productos y/o servicios, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de productos y/o servicios. Por consiguiente, se concluye que el 90.00% de los encuestados, indicaban que el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de productos y/o servicios, es decir, de acuerdo con los sujetos el nivel de eficiencia de los procesos influye en la calidad de productos y/o servicios dentro de la empresa.

**Tabla 19**

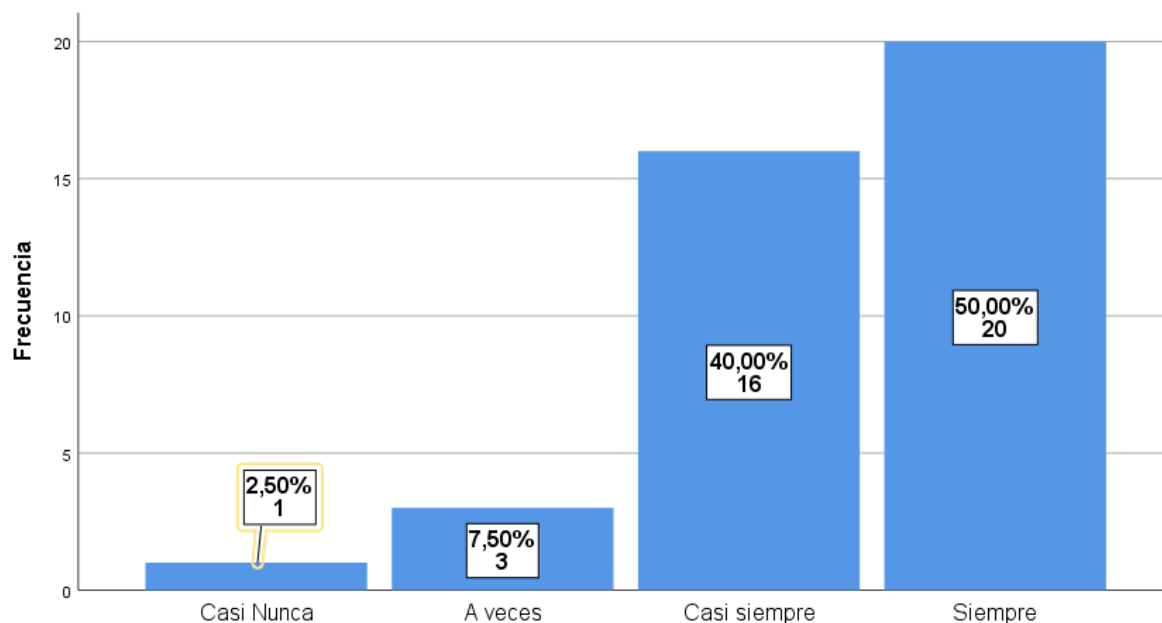
*¿En su opinión, la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	2,5	2,5	2,5
A veces	3	7,5	7,5	10,0
Casi siempre	16	40,0	40,0	50,0
Siempre	20	50,0	50,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 10**

*¿En su opinión, la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios?*



**Interpretación:** De la tabla 1 y figura 10, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en la dimensión Innovación en procesos, el 50.00% (20 sujetos) indicaban que la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios, el 40.0% (16 sujetos) indicaban que casi siempre la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios y el 7.50% (3 sujetos) indicaban que a veces la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios, el 2.50% (1 sujeto) indicaba que casi nunca la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios. Por consiguiente, se concluye que el 90.00% de los encuestados, indicaban que la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios, es decir, de acuerdo con los sujetos la innovación en los procesos de la empresa mejorara la calidad de producto y/o servicios



**Tabla 20**

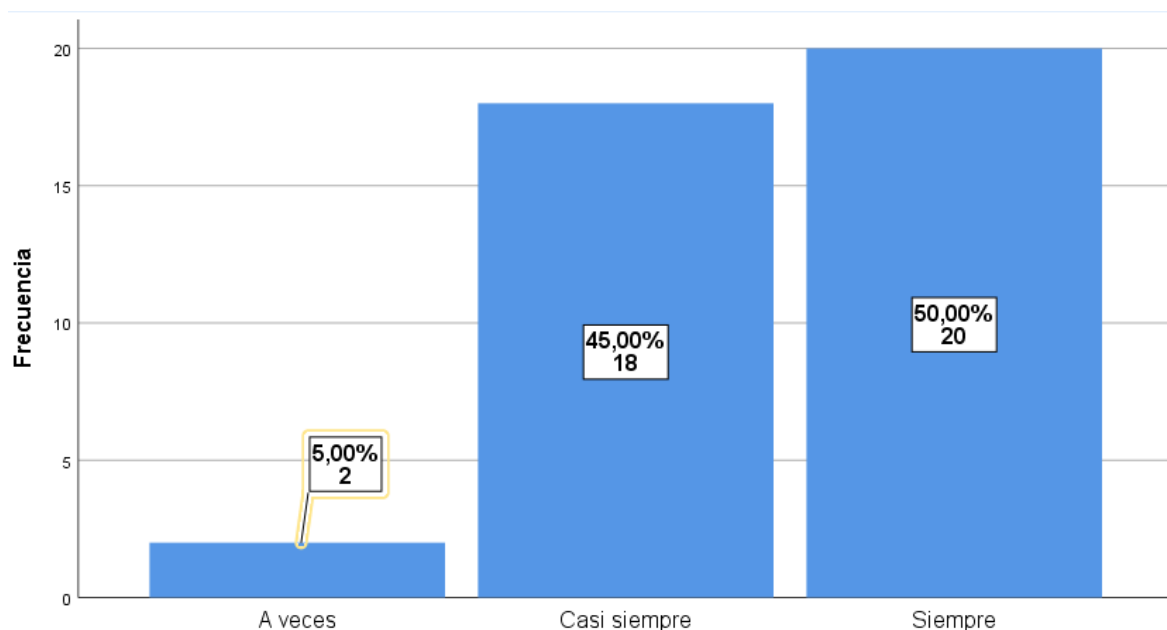
*¿En su opinión, el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada innovación de procesos?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	2	5.0	5.0	5.0
Casi siempre	18	45.0	45.0	50.0
Siempre	20	50.0	50.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 11**

*¿En su opinión, el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada innovación de procesos?*



**Interpretación:** De la tabla 20 y figura 11, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en la dimensión Innovación en procesos, el 50.00% (20 sujetos) indicaban que el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada innovación de procesos, el 45.0% (18 sujetos) indicaban que casi siempre el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada

innovación de procesos y el 5.00% (3 sujetos) indicaban que a veces el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada innovación de procesos, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca y casi el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada innovación de procesos. Por consiguiente, se concluye que el 95.00% de los encuestados, indicaban que el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada innovación de procesos, es decir, de acuerdo con los sujetos el personal capacitado es un punto importante para lograr implementar una adecuada innovación de procesos.

