

# Innovación Organizacional: Adaptación y Validación de la Escala en Empresas Peruanas

*por* Yovana Marita Huamani Vargas Isaac Elvis Huamán

---

**Fecha de entrega:** 10-sept-2025 05:06p. m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2747367896

**Nombre del archivo:** 14.04.2025\_PY\_ISAAC\_Y\_YOVANA\_UPEU\_1.docx (317.45K)

**Total de palabras:** 7832

**Total de caracteres:** 45399

## **Innovación Organizacional: Adaptación y Validación de la Escala en Empresas Peruanas**

Yovana Marita Huamani Vargas <sup>a</sup>, Isaac Elvis Huamán Fernández

<sup>a</sup>Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión, Lima, Perú; ORCID;

<https://orcid.org/0009-0008-2224-466X> ; [yovanahuamani@upeu.edu.pe](mailto:yovanahuamani@upeu.edu.pe)

<sup>b</sup>Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión, Lima, Perú; ORCID;

<https://orcid.org/0009-0001-4568-7024X> ; [isaachuaman@upeu.edu.pe](mailto:isaachuaman@upeu.edu.pe)

<sup>c</sup>Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión, Lima, Perú;

<https://orcid.org/0000-0002-8366-689X>; [luis.geraldo@upeu.edu.pe](mailto:luis.geraldo@upeu.edu.pe)

**Autor de Correspondencia:** Guido Ángel Huapaya Flores, [angelohuapaya@upeu.edu.pe](mailto:angelohuapaya@upeu.edu.pe)

### **Resumen**

La presente indagación expone como objetivo general analizar las propiedades psicométricas de la escala de innovación organizacional en empresas peruanas. Puesto que, la innovación organizacional resulta ser un elemento relevante en todas las unidades empresariales; por lo cual, se ha venido estudiando con diversas variables evidenciando el impacto positivo en el desempeño empresarial y en la obtención de ventajas competitivas en el mercado revelando la necesidad de adaptar instrumentos que se orienten a medir el grado de innovaciones en dichas entidades. Se utilizó un método cuantitativo, descriptivo, no experimental con corte transversal; además, de ser un estudio de tipo instrumental, en tanto, la unidad poblacional estuvo constituida por un total de 2245795 entre micro, pequeñas y medianas empresas activas en el Perú, determinándose de esta cantidad como unidad muestral a 384 la cual fue extraída haciendo uso de un muestreo probabilístico. Los hallazgos indicaron que la escala de innovación organizacional posee una adecuada validez de contenido demostrado en un valor superior a 0.7; además, posee una correcta fiabilidad denotado en su alto grado de confiabilidad, de igual forma, presentó una adecuada validez de constructo (ajuste comparativo=0.938, tucker lewis=0.929), por último, obtuvo una adecuada validez de criterio (relevancia, representatividad y claridad) con un  $p=0.000$ ; finalmente, se revela que la escala de innovación organizacional cumple con todos los criterios teóricos de las propiedades psicométricas; por lo tanto, se afirma que es válida.

**Palabras clave:** innovación organizacional, escala, validez, confiabilidad, empresas

## Introducción

La innovación organizacional es un elemento imprescindible en todas las organizaciones; dado que, posibilita la obtención de eficiencia en las operaciones comerciales generando un valor superior en cuanto a su competitividad y términos financieros (Taques et al., 2021). Por tanto, en el entorno global, diversos estudios han evaluado los retos que enfrentan las entidades para sobrevivir en los mercados enfatizando la relevancia de desarrollar sus capacidades innovadoras (Azeem et al., 2021).

A nivel internacional, las indagaciones revisadas revelan instrumentos contruidos y validados sobre la innovación organizacional enfatizando en los factores estratégicos (Soomro et al., 2020). En China se ha evaluado a la innovación organizacional con las capacidades tecnológicas indicando que poseen efectos positivos en el rendimiento de las empresas; asimismo, en el sector manufacturero como en el sector de la construcción se ha evaluado el vínculo de la innovación con variables como la competitividad y desempeño empresarial (Chen et al., 2020; Ni et al., 2021). Asimismo, en España, se ha reconocido que la innovación y la resiliencia de los servicios son habilidades críticas por medio de las cuales las entidades pueden gestionar situaciones inciertas y responder con éxito a las presiones ambientales (Garrido et al., 2024).

Adicional a ello, se ha demostrado que la innovación organizacional impacta de forma positiva en el rendimiento de las unidades empresariales favoreciendo la obtención de las ventajas competitivas, connotando así la relevancia (Herlinawati & Machmud, 2020). En tanto, se evidenció que los factores de la innovación son elementos que conducen a la creación de ventajas competitivas optimizando el desempeño financiero y no financiero de las unidades empresariales, evidenciándose un mayor efecto de la innovación generada en el marketing a diferencia de las otras dimensiones (Mabenge et al., 2022). De igual forma, en Argentina se ha desarrollado y validado un instrumento centrado en evaluar la capacidad innovadora de las unidades empresariales, lo que ha posibilitado un mejor análisis de este proceso (Mosquera & Flores, 2023).

No obstante, a nivel de Latinoamérica se observa en las entidades un bajo desarrollo del sistema innovador a pesar de los esfuerzos proporcionados por el gobierno, siendo reflejado en el bajo índice de innovación del 31.08% (Valdiviezo et al., 2021).

En el contexto peruano, se han efectuado indagaciones sobre la gestión de la innovación evaluando sus determinantes y efectos en las prácticas organizacionales (Cutipa et al., 2022). Igualmente, se han desarrollado estudios orientados en examinar la relevancia de la innovación en las pequeñas y medianas empresas explicando su efecto en las ventajas competitivas (Ríos et al., 2024). Así también, se ha destacado que la innovación en las unidades empresariales peruanas juega un papel fundamental en la obtención de buen desempeño, mejorando las operaciones, los productos o servicios y la estructura de la organización, posibilitando la expansión de los mercados (Seclen et al., 2023).

En cuanto a los instrumentos empleados en los estudios se debe resaltar que han sido contruidos de forma propia y validados sobre la innovación organizacional (Ríos et al., 2024; Cutipa et al., 2022; Seclen et al., 2023); por otra parte, el instrumento de la misma variable fue elaborado en función a autores como Damanpour y Evan estando compuesto por 8 ítems (Chen et al., 2020), también, otro instrumento denominado escala de Innovación organizacional desarrollada por los autores Miller y Friesen estuvo conformado por 3 ítems (Soomro et al., 2020), posteriormente, otro cuestionario de la variable estudiada estuvo compuesto por 10 ítems divididos en sus dos dimensiones, innovación de gestión e innovación

tecnológica (Ni et al., 2021); por otra parte, se desarrolló una escala de 6 ítems para medir la variable innovación de servicios el cual fue correctamente validado (Garrido et al., 2024), también, se aplicó un cuestionario de la variable innovación dividido en 10 ítems (Herlinawati & Machmud, 2020); finalmente, otro cuestionario de la misma variable conformado por 20 ítems dividido en sus respectivas dimensiones fueron adaptados de otros autores siendo validados por medio del modelo de ecuaciones estructurales y por el análisis factorial exploratorio (AFE) (Mabenge et al., 2022).

