



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN



TESIS

MODELO DE INCUBADORA PARA EMPRESAS AGROINDUSTRIALES A TRAVÉS DEL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN LA REGIÓN PUNO

PRESENTADA POR:

EUCLIDES TICONA CHAYÑA

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

PUNO, PERÚ

2023

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

MODELO DE INCUBADORA PARA EMPRESAS AGROINDUSTRIALES A TRAVÉS DE L PROCESO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACION

AUTOR

EUCLIDES TICONA CHAYÑA

RECuento DE PALABRAS

26022 Words

RECuento DE CARACTERES

151362 Characters

RECuento DE PÁGINAS

116 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.1MB

FECHA DE ENTREGA

May 20, 2024 8:43 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 20, 2024 8:45 AM GMT-5

● **11% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

MVZ Mg. Dr. Alberto Ccama Sulica
Docente Principal FMVZ - UNA PUNO
CMVP. 2187

Ing. Estadístico e Informático Jarred Luque Coyza
C.I.F. 116025

Resumen



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

TESIS

MODELO DE INCUBADORA PARA EMPRESAS AGROINDUSTRIALES A TRAVÉS DEL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN LA REGIÓN PUNO



PRESENTADA POR:

EUCLIDES TICONA CHAYÑA

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE


.....
Dr. ROLANDO ESTEBAN RODRIGUEZ HUAMANI

PRIMER MIEMBRO


.....
D.Sc. PAULA ANDREA AROHUANCA PERCCA

SEGUNDO MIEMBRO


.....
D.Sc. MIRIAM SEREZA DE HANCCO GOMEZ

ASESOR DE TESIS


.....
Dr. ALBERTO CCAMA SULLCA

Puno, 11 de agosto de 2023

ÁREA: Administración de emprendimientos.

TEMA: Modelo de incubadora para empresas agroindustriales a través del proceso de emprendimiento e innovación en la región Puno.

LÍNEA: Administración y marketing.



DEDICATORIA

Con profundo agradecimiento, dedico este trabajo a Dios, fuente de toda bendición y gratitud. Agradezco a Dios por cada nuevo día que me regala, por permitirme disfrutar de la vida con salud y por ser mi constante compañía en todo momento. Gracias por todos tus actos bondadosos hacia mí.

A mi amado padre, Alfonso, que ya descansa en paz, le dedico un especial reconocimiento. Su legado vive en mi corazón y agradezco por haberme forjado como la persona que soy hoy. Sus enseñanzas y su amor perdurarán siempre en mi vida.

A mi amada madre, Margarita, quiero expresar mi profunda gratitud por su inquebrantable apoyo y por haberme guiado con sabiduría y amor.

A mis queridos hermanos, Vidal y Vertila, les agradezco su apoyo incondicional en estos tiempos difíciles y por ser pilares de fuerza en nuestra familia.

Con todo mi amor, quiero dedicar un especial reconocimiento a mi amada esposa, Delia, y a mi preciosa princesa, Lynn Margulis. Son mi constante fuente de inspiración y motivación en cada aspecto de mi vida, y su amor me da fuerzas para enfrentar cualquier desafío.

A todos aquellos que de una u otra manera han formado parte de mi camino, les agradezco de corazón su apoyo y aliento. Sin su compañía y aliento, este logro no sería posible.



AGRADECIMIENTOS

- A la Universidad Nacional del Altiplano, expreso mi enorme gratitud y reconocimiento, especialmente a la Escuela de Posgrado, por brindarme el conocimiento y las habilidades competitivas que he adquirido. Agradezco a todos los docentes del Doctorado en Administración por facilitarme conocimientos científicos y filosóficos que han contribuido a mi desarrollo profesional en un mundo altamente competitivo.
- Deseo expresar mi sincero agradecimiento al Dr. Alberto Ccama Sullca por su apoyo incondicional para la culminación de esta investigación. También estoy muy agradecido con los miembros del jurado por su apoyo profesional y valiosas contribuciones.
- Quiero expresar mi más sincero agradecimiento al Dr. Vladimiro Ibañez Quispe por su invaluable apoyo en el procesamiento de los datos estadísticos. Su experiencia ha sido fundamental para obtener resultados precisos en esta investigación.
- Quiero dedicar un especial agradecimiento a mis queridos padres, quienes han sido un constante apoyo y motivación en mi formación académica. Agradezco también a mis profesores tanto del pregrado como del posgrado, quienes han sido fundamentales en mi formación y de quienes debo gran parte de mis conocimientos.
- No puedo dejar de agradecer a los representantes de las empresas agroindustriales de la región Puno que han participado en esta investigación. Su colaboración y aportes han sido vitales para el desarrollo y enriquecimiento de este trabajo.



ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
ÍNDICE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE ANEXOS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LITERATURA

1.1. Marco Teórico	3
1.1.1. Emprendimiento en la agroindustria	3
1.1.2. Habilidades clave del emprendedor agroindustrial	3
1.1.3. Factores clave en la decisión de emprender en agroindustria	4
1.1.4. Analizando experiencias exitosas en emprendimiento agroindustrial	4
1.1.5. Explorando las teorías del emprendimiento en la agroindustria	4
1.1.6. Importancia de la investigación previa en el emprendimiento agroindustrial	5
1.1.7. Innovación para generar valor y mejorar la sostenibilidad en el sector agroindustrial	5
1.1.8. Innovación y adaptabilidad, las claves del éxito en la agroindustria	5
1.1.9. Diversidad de innovaciones en el sector agroindustrial	6
1.1.10. Impulsores y obstáculos para la innovación en el sector agroindustrial	6
1.1.11. Aprendiendo de los casos de éxito en la innovación agroindustrial	6



1.1.12. Modelos de colaboración para fomentar la innovación en el sector agroindustrial	7
1.1.13. Importancia de la investigación para entender al innovador agroindustrial	7
1.1.14. El papel de las incubadoras de negocios en el sector agroindustrial	7
1.1.15. Diferentes tipos de incubadoras en el sector agroindustrial	8
1.1.16. Beneficios y desafíos de las incubadoras en el sector agroindustrial	8
1.1.17. Lecciones de las incubadoras exitosas en el sector agroindustrial	8
1.1.18. Evaluando el impacto de las incubadoras en el sector agroindustrial	9
1.1.19. El impacto de las políticas y regulaciones en las incubadoras agroindustriales	9
1.1.20. Desafíos y perspectivas futuras para las incubadoras agroindustriales	9
1.1.21. El papel crucial de las incubadoras de empresas en diferentes contextos	10
1.1.22. Diversidad y evolución de las incubadoras de empresas	11
1.1.23. La importancia del espíritu emprendedor y liderazgo en las incubadoras de empresas	12
1.1.24. Incubadoras de empresas: un motor para el desarrollo regional	12
1.1.25. La agroindustria y su división en categorías alimentaria y no alimentaria	12
1.1.26. La CIU y la industria alimentaria	13
1.1.27. La importancia del emprendimiento sostenible y las dificultades de la gestión empresarial	13
1.1.28. Características clave y diversidad cultural de los emprendedores	14
1.1.29. Innovación abierta, capital social y la importancia de las empresas familiares	14
1.2. Antecedentes	15

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Identificación del Problema	23
2.2. Enunciados del problema	24



2.3. Justificación	24
2.4. Objetivos	26
2.4.1. Objetivo General	26
2.4.2. Objetivos específicos	26
2.5. Hipótesis	26
2.5.1. Hipótesis general	26
2.5.2. Hipótesis específicas	26

CAPÍTULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1. Lugar de Estudio	27
3.2. Población	28
3.3. Muestra	28
3.4. Método de investigación	29
3.5. Descripción detallada de métodos por objetivos específicos	29
3.5.1. Método y diseño de investigación	29
3.5.2. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	30

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados y Discusión del Proceso de Emprendimiento	31
4.1.1. Prueba de validez	31
4.1.2. Descripción demográfica	31
4.1.3. Descripción de las empresas agroindustriales en la región Puno	35
4.1.4. Análisis del proceso de emprendimiento	38
4.2. Resultados y Discusión del Proceso de Innovación	48
4.2.1. Prueba de validez	48
4.2.2. Análisis del proceso de innovación por producto	49
4.2.3. Análisis de innovación por proceso	54



4.2.4. Análisis de innovaciones organizacionales	63
4.2.5. Análisis de proceso de innovación de mercadeo	65
4.2.6. Análisis de investigación y desarrollo	69
4.3. Modelo de incubadora a través del proceso de emprendimiento e innovación	71
4.3.1. Pruebas paramétricas	71
4.3.2. Medidas discriminantes referido a emprendimiento	71
4.3.3. Medidas discriminantes referido a innovación	74
CONCLUSIONES	78
RECOMENDACIONES	79
BIBLIOGRAFÍA	80
ANEXOS	91



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
1. Estadísticas de fiabilidad para el instrumento de emprendimiento	31
2. Género de líderes de empresas agroindustriales	32
3. Rango de edad de líderes agroindustriales	33
4. Nivel educativo máximo terminado	34
5. Nombre de la empresa	36
6. Tiempo de funcionamiento de las empresas agroindustriales	37
7. Ventas a nivel local	38
8. Ventas a nivel nacional	39
9. Ventas a nivel internacional	40
10. Importancia en su decisión de crear y gestionar su empresa	40
11. Motivación para crear empresa	42
12. Oportunidad en el mercado	43
13. Disponibilidad de recursos	44
14. Experiencia laboral puede generar la decisión de crear su propia empresa	46
15. Factores relacionados con el entorno social e institucional pueden influir en la decisión de crear empresa	47
16. Fiabilidad del instrumento de Innovación	48
17. Introducción de bienes y servicios nuevos en el mercado	49
18. Desarrollo de las innovaciones	51
19. Innovación de producto introducidos durante los años 2017-2018-2019	52
20. Innovaciones de productos a nivel local, regional, nacional e internacional	53
21. Innovaciones de proceso	54
22. Origen de las innovaciones de proceso	55
23. Novedad en el mercado en los años 2017 – 2018 – 2019	56
24. Exploración de Actividades de Innovación sin Resultados de Producto o Proceso en Empresas durante 2017-2019	57
25. Análisis de Estrategias de Innovación Empresarial en los Años 2019 y 2017-2019: Participación en Diversas Prácticas Innovadoras	59
26. Gasto en actividades de innovación	60
27. Financiamiento público para actividades de innovación	61



28. Evaluación de la Importancia de Fuentes de Información para Actividades de Innovación (2017-2019)	62
29. Factores Obstaculizadores de la Innovación (2017-2019)	63
30. Introducción de Innovaciones Organizacionales	64
31. Introducción de innovaciones de mercadeo	66
32. Importancia de objetivos en innovaciones de mercadeo (2017-2019)	67
33. Métodos para estimular creatividad e innovación (2017-2019)	68
34. Tipos de actividades de I+D locales (Año Fiscal 2019)	69
35. Colaboraciones en I+D con otras entidades (Año 2019)	70
36. Medidas discriminantes referido a emprendimiento	72
37. Medidas discriminantes referido a innovación	75

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
1. Macro localización del ámbito de Estudio	28
2. Proceso de desarrollo de la Investigación	29
3. Gráfico de Género	32
4. Representación gráfica de edades	34
5. Representación visual de niveles de educación	35
6. Identificación de las empresas agroindustriales	36
7. Diagrama de experiencia operativa	38
8. Diagrama de ventas de productos agroindustriales a nivel local	39
9. Diagrama de influencias empresariales	41
10. Visualización de factores motivadores empresariales	42
11. Gráfico de recursos disponibles	45
12. Gráfico de influencia de la experiencia laboral	46
13. Diagrama de factores sociales e institucionales en la creación empresarial	48
14. Diagrama de lanzamiento de productos y servicios	50
15. Gráfico de progreso innovador	51
16. Visualización de desarrollo de productos en los años 2017-2019	53
17. Gráfico de innovaciones de producto a nivel geográfico	54
18. Diagrama de innovaciones de proceso	55
19. Visualización del origen de desarrollo de procesos innovadores	56
20. Diagrama de introducción de productos nuevos	57
21. Diagrama de actividades innovadoras sin resultados de producto o proceso	58
22. Gráfico de estrategias innovadoras (2017-2019)	59
23. Diagrama de inversión en actividades innovadoras	60
24. Diagrama de inversión estatal en actividades innovadoras	61
25. Visualización de factores que obstaculizan la innovación	63
26. Gráfico de Innovaciones Organizacionales	65
27. Gráfico de innovaciones en Marketing	66
28. Valoración de objetivos en innovaciones de mercadeo (2017-2019)	67
29. Efectividad de métodos para estimular creatividad (2017-2019)	69
30. Gráfico de actividades de I+D locales (Año Fiscal 2019)	70
31. Visualización de Alianzas en Investigación y Desarrollo (2019)	71



32. Visualización de factores diferenciadores en emprendimiento	74
33. Visualización de factores diferenciadores en innovación	77



ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
1. Estadísticas del total de elementos de emprendimiento	91
2. Estado civil de los emprendedores	92
3. Número de hijos de los emprendedores	93
4. Cantidad de trabajadores en las empresas agroindustriales	94
5. Estadísticas del total de elementos de innovación	95
6. Prueba de normalidad para emprendimiento	97
7. Prueba de normalidad para innovación	98
8. Encuesta de Emprendimiento e Innovación	101



RESUMEN

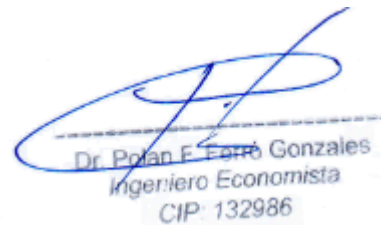
La agroindustria de pequeña y mediana escala en nuestro país enfrenta desafíos como su incipiente desarrollo, carencia de tecnología adecuada y limitada oferta exportable. Ante este panorama, esta investigación tiene como objetivo establecer un modelo de incubadora para empresas agroindustriales en la región Puno, fundamentado en el proceso de emprendimiento e innovación. Los objetivos específicos abarcan el análisis del perfil del emprendedor, innovador y el modelo de incubadora. La metodología adopta un enfoque cuantitativo y aborda una población de 826 MYPES agroindustriales en Puno, utilizando un muestreo probabilístico para seleccionar una muestra de 262 empresas. El estudio se basa en un enfoque empírico que utiliza el método deductivo y un diseño longitudinal no experimental. El proyecto investigó aspectos desde la prevalencia de negocios familiares hasta la influencia de la experiencia laboral en la decisión de emprender, además de la implementación de innovaciones en productos y procesos. Se destaca la relevancia de factores sociales, institucionales y de recursos. A pesar de obstáculos como la falta de financiamiento, la limitada cultura innovadora y la infraestructura tecnológica precaria, se resalta la capacidad de las empresas para adoptar estrategias innovadoras y generar valor en un entorno cambiante. Las conclusiones resaltan la preferencia por innovaciones internas ocasionales y desafíos clave, como el acceso limitado a financiamiento y la cultura innovadora subdesarrollada. No obstante, se reconoce un potencial emergente para la introducción de nuevos bienes y servicios al mercado, impulsando la competitividad y el crecimiento en el sector agroindustrial.

Palabras clave: Agroindustria, emprendimiento, incubadora, innovación, MYPES, perfil del emprendedor, perfil del innovador, región Puno

ABSTRACT

Small and medium-scale agribusiness in our country faces challenges such as its incipient development, lack of adequate technology and limited exportable supply. Against this background, the objective of this research is to establish an incubator model for agroindustrial enterprises in the Puno region, based on the process of entrepreneurship and innovation. The specific objectives cover the analysis of the profile of the entrepreneur, innovator and the incubator model. The methodology adopts a quantitative approach and addresses a population of 826 agro-industrial MSEs in Puno, using probability sampling to select a sample of 262 enterprises. The study is based on an empirical approach using the deductive method and a non-experimental longitudinal design. The project investigated aspects ranging from the prevalence of family businesses to the influence of work experience on the entrepreneurial decision, as well as the implementation of product and process innovations. The relevance of social, institutional and resource factors is highlighted. Despite obstacles such as lack of financing, limited innovative culture and precarious technological infrastructure, the capacity of companies to adopt innovative strategies and generate value in a changing environment is highlighted. The findings highlight the preference for occasional internal innovations and key challenges, such as limited access to financing and underdeveloped innovative culture. Nevertheless, there is an emerging potential for the introduction of new goods and services to the market, boosting competitiveness and growth in the agroindustrial sector.

Keywords: Agribusiness, entrepreneurship, entrepreneurship, incubator, innovation, MSEs, entrepreneur profile, innovator profile, Puno región



Dr. Polan F. Ferró Gonzales
Ingeniero Economista
CIP: 132986

INTRODUCCIÓN

La investigación tiene como objetivo abordar el problema de la falta de desarrollo óptimo de los proyectos de emprendedores en el sector agroindustrial de la región Puno. Esta problemática reviste gran importancia debido a sus implicaciones en el crecimiento económico, la competitividad empresarial y el aprovechamiento de oportunidades de mercado en la región. La investigación se enmarca en el área de desarrollo empresarial y la línea de emprendimiento e innovación de los programas de la Escuela de Posgrado.

El propósito principal de este estudio es diseñar un modelo de incubadora de empresas especializado en el sector agroindustrial de la región Puno. Dicho modelo busca asegurar y acelerar el desarrollo óptimo de los proyectos de emprendedores agroindustriales, fomentando la innovación, el acceso a recursos y el fortalecimiento de capacidades empresariales. Para alcanzar este propósito, se utilizará un enfoque cuantitativo y se llevará a cabo un análisis detallado del perfil del emprendedor y el innovador en el sector agroindustrial, así como un estudio exhaustivo de las características y necesidades de las micro y pequeñas empresas agroindustriales en la región.

La estructura del informe de investigación se divide en los siguientes apartados: introducción, marco teórico, metodología, resultados, discusión y conclusiones. En la introducción, se presenta el contexto del problema de investigación, destacando su importancia y su relevancia dentro del campo de estudio de los programas de la Escuela de Posgrado. El marco teórico proporciona el sustento conceptual y teórico necesario para comprender de manera profunda el fenómeno de estudio, abordando aspectos relevantes como el emprendimiento, la innovación y el desarrollo empresarial en el sector agroindustrial. En la metodología, se describen detalladamente los procedimientos, técnicas e instrumentos utilizados para recolectar y analizar los datos necesarios. Los resultados presentan de manera clara y concisa los hallazgos obtenidos a partir del análisis de los datos recopilados, mientras que la discusión analiza e interpreta dichos resultados en relación con los objetivos planteados. Finalmente, las conclusiones sintetizan los principales hallazgos de la investigación, destacan su relevancia y formulan recomendaciones para futuras investigaciones en este campo.

Esta investigación se enfoca en diseñar un modelo de incubadora de empresas agroindustriales en la región Puno, con el fin de promover el desarrollo óptimo de los proyectos de emprendedores en este sector. Se busca impulsar la innovación, el acceso a



recursos y el fortalecimiento de capacidades empresariales, con el objetivo de potenciar el crecimiento económico, la competitividad y la generación de empleo en la región. La estructura del informe de investigación sigue una secuencia lógica que abarca desde la introducción del problema hasta las conclusiones y recomendaciones, garantizando así una presentación clara y coherente de los resultados y análisis obtenidos. Con esta investigación, se espera contribuir al desarrollo de estrategias y políticas que impulsen el emprendimiento e innovación en el sector agroindustrial de la región Puno, brindando a los emprendedores agroindustriales las herramientas necesarias para alcanzar el éxito en sus proyectos.

Esta investigación tiene como propósito diseñar un modelo de incubadora de empresas agroindustriales en la región Puno, con el objetivo de asegurar y acelerar el desarrollo óptimo de los proyectos de emprendedores en este sector. La estructura del informe de investigación sigue una secuencia lógica que abarca desde la introducción del problema, el marco teórico, la metodología utilizada, los resultados obtenidos, el análisis de dichos resultados, hasta las conclusiones y recomendaciones finales. Mediante este estudio, se busca impulsar la innovación, el acceso a recursos y el fortalecimiento de capacidades empresariales en el sector agroindustrial, con el fin de promover el crecimiento económico, la competitividad y la generación de empleo en la región Puno.

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LITERATURA

1.1. Marco Teórico

1.1.1. Emprendimiento en la agroindustria

El emprendimiento en la agroindustria se refiere a la actividad de crear y gestionar nuevos negocios o proyectos en el sector agroalimentario, que involucran la producción, procesamiento, comercialización o distribución de productos agrícolas y alimentos. Implica la identificación de oportunidades de negocio, la asunción de riesgos y la búsqueda de soluciones innovadoras para satisfacer las necesidades del mercado. Los emprendedores agroindustriales son agentes clave en el desarrollo económico y social de las zonas rurales, promoviendo la creación de empleo y la generación de valor agregado en la cadena agroalimentaria (Moctezuma-López, 2023).

1.1.2. Habilidades clave del emprendedor agroindustrial

El emprendedor agroindustrial se caracteriza por tener habilidades gerenciales, conocimiento técnico del sector agrícola, y una fuerte orientación hacia la innovación y el aprendizaje continuo. Además, debe ser capaz de identificar oportunidades de negocio en un entorno cambiante y enfrentar los desafíos propios del sector, como la variabilidad climática y las fluctuaciones del mercado. Estudios recientes sugieren que la resiliencia, la capacidad para tomar decisiones informadas y la visión estratégica son habilidades clave que diferencian a los emprendedores exitosos en el ámbito agroindustrial (Melo et al., 2023).

1.1.3. Factores clave en la decisión de emprender en agroindustria

Diversos factores influyen en la decisión de emprender en el sector agroindustrial. Estos incluyen el acceso a recursos financieros y tecnológicos, el apoyo institucional y las políticas de promoción empresarial, la disponibilidad de mercado y la demanda de productos agroalimentarios, así como las características personales y la experiencia previa del emprendedor. Investigaciones recientes resaltan la importancia de programas de formación y capacitación dirigidos a emprendedores agroindustriales, así como el papel de la colaboración y el networking en el fomento del espíritu emprendedor en el sector (Campos-Vasquez et al., 2022).

1.1.4. Analizando experiencias exitosas en emprendimiento agroindustrial

Para entender mejor el perfil del emprendedor agroindustrial, es fundamental analizar experiencias exitosas y casos de estudio relevantes en el sector. Estos casos pueden proporcionar información valiosa sobre las estrategias, decisiones y desafíos que enfrentan los emprendedores en el ámbito agroindustrial. Algunos estudios recientes han documentado casos de emprendedores agroindustriales que han logrado crear negocios sostenibles, implementar prácticas innovadoras y establecer alianzas estratégicas en la cadena de valor agroalimentaria (Pacheco-Blanco et al., 2023)

1.1.5. Explorando las teorías del emprendimiento en la agroindustria

Existen diversas teorías y modelos que pueden contribuir a comprender el perfil del emprendedor en el sector agroindustrial. Entre ellas se encuentran la Teoría del Comportamiento Emprendedor, la Teoría de la Actitud Emprendedora y el Modelo de las Cinco Características del Emprendedor Innovador. Estas teorías abordan aspectos psicológicos, motivacionales y de personalidad que influyen en la toma de decisiones y el comportamiento emprendedor. Analizar y aplicar estas teorías puede enriquecer la comprensión del perfil del emprendedor agroindustrial y ayudar a identificar áreas de desarrollo y apoyo para fomentar el emprendimiento en el sector (Silva-Chuquipoma, 2023)

1.1.6. Importancia de la investigación previa en el emprendimiento agroindustrial

La investigación previa es esencial para comprender y evaluar el perfil del emprendedor en el sector agroindustrial. Estudios anteriores han abordado diferentes aspectos del emprendimiento en la agroindustria, como las motivaciones para emprender, las características demográficas de los emprendedores, el impacto de la formación y la experiencia previa en el éxito empresarial, entre otros. Revisar y analizar estudios previos puede proporcionar una base sólida para el desarrollo de tu investigación y ayudar a identificar posibles brechas en el conocimiento que tu trabajo pueda abordar (Molina y Martínez, 2023).

1.1.7. Innovación para generar valor y mejorar la sostenibilidad en el sector agroindustrial

La innovación en el sector agroindustrial se refiere a la introducción y aplicación de nuevas ideas, tecnologías, procesos, productos o prácticas que generan valor agregado y mejoran la eficiencia y sostenibilidad de la cadena agroalimentaria. Esto incluye la adopción de técnicas agrícolas avanzadas, el desarrollo de productos alimenticios novedosos, el uso de tecnologías de la información y comunicación, y la implementación de estrategias de gestión innovadoras. La innovación es un factor clave para la competitividad y el crecimiento sostenible en el sector agroindustrial (Arce, 2019)

1.1.8. Innovación y adaptabilidad, las claves del éxito en la agroindustria

El innovador agroindustrial se caracteriza por poseer una combinación de habilidades técnicas, creativas y de liderazgo. Debe ser capaz de identificar oportunidades para mejorar la producción y los procesos agroindustriales, así como de implementar soluciones innovadoras para enfrentar desafíos como el cambio climático y la escasez de recursos. Además, debe tener una mentalidad abierta a la experimentación y al aprendizaje continuo, así como la capacidad para colaborar con otros actores de la cadena agroalimentaria y adaptarse a un entorno en constante cambio (Corchuelo y Berrocal, 2022)

1.1.9 Diversidad de innovaciones en el sector agroindustrial

En el sector agroindustrial, se pueden identificar varios tipos de innovación, entre ellos la innovación de productos, la innovación de procesos, la innovación organizacional y la innovación en marketing. La innovación de productos se refiere al desarrollo de nuevos productos agrícolas o alimentos con características mejoradas o diferenciadas. La innovación de procesos busca optimizar la producción y transformación de los productos agroalimentarios. La innovación organizacional implica cambios en la estructura y gestión de las empresas agroindustriales, mientras que la innovación en marketing busca estrategias para la comercialización y distribución de los productos (Aguilar et al., 2020).

1.1.10. Impulsores y obstáculos para la innovación en el sector agroindustrial

Varios factores influyen en la capacidad de innovación en el sector agroindustrial. Entre los impulsores se encuentran el acceso a financiamiento para la investigación y desarrollo, la disponibilidad de recursos tecnológicos y científicos, y el apoyo de políticas y programas de promoción de la innovación. Por otro lado, los obstáculos pueden incluir la falta de incentivos para la inversión en innovación, la resistencia al cambio en la industria agroalimentaria, y las barreras regulatorias y de acceso a mercados. Identificar estos factores es crucial para fomentar la innovación y mejorar la competitividad en el sector (Pérez-Ledo y Segovia-Pérez, 2021).

1.1.11. Aprendiendo de los casos de éxito en la innovación agroindustrial

El análisis de casos de éxito de innovadores agroindustriales puede proporcionar perspectivas valiosas sobre las estrategias y acciones que han llevado al éxito en la implementación de innovaciones en el sector. Estudiar ejemplos relevantes de empresas agroindustriales que han logrado posicionarse en el mercado gracias a su capacidad innovadora, puede servir de referencia para otros emprendedores e innovadores en el sector. Algunos estudios destacan casos de empresas que han aplicado tecnologías de punta en sus procesos, han desarrollado productos únicos y han establecido alianzas estratégicas con actores clave en la cadena agroalimentaria. Estos casos de éxito pueden inspirar y orientar a otros innovadores en el sector agroindustrial en su búsqueda de soluciones innovadoras y sostenibles (Sánchez et al., 2015).

1.1.12. Modelos de colaboración para fomentar la innovación en el sector agroindustrial

Los modelos de colaboración entre innovadores y empresas en el sector agroindustrial son estrategias que buscan fomentar la transferencia de conocimiento y tecnología, así como la adopción de innovaciones por parte de las empresas agroindustriales. Estos modelos pueden incluir alianzas estratégicas, programas de aceleración e incubación tecnológica, y plataformas de colaboración entre el sector privado, la academia y los organismos gubernamentales. Estas colaboraciones pueden potenciar la capacidad innovadora de las empresas, facilitar la introducción de nuevas tecnologías y prácticas, y promover la competitividad del sector agroindustrial en el mercado global (Reyna-García et al., 2018)

1.1.13. Importancia de la investigación para entender al innovador agroindustrial

La investigación previa sobre el perfil del innovador en el sector agroindustrial es fundamental para comprender las características, motivaciones y desafíos que enfrentan estos actores en el proceso de innovación. Estos estudios pueden abordar aspectos como las competencias y habilidades clave del innovador, el impacto de la formación y la experiencia en la capacidad innovadora, y los factores que impulsan o inhiben la adopción de innovaciones en el sector. Revisar y analizar investigaciones previas proporciona una base sólida para el desarrollo de nuevas estrategias de fomento a la innovación en el ámbito agroindustrial (García y Angeles, 2023)

1.1.14. El papel de las incubadoras de negocios en el sector agroindustrial

Las incubadoras de negocios son entidades que brindan apoyo y acompañamiento a emprendedores y empresas en sus etapas iniciales de desarrollo. En el sector agroindustrial, las incubadoras desempeñan un papel fundamental al proporcionar recursos, asesoría técnica y acceso a redes de contactos para fomentar la creación y consolidación de empresas innovadoras y sostenibles. Estas incubadoras pueden ofrecer espacios de trabajo compartidos, programas de capacitación y mentoría, así como la vinculación con inversionistas y clientes potenciales. Comprender el concepto y la función de las incubadoras en el contexto agroindustrial es clave para

identificar cómo pueden contribuir al desarrollo de emprendimientos innovadores en el sector (Moreira et al., 2020).