**Tabla 21**

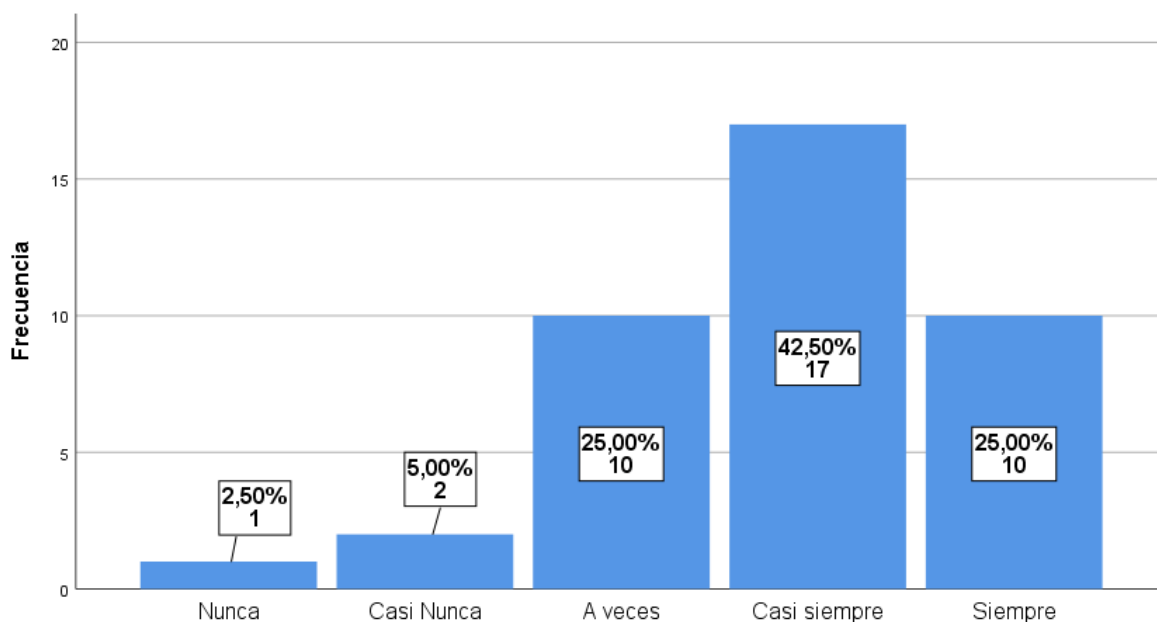
*¿En su opinión, cree que existe una relación entre la reducción de costos para la empresa y la innovación de procesos?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2.5	2.5	2.5
Casi Nunca	2	5.0	5.0	7.5
A veces	10	25.0	25.0	32.5
Casi siempre	17	42.5	42.5	75.0
Siempre	10	25.0	25.0	100.0
	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 12**

*¿En su opinión, cree que existe una relación entre la reducción de costos para la empresa y la innovación de procesos?*



**Interpretación:** De la tabla 21 y figura 12 se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en la dimensión Innovación en procesos, el 42.50.00% (17 sujetos) indicaban que casi siempre cree que existe una relación entre la reducción de costos para la empresa y la innovación de procesos, el 25.00% (10 sujetos) indicaban que siempre cree que existe una relación entre la reducción de costos para la empresa y la innovación de procesos, el 25.00% (10 sujetos) indicaban que a veces cree que existe una relación entre la reducción de costos para la empresa y la innovación de procesos, el 5.00% (2 sujetos) indicaban que casi nunca cree que existe una relación entre la reducción de costos para la empresa y la innovación de procesos, finalmente el 2.50% (1 sujeto) indicaba nunca. Por consiguiente, se concluye que el 67.50% de los encuestados, indicaban que cree que existe una relación entre la reducción de costos para la empresa y la innovación de procesos, es decir, de acuerdo con los sujetos existe una relación entre la reducción de costos y la innovación de procesos.

**Tabla 22**

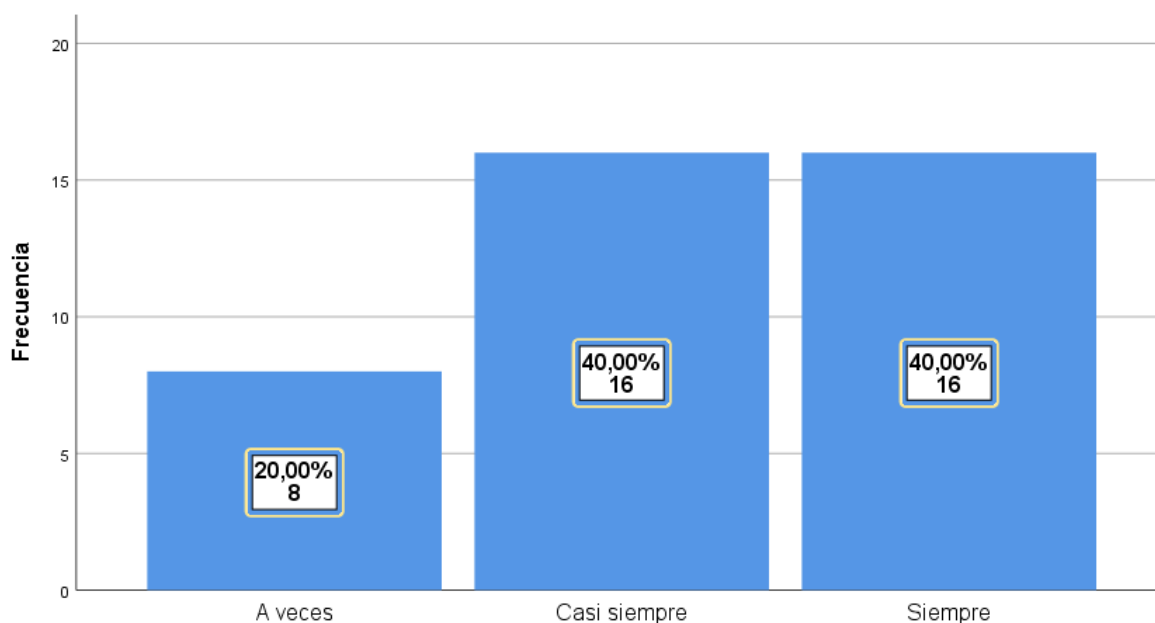
*¿En su opinión, cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejorara de la calidad de los productos y/o servicios?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	8	20.0	20.0	20.0
Casi siempre	16	40.0	40.0	60.0
Siempre	16	40.0	40.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 13**