En este contexto, la indagación se centra en validar un instrumento para evaluar la innovación en el entorno empresarial teniendo en cuenta sus componentes más relevantes, por ello, la revisión de los estudios brinda un marco sólido para entender la relevancia de este concepto como un motor de competitividad, específicamente en el entorno peruano donde su implementación y evaluación sigue presentando diversos desafíos clave para el desarrollo de dichas entidades. Por tal razón, el estudio presenta como objetivo general analizar las propiedades psicométricas de la escala de innovación organizacional en empresas peruanas.

Asimismo, está orientado en llenar el vacío de conocimiento existente en la literatura científica, en el sentido de adaptar un instrumento al contexto peruano; ya que, se carece de estudios donde se proporcionen instrumentos validados y adaptados para el contexto de empresas peruanas. También se sustenta de forma metodológica; ya que, el instrumento adaptado y validado considera un proceso tradicional a comparación de la versión portuguesa del instrumento original; además, no existe un instrumento para medir la innovación organizacional en empresas peruanas. De igual forma, se justifica de forma social, por el aporte que brindará a un determinado grupo de la sociedad, pudiendo ser las pequeñas y medianas empresas.

Finalmente, expone un aporte práctico fundamentado en la contribución que brindará a las empresas peruanas, permitiéndoles poseer con un instrumento para la correcta medición de la innovación organizacional, a fin de que evalúen este componente y se orienten en efectuar mejoras. Es así que, en el presente estudio se requiere conocer ¿Cómo la adaptación y la validación permite medir adecuadamente la escala de innovación organizacional en empresas peruanas?; además, como objetivo principal determinar las propiedades psicométricas, la validez basada en el contenido, la fiabilidad, validez del constructo y la validez de criterio de la escala de innovación organizacional en empresas peruanas.

## Revisión de la literatura

### *Teorías de la innovación organizacional*

#### *Teoría del cambio Organizacional de Burgelman (1991)*

Se expone la teoría del cambio organizacional propuesta por el autor Burgelman en el año 1991, quien sustenta la relevancia de que las unidades empresariales efectúen cambios para la supervivencia en los mercados, asimismo, señala como causas principales de este elemento a factores externos como las nuevas tendencias que se desarrollan en los mercados extranjeros respecto a los requerimientos de los consumidores, innovación tecnológicas o diversos estilos de vida; mientras que, los factores internos incluye a la visión de futuro o a los cambios suscitados en los procesos de las unidades empresariales; por otra parte, resalta como dificultades de la existencia de cambios al manejo de la resistencia considerándolo como elemento principal dentro del proceso de cambio en las entidades empresariales (Perilla & González, 2021).

#### *Teoría de la innovación disruptiva de Shumpeter (1942)*

También, la teoría de la innovación disruptiva planteada por el autor Shumpeter en 1942 quien establecer que las existencia de innovaciones originan valor y crecimiento para los mercados; no obstante, destruyen industrias existentes al generar nuevas tendencias y prácticas comerciales modernas, en tal sentido, este enfoque sostuvo que las innovaciones de las unidades empresariales realizan una nueva apertura de mercados pero destruyen el valor de las ya existentes, asimismo, el proceso innovador es sustentado en la existencia de nuevos sistemas tecnológicos, regulatorios y económicos (Ho, 2022).

#### *Teoría institucional de Meyer y Rowan (1970)*

De igual manera, se tiene a la teoría institucional la cual expone que las unidades empresariales no son entidades libres, sino que están condicionadas por la presencia de diversas restricciones, normas, cogniciones compartidas, expectativas sociales y estructuras, actuando como presiones institucionales que obligan a las entidades a desarrollar procedimientos compartidos, alineando sus tácticas y el comportamiento de las organizaciones con las expectativas esperadas; es decir, este enfoque señala que las entidades se esfuerzan por ser similares entre ellas conllevando a que adopten factores o políticas solo por asemejarse a las otras, conllevando así a un isomorfismo institucional (Arranz & Arroyabe, 2023).

### *Definiciones de la innovación organizacional*

La innovación organizacional es atribuida como el resultado una organización al emplear nuevos recursos o tecnologías para la creación de sus productos o servicios (Chatterjee et al., 2020), Yuseng e Ibrahim (2020) menciona que la innovación es el proceso donde se convierte a los conocimientos e ideas en nuevos productos y oportunidades para sobresalir en el mercado; así también, es inspirada por la tendencia creciente de competencia en los mercados internacionales lo cual ha llevado a que este concepto sea más valorado (Anwar et al., 2020); por tal razón, es connotado como un elemento fundamental para las entidades empresariales que desean resaltar entre los grandes competidores (Saunila, 2020). Las teorías que sustentan la indagación es el postulado teórico de (Chatterjee et al., 2020); además, se empleó principalmente para el desarrollo del instrumento la teoría del modelo de radar de innovación planteado por los autores Sawhney et al. (2006) y Chen & Mohanvir (2010).

Igualmente, este concepto impulsa la mejora de los procesos y la creación de productos en las unidades organizacionales, facilitando los nuevos modelos de negocio, la existencia de nuevos productos, por lo cual, la innovación depende de la habilidad de desarrollar la creatividad y mejorar los procedimientos comerciales requiriéndose de estos elementos para que se gestione correctamente la capacidad innovadora de las entidades (Morelos et al., 2023).

#### *Concepto de la innovación en las Mypes*

*Este concepto de innovación también se alinea con la realidad de las PYMES, pues logra reducir la ambigüedad conceptual para la operacionalización de la investigación en este sector, determinando qué es una innovación, así como presentar las dimensiones que deben ser considerados en el contexto. En ese sentido en esta investigación el concepto de innovación se demuestra el papel central del empresario en el proceso de innovación y la posibilidad de generar innovación más allá del contexto tecnológico, es decir, en el contexto administrativo, en la visión relacional de la organización y en la orientación al cliente (D'anjour et al., 2024).*

#### *Dimensiones de la innovación organizacional*

En ese sentido, se definen algunos elementos que considera el autor base D'anjour et al. (2024): la oferta, incluye el desarrollo de nuevos productos o servicios (Ribeiro et al., 2020); así también, la plataforma hace referencia a la utilización de componentes o recursos comunes para la elaboración de nuevas ofertas derivadas (Eduardo et al., 2021; Ribeiro et al., 2020). Referente a soluciones, es connotada como la creación de ofertas integradas y personalizadas que brindan posibles soluciones a las dificultades que atraviesan los clientes (Eduardo et al., 2021). Así también, los clientes son los individuos que adquieren los bienes o servicios que producen las unidades económicas (Valença et al., 2020). Concerniente a la experiencia del cliente es la relación que las unidades económicas tienen con los clientes (Ribeiro et al., 2020) mientras que, la captura de valor se entiende como el establecimiento de precios reflejando el valor percibido por los clientes (Valença et al., 2020). En cuanto a procesos, refiere a la agrupación consecuente de acciones abordadas para dar cumplimiento a un fin común (Eduardo et al., 2021).