1.1.15. Diferentes tipos de incubadoras en el sector agroindustrial

Existen diferentes tipos de incubadoras que pueden ser aplicables al sector agroindustrial. Entre ellos se encuentran las incubadoras tecnológicas, que se enfocan en el desarrollo y adopción de tecnologías innovadoras en el ámbito agroalimentario. También están las incubadoras sociales, que buscan promover emprendimientos con impacto social y ambiental positivo en las comunidades rurales. Asimismo, se encuentran las incubadoras especializadas en sectores específicos dentro de la agroindustria, como la incubadora de alimentos procesados o la incubadora de tecnologías agrícolas. Comprender las características y enfoques de cada tipo de incubadora es esencial para identificar la más adecuada para el desarrollo de emprendimientos en el sector (Martins et al., 2019).

1.1.16. Beneficios y desafíos de las incubadoras en el sector agroindustrial

Las incubadoras en el sector agroindustrial ofrecen una serie de beneficios para los emprendedores y empresas, como el acceso a financiamiento, el fortalecimiento de capacidades técnicas y gerenciales, y la oportunidad de validar sus modelos de negocio en un ambiente de apoyo y colaboración. Sin embargo, también enfrentan desafíos, como la sostenibilidad financiera, la selección de emprendimientos con alto potencial de éxito y la necesidad de adaptarse a las particularidades del sector agroalimentario. Identificar y analizar estos beneficios y desafíos es crucial para diseñar e implementar incubadoras efectivas que contribuyan al desarrollo y crecimiento del sector (Luz et al., 2015).

1.1.17. Lecciones de las incubadoras exitosas en el sector agroindustrial

Estudiar las mejores prácticas y casos de éxito de incubadoras en el sector agroindustrial puede proporcionar información valiosa sobre las estrategias y enfoques que han demostrado ser efectivos en el apoyo al desarrollo de emprendimientos innovadores. Algunas incubadoras han logrado destacar por su capacidad para identificar y acelerar emprendimientos con alto potencial de crecimiento, así como por su capacidad para establecer alianzas con actores clave

en la cadena agroalimentaria. Estudiar estos casos puede servir de referencia para el diseño y la gestión de nuevas incubadoras en el sector (Silvestro et al., 2023).

1.1.18. Evaluando el impacto de las incubadoras en el sector agroindustrial

La evaluación del impacto de las incubadoras en el sector agroindustrial es un aspecto fundamental para medir su efectividad y eficiencia en el apoyo a los emprendimientos y empresas. La evaluación puede abordar diferentes aspectos, como el crecimiento y la supervivencia de los emprendimientos incubados, la generación de empleo, el incremento de ingresos y la adopción de innovaciones tecnológicas y prácticas sostenibles. Estudiar los resultados y el impacto de las incubadoras es relevante para tomar decisiones informadas sobre su mejora y optimización (Montenegro et al., 2022).

1.1.19. El impacto de las políticas y regulaciones en las incubadoras agroindustriales

El papel de las políticas públicas y el marco regulatorio es fundamental para el desarrollo y sostenibilidad de incubadoras en el sector agroindustrial. Las políticas públicas pueden establecer incentivos y apoyos financieros para la creación y operación de incubadoras, así como promover la colaboración entre el sector público y privado en la implementación de estas iniciativas. Además, el marco regulatorio debe facilitar la operación y el funcionamiento de las incubadoras, garantizando la protección de la propiedad intelectual, la seguridad jurídica y la transparencia en los procesos de selección de emprendimientos. El análisis de las políticas y regulaciones existentes permitirá identificar oportunidades para fortalecer el ecosistema de incubadoras en el sector agroindustrial (Guerra y Hernández, 2015).

1.1.20. Desafíos y perspectivas futuras para las incubadoras agroindustriales

Identificar los desafíos y perspectivas futuras para las incubadoras en el sector agroindustrial es esencial para su desarrollo sostenible y adaptación a un entorno en constante cambio. Algunos desafíos incluyen la atracción de talento y expertos especializados en el ámbito agroindustrial, la generación de recursos financieros para mantener su operación y la mejora continua de sus servicios para satisfacer las necesidades cambiantes de los emprendedores. Asimismo, se pueden explorar

nuevas oportunidades y enfoques para ampliar la colaboración con el sector público, la academia y organizaciones internacionales en el apoyo a la innovación y emprendimiento en el sector agroindustrial (Gonçalo et al., 2022).

1.1.21. El papel crucial de las incubadoras de empresas en diferentes contextos

Según García (2013) la incubación empresarial es un proceso mediante el cual una incubadora proporciona apoyo y asistencia para definir un proyecto y desarrollar una empresa, fortaleciendo así las capacidades emprendedoras de los emprendedores (llamados incubandos). La función fundamental de este proceso de incubación radica en maximizar la probabilidad de éxito del proyecto en incubación, como también los viveros de empresas son instituciones que fomentan el desarrollo local adoptando un enfoque territorial ascendente (bottom-up). Estos centros desempeñan un papel crucial al facilitar de manera efectiva el proceso de creación de nuevas pequeñas empresas, al brindar una amplia gama de servicios (Pablo y Uribe, 2016).

En contraste con otros países, las incubadoras tecnológicas en Israel ofrecen un apoyo económico notable a cada proyecto, brindando sumas de financiamiento considerables. La inclusión de estas incubadoras en el Programa de Incubadoras Tecnológicas, respaldado por el Gobierno y actualmente administrado por la Autoridad Nacional de Innovación, ha sido un factor determinante para alcanzar esta posición, y ha generado consecuencias significativas (Galindo, 2017).

En el ámbito universitario, las incubadoras de empresas desempeñan un papel fundamental al fomentar el espíritu emprendedor tanto en los estudiantes universitarios como en aquellos que forman parte de la población económicamente activa y desean emprender un negocio. Esta opción no solo contribuye al fortalecimiento del proceso educativo, sino que también enriquece las actividades de investigación y extensión, en sintonía con las necesidades del sector productivo y la comunidad en general (Guerra y Hernández, 2015).

Según Alanís et al., (2015) las incubadoras desempeñan un papel crucial en el impulso del autoempleo y la creación de empleo en sectores de alta tecnología, al mismo tiempo que brindan apoyo a áreas diversas como energía, tecnología ambiental y comercio internacional. Además, este modelo propuesto también

facilitará la integración de las diversas facultades profesionales, promoviendo el desarrollo personal y profesional de los integrantes de diferentes carreras; además, todas las empresas que atraviesan el proceso de incubación inevitablemente se enfrentan al desafiante período conocido como el 'valle de la muerte', en el cual la mayoría de las empresas fracasan. Sin embargo, aquellas que superan esta etapa tienen mayores probabilidades de consolidarse y establecerse exitosamente en el mercado (Alba, 2015).

1.1.22. Diversidad y evolución de las incubadoras de empresas

Las incubadoras de empresas se pueden clasificar de varias formas y han evolucionado con el tiempo. Mayormente, son instituciones sin fines de lucro financiadas por gobiernos para estimular el desarrollo emprendedor y la generación de empleo. Existen tres generaciones de incubadoras: la primera brinda servicios básicos y alojamiento, la segunda añade tutoría empresarial y la tercera enfatiza el acceso a financiamiento. Estas clasificaciones reflejan la evolución en la forma en que las incubadoras apoyan y participan en el desarrollo de las empresas (Bóveda et al., 2015).

Según Bravo, (2012) las incubadoras de empresas son de dos tipos:

- Incubadoras orientadas al beneficio: Se refieren a aquellas que tienen como objetivo principal generar rentabilidad para sus fundadores o propietarios. Estas incubadoras se crean con ánimo de lucro y se dividen en dos categorías principales. Por un lado, están las incubadoras independientes, que son iniciativas impulsadas por profesionales o inversores con el propósito de crecer rápidamente y obtener beneficios financieros significativos. Por otro lado, se encuentran las incubadoras corporativas, que son establecidas por empresas, generalmente grandes, con el propósito de transferir tecnologías y servicios a las spin-offs que se derivan de ellas.
- Incubadoras orientadas sin ánimo de lucro: Estas incubadoras son promovidas por diversas instituciones y tienen como objetivo brindar apoyo social. Por lo general, reciben subsidios como parte de políticas económicas para el desarrollo. Estas incubadoras se centran en fomentar el crecimiento y desarrollo de empresas emergentes sin buscar un beneficio económico directo para sus promotores.

1.1.23. La importancia del espíritu emprendedor y liderazgo en las incubadoras de empresas

Debido a la naturaleza intrínseca de estas entidades, es esencial que una incubadora de empresas esté compuesta por emprendedores que posean cualidades de liderazgo y sean capaces de llevar a cabo proyectos con un impacto significativo en la sociedad. Por lo tanto, para llevar a cabo con éxito un proyecto de incubadora de empresas, resulta vital contar con una persona que posea un alto nivel de espíritu emprendedor y liderazgo, y que esté orientada hacia el logro de objetivos colectivos, tal como se indica en el manual de prácticas de incubadoras de empresas (Torres et al., 2005).

1.1.24. Incubadoras de empresas: un motor para el desarrollo regional

Las incubadoras de empresas son fundamentales para el desarrollo regional al brindar servicios y apoyo que facilitan el emprendimiento y la transferencia de conocimiento. En el municipio de Idanha-a-Nova, se estableció la Incubadora de Empresas de Base Rural para respaldar a los jóvenes agricultores en un área de tierra vacante. Hasta ahora, se han instalado 40 empresas que se dedican principalmente a la producción hortofrutícola, con un enfoque innovador en especies y tecnología de producción. Estas empresas dinamizarán la economía local, generarán empleo y contribuirán al crecimiento de la región (Alberto y Rodrigues, 2022).

1.1.25. La agroindustria y su división en categorías alimentaria y no alimentaria

La Agroindustria se refiere a la actividad económica que abarca la producción, procesamiento y venta de productos agrícolas, ganaderos, forestales y biológicos. Esta industria se divide en dos categorías principales: alimentaria y no alimentaria. La categoría alimentaria se centra en la transformación de productos agrícolas, ganaderos, forestales y pesqueros en alimentos procesados para el consumo humano. Esto implica procesos como selección de calidad, clasificación por tamaño, embalaje y almacenamiento de los productos agrícolas, así como la transformación adicional de los productos y subproductos resultantes de la materia prima agrícola. Por otro lado, la categoría no alimentaria se dedica a la

transformación de estos productos en materias primas utilizadas para la fabricación de diversos productos industriales, aprovechando los recursos naturales disponibles (Zapata, 2001).

1.1.26. La CIU y la industria alimentaria

La Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIU), también conocida como International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC) en inglés, es un sistema de clasificación que organiza de manera sistemática todas las actividades económicas a nivel mundial con el objetivo de establecer una codificación armonizada. Esta clasificación se utiliza para diversos propósitos, como evaluar niveles de desarrollo, establecer requisitos, estandarización, políticas económicas e industriales, entre otros. La División CIU 15 corresponde a la clasificación de la industria de alimentos y bebidas (PRODUCE, 2011).

1.1.27. La importancia del emprendimiento sostenible y las dificultades de la gestión empresarial

Es crucial romper urgentemente el ciclo pernicioso que promueve el emprendimiento y el empresarismo convencional, y avanzar hacia la creación de procesos emprendedores e instituciones empresariales más sostenibles, que verdaderamente contribuyan a la multidimensionalidad del desarrollo territorial (Chaparro, 2010).

En relación a las dificultades mencionadas en el ámbito de la gestión empresarial, es evidente la falta de habilidades y experiencia administrativa por parte de los emprendedores de las Empresas de Base Tecnológica (EBTs) en las incubadoras. Además de esto, las entrevistas revelaron una escasez de profesionales calificados en el mercado para gestionar este tipo de emprendimientos. En cuanto a la comercialización, se observan dificultades en la definición de estrategias para identificar canales de distribución adecuados para los productos y/o servicios desarrollados por las EBTs, agravadas por la falta de profesionales de ventas especializados en la comercialización de productos con altas especificidades técnicas (De Andrade, 2012).

Las características sociodemográficas más relevantes que influyen en la probabilidad de iniciar un negocio incluyen la edad, el estado laboral, la experiencia

profesional, la educación superior, el tamaño del hogar, el rol de jefe de hogar y el número de miembros del hogar que generan ingresos personales (León, 2018).

El emprendimiento en la actualidad tiene una gran relevancia, ya que no solo impulsa la economía, sino que también brinda oportunidades gratificantes a los emprendedores al crear algo nuevo a través de ideas innovadoras, al tiempo que genera empleos adicionales (Gómez et al., 2018).

El análisis situacional destaca la importancia del emprendimiento al generar mayores oportunidades laborales, mejorar el bienestar familiar, reducir el desempleo y generar recursos económicos en el mercado local. Asimismo, se reconoce que el enfoque en la innovación, desarrollo y tecnología es fundamental para que las empresas puedan mantenerse en mercados competitivos y garantizar su continuidad (Ayaviri et al., 2017).

1.1.28. Características clave y diversidad cultural de los emprendedores

Las características clave del emprendedor incluyen la capacidad de innovar y ser creativo, la habilidad para identificar oportunidades en medio de la rutina, la tolerancia al fracaso, la perseverancia, la necesidad de logro, la motivación, el optimismo, el trabajo arduo, la concentración y el disfrute de ser emprendedor. Además, se destaca la importancia de llevar a cabo investigaciones específicas sobre emprendedores en cada país, considerando las distintas situaciones del entorno externo y las diversas culturas presentes en cada uno de ellos (Sung y Duarte, 2015).

1.1.29. Innovación abierta, capital social y la importancia de las empresas familiares

En la actualidad, la innovación se considera principalmente abierta, lo que implica que la productividad de una empresa depende de la productividad de sus relaciones, es decir, de su capacidad para establecer conexiones estratégicas y adaptarse a su entorno. Las redes de colaboración y confianza, tanto dentro como entre organizaciones, facilitan los procesos de creación, transferencia, aprendizaje y gestión de nuevos conocimientos empresariales. Por tanto, es fundamental que las empresas destinen cada vez más recursos a fortalecer su capital social, ya que el conocimiento se encuentra distribuido en diversas redes y grupos, y el capital social

desempeña un papel crucial en la captura de ese conocimiento que impulsa la innovación (Rodríguez, 2012).

En la actualidad, las empresas familiares tienen un papel significativo en el ámbito empresarial, generando un impacto considerable en el desarrollo económico. Por tanto, es crucial asegurar la continuidad de proyectos innovadores para comprender, describir y analizar la realidad de estas organizaciones, y determinar la forma más adecuada de llevar a cabo su gestión y dirección. Es fundamental evitar que las empresas sufran un deterioro o incluso lleguen a su extinción debido a la falta de conocimiento sobre su manejo y administración. Por lo tanto, es esencial emprender acciones que garanticen la preservación y el crecimiento sostenible de estas empresas familiares (Jiménez y Piña, 2011).

La innovación abierta se caracteriza por la búsqueda de rutas hacia el mercado tanto dentro como fuera de una organización. Las empresas pueden aprovechar canales externos a su negocio principal para comercializar sus ideas internas, con el objetivo de generar valor para la organización. El modelo de innovación abierta promueve la permeabilidad entre la empresa y su entorno, facilitando así la rápida transferencia de innovaciones entre ambos. Este enfoque se basa en la existencia de un rico conocimiento en el entorno, el cual debe ser utilizado de manera ágil para agregar valor a la empresa que lo ha creado (Peláez y Rodenes, 2009).

1.2. Antecedentes

La investigación analizó el comportamiento de los estudiantes universitarios de Sucre hacia la intención de emprender en una incubadora de empresas. Los resultados mostraron una alta intención (76%) de iniciar un negocio en una incubadora. Se encontró que las normas subjetivas y el control de comportamiento percibido influyen en la actitud emprendedora. Sin embargo, la actitud empresarial hacia la intención empresarial fue baja (0.26). Estos hallazgos resaltan la importancia del entorno y sugieren la necesidad de reestructurar la actitud emprendedora. Los resultados contribuyen al conocimiento sobre el emprendimiento y respaldan la implementación de una incubadora de empresas en el ámbito universitario (Martins et al., 2019).

La economía creativa ofrece una oportunidad para impulsar el desarrollo económico local al crear entornos innovadores que se centren en las necesidades de los creativos,

estimulando su espíritu empresarial e inspiración. Como resultado, han surgido incubadoras de empresas especializadas en la economía creativa, proporcionando apoyo a pequeñas empresas, artistas y organizaciones dentro de este sector (Silvestro et al., 2023).

Este artículo investiga el proceso de intercambio de conocimientos en una incubadora de empresas tecnológicas. Se utilizó un enfoque cualitativo a través de un estudio de caso, recolectando datos mediante entrevistas semiestructuradas basadas en la literatura existente sobre intercambio de conocimientos. Los resultados muestran que el intercambio de conocimientos en este entorno de innovación se ve impulsado por factores como la comprensibilidad y utilidad del conocimiento, habilidades de comunicación, capacidad de absorción y aplicación del conocimiento, importancia del conocimiento, entre otros. Sin embargo, también se identificaron aspectos que necesitan mejoras para lograr resultados óptimos (Hernandes et al., 2022).

Etopia es un centro de creatividad, innovación y emprendimiento en la ciudad digital de Zaragoza, impulsado por el Ayuntamiento y la Fundación Zaragoza Ciudad del Conocimiento. Con una superficie construida de 16,272 m², alberga una incubadora de empresas, espacios de coworking, residencias para creadores e investigadores, áreas de exposición, talleres digitales, laboratorios audiovisuales, un auditorio y salas de reuniones. Etopia fomenta el trabajo colaborativo entre emprendedores, creadores, empresas e investigadores para generar riqueza y conocimiento, enfrentando los desafíos urbanos en la era digital. Además, está conectado con proyectos similares en todo el mundo (Lahuerta, 2022).

Este estudio propone un modelo multicriterio para la selección de proyectos en incubadoras. Se llevó a cabo una investigación bibliográfica y entrevistas para desarrollar el modelo, que consta de dos etapas: pre-incubación e incubación. El modelo utiliza métodos de toma de decisiones en grupo para evaluar alternativas y seleccionar una cartera de proyectos eficiente. La aplicación del modelo identificó proyectos y maximizó el potencial de ingresos en la selección. Este artículo aborda la falta de estudios sobre toma de decisiones en incubadoras desde una perspectiva multicriterio. El modelo propuesto ayuda a justificar decisiones y reducir conflictos, beneficiando el rendimiento de las incubadoras y la sociedad en general (Gonçalo et al., 2022).

Este estudio tiene como objetivo comprender la intención emprendedora de los individuos en incubadoras de empresas y analizar cómo el contexto económico, la orientación emprendedora individual y las acciones de la incubadora influyen en su actitud emprendedora. Se utilizó un enfoque cuantitativo descriptivo y se recolectaron datos a través de un cuestionario estructurado con escala Likert de 7 puntos. Se aplicó el modelo de ecuaciones estructurales utilizando el software SmartPLS para probar las hipótesis. Los resultados muestran una relación significativa entre los constructos y respaldan el modelo conceptual propuesto, brindando evidencia concreta sobre la intención y la acción emprendedora de las personas en las incubadoras de empresas (Montenegro et al., 2022).

En este estudio se analiza la capacidad de absorción y las acciones de innovación de las empresas incubadas en la Incubadora de Agronegocios de Paraíba. Se valida la importancia de las incubadoras en el fomento de empresas incubadas y su capacidad para generar innovación a través de la transferencia de recursos y conocimientos. El análisis se basa en seis casos de empresas incubadas en la incubadora. Los resultados muestran avances significativos en términos de innovación en áreas como gestión, planificación, recursos humanos, producción y acceso a mercados. Se destaca la relevancia de la capacidad de absorción y la asociación entre la incubadora y las marcas para impulsar el desarrollo de las Startups (Infantes et al., 2023).

En un mercado altamente competitivo, las startups son empresas innovadoras con un gran potencial de crecimiento. Es crucial comprender las capacidades emprendedoras de los gestores de estas empresas. Este estudio se enfoca en el perfil del gestor y el contexto de la startup MedEOR Medtech, ubicada en la Incubadora y Aceleradora de Negocios Innovadores de Araranguá, Santa Catarina. Se utilizó la Metodología Skills para evaluar las habilidades emprendedoras de la gestora, encontrando un equilibrio en aspectos instrumentales, personales, técnicos y de gestión. A pesar de los desafíos de la pandemia de COVID-19, la empresa muestra un gran potencial de crecimiento y se beneficia de estar en una incubadora de negocios innovadores. Este estudio resalta la importancia de analizar las capacidades emprendedoras de los gestores de startups como impulsores de la economía global (Rocha et al., 2022).

En Brasil, se observa tanto un alto nivel de emprendimiento inicial como un entorno hostil para los emprendedores. La mayoría de las iniciativas emprendedoras son empresas individuales, pero también existe una alta tasa de cierre de negocios. Se ha encontrado

una asociación entre el desempleo y la apertura de empresas individuales en el país. Los microemprendedores brasileños a menudo comienzan su camino emprendedor debido a la falta de empleo. Con el objetivo de comprender el proceso de formación de microemprendedores, identificar obstáculos y proponer acciones para superarlos, se está realizando una investigación en una incubadora social en la región de Campinas. Los primeros resultados indican que la formación de microemprendedores debe basarse en diversos pilares, además de la capacitación en emprendimiento (Junior, 2022).

Las universidades desempeñan un papel clave en la sociedad a través de la formación, investigación y vinculación con el entorno socioeconómico. En este sentido, las incubadoras de empresas están cada vez más presentes en la vida universitaria, estableciendo vínculos entre los estudios y la implementación de proyectos emprendedores. Estas incubadoras evalúan la viabilidad de los planes de negocios, brindan asesoría y apoyo técnico y financiero, lo cual ayuda a minimizar el riesgo empresarial y aumentar las posibilidades de éxito. Su objetivo es impulsar el crecimiento productivo de la sociedad y suelen ser respaldadas por compañías privadas, entidades gubernamentales o universidades (Oswaldo et al., 2019).

La investigación se llevó a cabo en una incubadora de empresas tecnológicas en Rio Grande do Sul, con el objetivo de analizar las formas de interacción en el proceso de incubación empresarial. Se recopilaron datos mediante entrevistas a los fundadores de startups en incubación, centrándose en su trayectoria, experiencia y el proceso de incubación. Los resultados identificaron diversas formas de interacción dentro de la incubadora, incluyendo relaciones positivas entre los emprendedores y la dirección, así como barreras a superar, como la necesidad de interactuar con inversores y agencias de financiamiento. Se propuso un plan de acción para mejorar la interacción en la incubadora. Esta investigación contribuye a comprender mejor el proceso de incubación y el papel de las incubadoras en el desarrollo de empresas emergentes (Marinho et al., 2021).

El artículo analiza el emprendimiento académico desde la perspectiva de la innovación y la sostenibilidad. Su objetivo es identificar y evaluar los programas de apoyo a la innovación implementados por académicos en instituciones de educación superior. Se presentan conceptos relacionados con la innovación, incluyendo la eco-innovación para el desarrollo sostenible. El estudio se basó en un caso específico, el Centro de

Transferencia de Conocimiento y Tecnología, utilizando análisis documental y entrevistas estructuradas. Se encontró que la falta de fondos adecuados es una barrera para la implementación de la innovación. A pesar de contribuir al apoyo sostenible de la innovación, el programa de Incubadora de Innovación requiere mejoras en la colaboración entre académicos y empresas (Sieg et al., 2023).

Las incubadoras de empresas son beneficiosas para nuevas empresas al proporcionar acceso a recursos empresariales y respaldo a través de sus redes de incubación. Sin embargo, hay una falta de evidencia empírica en este tema, especialmente en países en desarrollo donde las condiciones de recursos y reputación son débiles. Este estudio se centra en cómo las incubadoras de empresas ayudan a construir legitimidad en ese contexto, considerando las acciones necesarias para influir en diferentes partes interesadas en términos de legitimidad cognitiva y sociopolítica (Cheng et al., 2023).

Este estudio examina los efectos del suministro de emprendedores en el desempeño de las incubadoras de empresas. Se diferencia entre emprendedores internos y externos, y se analizan tres tipos de resultados: aprendizaje, ganancias y retorno, junto con un cuarto resultado, la marca. Los hallazgos muestran que los emprendedores internos contribuyen al aprendizaje exploratorio, mientras que los emprendedores externos contribuyen al aprendizaje explotador. Además, se observa que los emprendedores internos generan ganancias para la organización patrocinadora, mientras que los emprendedores externos tienen un impacto positivo en la sociedad en general. El estudio concluye con un modelo conceptual preliminar para futuras investigaciones sobre el diseño de incubadoras y la alineación de programas con objetivos específicos (Eldering et al., 2023).

Este estudio aborda los roles y los impactos positivos de las incubadoras de empresas, especialmente las virtuales, en el fomento del espíritu empresarial y la innovación en diversas industrias. Aunque se ha destacado su contribución al crecimiento económico sostenible y el desarrollo social, se reconoce la necesidad de investigar más sobre los modelos de operación de estas estructuras, involucrando a los usuarios finales. En esta investigación, se presenta la tercera fase de un proyecto más amplio, proponiendo un nuevo modelo de incubadora de empresas virtuales basado en la retroalimentación de gerentes de incubadoras y fundadores de startups. El modelo se ha estructurado en 8 dimensiones clave para futuros programas de incubación digital. Este estudio proporciona pautas valiosas para académicos, profesionales y gerentes interesados en establecer y

administrar incubadoras de empresas virtuales, resaltando las fortalezas y debilidades del modelo propuesto, junto con recomendaciones para superar los desafíos esperados durante su implementación (Vaz et al., 2023).

El enfoque de este estudio se dirige hacia las incubadoras de empresas en España, con el propósito de llevar a cabo comparaciones entre diversas regiones del país. El objetivo principal es desarrollar una taxonomía del sistema de viveros de empresas en España, investigar los factores que impactan en el éxito de estas incubadoras y analizar su rendimiento durante la pandemia de COVID-19. Se ha seleccionado una muestra de 89 incubadoras de empresas de un total de 478 registradas en España. Estas incubadoras brindan servicios que incluyen espacios de oficina, asesoramiento, así como apoyo financiero y administrativo para emprendedores y nuevas empresas. Para llevar a cabo las comparaciones entre regiones, se emplean técnicas estadísticas, considerando cada incubadora como un ecosistema independiente (Rosado-Cubero et al., 2023).

Este estudio analiza la relación entre el desarrollo de la economía digital a nivel regional y el rendimiento de las incubadoras de empresas. Se utiliza un enfoque que combina perspectivas macro y microeconómicas, examinando una muestra extensa de incubadoras tecnológicas chinas y sus startups. Los resultados muestran que el desarrollo de la economía digital en las ciudades mejora la capacidad de generación de ingresos de las startups. Además, se destaca la importancia del apoyo de los servicios de recursos de las incubadoras, como el capital, la tecnología, los recursos humanos y el conocimiento, en el impulso del rendimiento de las startups. Este estudio aporta nuevas perspectivas y contribuciones a la comprensión de la economía digital y el desarrollo empresarial, y proporciona información relevante para la formulación de políticas y la gestión de la incubación de empresas en la era digital (Chen et al., 2023).

Este documento presenta evidencia preliminar sobre el papel de la incubación de empresas (BI) y las prácticas de BI en comunidades en desarrollo en Uganda. El estudio utiliza un enfoque transversal y combina datos cuantitativos y cualitativos recopilados de 28 incubadoras. Los resultados muestran que las incubadoras desempeñan funciones importantes en las comunidades, como brindar asistencia empresarial, establecer redes y proporcionar un entorno propicio. Se identificaron prácticas de BI, como el establecimiento de redes y la gestión de recursos humanos. Aunque este estudio se realizó en Uganda, sus hallazgos pueden ser relevantes para otras comunidades en desarrollo.

Estos resultados ofrecen información valiosa para mejorar la sostenibilidad de las nuevas empresas y ayudan a las incubadoras a comprender mejor su papel en el apoyo a las pequeñas y medianas empresas. Además, este estudio aporta evidencia empírica inicial sobre BI en comunidades en desarrollo, lo que agrega originalidad y valor a la investigación en este campo (Ssekiziyivu et al., 2023).

Los programas de incubación de empresas son un mecanismo clave de apoyo para los emprendedores en etapa inicial, brindándoles asistencia personalizada y un entorno propicio. Sin embargo, existen diferencias en la efectividad y alcance de las incubadoras, y la investigación existente carece de enfoque de género. Para abordar esta brecha, este estudio propone un modelo basado en la psicología social para explicar la intención de los empresarios de unirse a programas de incubación. Se encontró que la utilidad percibida y la facilidad de uso están relacionadas con la decisión de participar en la incubación. Además, se destaca la necesidad de intervenciones conductuales y prácticas inclusivas para maximizar el impacto de los programas de incubación de empresas (Burton et al., 2023).