*¿En su opinión, cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejora de la calidad de los productos y/o servicios?*



**Interpretación:** De la tabla 22 y figura 13, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Gestión de innovación tecnológica y en la dimensión Innovación en procesos, el 40.00% (16 sujetos) indicaban que casi siempre cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejora de la calidad de los productos y/o servicios, el 40.00% (16 sujetos) indicaban que siempre cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejora de la calidad de los productos y/o servicios, el 20.00% (8 sujetos) indicaban que a veces cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejora de la calidad de los productos y/o servicios, finalmente no existen sujetos indicaran

que nunca y casi nunca cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejora de la calidad de los productos y/o servicios. Por consiguiente, se concluye que el 80.0% de los encuestados, indicaban que cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejora de la calidad de los productos y/o servicios, es decir, de acuerdo con los sujetos se cree que existe una relación entre la innovación de procesos y la mejora de la calidad de los productos y/o servicios

**Tabla 23**

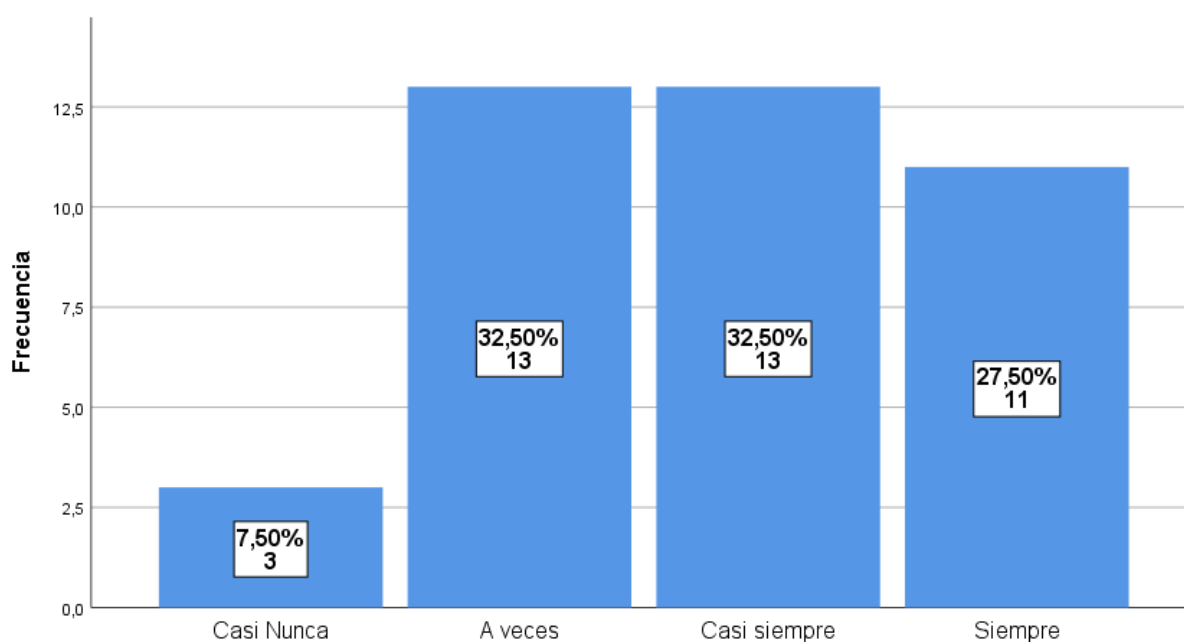
*¿En su opinión, la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	3	7.5	7.5	7.5
A veces	13	32.5	32.5	40.0
Casi siempre	13	32.5	32.5	72.5
Siempre	11	27.5	27.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 14**

*¿En su opinión, la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos?*



**Interpretación:** De la tabla 23 y figura 14 se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Información, el 32.50% (13 sujetos) indicaban que casi siempre la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos, el 27.50% (11 sujetos) indicaban que siempre la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos, el 32.50% (13 sujetos) indicaban que a veces la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos, el 7.50% (3 sujetos) indicaban que casi nunca la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos. Por consiguiente, se concluye que el 60.0% de los encuestados, indicaban la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos, es decir, de acuerdo con los sujetos la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos.

**Tabla 24**

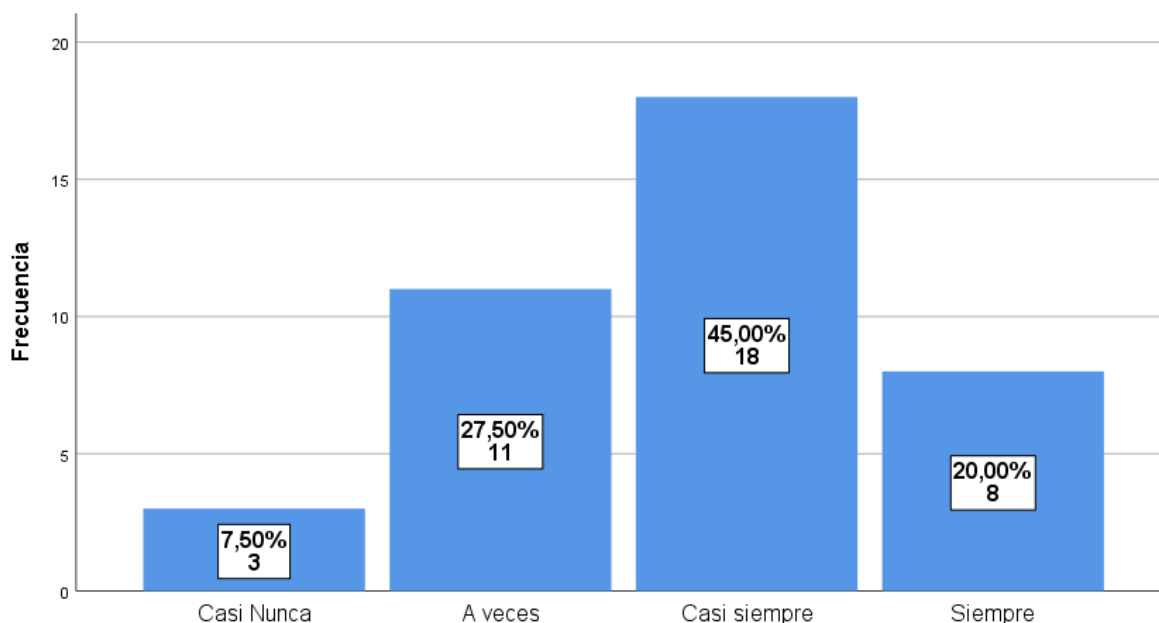
*¿En su opinión, los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	3	7.5	7.5	7.5
A veces	11	27.5	27.5	35.0
Casi siempre	18	45.0	45.0	80.0
Siempre	8	20.0	20.0	100.0
	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 15**