En base a los elementos anteriores, D'anjour et al. (2024) de acuerdo a una examinación de las características de las PYME, las termina agrupando en 5 dimensiones: Innovación en Operaciones (IO), Innovación en canales de conocimiento (ICC), Innovación en marketing (IM), Ofertas de innovación (OI), e Innovación en colaboración (IC); siendo los factores escogidos para este estudio.

Por otro lado, la organización se asume como la coordinación de acciones dentro de las unidades económicas (Ribeiro et al., 2020). Asimismo, la cadena de valor se asume como la diversidad de acciones llevadas a cabo para que los bienes y servicios (Valença et al., 2020). Mientras que, la presencia se asume como la actividad constante de las unidades económicas en el mercado (Ribeiro et al., 2020). No obstante, el componente redes es comprendido como los medios bajo los cuales las unidades económicas se relacionan con los usuarios (Valença et al., 2020). Finalmente, el componente marca se asume como el mecanismo de diferenciación de las unidades económicas frente a otras empresas del mercado (Eduardo et al., 2021).

#### *Importancia de la innovación organizacional*

En tanto a su relevancia, la innovación resulta ser fundamental para que estas logren ser impulsoras de empleos y contribuir al crecimiento económico de las naciones, siendo necesario englobar factores que haga más factible el empoderamiento y que fomente el nivel competitivo del mercado, igualmente, el poseer una mayor innovación ayudará a que las unidades empresariales incursionen en mercados nuevos y a la vez tengan mayor ventaja frente a la competencia (Santistevan et al., 2022). Por otro lado, las entidades que realizan innovaciones en sus procesos organizacionales lograrán incrementar la cuota del mercado, disminuir los costos de las operaciones de producción; y, por ende, generar más rentabilidad, por ello, es relevante que las entidades aprovechen sus recursos para construir sistemas innovadores que los haga más competitivos (García et al., 2021).

A continuación, en la Tabla 1 se presentan los estudios instrumentales sobre innovación organizacional, que se lograron encontrar en el contexto de pequeñas, medianas y grandes empresas en diferentes sectores.

**Tabla 1**

Instrumentos de la Innovación Organizacional

Autor y año	Nombre de la escala o instrumento	Dimensiones o factores	Cantidad de ítems de la escala
Soomro et al. (2020)	Escala de innovación organización de Miller y Friesen	Productos y servicios Métodos de producción Competencia	6
Chen et al. (2020)	Escala de innovación organizacional	Nuevos métodos y procedimientos Relaciones administrativas	9
Ni et al. (2021)	Escala de innovación	Innovación tecnológica Gestión de la innovación	10
Garrido et al. (2024)	Escala de Innovación	Innovación en productos Innovación de métodos	6
Herlinawati y Machmud (2020)	Escala de innovación	Innovación de producto Innovación de procesos Innovación de distribución	10
Mabenge (2022)	Escala de innovación	Innovación de producto Innovación de procesos Innovación en marketing Innovación organizacional	20
Mosquera y Flores (2023)	Escala de capacidad de innovación organizacional	Dimensión psicológica Características innovadoras	68
Cutipa et al. (2022)	Escala de capacidad de innovación	Innovación humana Innovación organizacional Innovación técnica	39
Ríos et al. (2024)	Escala de innovación	Satisfacción de nuevas demandas Mejora continua Creatividad empresarial	30
Seclen et al. (2023)	Encuesta Nacional de Innovación de Industrias Manufactureras	Innovación en productos Innovación en servicios Innovación en procesos Innovación organizacional Innovación en marketing	7

*Nota.* Elaboración propia

## Metodología

### 2.1 Diseño metodológico

La presente indagación expuso un enfoque de rigor cuantitativo y de corte transversal; ya que, está orientado en verificar las conjeturas por medio del análisis estadístico y numérico (Paniagua & Condori, 2018). Igualmente, fue un estudio de tipo instrumental, centrado en evaluar las propiedades psicométricas de un instrumento (Ato et al., 2013).

### 2.2 Diseño muestral

Se tuvo como tamaño poblacional a la totalidad de empresas peruanas por ello para determinarla se tuvo en consideración un reporte efectuado por parte del Gobierno del Perú (2024) donde señala que existe un total de 2245795 de micro, pequeñas y medianas empresas activas en el Perú, siendo considerada esta cantidad como la población.

Por ello, para determinar la muestra se empleó un muestreo probabilístico, el cual es un proceso en el cual todos los sujetos presentan la probabilidad de ser seleccionados (Arias, 2020). Para su respectivo cálculo, se empleó la fórmula para poblaciones finitas (Hernández & Mendoza, 2018).

En este sentido, se expone la fórmula a continuación:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(2245795)}{(0.05)^2(2245795 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = 384$$

Por tanto, la unidad muestral estará constituida por 384 Mypes y Pymes del Perú.

### 2.3. Técnicas de Recolección de Datos

En ese sentido, la escala de innovación organizacional fue construida por el autor (D' anjour 2024) el cual consta con una totalidad de 34 ítems divididos en doce dimensiones: oferta (3 ítems), plataforma (2 ítems), soluciones (4 ítems), clientes (2 ítems), experiencia del cliente (2 ítems), captura de valor (5 ítems), procesos (3 ítems), organización (3 ítems), cadena de valor (3 ítems), presencia (2 ítems), redes (3 ítems) y marca (2 ítems). Para su medición se empleó la escala tipo Likert con las siguientes alternativas: 1: nunca 2: casi nunca 3: a veces, 4: casi siempre y 5: siempre; asimismo, este instrumento de innovación organizacional cuenta con una fiabilidad de Alfa de Cronbach por cada factor: innovación en operaciones con 0.960, innovación en los canales de conocimiento con 0.955, innovación en marketing con 0.913, oferta en innovación con 0.892 e innovación en asociación con 0.817.

### 2.4 Técnicas Estadísticas para el Procedimiento de la Información

Para la validez de contenido los instrumentos pasaron por un proceso de validación a través de tres jueces expertos en la materia de estudio, quienes poseen el grado de magíster y tienen más de diez años de experiencia profesional, asimismo, se empleó la técnica de análisis utilizada V de Aiken lo cual demostró una validez adecuada para el instrumento.