Este estudio investigó la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres jóvenes en Lima. Se utilizó un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, y se encuestó a 132 jóvenes emprendedores en Lima. Los resultados mostraron un nivel medio de emprendimiento y empoderamiento femenino, y se encontró una relación significativa entre ambos. Un mayor nivel de emprendimiento se asoció con un mayor nivel de empoderamiento femenino en las mujeres jóvenes de Lima (Infantes et al., 2023).

En los últimos tiempos, las crisis económicas y sociales, agravadas por la pandemia del Covid-19, han afectado los derechos y el desarrollo del trabajo y la calidad de vida. Los gobiernos proponen políticas y recursos para fomentar el desarrollo económico y la empleabilidad, especialmente para grupos vulnerables como las mujeres. Sin embargo, este artículo destaca que estas políticas y recursos no consideran la realidad de las mujeres, son insuficientes y descoordinados, y no garantizan la sostenibilidad del desarrollo local. Además, se identificaron factores condicionantes. En conclusión, se plantea la necesidad de mejorar el impacto medioambiental de estas políticas y aumentar la conciencia de género en relación con el emprendimiento. También se proponen mejores prácticas para una intervención empresarial con enfoque de género y sostenibilidad (Suárez-Ortega y Fariña-Sánchez, 2021).

El emprendimiento se ha vuelto crucial para resolver los problemas económicos y de empleo en todos los países, especialmente en los países en desarrollo. Los gobiernos han adoptado un enfoque proactivo al desarrollar iniciativas y políticas para respaldar a los emprendedores y promover el potencial empresarial. Esta investigación busca analizar el impacto de las motivaciones, habilidades y factores de éxito en el rendimiento empresarial. Los resultados revelan relaciones significativas entre estos elementos y el desempeño empresarial, lo que proporciona una contribución teórica y práctica al campo del emprendimiento. Estos hallazgos pueden orientar a las instituciones educativas y los responsables de políticas para fortalecer estos factores, facilitando la identificación de oportunidades de negocio, la reducción de riesgos y el aumento de la creación de empresas con mayor tasa de éxito (Cortés y Landeta, 2021).

La innovación es fundamental para que las organizaciones puedan anticipar oportunidades y resolver problemas de manera creativa en entornos cambiantes. Esta investigación documental analiza teóricamente la importancia de la innovación en el éxito organizacional, explorando conceptos de diversos autores. Se trata de un estudio descriptivo que considera las realidades teóricas del objeto de estudio, con un enfoque sistémico y organizado. La innovación se presenta como una oportunidad para mejorar y promover estrategias que fomenten la creatividad del personal y una visión integral en la organización, generando ventajas competitivas que aseguren el éxito. Además, se destaca la importancia de contar con los actores adecuados en el proceso de creación y difusión de la innovación para lograr el éxito empresarial (Vega et al., 2020)

La literatura académica reciente resalta la importancia de dos factores clave para la innovación y supervivencia empresarial: el nivel de formación de los empleados y las alianzas estratégicas entre organizaciones. Mediante un análisis de datos de empresas manufactureras en España, se encontró que aquellas que tenían empleados con nivel de doctorado y establecían alianzas, especialmente con universidades, lograban niveles más altos de innovación en sus productos, lo que a su vez mejoraba las perspectivas de supervivencia del negocio (Garavito et al., 2020).

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Identificación del Problema

En los últimos años, el fomento de nuevos negocios y el aumento del empleo se han convertido en aspectos cruciales para el desarrollo económico de los países. Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) juegan un papel fundamental en la economía al generar empleo, obtener recursos financieros y actuar como motores de la economía a nivel local, nacional e incluso mundial. Sin embargo, las Pymes enfrentan desafíos significativos en su camino hacia la supervivencia, ya que el entorno empresarial es altamente competitivo. Además, la pandemia de Covid-19 ha tenido un impacto masivo en diferentes ámbitos, lo que ha generado una preocupación adicional (Baque et al., 2020).

En el Perú, la informalidad es un grave problema que afecta a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs). Aproximadamente el 83.1% de las 5.3 millones de empresas en el país operan en la informalidad, a pesar de que contribuyen con el 21.6% del PBI. Este sector emplea a 7.7 millones de trabajadores, lo que representa el 45% de la PEA. Tanto los empresarios como los trabajadores no cuentan con beneficios sociales como seguro de salud y pensión. Esta falta de formalización priva a los involucrados de importantes protecciones y derechos laborales (Luna, 2016).

En Perú, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el número de empresas activas en el cuarto trimestre de 2017 fue de 2'303,662 unidades, lo que representa un aumento del 8.4% en comparación con el mismo periodo del año 2016. Según el Informe Técnico Demografía Empresarial en el Perú, durante ese trimestre se crearon 68,416 empresas, lo que supuso un incremento del 5.5% en comparación con el trimestre equivalente del año 2016. Asimismo, se dieron de baja 34,718 empresas que cesaron sus operaciones, lo que representa una disminución del 30.0% en comparación con el mismo trimestre del año 2016 (Serida, 2018).

Según el Global Entrepreneurship Monitor 2016, Perú se encuentra en el cuarto puesto en términos de capacidad emprendedora. Sin embargo, es preocupante que 8 de cada 10 emprendedores peruanos experimenten fracasos antes de que sus empresas alcancen los 5 años de vida. Además, el país se sitúa entre los países con menor índice de innovación, según el Foro Económico Mundial (GESTIÓN, 2017).

2.2. Enunciados del problema

El problema general que se aborda en esta investigación es:

¿Cómo puede establecerse un sistema de apoyo específico y adaptado para el emprendimiento y la innovación en las empresas agroindustriales de la Región Puno, a fin de potenciar su desarrollo y competitividad en un entorno empresarial en constante evolución?

Los problemas específicos que se plantean son:

¿Cuáles son las características, competencias y motivaciones clave que definen el perfil del emprendedor en el sector agroindustrial de la Región Puno, y cómo se pueden utilizar estos conocimientos para mejorar su apoyo y éxito empresarial?

¿Cuáles son las cualidades y capacidades particulares que caracterizan al innovador en el ámbito agroindustrial de la Región Puno, y cómo pueden estas cualidades impulsar la generación y aplicación efectiva de ideas innovadoras?

¿Cuáles son los factores específicos que obstaculizan el desarrollo del emprendimiento y la innovación en las empresas agroindustriales de la Región Puno, y cómo pueden ser superados o mitigados a través de un modelo de incubadora enfocado?

2.3. Justificación

La mayoría de las micro y pequeñas empresas agroindustriales surgen a partir de iniciativas emprendedoras de personas visionarias, que bien pueden tener cierto conocimiento sobre como constituir una empresa, o bien, no dominar estos aspectos; dicha situación lleva a estas personas visionarias a desarrollar sus empresas de forma empírica, sin contar con los soportes técnicos, administrativos y gerenciales requeridos para alcanzar un desempeño adecuado, con el peligro de desaparecer en los primeros años de vida por diversas situaciones tales como: costos fijos altos, complicado acceso a

capital, insuficiente tecnología para el desarrollo de nuevos productos, entre otros (GESTIÓN, 2018).

Debido a la abrumadora cifra del 70% de fracasos en las MYPES y a su importancia en la economía del Perú por su aporte del 40% al PBI, es que surge de importancia principal de diseñar el modelo de incubadora para empresas agroindustriales a través del proceso de emprendimiento e innovación en la región Puno, con la finalidad de brindar mayor seguridad al nuevo emprendedor y al mismo tiempo restar la debilidad que presente y de esta forma hacer que el modelo de incubadora garantice que el nuevo negocio sea capaz de ser sostenible y rentable en el tiempo.

Las incubadoras de empresas son organismos que se caracterizan por fomentar el emprendedorismo así como de brindar apoyo a los nuevos emprendimientos, asesorando y prestando infraestructura para que una empresa en formación reduzca los riesgos, costos de puesta en marcha y el proceso natural de aprendizaje llevado a cabo por las personas a cargo de la nueva empresa (Bravo, 2012).

La realización de este estudio surge de la necesidad de contribuir al desarrollo de nuevos emprendimientos del sector MYPE; a través de la creación de un centro de incubación de empresas del sector privado, teniendo presente que el financiamiento de los nuevos emprendimientos es clave para que ideas con gran potencial se trasformen en una empresa, ya que a través de la formación de incubadoras de empresas se puede dar una posible solución al problema del desligamiento que se produce entre las ideas y los recursos necesarios para ponerlas en marcha (Sánchez, 2015).

En la cita de trabajo en la sede de la Secretaría General de la Comunidad Andina en Lima, se destacó que las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) son responsables del 60% del empleo en los países de la CAN. Estas empresas son consideradas de gran importancia debido a su implicación social y están principalmente constituidas por unidades familiares. Los sectores donde las Mipymes se desarrollan principalmente son manufacturas, textiles, alimentos, bebidas y madera, entre otros (CAN, 2017).

En este contexto, se destaca la importancia de contar con incubadoras de empresas, que brinden apoyo, orientación y recursos a los emprendedores, facilitando el proceso de creación y desarrollo de nuevas empresas. Las incubadoras de empresas pueden desempeñar un papel crucial al proporcionar capacitación, asesoramiento empresarial y

acceso a redes de contactos, lo que ayuda a aumentar las posibilidades de éxito de las Pymes y contribuye al crecimiento económico sostenible.

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo General

Desarrollar un modelo conceptual de incubadora para fomentar el emprendimiento y la innovación en empresas agroindustriales de la Región Puno

2.4.2. Objetivos específicos

- Analizar el perfil del emprendedor del sector agroindustrial en la región Puno
- Analizar el perfil del innovador del sector agroindustrial en la región Puno
- Analizar el modelo de incubadora a través del perfil del emprendedor e innovador del sector agroindustrial.

2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis general

La implementación de un modelo de incubadora adaptado a las necesidades del sector agroindustrial en la Región Puno, centrado en el emprendimiento y la innovación, resultará en un aumento significativo en el desarrollo sostenible de empresas agroindustriales y su capacidad para generar impacto económico y social.

2.5.2. Hipótesis específicas

- El análisis detallado del perfil del emprendedor agroindustrial revele características específicas, motivaciones y habilidades clave que influyen en el éxito de las empresas en la Región Puno.
- El análisis del perfil del innovador agroindustrial identifique características distintivas y habilidades que contribuyan a la generación y aplicación efectiva de ideas innovadoras en el sector.
- La identificación de obstáculos específicos que limitan el emprendimiento y la innovación proporcionará información esencial para la adaptación de la incubadora y su capacidad de abordar de manera efectiva los desafíos enfrentados por las empresas agroindustriales.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1. Lugar de Estudio

La presente investigación se llevó a cabo en la región de Puno, ubicada en el extremo sureste de Perú. Puno se extiende entre los 13°00'00" de latitud sur y los 71°06'57" y 68°48'46" de longitud oeste respecto al meridiano de Greenwich. Con una superficie territorial de 71,999.00 km², lo cual representa el 6% del territorio nacional, Puno se posiciona como el quinto departamento más grande del país. Limita al norte con la región Madre de Dios, al este con la República de Bolivia, al sur con la Región Tacna, y al oeste con las regiones de Moquegua, Arequipa y Cusco.

Una de las características distintivas de Puno, en contraste con otros departamentos andinos, es su relieve predominantemente plano, con altitudes que oscilan entre los 3,800 y 4,000 metros sobre el nivel del mar. La región se divide en 13 provincias y 110 distritos. Estas son las provincias y su respectivo número de distritos: Carabaya (10 distritos), Chucuito (7 distritos), El Collao (5 distritos), Huancané (8 distritos), Lampa (10 distritos), Melgar (9 distritos), Moho (4 distritos), San Antonio de Putina (5 distritos), San Román (5 distritos), Sandia (10 distritos) y Yunguyo (7 distritos).

La ciudad de Puno se encuentra estratégicamente ubicada en la bahía del mismo nombre, en las orillas del majestuoso Lago Titicaca, a una altitud aproximada de 3,827 metros sobre el nivel del mar.



Figura 1. Macro localización del ámbito de Estudio

Fuente: <http://www.mujeresaymaras.com>

3.2. Población

El trabajo de investigación se realizó con una población finita y ha sido representado por el número total de las MYPES agroindustriales con clasificación CIU 15 que corresponde a alimentos y bebidas que se ubican en la región Puno sumando en total 826 (PRODUCE, 2011).

3.3. Muestra

Para la selección del tamaño de muestra se utilizó el muestreo probabilístico para poblaciones finitas con 262 muestras, utilizando para ello la siguiente fórmula (Considerando nivel de confianza del 95% y un error del 5%).

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 N + Z^2 p q}$$

Donde:

N = Población

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

Z = Nivel de confianza

E = Error máximo

3.4. Método de investigación

El presente trabajo se enmarcó en un enfoque descriptivo y correlacional, que tuvo como objetivo principal describir las relaciones entre variables sin intervenir o manipular ninguna de ellas. Se fundamentó en la observación directa de los fenómenos por parte del investigador y se buscó obtener datos a través de escalas numéricas, lo que lo convierte en un enfoque cuantitativo.

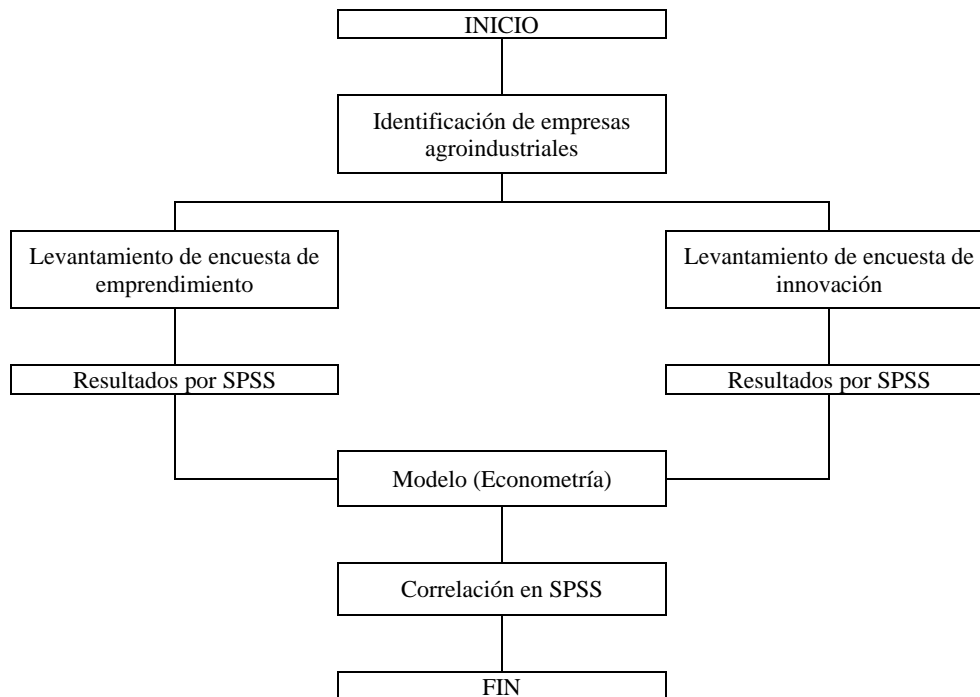


Figura 2. Proceso de desarrollo de la Investigación

3.5. Descripción detallada de métodos por objetivos específicos

3.5.1. Método y diseño de investigación

La investigación se desarrolló a partir del método deductivo, que es el proceso de razonamiento que parte de un marco general y va hacia lo particular. El razonamiento deductivo es el que permite inferir los hechos con base en leyes generales, premisas o teorías de aplicación universal para llegar a conclusiones particulares. El diseño de investigación a utilizar fue el no experimental de clase longitudinal, donde los datos se recopilan en distintos momentos.

3.5.2. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

- Análisis documental

Comprende el procesamiento analítico – sintético, incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas. Para nuestro caso el método documental fue un medio para confrontar la situación actual en la que se encuentran las MYPES formales y en proceso de formalización.

- Encuesta

Se utilizó la técnica de investigación por encuesta para obtener información directa de la muestra, permitiendo adquirir datos de información primaria. La investigación se enfocó en analizar las características técnicas de cada empresa en la muestra, mediante un cuestionario dirigido a los gerentes o responsables de las MYPES.

- Cuestionario

Consistió en recopilar datos mediante la aplicación de cédulas (formularios) con preguntas impresas; en ellos, el encuestado respondía de acuerdo a su criterio y brindaba información útil para el investigador. Esto permitió clasificar sus respuestas y hacer su tabulación e interpretación para llegar a datos significativos. En conclusión, lo definimos como un documento en el cual se recopiló la información por medio de preguntas (abiertas o cerradas) aplicadas a un universo o muestra seleccionada con el propósito de conocer la opinión.

- Tabla de recolección de datos

Dado que la investigación fue de tipo descriptivo y los instrumentos utilizados para la recolección de información fueron los cuestionarios, se emplearon cuadros para recopilar los datos, los cuales posteriormente fueron interpretados en figuras estadísticas mediante el programa SPSS.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados y Discusión del Proceso de Emprendimiento

4.1.1. Prueba de validez

Con el fin de evaluar la validez del instrumento utilizado en este estudio, se ha realizado un cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach, el cual es una medida de confiabilidad o consistencia interna. La tabla 1 muestra que el coeficiente Alfa de Cronbach obtenido es de 0.904, basado en un conjunto de 38 elementos. Este resultado indica que el instrumento utilizado en la investigación posee un alto grado de confianza.

Tabla 1

Estadísticas de fiabilidad para el instrumento de emprendimiento

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.904	38

4.1.2. Descripción demográfica

- Género de los líderes de empresas agroindustriales

Los resultados presentados en la tabla 2 arrojan una interesante perspectiva sobre la representación de género en las posiciones de liderazgo en las empresas agroindustriales de la región de Puno. En particular, se destaca que un 54.3% de los líderes son mujeres, mientras que un 45.7% son hombres. Esta distribución desafía las percepciones convencionales sobre la participación de género en el ámbito del liderazgo de las empresas al respecto Suárez-Ortega y Fariña-Sánchez (2021) indica

que los gobiernos e instituciones proponen políticas y asignan recursos con el objetivo de estimular el desarrollo económico y mejorar las oportunidades de empleo, prestando particular atención a grupos vulnerables, como las mujeres. Sin embargo, los resultados sugieren que estas políticas y recursos no se ajustan de manera adecuada a la realidad de las mujeres, mostrándose insuficientes, descoordinados y sin garantías de sostenibilidad para el desarrollo local.

Tabla 2

Género de líderes de empresas agroindustriales

Género	N	%
Femenino	144	54.3%
Masculino	121	45.7%

La figura 3 presenta los resultados sobre el género predominante de los líderes en las empresas agroindustriales de la región de Puno. Estos hallazgos ofrecen una perspectiva clara de la distribución de género en el liderazgo de dichas empresas. Esta información es de gran valor para comprender la participación y representación de género en este sector específico, y puede resultar relevante para investigaciones futuras y acciones encaminadas a abordar la relevancia de género en el ámbito empresarial.

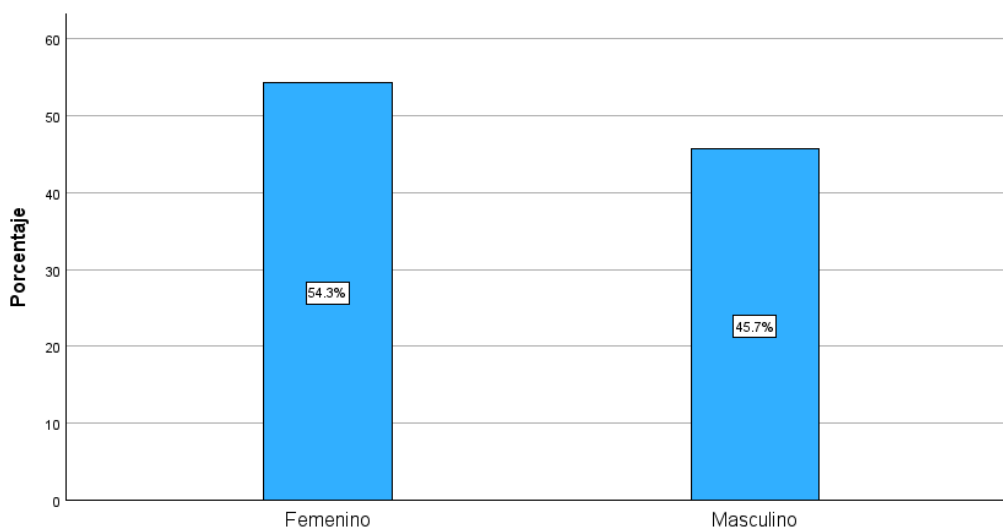


Figura 3. Gráfico de Género

- Rango de Edad

Los datos presentados en la tabla 3 ofrecen una visión detallada de la distribución de edades de los individuos que ocupan cargos de liderazgo en las empresas agroindustriales de la región de Puno. Los resultados muestran que un 0.8% de las personas se encuentra en el grupo de edad de menos de 25 años, mientras que un 7.9% se ubica en el rango de 25 a 35 años. Además, un 37.7% se sitúa en el rango de 35 a 45 años, un 40.4% en el rango de 45 a 55 años, y un 13.2% tiene más de 55 años. Esta distribución proporciona una comprensión clara de cómo se dividen las edades en los roles de liderazgo dentro del sector agroindustrial en la región. Estos resultados adquieren relevancia al examinar las afirmaciones de León (2018) quien señala que la probabilidad de iniciar un negocio se ve influida principalmente por ciertas características sociodemográficas, destacando especialmente la edad de la persona. Así, los resultados de esta tabla no solo delimitan una panorámica de la distribución de edades en el liderazgo agroindustrial, sino que también sugieren la importancia de considerar la diversidad generacional como un recurso valioso para el éxito empresarial y el desarrollo sostenible en la región de Puno.

Tabla 3

Rango de edad de líderes agroindustriales

Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 25 años	2	0.8	0.8	0.8
Entre 25 y 35 años	21	7.9	7.9	8.7
Entre 35 y 45 años	100	37.7	37.7	46.4
Entre 45 y 55 años	107	40.4	40.4	86.8
Más de 55 años	35	13.2	13.2	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 4 muestra las frecuencias de los grupos de edad predominantes en los individuos que ocupan puestos de liderazgo en las empresas agroindustriales de la región de Puno. Destacan especialmente los grupos de "Entre 35 y 45 años" y "Entre 45 y 55 años", representando una significativa proporción de líderes en estas franjas de edad.

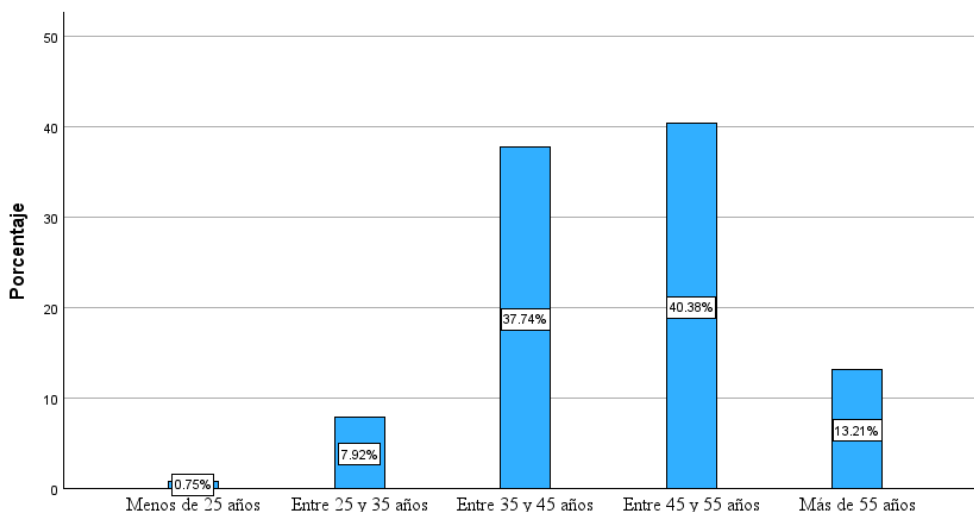


Figura 4. Representación gráfica de edades

- Nivel educativo máximo terminado

La tabla 4 muestra una distribución intrigante del nivel educativo de los líderes en empresas agroindustriales de Puno. Se destaca un 13.2% con educación universitaria incompleta y un 26.8% con educación universitaria completa. Además, el 27.5% sin educación formal, clasificado como "otros", subraya la relevancia de la experiencia y habilidades adquiridas de manera no convencional en el liderazgo empresarial. Parada et al. (2023) indica que la educación juega un papel fundamental al ser el eje central para cultivar las habilidades de emprendedor en donde adquieren destrezas que les permiten crecer con la perspectiva de crear negocios competitivos y generar empleo.

Tabla 4

Nivel educativo máximo terminado

Nivel educativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Secundaria	38	14.3	14.3	14.3
Técnico	42	15.8	15.8	30.2
Universitaria incompleta	35	13.2	13.2	43.4
Universitaria completa	71	26.8	26.8	70.2
Maestría	6	2.3	2.3	72.5
Otros	73	27.5	27.5	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 5 resalta los datos más relevantes sobre el nivel educativo de los individuos en puestos de liderazgo en las empresas agroindustriales de la región de Puno. Estos hallazgos resaltan la diversidad educativa dentro del liderazgo agroindustrial de la región y la relevancia de valorar tanto la formación académica como las trayectorias alternativas en el éxito empresarial.

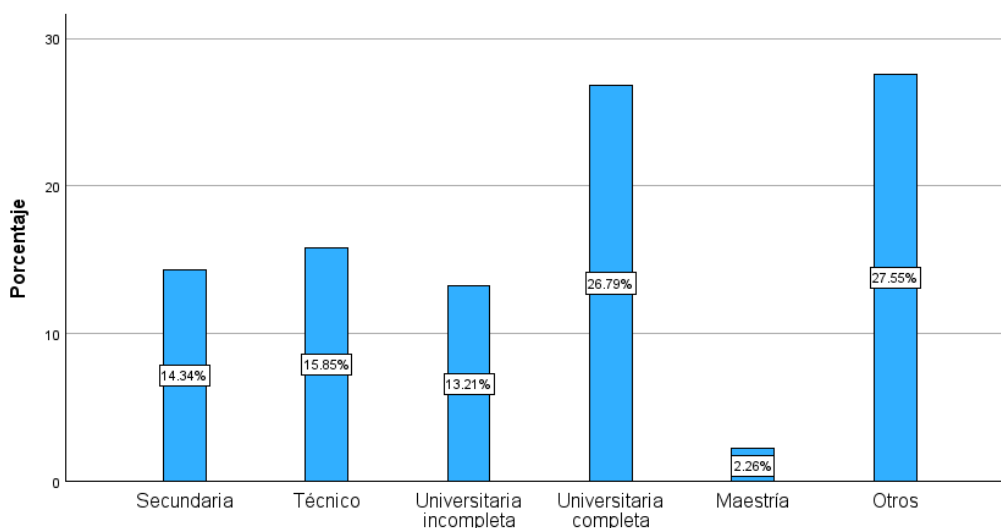


Figura 5. Representación visual de niveles de educación

4.1.3. Descripción de las empresas agroindustriales en la región Puno

Las empresas agroindustriales en la región de Puno son actores fundamentales, dedicándose a la producción, transformación y comercialización de productos agrícolas y pecuarios. Estas empresas emplean a un número significativo de trabajadores y cuentan con una trayectoria consolidada en el mercado, de acuerdo a los resultados que se detallan a continuación.

- Nombre de la empresa

La tabla 5 aporta información relevante sobre los nombres de las empresas agroindustriales en la región de Puno. Los datos señalan que un 98.11% de las empresas cuentan con un nombre identificativo, mientras que un 1.89% no ha registrado un nombre específico, al respecto Maldonado et al. (2020) analiza las características del emprendimiento familiar, destacando las fortalezas y debilidades esenciales para garantizar su continuidad y sostenibilidad a largo plazo.

Tabla 5

Nombre de la empresa

Identificación de la empresa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No tiene	5	1.9	1.9	1.9
Si tiene	260	98.1	98.1	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 6 resalta los puntos más destacados en relación a la identificación de las empresas agroindustriales en la región de Puno. Este dato resalta la oportunidad y la importancia de considerar la adopción de un nombre comercial para fortalecer su presencia y reconocimiento en el sector agroindustrial de la región de Puno.