*¿En su opinión, los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito?*



**Interpretación:** De la tabla 24 y figura 15, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Información, el 45.00% (18 sujetos) indicaban casi siempre los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito, el 20.00% (8 sujetos) indicaban que siempre los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito, el 27.50% (11 sujetos) indicaban que a veces los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito, el 7.50% (3 sujetos) indicaban que casi los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca la empresa brinda correctamente la información de los productos y/o servicios en el otorgamiento de los créditos. Por consiguiente, se concluye que el 65.00% de los encuestados, indicaban que los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito, es decir, de acuerdo con los sujetos los clientes de la empresa reciben la información adecuada del proceso de otorgamiento de crédito.

**Tabla 25**

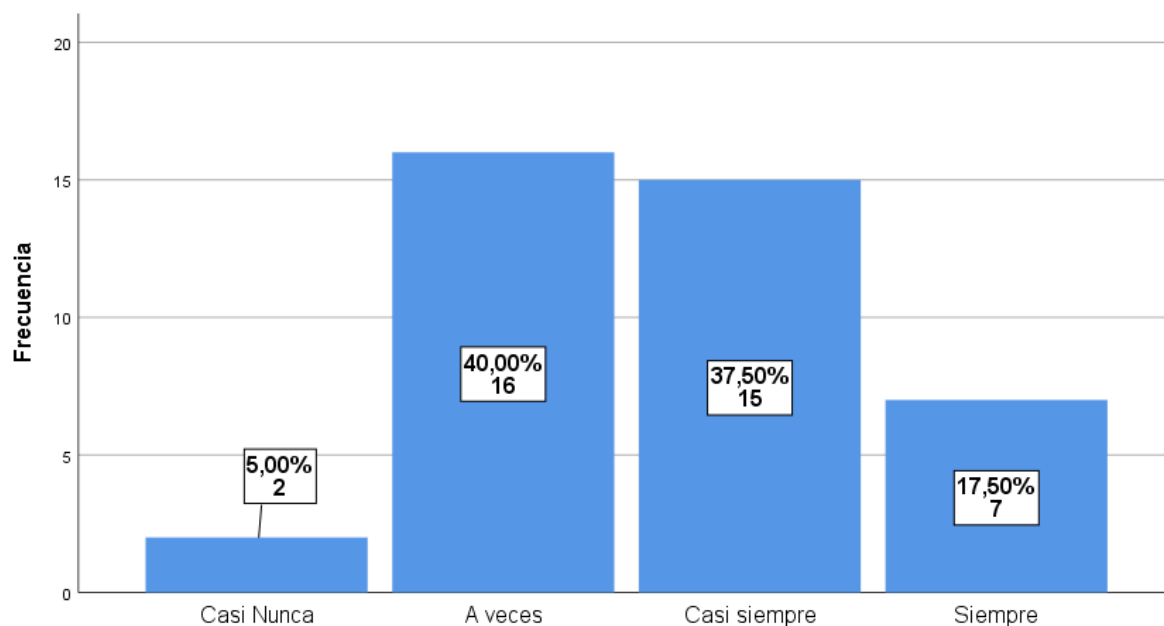
*¿En su opinión, los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	2	5.0	5.0	5.0
A veces	16	40.0	40.0	45.0
Casi siempre	15	37.5	37.5	82.5
Siempre	7	17.5	17.5	100.0
	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 16**

*¿En su opinión, los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos?*



**Interpretación:** De la tabla 25 y figura 16, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Información, el 37.50% (15 sujetos) indicaban casi siempre los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos, el 17.50% (7 sujetos) indicaban que



siempre los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos, el 40.00% (16 sujetos) indicaban que a veces los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos, el 5.00% (2 sujetos) indicaban que casi nunca los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos. Por consiguiente, se concluye que el 55.00% de los encuestados, indicaban que los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos, es decir, de acuerdo con los sujetos los clientes de la empresa reciben la información adecuada de los canales de atención de la empresa para el otorgamiento de créditos.

**Tabla 26**

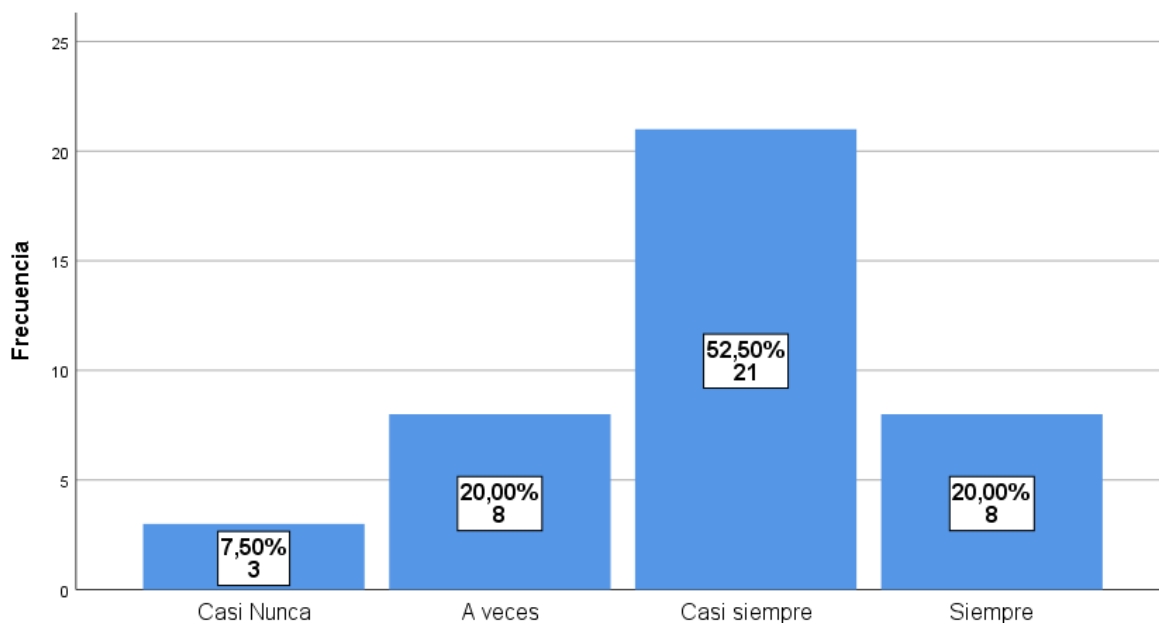
*¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	3	7.5	7.5	7.5
A veces	8	20.0	20.0	27.5
Casi siempre	21	52.5	52.5	80.0
Siempre	8	20.0	20.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 17**

*¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos?*



**Interpretación:** De la tabla 26 y figura 17, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Procedimiento, el 52.50% (21 sujetos) indicaban casi siempre se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos, el 20.0% (8 sujetos) indicaban que siempre se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos, el 20.00% (8 sujetos) indicaban que a veces se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos, el 7.50% (3 sujetos) indicaban que casi nunca se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos. Por consiguiente, se concluye que el 72.50% de los encuestados, indicaban que se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos, es decir, de acuerdo con los sujetos se cumple con el tiempo estimado para la atención de las solicitudes de otorgamiento de créditos

**Tabla 27**

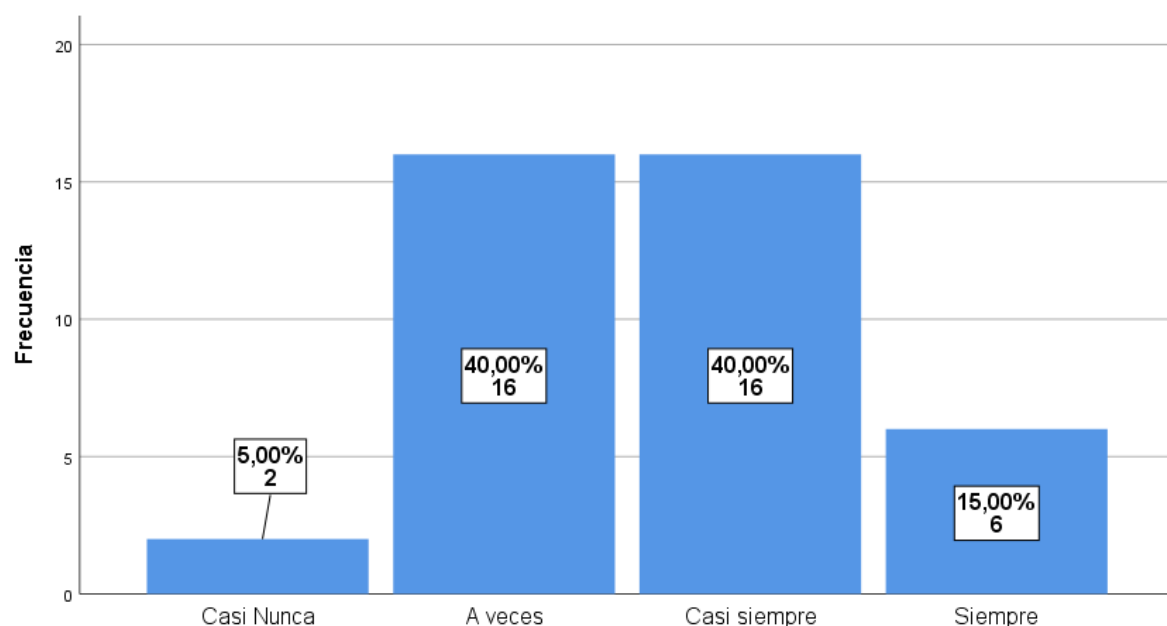
*¿En su opinión, el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	2	5.0	5.0	5.0
A veces	16	40.0	40.0	45.0
Casi siempre	16	40.0	40.0	85.0
Siempre	6	15.0	15.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 18**

*¿En su opinión, el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos?*



**Interpretación:** De la tabla 27 y figura 18, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Procedimiento, el 40.0% (16 sujetos) indicaban casi siempre el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos, el

15.00% (6 sujetos) indicaban que siempre el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos, el 40.00% (16 sujetos) indicaban que a veces el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos, el 5.00% (2 sujetos) indicaban que casi nunca el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos. Por consiguiente, se concluye que el 55.00% de los encuestados, indicaban que el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos, es decir, de acuerdo con los sujetos el proceso de recopilación de documentación es el óptimo para el otorgamiento de créditos

**Tabla 28**

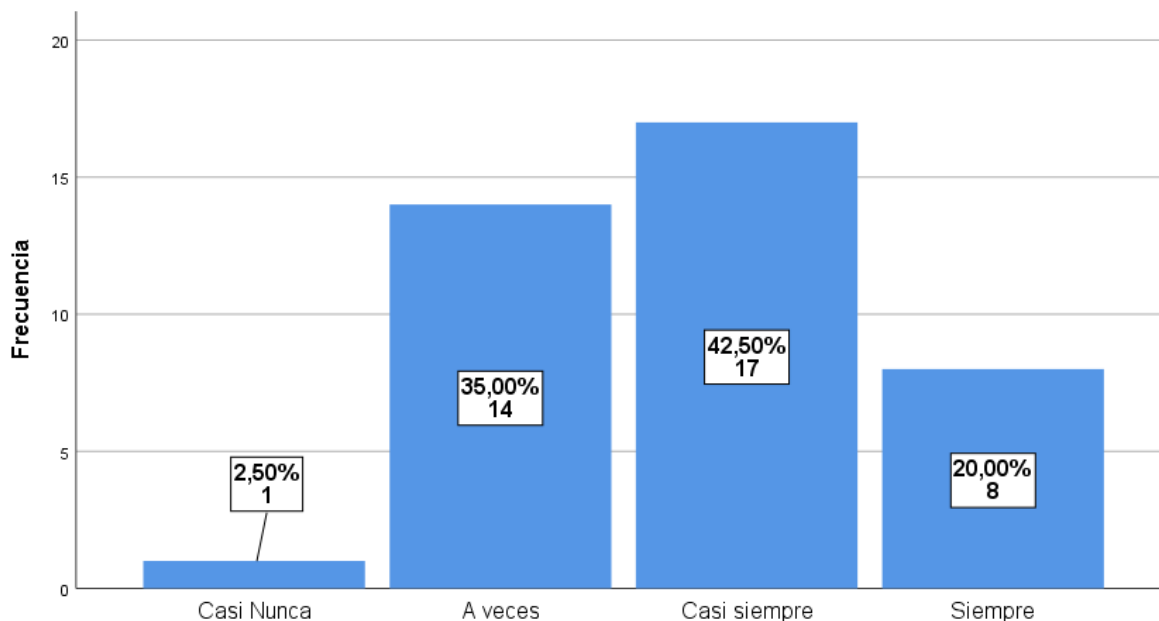
*¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	2.5	2.5	2.5
A veces	14	35.0	35.0	37.5
Casi siempre	17	42.5	42.5	80.0
Siempre	8	20.0	20.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 19**

*¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos?*



**Interpretación:** De la tabla 28 y figura 19, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Procedimiento, el 42.50% (17 sujetos) indicaban casi siempre se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos, el 20.00% (8 sujetos) indicaban que siempre se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos, el 35.00% (14 sujetos) indicaban que a veces se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos, el 2.50% (1 sujeto) indicaba que casi nunca se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos. Por consiguiente, se concluye que el 62.50% de los encuestados, indicaban que se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos, es decir, de acuerdo con los sujetos se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos

**Tabla 29**

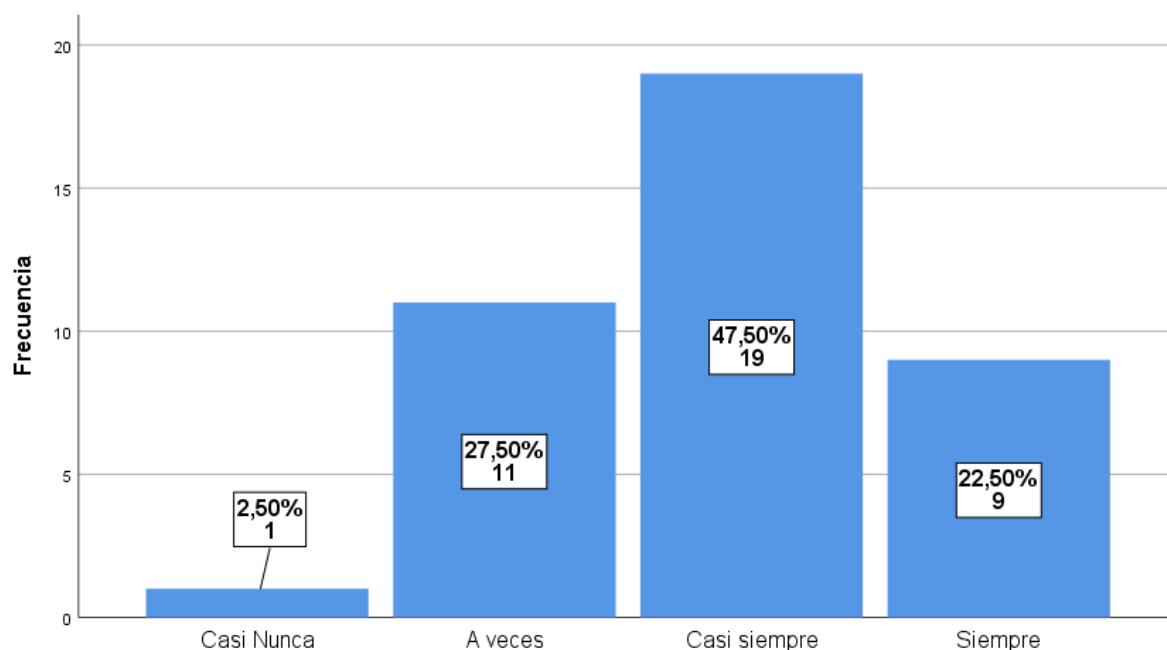
*¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del préstamo?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	2.5	2.5	2.5
A veces	11	27.5	27.5	30.0
Casi siempre	19	47.5	47.5	77.5
Siempre	9	22.5	22.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 20**

*¿En su opinión, se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del préstamo?*



**Interpretación:** De la tabla 29 y figura 20, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Procedimiento, el 47.50% (19 sujetos) indicaban casi siempre se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del préstamo, el 22.50% (9 sujetos) indicaban que siempre se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del

préstamo, el 27.50% (11 sujetos) indicaban que a veces se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del préstamo, el 2.50% (1 sujeto) indicaba que casi nunca se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del préstamo, finalmente no existen sujetos indicaban que nunca se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del préstamo. Por consiguiente, se concluye que el 70.00% de los encuestados, indicaban que se cumple con el tiempo estimado para el desembolso del préstamo, es decir, de acuerdo con los sujetos se cumple con el tiempo estimado para la evaluación del otorgamiento de créditos

**Tabla 30**

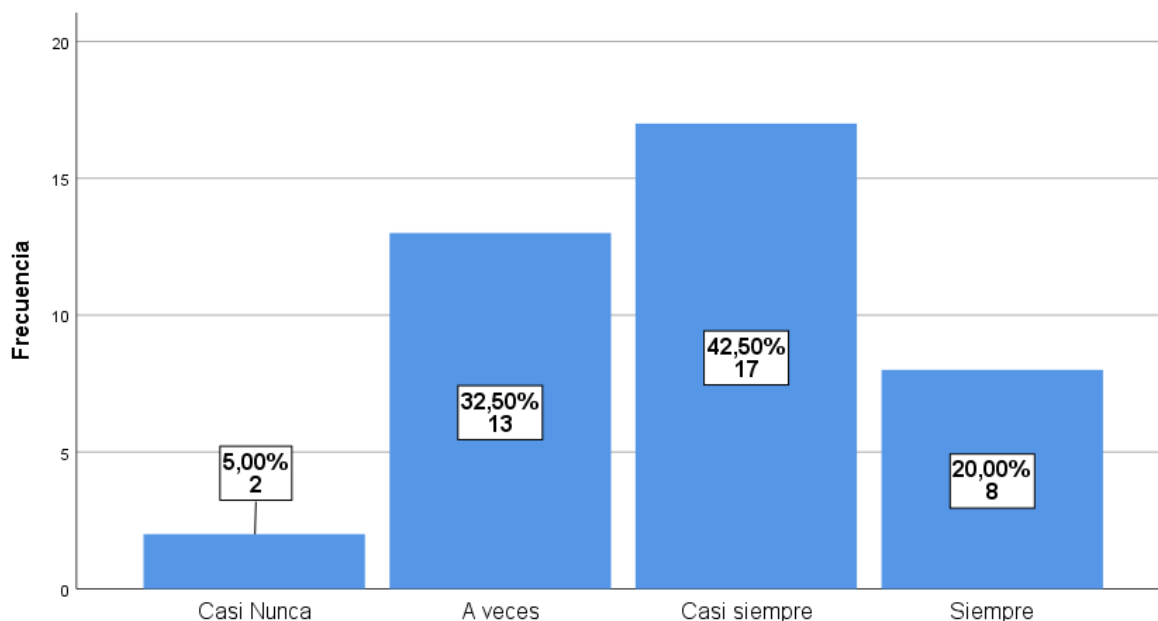
*¿En su opinión, la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	2	5.0	5.0	5.0
A veces	13	32.5	32.5	37.5
Casi siempre	17	42.5	42.5	80.0
Siempre	8	20.0	20.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 21**