Luego de ello, se procedió a aplicar una prueba piloto con la finalidad de establecer la fiabilidad y consistencia interna de los ítems del cuestionario; finalmente, se aplicó el cuestionario a la unidad muestral seleccionada. Cabe enfatizar que, los softwares donde se efectuaron las pruebas estadísticas serán las siguientes: Microsoft Excel, Jamovi y AMOS Graphics; los cuales, sirvieron para verificar la estructura factorial; asimismo, entre las técnicas que fueron empleados está la traducción del instrumento conforme a lo establecido (Hernández et al., 2020)

Es así que, los hallazgos finales harán posible identificar las propiedades psicométricas del instrumento aplicado a través del uso de pruebas estadísticas de fiabilidad ordinal (Taber, 2018); así también, como el índice de omega (Goodboy & Martin, 2020). De igual forma, se ejecutaron pruebas de análisis factorial exploratorio (AFE), empezando por el KMO mismo que tiene mayor e igual a 0.8 (Shrestha, 2021); adicional a ello, se aplicó una rotación oblicua con estimación de mínimos cuadrados (Schreiber, 2021); asimismo, la distribución de los factores se dio en función a las cargas factoriales.

Concerniente, al análisis factorial confirmatorio (AFC) se evaluó la medida de bondad de ajuste tales como el Chi-cuadrado ( $\chi^2$ ) y los grados de libertad, seguido del índice de ajuste comparativo (CFI) y el índice de Tucker Lewis (TLI) mismos que deben ser mayores o iguales a 0.90 (Wang et al., 2020), y el índice de medidas error cuadrático medio de aproximación RMSEA y el residuo cuadrático medio estandarizado (SRMR) mismas que deben ser mayores o iguales a 0.05 (Goretzko et al., 2024).

#### 2.5 Aspectos éticos

En términos éticos, se garantizó que el estudio sea aprobado por el comité de ética de la Universidad Peruana de la Unión brindando cumplimiento a los documentos requeridos; además, del consentimiento abreviado para tamaño de muestras mayores; así también, se garantizó que exista una correcta confiabilidad de los hallazgos asegurando que estos sean replicables sin la presencia de alguna alteración en la información; asimismo, se tomó en cuenta el principio de respeto cumpliendo con el correcto citado de la normativa Apa 7ma edición, específicamente guardando respeto a los autores del cuestionario que fue utilizado.

## Resultados

### Datos sociodemográficos

En la representación, se pudo revelar que los consultados en su mayoría pertenecieron al género femenino con 50.5%; además, el 54.9% manifestó ser solteros y el 27.6% casados, en cuanto, al número de trabajadores el 56.8% señaló pertenecer a la microempresa, el 32.8% a pequeñas empresas y el 8.1% a medianas empresas; mientras que, referente a la región donde laboran los consultados argumentaron laborar en la Selva con 44.3%, el 34.9% en la Costa y el 20.8% en la Sierra.

Dichos hallazgos, evidencian, que no existe una brecha muy marcada en la participación laboral en cuanto al género, ya que se evidencia una igualdad en las oportunidades laborales; por otra parte, el estado civil en su mayoría tiende a ser personas solteras pudiendo estar vinculado a la flexibilidad que se requiere en el entorno laboral o por una mayor disposición de jóvenes que se integran al mercado laboral. En cuanto al número de trabajadores la presencia reducida corresponde a empresas de menor tamaño lo cual puede deberse por los pocos beneficios y oportunidades que brindan dichas entidades; finalmente, respecto a la región se concentra un mayor porcentaje de empresas en la Selva debido a la presencia de diversos sectores asociados a la extracción de recursos o mayor comercio.

**Tabla 2**

*Características de los encuestados*

		Frecuencia	Porcentaje
<b>Género</b>	Masculino	190	49,5
	Femenino	194	50,5
<b>Estado civil</b>	Soltero	211	54,9
	Casado	106	27,6
	Viudo	33	8,6
	Divorciado	34	8,9
<b>Número de trabajadores aproximado</b>	2 a 9 (micro - empresa)	218	56,8
	10 a 49 (pequeña empresa)	126	32,8
	50 a 199 (mediana empresa)	31	8,1
	200 a más (grande empresa)	9	2,3
<b>Región donde labora</b>	Costa	134	34,9
	Selva	170	44,3
	Sierra	80	20,8

*Nota.* Obtenido del programa IBM SPSS vs.26

### Estadísticos descriptivos de fiabilidad

En la representación, se expuso el grado de fiabilidad del instrumento utilizado para la innovación organizacional donde obtuvo valores del Alfa de Cronbach del 0.925, siendo un valor superior a 0.90 lo cual revela una alta consistencia interna de los ítems que conforman al instrumento de la innovación, señalando así que dicha escala es adecuada para su uso en otros estudios que requieran una mayor precisión en la medición de esta variable. Por otra parte, el  $\omega$  de McDonald de 0.926 también brinda un grado de confiabilidad alto, ya que, al ser un índice cercano a 1, evidencia una estimación más precisa evidenciando que la escala cumple con los supuestos de tau-equivalencia para su correcta aplicación a la unidad muestral.

**Tabla 3***Estadísticos de fiabilidad*

	Alfa de Cronbach	$\omega$ de McDonald
Escala	0.925	0.926

*Nota.* Obtenido del programa IBM SPSS vs. 26

*Análisis Factorial Exploratorio*

En la representación, se presentan los resultados de las cargas factoriales para el modelo propuesto, los cuales se encuentran entre 0,36 y 0,66. El cuestionario de D'anjour et al., (2024) en base al modelo de radar de innovación propuesto por (Chen & Sawhney, 2007; Sawhney et al., 2006) sufrió una re-especificación en sus ítems y una eliminación de reactivos (ítem 4, ítem 5, ítem 9, ítem 11, ítem 12, ítem 16, ítem 17, ítem 21, ítem 26, ítem 30) al realizar dicha ejecución, el índice de ajuste mejoró sustancialmente. Debido a que el resultado de la evaluación del modelo original (34 ítems) no permitían un adecuado ajuste del modelo, ya que se encontraban valores fuera de los límites determinados (CFI = .868; GFI = .845; TLI) como por consecuencia se decidió realizar una re-especificación.