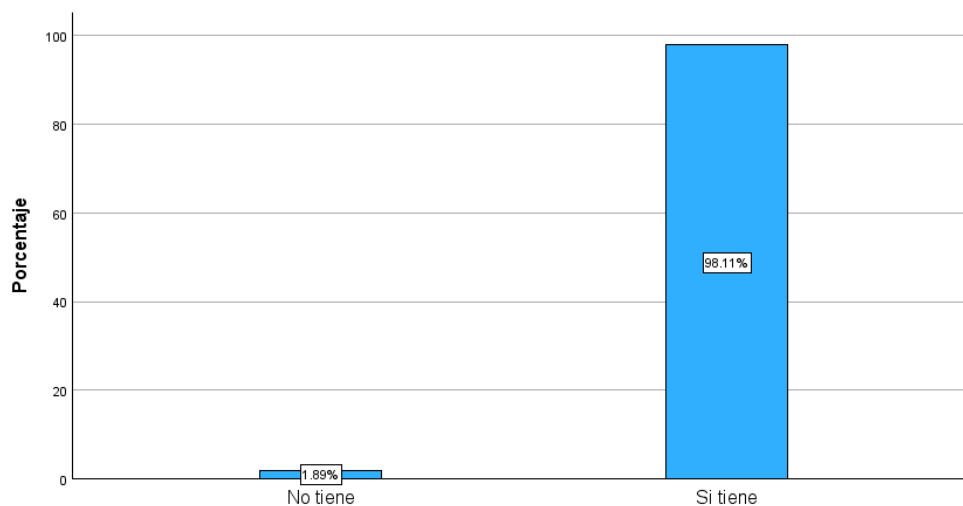


Figura 6. Identificación de las empresas agroindustriales

- Tiempo de funcionamiento de las empresas agroindustriales

El análisis de la tabla 6 revela una diversidad en los periodos de operación de las empresas agroindustriales en Puno. Muestra que una proporción similar de empresas ha operado durante 1 y 2 años, pero a medida que avanzan los años, aumenta la proporción de empresas que superan las etapas iniciales, consolidando su presencia, especialmente a partir del séptimo año. Destacan años como el 12, 15, 18 y 25 con un porcentaje significativo de empresas en funcionamiento, sugiriendo hitos críticos en su desarrollo. Estos hallazgos resaltan la importancia de investigar los factores que contribuyen al éxito y sostenibilidad de las empresas agroindustriales en Puno, con implicaciones significativas para el desarrollo económico y social de la región, al respecto Vale et al. (2023) resalta la vital

importancia de considerar el ciclo de vida organizacional como una herramienta fundamental en la búsqueda de soluciones en contextos inusuales y desafiantes.

Tabla 6

Tiempo de funcionamiento de las empresas agroindustriales

Años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	3	1.1	1.1	1.1
2	3	1.1	1.1	2.3
3	6	2.3	2.3	4.5
4	6	2.3	2.3	6.8
5	4	1.5	1.5	8.3
6	3	1.1	1.1	9.4
7	32	12.1	12.1	21.5
8	34	12.8	12.8	34.3
9	15	5.7	5.7	40.0
10	29	10.9	10.9	50.9
11	12	4.5	4.5	55.5
12	30	11.3	11.3	66.8
13	11	4.2	4.2	70.9
14	4	1.5	1.5	72.5
Válido 15	17	6.4	6.4	78.9
16	9	3.4	3.4	82.3
17	8	3.0	3.0	85.3
18	9	3.4	3.4	88.7
19	4	1.5	1.5	90.2
20	4	1.5	1.5	91.7
21	1	0.4	0.4	92.1
22	2	0.8	0.8	92.8
23	4	1.5	1.5	94.3
24	4	1.5	1.5	95.8
25	1	0.4	0.4	96.2
27	2	0.8	0.8	97.0
28	2	0.8	0.8	97.7
30	4	1.5	1.5	99.2
34	1	0.4	0.4	99.6
40	1	0.4	0.4	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 7 proporciona información valiosa sobre la longevidad de las empresas en el sector agroindustrial de la región de Puno.

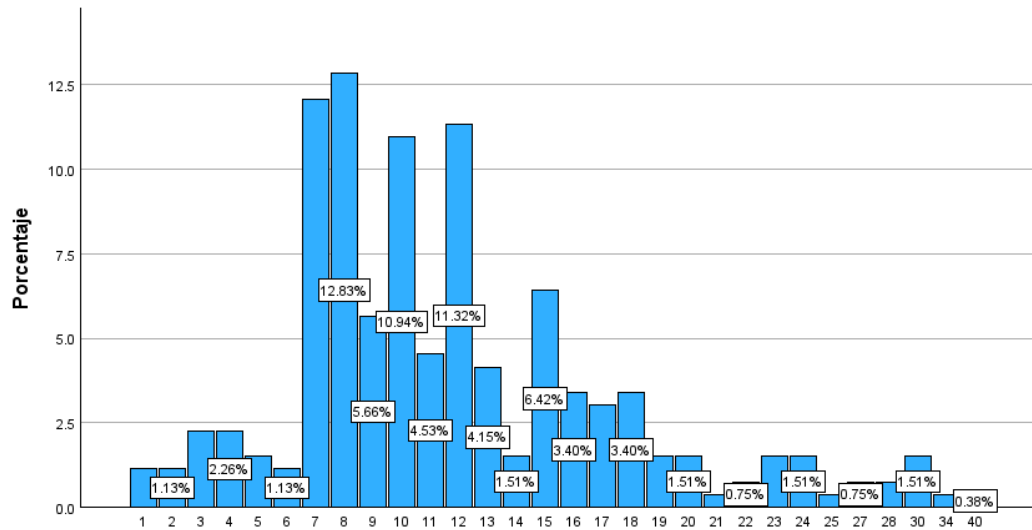


Figura 7. Diagrama de experiencia operativa

4.1.4. Análisis del proceso de emprendimiento

- Ventas a nivel local

La tabla 7 expone que un 1.5% de las empresas registra un nivel de ventas entre el 21% y el 40% del total a nivel local. La mayoría de las empresas, un significativo 49.8%, operan en el rango de ventas del 41% al 60%. Además, un 42.6% de las empresas reporta un porcentaje de ventas que oscila entre el 61% y el 80% a nivel local. Por último, un 6.0% de las empresas señala ventas que comprenden el 81% al 100% del total a nivel local, al respecto Vicente (2019) refiere que la carencia de departamentos de Investigación y Desarrollo (I+D) se manifiesta como una debilidad palpable en las empresas locales. Esto explica por qué la mayoría de ellas limitan la venta de sus productos al ámbito local.

Tabla 7

Ventas a nivel local

Ventas (%)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
21-40%	4	1.5	1.5	1.5
41-60%	132	49.8	49.8	51.3
61-80%	113	42.6	42.6	94.0
81-100%	16	6.0	6.0	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 8 muestra la venta de productos agroindustriales a nivel local según el porcentaje de sus ventas.

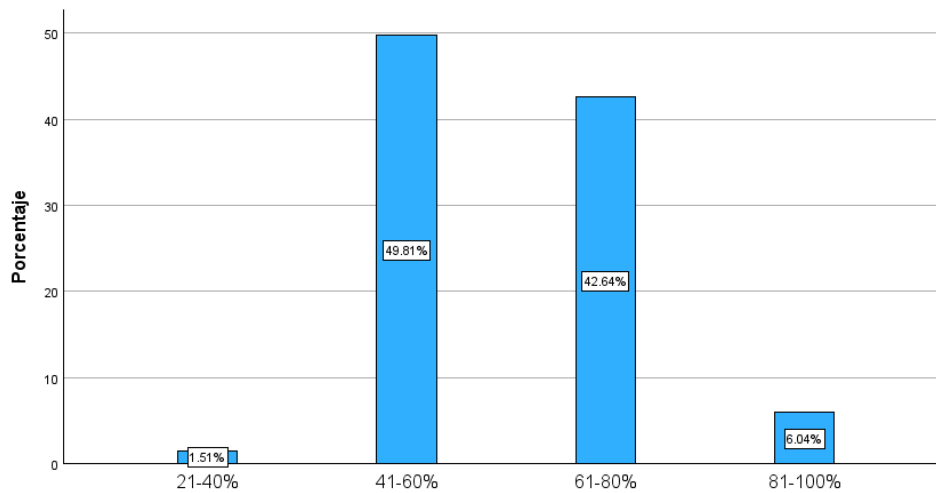


Figura 8. Diagrama de ventas de productos agroindustriales a nivel local

- Ventas a nivel nacional

La tabla 8 exhibe el porcentaje de ventas a nivel nacional de las empresas agroindustriales. Los datos destacan que únicamente el 1.5% de estas empresas registra un nivel de ventas que varía entre el 21% y el 40% de su producción total. Además, un porcentaje aún más reducido, específicamente el 0.4% de las empresas, se sitúa en el rango de ventas que va del 41% al 60% de su producción total.

Tabla 8

Ventas a nivel nacional

Ventas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	260	98.1	98.1	98.1
21-40%	4	1.5	1.5	99.6
41-60%	1	0.4	0.4	100.0
Total	265	100.0	100.0	

- Ventas a nivel internacional

La tabla 9 presenta el porcentaje de ventas a nivel internacional de las empresas agroindustriales. Los datos resaltan que un 0.4% de las empresas logran un nivel de ventas entre el 21% y el 40% del total a nivel internacional, mientras que otro 0.4% se sitúa en el rango de ventas del 41% al 60% a nivel internacional.

Tabla 9

Ventas a nivel internacional

Ventas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	263	99.2	99.2	99.2
21-40%	1	0.4	0.4	99.6
41-60%	1	0.4	0.4	100.0
Total	265	100.0	100.0	

- Importancia en su decisión de crear y gestionar su empresa

La tabla 10 destaca que el 78.5% considera cumplir un sueño o meta personal como de gran importancia. Además, el 59.6% destaca la construcción de un negocio familiar como motivación, mientras que el 54.7% valora la búsqueda de autonomía e independencia en el trabajo. Al respecto Maussa-Pérez et al. (2021) indica que la elección de iniciar una empresa por parte de la mayoría de las personas suele estar estrechamente relacionada con el desempleo.

Tabla 10

Importancia en su decisión de crear y gestionar su empresa

Importancia	No tuvo importancia	Tuvo poca importancia	Fue importante	Fue muy importante
Cumplir con un sueño o meta personal	2.3	7.5	78.5	11.7
Alcanzar nuevos retos personales	1.5	7.9	56.6	34.0
Vivir una experiencia que me permita crecimiento personal	1.1	11.3	52.8	34.7
La mejora del entorno de trabajo personal (Ambiente laboral)	1.5	11.3	56.2	30.9
Tener mayor flexibilidad en el uso del tiempo	0.4	9.8	55.1	34.7
Tener autonomía e independencia en mi trabajo	0.4	7.5	54.7	37.4
Tener un medio de subsistencia	0.4	7.9	52.1	39.6
Obtener altos ingresos económicos	1.1	9.8	58.5	30.6
Construir un negocio familiar	1.1	11.3	59.6	27.9

La figura 9 muestra gráficamente las motivaciones que impulsaron a las empresas agroindustriales de la región Puno a emprender sus negocios.

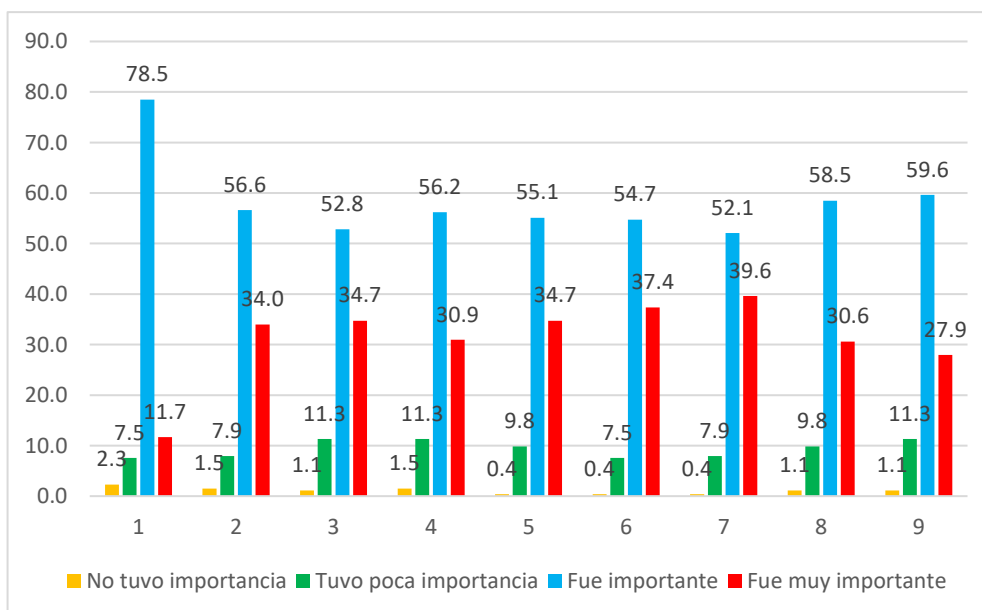


Figura 9. Diagrama de influencias empresariales

- El conocimiento constituye para algunas personas una motivación para crear empresa

La tabla 11 brinda una perspectiva esclarecedora sobre las motivaciones relacionadas con la explotación comercial del conocimiento y la innovación en las empresas agroindustriales de la región de Puno. Se destaca que la motivación más prominente es "Explotar comercialmente el conocimiento y la experiencia personal", ya que un significativo 66.8% de las empresas considera esta opción como "Fue importante". Además, las empresas valoran la posibilidad de capitalizar innovaciones que se originan en investigaciones previas, con un 46.4% que la considera "Fue importante". Asimismo, la opción "Explotar comercialmente una innovación generada a partir del conocimiento y la tecnología provisto por otros" también es relevante, con un 45.7% de importancia.

Estas motivaciones subrayan la actitud emprendedora y la disposición de las empresas para utilizar tanto sus propios conocimientos y experiencias como para adoptar innovaciones externas con el propósito de mejorar su competitividad en el mercado al respecto Potes et al. (2022) refiere que la carencia de conocimientos

fundamentales para establecer una empresa sostenible representa una limitación significativa que obstaculiza la viabilidad de emprendimientos sostenibles.

Tabla 11

Motivación para crear empresa

Motivación	No tuvo importancia	Tuvo poca importancia	Fue importante	Fue muy importante
Explotar comercialmente el conocimiento y la experiencia personal	3.4	26.4	66.8	3.4
Explotar comercialmente una innovación generada a partir de resultados de investigación	5.3	35.5	46.4	12.8
Explotar comercialmente una innovación generada a partir del conocimiento y la tecnología provisto por otros	4.9	36.6	45.7	12.8

La figura 10 ofrece una representación visual de las motivaciones que llevaron a las empresas agroindustriales de la región Puno a emprender, centrándose en la explotación comercial del conocimiento y la innovación.

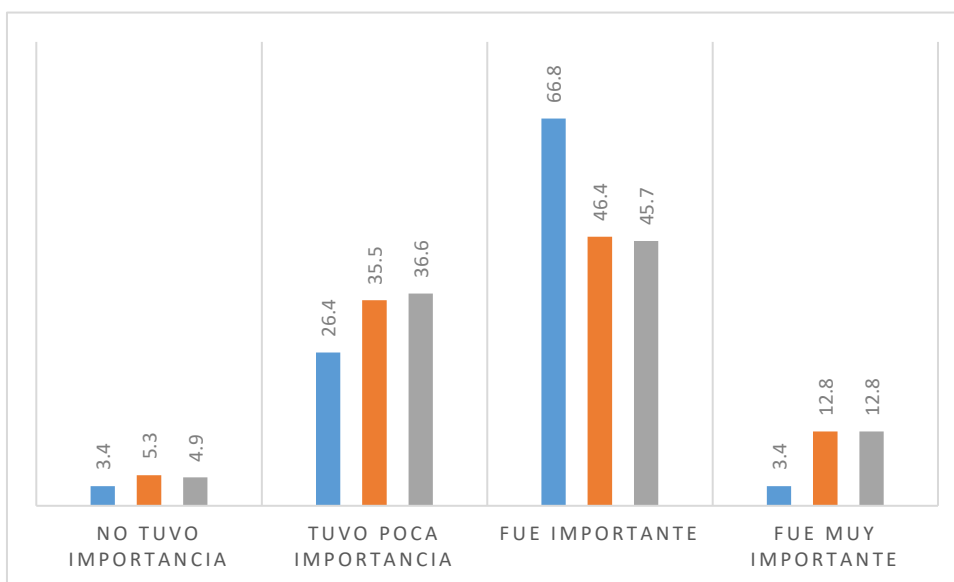


Figura 10. Visualización de factores motivadores empresariales

- Muchas empresas se crean para aprovechar una oportunidad en el mercado

La tabla 12 revela de manera perspicaz las motivaciones fundamentales que impulsan a las empresas agroindustriales en la región de Puno a emprender. Destaca la detección de necesidades insatisfechas en el mercado, con un significativo 61.1% considerándola importante. Además, resalta la búsqueda de oportunidades de negocio mediante el descubrimiento de nuevos productos y servicios, con un 41.9% de importancia, y el desarrollo de métodos de producción innovadores, con un 48.7% de relevancia. Estas motivaciones reflejan una actitud emprendedora y proactiva en la cual las empresas se esfuerzan por identificar oportunidades, innovar y abordar las necesidades no satisfechas en el mercado agroindustrial. Estupiñán et al. (2022) mencionan que el aprovechamiento de fuentes de energía renovable en el sector agroindustrial ofrece ventajas como aumento de la producción energética, reducción de costos operativos, exploración de nuevos mercados internacionales y contribuciones a la sostenibilidad.

Tabla 12

Oportunidad en el mercado

Oportunidad	No tuvo importancia	Tuvo poca importancia	Fue importante	Fue muy importante
La detección de una necesidad insatisfecha	1.9	33.2	61.1	3.8
El descubrimiento de un nuevo producto / servicio	3.4	44.2	41.9	10.6
El desarrollo de un nuevo método de producción	3.4	38.1	48.7	9.8

- La disponibilidad de recursos se convierte en un incentivo para crear empresa

La tabla 13 destaca que el acceso a financiamiento externo es crucial para el 44.2% de los emprendedores, mientras que la participación en convocatorias externas es un catalizador importante para el 27.5%. Además, la inversión de recursos propios o familiares, el conocimiento de proveedores confiables y el apoyo externo son fundamentales, valorados por el 34.0%, 34.0% y 19.2%, respectivamente. Según Montes-Sierra et al. (2023) el acceso total al financiamiento impacta directamente en el éxito inicial y la viabilidad a largo plazo de la empresa, influyendo en aspectos

como la adquisición de equipos, contratación de personal y desarrollo operativo, lo que destaca la importancia de una estrategia financiera sólida para el éxito y la sostenibilidad empresarial.

Tabla 13

Disponibilidad de recursos

Disponibilidad	No tuvo importancia	Tuvo poca importancia	Fue importante	Fue muy importante
La posibilidad de financiación externa	24.2	21.9	44.2	9.8
Responder a convocatorias externas (públicas y/o privadas)	32.1	32.1	27.5	8.3
Invertir los recursos financieros propios o de mi familia	22.3	29.4	34.0	14.3
La existencia de apoyos públicos	41.1	24.9	26.0	7.9
La disponibilidad de una red de contactos en el mercado potencial	26.8	35.1	30.9	7.2
Poner en práctica las habilidades emprendedoras que posee	19.2	37.4	36.2	7.2
Conocimiento de posibles proveedores	20.4	36.6	34.0	9.1
Políticas públicas y estímulos para el emprendimiento	37.0	31.7	24.2	7.2
Acompañamiento externo público y/o privado	41.1	34.7	19.2	4.9

La figura 11 revela la importancia de diversos recursos para incentivar la creación de empresas agroindustriales de la región Puno.

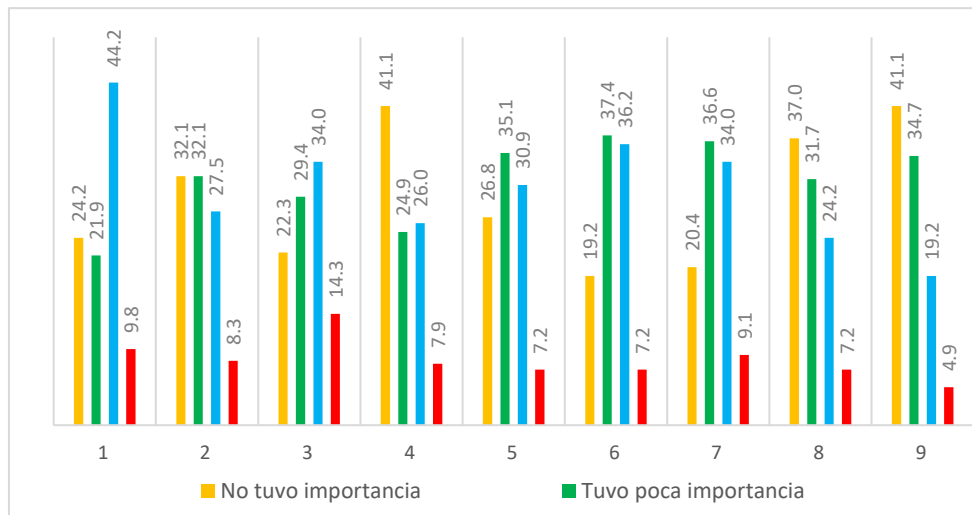


Figura 11. Gráfico de recursos disponibles

- La experiencia laboral puede generar en algunas personas la decisión de crear su propia empresa

La tabla 14 pone de relieve la importancia de la experiencia laboral en la toma de decisiones para emprender en el ámbito de las empresas agroindustriales en la región de Puno. Los datos indican que la insatisfacción con la situación laboral previa emerge como un factor relevante para el 41.1% de los encuestados, mientras que la finalización de la vinculación laboral y la oportunidad de continuar mediante una empresa propia son considerados significativos para el 43.8% de los encuestados.

Estos resultados sugieren que la experiencia laboral desempeña un papel destacado como motor de emprendimiento al respecto Leal (2020) refiere que es esencial comprender con claridad el concepto de emprendimiento, así como reconocer las características asociadas a una mentalidad emprendedora y la relación existente con el acto de emprender. Además, resulta crucial identificar las potenciales ventajas derivadas de la creación de un negocio, tanto a nivel personal como colectivo. En este contexto, la experiencia laboral se presenta como un componente fundamental para fortalecer estas habilidades emprendedoras y comprender de manera más profunda los beneficios que puede aportar la iniciativa empresarial, tanto a nivel individual como en el conjunto de la sociedad.

Tabla 14

Experiencia laboral puede generar la decisión de crear su propia empresa

Experiencia	No tuvo importancia	Tuvo poca importancia	Fue importante	Fue muy importante
Inconformidad con la situación laboral cuando era empleado	2.3	54.0	41.1	2.6
Terminación de vinculación laboral y oportunidad de continuar en empresa propia	1.9	46.8	43.8	7.5

La figura 12 muestra la relevancia de la experiencia laboral para el emprendimiento en empresas agroindustriales de la región Puno.

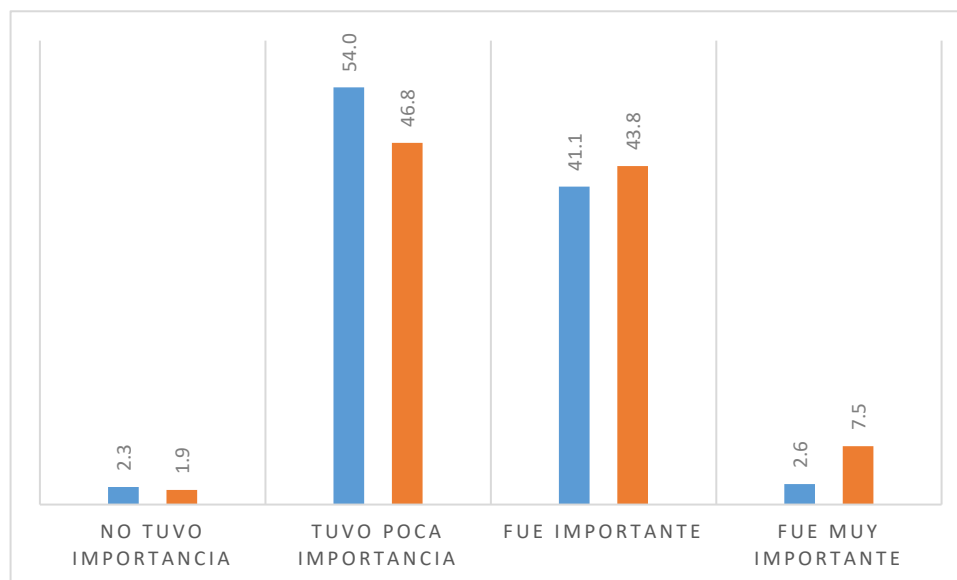


Figura 12. Gráfico de influencia de la experiencia laboral

- Factores relacionados con el entorno social e institucional pueden influir en la decisión de crear empresa.

La tabla 15 proporciona una comprensión detallada sobre los factores sociales e institucionales que influyen en el emprendimiento de empresas agroindustriales en Puno. Destaca que el 41.5% sigue tradiciones familiares, evidenciando la fuerte influencia cultural y familiar en la decisión de emprender. El 26.8% destaca la importancia de la influencia de amigos, y el 40.8% se inspira en el éxito de proyectos anteriores. El 47.2% busca mejorar su estatus social, viendo el emprendimiento como vía para la movilidad social. La presencia de organizaciones

de apoyo es crucial para el 44.2%, subrayando el papel institucional en respaldar la creación de empresas. Además, el 37.7% valora la actitud positiva hacia la creación de empresas en su entorno. La tabla 15 refleja también el compromiso social de los emprendedores, con el 37.4% destacando la generación de empleo y el 47.9% motivado por contribuir al bienestar de la comunidad. Estos resultados están vinculados al concepto de "capital social", resaltando la importancia de las redes sociales en el emprendimiento, según Rodríguez y Urbiola (2019).

Tabla 15

Factores relacionados con el entorno social e institucional pueden influir en la decisión de crear empresa

Factores	No tuvo importancia	Tuvo poca importancia	Fue importante	Fue muy importante
Continuar con una tradición familiar de emprendedores	6.8	47.9	41.5	3.8
La influencia de los amigos	37.4	26.8	25.3	10.6
Seguir el ejemplo de empresas o proyectos exitosos	15.5	34.0	40.8	9.8
Lograr un mejor status social	4.5	33.2	47.2	15.1
Existencia de organizaciones de fomento al emprendimiento	11.3	30.2	44.2	14.3
Las campañas de fomento a la creación de empresas	17.0	35.1	31.3	16.6
La actitud existente en el entorno hacia la creación de empresas	15.5	33.6	37.7	13.2
Generar empleo	7.2	44.2	37.4	11.3
Contribuir al bienestar de la comunidad	3.0	32.1	47.9	17.0

La figura 13 destaca la relevancia de los factores sociales e institucionales en el proceso de emprendimiento en empresas agroindustriales de la región Puno.

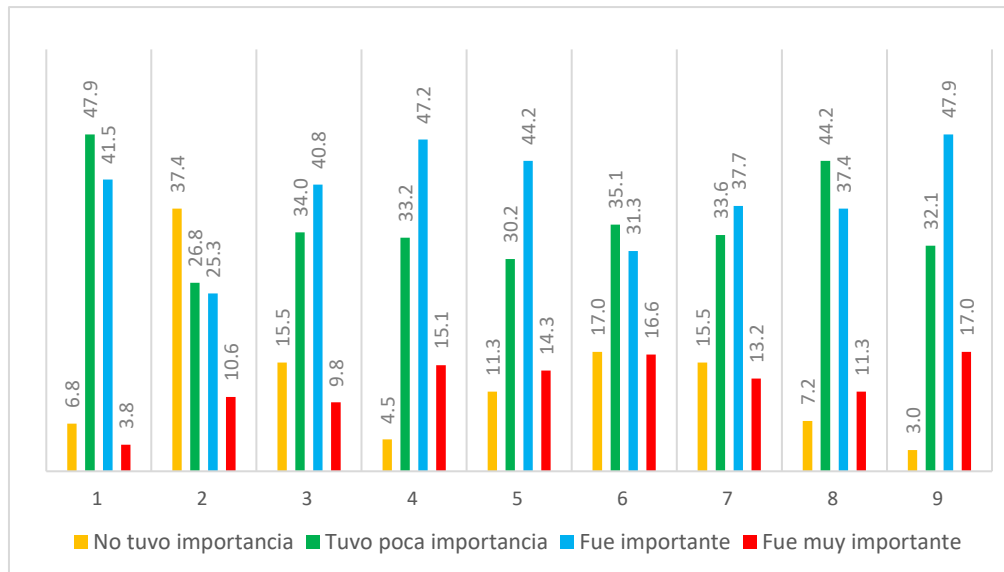


Figura 13. Diagrama de factores sociales e institucionales en la creación empresarial

4.2. Resultados y Discusión del Proceso de Innovación

4.2.1. Prueba de validez

La tabla 16 presenta los resultados del Alfa de Cronbach para empresas agroindustriales en la región de Puno. Este indicador, con un valor de 0.878, refleja una alta consistencia interna en las respuestas de los encuestados, indicando que los 86 elementos del cuestionario están correlacionados de manera adecuada. Esto fortalece la validez y fiabilidad de los resultados, ya que un Alfa de Cronbach cercano a 1.0 sugiere una mayor homogeneidad y coherencia entre los elementos. Este análisis de confiabilidad contribuye a la calidad del cuestionario y la consistencia de los datos, proporcionando una base sólida para conclusiones representativas en el estudio.

