

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“INNOVACIÓN DEL LIDER EN ÉPOCA DE CAMBIOS
TECNOLÓGICOS Y ECONÓMICOS, PARA
OPTIMIZAR LA GESTIÓN DE LAS MYPES DE LA
PROVINCIA DE PASCO – 2016”**

TESIS:

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

Bach. ALEJANDRINA ANGELA CARBAJAL ESPIRITU

Bach. RICHARD ITALO ESPIRITU SOTO.

PASCO PERÚ - 2018.

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**



**SUSTENTADO Y APROBADO POR LOS MIEMBROS DEL
JURADO CALIFICADOR**

Dra. YOLANDA VIRGINIA LLANOS ROMERO
PRESIDENTA DEL JURADO

Dr. JOSÈ LUIS GUERRERO FEBRES
MIEMBRO DEL JURADO

Dr. OTTO MENDIOLAZA ZUÑIGA
MIEMBRO DEL JURADO

DEDICATORIA

=====

A Dios por guiar nuestro camino,
por permitirnos adquirir conocimientos,
para ser cada día mejores y por
demostrarnos su infinito amor.

ALEJANDRINA ANGELA

=====

=====

A nuestros Padres por su
apoyo incondicional y por traernos
a este mundo, para ser mejores.

RICHARD ITALO

=====

AGRADECIMIENTO

A nuestros estimados maestros quienes nos guiaron por el sendero del saber, compartieron sus conocimientos y nos dieron valiosas lecciones, que los compartiremos y nos servirán de soporte en nuestra vida profesional.

A nuestros apreciados colegas por los maravillosos años que vivimos y compartimos a lo largo de este tiempo en las aulas académicas.

Gracias a nuestros colaboradores en las empresas, quienes resolvieron las encuestas, así mismo a los profesionales que nos apoyaron desinteresadamente en el desarrollo de la presente investigación.

ALEJANDRINA ANGELA y RICHARD ITALO

INTRODUCCIÓN

En los actuales momentos que vivimos, hablar de la transformación digital no es un tema tecnológico sino una cuestión de visión, estrategia, cultura organizativa y rediseño de procesos en las MYPES (micro y pequeñas empresas). Es ser capaces de superar con éxito el reto de la gestión del talento en tiempos de redes. De ahí la importancia de los líderes, su desarrollo profesional, el papel protagonista que deben desempeñar en el impulso inicial, en el apoyo posterior y mantenimiento de esa transformación. La transformación digital es una responsabilidad compartida, pero es sobre todo responsabilidad de los líderes, en adquirir un fuerte compromiso a la hora de impulsar el desarrollo interno de la cultura digital y de estas competencias digitales. El desafío digital exige a las organizaciones el desarrollo de una nueva cultura empresarial soportada sobre un conjunto de nuevas competencias caracterizadas por el papel protagonista de lo digital y que se desarrollan a través de la colaboración, en la construcción de redes, en épocas de cambios tecnológicos y económicos como el que afrontamos, en el caso de las MYPES de Pasco, es un tema de gran actualidad. En los ambientes de la sociedad y en las esferas del estado se comentan algunos de estos términos y se los usa profusamente.

Los términos que hemos mencionado, están en boca de políticos, empresarios, comerciantes, estudiantes y profesionales: existe un marcado interés por conocer estos temas. En torno al acceso de las empresas a la cultura digital, el actual ministro de Producción (Produce), Bruno Giuffra,

sostuvo que el mismo será impulsado desde los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE), a través de herramientas como el Kit Digital que apunta a incrementar el nivel de productividad en forma transversal para impactar a todos los sectores. Los líderes de nuestras MYPES, no deben ser ajenos a estos temas. Por ello consideramos que es necesario, que desde la universidad, se establezcan ciertas cualidades de “liderazgo”, como la actitud del líder frente a cambios tecnológicos y económicos.

Dentro de esa perspectiva presentamos nuestro trabajo de investigación denominada:

“INNOVACION DEL LIDER EN EPOCAS DE CAMBIOS TECNOLOGICOS Y ECONOMICOS, PARA OPTIMIZAR LA GESTION EN LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE PASCO – 2016”, el mismo que está dividido en cuatro capítulos y cuya síntesis presentamos a continuación:

En el CAPITULO I, EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN, hemos desarrollado, debido a que quienes dirigen las Micro y Pequeñas Empresas de Pasco, registran capacidades de liderazgo debilitado, particularmente en el tema de innovación tecnológica y económica. Lo que ocasiona en las empresas, falta de innovación tecnológica y desarrollo económico, lo cual redundando en una falta de competitividad y productividad de las mismas,

En el CAPITULO II, EL MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL, consideramos que se sustenta nuestro trabajo de investigación en la literatura sobre innovación, así como fundamentalmente en el verdadero concepto de “liderazgo”, para ello hemos recabado información sobre

antecedentes de estudio así como teorías, doctrinas e ideas que nos da una premisa básica engarzada con el problema planteado.

En el CAPITULO III, LA METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN, el diseño utilizado es descriptivo, no experimental. El universo y muestra está dirigido a los líderes de las micro y pequeñas empresas de Pasco. El tamaño de la muestra es de 96 personas, clasificado por estrato funcional: llámese Propietario, dueño, gerente, administrador u otros de rango profesional similar.

Se han formulado hipótesis a efectos de agilizar el estudio, lo que nos permite identificar variables e indicadores en nuestra investigación.

Cabe destacar como instrumentos de recolección de datos tenemos a la observación y las mediciones convencionales.

En el CAPITULO IV, demostramos los RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN obtenidos: nuestro estudio nos demuestra que los líderes de nuestras Micro y Pequeñas Empresas no le dan una verdadera importancia a la innovación tecnológica y económica.

Los profundos cambios tecnológicos por los que estamos atravesando, deben de servir como motor para el desarrollo y apalancamiento de nuestras MYPES, convirtiéndolos en empresas competitivas en el ámbito regional, nacional y porque no decirlo a nivel internacional.

Finalmente, el presente estudio tiene grandes efectos significativos en el fortalecimiento de nuestras MYPES, en cuanto a la innovación tecnológica y económica como motor de desarrollo y competitividad.

Asimismo consideramos:

LAS CONCLUSIONES.

RECOMENDACIONES

LA BIBLIOGRAFIA Y

LOS ANEXOS, a que hemos arribado.

LOS AUTORES

INDICE

Pág.

DEDICATORIA.

AGRADECIMIENTO.

INTRODUCCIÓN.

INDICE.

CUADROS Y GRÁFICOS.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD.	1
1.2.	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.	3
1.3.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	3
	1.3.1. PROBLEMA GENERAL.	3
	1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.	4
1.4.	FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.	4
	1.4.1. OBJETIVO GENERAL.	4
	1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.	4
1.5.	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.	5
1.6.	LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.	5

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1.	ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.	7
2.2.	BASES TEÓRICAS CIENTIFICAS RELACIONADOS CON EL TEMA.	10
	2.2.1. PRINCIPIOS DEL LIDERAZGO INNOVADOR.	10
	2.2.2. LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL ENTORNO.	13
	2.2.3. LA INNOVACION EN LAS MYPES.	15
	2.2.4. OCHO COMPETENCIAS DIGITALES PARA TRANSFORMAR LAS EMPRESAS.	17
	2.2.5 LIDER.	19

2.2.6.	OPORTUNIDAD DE INNOVAR.	28
2.2.7.	LA PROVINCIA DE PASCO.	32
2.3.	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:	33

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.	40
3.1.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	40
3.1.2.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	41
3.2.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	41
3.2.1.	MÉTODO DESCRIPTIVO	41
3.2.2.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.3.	UNIVERSO Y MUESTRA	42
3.3.1.	UNIVERSO DEL ESTUDIO	42
3.3.2.	UNIVERSO SOCIAL	42
3.3.3.	UNIDAD DE ANALISIS	42
3.3.4.	MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	43
3.4.	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	44
3.4.1	HIPÓTESIS GENERAL.	44
3.4.2	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	44
3.5.	IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	45
3.6.	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VARIABLES E INDICADORES	45
3.7.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	45
3.8.	TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	46

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

4.1.	DESCRIPCION DEL TRABAJO DE CAMPO.	47
4.2.	PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS.	48
4.2.1.	SOBRE EL GRADO DE INSTRUCCIÓN Y GENERO DE LOS LIDERES DE LAS MYPES DE PASCO.	48
4.2.2.	SOBRE LA CLASE DE EMPRESA.	50

4.2.3. SOBRE, SI CONOCE LA DIFERENCIA ENTRE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.	51
4.2.4. SOBRE, ¿CUÁL ES SU CARGO ACTUAL?	52
4.2.5. IDENTIFIQUE, ¿QUÉ CREE USTED QUE ES EL MÁS IMPORTANTE CAMBIO PARA LOGRAR MAYOR COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN LA PROVINCIA DE PASCO?	54
4.2.6. NIVEL DE INVERSIÓN QUE REALIZAN LAS MYPES EN INNOVACION.	56
4.2.7. NIVEL DE COORDINACIÓN QUE REALIZA CON SUS COLABORADORES PARA FORMARLOS COMO LIDERES EN INNOVACIÓN.	57
4.2.8. ¿SI CUENTA CON PLANES PARA AFRONTAR LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS Y ECONÓMICOS POR LOS QUE ATRAVIESA NUESTRO PAÍS?	58
4.2.9. ¿SI LOS COLABORADORES DE LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE PASCO RECIBEN CAPACITACION PERMANENTE PARA MEJORAR Y CONTRIBUIR CON EL LIDERAZGO?	60
4.3. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	61
CONCLUSIONES.	68
RECOMENDACIONES.	70
BIBLIOGRAFIA.	72
ANEXOS.	

CUADROS

	Pág.
CUADRO N° 01. LAS OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN	29
CUADRO N° 02. GRADO DE INSTRUCCIÓN Y GÉNERO	49

GRÁFICOS

GRÁFICO N° 01. ¿CÓMO CONSIDERA A SU EMPRESA?	51
GRÁFICO N° 02. CONOCE LA DIFERENCIA ENTRE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.	52
GRÁFICO N° 03. ¿CÚAL CONSIDERA QUE ES SU CARGO?	53
GRÁFICO N° 04. ¿CÚAL CREE QUE ES EL MÁS IMPORTANTE CAMBIO PARA LOGRAR MAYOR COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN PASCO?	55
GRÁFICO N° 05. NIVEL DE INVERSIÓN QUE REALIZA EM TECNOLOGÍA	56
GRÁFICO N° 06. NIVEL DE COODINACIÓN COM SUS COLABORADORES PARA FORMARLOS COMO LIDERES EN INNOVACIÓN.	58
GRÁFICO N° 07. ¿CUENTA CON PLANES PARA AFRONTAR LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS Y ECONÓMICOS?	59
GRÁFICO N° 08. ¿RECIBEN CAPACITACIÓN PERMANENTE PARA MEJORAR Y CONTRIBUIR COM LA INNOVACIÓN Y LIDERAZGO?	60

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.

Como manifestó Steve Jobs “La innovación es lo que distingue a un líder de los demás”. Es una de las frases más repetidas, si no la más, sobre liderazgo que se le atribuye a él. Muchos creen que el líder es el que innova. Pero ¿el líder debe innovar o favorecer entornos de innovación? Cuanta más alta es la posición del líder, más importante es que cree entornos o culturas innovadoras.

Consideramos que las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), tienen una gran importancia para el desarrollo económico y la generación de fuentes de empleo, con múltiples beneficios para nuestra economía.

Con esta óptica, el desarrollo de los integrantes en las organizaciones hechos por la innovación del líder es primordial para lograr optimizar la gestión de las Micro y Pequeña Empresas, es por ello que el gobierno se ha constituido en la principal instancia, promotora de programas y esfuerzos público-privados para apoyar el crecimiento de la Micro y Pequeña Empresa a través de diversas estrategias como servicios de desarrollo empresarial,

capacitación, microcréditos y asociaciones en torno a parques industriales, entre otros. No obstante vivimos en un mundo digital, global e hiperconectado, caracterizado por la innovación y el cambio social y tecnológico continuo y acelerado, la irrupción constante de nuevos actores, la movilidad y la conectividad ubicuas.

Formamos parte de un mundo en red en el que cada día se cuestionan las jerarquías y las relaciones de poder entre las personas y las estructuras, en el que conviven e interaccionan las lógicas analógicas, físicas o convencionales con las lógicas digitales y en el que la información y el conocimiento fluyen de forma abundante y están accesibles en cualquier momento y en cualquier lugar, es por ello la necesidad de que el líder tenga a la innovación como su aliado principal.

Un mundo en constante transformación que incide y se retroalimenta de cambios en la forma de ver las cosas, en los comportamientos cotidianos, en las actitudes y en los valores, convirtiendo a ciudadanos, profesionales, clientes y mercados en tensores de cambio en función de nuevas demandas y necesidades que no son satisfechas por las formas y negocios convencionales.

Organizaciones tradicionales altamente competitivas y entrenadas durante años para dar excelentes respuestas a viejas preguntas pero que son incapaces de responder, y a veces ni siquiera de entender, las nuevas situaciones y las nuevas preguntas.

Nos situamos ante una transformación con base tecnológica, que usa como carburante la información y el conocimiento, y que está siendo pilotada por un rápido, aunque heterogéneo, ritmo de adopción social que da lugar a

una nueva economía, inestable, compleja y digital. Una economía en la que empresas de nueva generación, más digitales, ágiles y veloces, tratan de ganar terreno a empresas consolidadas de magnífica trayectoria que intuyen un futuro incierto y que están inmersas en un intenso proceso de digitalización e innovación.

Nuestras MYPES de la Provincia de Pasco, no pueden ser ajenas a esta realidad, es por ello nuestra preocupación por desarrollar la presente investigación, en la que buscamos identificar, en qué punto la innovación del líder en época de cambios tecnológicos y económicos, sirve para optimizar la gestión de MYPES de la Provincia de Pasco en el año 2016.