*¿En su opinión, la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito?*



**Interpretación:** De la tabla 30 y figura 21, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Infraestructura, el 42.50% (17 sujetos) indicaban casi siempre la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito, el 20.00% (9 sujetos) indicaban que siempre la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito, el 35.50% (13 sujetos) indicaban que a veces la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito, el 5.00% (2 sujetos) indicaban que casi nunca la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito, finalmente no existen sujetos indicaban que nunca la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito. Por consiguiente, se concluye que el 62.50% de los encuestados, indicaban que la ubicación de las oficinas cumple con las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito, es decir, de acuerdo con los sujetos la ubicación de las oficinas cumple con



las necesidades de acceso de los clientes de la empresa para el otorgamiento del crédito.

**Tabla 31**

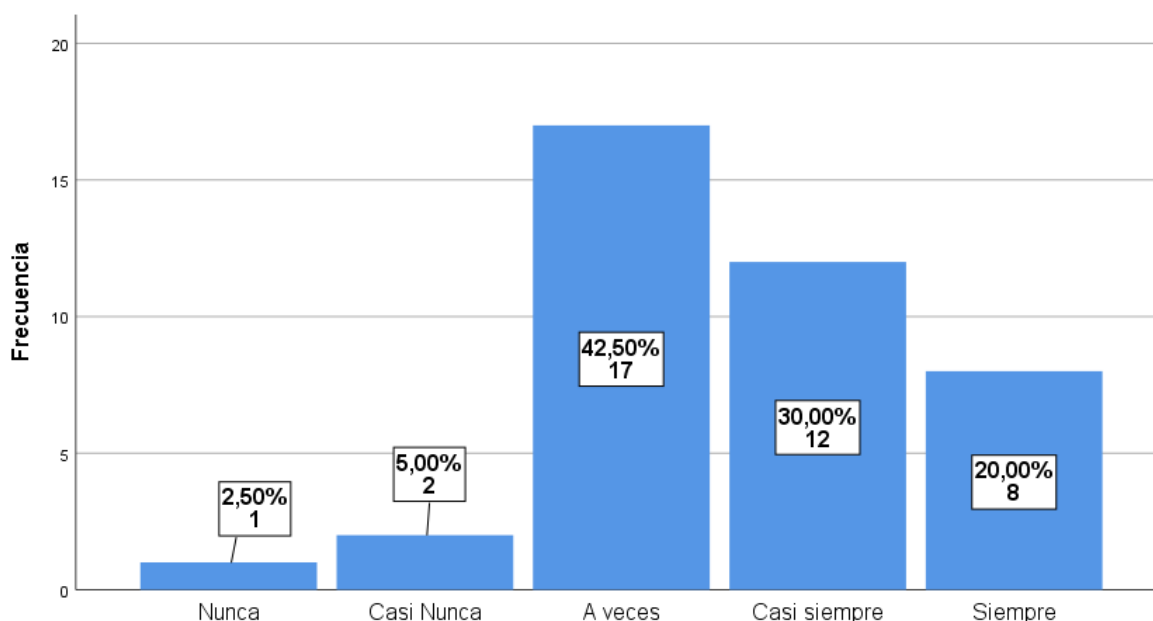
*¿En su opinión, las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2.5	2.5	2.5
Casi Nunca	2	5.0	5.0	7.5
A veces	17	42.5	42.5	50.0
Casi siempre	12	30.0	30.0	80.0
Siempre	8	20.0	20.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 22**

*¿En su opinión, las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito?*



**Interpretación:** De la tabla 31 y figura 22, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Infraestructura, el 30.00% (12 sujetos) indicaban casi siempre las colas

de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito, el 20.00% (8 sujetos) indicaban que siempre las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito, el 42.50% (17 sujetos) indicaban que a veces las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito, el 5.00% (2 sujetos) indicaban que casi nunca las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito, finalmente el 1% (1 sujeto) indicaba que nunca las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito. Por consiguiente, se concluye que el 50.00% de los encuestados, indicaban que las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito, es decir, de acuerdo con los sujetos las colas de atención distribuyen correctamente el tiempo de espera para la atención del otorgamiento del crédito