Tabla 16

Fiabilidad del instrumento de Innovación

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.878	86

4.2.2. Análisis del proceso de innovación por producto

- Introducción de bienes y servicios nuevos en el mercado

La tabla 17 proporciona una visión detallada sobre la introducción de bienes y servicios nuevos en el mercado por parte de las empresas agroindustriales en la región de Puno. En el año 2019, el 6.8% de las empresas destacó haber lanzado nuevos bienes significativamente mejorados, mientras que un notable 66.8% no lo hizo. En el mismo año, el 5.3% de las empresas lanzó nuevos servicios mejorados, mientras que un 56.6% no realizó tales lanzamientos. Analizando los años 2017, 2018 y 2019 en conjunto, se observa que el 22.3% de las empresas introdujo nuevos bienes mejorados en el mercado, con solo un 4.2% optando por no realizar este tipo de innovación. De manera similar, el 27.5% de las empresas lanzó servicios nuevos mejorados, y un 10.6% no implementó tales lanzamientos en ese período. Estos resultados subrayan una tendencia interesante en la región, donde un porcentaje considerable de empresas muestra una actitud emprendedora e innovadora al incursionar en la introducción de bienes y servicios nuevos en el mercado. Esto destaca la importancia de la innovación para fortalecer la satisfacción del cliente y mantener la competitividad, según Fuentes-Blasco et al. (2020), demostrando su papel clave en la percepción global de la marca.

Tabla 17

Introducción de bienes y servicios nuevos en el mercado

Bienes y servicios	Sí (2019)	No (2019)	Sí (2017-2018-2019)	No (2017-2018-2019)
Bienes nuevos o mejorados significativamente	6.8	66.8	22.3	4.2
Servicios nuevos o mejorados significativamente	5.3	56.6	27.5	10.6

La figura 14 ofrece un panorama detallado sobre la introducción de bienes o servicios nuevos en el mercado por parte de las empresas agroindustriales en la región Puno.

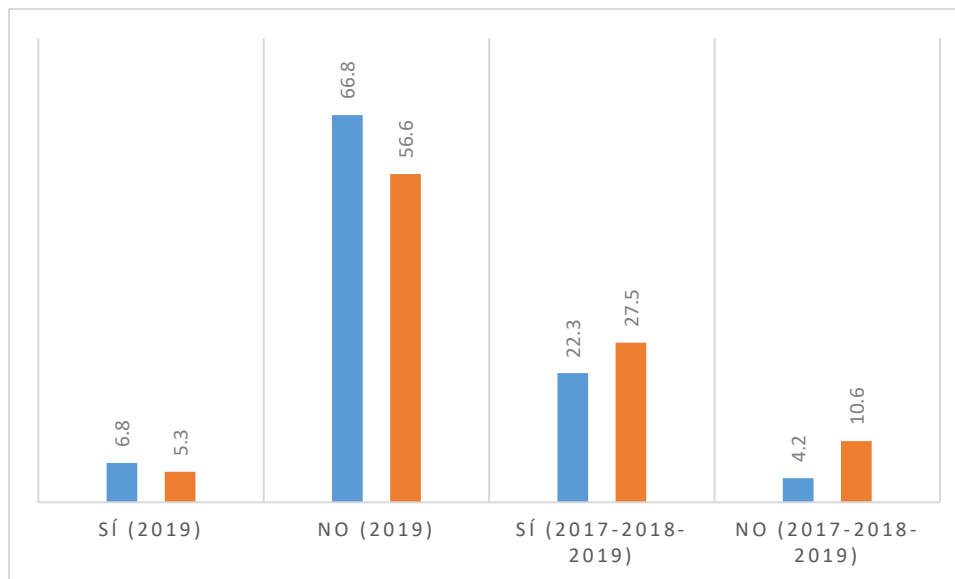


Figura 14. Diagrama de lanzamiento de productos y servicios

- Desarrollo de las innovaciones

La tabla 18 destaca que un porcentaje significativo de empresas optó por el desarrollo independiente de innovaciones, con un 35.5% para bienes y un 25.3% para servicios. Sin embargo, es notable que la mayoría de las empresas no emprendió este tipo de innovaciones, alcanzando un 38.9% para bienes y un sorprendente 0.4% para servicios. Además, se observa que un porcentaje menor de empresas eligió colaborar con otras entidades para innovar, con el 6.8% para bienes y el 21.5% para servicios. Algunas empresas optaron por adaptar bienes o servicios previamente desarrollados por otras entidades, representando un 8.3% para bienes y un 17.7% para servicios. Estos datos subrayan la diversidad de enfoques utilizados por las empresas agroindustriales en la región para abordar la innovación, respaldando la idea de que la innovación es un proceso integral que impulsa la generación de valor y la competencia, según Morelos-Gómez et al. (2023).

Tabla 18

Desarrollo de las innovaciones

Desarrollo	Innovaciones de Bienes (Sí)	Innovaciones de Bienes (No)	Innovaciones de Servicios (Sí)	Innovaciones de Servicios (No)
Su empresa por sí misma	35.5	38.9	25.3	0.4
Su empresa junto a otras empresas o instituciones	6.8	63.8	21.5	7.9
Su empresa adaptando o modificando bienes o servicios originalmente desarrollados por otras empresas o instituciones	8.3	62.6	17.7	11.3
Otras empresas o instituciones	4.2	68.7	12.5	14.7

La figura 15 representa de manera gráfica cómo las empresas agroindustriales de la región Puno abordan la innovación en bienes y servicios.

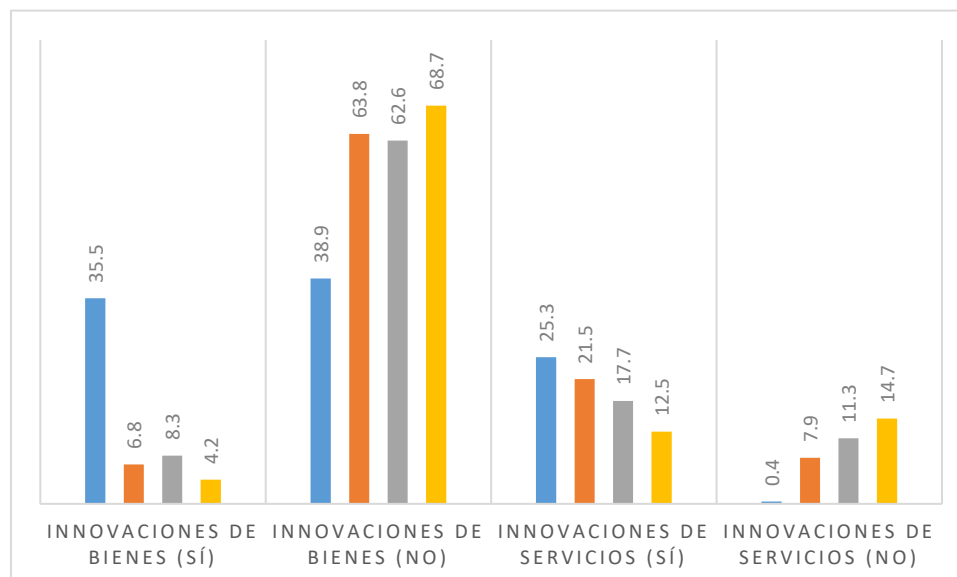


Figura 15. Gráfico de progreso innovador

- Innovaciones de producto introducidos durante los años 2017 – 2018 – 2019

La tabla 19 resume las respuestas de las empresas encuestadas en relación con la introducción de innovaciones de producto entre 2017 y 2019. Destaca que un notable 61.1% de las empresas implementó innovaciones completamente nuevas para su mercado, evidenciando un enfoque en la generación y lanzamiento de productos originales. Por otro lado, el 38.9% introdujo innovaciones exclusivas para su propia organización, indicando un enfoque de personalización o adaptación de productos preexistentes. Estos resultados subrayan la relevancia de la personalización y adaptación para ciertas empresas, reflejando la búsqueda de soluciones ajustadas a sus contextos particulares. Estos hallazgos concuerdan con la idea de que la innovación de productos impulsa el crecimiento y la competitividad en el sector agroindustrial, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), según Navas-Olmedo et al. (2022). Es crucial destacar la interconexión entre la innovación y la infraestructura, ya que la integración eficaz de estas mejoras contribuye a la productividad y competitividad constante de los emprendimientos.

Tabla 19

Innovación de producto introducidos durante los años 2017-2018-2019

Innovación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nueva para su mercado	162	61.1	61.1	61.1
Solamente nueva para su empresa	103	38.9	38.9	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 16 visualiza los datos recopilados de las respuestas de las empresas encuestadas sobre la introducción de innovaciones de producto durante los últimos tres años (2017-2019).

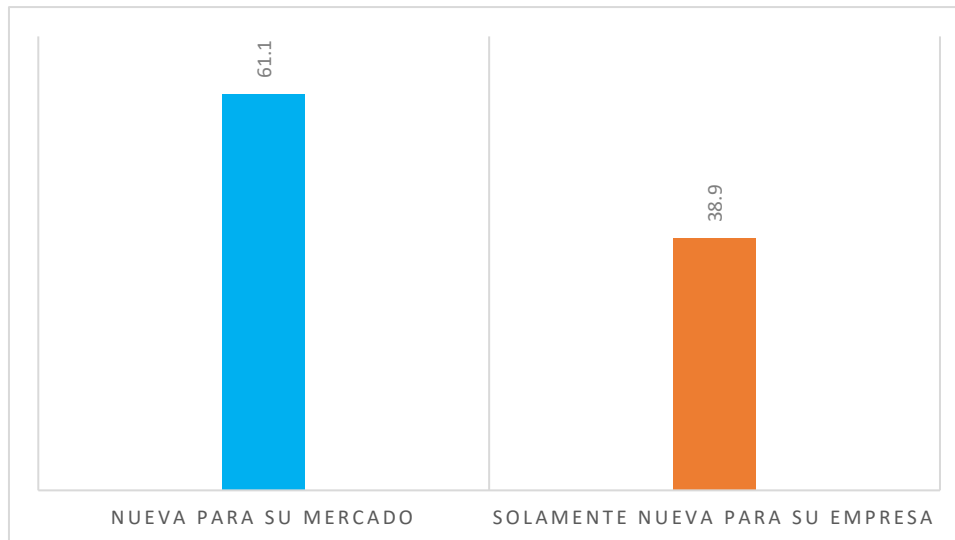


Figura 16. Visualización de desarrollo de productos en los años 2017-2019

- Innovaciones de productos a nivel local, regional, nacional e internacional

La tabla 20 resume los resultados sobre el alcance de las innovaciones de productos en empresas agroindustriales de la región de Puno durante 2017-2019. Destaca que el 84.9% de las innovaciones fueron introducidas a nivel local, mientras que el 9.4% tuvo alcance regional. Sin embargo, las innovaciones a nivel nacional e internacional fueron menos comunes, con un 1.5% y 1.1%, respectivamente. Estos datos reflejan el fuerte enfoque de las empresas en consolidar y expandir sus operaciones localmente y regionalmente, indicando una prioridad en estos ámbitos. Esto coincide con la observación de Mahecha-Lagos (2023) sobre el rezago en innovación en la región de América Latina en comparación con economías más avanzadas.

Tabla 20

Innovaciones de productos a nivel local, regional, nacional e internacional

Innovación de productos	Sí	No	No sé
Por primera vez a nivel local	84.9	11.3	3.8
Por primera vez a nivel regional	9.4	84.2	6.4
Por primera vez a nivel nacional	1.5	95.1	3.4
Por primera vez a nivel internacional	1.1	95.5	3.4

La figura 17 presenta una representación gráfica de los datos de la tabla 20, que analiza el alcance de las innovaciones de productos realizadas por empresas agroindustriales en la región Puno durante los últimos tres años (2017 - 2019).

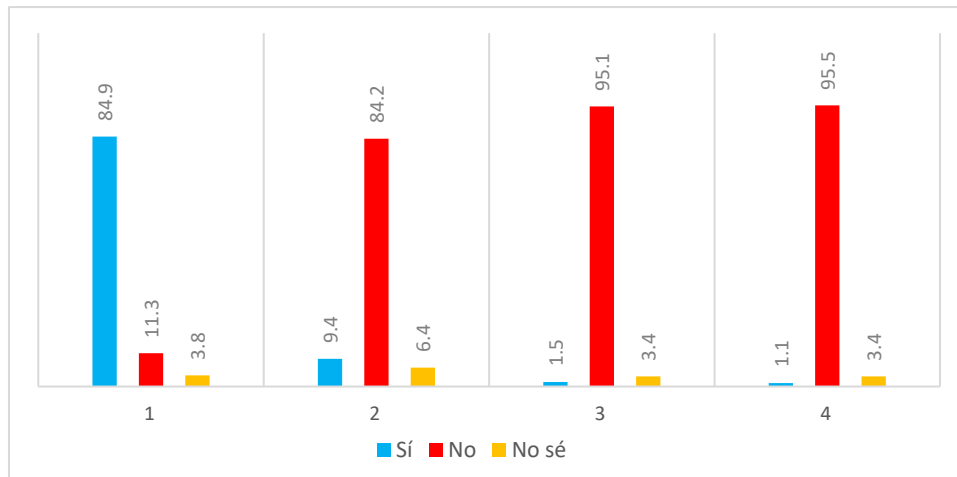


Figura 17. Gráfico de innovaciones de producto a nivel geográfico

4.2.3. Análisis de innovación por proceso

La tabla 21 indica que en el año 2019, un 26.4% implementó mejoras significativas en manufactura o producción, mientras que el 58.9% no llevó a cabo innovaciones. En logística, el 7.5% hizo cambios sustanciales, pero el 66.8% no efectuó modificaciones en 2019. En actividades de apoyo empresarial, como mantenimiento o contabilidad, el 7.5% informó mejoras, comparado con el 69.4% sin cambios en 2019. Al respecto Esteban et al. (2005) indica que más empresas participen en la competencia mediante la innovación y dediquen recursos a investigación y desarrollo (I+D), integrándolo como actividad integral.

Tabla 21

Innovaciones de proceso

Innovaciones de proceso	Sí (2019)	No (2019)	Sí (2017-2018)	No (2017-2018)
Métodos de manufactura o producción de bienes y/o servicios nuevos o mejorados significativamente	26.4	58.9	11.7	3.0
Logística, métodos de entrega o distribución de insumos, bienes o servicios nuevos o mejorados significativamente	7.5	66.8	17.0	8.7
Actividades de apoyo para sus procesos, tales como los sistemas de mantenimiento u operaciones de compras, contabilidad, o computación nuevas o mejoradas significativamente	7.5	69.4	12.5	10.6

La figura 18 refleja visualmente los datos de la tabla 21, que analiza las innovaciones de proceso realizadas por empresas agroindustriales de la región Puno.

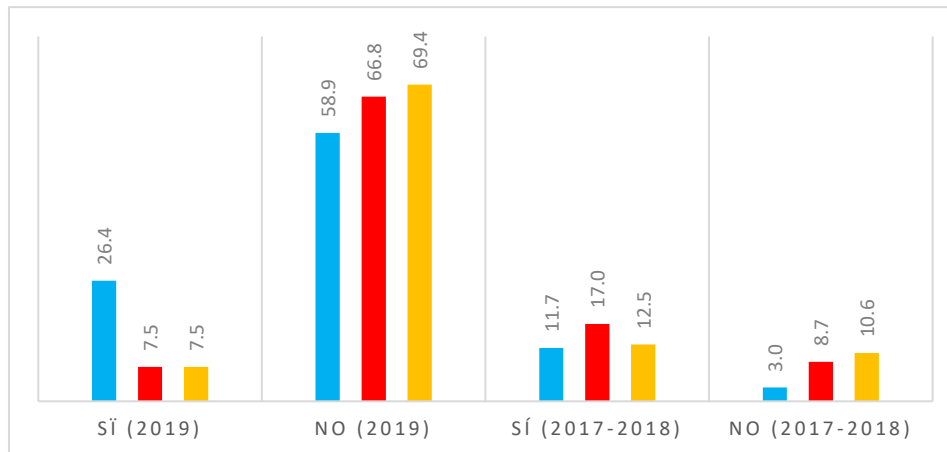


Figura 18. Diagrama de innovaciones de proceso

- Origen de las innovaciones de proceso

La tabla 22 revela que la mayoría (86.4%), estas innovaciones se desarrollan internamente, destacando una capacidad autónoma para la mejora. Además, un 9.1% adapta procesos existentes, demostrando una estrategia de optimización interna. Una minoría (3.4%) colabora externamente, y solo un 1.1% atribuye las innovaciones a fuentes externas. Estos resultados subrayan la relevancia de la capacidad interna de innovación, con algunas instancias de adaptación y colaboración en el sector agroindustrial.

Tabla 22

Origen de las innovaciones de proceso

Origen de innovación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Su empresa por sí misma	229	86.4	86.4	86.4
Su empresa en conjunto con otras empresas o instituciones	9	3.4	3.4	89.8
Su empresa adaptando o modificando procesos	24	9.1	9.1	98.9
Otras empresas o instituciones	3	1.1	1.1	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 19 ilustra las fuentes de origen de las innovaciones de proceso en el sector agroindustrial, basada en las respuestas de las empresas encuestadas.

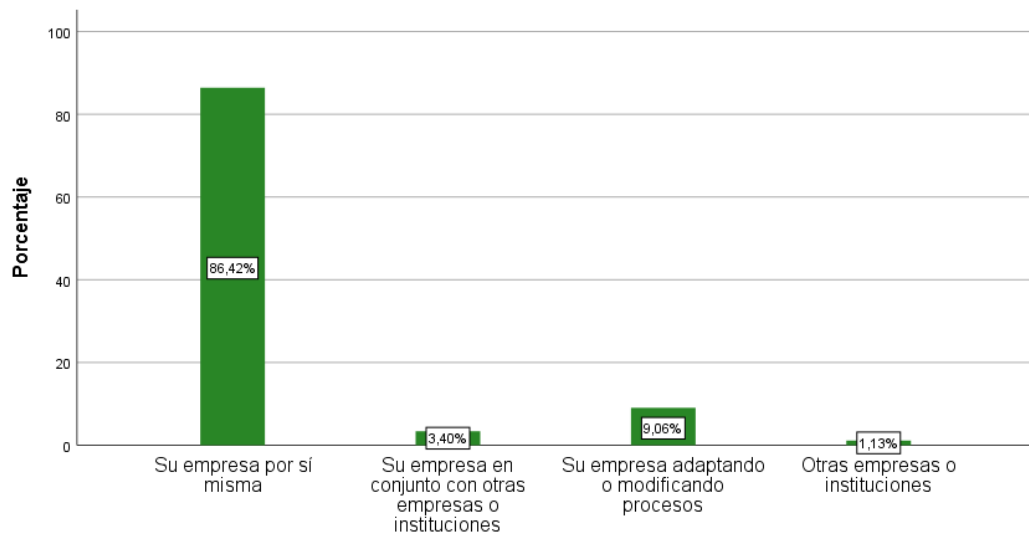


Figura 19. Visualización del origen de desarrollo de procesos innovadores

- Innovaciones de proceso: novedad en el mercado en los años (2017-2018-2019)

La tabla 23 revela información significativa sobre la novedad de las innovaciones de proceso en las empresas agroindustriales de la región Puno en los últimos tres años. El 33.2% afirmó la novedad, indicando posibles casos de "innovación radical". Contrariamente, el 40.4% describió innovaciones menos impactantes, posiblemente relacionadas con mejoras iterativas ("innovación incremental"). Un 26.4% no pudo confirmar la novedad, señalando la necesidad de mayor conciencia sobre los estándares de innovación en el mercado. Estos hallazgos sugieren que un enfoque equilibrado entre mejoras incrementales y radicales es crucial para el desarrollo y la competitividad continua de estas empresas Astudillo et al. (2013).

Tabla 23

Novedad en el mercado en los años 2017 – 2018 – 2019

Novedades en el mercado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	88	33.2	33.2	33.2
No	107	40.4	40.4	73.6
No sé	70	26.4	26.4	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 20 muestra la distribución de respuestas a la pregunta sobre si las innovaciones de proceso de los últimos tres años fueron nuevas en el mercado.

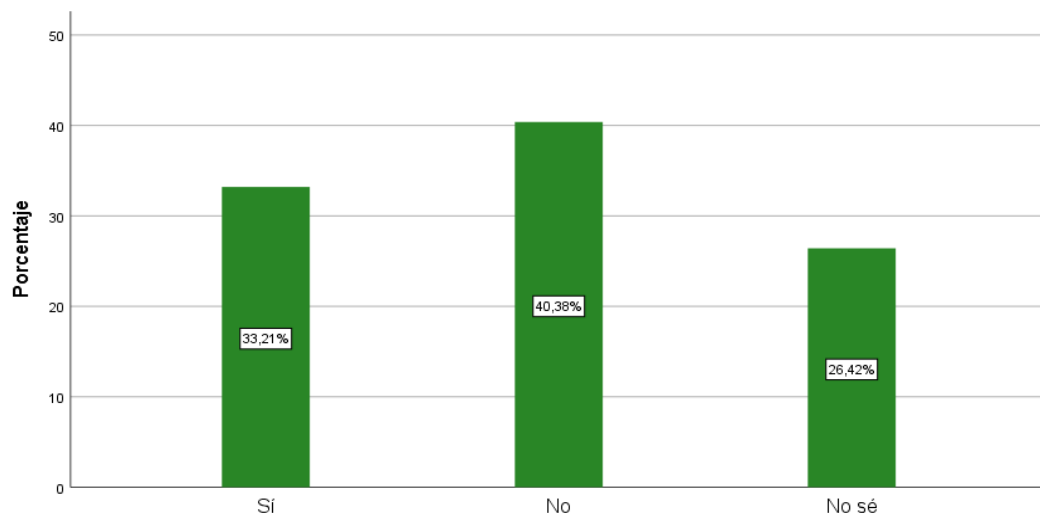


Figura 20. Diagrama de introducción de productos nuevos

- Tendencias de actividades de innovación sin resultados de producto o proceso en empresas durante 2017-2019

La tabla 24 brinda una perspectiva sobre la dinámica de innovación en las empresas agroindustriales de la región Puno. El 11.3% abandonó actividades de innovación, posiblemente adoptando el concepto de "fracaso exitoso". El 24.2% perseveró, buscando mejoras a largo plazo, mientras que el 64.5% no emprendió tales actividades, indicando una estrategia más conservadora o falta de recursos para innovaciones sin resultados inmediatos.

Tabla 24

Exploración de Actividades de Innovación sin Resultados de Producto o Proceso en Empresas durante 2017-2019

Actividades de innovación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí, porque las actividades fueron abandonadas	30	11.3	11.3	11.3
Sí, pero las actividades estaban aún en curso al final del 2019	64	24.2	24.2	35.5
No	171	64.5	64.5	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 21 ilustra la distribución de respuestas en relación con la realización de actividades de innovación que no culminaron en innovaciones de producto o proceso durante el período 2017-2019.

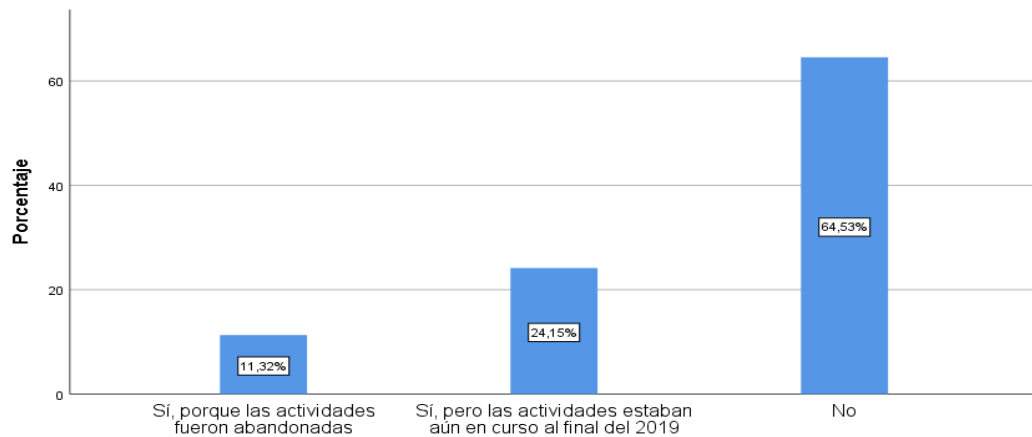


Figura 21. Diagrama de actividades innovadoras sin resultados de producto o proceso

- Participación de la Empresa en Actividades de Innovación

La tabla 25 proporciona un análisis detallado de las estrategias de innovación adoptadas por las empresas agroindustriales de la región de Puno en 2019 y durante el período 2017-2019, en el contexto del enfoque de "innovación abierta". En 2019, el 34.0% prefirió la investigación interna, mientras que el 8.7% optó por servicios externos de I+D, reflejando una estrategia más abierta (Kantis et al., 2023). La adquisición de conocimiento externo (15.8%) sugiere colaboración y aprendizaje a través de asociaciones, y el adiestramiento para actividades innovadoras (10.6%) destaca el enfoque en el desarrollo de habilidades. La introducción rápida al mercado de innovaciones (9.4%) refleja una orientación hacia la comercialización, y el 21.9% dio prioridad al diseño, destacando la importancia de la estética y la experiencia del usuario. Cambios en los porcentajes durante el período 2017-2019 indican adaptaciones en las estrategias, subrayando la diversidad de enfoques en la innovación influenciados por factores internos y dinámicas del mercado.

Tabla 25

Análisis de Estrategias de Innovación Empresarial en los Años 2019 y 2017-2019: Participación en Diversas Prácticas Innovadoras

Participación	Sí (2019)	No (2019)	Sí (2017-2018-2019)	No (2017-2018-2019)
Investigación y Desarrollo interna (1)	34.0	51.3	13.2	1.5
Compra de servicios de Investigación y Desarrollo externos (2)	8.7	66.8	17.4	7.2
Adquisición de maquinarias, equipo y software (3)	14.0	58.5	15.1	12.5
Adquisición de conocimiento externo (4)	15.8	54.0	15.5	14.7
Adiestramiento para actividades innovadoras (5)	10.6	63.4	12.8	13.2
Introducción al mercado de innovaciones (6)	9.4	63.4	11.7	15.5
Diseño (7)	21.9	56.6	14.0	7.5
Otros (8)	20.0	60.0	12.5	7.5

La figura 22 brinda un resumen de las estrategias de innovación empresarial en 2019 y el período 2017-2019.

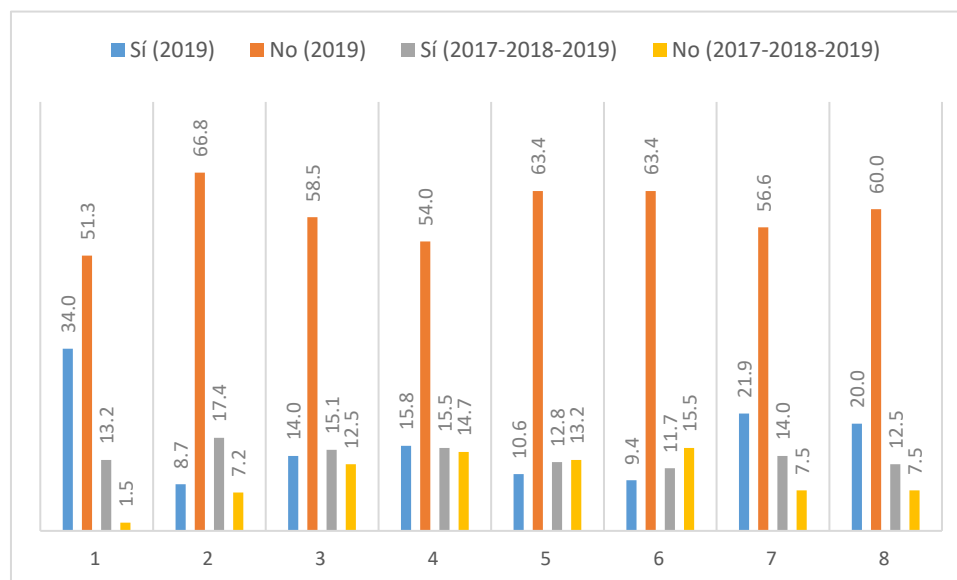


Figura 22. Gráfico de estrategias innovadoras (2017-2019)

- Gasto en actividades de innovación

La tabla 26 muestra que un 15.5% de las empresas optaron por la Compra de servicios de I + D externos, mientras que el 84.5% restante no lo hizo. En cuanto a la Adquisición de maquinaria, equipo y software (excluyendo gastos en equipo para I + D), un 7.9% de las empresas realizó esta acción, mientras que un 92.1% no lo hizo. Por último, un significativo 21.9% de las empresas llevó a cabo la Adquisición de conocimiento externo, mientras que el 78.1% restante no lo incorporó. Estos resultados resaltan la relevancia de considerar distintas estrategias de innovación para fortalecer la competitividad y crecimiento de las empresas agroindustriales en la región. A pesar de que Cruz (2020) indica que las grandes empresas invierten en innovación, los pequeños empresarios tienden a mostrar una menor propensión a realizar dichas inversiones.