Reconociendo las restricciones de recursos que existe para el apoyo a las MYPES en cuanto a innovación en nuestra economía en desarrollo. Es por ello que existe un interés creciente por parte de los líderes en entender qué factores son críticos para fomentar su competitividad e innovación. Es así que la innovación del líder juega un rol muy importante, pues de su eficiencia, producto de la dirección, habilidades y estrategias que utilice, dependerá la obtención de buenos resultados.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestra investigación se realizó en las Micro y Pequeñas Empresas de los trece distritos de la Provincia de Pasco, considerando como materia de investigación a sus líderes (propietarios, gerentes, directivos, directores, administradores y similares) en cuanto a la innovación.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. PROBLEMA GENERAL

La evolución humana está marcada por la innovación. Tanto en política como en el ámbito de los negocios se habla de la innovación como la solución a la crisis.

¿Cuál es la capacidad de innovación del líder en época de cambios tecnológicos y económicos, para optimizar la gestión de MYPES de la Provincia de Pasco – 2016?

1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- a. ¿La innovación del líder de las MYPES se refleja en la competitividad de sus colaboradores?
- b. ¿Cuenta El líder con mecanismos de innovación para lograr cambios tecnológicos y económicos en las MYPES?
- c. ¿El personal de las MYPES recibe capacitación en innovación y liderazgo, con la finalidad de innovar para optimizar la gestión de la empresa?

1.4. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.

1.4.1 OBJETIVO GENERAL.

Determinar la capacidad de innovación del líder en época de cambios tecnológicos y económicos, para optimizar la gestión de las MYPES de la Provincia de Pasco – 2016.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- a. Analizar y describir como la innovación del líder se refleja en la competitividad de sus colaboradores

- b. Determinar cuáles son los mecanismos de innovación para lograr cambios tecnológicos y económicos en las MYPES de la provincia de Pasco - 2016
- c. Describir los resultados que muestran el personal de las MYPES de la Provincia de Pasco en capacitación en innovación y liderazgo.

1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Crear MYPES innovadoras es crear condiciones favorables para conectar ideas, tecnologías o negocios que nadie antes relacionó, pero sobre todo para conectar personas. Gestionar innovación es crear entornos donde sea fácil conectar personas e ideas. Innovar es gestionar la economía de la atención, centrarse en los espacios de conversaciones, potenciar conectores de ideas e historias, fomentando el desarrollo de las personas y que cada persona sea innovadora.

Esto requiere comportamientos o estilos de liderazgo que permiten la transformación organizativa, tanto en forma de innovación disruptiva o como innovación continua, por ello la presente investigación es importante para dardos a conocer como la innovación del líder en épocas de cambios tecnológicos y económicos sirve para optimizar la gestión de las MYPES de la Provincia de Pasco año 2016.

En los actuales tiempos, en el que la necesidad nos obliga a crear nuevos recursos, el liderazgo y la innovación no deja de ser indispensable y justificable.

En esta perspectiva, el presente trabajo de investigación aportará información técnica y científica que servirá de alcance a todo profesional o persona que lidera, gerencia, administra o jefatura una Micro o Pequeña Empresa – MYPE.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.

Como en todo trabajo de investigación hay limitaciones de carácter económico para su financiamiento, el presente no puede ser la excepción, lo propio se puede considerar de la falta de apertura y respuesta positiva que muestran los encuestados en los trabajos de investigación.

No obstante que se dispone de bibliografías suficientes sobre liderazgo e innovación, pocos son los trabajos de investigación capaces de dar luces significativas del carácter técnico y científico sobre innovación del líder, más aun aplicado a las Micro y Pequeñas Empresas.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

2.1.1 EN EL AMBITO INTERNACIONAL

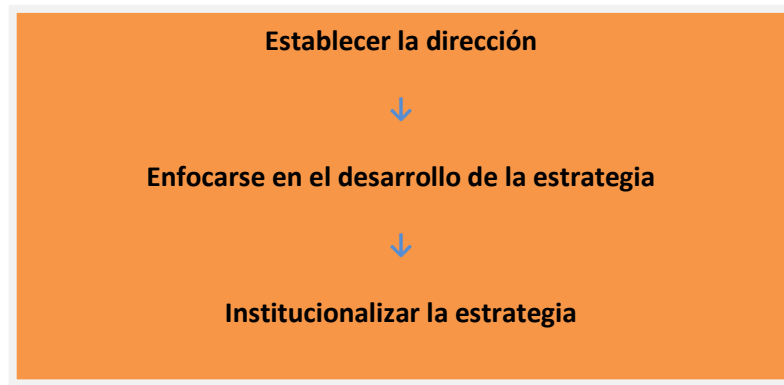
El modelo de Montealegre.- El primer modelo que consideraremos en este trabajo no es específicamente un modelo de innovación, pues fue pensado con otra intención, la de proponer un modelo para desarrollar las capacidades de la empresa para apoyar su estrategia de negocio. Sin embargo, no sólo la innovación es una de las capacidades más importantes de una empresa, sino que requiere de casi todas las demás capacidades de la empresa para su propio desarrollo. Por eso, se inicia el análisis de los principales modelos corporativos de innovación con el modelo propuesto por Montealegre (2002).

Montealegre (2002) propuso un modelo general, con base en una visión de recursos de diferentes modalidades diversas los mismos que sirvieron, para desarrollar las capacidades de una empresa. El modelo sugiere que el desarrollo de las capacidades de

una empresa debe ser un proceso estratégico secuencial, como se muestra en el cuadro 1.

CUADRO 1.

Desarrollo de las capacidades de una empresa



(Fuente: Montealegre, 2002)

Si aplicamos este modelo al desarrollo de la estrategia de innovación en la empresa, encontramos que es necesario establecer la dirección hacia la que debe ir la innovación en la empresa, enfocarse en el desarrollo de la estrategia de innovación y, finalmente, institucionalizar la estrategia de innovación en la empresa.

Los recursos clave que deben ser utilizados a lo largo del proceso incluyen: liderazgo; cultura organizativa; tecnología de información; visión de largo plazo; y redes sociales.

Murillo Val, Sarai (2014) – España en su trabajo de investigación titulada: “la innovación empresarial y el emprendimiento: un análisis empírico”, nos manifiesta que:

La competitividad de cualquier economía actual pasa necesariamente por desarrollar eficazmente su capacidad de

innovar y transferir tecnología y conocimiento a la sociedad y la empresa. Es innegable que la innovación está tomando cada vez más protagonismo en nuestra sociedad, apareciendo cada vez más en los medios de comunicación no especializados en esta materia. Por eso, cada vez son más las empresas concienciadas en ello y que tienen en consideración la innovación para no quedarse atrás en el mercado.

2.1.2 EN EL AMBITO NACIONAL

MEJIA Milagros en su tesis titulada: “Redes de innovación: Un análisis basado en la teoría de redes”. PUCP – 2012, nos manifiesta que:

La innovación y la tecnología desempeñan un rol fundamental en el desarrollo económico de los países.

Ambas son fuente de competitividad de las empresas, pues permiten generar ventajas tanto a nivel productivo como a nivel organizacional.

El Reporte de Competitividad del Foro Económico Mundial ubica al Perú en la posición 89 de 139 con relación al factor de innovación, es decir, por debajo de Brasil, Chile, Colombia y Argentina. En este contexto, diferentes actores de la sociedad agrupados en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SINACYT), deben cumplir un rol en la promoción y desarrollo de la innovación y la tecnología.

2.2. BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS RELACIONADOS CON EL TEMA

Sustentamos al conjunto de teorías, doctrinas, ideas y datos que actúan como premisas en el proceso de investigación con la siguiente base teórica:

2.2.1 PRINCIPIOS DEL LIDERAZGO INNOVADOR.

Hay una clara diferencia entre el líder innovador y el ejecutivo o gerente eficiente. Todos podemos reconocer claramente dos perfiles directivos, cuando pensamos en personas que conocemos: el visionario, entusiasta, creativo y motivador; o el ejecutivo detallista, metódico y disciplinado. El primero, normalmente, está orientado a la estrategia. El segundo, al *micromanagement*. Y ambos deben convivir en las organizaciones.

Probablemente, dichos perfiles respondieran a prototipos como Steve Jobs (en el primer caso) o su sucesor en su primera etapa de Apple, o John Sculley (en el segundo caso, contratado para “*introducir disciplina empresarial en Apple*”)

Liderar es el máximo exponente de acto creativo en las organizaciones. No hay mayor creatividad que la concepción de una nueva visión de empresa, y la capacidad de inspirar y arrastrar hacia ella a un equipo. Pero. ¿Qué caracteriza un líder innovador?.

a. Definir visiones claras e inspiradoras.

Sin escenarios de futuro motivadores, sin sueños, una organización (o un equipo) entra en decadente mecanicismo, en inercia inmovilista y complaciente autogestión.

b. Comunicar de forma apasionada.

Un líder innovador debe crearse sus propias visiones, transmitir las apasionadamente, hacer que su equipo vibre con nuevas e ilusionantes iniciativas. El líder innovador es un líder *resonante*.

c. Establecer retos, no objetivos.

¿Qué mueve a un hombre a escalar el K2 (segunda montaña más alta del planeta), poniendo en altísimo riesgo su propia vida? El *reto personal*, no el *objetivo*. Una ascensión como esa es un camino al encuentro del propio yo, una lucha contra los propios miedos y automatismos. Los retos se miden contra uno mismo, los objetivos contra la organización, que los suele asignar de forma arbitraria. Un líder innovador es capaz de retarse y de retar a sus colaboradores, haciéndolos mejores, buscando sus límites, invitándoles a transgredir sus propias fronteras.

d. Determinar el qué y el cuándo, nunca el cómo.

No hay nada más desmotivador que te explique cómo hacer las cosas.

El líder innovador pide respuestas claras (el qué) y marca hitos temporales (el cuándo), pero deja plena autonomía para decidir el *cómo*. Sólo con autonomía y responsabilidad se pueden desarrollar auténticos profesionales independientes y capaces.

e) Gestionar por confianza, no por control.

Gestionar por confianza significa *no estar nunca*. El mejor director es el que no está (en todo caso, está pensando en el horizonte estratégico, no entrometiéndose en la gestión de los

proyectos cotidianos). Gestionar por confianza significa *ser un recurso*, acudir cuando se es llamado. Gestionar por control, por el contrario, significa planificar reuniones sistemáticas, repasar listas de tareas, pedir continuas explicaciones, buscar culpables a los problemas del día a día, estar presente en las operaciones rutinarias... El directivo controlador, por otro lado, suele quedar rodeado de necios incapaces de retarle o cuestionarle, imbuidos de cobarde respeto e incapaces de generar ideas propias.

El directivo controlador es una auténtica fábrica de estúpidos. Es una vieja falacia pensar que quien todo lo controla nunca se equivoca

Dirigir mediante autoridad, no mediante poder.

La autoridad es propia, el poder es conferido. La autoridad se gana con credibilidad personal, experiencia y empatía. El poder se da y se quita por un poder superior. La autoridad es permanente, el poder es temporal.

- e. No preocuparse de tener el mejor equipo, sino de que su equipo tenga el mejor líder.

Triunfar con equipos de élite es razonablemente sencillo. El verdadero reto, la verdadera experiencia transformadora es *desarrollar* equipos de élite, ayudar al equipo a crecer personal y profesionalmente.

El liderazgo es un acto creativo. No hay liderazgo sin innovación, pues es imposible liderar la rutina. Y no hay innovación sin liderazgo, pues la conducta humana suele ser reactiva al

cambio y debe ser estimulada para avanzar hacia nuevos escenarios. Liderazgo e innovación son dos caras de la misma moneda.

2.2.2. LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL ENTORNO

La digitalización de una empresa no es un objetivo en sí mismo, no es un punto de destino sino un proceso de profunda transformación que exige actitudes de cambio y de adaptación permanente para salir de zonas de confort y explorar nuevas posibilidades. La clave, para personas y organizaciones, es ver esta transformación como una oportunidad que permita combinar inteligentemente prácticas y formas de hacer que nos siguen dando resultado con nuevas técnicas y habilidades que nos conecten con los resultados del futuro.

Las organizaciones que tienen la cultura adecuada y el talento necesario resuelven magníficamente sus objetivos estratégicos. Se cumple la máxima de que para ser competitivos hay que ser competentes. Parece evidente que si el desafío es digital las organizaciones precisan de la cultura digital, adecuada y de profesionales con las competencias digitales necesarias. Así, el reto de la transformación digital de los negocios, se convierte en el reto de la transformación digital del talento. Sólo con profesionales competentes digitalmente podremos hablar de organizaciones competentes. Sólo siendo profesionales competentes digitalmente podremos abordar el futuro con garantías.

El tema de la administración y el liderazgo en un ambiente global cambiante, demanda en un primer momento, identificar las

corrientes administrativas actuales y su impacto en el diseño de planes y programas educativos y por otro; comprender la importancia del liderazgo en las instituciones educativas.

2.2.3. LA INNOVACIÓN EN LAS MYPES

Los márgenes de las empresas se hacen más pequeños a medida que un producto o servicio se consolida. El crecimiento sostenible de una empresa no puede proceder de lo usual, sino que deben buscarse nuevas fuentes de rentabilidad y, por ello, las MYPES deben poner más énfasis en la innovación. La innovación en la empresa consiste en hacer aflorar y recoger las ideas que surgen en la organización, profundizar en ellas y poner en práctica aquellas que sean viables. Las ideas no sólo surgen del interior de la propia organización, sino que también pueden originarse en el entorno que la rodea. Los líderes deben desarrollar una cultura en la que empleados, clientes y proveedores sientan que forman parte de una organización dinámica en la que se fomenta la innovación. Ésta surge de manera espontánea, pero sólo con la cultura adecuada se puede conseguir la regularidad en las innovaciones que caracteriza a una empresa innovadora.