**Tabla 32**

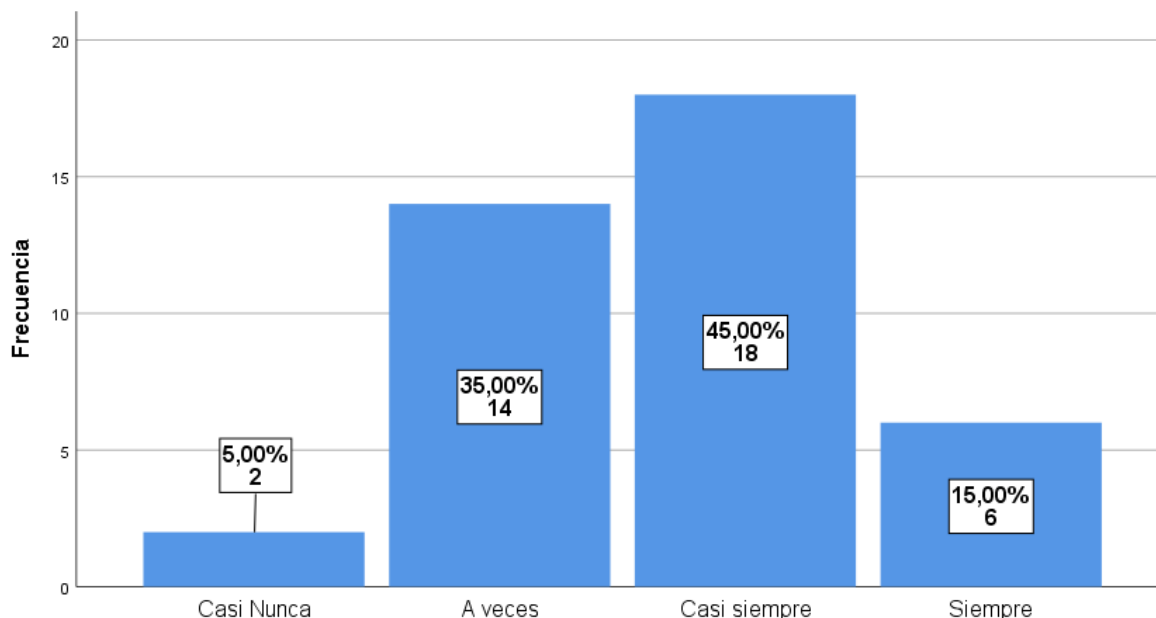
*¿En su opinión, el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	2	5.0	5.0	5.0
A veces	14	35.0	35.0	40.0
Casi siempre	18	45.0	45.0	85.0
Siempre	6	15.0	15.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 23**

*¿En su opinión, el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos?*



**Interpretación:** De la tabla 32 y figura 23, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Cliente, el 45.00% (18 sujetos) indicaban casi siempre el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos, el 15.00% (6 sujetos) indicaban que siempre el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos, el 35.50% (14 sujetos) indicaban que a veces el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos, el 5.00% (2 sujetos) indicaban que casi nunca el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos. Por consiguiente, se concluye que el 60.00% de los encuestados, indicaban el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos, es decir, de acuerdo con los sujetos el nivel de satisfacción actual es el adecuado en el proceso de otorgamiento de créditos.

**Tabla 33**

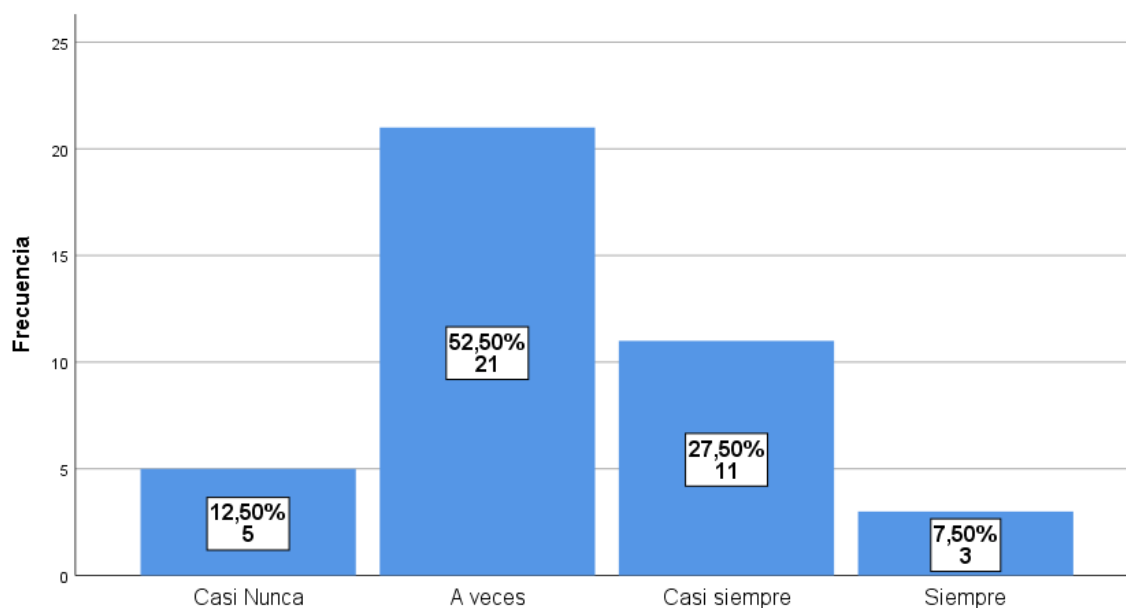
*¿En su opinión, la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos?*

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	5	12.5	12.5	12.5
A veces	21	52.5	52.5	65.0
Casi siempre	11	27.5	27.5	92.5
Siempre	3	7.5	7.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Nota: Datos obtenidos por medio del SPSS V25

**Figura 24**

*¿En su opinión, la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos?*



**Interpretación:** De la tabla 33 y figura 24, se interpretó que, de las 40 personas encuestadas de la organización, en la variable Otorgamiento de créditos y en la dimensión Cliente, el 27.50% (11 sujetos) indicaban casi la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de

créditos, el 7.50% (3 sujetos) indicaban que siempre la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos, el 52.50% (21 sujetos) indicaban que a veces la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos, el 12.50% (5 sujetos) indicaban que casi nunca la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos, finalmente no existen sujetos indiquen que nunca la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos. Por consiguiente, se concluye que el 35.00% de los encuestados, indicaban la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos, es decir, de acuerdo con los sujetos la deserción de clientes está relacionado con el tiempo de atención en el proceso de otorgamiento de créditos.

## Anexo 6. Autorización de publicación de identidad



### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20155611147
CMTE.ADM.FDO.ASIST. Y ESTIM.TRAB.SECT.EDU – Nombre comercial: CAFAE-SE	
Nombre del Titular o Representante legal: Gerente General	
Nombres y Apellidos Esteban Francisco Vargas de la Gala	DNI: 00476014

#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal T del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo <sup>(1)</sup>, autorizo , no autorizo  publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la Investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Gestión de la Innovación tecnológica y su relación en el otorgamiento de créditos en la empresa CAFAE-SE de Lima, 2021	
Nombre del Programa Académico: MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA	
Autor: Nombres y Apellidos José Luis Sotelo Muñoz	DNI: 10285261

En caso de autorizarse, soy consciente que la Investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras Investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad Intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma:   
Gerente General CAFAE-SE