Tabla 26

Gasto en actividades de innovación

Gastos	Sí	No
Compra de servicios de I + D (Investigación y Desarrollo) externos	15.5	84.5
Adquisición de maquinaria, equipo y software (excluya gastos en equipo para I + D)	7.9	92.1
Adquisición de conocimiento externo	21.9	78.1

La figura 23 representa la distribución de respuestas a la pregunta sobre la realización de actividades de innovación específicas en empresas.

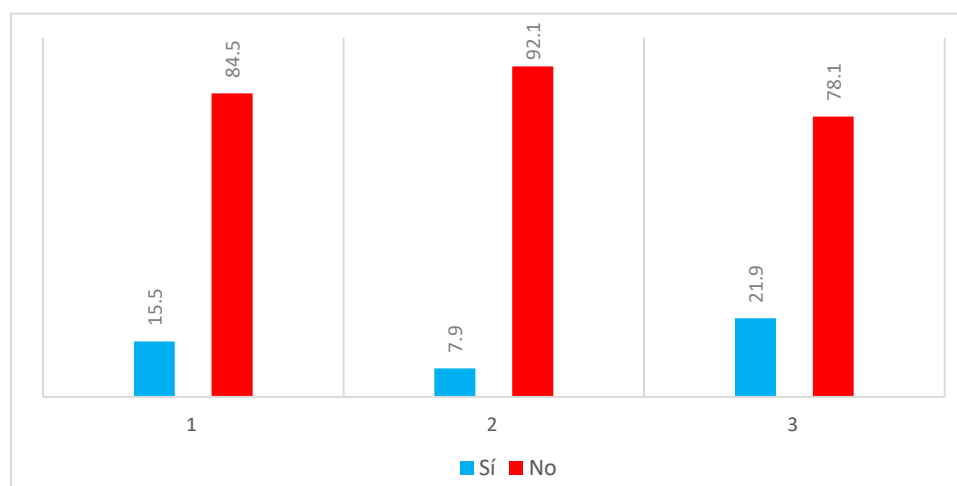


Figura 23. Diagrama de inversión en actividades innovadoras

- **Financiamiento público para actividades de innovación**

La tabla 27 resume la recepción de incentivos y apoyo financiero público por parte de empresas agroindustriales en la región de Puno durante los últimos tres años. Los datos revelan que una proporción muy baja, un 3.4%, recibió respaldo del gobierno municipal, mientras que ninguna empresa informó haber recibido apoyo del gobierno regional. A nivel nacional, solo el 0.8% indicó haber recibido apoyo, y ninguna empresa reportó recibir respaldo de cooperación internacional. Estos resultados subrayan la escasa participación gubernamental en términos de apoyo financiero para la innovación en la región, destacando la necesidad de fortalecer la colaboración entre los sectores público y privado para impulsar un ambiente propicio para la innovación y el desarrollo empresarial. Según Olmedo-Barchello y García (2023), el respaldo financiero del sector público es crucial para provocar cambios en el comportamiento empresarial, impulsando así el proceso de destrucción creativa.

Tabla 27

Financiamiento público para actividades de innovación

Financiamiento público	Sí	No
Del gobierno municipal	3.4	96.6
Del gobierno regional	0	100.0
Del gobierno nacional	0.8	99.2
De cooperación internacional	0	100.0

La figura 24 muestra visualmente los datos de la tabla 27, que se refiere a los incentivos o apoyos de financiamiento público recibidos por empresas.

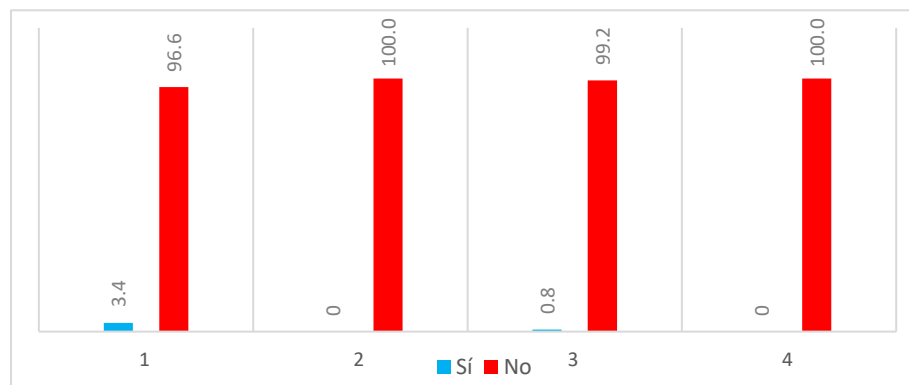


Figura 24. Diagrama de inversión estatal en actividades innovadoras

- Análisis de la importancia de fuentes de información en las actividades de innovación empresarial: un estudio de tres años (2017-2019)

La tabla 28 detalla la importancia atribuida por las empresas a diferentes fuentes de información en sus actividades de innovación entre 2017 y 2019. Las fuentes internas se consideran mayormente de importancia intermedia (70.2%), subrayando su relevancia. Las fuentes de mercado son percibidas como importantes (51.3%) e intermedias (31.3%), indicando su influencia en las decisiones de innovación. Las fuentes institucionales tienen una distribución equilibrada, con una minoría considerándolas muy importantes (1.1%) y la mayoría como de poca importancia (58.5%). Otras fuentes varían, con un 21.1% de importancia intermedia y un 32.8% sin relevancia. Estos resultados ofrecen una visión detallada de cómo las empresas valoran diversas fuentes informativas en su búsqueda de innovación, y según Pérez Zúñiga et al. (2018), la conexión entre la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento favorece la investigación y generación de conocimiento para impulsar el desarrollo tecnológico y la innovación.

Tabla 28

Evaluación de la Importancia de Fuentes de Información para Actividades de Innovación (2017-2019)

Evaluación	Muy importante	Intermedio	Poco importante	Nada relevante
Interna	9.4	70.2	19.6	0.8
Fuentes de mercado	14.0	31.3	51.3	3.4
Fuentes institucionales	1.1	27.5	58.5	12.8
Otras fuentes	2.6	21.1	43.4	32.8

- Obstáculos a la Innovación Empresarial (2017-2019)

La tabla 29 proporciona una visión detallada de los obstáculos que impactaron las actividades de innovación empresarial durante el período de tres años (2017-2019) y su nivel de importancia. Los "Factores de costo" y "Factores de conocimiento" fueron considerados predominantemente de importancia intermedia, con un 15.8% y un 11.3%, respectivamente, clasificándolos como "Muy importantes". En relación con los "Factores de mercado", el 9.8% los calificó como "Muy importantes". Además, un significativo 19.6% de las empresas indicó que la "Falta de demanda o innovaciones previas" no afectó sus actividades de innovación. Estos resultados

destacan la diversidad de obstáculos enfrentados por las empresas y cómo estos influyeron en sus esfuerzos innovadores durante ese período. Según López (2021), los obstáculos para la innovación, principalmente las barreras financieras, tienen efectos negativos en la propensión a innovar, seguidas de cerca por las barreras de mercado.

Tabla 29

Factores Obstaculizadores de la Innovación (2017-2019)

Factores	Muy importante	Intermedio	Poco importante	No afectó nada
Factores de costo	15.8	68.7	15.1	0.4
Factores de conocimiento	11.3	29.8	53.6	5.3
Factores de mercado	9.8	39.6	43.8	6.8
o hay necesidad, debido a innovaciones previas o falta de demanda por innovaciones	1.5	30.6	48.3	19.6

La figura 25 visualiza la influencia de diversos obstáculos en las actividades de innovación empresarial durante el período de tres años (2017-2019).

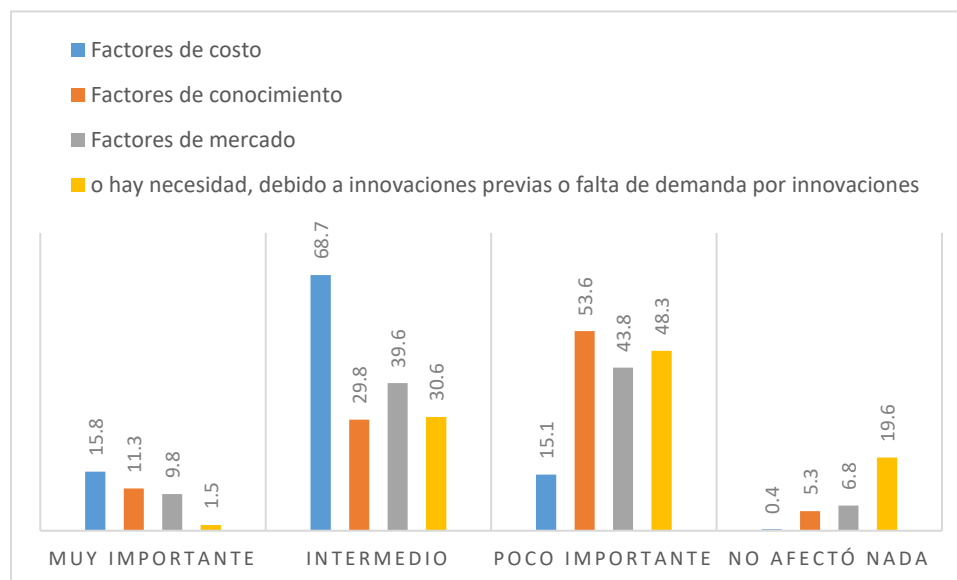


Figura 25. Visualización de factores que obstaculizan la innovación

4.2.4. Análisis de innovaciones organizacionales

La tabla 30 proporciona una visión detallada de las innovaciones organizacionales introducidas por las empresas, centrándose en los años 2017-2019. Examina tres tipos de innovaciones: "Nuevas prácticas para la organización de procedimientos",

"Nuevos métodos en la organización de responsabilidades laborales y toma de decisiones" y "Nuevos métodos en la organización de las relaciones externas". En 2019, el 19.6% de las empresas implementaron "Nuevas prácticas para la organización de procedimientos", el 6.0% adoptó "Nuevos métodos en la organización de responsabilidades laborales y toma de decisiones", y el 3.4% introdujo "Nuevos métodos en la organización de las relaciones externas". Sin embargo, el 64.5% no llevó a cabo ninguna de estas innovaciones en 2019. En el período completo de 2017-2019, las cifras se distribuyeron de manera similar. Según Fernández (2019), las innovaciones en las organizaciones implican la implementación de nuevos mecanismos para mejorar el funcionamiento interno, abarcando aspectos como la disposición del espacio de trabajo y las relaciones externas.

Tabla 30

Introducción de Innovaciones Organizacionales

Innovaciones organizacionales	Sí (2019)	No (2019)	Sí (2017-2018-2019)	No (2017-2018-2019)
Nuevas prácticas para la organización de procedimientos	19.6	64.5	12.8	3.0
Nuevos métodos en la organización de responsabilidades laborales y toma de decisiones	6.0	58.1	24.9	10.9
Nuevos métodos en la organización de las relaciones externas	3.4	64.2	18.9	13.6

La figura 26 visualiza la adopción de innovaciones organizacionales en empresas, comparando los resultados del año 2019 con el período de 2017-2019.

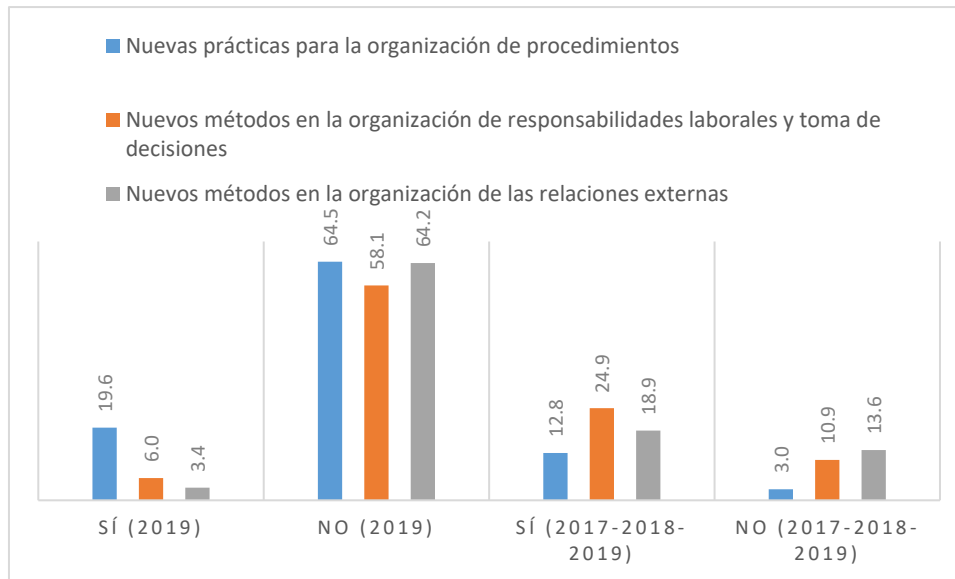


Figura 26. Gráfico de Innovaciones Organizacionales

4.2.5. Análisis de proceso de innovación de mercadeo

- Innovaciones de mercadeo en empresas

La tabla 31 ofrece una exhaustiva evaluación de la implementación de innovaciones en estrategias de marketing en empresas, comparando los resultados de 2019 con el periodo completo de 2017-2019. Se analizan cuatro categorías de innovaciones: "Cambios significativos en el diseño estético o empaque", "Nuevos medios de comunicación o técnicas para la promoción del producto", "Nuevos métodos en la distribución del producto o canales de ventas" y "Nuevos métodos de poner precios". En 2019, se destaca que el 9.1% de las empresas adoptaron cambios en el diseño o empaque, el 5.7% implementó nuevas técnicas de promoción, el 8.3% introdujo nuevos métodos de distribución y el 9.8% innovó en estrategias de fijación de precios. En el periodo completo de 2017-2019, las cifras variaron, mostrando adopciones en el 7.2%, 18.1%, 20.8% y 9.1%, respectivamente. No obstante, la mayoría de las empresas, con porcentajes del 78.1%, 65.7%, 61.9% y 67.5%, respectivamente, no implementaron estas innovaciones en 2019 ni durante el periodo completo. Carrillo-Cedeño y Cedeño-Zambrano (2021) destacan la importancia de la innovación en marketing y ventas como motor crucial para el crecimiento en las empresas comerciales, fortaleciendo su competitividad en los mercados contemporáneos y desafiantes.

Tabla 31

Introducción de innovaciones de mercadeo

Innovaciones de mercadeo	Sí (2019)	No (2019)	Sí (2017-2018-2019)	No (2017-2018-2019)
Cambios significativos en el diseño estético o empaque	9.1	78.1	7.2	5.7
Nuevos medios de comunicación o técnicas para la promoción del producto	5.7	65.7	18.1	10.6
Nuevos métodos en la distribución del producto o canales de ventas	8.3	61.9	20.8	9.1
Nuevos métodos de poner precios	9.8	67.5	9.1	13.6

La figura 27 visualiza la adopción de innovaciones de mercadeo en empresas, comparando los resultados del año 2019 con el período de 2017-2019.

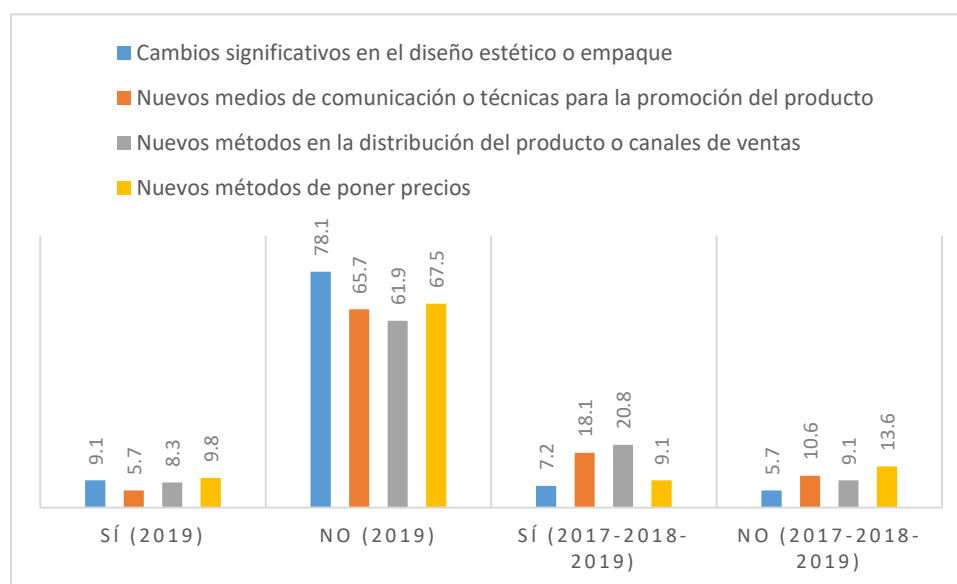


Figura 27. Gráfico de innovaciones en Marketing

- Evaluación de objetivos en innovaciones de mercadeo (2017-2019)

La tabla 32 analiza la importancia atribuida a distintos objetivos en las innovaciones de marketing de empresas en los últimos tres años (2017-2019), centrándose en "Aumentar o mantener la participación de mercado", "Introducir productos a nuevos grupos de clientes" e "Introducir productos a nuevos mercados geográficos". Para el objetivo de "Aumentar o mantener la participación de mercado", un 7.5% lo consideró "Muy importante" y un 72.8% como de "Importancia intermedia". En cuanto a "Introducir productos a nuevos grupos de clientes", un 12.5% lo calificó

como "Muy importante", y un 32.8% como de "Importancia intermedia". Para "Introducir productos a nuevos mercados geográficos", un 2.3% lo consideró "Muy importante", y un 40.4% lo evaluó como de "Importancia intermedia". Se destaca que, según Ramos et al. (2018), las empresas agroindustriales que adoptan estas estrategias tendrán un impacto más significativo en el mercado local que en el internacional.

Tabla 32

Importancia de objetivos en innovaciones de mercadeo (2017-2019)

Objetivos de innovaciones	Muy importante	Intermedio	Poco importante	Nada relevante
Aumentar o mantener la participación de mercado (market share)	7.5	72.8	18.9	0.8
Introducir productos a nuevos grupos de clientes	12.5	32.8	50.2	4.5
Introducir productos a nuevos mercados geográficos	2.3	40.4	47.9	9.4

La figura 28 visualiza de manera gráfica la evaluación de estos objetivos en las innovaciones de mercadeo durante el período de tres años (2017-2019).

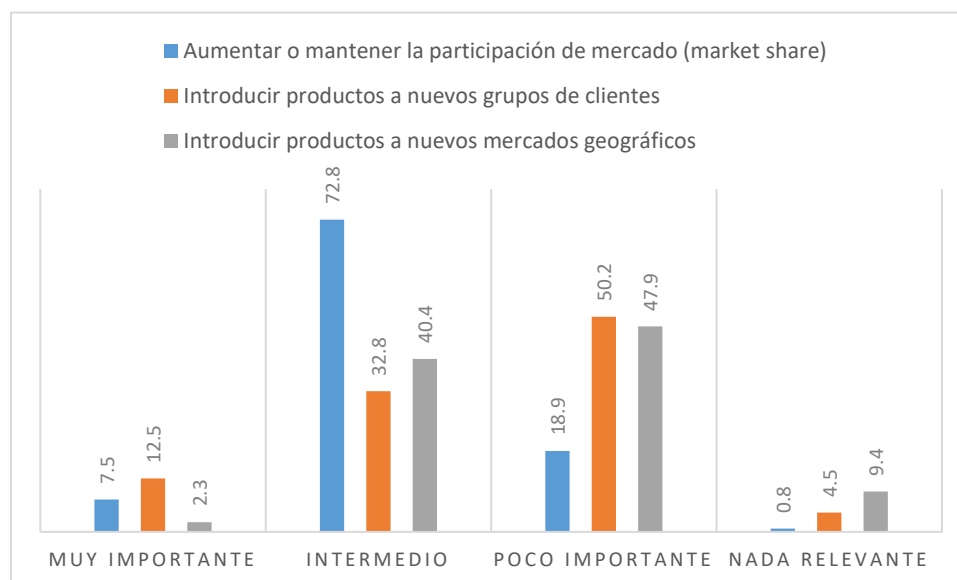


Figura 28. Valoración de objetivos en innovaciones de mercadeo (2017-2019)

- Estímulo de creatividad e innovación en empresas (2017-2019)

La tabla 33 ofrece una evaluación detallada de los métodos empleados por las empresas para fomentar la creatividad en su personal durante los últimos tres años (2017-2019), así como la percepción de la efectividad de estos métodos. Se destacan seis métodos, siendo "Sesiones de brainstorming" el más común (57.7% de implementación), seguido por "Equipos de trabajo multidisciplinarios" (84.2%) y "Rotación de puestos del personal" (90.9%). En términos de efectividad, "Sesiones de brainstorming" lideran con un 30.6%, seguidas por "Equipos de trabajo multidisciplinarios" (5.3%) y "Rotación de puestos del personal" (1.1%). Carrillo et al. (2019) señalan que los empresarios reconocen la importancia de la creatividad para ellos mismos, sus empleados y sus empresas.

Tabla 33

Métodos para estimular creatividad e innovación (2017-2019)

Métodos	Exitoso	No exitoso	Desconozco si fue exitoso	Método no utilizado
Sesiones de "brainstorming" o reflexión de ideas	30.6	3.8	7.9	57.7
Equipos de trabajo multidisciplinarios o multifuncionales	5.3	1.5	9.1	84.2
Rotación de puestos del personal para diferentes departamentos u otras partes de la empresa	1.1	1.9	6.0	90.9
Incentivos financieros a los empleados para el desarrollo de nuevas ideas	1.5	0.8	2.6	95.1
Incentivos no financieros a los empleados para el desarrollo de nuevas ideas, tales como el tiempo libre, reconocimiento público, trabajo más interesante, etc.	1.1	1.1	3.0	94.7
Adiestramiento a los empleados sobre cómo desarrollar nuevas ideas y/o creatividad	2.3	1.1	3.8	92.8

La figura 29 presenta visualmente la percepción de efectividad de métodos utilizados para estimular la creatividad y generar nuevas ideas en el personal durante los últimos tres años (2017-2019).

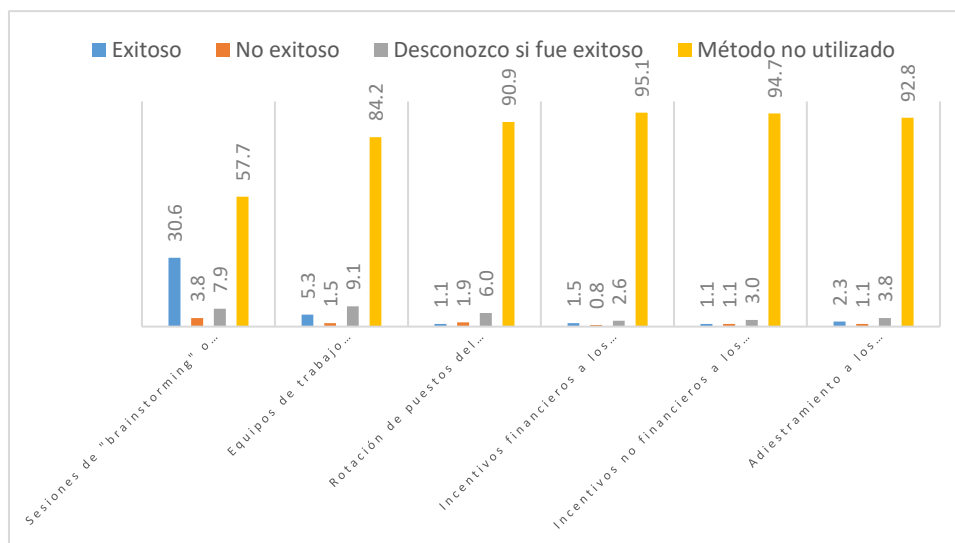


Figura 29. Efectividad de métodos para estimular creatividad (2017-2019)

4.2.6. Análisis de investigación y desarrollo

- Actividades de investigación y desarrollo a nivel local (Año Fiscal 2019)

La tabla 34 presenta una descripción detallada de las actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) llevadas a cabo por las empresas a nivel local durante el año fiscal 2019. Se identifican tres tipos de actividades: "Investigación básica", "Investigación aplicada" y "Desarrollo experimental". Los datos resaltan que la mayoría de las empresas (97.4%) se enfocaron en "Investigación básica" como su principal actividad de I+D. Un pequeño porcentaje se dedicó a "Investigación aplicada" (1.9%) y "Desarrollo experimental" (0.8%).

Tabla 34

Tipos de actividades de I+D locales (Año Fiscal 2019)

Investigación y Desarrollo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Investigación básica	258	97.4	97.4	97.4
Investigación aplicada	5	1.9	1.9	99.2
Desarrollo experimental	2	0.8	0.8	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 30 visualiza de manera gráfica esta distribución de actividades de I+D a nivel local.

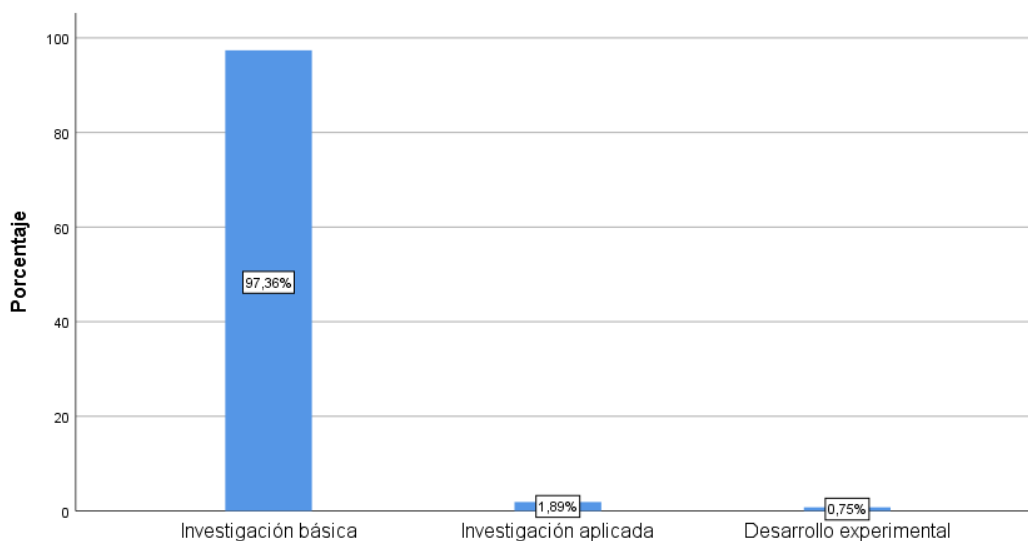


Figura 30. Gráfico de actividades de I+D locales (Año Fiscal 2019)

- Colaboraciones en actividades de investigación y desarrollo (Año 2019)

La tabla 35 ofrece una descripción detallada sobre si las empresas llevaron a cabo actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) en colaboración con otras entidades, como alianzas, joint ventures u otros acuerdos colaborativos, durante el año 2019. Los datos resaltan que un pequeño porcentaje de empresas (2.6%) participaron en tales actividades colaborativas de I+D, mientras que la gran mayoría (97.4%) no lo hicieron.

Tabla 35

Colaboraciones en I+D con otras entidades (Año 2019)

Colaboración con otras entidades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	7	2.6	2.6	2.6
No	258	97.4	97.4	100.0
Total	265	100.0	100.0	

La figura 31, por su parte, visualiza esta distribución de participación en actividades de I+D colaborativas.

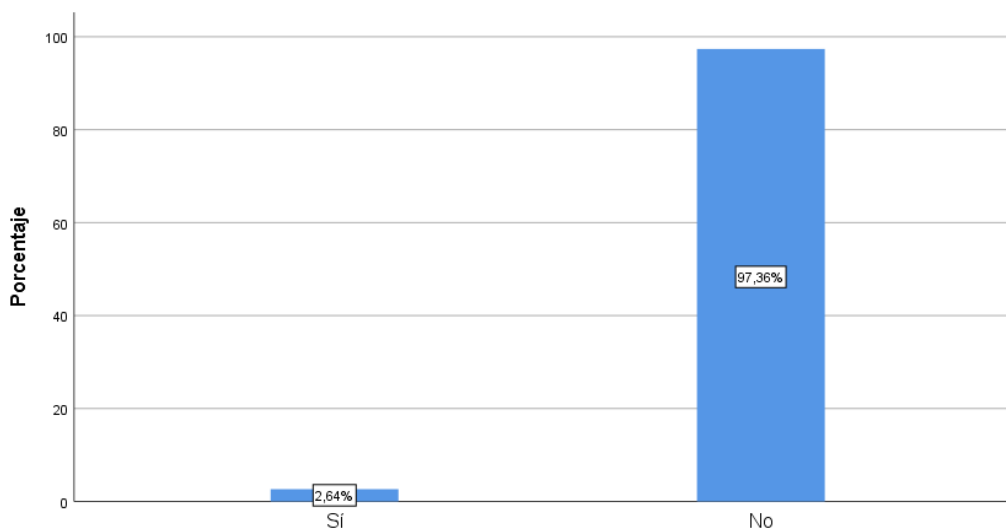


Figura 31. Visualización de Alianzas en Investigación y Desarrollo (2019)

4.3. Modelo de incubadora a través del proceso de emprendimiento e innovación

4.3.1. Pruebas paramétricas

En el presente estudio, se realizaron pruebas de normalidad utilizando el método de Kolmogorov-Smirnov para dos conjuntos de datos. El primer conjunto consistía en 265 encuestados y 38 preguntas relacionadas con emprendimiento (Anexo 1), mientras que el segundo conjunto incluía 265 encuestados y 86 preguntas sobre innovación (Anexo 2). Los resultados obtenidos indicaron que ambas muestras de datos presentaron una significancia menor a 0.001, lo que lleva a rechazar la hipótesis nula de que los datos siguen una distribución normal. Por lo tanto, se concluye que las encuestas de emprendimiento y de innovación tienen datos no paramétricos. En consecuencia, para el análisis estadístico posterior, se utilizarán métodos no paramétricos, adecuados para este tipo de datos, con el objetivo de obtener resultados robustos y confiables en la investigación.