**Tabla 4***Análisis Factorial Exploratorio*

Ítems	IO	ICC	IM	OI	IC
7. La empresa recurre habitualmente a consultorías o al apoyo de organizaciones	.50				
8. En los últimos 3 años, la empresa ha ofrecido nuevas soluciones complementarias a sus clientes, creando oportunidades de ingresos	.48				
13. En los últimos 3 años, la empresa ha adoptado nuevas instalaciones, interfaces o recursos para mejorar las relaciones con los clientes	.41				
14. En los últimos 3 años, la empresa ha convertido parte de sus residuos en una oportunidad para generar ingresos	.51				
18. La empresa ya ha recurrido a uno de los programas subvencionados de apoyo financiero y tecnológico para actividades innovadoras	.61				
19. En los últimos 3 años, la empresa ha adoptado nuevas prácticas de gestión	.36				
20. La empresa dispone de un sistema formal para recoger las sugerencias de los empleados	.54				
34. La empresa utiliza su marca en publicidad o asociada a otro tipo de productos, servicios o negocios que pueden aportar prestigio	.43				
6. La empresa adopta sistemáticamente nuevas soluciones para reducir el costo del transporte o las existencias de materias primas y productos		.59			

10. La empresa ha lanzado nuevos productos o servicios en los últimos 3 años como resultado de la información sobre las necesidades de los clientes.	.44
15. En los últimos 3 años, la empresa ha adoptado nuevas formas de generar ingresos, facilitando las relaciones de asociación con sus clientes	.47
25. La empresa modifica sus procesos o instalaciones para lograr una mayor eficacia, calidad, flexibilidad Y rapidez de servicio y ciclo de producción	.37
27. La práctica de la empresa es buscar conocimientos o tecnología de proveedores, competidores o clientes.	.34
28. En los últimos 3 años, la empresa ha creado puntos de venta o canales de venta diferentes a los que existía anteriormente	.39
29. En los últimos 3 años, la empresa se ha asociado con otras organizaciones para ofrecer mejores productos y servicios para ganar competitividad	.53
31. En los últimos 3 años, la empresa ha adoptado nuevos programas informáticos de gestión administrativa o de producción con el objetivo específico de ganar diferenciación	.60
32. En los últimos 3 años, la empresa ha adoptado nuevos recursos informáticos para relacionarse con los clientes	.66
33. La empresa tiene una o varias marcas registradas	.55
22. En los últimos 3 años, la empresa ha introducido cambios radicales en su estrategia competitiva	.45
23. En los últimos 3 años, la empresa ha modificado sus insumos, instalaciones o procesos por motivos ecológicos	.55
24. En los últimos 3 años, la empresa ha cambiado las características de sus productos o servicios por motivos ecológicos	.49
1. La empresa ha lanzado con éxito nuevos productos y servicios al mercado en los últimos 3 años	.77
2. En los últimos 3 años, la empresa ha establecido nuevas relaciones con distribuidores o representantes para vender sus productos o servicios	.50
3. El mismo producto y servicio se ofrece en más de dos versiones para llegar a nuevos mercados o grupos de consumidores	.52

*Nota.* Método de extracción utilizando mínimos cuadrados ponderados y rotación varimax. IO: Innovación operativa; ICC: Innovación en canales de conocimiento IM: Innovación en marketing; OI: Oferta de innovación; IC: Innovación en colaboración

*Análisis Factorial Confirmatorio*

En la representación, se evidencia que en el IO las cargas factoriales están comprendidas entre 0.573 a 0.670, de acuerdo a ello se verifica que los ítems correspondientes a dicho factor son: ítem 7, 8, 13, 14, 18, 19, 20 y 34, en el cual el ítem 18 obtuvo la mayor carga y el ítem 19 tuvo menor carga; de igual manera, para el ICC se están obteniendo cargas desde 0.552 hasta 0.638 y los ítems correspondientes son el ítem 6, 10, 15, 25, 27 y 28, siendo el ítem 6 el que tuvo mayor carga y el que tuvo menor carga fue el 27; mientras que, el IM obtuvo cargas entre

0.657 a 0.755 y los ítems correspondientes son 29, 31, 32 y 33, de los cuales, el ítem 32 tiene mayor carga y el 29 menor carga; el OI arrojó cargas desde 0.613 a 0.751 y los ítems correspondientes fueron el ítem 22, 23 y 24, donde el ítem 23 obtuvo la mayor carga y el ítem 22 presentó menor carga; y finalmente para el IC se tuvieron cargas entre 0.611 y 0.708 y los ítems correspondientes son el ítem 1, 2 y 3, donde el ítem 1 es el que logró la mayor carga y el ítem 2 la menor.

También se observa que todos los coeficientes que fueron estimados por el R, para cada ítem por cada factor resultaron ser significativos (aplicando la estandarización), es decir, estos son distintos de cero.

**Tabla 5**

*Análisis Factorial Confirmatorio*

Factor	Ítem	Estimate	S.E.	C.R.	P
IO	Item07	0.573	0.098	9.751	< .001
	Item08	0.663	0.096	10.878	< .001
	Item13	0.670	0.086	10.897	< .001
	Item14	0.638	0.097	10.546	< .001
	Item18	0.576	0.095	9.776	< .001
	Item19	0.634	0.098	10.537	< .001
	Item20	0.635			
ICC	Item06	0.552	0.088	9.174	< .001
	Item10	0.620	0.090	10.065	< .001
	Item15	0.601	0.090	9.817	< .001
	Item25	0.596	0.088	9.778	< .001
	Item27	0.595	0.092	9.783	< .001
	Item28	0.638			
	Item29	0.635	0.097	10.406	< .001
IM	Item31	0.731	0.082	11.702	< .001
	Item32	0.755	0.087	11.979	< .001
	Item33	0.727	0.089	12.128	< .001
	Item34	0.657			
OI	Item22	0.751	0.103	11.007	< .001
	Item23	0.613			
	Item24	0.750	0.106	11.094	< .001
IC	Item01	0.691			
	Item02	0.708	0.086	9.970	< .001
	Item03	0.611	0.076	9.489	< .001

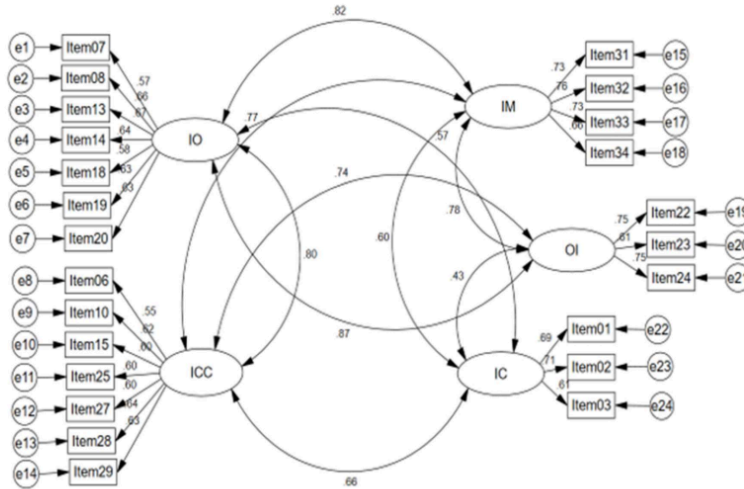
*Nota.* Obtenido del software Jamovi

Modelo instrumental de la variable

A continuación, se presenta la figura del modelo instrumental:

Figura 1

Modelo instrumental de la variable



Nota. Obtenido del software Jamovi

Medidas de bondad de ajuste

De acuerdo con el proceso se obtuvo un adecuado ajuste con 24 ítems ( $\chi^2(385) = 594.23$ ,  $p < .001$ , CFI = .938, TLI = .929, RMSEA = .062, SRMR = .050). Por lo tanto, asegura que los ítems estén bien representados por los factores, mejorando así la validez del análisis.

De acuerdo con el proceso se obtuvo un adecuado ajuste con 24 ítems, en el cual, el estadístico-Ratio de Verosimilitud Chi-Cuadrado ( $X^2$ ) expresa un buen ajuste ( $\chi^2(385) = 594.23$ ,  $p < .001$ ), además, el error de aproximación cuadrático medio (RMSEA) alcanzó un valor de .062, el cual expresa un buen ajuste, asimismo, la raíz media estandarizada cuadrado residual (SRMR) arroja un valor de .050, expresando de esta manera un buen ajuste, también se observa que el índice Tucker-Lewis arroja un valor de .929, mismo que expresa un muy buen ajuste; finalmente, el índice de Ajuste Comparado (CFI) muestra un valor de .938, expresando también un muy buen ajuste; por lo tanto, asegura que los ítems estén bien representados por los factores, mejorando así la validez del análisis.

**Tabla 6**

*Medidas de bondad de ajuste del modelo factorial obtenido*

$\chi^2$	gl	p	CFI	TLI	SRMR	RMSEA
594.23	385	< .001	0.938	0.929	0.050	0.062

*Nota.* Obtenido del software Jamovi

### Discusión

Este estudio se planteó con el objetivo de determinar las propiedades psicométricas, la validez basada en el contenido, la fiabilidad, la validez del constructo y la validez de criterio de la escala de innovación organizacional en empresas peruanas. Por tanto, se expone la contrastación de los hallazgos obtenidos con los encontrados en los trabajos previos posibilitando una mejor comparación de estos.

Es así que, los hallazgos obtenidos revelaron que la escala de la innovación organizacional en empresas peruanas posee adecuada validez basada en el contenido, demostrando en sus hallazgos adecuados valores de V de Aiken superiores a 0.70 respectivamente. Estos resultados son similares a las indagaciones previas que verificaron mediante la validez por el criterio de juicio de expertos (Arteaga & Flores, 2023; Garrido et al., 2024; Yamakawa & Ostos, 2011). Asimismo, difiere con el estudio de Mosquera y Flores (2023) donde la validez basada en el contenido es diferente, pues adaptaron un instrumento y buscaron la validez en la traducción y de un experto psicométrista que formó parte del estudio; además, la traducción efectuada buscó la equivalencia conceptual, funcional y semántica del contenido, lo cual en esta indagación se buscó con los jueces que validaron el instrumento.

La escala de la innovación organizacional en empresas peruanas posee adecuados valores de fiabilidad, siendo connotado en su Alfa de Cronbach del 0.925 y un  $\omega$  de McDonald de 0.926 siendo estos cercanos a 1, connotando así un alto grado de confiabilidad. Ello fue contrastado con Cutipa et al. (2022) quien en su estudio encontró un valor de fiabilidad del 0.912 señalando una alta confiabilidad para que su instrumento de esta variable sea aplicado. Así también, Yamakawa y Ostos (2011) obtuvieron en sus hallazgos un índice de fiabilidad del 0.907 y 0.859 para la innovación técnica y administrativa connotando elementos superiores a 0.7 respectivamente. De igual forma, guardó similitud con Mabenge et al. (2022) quien en sus hallazgos encontró un índice de fiabilidad de 0.827 explicando la presencia de una alta confiabilidad para la correcta aplicación del cuestionario.

Así también, la escala de innovación organizacional en empresas peruanas posee adecuada validez de constructo, donde sus hallazgos arrojaron como índices del Ajuste Comparativo y el de Tucker Lewis de 0.938 y 0.929 respectivamente, siendo valores mayores a 0.9 indicando que el modelo cumple con todos los criterios. Siendo contrastado con Ni et al. (2021) quienes en su análisis factorial confirmatorio encontraron índices de TLI=0.983 y el CFI=0.989 valores que fueron mayores a 0.9 señalando la validez entre los ítems de la variable evaluada. Así también, presentó similitud con la indagación efectuada por Anwar et al. (2020) quien en sus hallazgos obtuvo valores del CFI=0.97 y TLI=0.97 siendo valores superiores a 0.9 demostrando la validez adecuada de los ítems de la innovación organizacional. Del mismo modo, se contrasta con Chatterjee et al. (2020) quien en su estudio halló valores favorables en su análisis confirmatorio del CFI=0.927 y TLI=0.915 connotando así una correcta validez.

Por último, la escala de la innovación organizacional en empresas peruanas posee adecuada validez de criterio demostrado en sus hallazgos al obtenerse un grado significativo inferior al p value (0.05) siendo un índice de 0.000 en los criterios de relevancia, representatividad y claridad exponiendo una correcta validez del instrumento utilizado en la indagación. Dichos hallazgos presentaron similitud con autores como Yamakawa y Ostos (2011) quienes en su estudio efectuaron una validez de criterio haciendo uso de un análisis de factor con rotación varimax en función a las dos dimensiones. Igualmente, tuvo similitud con el estudio de

Mabenge et al. (2022) quienes validaron su instrumento por el modelo de ecuaciones estructurales y por el análisis factorial exploratorio.

En síntesis, en este apartado se destaca que la indagación aporta evidencia sólida referente a las propiedades psicométricas de la escala de innovación organizacional en las unidades empresariales peruanas respaldando de alguna forma su validez y fiabilidad a través de datos estadísticos consistentes. Por lo cual, se revela una dependencia representativa de comparaciones con los trabajos previos lo que fundamenta el contexto evaluado, si bien se evidencian grandes coincidencias en los valores de fiabilidad y validez con indagaciones desarrolladas, se discrepan en cuanto a la metodología como los métodos empleados para validar los instrumentos.

#### **Limitaciones, aplicaciones prácticas y futuras investigaciones**

En cuanto a las limitaciones metodológicas que restringieron el desarrollo del estudio se tiene principalmente a la adaptación del instrumento, pues se encontraba en el idioma portugués, lo cual pudo haber dificultado la traducción en los términos del cuestionario afectando de alguna forma la interpretación de las respuestas a pesar de que se verificó por los jueces expertos; por otro lado, el tipo de estudio limitó el uso de otro tipo de técnicas como la aplicación de entrevistas y finalmente el diseño, pues al ser transversal no permitió una medición a lo largo del tiempo.

Referente a las aplicaciones prácticas, estos hallazgos posibilitarán que las unidades empresariales evaluadas en general conozcan la relevancia de medir la innovación organizacional en sus actividades con el fin de potenciar sus políticas innovadoras y de medir el grado de este componente centrándose en la implementación de tácticas para adoptar una mejor gestión e iniciativas de innovación, resultando beneficioso para dichas entidades.

A partir de las limitaciones y las cuestiones prácticas, se sugiere que se efectúen mayores estudios en el contexto peruano haciendo uso de otros instrumentos al evaluado en la presente indagación; además, de emplear nuevos métodos como un diseño transversal con una muestra mayor podría estabilizar de alguna forma la medición de la innovación, además, es necesario que se empleen otras técnicas para el procesamiento estadístico; asimismo, se recomienda la utilización de este cuestionario para el desarrollo de estudios correlacionales asociando a la innovación con el desempeño organizacional y competitividad empresarial.

### Conclusión

De acuerdo con el objetivo general orientado en determinar las propiedades psicométricas de la escala de innovación organizacional en empresas peruanas, se logró concluir que dicha escala cumple con todos los criterios teóricos de las propiedades psicométricas afirmando su correcta validez basada en el contenido, fiabilidad, validez de constructo y validez de criterio; es así que, los hallazgos obtenidos en el estudio respaldan su utilidad como un instrumento confiable para evaluar la innovación en el contexto empresarial reforzando su aplicabilidad como un cuestionario estandarizado futuros estudios que deseen abordar la variable examinada.

De acuerdo con el primer objetivo específico centrado en evaluar la validez de contenido de la innovación organizacional, se logró concluir a través de la prueba V-Aiken índices entre 0.86 y 0.95 connotando así que el instrumento es válido; por lo que, se deduce que el instrumento utilizado posee un alto grado de validez respaldando de esta forma su adecuación para la medición de la innovación organizacional en el contexto empresarial peruano.

En función con el segundo objetivo específico orientado en determinar la fiabilidad de la escala de innovación organizacional en empresas peruanas se reveló una alta confiabilidad mediante el índice Alfa de Cronbach y W de McDonald con valores de 0.925 y 0.926 respectivamente, posibilitando concluir la presencia de una consistencia interna sólida en la medición de la innovación confirmando así una adecuada precisión y estabilidad del cuestionario para su correcta aplicación en el contexto empresarial peruano, sugiriendo que pueda ser empleado en otras indagaciones como un cuestionario estandarizado.

En relación con el tercer objetivo específico, centrado en establecer la validez de constructo de la escala de innovación organizacional en empresas peruanas, se concluye adecuados valores obtenidos de las medidas de bondad de ajuste en el Análisis Factorial Confirmatorio los cuales cumplen con los criterios aceptables para brindar un respaldo de la estructura factorial del instrumento, lo que permite señalar que la escala refleja de forma adecuada los constructos que pretende medir asegurando su validez y pertinencia para evaluar la variable en el contexto empresarial, posibilitando su aplicación en estudios futuros pertenecientes al mismo ámbito.

Por último, en función con el cuarto objetivo específico centrado en determinar la validez de criterio de la escala de innovación organizacional en empresas peruanas, se logró concluir a partir del análisis estadístico a través de la prueba binomial que la escala de innovación es válida debido a las significancias arrojadas en los criterios de relevancia, representatividad y claridad, ya que, estos fueron inferiores al 0.05 respectivamente, permitiendo inferir que la escala resulta ser concisa aludiendo a que el instrumento mide de forma adecuada los conceptos teóricos, siendo percibido como pertinente en su diseño reforzando así su adecuada aplicabilidad práctica a los diferentes contextos organizacionales.

### Referencias

- Anwar, M., Zaman, S., & Ali, S. (2020). A Study of the Relationship Between Innovation and Performance Among NPOs in Pakistan. *Journal of Social Service Research, 46*(1), 26–40. <https://doi.org/10.1080/01488376.2018.1516265>
- Arias, J. (2020). *Proyecto de Tesis Guía para la elaboración*. Biblioteca Nacional del Perú. [www.udocz.com](http://www.udocz.com)
- Arranz, C., & Arroyabe, M. (2023). Institutional theory and circular economy business models: The case of the European Union and the role of consumption policies. *Journal of Environmental Management, 340*, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2023.117906>
- Arteaga, J., & Flores, M. (2023). Organizational innovation and its relationship with the performance of Ecuadorian public companies. *Revista Venezolana de Gerencia, 28*(10), 1056–1074. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e10.12>
- Ato, M., López, J. J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología, 29*(3), 1038–1059. <https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Azeem, M., Ahmed, M., Haider, S., & Sajjad, M. (2021). Expanding competitive advantage through organizational culture, knowledge sharing and organizational innovation. *Technology in Society, 66*, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101635>
- Chatterjee, S., Moody, G., Lowry, P., Chakraborty, S., & Hardin, A. (2020). Information Technology and organizational innovation: Harmonious information technology affordance and courage-based actualization. *Journal of Strategic Information Systems, 29*(1), 1–23. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2020.101596>
- Chen, J., & Mohanvir, S. (2010). *Defining and Measuring Business Innovation: The Innovation Radar*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.22863.07846>
- Chen, Q., Wang, C., & Huang, S. (2020). Effects of organizational innovation and technological innovation capabilities on firm performance: evidence from firms in China's Pearl River Delta. *Asia Pacific Business Review, 26*(1), 72–96. <https://doi.org/10.1080/13602381.2019.1592339>
- Cutipa, A. M., Escobar, F., Carpio, A., & Fernández, R. (2022). Capacidad de innovación y su influencia en el nivel de innovación de micro y pequeñas empresas exportadoras de artesanía textil del Sur de Perú. *Investigación & Desarrollo, 30*(2), 96–126. <https://doi.org/10.14482/indes.30.2.658.406>
- D'anjour, M., Medeiros, B., & Añez, M. (2024). Organizational innovation: Validation of a multidimensional scale for micro and small businesses. *REGPE Entrepreneurship and Small Business Journal, 13*(2), 1–9. <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2502>
- Donbesuur, F., Ampong, G., Owusu, D., & Chu, I. (2020). Technological innovation, organizational innovation and international performance of SMEs: The moderating role of domestic institutional environment. *Technological Forecasting and Social Change, 161*, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120252>

- Eduardo, C., Au-Yong, M., & Miranda, C. (2021). Innovation in Brazilian Micro and Small Enterprises: A Systematic Literature Review. *General Management*, 22(182), 1–24. <https://www.researchgate.net/publication/351936399>
- García, J., Tumbajulca, I., & Cruz, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 12(2), 99–110. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- Garrido, A., Martín, R., & García, V. (2024). The key role of innovation and organizational resilience in improving business performance: A mixed-methods approach. *International Journal of Information Management*, 77, 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102777>
- Gobierno del Perú. (2024). *Micro y pequeñas empresas representan el 99.2% del tejido empresarial peruano*. <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oeedocumentos->
- Goodboy, A., & Martin, M. (2020). Omega over alpha for reliability estimation of unidimensional communication measures. *Annals of the International Communication Association*, 44(4), 422–439. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1846135>
- Goretzko, D., Siemund, K., & Sterner, P. (2024). Evaluating Model Fit of Measurement Models in Confirmatory Factor Analysis. *Educational and Psychological Measurement*, 84(1), 123–144. <https://doi.org/10.1177/00131644231163813>
- Herlinawati, E., & Machmud, A. (2020). The effect of innovation on increasing business performance of SMEs in Indonesia. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 17, 51–57. <https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.7>
- Hernández, A., Hidalgo, M., Hambleton, R., & Gómez, J. (2020). International test commission guidelines for test adaptation: A criterion checklist. *Psicothema*, 32(3), 390–398. <https://doi.org/10.7334/psicothema2019.306>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación : las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill.
- Ho, J. (2022). Disruptive innovation from the perspective of innovation diffusion theory. *Technology Analysis and Strategic Management*, 34(4), 363–376. <https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1901873>
- Mabenge, B., Ngorora, G., & Makanyeza, C. (2022). Dimensions of innovation and their effects on the performance of small and medium enterprises: the moderating role of firm's age and size. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 34(6), 684–708. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1725727>
- Morelos, J., Tirado, S., & Guerrero, L. (2023). Innovación en las organizaciones: una revisión de la literatura. *Dictamen Libre*, 32, 73–87. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.32.10404>
- Mosquera, M., & Flores, P. (2023). Evidence of Content Validity of a Measure of Organisational Innovation Capability. *Revista Iberoamericana de Diagnostico y Evaluacion Psicologica*, 2(68), 33–50. <https://doi.org/10.21865/RIDEP68.2.03>

- Ni, G., Xu, H., Cui, Q., Qiao, Y., Zhang, Z., Li, H., & Hickey, P. (2021). Influence mechanism of organizational flexibility on enterprise competitiveness: The mediating role of organizational innovation. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su13010176>
- Perilla, R., & González, M. (2021). La innovación organizacional examinada desde las teorías del diseño, el cambio, la cognición y aprendizaje organizacionales. *Revista Espacios*, 42(02), 84–100. <https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n02p08>
- Ribeiro, M., Staduto, J., & Westernen, K. (2020). Knowledge and innovation in mse companies in transportation in cascavel, brazil. *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE, 2020-September*, 553–561. <https://doi.org/10.34190/EIE.20.023>
- Ríos, P., Solis, B., Meneses, B., & Zarate, G. (2024). Influence of Innovation on the Business Competitiveness of SMEs in Urbanization Panamericana Norte, Los Olivos 2022. *Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias*, 3(643), 1–14. <https://doi.org/10.56294/sctconf2024643>
- Rodríguez, S., Medrano, A., Venegas, P., & Santillán, N. (2023). Innovation in the performance of companies in the interior of Peru. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(103), 1219–1236. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.103.19>
- Santistevan, K., Manzaba, I., & Mendoza, M. (2022). La innovación organizacional y su impacto en el desarrollo micro empresarial de la ciudad de Jipijapa. *RECIMUNDO*, 6(1), 109–119. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.109-119](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.109-119)
- Saunila, M. (2020). Innovation capability in SMEs: A systematic review of the literature. *Journal of Innovation and Knowledge*, 5(4), 260–265. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.11.002>
- Sawhney, M., Wolcott, R., & Macon, R. (2006). The 12 different ways for companies to innovate. *MIT Sloan Management Review*, 47(3), 75–81. <https://doi.org/10.1109/emr.2007.329139>
- Schreiber, J. (2021). Issues and recommendations for exploratory factor analysis and principal component analysis. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 17(5), 1004–1011. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.07.027>
- Seclen, J., Moya, P., & Cancino, C. (2023). Innovation and performance in Peruvian manufacturing firms: does R&D play a role? *RAUSP Management Journal*, 58(2), 143–161. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-07-2022-0176>
- Shafique, I., Ahmad, B., & Kalyar, M. (2020). How ethical leadership influences creativity and organizational innovation: Examining the underlying mechanisms. *European Journal of Innovation Management*, 23(1), 114–133. <https://doi.org/10.1108/EJIM-12-2018-0269>
- Shrestha, N. (2021). Factor Analysis as a Tool for Survey Analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1), 4–11. <https://doi.org/10.12691/ajams-9-1-2>
- Soomro, B., Mangi, S., & Shah, N. (2020). Strategic factors and significance of organizational innovation and organizational learning in organizational performance. *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 481–506. <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2019-0114>

- Taber, K. (2018). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273–1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Taques, F., López, M., Basso, L., & Areal, N. (2021). Indicators used to measure service innovation and manufacturing innovation. *Journal of Innovation and Knowledge*, 6(1), 11–26. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.12.001>
- Valdiviezo, G., López, R., & Rodríguez, L. (2021). Innovación empresarial de las medianas y pequeñas empresas del sector textil de la ciudad de Lima. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 474–484. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i1.244](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.244)
- Valença, M., Sobral, M., Andrade, T., & Farias, D. (2020). Innovation radar in hospitality: a new procedure to evaluate the innovation in hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 313–326. <https://doi.org/10.1108/JHTT-10-2017-0119>
- Wang, K., Xu, Y., Wang, C., Tan, M., & Chen, P. (2020). A Corrected Goodness-of-Fit Index (CGFI) for Model Evaluation in Structural Equation Modeling. *Structural Equation Modeling*, 27(5), 735–749. <https://doi.org/10.1080/10705511.2019.1695213>
- Yamakawa, P., & Ostos, J. (2011). Relación entre innovación organizacional y desempeño organizacional. *Universidad & Sociedad*, 21, 93–115.
- YuSheng, K., & Ibrahim, M. (2020). Innovation Capabilities, Innovation Types, and Firm Performance: Evidence From the Banking Sector of Ghana. *SAGE Open*, 10(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2158244020920892>

# Innovación Organizacional: Adaptación y Validación de la Escala en Empresas Peruanas

---

INFORME DE ORIGINALIDAD

---

9%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

2%

★ [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

Fuente de Internet

---

Excluir citas  Activo

Excluir bibliografía  Activo

Excluir coincidencias  Apagado

# Innovación Organizacional: Adaptación y Validación de la Escala en Empresas Peruanas

INFORME DE GRADEMARK

NOTA FINAL

COMENTARIOS GENERALES

/0

PÁGINA 1

PÁGINA 2

PÁGINA 3

PÁGINA 4

PÁGINA 5

PÁGINA 6

PÁGINA 7

PÁGINA 8

PÁGINA 9

PÁGINA 10

PÁGINA 11

PÁGINA 12

PÁGINA 13

PÁGINA 14

PÁGINA 15

PÁGINA 16

PÁGINA 17

PÁGINA 18

PÁGINA 19

PÁGINA 20

PÁGINA 21

PÁGINA 22