El papel de un líder innovador no debe ser resolver problemas, sino hacer las preguntas que ayuden a sus subordinados a resolver los problemas por sí mismos.

El origen de la innovación de una empresa, una región o un país son sus personas. La innovación requiere personas creativas y con iniciativa, pero es esta iniciativa la principal seña de identidad de

un innovador. Dado el contexto y la oportunidad, casi cualquier ciudadano puede originar una idea creativa. Es la iniciativa y la capacidad de poner estas ideas en práctica lo que define a una cultura innovadora. Se trata de fomentar el espíritu emprendedor en las personas y esto sólo se consigue con la motivación adecuada. Los expertos identifican dos grandes fuentes de motivación. La primera engloba el deseo ardiente, el hambre o la necesidad de supervivencia. Así, la creatividad surge ante la necesidad de solucionar un problema de manera urgente. La segunda gran fuente de innovación procede de la competitividad. Una vez garantizado un nivel de bienestar, el afán de superación de algunas personas alimenta de manera continua la iniciativa necesaria para seguir innovando. Una empresa innovadora necesita genios, que son los profesionales que conciben nuevas perspectivas, transforman estas perspectivas en ideas y las ideas en innovación. Sin embargo, también necesita de líderes que apoyen, fomenten y promuevan la innovación, encargados de diseñar las estructuras y las operaciones de la organización con el objetivo de fomentar la innovación. Las regiones y los países también deben aprovechar el potencial de los «nuevos argonautas»: emprendedores educados en el extranjero que vuelven a sus países armados con conocimientos y listas de contactos globales. Estos argonautas juegan un papel fundamental en la expansión del conocimiento y en la globalización de la innovación, así como en el desarrollo de sus países de origen. Son los conectores que democratizan la innovación.

2.2.4. OCHO COMPETENCIAS DIGITALES PARA TRANSFORMAR LAS EMPRESAS.

El modelo de competencias aquí expuesto es un modelo basado en la experiencia. Reúne las 8 competencias básicas que consideramos debe adquirir y desarrollar todo profesional en especial los líderes, para afrontar el actual proceso de transformación digital e innovación en las micro y pequeñas empresas. Individualmente nos hacen mejores profesionales y líderes. Aplicadas sobre el conjunto de una organización producen un gran impacto. Colectivamente nos permiten enfrentar con éxito el desafío digital y los cambios tecnológicos y económicos en nuestra actual sociedad.

En última instancia todas deben estar orientadas a resultados. Mirar cada una de las 8 competencias bajo el prisma de la orientación a resultados las transforma en poderosas herramientas de negocio y en competencias imprescindibles para cualquier profesional del siglo XXI.

1. Conocimiento digital: Capacidad para desenvolverse profesional y personalmente en la economía digital.
2. Gestión de la información: Capacidad para buscar, obtener, evaluar, organizar y compartir información en contextos digitales.
3. Comunicación digital:- Capacidad para comunicarse, relacionarse y colaborar de forma eficiente con herramientas y en entornos digitales.

4. Trabajo en red: Capacidad para trabajar, colaborar y cooperar en entornos digitales.
5. Aprendizaje continuo: Capacidad para gestionar el aprendizaje de manera autónoma, conocer y utilizar recursos digitales, mantener y participar de comunidades de aprendizaje.
6. Visión estratégica: Capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de su organización.
7. Liderazgo en red: Capacidad para dirigir y coordinar equipos de trabajo distribuidos en red y en entornos digitales.
8. Orientación al cliente: Capacidad para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en contextos digitales.

La transformación digital no es un tema tecnológico sino una cuestión de visión, estrategia, cultura organizativa y rediseño de procesos. Es ser capaces de superar con éxito el reto de la gestión del talento en tiempos de redes. De ahí la importancia de los líderes y los profesionales, y su desarrollo profesional y el papel protagonista que deben desempeñar los equipos directivos en el impulso inicial y en el apoyo posterior y mantenimiento de esa transformación.

La transformación digital es una responsabilidad compartida, pero es sobre todo responsabilidad de los equipos

directivos adquirir un fuerte compromiso a la hora de impulsar el desarrollo interno de la cultura digital y de estas competencias digitales. El desafío digital exige a las organizaciones el desarrollo de una nueva cultura empresarial soportada sobre un conjunto de nuevas competencias caracterizadas por el papel protagonista de lo digital y que se desarrollan a través de la colaboración y la construcción de redes.

2.2.5 LÍDER:

✓ Definición:

Según UGARTE PAREJA, Darío (2003), el líder “es la persona que estimula una influencia especial en el grupo, con la finalidad de alcanzar metas que responden a las necesidades e intereses del grupo” para serlo, esa persona requiere habilidades comunicativas y saber establecer relaciones interpersonales encaminadas a lograr el compromiso y la participación voluntaria de cada miembro para alcanzar los objetivos de determinada organización.

Tuleja (2002) lo define como “la persona capaz de influir sobre los demás, obteniendo su seguimiento, motivación y disposición”. Por su parte, Carrasco Esquivel (2006) un líder es “aquella persona que posee la habilidad para influir sobre los miembros de un grupo para alcanzar los objetivos planteados de cualquier otra institución”

Burns (1987). Opina que el líder es transaccional en la mayoría de los casos, simplemente cambia la seguridad y un ambiente de trabajo agradable, por la dirección de la escuela y esto satisface en gran medida a los maestros y alumnos.

El líder es aquella persona que es capaz de influir en los demás. Es una persona que mira al largo plazo, que marca unos objetivos muy ambiciosos para la organización y que consigue ilusionar a su equipo en la búsqueda de los mismos.

El líder, sin disponer necesariamente de esta autoridad jerárquica, tiene también capacidad de decidir la actuación del grupo en base a la influencia que ejerce, que viene determinada por la "autoridad moral" que ejerce sobre el resto del equipo. A los miembros del grupo les inspira confianza saber que al frente del mismo se encuentra el líder.

Lo que caracteriza al líder es su habilidad para conducir equipos. Consigue que cada miembro trabaje y aporte lo mejor de sí mismo en la lucha por alcanzar un objetivo común (sea ganar el campeonato, mejorar los resultados, ganar las elecciones políticas, etc.). Además de esta capacidad innata para gestionar equipos, el líder se caracteriza también por su visión de futuro.

Líder es la persona que siente en su psiquis, conciencia, y moral la responsabilidad de participar en la búsqueda de soluciones a los problemas que afectan a su medio o a comunidad. Cuando asume una responsabilidad lo hace con toda seriedad, entrega y desprendimiento, trazándose objetivos claros y definiendo metas concretas así como la estrategia correspondiente.

Consigue así que las personas se identifiquen con las metas marcadas, que las hagan propias y luchen por ellas con todo el empeño. Una vez que el líder tiene definida su visión de futuro, luchará con auténtica pasión para lograr los objetivos.

El líder representa para el resto del grupo un auténtico ejemplo de dedicación, de entusiasmo y de coraje.

Los líderes están en las aulas, y hay que descubrirlos. En un estudio realizado por Jhon Maxwell, se encontró que el 10% de los líderes revelan su liderazgo como resultado de una cualidad natural, el 5% como resultado de una crisis, y el 85% por la influencia de otro líder (1998, 133)

De acuerdo con WOYACH, Robert (2003), en su libro "Preparándose para el liderazgo", los líderes aprenden las destrezas de liderazgo como consecuencia de una necesidad y por carecer de ellos.

✓ **Características de un líder:**

Un verdadero líder se caracteriza por:

- Asumir a cabalidad su responsabilidad, ante un fracaso no echa la culpa a otros.
- Su inteligencia, iniciativa y creatividad.
- Actuar con humildad, audacia y energía.
- Actuar con honestidad y transparencia.
- Actuar con imparcialidad y equilibrio entre el rigor y la suavidad.
- Su desprendimiento y entrega a la responsabilidad que asume
- Cumplir a cabalidad su palabra, tener la credibilidad
- Actuar con estrategia, serenidad, decisión, y optimismo.
- Hacer posible lo imposible, no tira la toalla ante las dificultades
- Dar el ejemplo; practica lo que decides.
- Ser ambicioso en sus objetivos y metas
- Estar proyectándose siempre en el futuro, mira más allá
- Infundir confianza, seguridad y respeto a su gente
- Tener poder de persuasión y convencimiento
- Estar dispuesto a dar la vida por sus objetivos y por su gente
- Sabe reconocer sus errores y fracasos
- Cultivar con intuición, la fe y la esperanza

- Creer en la existencia de un ser superior, Dios.
- Guardar siempre reservas para el final
- Tener don de servicio, no es egoísta
- Saber dar órdenes, fijando objetivos claros y definidos
- Disfrutar de su trabajo emprendido
- Dejar actuar con independencia a su gente
- Saber escuchar y aceptar sugerencias
- Conocer sus limitaciones
- Ser minucioso y no dejar nada al azar
- La mente de un líder siempre está trabajando, aun cuando su cuerpo este descansando.
- Saber avanzar, retroceder e ir incluso contra la corriente.
- Saber cómo ubicar a cada persona de su grupo en la posición adecuada dentro del equipo, en busca de los objetivos trazados
- Saber aprovechar las aptitudes de la gente, incluso las superiores a la suya, y actuar como verdadero hermano y maestro con la gente.

✓ **Perfil del líder:**

LÓPEZ; Alejandra (2006) señala que para ser un líder se debe contar con las siguientes capacidades:

- Capacidad de fijar metas y alcanzarlas.

- Capacidad de dar crédito a otros por sus contribuciones personales.
- Capacidad de aceptar la responsabilidad personal.
- Capacidad para encontrar y utilizar los recursos adecuados para llevar a cabo una tarea.
- Capacidad para evaluar el grado de éxito y de fracaso.
- Capacidad de convertir cada situación en una experiencia útil.
- Capacidad de entender el uso del poder.
- Capacidad para tener una fuerza impulsora hacia la realización personal sin ser egoísta o codicioso.
- Capacidad de mirar el presente en una forma realista y soñar y planear realizaciones futuras.
- Capacidad de mantener un equilibrio entre los aspectos físicos, espirituales y emocionales de la vida.
- Capacidad de pensar en proyectos y metas que engendren una vida mejor para todos los interesados.
- Capacidad de entender que la forma de manejar una situación es mucho más importante que la información de hechos para lograr buenos resultados.
- Deseo constante de saber y entender más acerca de todo

FLORES, ORTEGA; Nelly (2005) en su monografía "Liderazgo", resalta el perfil del líder en que debe de tener la siguiente capacidad:

- Capacidad para descubrir los puntos débiles y fuertes de uno mismo y de los demás.
- Capacidad de fijar metas y alcanzarlas.
- Capacidad de dar crédito a otros por sus contribuciones personales.
- Capacidad de aceptar la responsabilidad personal.
- Capacidad para encontrar y utilizar los recursos adecuados para llevar a cabo una tarea.
- Capacidad para evaluar el grado de éxito y de fracaso.
- Capacidad de convertir cada situación en una experiencia útil.
- Capacidad de entender el uso del poder.
- Capacidad para aceptar una posición de poder sin renuencia o celo.
- Capacidad para tener una fuerza impulsora hacia la realización personal sin ser egoísta o codicioso.
- Capacidad de mirar el presente en una forma realista, soñar y planear realizaciones futuras.
- Capacidad de mantener un equilibrio entre los aspectos físicos, espirituales y emocionales de la vida.
- Capacidad de pensar en proyectos y metas que engendren una vida mejor para todos los interesados.

- Capacidad de entender que la forma de manejar una situación es mucho más importante que la información de hechos para lograr buenos resultados.
- Deseo constante de saber y entender más acerca de todo.
- Capacidad de distinguir la verdad, las buenas intenciones y la dura realidad.
- Capacidad para entender que las metas y los deseos de uno, con frecuencia son más complejas, que aquellas que se están dirigiendo.

BOFILL. Roberto (2000) Intenta, escuetamente, esbozar el Perfil del Líder:

- Inteligencia, es la vía que hay que seguir para ordenar, enseñar y actuar como moderador.
- Carácter, es en lo moral, el equivalente a los músculos vigorosos del atleta, que nos conducen al éxito. Es el motor que impulsa, fuerza que nos lleva hacia el objetivo. Es esencial en la aptitud de líder.
- Abnegación, es la que se necesita en mayor grado. Es la fuerza pasional que va a incitarnos sin descanso a alcanzar la meta para consagrarse a la causa, con abstracción de intereses.
- Subordinación, es un deber del hombre libre, no servilismo. Debe ser obligación lealmente aceptada.

Los leones no están a nuestro servicio, ellos como nosotros, estamos "en el servicio".

- Entusiasmo, para brindarse a los nobles postulados del grupo. Es la chispa que contagia a cuanto le rodea e incita a la acción.
- Poder De Comunicación, para dominar el mensaje, poner su sentimiento en el concepto o mensaje que transmite y para vivir el proceso de la comunicación con la acción y conducta. Se habla con nuestras acciones como con nuestra palabra.
- Comprensión, saber comprender es privilegio de pocos y el líder debe procurar lograr un alto grado de solidaridad. Valorar el capital humano que dirige y da importancia a cada integrante.
- Elimina el "YO" para desarrollar el sentimiento de "NOSOTROS"

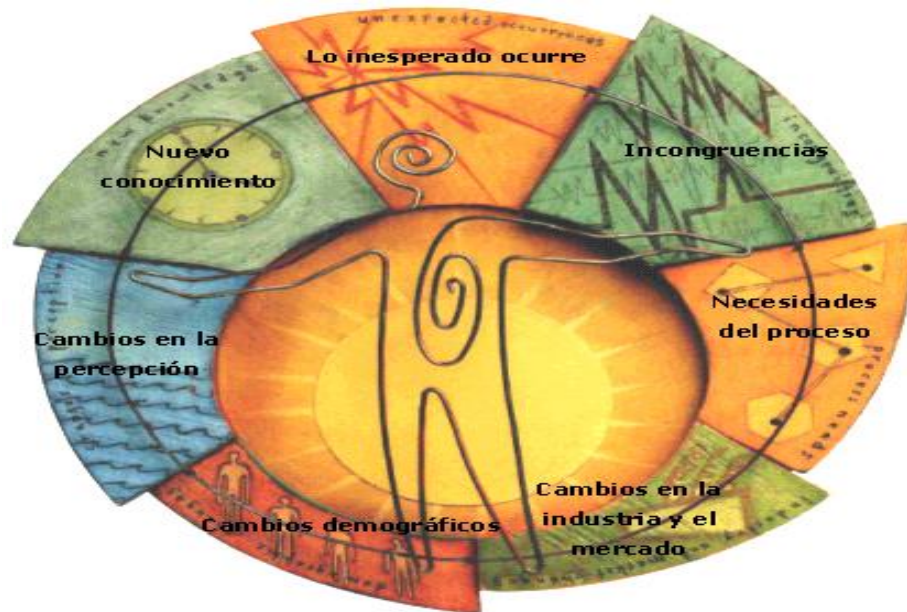
2.2.6. OPORTUNIDAD DE INNOVAR

Drucker (2002, Mayo) sostiene que la mayoría de innovaciones, especialmente las que tienen éxito, son resultado de una intensa y consiente búsqueda de oportunidades para la innovación.

Raramente la innovación proviene de destellos de inspiración, esto no quiere decir que no sea posible que esto suceda, pero las innovaciones que tienen verdadero éxito son producto de un análisis frío de las oportunidades que se presentan para poder innovar

Según Drucker, existen 7 tipos de oportunidades, de las cuales 4 se encuentran en áreas dentro de la empresa o industria y las otras tres fuentes de innovación se encuentran fuera de la compañía, en su ambiente intelectual y social. Todas estas oportunidades tienen un común denominador que es el ser humano que se coloca al centro como eje principal alrededor del cual giran las oportunidades. (ver cuadro N° 02)

**CUADRO N° 01.
LAS OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN**



Fuente: Drucker (2002, agosto) "The Discipline of Innovation"

Oportunidades dentro de la empresa o industria.

- Lo inesperado ocurre.

Esta oportunidad está ligada a los cambios que se dan repentinamente dentro de las sociedades:

- Las modas, nuevas necesidades como

cambios de alimentación, de situación económica, etc.

- También la redefinición de productos se encuentra dentro de esta oportunidad.
- Darle un nuevo valor a productos que lo han perdido.

- **Incongruencias.**

La oportunidad de innovar puede encontrarse en incongruencias, solo es cuestión de observar.

A veces los productos que han sido diseñados para un fin no tienen el éxito esperado, una redefinición del producto o vacíos en el mercado pueden hacer la diferencia.

- **Necesidades del proceso.**

Cuando los procesos de producción necesitan adaptarse se obtiene una innovación.

A veces el mismo proceso lo demanda porque los equipos tiende a volverse obsoleto, por tanto es necesario hacer adaptaciones del equipo y del proceso, ya sea para hacer más eficiente o producir más volumen.

De esta oportunidad surgen la mayor parte de las innovaciones tecnológicas.

- **Cambios en la industria y el mercado.**

La oportunidad más obvia de todas. Los cambios producen grandes oportunidades para innovar.

Está ligada a las nuevas tendencias de los consumidores y las nuevas corrientes ideológicas que surgen en el entorno empresarial.

Con esta oportunidad han surgido innovaciones sociales como los alimentos congelados y listos para cocinar y el microondas, además de innovaciones en gestión de procesos como la producción más limpia y el eco diseño.

Oportunidades fuera de la empresa

- **Cambios demográficos.**

Los gerentes han sabido por mucho tiempo que la demografía importa pero siempre han creído que cambia despacio, pero en este siglo las cosas no son así.

Se pueden encontrar oportunidades para innovar en el cambio de número de personas y su distribución por edad, ocupación, educación y localización geográfica.

La mayoría de la población en los países latinoamericanos está compuesta por jóvenes.

Esto quiere decir que un bien o servicio diseñado para esta población y que sea aceptado es una innovación social exitosa.

En los últimos años se han venido mostrando tendencias por ciertos productos, más que todo aquellos que son promocionados por personajes notables del deporte o del mundo artístico.

- **Cambios en la percepción.**

Aquí entra en juego aquel juego psicológico de ver el vaso medio lleno medio vacío.

Cambiar la perspectiva de los gerentes en ver los vasos medio llenos pueden abrir una gran oportunidad para innovar.

- **Nuevo conocimiento.**

En el siglo XXI los cambios tecnológicos se están dando a pasos agigantados, es necesario estar actualizados en las nuevas tendencias del conocimiento, los nuevos descubrimientos e incluso ser uno mismo el que va más allá de lo conocido.

Dentro de esquema se encuentran las mejores oportunidades para innovar.

2.2.7 LA PROVINCIA DE PASCO.

Está situada en la parte suroccidental del departamento homónimo. Limita por el norte con la Provincia de Ambo (Departamento de Huánuco); por el este con la Provincia de Oxapampa; por el sur con las provincias de Junín y Yauli (Departamento de Junín); por el oeste con las provincias de Oyón, Huaura y Huaral (Departamento de Lima); y, por el noroeste con la Provincia de Daniel Alcides Carrión.

Fue creada mediante Ley 10032 el 27 de noviembre de 1944, con su capital Cerro de Pasco, en el gobierno del Presidente Manuel Prado y Ugarteche.

La provincia tiene una extensión de 4 758,57 kilómetros cuadrados. Cuenta con una población aproximada de 151, 000 habitantes

Se divide en trece distritos:

Chaupimarca

Huachón

Huariaca

Huayllay

Ninacaca

Pallanchacra

Paucartambo

San Francisco de Asís de Yarusyacán

Simón Bolívar

Ticlacayán

Tinyahuarco

Vicco

Yanacancha

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:

-APTITUD.- Suficiencia o idoneidad para obtener y ejercer un empleo, capacidad y disposición para el buen desempeño o ejercicio de un negocio, industria, arte, etc.

-CAMBIO.- es un proceso, una acción o un efecto en la cual se altera el estado estable de algo. Cuando se asocia al verbo cambiar también puede significar una sustitución o reemplazo de algo o alguien.

-CAPACITACIÓN.- Es la adquisición de conocimiento y el mejoramiento de aptitudes, capacidades, rendimientos y condiciones naturales de una persona, así como el desarrollo de sus creencias y valores que forman parte de su comportamiento.

-COMPETITIVIDAD.- La palabra competitividad puede definirse de muchas maneras, dependiendo del contexto en que se mencione, por ejemplo Ivancevich, et al (1997, p.5) lo define como:

"La medida en que una nación, bajo condiciones de Mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun aumentando al mismo tiempo la renta real de sus ciudadanos". -Pero el mismo Ivancevich et al, menciona que en esta definición, puede sencillamente cambiarse la palabra nación por organización y ciudadanos por propietarios.

-Desde el contexto individual, puede decirse que el fin de la competitividad es hacer del hombre un mejor empresario, porque de nada sirve producir bienes y servicios, si estos no se pretenden insertar de una forma exitosa en un mercado.

-COORDINACIÓN.- Es la sincronización ordenada de los esfuerzos individuales, en lo que respecta a su magnitud, tiempo y dirección; de modo que se emprenda una acción unificada hacia un objetivo propuesto.

-DESARROLLO INTEGRAL.- Proceso de transformación de estructuras, de los procedimientos y de las actitudes de carácter educativo, moral, político, socio cultural y económico de un país, institución o empresa para alcanzar sus objetivos.

-GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN.- En la actualidad es necesario valerse de todas las armas necesarias para luchar en un campo de batalla donde las trincheras se componen de bienes y servicios parecidos o iguales a los que nuestras empresas ofrecen.

-Existen herramientas que ayudan a mejorar o a reinventar estas trincheras. Una de estas herramientas es la gestión de la innovación, que comprende una serie de pasos e instrumentos, como la creatividad, para llegar a desarrollar ideas nuevas y exitosas que logran dar el empuje necesario para fortalecer estas trincheras, incluso para ganar la batalla.

-La gestión de la innovación tiene como principal objetivo establecer nuevas fronteras, abastecer nuevos mercados y crear nuevas trincheras para combatir en la dura guerra de los mercados.

-Más adelante se explicará con más detalle la gestión de la innovación.

-INNOVACIÓN.- Innovación es un cambio que supone una novedad. Esta palabra procede del latín *innovatio*, *-ōnis* que a su vez se deriva del término *innovo*, *-are* ('hacer nuevo', 'renovar'), que se forma con *in-* ("hacia dentro") y *novus* ("nuevo"). Algunos términos que tienen un significado similar son: "reforma", "renovación" y "cambio novedoso".

-INNOVACIÓN EMPRESARIAL.- En el mundo empresarial, la innovación es uno de los elementos que se tienen en cuenta a la hora de tener éxito comercial. El concepto de innovación empresarial puede hacer referencia a la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado y también a la organización y gestión de una empresa.

-En ocasiones los productos o servicios comercializados no suponen un cambio en sí, ya que la novedad puede consistir en un nuevo enfoque a productos ya existentes.

-La innovación empresarial puede suponer una renovación de productos o de la propia empresa, generalmente actualizándose a las demandas del mercado. En muchos casos, el éxito de una empresa depende del grado de innovación, debido a que esta característica puede ser el rasgo distintivo que le haga tener éxito.

-INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.- El campo de la tecnología se caracteriza por un continuo avance. La innovación, por lo tanto, es una de las características de la tecnología que supone la creación de nuevos dispositivos en muchos casos a partir de la modificación de elementos ya existentes. La introducción de nuevos cambios permite la creación de nuevos

productos. Algunos ejemplos de innovación tecnológica pueden ser algunos dispositivos electrónicos como los teléfonos móviles de última generación.

-INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD.- En muchos casos, la innovación está fuertemente unida a la creatividad, el descubrimiento y la invención. Para realizar un cambio que suponga introducir algo nuevo es necesario un proceso creativo. En ocasiones, la creatividad representa una variación de algo ya existente. Puede producirse, por ejemplo, mediante una asociación de ideas. Los conceptos de innovación y creatividad se dan en diversos ámbitos como en la industria, la empresa, la educación y el arte.

-LIDERAZGO.- El liderazgo es representativo en la medida que incorpora las necesidades y los intereses de un colectivo. La persona que ejerce ese liderazgo representativo puede ser elegida o puede ser quien tome la iniciativa y reciba. El respaldo de sus compañeros y compañeras, Según Cornejo, Miguel (2004) "lo que define liderazgo de una persona es como conduce o representa a un colectivo".

(Davis y Newstrom, 1991) señalan que liderazgo "Es el proceso de motivar y ayudar a los demás a trabajar con entusiasmo para alcanzar objetivos "; además, Kotter j.p., 1988."... el proceso de llevar a un grupo (o grupos) en una determinada dirección, fundamentalmente por medios no coercitivos. Un liderazgo eficiente lo definimos como aquel que produce un movimiento hacia el logro de lo que es mejor, a largo plazo, para el grupo(s)"

Un elemento común que tienen estas y otras definiciones es que los líderes requieren de otras personas para poder serlo, por ello se dice que los líderes tienen la capacidad para inspirar y guiar a individuos o grupos.

Kotter, Jhon (1988) en su obra “The leadership factor”, dice que el liderazgo se caracteriza por lo siguiente:

-Concebir una visión de lo que debe ser la organización y generar las estrategias necesarias para llevar a cabo la visión.

-Lograr un “network” cooperativo de recursos humanos, lo cual implica un grupo de gente altamente motivada y comprometida para convertir la visión en realidad.

-LÍDERES DE VISIÓN.- Es la persona que toma distancia ante un problema, sale de la rutina y se concentra en el futuro. El líder de visión, digamos: es como un deportista que practica el salto con garrocha, llevando a la institución a nuevos niveles competitivos.

-LOS NUEVOS SISTEMAS TECNOLÓGICOS Y SUS INTERACCIONES.-

El surgimiento de innovaciones particulares no es un fenómeno aleatorio. Las tecnologías se interconectan y tienden a aparecer en la vecindad de otras innovaciones (Schumpeter, 1939, 167). Tampoco evolucionan de manera aislada. La innovación suele ser un proceso colectivo que va involucrando cada vez a nuevos agentes de cambio: proveedores, distribuidores y muchos otros, hasta incluir a los consumidores. Las interacciones tecno económicas y sociales entre productores y usuarios tejen redes dinámicas complejas a las que Schumpeter se refirió como conglomerados (clusters). Más aún, las grandes innovaciones tienden a inducir el surgimiento de otras, en la medida en que demandan innovaciones complementarias aguas arriba y aguas abajo, al igual que facilitan imitaciones, incluyendo las alternativas en competencia.

-MYPE.- Se define como MYPE a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

MICRO EMPRESA:

-Desde 1 trabajador hasta 10 trabajadores. Inclusive

-Con ventas anuales hasta un máximo de 150 UIT (607,500.00 nuevos soles).

PEQUEÑA EMPRESA:

- Desde 1 trabajador hasta 100 trabajadores inclusive

- Ventas anuales a partir de 150 UIT hasta 1,700 UIT (6'885,000.00 nuevos soles).

-PLAN.- Es el instrumento de la planificación, que comprende una estructura de operaciones a realizar, ordenadas de una manera coherente, coordinada y además implementada con los recursos disponibles.

-PREVISIÓN.- Es uno de los elementos más importantes del proceso administrativo; consiste en la determinación, técnicamente realizada, de lo que se desea lograr por medio de un organismo social, y la investigación y valoración de cuáles serán las condiciones futuras en que dicho organismo habrá de encontrarse, hasta determinar los diversos cursos de acción posibles.

-PRODUCTIVIDAD.- Es la relación que existe entre los medios puestos en práctica y los resultados obtenidos. Por consiguiente, cuanto más bajas es la relación, la productividad será mayor.

-UNIDAD IMPOSITIVA TRIBUTARIA (UIT), cuyo monto que fue aprobada por el actual Gobierno asciende a S/4,050, el cual rige desde el 1 de enero del 2017 según Decreto Supremo N°353-2016-EF, publicado en las Normas Legales del diario El Peruano.

El referido Decreto Supremo señala:

“Durante el año 2017, el valor de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) como índice de referencia en normas tributarias será de Cuatro Mil Cincuenta y 00/100 Soles (S/ 4 050,00)”.

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

En mérito a los propósitos del estudio el tipo de investigación, reúne las condiciones metodológicas de una investigación aplicada, ya que se utilizaron conocimientos de las Ciencias Administrativas y estuvo sujeto a recopilar experiencias mediante instrumentos estadísticos contrastados, a fin de aplicarlos a la innovación del líder en épocas de cambios tecnológicos y económicos en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) de la Provincia de Pasco-2016. Conocidos e inventariados dentro de lo que son las empresas legalmente constituidas o formales y las empresas no constituidas o informales existentes en la Provincia de Pasco , en sus 13 Distritos.

3.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Según su naturaleza o profundidad del tema elegido concierne a una investigación descriptiva, es decir que describimos situaciones y eventos de cómo se manifiesta determinados fenómenos en cuanto a innovación del líder en épocas de cambios tecnológicos y económicos, ya que se buscó especificar los resultados más importantes del análisis.

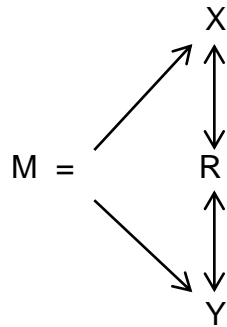
3.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 MÉTODO DESCRIPTIVO

El estudio concuerda con el enfoque descriptivo que tiene por objeto identificar, clasificar, relacionar y delimitar las variables que operan en el proceso de investigación.

3.2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para investigar disponemos de un diseño no experimental esta será dividida en transversal y diseños longitudinales. Cada una estas divisiones presentan a su vez otras subdivisiones. Posee sus características propias, y la elección del diseño específico que se va seleccionar; depende de los objetivos que nos hemos trazado, de las preguntas planteadas, del tipo de estudio a realizar y de las hipótesis formuladas.



Donde = M = Muestra
 X = Variable Independiente.
 Y = Variable Dependiente
 R = Relación.

3.3. UNIVERSO Y MUESTRA

3.3.1. UNIVERSO DEL ESTUDIO

El universo poblacional es el conjunto de individuos de los que se desea conocer mediante las respuestas a las interrogantes formuladas para el caso. Esta población está conformada por los líderes de las micro y pequeñas empresas de la provincia Pasco.

3.3.2. UNIVERSO SOCIAL

El universo social está conformado por líderes, propietarios, gerentes, directivos y trabajadores de las Micro y Pequeña Empresas de la provincia de Pasco, están comprendidos en dicho estudio la población social sin discriminación de sexo, credo, política u otros. Dicho universo, según datos obtenidos del Ministerio de la Producción a enero

del 2016, son 9,525 Micro y 324 Pequeñas Empresas en la Región Pasco.

3.3.3. UNIDAD DE ANÁLISIS

Nuestra unidad de análisis son todos los líderes de las micro y pequeñas empresa de la Provincia de Pasco, sujetos a la presente investigación, y que según datos obtenidos del Ministerio de la Producción a enero del 2016, son 6,308 MYPES en la Provincia de Pasco.

3.3.4. MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

Siendo sustancial obtener datos cualitativos y cuantitativos de validez científica, es preciso determinar muestras en estratos de jerarquía administrativa, tratando en lo posible evitar errores muestrales de consideración.

Se aplica la fórmula de E.J. Davis.

FORMULA:

$$E.E = \sqrt{\frac{p \cdot q}{n}}$$

DONDE:

EE = Error estándar

n = Tamaño de la muestra

p = Porcentaje de la población que se aproxima al enunciado de nuestra hipótesis.

q = Porcentaje de la población que no se aproxima al enunciado de nuestra hipótesis.

DATOS PROPUESTOS

$$EE = 0.05$$

$$p = 0.3$$

$$q = 0.8$$

$$n = ?$$

APLICANDO LA FORMULA

$$0.05 = \sqrt{\frac{0.3 \times 0.8}{n}}$$

$$0.05^2 = \left[\sqrt{\frac{0.3 \times 0.8}{n}} \right]^2$$

$$n (0.05)^2 = 24$$

$$n = \frac{0.24}{0.0025}$$

$$n = 96$$

El tamaño muestral es 96; implica que se aplicaran encuestas a los líderes de la empresa privada y empresa pública respectivamente.

3.4 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

3.4.1 HIPÓTESIS GENERAL

A mayor innovación del líder en época de cambios tecnológicos y económicos, se optimiza más la gestión de las MYPES de la Provincia de Pasco.

3.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- a). La innovación del líder de las MYPES de la provincia de Pasco, mejora la competitividad de sus colaboradores
- b). A mayor desarrollo del líder en mecanismos de innovación, se logran mayores cambios tecnológicos y económicos en las MYPES de la Provincia de Pasco.
- c). La capacitación en innovación y liderazgo de los colaboradores, optimiza la gestión de las MYPES de la Provincia de Pasco.

3.5. IDENTIFICACION DE VARIABLES

X = VARIABLE INDEPENDIENTE

Innovación del líder

Y = VARIABLE DEPENDIENTE

Gestión de las MYPES

3.6. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE	INDICADOR	SUB INDICADORES
X= Innovación del líder	Cambios tecnológicos Cambios económicos	Tradicional – moderna Bastante, poco, nada
Y= Gestión de las MYPES	Nivel de Capacitación Nivel de coordinación Nivel de competitividad Nivel de Productividad Gestión Financiera	Alta, media, baja Alta, media, baja Alta, media, baja Buena, regular, mala Buena, regular, mala

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

TECNICAS	INSTRUMENTOS
Observación	Fichas o formularios de observación
Entrevista	Esquema de entrevista
Encuesta	Cuestionario de encuesta
Dinámica de grupos	Grupos

3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.

Para nuestra investigación usaremos la tabulación de datos estadísticos y la técnica del análisis de correlaciones, por ser ésta una técnica de análisis datos estadísticos. Que nos sirve para determinar si existe una relación entre nuestras dos variables cuantitativas diferentes y cuan fuerte es esa relación entre nuestras variables.

Así mismo lo presentaremos a través de la interpretación con cuadros estadísticos.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS.

4.1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.

Luego de haber identificado nuestra muestra, se procedió a recabar la información teniendo como principal fuente a nuestros instrumentos previamente establecidos los mismos que sirven para poder analizar nuestras dos variables, de los instrumentos de recolección que utilizamos en primer lugar fue importante la identificación de nuestros informantes que tal como se estableció fue de 96 personas, de acuerdo a la cantidad de MYPES de cada distrito, que previamente se identificó, teniendo en consideración el tamaño e importancia que la misma tiene dentro de nuestra provincia y en segundo lugar la cantidad de habitantes de cada distrito y la importancia que la misma representa para nuestra investigación.

Después se procedió a recoger los datos (cuestionarios) acorde a nuestro cronograma previamente establecido, para posteriormente proceder a tabular los mismos (trabajo de gabinete),

encontrando los resultados que lo presentamos en los siguientes cuadros y figuras, que a continuación detallamos.

4.2. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS.

En los cuadros y gráficos siguientes ponemos a consideración los resultados obtenidos en las encuestas, que fueron contestadas por quienes conformaron nuestra muestra para el presente estudio, del mismo modo le damos una interpretación a dichos resultados obtenidos.

4.2.1. SOBRE EL GRADO DE INSTRUCCIÓN Y GÉNERO DE LOS LÍDERES DE LAS MYPES DE PASCO,

Para poder analizar con mayor profundidad nuestra variable materia de estudio, procedimos a recoger los datos acerca del grado de instrucción y el género que tienen los líderes de las MYPES de la provincia de Pasco, los resultados los presentamos en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 02

GRADO DE INSTRUCCIÓN Y GÉNERO

GRADO DE INSTRUCCIÓN Y GÉNERO						
GENERO	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
Grado de Instrucción	cantidad	%	cantidad	%	cantidad	%
Primaria	1	0.96	0	0	1	0.96
Secundaria	6	6.3	11	11.5	17	17.8
Técnica	11	11.5	14	14.52	25	26.02
Superior inconcluso	15	15.6	13	13.6	28	29.2
Superior	9	9.37	16	16.65	25	26.02
TOTAL	42	43.73	54	56.27	96	100

Fuente: Investigación propia

Interpretación.- Si nos remitimos al cuadro N° 01 sobre el grado de instrucción y género, en lo que se refiere al género femenino debemos manifestar que de cada 96 personas encuestadas, solo una tiene educación primaria que representa el 0.96%, 6 encuestadas cuentan con educación secundaria lo que viene a ser el 6.3%, 11 educación técnica que representa el 11.5%, 15 con educación superior inconclusa que representa el 15.6% y 9 que es el 9.37% con educación superior. Lo que nos demuestra que una gran mayoría de mujeres que lideran las MYPES en nuestra provincia abandonaron o no concluyeron sus estudios superiores. Lo cual es un porcentaje bastante considerable y que seguramente debe ser materia de otro estudio del porque abandonaron su carrera profesional universitaria.

Mientras que los del sexo masculino: ningún líder encontramos con educación primaria, un 11.5% cuenta con educación secundaria, 14.5% estudiaron nivel técnico, un 13.6% nos manifiesta que abandonaron sus estudios superiores lo cual es representa un alto porcentaje y un 16.6% terminaron sus estudios superiores.

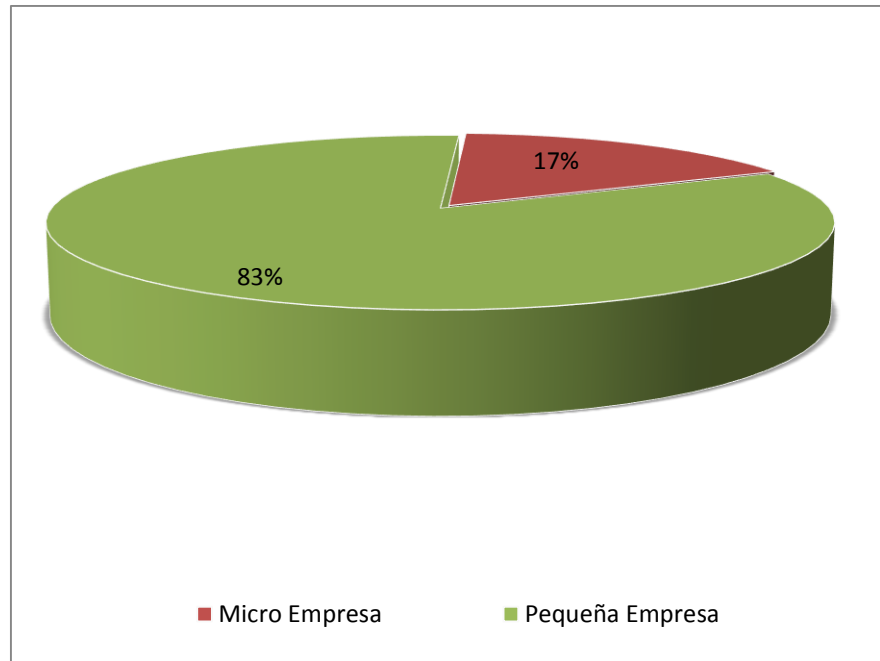
Si analizamos los totales lo que más nos llama la atención es que un 29.2% de quienes lideran la PYMES de la provincia de Pasco, abandonaron los estudios superiores lo cual representa el porcentaje más alto de nuestra encuesta, consideramos que esto es sumamente preocupante y como lo manifestamos líneas arriba, debe ser materia de un estudio.

4.2.2. SOBRE LA CLASE DE EMPRESA

Para poder tener elementos de análisis acerca del conocimiento de nuestros encuestados sobre la clase de empresa que dirigen y concordarlos con los datos que se manejan, procedimos a recoger la información necesaria y que se muestra en el grafico siguiente.

GRAFICO N° 1

¿CÓMO CONSIDERA A SU EMPRESA?



Fuente: Elaboración propia.

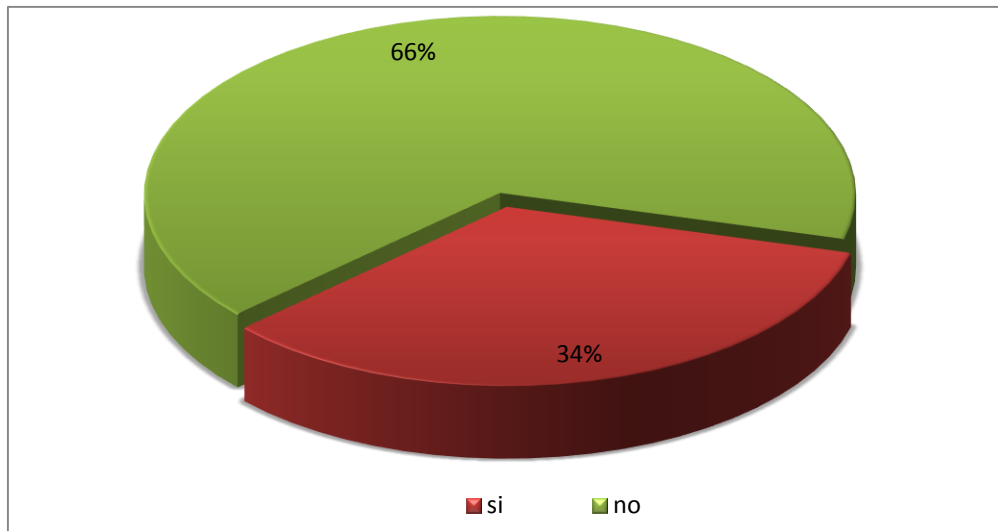
Tal como podemos apreciar en el grafico N° 1, el 83% de los encuestados considera que su empresa es una Micro empresa, frente a un 17% que manifiesta que es una pequeña empresa.

4.2.3. SOBRE SI CONOCE LA DIFERENCIA ENTRE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.

Consideramos importante realizar este análisis, para poder tener una base, acerca de lo que nuestros informantes conocen de lo que es una micro o pequeña empresa.

GRAFICO N°2

¿CONOCE LA DIFERENCIA ENTRE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA?



Fuente: Elaboración Propia

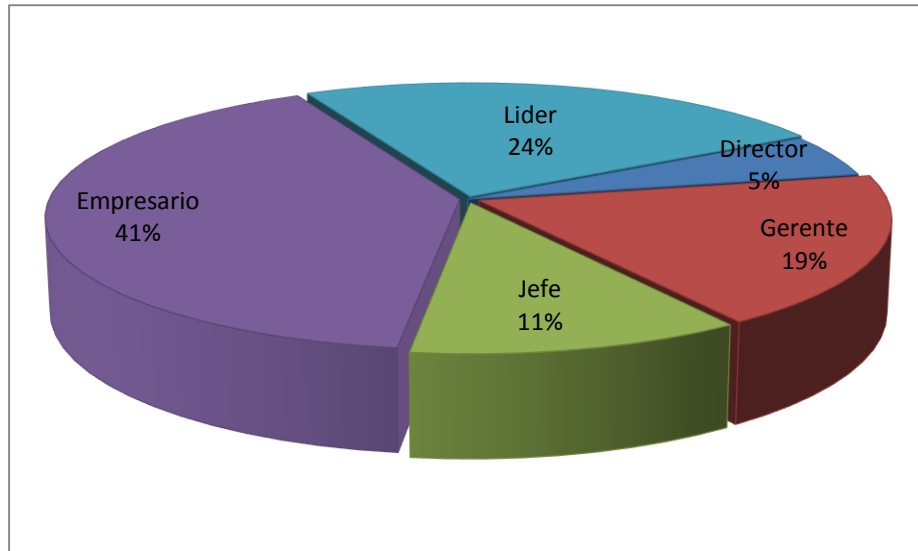
Un 66% de nuestros informantes nos manifiestan que si conocen la diferencia entre lo que es una micro empresa y una pequeña empresa, frente a un 34% que no conoce la diferencia, lo cual pensamos que es un porcentaje bastante alto, ya que consideramos que un líder debe estar al tanto de esta información, lo que queda pendiente es saber cuánto conocen de las nuevas normas recientemente dadas por el actual gobierno en uso a la delegación de facultades otorgadas por el Congreso.

4.2.4. SOBRE CUÁL CREE QUE ES SU CARGO ACTUAL.

Este dato es fundamental para el desarrollo de nuestra investigación, ya que una de nuestras variables es innovación del líder, los resultados son los siguientes:

GRAFICO N°3

¿CUÁL CONSIDERA QUE ES SU CARGO?



Fuente: Elaboración Propia

Un 24% de nuestros encuestados se considera un líder dentro de su empresa, lo que nos parece fundamental para la investigación que realizamos, el otro dato importante es que un 41% se considera un empresario lo cual demuestra que nuestra población ya no está a la caza de puestos de trabajo, sino que por el contrario busca generar su propia fuente de trabajo y también el de generar más puestos lo cual redundará en nuestra economía local y de la provincia de Pasco, ya que en años anteriores se buscaba ingresar a alguna empresa, especialmente minera por razones ya conocidas, existe un 19% que se considera gerente, término que quizá más se acomoda a la pequeña empresa, tan solo un 11%

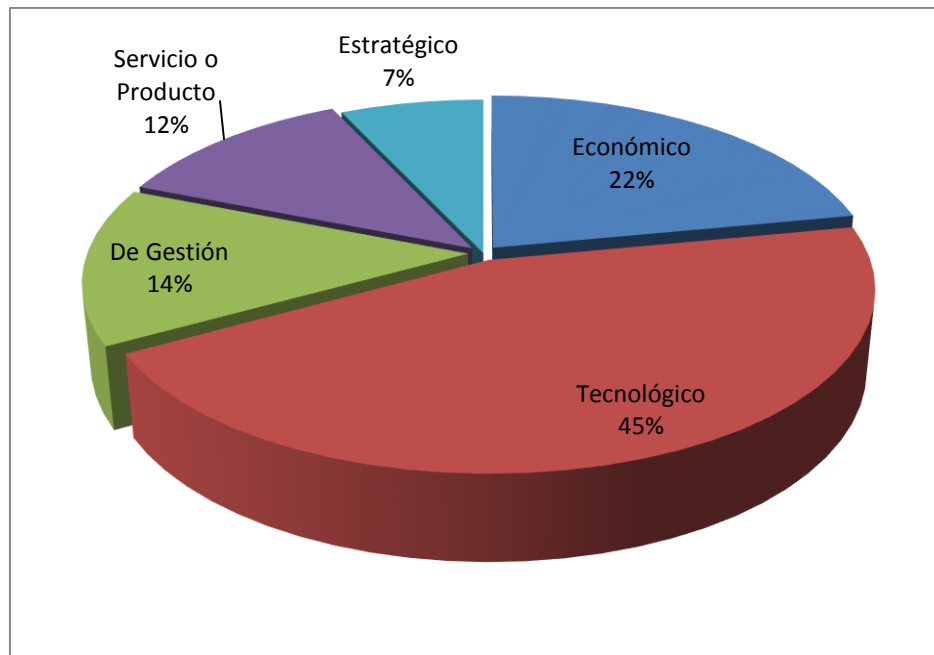
creo todavía ser jefe, termino ya desfasado y solo un 5% se considera director.

4.2.5 IDENTIFIQUE EL ¿QUÉ CREE USTED QUE ES EL MÁS IMPORTANTE CAMBIO PARA LOGRAR MAYOR COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN LA PROVINCIA DE PASCO?

El acelerado desarrollo científico-técnico y social que se vive en los actuales momentos, donde los cambios son cada vez más acelerados, hace que se torne muy complejo para el mundo empresarial lograr ventajas competitivas en los mercados y es la innovación la que tiene que ver con el factor tecnológico, el que representa un medio mediante el cual nuestras empresas tratan de adaptarse a las incertidumbres y los cambios tecnológicos y económicos por el que vivimos, por lo enunciado es que formulamos esta pregunta y cuyos resultados, son los que detallamos.

GRAFICO N°4

¿CUÁL CREE QUE ES EL MÁS IMPORTANTE CAMBIO PARA LOGRAR MAYOR COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN PASCO?



Fuente: Elaboración propia.

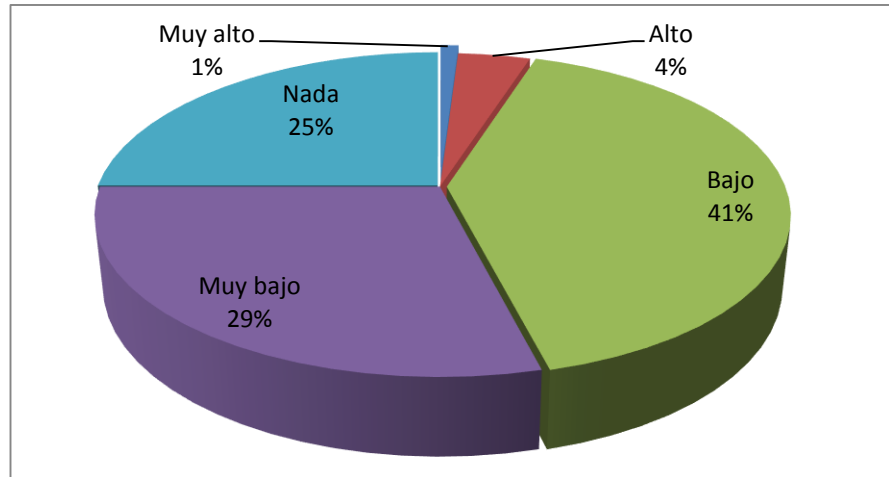
Un 45% de nuestros encuestados, nos manifestaron que es el cambio tecnológico el que consideran el más importante, lo cual se refleja con nuestro enunciado del presente trabajo, el segundo lugar lo ocupa el factor económico con un 22%, luego le sigue el cambio de gestión con un 14%, seguido del de producto o servicio con un 12%, finalmente aparece el estratégico con un 7%, lo que nosotros consideramos que es muy poco. Teniendo en consideración lo que representa la estrategia en las empresas modernas.

4.2.6. NIVEL DE INVERSIÓN QUE REALIZAN LAS PYMES EN INNOVACIÓN.

Nuestro país, cuenta con un Plan Nacional Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación para la Competitividad y el Desarrollo Humano (2006), la Ley 28303 (Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica) y la creación mediante ley del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, persiste la desarticulación de los actores de un sistema nacional de ciencia y tecnología, lo que nos deja de experiencia que no basta crear un sistema nacional mediante algún dispositivo legal, sino también acompañarlo de políticas e incentivos para que todos los actores del sector articulen esfuerzos e inversiones en pro del desarrollo del sector.

GRAFICO N°5

NIVEL DE INVERSIÓN QUE REALIZAN EN TECNOLOGÍA



Fuente: Elaboración Propia.

Para un 41% cree que es muy bajo el nivel de inversión, 29% manifiesta que es muy bajo, el 25% considera que nada, a un 4% le parece alto y tan solo un 1% considera que es muy alto, estos porcentajes nos revelan que al no invertir en tecnología, nuestras MYPES no podrán ser productivas y por ende competitivas.

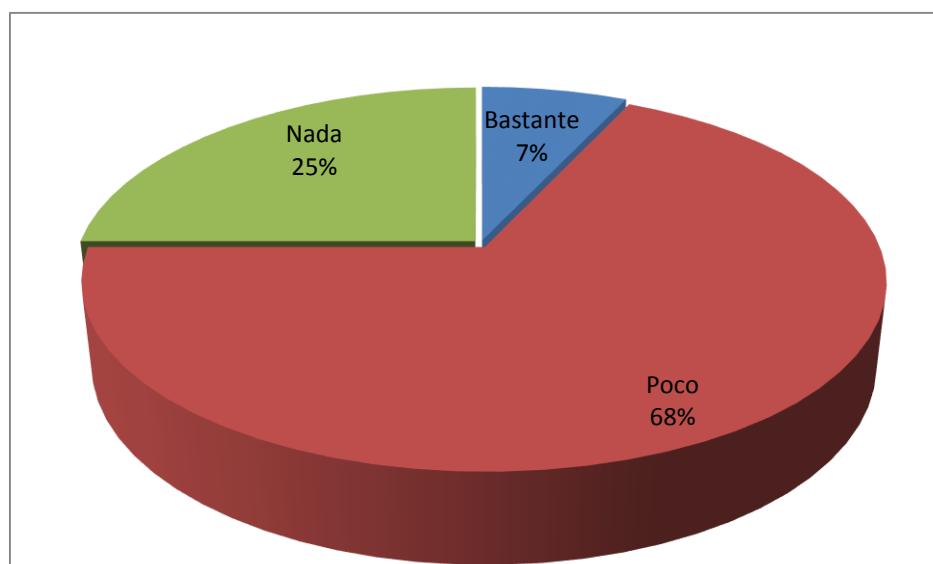
4.2.7. NIVEL DE COORDINACIÓN QUE REALIZA CON SUS COLABORADORES PARA FORMARLOS COMO LÍDERES EN INNOVACIÓN.

Entendemos que debe existir una coordinación permanente entre el líder de la empresa y sus colaboradores para un proceso de formación dentro de sus organizaciones, es por ello que entendimos que era conveniente realizar esta pregunta.

La coordinación entendida como la relación permanente que debe existir entre los líderes de las micro y pequeñas empresas, para formarlos como líderes en innovación, lo cual se reflejara en el éxito de la empresa y en hacerla más competitiva y por ende redundara de alguna manera en la parte económica.

GRAFICO N°6

NIVEL DE COORDINACIÓN CON SUS COLABORADORES PARA FORMARLOS COMO LÍDERES EN INNOVACIÓN.



Fuente: Elaboración Propia

Lo que nos llama la atención es que un 68% manifiesta que es muy poco el nivel de coordinación, seguido de un 25% que dice que nada y tan solo un 7% considera que es bastante el nivel de coordinación.

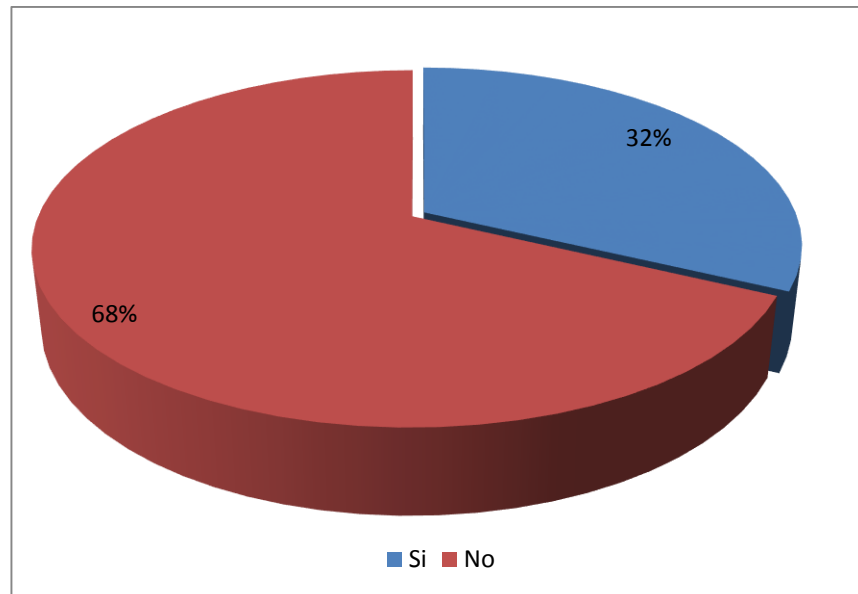
4.2.8. ¿SI CUENTA CON PLANES PARA AFRONTAR LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS Y ECONÓMICOS, POR LOS QUE ATRAVIESA NUESTRO PAÍS?

El rápido desarrollo de la tecnología está cambiando aspectos fundamentales de la sociedad actual. Estos avances suponen una nueva conquista en el aumento de la calidad de vida de los ciudadanos en la medida en que mejoran su estilo de vida, es por esta razón que las

empresas deben contar con planes para afrontar los cambios tecnológicos y económicos por los que no solo atraviesa nuestro país, sino el mundo entero

GRAFICO N°7

¿CUENTA CON PLANES PARA AFRONTAR LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS Y ECONÓMICOS?



Fuente: Elaboración Propia

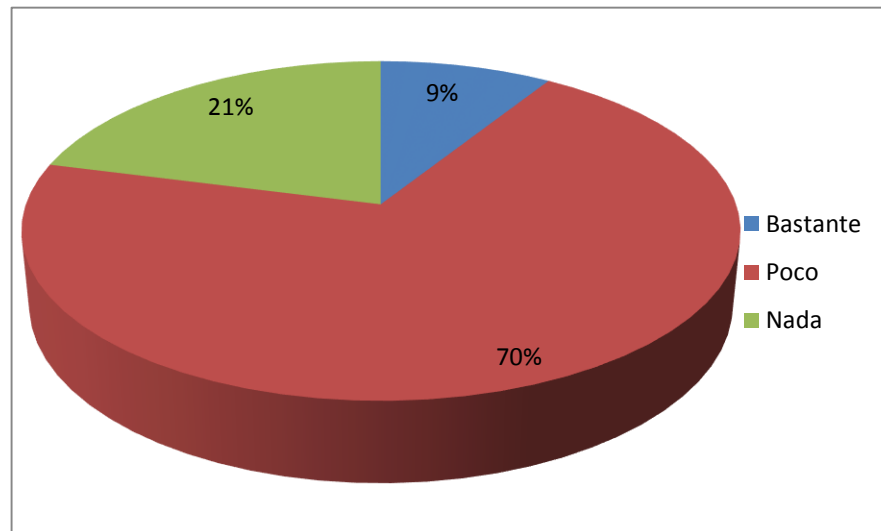
Es sorprendente saber que un 68% de nuestras PYMES no cuentan con planes para afrontar los cambios tecnológicos y económicos por los que actualmente estamos viviendo y tan solo un 32% nos manifestó que si lo tiene.

4.2.9. ¿SI LOS COLABORADORES DE LAS PYMES DE LA PROVINCIA DE PASCO RECIBEN CAPACITACIÓN PERMANENTE PARA MEJORAR Y CONTRIBUIR CON LA INNOVACIÓN Y LIDERAZGO?

El fenómeno más sorprendente de las MYPES es quizás su contribución a la generación de empleo, pero no solo debe quedarse en eso, sino por el contrario en buscar la innovación y el liderazgo, por ello consideramos que la capacitación debe jugar un papel importante y está debe ser permanente, porque hoy en día vivimos en una época de cambios tecnológicos y económicos permanente, donde la actualización es vital para lograr la sobrevivencia de una empresa.

GRAFICO N°8

¿RECIBEN CAPACITACIÓN PERMANENTE PARA MEJORAR Y CONTRIBUIR CON LA INNOVACIÓN Y LIDERAZGO?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.- Lo que se busca es que nuestras PYMES sean más competitivas y la capacitación es básica, pero tal como nos muestra el gráfico un 70% nos dice que es poco lo que hacen para ello, tan solo un 9% nos manifestó que es bastante lo que hacen y lo peor es quizá ver que un 21% no hace nada frente a este tema. Es quizá por ello que nuestras empresas no logren la competitividad que los actuales momentos reclaman, es una tarea pendiente y ardua la que tienen nuestros líderes, consideramos también que el estado debe jugar un papel importante, consideramos que queda como tarea investigar cuánto gasta nuestro País en innovación y tecnología.

4.3. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS GENERAL

A mayor innovación del líder en época de cambios tecnológicos y económicos, se optimiza más la gestión de las MYPES de la provincia de Pasco.

La innovación del líder de las Micro y Pequeñas Empresas de Pasco, en los actuales momentos que vivimos busca optimizar o mejorar la gestión y por ende la productividad de su empresa.

Dentro de los análisis y resultados del presente trabajo, nos encontramos que unos 23 encuestados en promedio de cada 96 personas estiman, como única alternativa al liderazgo o se consideran líderes y que la innovación es fundamental para optimizar la gestión de sus MYPES.

La pregunta es: ¿se puede seguir manteniendo esta afirmación con un 95% de seguridad?

Respuesta:

a). Las hipótesis son:

Ho: P = 0.46 (hipótesis nula)

H1: P = 0.46 (hipótesis alternativa)

b). Niveles de significancia:

$\alpha = 5\% = 0.05$

c). Estadística de prueba es:

$$EP = \frac{p-P}{\sqrt{P(1-P)/n}}$$

d). La región de rechazo:

De acuerdo a la hipótesis alternativa $P < 0.46$ la prueba es unilateral, de una cola a la izquierda.

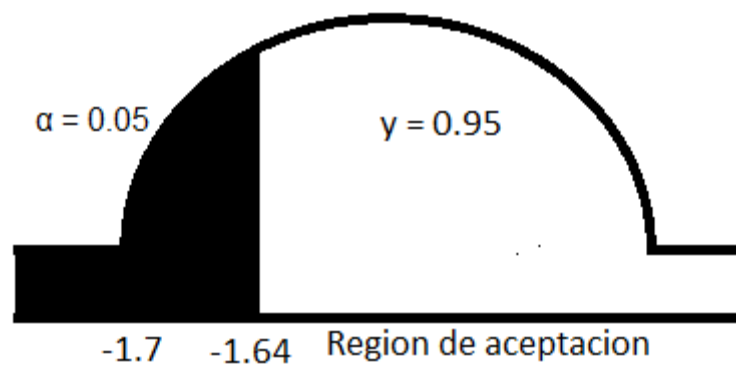
Usamos la distribución normal:

$1 - \alpha = 1 - 0.05 = 0.95$, luego $Z = 1.64$ como es la cola de la izquierda, usamos el punto simétrico:

$$Z = -1.64$$

e). Cálculo del estadístico de prueba:

$$EP = \frac{0.41 - 0.46}{\sqrt{0.46(1-0.46)/96}} = EP = \frac{-0.05}{\sqrt{0.2484/96}} = -1.7$$



Region de rechazo

Interpretación.- El valor del estadístico de prueba cae en la región de rechazo, en consecuencia se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa $H: P < 0.46$, entonces es fundamentada la afirmación de que: A mayor innovación del líder en época de cambios tecnológicos y económicos, se

optimiza más la gestión de las MYPES de la provincia de Pasco.

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

A). La innovación del líder, mejora la competitividad de sus colaboradores

I. Las hipótesis son:

$H_0: P = 58$ (Hipótesis nula)

$H_1: P > 58$ (Hipótesis alternativo)

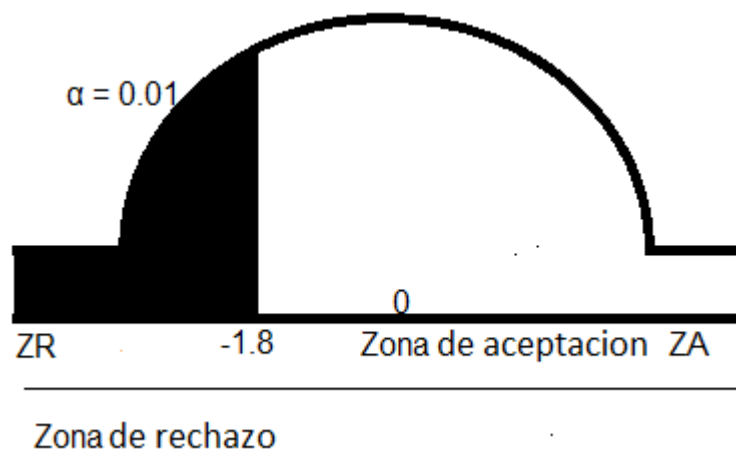
II. Nivel de significancia:

$\alpha = 1\% = 0.01$

III. Estadístico de prueba.

$$EP = \frac{X - u}{\sigma / \sqrt{n}}$$

IV. Establecer la regla de decisión determinando la región crítica de la prueba:



- V. Calcular el valor del estadístico de la prueba a partir de los datos de la muestra:

$$EP = \frac{58-61}{16/\sqrt{96}} = \frac{-3}{16/9.8} = -1.8$$

- VI. Decisión:

Si el $EP \in ZR$ entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, donde a menor innovación del líder decae la competitividad de sus colaboradores.

B. A mayor desarrollo del líder en mecanismos de innovación, se logran mayores cambios tecnológicos y económicos en las MYPES.

- I. La hipótesis son:

$$H_0: P = 77$$

$$H_1: P \Rightarrow 77$$

- II. Nivel de significación

$$\alpha = 1\% = 0.01$$

- III. Estadístico de prueba

$$EP = \frac{X-u}{\sigma/\sqrt{n}}$$

- IV. Calcular el valor del estadístico de la prueba a partir de los datos de la muestra:

$$EP = \frac{80-82}{19/\sqrt{96}} = \frac{-2}{19/9.8} = -1$$

- V. Establecer la regla de decisión determinando la región crítica de la prueba:



VI. Decisión

Si el EP \in ZR entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, donde se considera que la capacitación en innovación y liderazgo de los colaboradores, optimiza la gestión de las MYPES en la Provincia de Pasco 2016.

C). A mayor desarrollo del líder en mecanismos de innovación, se logran mayores cambios tecnológicos y económicos en las MYPES

Ho: P = 67

H1: P => 67

i. Nivel de significación

$\alpha = 1\% = 0.01$

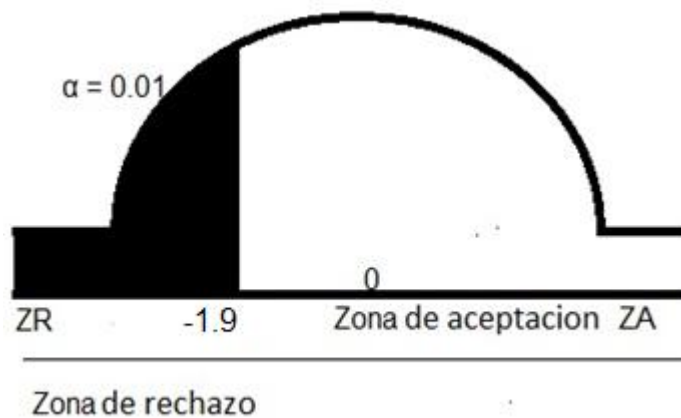
ii. Estadístico de prueba

$$EP = \frac{X-u}{\sigma/\sqrt{n}}$$

iii. Calcular el valor del estadístico de la prueba a partir de los datos de la muestra:

$$EP = \frac{67-70}{15/\sqrt{96}} = \frac{-3}{15/9.8} = -1.9$$

iv: Establecer la regla de decisión determinando la región crítica de la prueba:



iv. Decisión

Interpretación.- Si el EP \in ZR entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, donde los líderes de Pasco, en promedio el 70% aseveran que si hay capacitación para los trabajadores.

CONCLUSIONES

Nuestra principal preocupación en la elaboración de la presente tesis fue responder al problema de cuál es la capacidad de innovación del líder en época de cambios tecnológicos y económicos, para optimizar la gestión de MYPES de la Provincia de Pasco – 2016. Para lo cual también planteamos nuestras hipótesis, es así que a través de la presente investigación, llegamos a las conclusiones siguientes:

- a) El desarrollo de la mentalidad innovadora constituye un aspecto fundamental para el sistema empresarial, en la actual época de cambios tecnológicos y económicos que vivimos, es así que a mayor innovación del líder, se debe lograr una mejor gestión, con el objetivo de mantener e incrementar sus niveles de competitividad y eficiencia de la empresa que dirige, lo que se pudo observar es que en nuestras MYPES de la Provincia de Pasco, existe esa innovación del líder casi en un 40% y con prospectiva a seguir creciendo lo cual es beneficioso para mejorar la gestión de sus empresas.
- b) Si bien es cierto que La innovación del líder de las MYPES de la provincia de Pasco, mejora la competitividad de sus colaboradores, pero lo que se pudo observar que todavía es muy poco lo que se ha logrado tan solo en promedio un 30% de nuestros encuestados, corroboraron apoyar a sus

seguidores o trabajadores, por lo tanto la competitividad de las empresas es baja.

- c) Es muy poco el desarrollo del líder en mecanismos de innovación, lo cual se refleja en que hasta el momento las micro y pequeñas empresas de la Provincia de Pasco no logran mayores cambios tecnológicos y económicos.
- d) Nuestros líderes de las micro y pequeñas empresas, todavía no entienden la importancia de la capacitación en innovación y liderazgo de sus colaboradores, lo cual se refleja en que no existe una óptima gestión de sus organizaciones y por ende no son competitivas en nuestros mercados, por lo que se hace necesario que se invierta más en capacitación de sus colaboradores.

RECOMENDACIONES

- a). Nuestros líderes de las micro y pequeñas empresas de Pasco deberían tener en cuenta que en un mundo cambiante como en el que vivimos actualmente, la innovación juega un papel importante, sobre todo en el aspecto tecnológico y económico, para poder optimizar su gestión y hacerlos más competitivos.
- b). En la actualidad la sociedad se mueve a una velocidad impresionante., por lo tanto nuestras micro y pequeñas empresas requieren con urgencia de líderes innovadores, con visión de futuro y cambio anticipado.
- c). Es momento de que nuestros líderes comprendan la importancia que tienen los cambios tecnológicos en las Micro y Pequeñas Empresas. Los cambios se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología.
- d). Para poder tener micro y pequeñas empresas innovadoras, los líderes deben de tener en cuenta que el factor más importante es la capacitación y esta debe ser constante, ya que los cambios tecnológicos se dan cada vez en tiempos muy cortos, ya que como alguien menciono lo único constante hoy en día es el cambio y la innovación y por lo tanto necesitan colaboradores más capacitados.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ DE ZAYAS, Carlos. Metodología de la investigación científica/
Carlos Álvarez de Zayas, Virginia M. Sierra.
- ÁLVAREZ, IBIS M. Investigación científica, Material de estudio. Las
Villas: Universidad Central de las Villas. Facultad de ciencias sociales y
humanísticas departamento de psicología, 1997; 35p.
- ARROYO, José Luis. Evolución histórica del concepto de calidad.
- BECKHARD, R., Goldsmith M., Hesselbein, F. (2004). El líder del futuro,
España; Deusto, 2011.
- BRISOLLA, Sandra. Consideraciones y propuestas sobre la innovación
tecnológica en América latina: innovando a la política de innovación/
Sandra Brisilla, Tirso Sáenz. Documento en formato electrónico. 23 p.
- CASTAÑEDA, Luis. "Naciste para ser líder; México (2012)
- CEIM CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE MADRID-CEOE. La
innovación un factor clave para la competitividad de la empresa. / Edita:
Dirección General de Investigación. Consejería de Educación de la
Comunidad de Madrid, 2000,155 p.
- DECRETO LEGISLATIVO N° 1269 que crea el régimen MYPE tributario
del impuesto a la renta.
- DECRETO LEGISLATIVO N° 1086 – Ley de Promoción de la
Competitividad, Formalización Y Desarrollo de la Micro y Pequeña
Empresa y del Acceso al Empleo Decente.
- DECRETO SUPREMO N° 008-2008-TR – Reglamento de la Ley de

Promoción de la Competitividad, Formalización Y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.

- DECRETO SUPREMO N° 009-2003-TR – Reglamento de la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.
- DECRETO SUPREMO N° 013-2013-PRODUCE - Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial.
- DOMINGO REGAZO, José “Terminología de los nuevos estilos de gerencia”, Editorial San Marcos, Lima – Perú, 2010
- E.J. Davis, Investigación de Mercados, Edic. el ateneo Editorial, Buenos Aires, Argentina, 2011.
- ESCORSA, Pere. Inteligencia Competitiva y Transferencia de Tecnologías: Reflexiones para el Desarrollo de la Relación Universidad – Empresa/ Pere Escorsa, Ramón Maspons, Elicet Cruz. España; 16 p.
- ESTRADA G. Germán Sergio Monroy Alvarado y Manuel A. Cortés C, Administración y liderazgo, UAM, México, noviembre 2000.
- FABIANA SÁNCHEZ, Mis finanzas, Lima Perú, Lima – Perú, 2014, Pág. 11
- FERNÁNDEZ, Ignacio. Inteligencia competitiva y transferencia de tecnologías: reflexiones para el desarrollo de la relación universidad – empresa/ Ignacio Fernández de Lucio y otros/Sala de lectura CTS+I de la OEI. España. 1999; 34 p.
- FISCHMAN, David, el espejo del líder, Edic. El comercio, Lima – Perú,

2000.

- FORNET HERNÁNDEZ, Elena. Módulo de gestión de innovación. Maestría de gerencia de la ciencia y la innovación tecnológica. / Helena Fonet Hernández. Holguín, 2003, 58 p.
- FUNDACIÓN DE LA INNOVACIÓN BANKINTER, Competir en tiempos de cambios: nuevas reglas y el papel de la innovación, España 2009.
- FUNDACIÓN DE LA INNOVACIÓN BANKINTER, El arte de emprender e innovar – cuando las ideas se convierten en riqueza, España 2010.
- FUNDACIÓN DE LA INNOVACIÓN BANKINTER, Innovación “la riqueza de las Naciones”, España 2007.
- GAVIERO GUTIÉRREZ, Vivian. Diagnóstico del reconocimiento de la necesidad del cambio/ Vivian, Gaviero Gutiérrez. <http://www.Gestiopolis.com>
- GORETH, R.J. Teoría organizacional, diseño y cambio en las organizaciones, México: Pearson Prentice Hall, 2012.
- J. Ginés, Inflación, recesión, globalización, nuevo orden económico mundial, INEI: Compendio estadístico, Lima – Perú, 2007.
- KLINE, STEPHEN J. Innovation is not a Linear Process/ Stephen J Kline. Research Management, jul-ago, 1985
- LARREA JIMÉNEZ DE VICUÑA, José Luis. El desafío de la innovación. / José Luis Larrea Jiménez de Vicuña. Intervención con motivo de la jornada de Innovación, Empresa y Discapacidad, Madrid, 2006, 13 p.
- LEIN, Naomi. El nuevo mundo de las marcas/ Naomi Klein. Editorial

Ciencias Sociales, La Habana, 2005. 44p.

- LEY N° 28015 – Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.
- LEY N° 28851 – Ley que modifica la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.
- LITA VELASCO, Oratoria y liderazgo, Edic. Nuevo Perú, Lima – Perú, 2008.
- MURILLO TORRECILLA, FJ. Una Dirección escalar para el cambio del liderazgo transformacional al liderazgo distribuido. REICE. Revista Electrónica Iberoamericana, sobre calidad, eficacia y cambio en Educación, Vol. 4, N° 4e, 2008.
- PARIENTE FRAGOS, J.L. Algunas reflexiones en tomo al concepto de liderazgo. Ponencia presentada en el XIII congreso Internacional de Contaduría, Administración e informática. FCA – UNAM, Ciudad Universitaria, 2008.
- PARIENTE FRAGOSO, J.L. Algunas reflexiones en tomo al concepto de liderazgo; En: Jessica Mendoza Moheno y Laura Garzo Gonzáles (coord.) (2010).
- PAVÓN, J. Gestión e innovación. Un enfoque estratégico/ J. Pavón y A. Hidalgo. Madrid: Ediciones Pirámide 1997.
- PETERS, Tom. El Seminario de Tom Peters/ Tom Peters. 2001.
<http://www.resumido.com>
- PORTER, Michael / La ventaja competitiva de las naciones. Editor

Vergara S.A., Argentina, 1991.

- RAMÓN CAJAVILCA, Pedro Arturo SULCA ARBAIZA, Estadística aplicada a la Investigación educativa, Editorial San Marcos, Lima – Perú, 2012
- RODRÍGUEZ, Félix. Compilación de algunos aspectos importantes a tener presente en la metodología de la investigación educacional/ Félix Rodríguez Expósito, Rita Concepción García. Universidad de Holguín "Oscar Lucero Moya" 2004; 37p.
- SÁENZ, Tirso W. Ingenierización e innovación tecnológica/ Tecnología y Sociedad/ Grupo de estudios sociales de la tecnología. Editorial Félix Varela. Habana 1999; (p 79-97) 414p.
- SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, David. Gestión del conocimiento y papel de la Universidad en el proceso innovador/ David Sánchez Hernández. Actas del congreso IC & CI Nuevos Patrones de Valor para una Nueva Economía. Fundación DINTEL. Madrid 2001 (p 27-57) 471p.
- TRIANA CORDOVÍ, Juan. Cuba: Hacia la economía basada en el conocimiento. / Juan Triana Cordoví, Ricardo Torres Pérez y Mariana Martín Fernández. Editorial Ciencias Sociales, La Habana 2005; 220 p.
- VALLS, Jaume. Tecnología e innovación en la empresa. Dirección y gestión/ Jaume Valls Pascola. Ediciones UPS septiembre 2000;

ANEXOS

ENCUESTA

Le pedimos que rellene el presente cuestionario, de acuerdo a la respuesta que cree usted es la más adecuada y de acuerdo a la realidad de su empresa. Por lo que estaremos muy agradecidos por su colaboración.

1. ¿Cuál es el grado de instrucción que posee?

- Primaria
- Secundaria
- Técnica
- Superior incompleto
- Superior

2. ¿Cuál es su Género?

- Masculino
- Femenino

3. ¿Cómo considera a su empresa?

- Micro empresa
- Pequeña empresa

4. ¿Cuál cree que es su cargo actual?

- Director
- Gerente
- Jefe
- Empresario
- Líder

5. ¿Identifique, el que cree usted que es el más importante cambio para lograr mayor competitividad de las PYMES en la provincia de Pasco?

- Económico
- Tecnológico
- De Gestión
- Servicio o Producto
- Estratégico

6. ¿Cuál cree que es el nivel de inversión que realiza su empresa en innovación?
- Muy alto
 - Alto
 - Bajo
 - Muy bajo
 - Nada
7. ¿Coordina permanentemente con sus colaboradores para formarlos como líderes en innovación?
- Bastante
 - Poco
 - Nada
8. ¿Ud. como líder de su empresa, cuenta con planes para afrontar los cambios tecnológicos y económicos, por los que atraviesa nuestro País?
- Si
 - No
9. ¿Los colaboradores de su empresa, reciben capacitación permanente para mejorar y contribuir con la innovación y liderazgo?
- Bastante
 - Poco
 - Nada


TAMAÑO DE LA MUESTRA POR CADA DISTRITO

A continuación presentamos el tamaño de muestra que se tomó por cada distrito, teniendo en consideración la cantidad de población y el número de pequeña y mediana empresa por cada distrito.

N	DISTRITO	TAMAÑO DE LA MUESTRA
1	Chaupimarca	21
2	Huachón	3
3	Huariaca	5
4	Huayllay	6
5	Ninacaca	3
6	Pallanchacra	3
7	Paucartambo	6
8	San Francisco de Asís de Yarusyacán	3
9	Simón Bolívar	10
10	Ticlacayán	3
11	Tinyahuarco	5
12	Vicco	3
13	Yanacancha	25
TOTAL		96

MATRIZ DE CONSISTENCIAS

TÍTULO: "INNOVACIÓN DEL LÍDER EN ÉPOCA DE CAMBIOS TECNOLÓGICOS Y ECONÓMICOS, PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN DE LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE PASCO - 2016"

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	INDICADOR	METODOLOGIA	POBLACION Y MUESTRA	INSTRUMENTO Y TÉCNICA
PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es la capacidad de innovación del líder en época de cambios tecnológicos y económicos para optimizar la gestión de MYPES de la provincia de Pasco - 2016?	OBJETIVO GENERAL Determinar la capacidad de innovación del líder en época de cambios tecnológicos y económicos para optimizar la gestión de las MYPES de la provincia de Pasco - 2016.	HIPÓTESIS GENERAL A mayor innovación del líder en época de cambios tecnológicos y económicos, se optimiza más la gestión de las MYPES de la provincia de Pasco.	VARIABLE INDEPENDIENTE X = Innovación del líder	-Cambios tecnológicos. -Cambios económicos.	DISEÑO  TIPO DE INVESTIGACIÓN El tipo de investigación, reúne las condiciones metodológicas de una investigación aplicada.	POBLACION Es el conjunto de individuos de los que se desea conocer mediante las respuestas de las interrogantes formuladas para este caso, siendo de 9,525 Micro empresas y 324 Pequeñas empresas en el año 2016. Y 6,308 MYPES formalmente constituidas.	INSTRUMENTOS -Fichas o formularios de observación. -Esquema de entrevistas. -Cuestionario de encuesta. -Grupos de encuestados
PROBLEMA ESPECÍFICO a.- ¿La innovación del líder de las MYPES se refleja en la competitividad de sus colaboradores? b.- ¿Cuenta el líder con mecanismos de innovación para lograr cambios tecnológicos y económicos en las MYPES? c.- ¿El personal de las MYPES recibe capacitación en innovación y liderazgo, con la finalidad de innovar para optimizar la gestión de la empresa?	OBJETIVO ESPECÍFICO a.- Analizar y describir cómo la innovación del líder se refleja en la competitividad de sus colaboradores. b.- Determinar cuáles son los mecanismos de innovación para lograr cambios tecnológicos y económicos en las MYPES de la provincia de Pasco - 2016. c.- Describir los resultados que muestran el personal de las MYPES de la provincia de Pasco en capacitación en innovación y liderazgo.	HIPÓTESIS ESPECÍFICO a.- La innovación del líder de las MYPES de la provincia de Pasco, mejora la competitividad de sus colaboradores. b.- A mayor desarrollo del líder en innovación se logran mayores cambios tecnológicos y económicos en las MYPES de la provincia de Pasco. c.- La capacitación en innovación y liderazgo de los colaboradores optimiza la gestión de las MYPES de la provincia de Pasco.	VARIABLE DEPENDIENTE Y = Gestión de las MYPES.	-Nivel de capacitación. -Nivel de coordinación. -Nivel de competitividad. -Nivel de productividad. -Gestión financiera.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN Según la naturaleza o profundidad del tema elegido concierne a una investigación de nivel descriptivo. METODO Se utilizó el Método Descriptivo.	MUESTRA El tamaño muestral considerado para la presente investigación es de 96 personas encuestadas de los líderes de empresas públicas y privadas respectivamente.	TÉCNICA -Observación. -Entrevistas. -Encuestas. -Dinámica de grupos. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO. Estadística descriptiva