4.3.2. Medidas discriminantes referido a emprendimiento

Las medidas discriminantes en SPSS, en el contexto del emprendimiento, se refieren a técnicas estadísticas utilizadas para analizar un conjunto de variables predictoras con el propósito de identificar qué variables son más relevantes para distinguir o discriminar entre diferentes grupos de emprendedores. Estas técnicas buscan determinar cómo las variables influyen en la diferenciación entre grupos

específicos de emprendimiento, lo que permite comprender qué factores son más significativos para la clasificación de los emprendedores en categorías predefinidas. Las medidas discriminantes ayudan a identificar las variables que contribuyen de manera más efectiva a la separación entre los grupos y, por lo tanto, proporcionan información valiosa sobre qué aspectos pueden influir en el éxito, enfoque o características distintivas de los emprendedores dentro de diferentes grupos.

Tabla 36

Medidas discriminantes referido a emprendimiento

Medidas discriminantes	Dimensión		Media
	1	2	
4. Género	0.004	0.000	0.002
5. Edad	0.015	0.022	0.018
6. Estado civil	0.030	0.007	0.019
8. nivel educativo	0.050	0.082	0.066
11. Años	0.181	0.212	0.196
14. Local	0.044	0.129	0.086
15. sueño	0.251	0.215	0.233
15. retos	0.177	0.284	0.231
15. Vivir	0.117	0.186	0.152
15. Ambiente	0.244	0.243	0.243
15. flexibilidad	0.155	0.199	0.177
15. autonomía	0.124	0.218	0.171
15. subsistencia	0.131	0.255	0.193
15. ingresos	0.175	0.360	0.268
15. negocio	0.135	0.235	0.185
16. conocimiento	0.405	0.130	0.267
16. innovación	0.299	0.025	0.162
16. tecnología	0.419	0.080	0.249
17. insatisfecha	0.113	0.033	0.073
17. producto	0.269	0.089	0.179
17. método	0.380	0.135	0.258
18. financiación	0.459	0.259	0.359
18. convocatorias	0.460	0.167	0.314
18. Invertir	0.348	0.189	0.269
18. apoyos	0.428	0.210	0.319
18. contactos	0.378	0.145	0.261
18. habilidades	0.308	0.152	0.230
18. Conocimiento	0.375	0.038	0.206
18. estímulos	0.394	0.286	0.340
18. Acompañamiento	0.378	0.186	0.282
19. Inconformidad	0.240	0.023	0.131
19. Terminación	0.165	0.008	0.087

Medidas discriminantes	Dimensión		Media
	1	2	
20. tradición	0.339	0.018	0.178
20. influencia	0.422	0.101	0.262
20. ejemplo	0.319	0.040	0.180
20. status	0.112	0.172	0.142
20. fomento	0.287	0.036	0.162
20. campañas	0.452	0.030	0.241
20. actitud	0.330	0.024	0.177
20. Generar	0.048	0.190	0.119
20. comunidad	0.067	0.277	0.172
Total activo	10.030	5.691	7.860
% de varianza	24.462	13.879	19.171

Dimensión 15 ("sueño", "retos", "Vivir", "Ambiente", "flexibilidad", "autonomía", "subsistencia", "ingresos", "negocio"): Las medias en esta dimensión varían, lo que sugiere que esta dimensión no es la más determinante en la discriminación entre los grupos.

Dimensión 16 ("conocimiento", "innovación", "tecnología"): Esta dimensión tiene medias de 0.405, 0.130 y 0.419, respectivamente. Dado que estas medias están más cerca de 1, indica que esta dimensión es relevante en la discriminación entre los grupos. Esto sugiere que las variables relacionadas con el conocimiento, la innovación y la tecnología son factores distintivos en términos de emprendimiento entre los grupos.

Dimensión 18 ("financiación", "convocatorias", "Invertir", "apoyos", "contactos", "habilidades", "Conocimiento", "estímulos", "Acompañamiento"): Esta dimensión muestra medias más cercanas a 1, lo que señala que estas variables relacionadas con financiación, convocatorias, inversiones, apoyos, contactos y habilidades son altamente relevantes para diferenciar entre los grupos en términos de emprendimiento.

Dimensión 20 ("tradición", "influencia", "ejemplo", "status", "fomento", "campañas", "actitud", "Generar", "comunidad"): En esta dimensión, las medias varían, pero algunas variables como "influencia", "fomento", "campañas" y "comunidad" tienen medias cercanas a 1, lo que sugiere que estas variables están

relacionadas con la diferenciación entre los grupos en el contexto del emprendimiento.

El modelo, basado en los valores más cercanos a uno en la tabla, las dimensiones 16, 18 y algunas variables de la dimensión 20 parecen ser los factores más resaltantes que diferencian entre los grupos en el contexto del emprendimiento. Estas dimensiones y variables indican áreas clave que pueden estar influyendo en el éxito o la orientación del emprendimiento en los grupos estudiados, los mismos se observación en la figura 32.

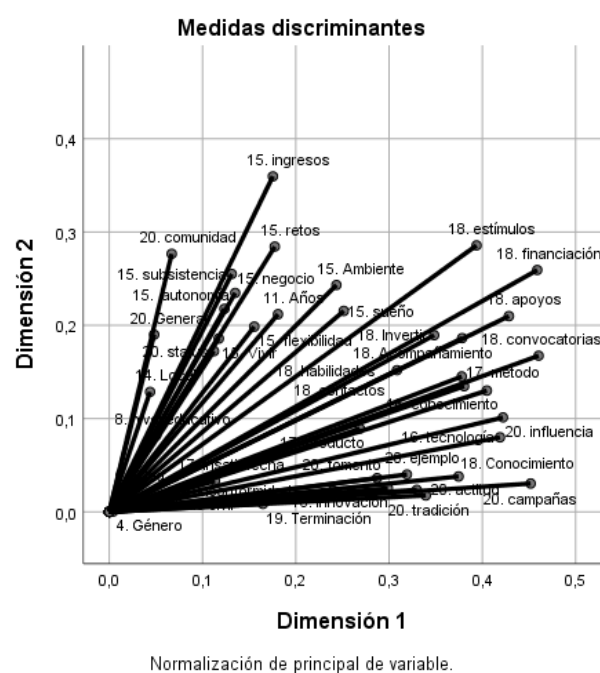


Figura 32. Visualización de factores diferenciadores en emprendimiento

4.3.3. Medidas discriminantes referido a innovación

Las medidas discriminantes en SPSS, en el contexto de la innovación, se refieren a técnicas estadísticas empleadas para analizar un conjunto de variables predictoras con el propósito de identificar cuáles de estas variables son más relevantes para diferenciar o discriminar entre distintos grupos de innovación. Estas técnicas buscan determinar cómo las variables influyen en la separación entre grupos específicos de innovación, permitiendo comprender qué factores contribuyen de manera significativa a la clasificación de las empresas, proyectos u organizaciones en categorías predefinidas. Las medidas discriminantes ayudan a identificar las

variables que más efectivamente contribuyen a la diferenciación entre los grupos, lo que proporciona información valiosa sobre qué aspectos pueden influir en la capacidad, el enfoque o las características distintivas de la innovación en diferentes contextos.

Tabla 37

Medidas discriminantes referido a innovación

Medidas discriminantes	Dimensión		Media
	1	2	
22.1 Bienes nuevos	0.209	0.230	0.220
22.1 Servicios nuevos	0.157	0.323	0.240
22.2 sí misma	0.085	0.248	0.167
22.2 junto a otras	0.034	0.236	0.135
22.2 adaptando	0.178	0.270	0.224
22.2 Otras	0.125	0.294	0.209
22.3 2017-2018-2019	0.018	0.043	0.031
22.3.1 empresa	0.117	0.140	0.129
22.3.1 Sin cambios	0.104	0.028	0.066
22.4 local	0.002	0.187	0.095
22.4 regional	0.526	0.017	0.271
22.4 nacional	0.334	0.024	0.179
22.4 internacional	0.280	0.024	0.152
23.1 Métodos	0.222	0.182	0.202
23.1 Logística	0.356	0.282	0.319
23.1 Actividades	0.398	0.264	0.331
23.2 innovaciones de proceso	0.132	0.058	0.095
23.3 nueva	0.151	0.264	0.207
24. actividades de innovación	0.211	0.062	0.136
25 interna	0.165	0.207	0.186
25 externos	0.116	0.342	0.229
25 software	0.144	0.339	0.242
25 Adquisición	0.182	0.343	0.263
25 Adiestramiento	0.264	0.324	0.294
25 mercado	0.239	0.359	0.299
25 Diseño	0.032	0.261	0.147
25 Otros	0.025	0.225	0.125
25.1 Investigación	0.246	0.010	0.128
26 Compra	0.206	0.065	0.136
26 Adquisición	0.244	0.009	0.127
26 conocimiento	0.149	0.036	0.093
27 municipal	0.053	0.000	0.027
27 nacional	0.158	0.008	0.083

Medidas discriminantes	Dimensión		Media
	1	2	
28 Interna	0.181	0.051	0.116
28 mercado	0.225	0.041	0.133
28 institucionales	0.303	0.034	0.168
28 Otras	0.071	0.016	0.043
29 innovación con otras	0.156	0.001	0.078
30 Aumento	0.143	0.052	0.097
30 Reemplazo	0.199	0.029	0.114
30 Entrada	0.370	0.144	0.257
30 Mejora	0.189	0.241	0.215
30 flexibilidad	0.161	0.202	0.181
30 capacidad	0.129	0.271	0.200
30 Reducción	0.126	0.158	0.142
30 ambiental	0.041	0.193	0.117
30 salud	0.152	0.165	0.158
31 costo	0.269	0.012	0.141
31 conocimiento	0.331	0.077	0.204
31 mercado	0.335	0.022	0.179
31 necesidad	0.090	0.130	0.110
32.1 prácticas	0.258	0.285	0.271
32.1 métodos	0.301	0.306	0.304
32.1 externas	0.226	0.359	0.293
32.2 Reducir	0.280	0.079	0.180
32.2 capacidad	0.156	0.216	0.186
32.2 calidad	0.123	0.283	0.203
32.2 costos	0.262	0.219	0.240
32.2 comunicación	0.151	0.293	0.222
33.1 Cambios	0.214	0.162	0.188
33.1 comunicación	0.221	0.331	0.276
33.1 distribución	0.338	0.391	0.364
33.1 precios	0.218	0.319	0.268
33.2 Aumentar	0.405	0.054	0.229
33.2 Introducir	0.267	0.122	0.194
33.2 geográficos	0.326	0.219	0.272
33.3 Artes	0.320	0.106	0.213
33.3 Diseño	0.335	0.051	0.193
33.3 Multimedia	0.257	0.038	0.147
33.3 Diseño Web	0.340	0.017	0.178
33.3 software	0.082	0.007	0.045
33.3 Investigación	0.265	0.060	0.163
33.3 Ingeniería	0.232	0.038	0.135
33.3 Matemáticas	0.477	0.028	0.253
33.4 Sesiones	0.068	0.176	0.122

Medidas discriminantes	Dimensión		Media
	1	2	
33.4 Equipos	0.418	0.057	0.237
33.4 Rotación	0.391	0.024	0.207
33.4 Incentivos	0.426	0.012	0.219
33.4 no financieros	0.205	0.014	0.110
33.4 Adiestramiento	0.342	0.016	0.179
33.5 vendió bienes	0.135	0.006	0.071
33.5.1 mercado más grande	0.197	0.000	0.099
34.1 año fiscal 2019	0.359	0.010	0.185
34.1.1 básica	0.030	0.273	0.152
34.1.1 aplicada	0.367	0.007	0.187
35 joint venture	0.159	0.000	0.080
Total activo	18.485	12.119	15.302

La tabla 37 presenta los resultados de un análisis de correspondencias múltiples sobre variables relacionadas con la innovación en el contexto de innovación. Destacan variables como "Servicios nuevos", "Adaptando", "Logística", "Actividades", "Adiestramiento", "mercado", "Diseño", "capacidad", "conocimiento", "comunicación", "Diseño Web", "Matemáticas", "Aumentar", "geográficos" y "Distribución", con medias cercanas a 1 en las dimensiones correspondientes. Estos valores sugieren que estas variables tienen una asociación significativa con las dimensiones y podrían ser factores influyentes en el análisis de la innovación en el emprendimiento estudiado, se muestran en la figura 33.

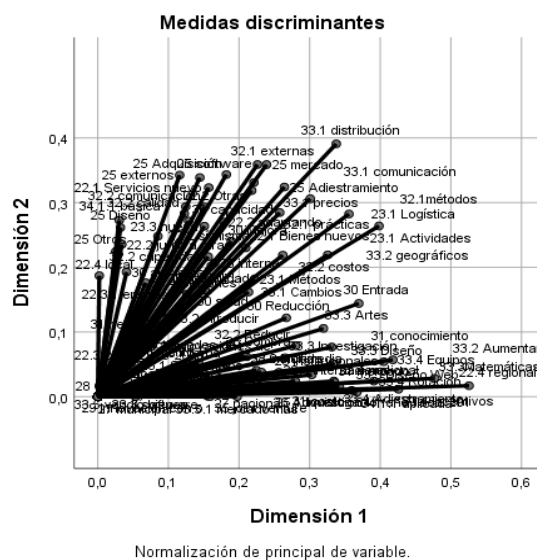


Figura 33. Visualización de factores diferenciadores en innovación

CONCLUSIONES

- Primera:** Al analizar el perfil del emprendedor en el sector agroindustrial de la región Puno, se destaca la prevalencia de empresas con una fuerza laboral reducida, enfocadas en emprendimientos familiares y la realización personal. Aunque la motivación para emprender es alta, la inversión en innovación y tecnología varía, con muchas empresas dependiendo de innovaciones internas ocasionales. A pesar de desafíos como la infraestructura deficiente y la falta de una mentalidad innovadora y colaboración, se identifica un potencial para la introducción de nuevos productos y servicios en el mercado. Esta actitud emprendedora y proactiva podría impulsar la competitividad y el crecimiento en el sector agroindustrial de la región Puno.
- Segunda:** Al analizar el perfil del innovador en el sector agroindustrial de la región Puno, se destaca la importancia de introducir innovaciones de producto y proceso en el mercado local y regional. Aunque muchas empresas han incursionado en la innovación, la mayoría de las mejoras de proceso provienen internamente, reflejando una actitud emprendedora hacia la optimización.
- Tercera:** Al evaluar el modelo de incubadora en el sector agroindustrial de la región Puno, se destaca la necesidad de una plataforma que fomente prácticas innovadoras. A pesar de la predominancia de empresas con estructuras laborales reducidas y enfoque familiar, la elevada motivación para emprender subraya la importancia de una incubadora que estimule la inversión en innovación y tecnología.

RECOMENDACIONES

- Primera:** Para futuras investigaciones, se recomienda aumentar el tamaño de la muestra y considerar una mayor diversidad geográfica en la selección de empresas agroindustriales. Esto permitirá obtener resultados más representativos y generalizables sobre el perfil del emprendedor e innovador en el sector agroindustrial a nivel nacional.
- Segunda:** A fin de obtener una comprensión más profunda de los factores motivadores y desafíos que enfrentan los emprendedores e innovadores en el sector agroindustrial, se sugiere incorporar variables cualitativas en futuros estudios. Entrevistas en profundidad, grupos focales o análisis de casos pueden proporcionar valiosos conocimientos sobre las experiencias y perspectivas de los actores clave en el proceso emprendedor e innovador.
- Tercera:** Para evaluar el impacto de políticas y programas de apoyo al emprendimiento e innovación en el sector agroindustrial, se recomienda realizar análisis longitudinales y comparativos. Estos enfoques permitirán observar las tendencias y cambios en el tiempo, así como comparar diferentes contextos y prácticas empresariales. Con ello, se obtendrán conclusiones más sólidas y orientadas hacia la mejora de estrategias y políticas en el ámbito del emprendimiento y la innovación agroindustrial.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Ávila, J., Martínez González, G. E., Aguilar Gallegos, N., & Altamirano Cárdenas, J. R. (2020). Análisis de procesos de innovación en el sector agroalimentario y rural. Metodologías y herramientas para la investigación. *Metodologías y Herramientas Para La Investigación*, 8.
- Alanís, R., Esquivel, M., & Sibaja, R. (2015). Modelo de vinculación de materias , proyectos e incubadora de empresas durante la carrera. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 1, 29–33. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263139243004>
- Alba, C. (2015). Modelo de incubación de empresas: una propuesta. *Perspectivas*, 36, 65–90. <https://doi.org/10.9774/GLEAF.4700.2015.ju.00011>
- Alberto, D. M. F., & Rodrigues, A. M. M. N. (2022). Empreendedorismo No Sector Primário: Caso Estudo da Incubadora de Empresas de Base Rural de Idanha-a-Nova / Entrepreneurship in the Primary Sector: Study Case of The Idanha-a-Nova Rural Business Incubator. *Brazilian Journal of Business*, 4(1). <https://doi.org/10.34140/bjbv4n1-029>
- Arce Quesada, S. (2019). La innovación agroindustrial: componentes, tendencias y acciones. *E-Agronegocios*, 6(1). <https://doi.org/10.18845/rea.v6i1.4938>
- Astudillo Durán, S., Carpio Guerrero, X., Cordero Méndez, F., & Pozo Rodríguez, S. (2013). El efecto de la innovación en las mipymes de Cuenca, Ecuador. Estudio observacional descriptivo transversal. *MASKANA*, 4(2). <https://doi.org/10.18537/mskn.04.02.03>
- Ayaviri, V. D., Chucho, D., Romero, M., & Quispe, G. M. (2017). Emprendimientos y clúster empresarial. Un estudio en la Provincia Chimborazo , Ecuador. *Perspectivas*, 20(40), 41–64. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332017000200003
- Baque, M. A., Cedeño, B. S., Chele, J. E., & Gaona, V. B. (2020). *Fracaso de las pymes : Factores desencadenantes , Ecuador 2020*. 5(4), 3–25. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/293/517>

- Bóveda, J. E., Oviedo, A., & Yakusik, A. L. (2015). *Manual de Implementación de Incubadoras de Empresas* (Universida). https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiw8rXrqOv_AhXfH7kGHW9bB04QFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.jica.go.jp%2FResource%2Fparaguay%2Fespanol%2Foffice%2Fothers%2Fc8h0vm0000ad5gke-att%2Finfo_11_02.pdf&usg=AO
- Bravo, S. (2012). *Incubadoras de empresas, creación de empresas y redes sociales* (p. 306). Universidad de Sevilla.
- Burton, K., Zakaria, R., & Wang, Y. (2023). Using redundancy analysis to explain intentions to participate in incubators: a gender perspective. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 28(1). <https://doi.org/10.1142/S1084946723500024>
- Campos-Vasquez, N. D., Campos-Vasquez, N., Ninaquispe-Zare, V. Paulino., & Ascón-Dionicio, G. M. (2022). Análisis de las perspectivas de aplicación de los Sistemas de Gestión a la agroindustria 2021. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology, 2022-Decem.* <https://doi.org/10.18687/LEIRD2022.1.1.109>
- CAN. (2017). Micro , pequeñas y medianas empresas generan el 60 % del empleo en los países de la CAN. *Diario Gestión*, 2. <https://gestion.pe/economia/micro-pequenas-medianas-empresas-generan-60-paises-can-153152>
- Carrillo Soto, A., Caballero Rico, F. C., & Roque Hernández, R. V. (2019). Formación en creatividad e innovación: estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 8(15). <https://doi.org/10.23913/ricea.v8i15.122>
- Carrillo-Cedeño, K. M., & Cedeño-Zambrano, R. M. (2021). Innovaciones de marketing y ventas en las empresas comerciales de Portoviejo en tiempos de pandemia. *Dominio de Las Ciencias*, 7(5).
- Chaparro, A. (2010). Emprendimientos y empresas agrarias y rurales más sustentables, para la sustentabilidad de los territorios. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 483–490. <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a15.pdf>

- Chen, P., Yan, Z., & Wang, P. (2023). How can the Digital Economy Boost the Performance of Entrepreneurs? A Large Sample of Evidence from China's Business Incubators. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(7). <https://doi.org/10.3390/su15075789>
- Cheng, Y., Liu, Y., & Cross, A. R. (2023). Legitimacy-building role of incubators: a multiple case study of activities and impacts of business incubators in a developing Chinese city. *Chinese Management Studies*, *17*(4), 829–850. <https://doi.org/10.1108/CMS-07-2020-0288>
- Corchuelo, B., & Berrocal, S. (2022). Análisis de la innovación en la agroindustria extremeña. *Miradas Sobre El Emprendimiento Ante La Crisis Del Coronavirus*. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2gz3w9c.32>
- Cortés, C. B. Y., & Landeta, J. M. I. (2021). The impact of motivations, competencies and success factors for entrepreneurship on business performance. An analysis in MSMES in Queretaro State, Mexico | Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desemp. *Contaduría y Administración*, *66*(1). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>
- Cruz Reyes, M. A. (2020). Inversión en innovación: conductor de la generación de valor sustentable en empresas agroalimentarias . *Mercados y Negocios*, *42*. <https://doi.org/10.32870/myn.v1i42.7395>
- da Luz, A. D. C. G., Schmidt, A. S., & Ruppenthal, J. E. (2015). The influence of quality management in management and results of innovation: Case study in incubator business of base technology. *Espacios*, *36*(24).
- De Andrade, P. P. (2012). The Brazilian experience in overcoming difficulties of technology-based companies in incubators. *Journal of Technology Management & Innovation*, *7*(3), 161–171. <http://www.jotmi.org/index.php/GT/article/viewArticle/art274>
- De Pablo, J., & Uribe, J. (2016). Viveros empresariales y desarrollo local. Experiencia del sur de Europa (Andalucía, España). *Revista de Ciencias Sociales*, *22*(1), 73–84. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28046365006>
- Eldering, C., van den Ende, J., & Hulsink, W. (2023). Why entrepreneur sourcing matters: the effects of entrepreneur sourcing on alternative types of business incubation

- performance. *R and D Management*, 53(3), 481–502.
<https://doi.org/10.1111/radm.12588>
- Esteban García, J., Coll Serrano, V., & Blasco Blasco, O. M. (2005). ¿Competitividad e innovación en la micro y pequeña empresa? Retos previos a superar. *¿Competitividad e Innovación En La Micro y Pequeña Empresa? Retos Previos a Superar*, 23(3).
- Estupiñán Sosa, I. J., Ballesteros Torres, F. A., & Pezo Ortiz, D. M. (2022). Uso de las Energías Renovables En La Agroindustria en Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3744
- Fernández Perea, M. P. (2019). Determinantes de las innovaciones organizacionales: factores y obstáculos en la empresa española. *ESIC MARKET Economic and Business Journal*, 50(1). <https://doi.org/10.7200/esicm.162.0501.4e>
- Fuentes-Blasco, M., Moliner-Velázquez, B., Servera-Francés, D., & Gil-Saura, I. (2020). How do the effects of retail innovation change? An analysis by product category. *Cuadernos de Gestión*, 20(2), 97–122. <https://doi.org/10.5295/CDG.191081MF>
- Galindo, C. (2017). El programa de incubadoras tecnológicas de Israel y su papel en el desarrollo de la Startup Nation. *Boletín Económico De Ice*, 23–34. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6049826>
- Garavito Hernández, Y., Mantilla Duarte, C. A., Rueda Galvis, J. F., & Uribe Bermudez, J. M. (2020). Impact of employee training and strategic alliances on business innovation and survival. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 25(Extra 5), 77–94. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3984208>
- García Flores, J. M., & Angeles Castro, G. (2023). El perfil del emprendedor innovador en México. *Contaduría y Administración*, 68(2), 22–47. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.3029>
- García, L. (2013). La incubación de empresas y el emprendedor en el estado de Michoacán, una visión conjunta. *ANFECA*, 22. <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xviii/docs/1.20.pdf>

- GESTIÓN. (2017). Ocho de cada 10 emprendimientos fracasan antes de cumplir 5 años de vida. In *Diario Gestión* (p. 3). <https://gestion.pe/economia/empresas/ocho-10-emprendimientos-fracasan-cumplir-5-anos-vida-149066>
- GESTIÓN. (2018). Cinco errores que cometen los nuevos emprendedores. In *Diario Gestión* (p. 3). <https://gestion.pe/fotogalerias/cinco-errores-cometen-nuevos-emprendedores-243870?foto=1>
- Gómez, C. D., Silva, M. de los A., González, Y., & Parga, N. (2018). El Perfil de los empresarios y la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jal. *Conciencia Tecnológica*, 55, 20. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94455712002>
- Gonçalo, T. E. E., Câmara, A. A. D. S., Gê, M. C. D. O., Carmo, B. B. T. do, & Peixoto, J. K. C. (2022). Modelo multicritério para seleção de portfólio de projetos de empresas em incubadoras de empresas. *Exacta*, 20(2). <https://doi.org/10.5585/exactaep.2021.17515>
- Guerra, O. L., & Hernández, D. (2015). Incubadora de empresas: vía para el emprendimiento en las universidades. *Revista Científica de La Universidad de Cienfuegos*, 7(2), 110–114. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Hernandes Scarabelli, B., Sartori, R., & Bacelar da Cruz Urpia, A. G. (2022). Compartilhamento do conhecimento em ambientes de inovação. *Em Questão*. <https://doi.org/10.19132/1808-5245283.118605>
- Infantes, M. S., Moscoso, D. M. P., Montalvo, M. A. A., Estrada, R. C., & Dávila-Morán, R. C. (2023). Entrepreneurship and female empowerment in young people in lima | emprendimiento y empoderamiento femenino en jóvenes de lima. *Universidad y Sociedad*, 15(1), 616–625.
- Jiménez, M., & Piña, H. (2011). Capital social en empresas familiares. *Revista Venezolana de Gerencia*, 16(54), 255–273. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29018865005>
- Junior, W. V. (2022). *Formação de Microempreendedores: Uma pesquisa-ação em uma Incubadora Social na região de Campinas*. <https://doi.org/10.54265/pvqp4497>

- Kantis, H., Menendez, C., Álvarez-Martínez, P., & Federico, J. (2023). Colaboración entre grandes empresas y startups: una nueva forma de innovación abierta. *TEC Empresarial*, 17(1).
- Lahuerta Barbero, G. (2022). ETOPIA_Center for Art&Technology. Creatividad, innovación, empleo, ciudad digital. *Artigrama*, 28. https://doi.org/10.26754/ojs_artigrama/artigrama.2013287995
- Leal Guerrero, M. P. (2020). Modelo Design Thinking dirigido a la población campesina colombiana. *Revista Estrategia Organizacional*, 9(2). <https://doi.org/10.22490/25392786.4046>
- León, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 19–33. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>
- López Verhelst, N. (2021). Obstáculos a la innovación en empresas manufactureras de Colombia. *Revista de Jóvenes Investigadores Ad Valorem*, 4(1). <https://doi.org/10.32997/rjia-vol.4-num.1-2021-3431>
- Luna, J. (2016). Cuatro de cada cinco PYMEs son informales: ¿Es suficiente reducir el IGV? In *Diario Gestión* (pp. 1–4). <https://gestion.pe/economia/cuatro-cinco-pymes-son-informales-suficiente-reducir-igv-147423>
- Mahecha-Lagos, N. (2023). Estándares de los sistemas de gestión de innovación, una respuesta a la competitividad empresarial. *SIGNOS - Investigación En Sistemas de Gestión*, 15(1). <https://doi.org/10.15332/24631140.8264>
- Maldonado Román, M. B., Duarte Torres, M., Cabrera González, V., & Jiménez Salinas, E. (2020). Emprendimientos familiares: Fortalezas y debilidades para su continuidad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(3), 563–571. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33390>
- Marinho, E. da S., Minello, I. F., & Burger, R. E. (2021). As dinâmicas de interação em uma incubadora de empresas de base tecnológica. *Revista Brasileira de Administração Científica*, 12(4). <https://doi.org/10.6008/cbpc2179-684x.2021.004.0017>

- Martins Damian, I. P., Barione Zancheta, F. H., Tsuyoshi Igarashi, R., & Pitta Marques, D. S. (2019). Analysis of knowledge management implementation models for a business incubator. *Ciencia Da Informacao*, 48(3), 116–130.
- Maussa-Pérez, F. O., Urrego-Marín, M. L., Torres-Velásquez, J. A., Díez-Echavarría, L. F., Bermúdez-Hernández, J., & Valencia-Arias, A. (2021). Exploración de factores que motivan a los estudiantes universitarios a crear empresas en Medellín, Colombia. *Revista Lasallista de Investigación*, 17(2). <https://doi.org/10.22507/rli.v17n2a15>
- Melo Torres, L. I., Corbelle Cacabelos, F., & Ortíz Melo, L. T. (2023). Retos en gestión de la innovación en empresas de la agroindustria alimentaria en Boyacá, Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 29(4), 185–199. <https://doi.org/10.31876/racs.v29i4.41247>
- Moctezuma-López, G. (2023). Contribución de la agroindustria alimentaria mexicana al producto interno bruto durante 1993-2019. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 14(7). <https://doi.org/10.29312/remexca.v14i7.2901>
- Molina Muñoz, E. D. J., & Martínez Palomino, O. S. (2023). Innovation and entrepreneurship: driving economic growth in Colombia. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology, 2023-July*. <https://doi.org/10.18687/laccei2023.1.1.301>
- Montenegro, C. B., Arruda, E. H., & Vasconcelos, C. R. M. de. (2022). A intenção empreendedora em indivíduos envolvidos em incubadoras de empresas. *RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar - ISSN 2675-6218*, 3(9). <https://doi.org/10.47820/recima21.v3i9.1835>
- Montes-Sierra, V. A., Uranga-Valencia, L. P., Palacios-Monárrez, A., Ortega-Montes, F. I., & Macías-López, M. G. (2023). Business plan for the creation of a processing Company sweet potato (*Ipomoea batatas* L) in Delicias, Chihuahua, Mexico. *Agro Productividad*. <https://doi.org/10.32854/agrop.v15i4.2458>
- Moreira Rosales, L. V., Jaramillo Aveiga, A. L., Vega Carrillo, D. F., & Granda Sanmartín, M. A. (2020). Análisis del impacto económico de las MiPymes en el

- Ecuador. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.
<https://doi.org/10.46377/dilemas.v33i1.2165>
- Morelos-Gómez, J., Tirado-Roca, S., & Guerrero Álvarez, L. M. (2023). Innovación en las organizaciones: una revisión de la literatura. *Dictamen Libre*, 32.
<https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.32.10404>
- Navas-Olmedo, W., Pallo, Y., Reascos, J., & Rodriguez, J. (2022). La innovación en las pymes como factor de sostenibilidad en el Ecuador. *Tesla Revista Científica*, 3(1).
<https://doi.org/10.55204/trc.v3i1.e153>
- Olmedo-Barchello, S., & García, M. (2023). Estudio de programas orientados a impulsar la innovación empresarial en Paraguay y Uruguay. Un análisis desde la perspectiva de la Teoría de Schumpeter. *ACADEMO Revista de Investigación En Ciencias Sociales y Humanidades*, 10(2). <https://doi.org/10.30545/academo.2023.jul-dic.10>
- Oswaldo Vázquez, J. Q., Morquecho Salto, J. C., Vásquez Labefre, L. M., & Neira Neira, M. L. (2019). Manual didáctico de emprendimiento para la incubadora de empresas dirigido a estudiantes universitarios. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8). <https://doi.org/10.35381/r.k.v4i8.321>
- Pacheco-Blanco, B., Arroyo-Vázquez, M., & Arrufat-Álvarez, J. M. (2023). Análisis bibliométrico sobre creatividad y emprendimiento. *Proceedings from the International Congress on Project Management and Engineering*, 108–120.
- Parada Camargo, E. J., Aguillón Nocua, A. M., & Zambrano Vargas, S. M. (2023). Entrepreneurship and education: an approach from complex thinking | Emprendimiento y educación: un enfoque desde el pensamiento complejo. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(9), 757–776. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.47>
- Peláez, M. J., & Rodenes, M. (2009). La internacionalización de empresas: Relación entre el capital social, las tecnologías de información relacional y la innovación. *Semestre Económico*, 12(25), 111–138. <https://doi.org/ISSN 0120-6346>
- Pérez Zúñiga, R., Mercado Lozano, P., Martínez García, M., Mena Hernández, E., & Partida Ibarra, J. Á. (2018). The Knowledge Society and the Information Society as the cornerstone in educational technology innovation. *RIDE Revista Iberoamericana*

- Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 8(16).
<https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.371>
- Pérez-Ledo, P., & Segovia-Pérez, M. (2021). The innovative factor in agriculture in the Valencian Community (Spain). Factors driving agricultural innovation. *TERRA: Revista de Desarrollo Local*, 8. <https://doi.org/10.7203/terra.8.20018>
- Potes Ordoñez, L. B., Cerón Rios, G. M., & Sandoval Zúñiga, O. R. (2022). Pilot Entrepreneurship Learning Program: a case study of young people in the region of Cauca. *ECONÓMICAS CUC*, 44(1).
<https://doi.org/10.17981/econcuc.44.1.2023.org.1>
- PRODUCE. (2011). Análisis Regional de Empresas Industriales. In *Dirección General de Industria* (p. 15).
- Ramos Ruiz, J., Polo Otero, J., Arrieta Barcasnegras, A., & Vega Cárcamo, J. (2018). Impacto de la innovación en marketing sobre la conducta exportadora de las empresas del sector agroindustrial español. *Revista de Métodos Cuantitativos Para La Economía y La Empresa*, 25.
<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.2310>
- Reyna-García, G., Molina-Morejón, V., & Cortina-Bernal, J. (2018). Modelo causal: Innovación-colaboración-desempeño económico. *Vincula Tegica*.
http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategieca_4/41%20REYNA_MOLINA_CORTINA.pdf
- Rocha de Sousa Júnior, A., Leite Esteves, P. C., & Benciveni Franzoni, A. M. (2022). Capacidades emprendedoras da gestora da medeor medtech, startup sediada na aratec - incubadora e aceleradora de negócios inovadores de ARARANGUÁ/SC. *Anais Do XI Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação (CiKi)*, 1.
<https://doi.org/10.48090/ciki.v1i1.1229>
- Rodríguez Díaz, M. T., & Urbiola Solís, A. E. (2019). Capital Social y Emprendimiento: reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia*.
<https://doi.org/10.37960/revista.v24i85.23784>

- Rodríguez, P. (2012). Análisis relacional del capital social y el desarrollo de los sistemas productivos regionales. *Revista Hispana Para El Análisis de Redes Sociales*, 23(9), 261–290. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.446>
- Rosado-Cubero, A., Hernández, A., Blanco Jiménez, F. J., & Freire-Rubio, T. (2023). Promotion of entrepreneurship through business incubators: Regional analysis in Spain. *Technological Forecasting and Social Change*, 190. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122419>
- Sánchez, G. (2015). El rol de las incubadoras en el éxito de los emprendedores. In *Diario Gestión* (p. 2). <https://gestion.pe/economia/empresas/rol-incubadoras-exito-emprendedores-95634>
- Sánchez, Y., García, F., & Mendoza, J. E. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. *Estudios Gerenciales*, 31, 243–252. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.04.001>
- Serida, J. (2018). Perú es el país con mayor espíritu emprendedor en América Latina y el quinto en el mundo. In *Diario Gestión* (pp. 1–5). <https://gestion.pe/economia/peru-pais-mayor-espiritu-emprendedor-america-latina-quinto-mundo-237414>
- Sieg, P., Posadzińska, I., & Józwiak, M. (2023). Academic entrepreneurship as a source of innovation for sustainable development. *Technological Forecasting and Social Change*, 194. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122695>
- Silva-Chuquipoma, D. (2023). Culture of entrepreneurship and innovation in the agri-food industry. An overall review. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology, 2023-July*.
- Silvestro, A. R., Reis, D. L. dos S., & Teixeira, C. S. (2023). Economia criativa e incubadora de empresas: uma revisão bibliométrica. *Anais Do XII Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação (CiKi)*, 1. <https://doi.org/10.48090/ciki.v1i1.1269>
- Ssekiziyivu, B., Mwesigwa, R., Kabahinda, E., Lakareber, S., & Nakajubi, F. (2023). Strengthening business incubation practices among startup firms. Evidence from Ugandan communities. *Journal of Enterprising Communities*, 17(2), 498–518. <https://doi.org/10.1108/JEC-08-2021-0131>

- Suárez-Ortega, M., & Fariña-Sánchez, M. (2021). Women facing enterprise policy and entrepreneurship: dilemmas and challenges for a sustainable society. *Prisma Social*, 35, 277–312.
- Sung, S. Il, & Duarte, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación En Ciencias Sociales*, 11(2), 291–314. <https://doi.org/10.18004/riics.2015.diciembre.291-314>
- Torres, I., López, J. F., Vallejo, M., Gonzáles, O., Aristizábal, J. P., & Pérez, W. (2005). *Guia de buenas practicas para las incubadoras de empresas*. Nodriza Incubation Partner.
- Vale Batista, L. A., Nepomuceno Nobre, L. H., & Chaves Nobre, F. (2023). Índice de confiança empresarial e ciclo de vida das organizações: um estudo nas micro e pequenas empresas no contexto da Covid-19. *Revista de Gestão e Secretariado*, 14(1). <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i1.1539>
- Vaz, R., de Carvalho, J. V., & Teixeira, S. F. (2023). Developing a Digital Business Incubator Model to Foster Entrepreneurship, Business Growth, and Academia–Industry Connections. *Sustainability (Switzerland)*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/su15097209>
- Vega Ventosilla, V., Ferro Cuellar, H., Ruiz Choque, M., & Bonomie, M. (2020). Innovation and business success: Some theoretical reflections. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(91), 938–953. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i91.33175>
- Vicente Artica, J. L. (2019). Innovación tecnológica y competitividad en las MYPEs agroindustriales de la provincia de Pasco - 2017. In *Repositorio UNDAC*. http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/935/4/T026_41427310_M.pdf
- Zapata, S. (2001). *Posibilidades y Potencialidades de la Agroindustria en el Perú en Base a la Biodiversidad y los Bionegocios*.

ANEXOS

Anexo 1. Estadísticas del total de elementos de emprendimiento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
E1	91.99	182.640	0.084	0.905
E2	94.50	184.766	-0.066	0.905
E3	94.51	184.622	-0.042	0.904
E4	91.52	178.735	0.384	0.902
E5	91.29	178.775	0.302	0.903
E6	91.31	179.260	0.261	0.903
E7	91.35	176.881	0.397	0.902
E8	91.28	179.164	0.289	0.903
E9	91.23	179.610	0.272	0.903
E10	91.21	178.743	0.318	0.903
E11	91.34	180.156	0.226	0.904
E12	91.38	180.486	0.206	0.904
E13	91.82	175.649	0.544	0.900
E14	91.85	173.876	0.496	0.900
E15	91.86	172.790	0.555	0.899
E16	91.85	179.800	0.280	0.903
E17	91.92	175.275	0.454	0.901
E18	91.87	173.256	0.580	0.899
E19	92.12	168.587	0.601	0.898
E20	92.40	169.324	0.571	0.899
E21	92.12	169.619	0.540	0.899
E22	92.51	169.402	0.543	0.899
E23	92.34	170.625	0.546	0.899
E24	92.21	172.097	0.514	0.900
E25	92.20	169.936	0.586	0.899
E26	92.51	169.865	0.554	0.899
E27	92.64	171.004	0.547	0.899
E28	92.08	177.263	0.439	0.901
E29	91.95	176.820	0.412	0.901
E30	92.10	174.884	0.511	0.900
E31	92.43	169.185	0.536	0.899
E32	92.07	171.567	0.534	0.899
E33	91.79	176.559	0.358	0.902
E34	91.91	172.275	0.503	0.900
E35	92.05	168.771	0.592	0.898
E36	92.03	171.957	0.491	0.900
E37	91.99	178.295	0.265	0.904
E38	91.73	181.129	0.137	0.905



Anexo 2. Estado civil de los emprendedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casado	120	45.3	45.3	45.3
	Soltero	30	11.3	11.3	56.6
	Otro	115	43.4	43.4	100.0
	Total	265	100.0	100.0	

Anexo 3. Número de hijos de los emprendedores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	50	18.9	18.9
	1	50	18.9	37.7
	2	111	41.9	41.9
	3	43	16.2	95.8
	4	10	3.8	99.6
	5	1	0.4	100.0
Total	265	100.0	100.0	

Anexo 4. Cantidad de trabajadores en las empresas agroindustriales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	0	1	0.4	0.4
	1	24	9.1	9.4
	2	126	47.5	57.0
	3	81	30.6	87.5
	4	21	7.9	95.5
Válido	5	5	1.9	97.4
	6	3	1.1	98.5
	7	1	0.4	98.9
	8	1	0.4	99.2
	9	1	0.4	99.6
	15	1	0.4	100.0
Total	265	100.0	100.0	

Anexo 5. Estadísticas del total de elementos de innovación

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IN-22.1	197.03	303.263	0.263	0.876
IN-22.1	196.83	300.472	0.325	0.876
IN-22.2	197.38	300.042	0.321	0.876
IN-22.2	196.97	302.731	0.248	0.876
IN-22.2	196.95	301.525	0.269	0.876
IN-22.2	196.91	301.697	0.261	0.876
IN-22.3	197.89	309.216	-0.005	0.878
IN-22.3.1	193.82	312.979	-0.107	0.890
IN-22.3.1	194.02	310.658	-0.069	0.887
IN-22.3.1	197.04	309.467	-0.031	0.881
IN-22.4	198.09	310.942	-0.106	0.879
IN-22.4	197.29	305.549	0.278	0.876
IN-22.4	197.26	308.324	0.133	0.877
IN-22.4	197.26	308.324	0.133	0.877
IN-23.1	197.35	300.678	0.338	0.875
IN-23.1	197.00	299.058	0.398	0.875
IN-23.1	197.01	296.884	0.468	0.874
IN-23.2	198.04	314.669	-0.246	0.881
IN-23.3	197.34	308.612	0.007	0.879
IN-24	196.73	302.702	0.261	0.876
IN-25	197.44	300.519	0.342	0.875
IN-25	197.04	299.293	0.397	0.875
IN-25	197.02	293.914	0.504	0.873
IN-25	196.97	294.329	0.461	0.874
IN-25	196.97	296.193	0.446	0.874
IN-25	196.94	295.202	0.458	0.874
IN-25	197.20	302.349	0.225	0.877
IN-25	197.21	302.912	0.214	0.877
IN-25.1	197.32	307.682	0.258	0.877
IN-26	197.42	307.059	0.178	0.877
IN-26	197.35	307.313	0.230	0.877
IN-26	197.49	306.755	0.172	0.877
IN-27	197.31	308.487	0.141	0.877
IN-27	197.29	308.664	0.228	0.877
IN-28	197.15	302.038	0.366	0.875
IN-28	196.82	298.216	0.404	0.875
IN-28	196.43	301.642	0.330	0.876
IN-28	196.21	304.191	0.161	0.878
IN-29	197.38	306.996	0.221	0.877
IN-30	197.05	300.133	0.429	0.875
IN-30	196.79	299.850	0.389	0.875
IN-30	196.75	294.679	0.563	0.873

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IN-30	196.99	293.601	0.555	0.873
IN-30	196.99	295.275	0.505	0.873
IN-30	196.95	293.548	0.524	0.873
IN-30	196.96	296.603	0.460	0.874
IN-30	197.11	299.549	0.337	0.875
IN-30	197.04	298.715	0.419	0.875
IN-31	197.27	300.975	0.408	0.875
IN-31	196.73	302.547	0.241	0.876
IN-31	196.80	298.285	0.398	0.875
IN-31	196.41	299.910	0.353	0.875
IN-32.1	197.27	299.649	0.403	0.875
IN-32.1	196.85	295.482	0.513	0.873
IN-32.1	196.85	293.875	0.567	0.873
IN-32.2	197.27	300.549	0.467	0.875
IN-32.2	197.12	295.923	0.457	0.874
IN-32.2	197.15	294.751	0.476	0.873
IN-32.2	197.13	292.525	0.600	0.872
IN-32.2	197.06	293.911	0.560	0.873
IN-33.1	197.17	302.105	0.323	0.876
IN-33.1	196.93	296.643	0.479	0.874
IN-33.1	196.95	295.502	0.524	0.873
IN-33.1	197.01	295.760	0.462	0.874
IN-33.2	197.14	300.151	0.497	0.874
IN-33.2	196.79	295.135	0.524	0.873
IN-33.2	196.62	295.570	0.575	0.873
IN-33.3	197.56	307.417	0.099	0.878
IN-33.3	197.35	306.733	0.189	0.877
IN-33.3	197.27	309.169	0.024	0.878
IN-33.3	197.28	308.659	0.072	0.878
IN-33.3	197.28	309.040	0.058	0.878
IN-33.3	197.38	309.152	0.007	0.878
IN-33.3	197.25	309.966	-0.088	0.878
IN-33.3	197.27	309.167	0.014	0.878
IN-33.4	196.33	307.440	0.003	0.883
IN-33.4	195.52	301.987	0.299	0.876
IN-33.4	195.39	305.487	0.268	0.876
IN-33.4	195.36	303.842	0.365	0.876
IN-33.4	195.37	305.699	0.240	0.877
IN-33.4	195.41	303.033	0.333	0.876
IN-33.5	198.28	309.783	-0.189	0.878
IN-33.5.1	198.27	310.762	-0.322	0.878
IN-34.1	198.26	310.822	-0.226	0.878
IN-34.1.1	196.45	319.085	-0.369	0.884
IN-35	197.30	308.450	0.209	0.877

Anexo 6. Prueba de normalidad para emprendimiento

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
14. Local	0.313	265	0.000	0.775	265	0.000
14. Nacional	0.533	265	0.000	0.112	265	0.000
14. Internacional	0.525	265	0.000	0.057	265	0.000
15. sueño	0.405	265	0.000	0.633	265	0.000
15. retos	0.298	265	0.000	0.769	265	0.000
15. Vivir	0.275	265	0.000	0.792	265	0.000
15. Ambiente	0.288	265	0.000	0.791	265	0.000
15. flexibilidad	0.301	265	0.000	0.776	265	0.000
15. autonomía	0.307	265	0.000	0.762	265	0.000
15. subsistencia	0.292	265	0.000	0.765	265	0.000
15. ingresos	0.307	265	0.000	0.777	265	0.000
15. negocio	0.308	265	0.000	0.782	265	0.000
16. conocimiento	0.396	265	0.000	0.717	265	0.000
16. innovación	0.260	265	0.000	0.852	265	0.000
16. tecnología	0.255	265	0.000	0.850	265	0.000
17. insatisfecha	0.366	265	0.000	0.744	265	0.000
17. producto	0.271	265	0.000	0.828	265	0.000
17. método	0.276	265	0.000	0.828	265	0.000
18. financiación	0.275	265	0.000	0.847	265	0.000
18. convocatorias	0.200	265	0.000	0.856	265	0.000
18. Invertir	0.210	265	0.000	0.875	265	0.000
18. apoyos	0.255	265	0.000	0.824	265	0.000
18. contactos	0.199	265	0.000	0.865	265	0.000
18. habilidades	0.221	265	0.000	0.869	265	0.000
18. Conocimiento	0.208	265	0.000	0.874	265	0.000
18. estímulos	0.227	265	0.000	0.840	265	0.000
18. Acompañamiento	0.250	265	0.000	0.820	265	0.000
19. Inconformidad	0.336	265	0.000	0.752	265	0.000
19. Terminación	0.293	265	0.000	0.795	265	0.000
20. tradición	0.281	265	0.000	0.816	265	0.000
20. influencia	0.231	265	0.000	0.840	265	0.000
20. ejemplo	0.243	265	0.000	0.871	265	0.000
20. status	0.261	265	0.000	0.852	265	0.000
20. fomento	0.256	265	0.000	0.870	265	0.000
20. campañas	0.210	265	0.000	0.880	265	0.000
20. actitud	0.223	265	0.000	0.879	265	0.000
20. Generar	0.262	265	0.000	0.855	265	0.000
20. comunidad	0.259	265	0.000	0.845	265	0.000

Anexo 7. Prueba de normalidad para innovación

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
22.1 Bienes nuevos	0.382	265	0.000	0.748	265	0.000
22.1 Servicios nuevos	0.337	265	0.000	0.801	265	0.000
22.2 sí misma	0.230	265	0.000	0.812	265	0.000
22.2 junto a otras	0.372	265	0.000	0.767	265	0.000
22.2 adaptando	0.368	265	0.000	0.774	265	0.000
22.2 Otras	0.413	265	0.000	0.691	265	0.000
22.3 2017-2018-2019	0.398	265	0.000	0.618	265	0.000
22.3.1 mercado]	0.194	265	0.000	0.946	265	0.000
22.3.1 empresa	0.220	265	0.000	0.904	265	0.000
22.3.1 Sin cambios	0.267	265	0.000	0.833	265	0.000
22.4 local	0.502	265	0.000	0.438	265	0.000
22.4 regional	0.436	265	0.000	0.547	265	0.000
22.4 nacional	0.500	265	0.000	0.265	265	0.000
22.4 internacional	0.509	265	0.000	0.248	265	0.000
23.1 Métodos	0.304	265	0.000	0.792	265	0.000
23.1 Logística	0.388	265	0.000	0.744	265	0.000
23.1 Actividades	0.406	265	0.000	0.712	265	0.000
23.2 innovaciones de proceso	0.511	265	0.000	0.416	265	0.000
23.3 nueva	0.219	265	0.000	0.805	265	0.000
24. actividades de innovación	0.396	265	0.000	0.669	265	0.000
25 interna	0.259	265	0.000	0.804	265	0.000
25 externos	0.383	265	0.000	0.751	265	0.000
25 software	0.345	265	0.000	0.804	265	0.000
25 Adquisición	0.324	265	0.000	0.824	265	0.000
25 Adiestramiento	0.375	265	0.000	0.764	265	0.000
25 mercado	0.380	265	0.000	0.756	265	0.000
25 Diseño	0.320	265	0.000	0.812	265	0.000
25 Otros	0.338	265	0.000	0.794	265	0.000
25.1 Investigación	0.541	265	0.000	0.210	265	0.000
26 Compra	0.511	265	0.000	0.433	265	0.000
26 Adquisición	0.536	265	0.000	0.298	265	0.000
26 conocimiento	0.482	265	0.000	0.510	265	0.000
27 municipal	0.540	265	0.000	0.173	265	0.000
27 regional		265			265	
27 nacional	0.527	265	0.000	0.059	265	0.000
27 internacional		265			265	

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
28 Interna	0.380	265	0.000	0.726	265	0.000
28 mercado	0.312	265	0.000	0.810	265	0.000
28 institucionales	0.316	265	0.000	0.800	265	0.000
28 Otras	0.230	265	0.000	0.835	265	0.000
29 innovación con otras	0.527	265	0.000	0.360	265	0.000
29.1 afirmativo	0.504	265	0.000	0.320	265	0.000
30 Aumento	0.355	265	0.000	0.764	265	0.000
30 Reemplazo	0.305	265	0.000	0.805	265	0.000
30 Entrada	0.255	265	0.000	0.844	265	0.000
30 Mejora	0.238	265	0.000	0.850	265	0.000
30 flexibilidad	0.242	265	0.000	0.853	265	0.000
30 capacidad	0.230	265	0.000	0.863	265	0.000
30 Reducción	0.274	265	0.000	0.851	265	0.000
30 ambiental	0.263	265	0.000	0.852	265	0.000
30 salud	0.296	265	0.000	0.830	265	0.000
31 costo	0.345	265	0.000	0.743	265	0.000
31 conocimiento	0.320	265	0.000	0.816	265	0.000
31 mercado	0.259	265	0.000	0.850	265	0.000
31 necesidad	0.254	265	0.000	0.834	265	0.000
32.1 prácticas	0.337	265	0.000	0.774	265	0.000
32.1 métodos	0.345	265	0.000	0.797	265	0.000
32.1 externas	0.387	265	0.000	0.730	265	0.000
32.2 Reducir	0.370	265	0.000	0.701	265	0.000
32.2 capacidad	0.230	265	0.000	0.836	265	0.000
32.2 calidad	0.226	265	0.000	0.839	265	0.000
32.2 costos	0.273	265	0.000	0.851	265	0.000
32.2 comunicación	0.294	265	0.000	0.844	265	0.000
33.1 Cambios	0.432	265	0.000	0.623	265	0.000
33.1 comunicación	0.388	265	0.000	0.741	265	0.000
33.1 distribución	0.360	265	0.000	0.785	265	0.000
33.1 precios	0.401	265	0.000	0.723	265	0.000
33.2 Aumentar	0.400	265	0.000	0.697	265	0.000
33.2 Introducir	0.303	265	0.000	0.825	265	0.000
33.2 geográficos	0.272	265	0.000	0.815	265	0.000
33.3 Artes	0.412	265	0.000	0.634	265	0.000
33.3 Diseño	0.472	265	0.000	0.463	265	0.000
33.3 Multimedia	0.485	265	0.000	0.203	265	0.000
33.3 Diseño Web	0.477	265	0.000	0.270	265	0.000
33.3 software	0.492	265	0.000	0.129	265	0.000



Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
33.3 Investigación	0.483	265	0.000	0.482	265	0.000
33.3 Ingeniería	0.524	265	0.000	0.139	265	0.000
33.3 Matemáticas	0.476	265	0.000	0.265	265	0.000
33.4 Sesiones	0.363	265	0.000	0.672	265	0.000
33.4 Equipos	0.488	265	0.000	0.421	265	0.000
33.4 Rotación	0.520	265	0.000	0.310	265	0.000
33.4 Incentivos	0.531	265	0.000	0.203	265	0.000
33.4 no financieros	0.530	265	0.000	0.216	265	0.000
33.4 Adiestramiento	0.526	265	0.000	0.262	265	0.000
33.5 vendió bienes	0.521	265	0.000	0.035	265	0.000
33.5.1 mercado más grande	0.534	265	0.000	0.098	265	0.000



Anexo 8. Encuesta de Emprendimiento e Innovación

Link en Google forms

https://docs.google.com/forms/d/18-ITFSv1hZdf37EI_u5jF9VhMO5xcm--oKSpjimeWFQ/edit

Encuesta de Emprendimiento e Innovación

El propósito de esta encuesta se realiza como parte de la tesis doctoral en ADMINISTRACIÓN, permitirá conocer las principales motivaciones que llevan a un emprendedor a crear, gestionar e innovar su empresa, este estudio contribuirá en la implementación de incubadoras empresariales en la región Puno.

LA INFORMACIÓN QUE USTED SUMINISTRE EN ESTE CUESTIONARIO ES CONFIDENCIAL. Le garantizamos que sólo se utilizará para propósitos de análisis estadístico y no será compartida con ninguna entidad pública o privada, y los resultados del estudio se publicará en un informe que usted recibirá por su participación en esta encuesta. El cuestionario puede ser llenado por el propietario que administra o dirige la empresa.

GRACIAS por participar. Su colaboración es muy importante para llevar a cabo este estudio. Para consultas y sugerencias puede comunicarse con Euclides Ticona Chayña al celular 951750550 y E-mail: clides2006@gmail.com y/o e.ticonach@epg.unap.edu.pe

1. 1. Nombres y Apellidos

2. 2. Celular

3. 3. Correo electrónico

4. 4. Género

Marca solo un óvalo.

Femenino

Masculino



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo EUCLIDES TICONA CHAYÑA,
identificado con DNI 40076427 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:
" MODELO DE INCUBADORA PARA EMPRESAS AGROINDUSTRIALES
A TRAVÉS DEL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO E
INNOVACIÓN EN LA REGIÓN PUNO "

Es un tema original.

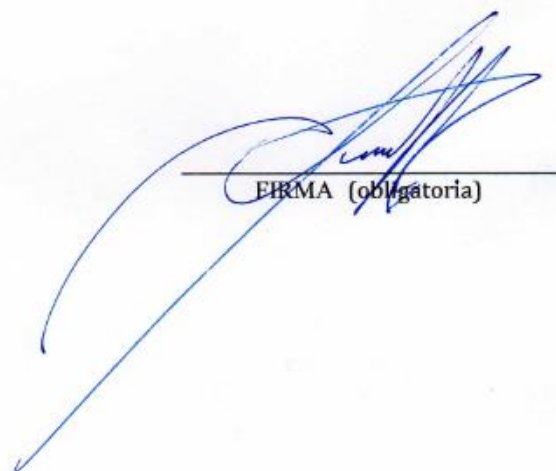
Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 29 de Mayo del 20 24


FIRMA (obligatoria)



Huella



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo EUCLIDES TICONA CHAYÑA,
identificado con DNI 40076427 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

DOCTORADO EN ADMINISTRACION

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

" MODELO DE INCUBADORA PARA EMPRESAS AGROINDUSTRIALES
A TRAVÉS DEL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO E
INNOVACIÓN EN LA REGIÓN PUNO "

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 29 de mayo del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella