

El análisis del grado de innovación y gestión empresarial de las mypes de Pátzcuaro Michoacán.

The analysis of the degree of innovation and entrepreneurial management of MSEs in Patzcuaro Michoacan.

Martin Tapia Salazar¹
Laura Adame Rodríguez²
Maricela Villanueva Pimentel³

Recibido: 08/12/2021
Aceptado: 09/03/2022

REVISTA RELAYN, Micro y pequeña empresa en Latinoamérica

Disponible en: <https://iquatroeditores.com/revista/index.php/relayn/index>

<https://doi.org/10.46990/relayn.2022.6.2.582>



Resumen

El objetivo de esta investigación fue determinar la relación que existe entre la gestión empresarial de las medianas y pequeñas empresas (mypes) de Pátzcuaro, Michoacán, y el grado de innovación requerido para incrementar la productividad y competitividad en el mercado. El trabajo de campo incluyó la aplicación del instrumento de recolección de datos diseñado en la investigación 2021 de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y negocios (RELAYN) “Caracterización de la cultura financiera de los micro y pequeños empresarios de Latinoamérica”. Los resultados obtenidos indican una relación positiva entre las variables de estudio y la necesidad de ampliar los ítems para profundizar en los aspectos de gestión e innovación empresarial.

Palabras clave

Gestión empresarial, innovación empresarial, mypes

Abstract

The objective of this research was determining the relationship that exists between entrepreneurial management in medium and small enterprises (SMEs) in Patzcuaro, Michoacan and the degree of innovation required to increase productivity and competitiveness in the market. This field work included the application of a data recollection instrument designed in research performed in 2021 by the Latin American Studies in Administration and Business Network (Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios-RELAYN) ““Characterization of the financial culture of micro and small entrepreneurs in Latin America”. The results obtained indicate a positive relationship between research variables and the need to expand the items in order to deepen managerial and business innovation aspects.

Keywords

Entrepreneurial management, entrepreneurial innovation, mypes

Introducción

Las micro y pequeñas empresas de la región de Pátzcuaro, Michoacán, se caracterizan por tener costumbres arraigadas de la zona, entre las más destacadas se encuentran: escasos conocimientos de administración de negocios y falta de innovación en sus productos. Aunado a ello, en las últimas fechas, la crisis derivada de la situación de pandemia por COVID-19 ha ocasionado que las ventas e ingresos se vean altamente afectados y, por consiguiente, que las mypes tiendan a desaparecer.

Es así como las mypes dependen en gran medida de estrategias encaminadas a la innovación y a la gestión de la empresa, de tal manera que se construyan características diferenciadoras para el fortalecimiento o definición de la ventaja competitiva que, a su vez, posicionen a la empresa en el mercado. Según Maldonado et. al. (2009), mediante la adopción de innovación la organización responde con rapidez, eficacia e incluso se adelanta a los cambios que el mercado requiere, manteniendo una posición competitiva. Sin embargo, la implementación de procesos de innovación en la región objeto de estudio se ha vuelto compleja por las limitaciones en sus recursos financieros, humanos y tecnológicos, principalmente en el desarrollo de nuevos productos y servicios.

Lo anterior permite reconocer que la innovación es un factor imprescindible que favorece la ventaja competitiva e impacta en el crecimiento de las naciones y empresas, por el cual las mypes pueden mantener y mejorar su nivel de crecimiento (Maldonado et al., 2009); ante tal situación, el objetivo de esta investigación es lograr una mayor comprensión de la relación entre la innovación y gestión empresarial que ayude a que las mypes de Pátzcuaro desarrollen procesos de mejora de la productividad y competitividad.

Existen algunos estudios en los que se han abordado las relaciones entre la innovación y aspectos de la gestión empresarial, tal es el caso del trabajo de Maldonado et al. (2009), en el que se señala el efecto de la innovación y el crecimiento de las pymes de Aguascalientes, concluyendo que las organizaciones que innovaron en cuanto a sus productos, fueron más eficientes, capaces de satisfacer a sus clientes, elevaron su rentabilidad y adaptabilidad. Las empresas que innovaron en procesos mejoraron en la organización de tareas, y finalmente, aquellas que innovaron en sistemas de gestión, mejoraron su posición en el mercado y rentabilidad. Por otra parte, en un estudio denominado Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las mipymes de la Alianza del Pacífico: un estudio empírico, García-Pérez, Galvez-Albarraci y Maldonado-Guzmán (2016) concluyen que la actividad innovadora en las mipymes ejerce una influencia positiva y significativa sobre su crecimiento y rendimiento, y que en la actualidad, se ha convertido en un recurso estratégico para su competitividad.

Revisión de la literatura

Al abordar la gestión empresarial, se debe referir como principio básico a la teoría de administración clásica desarrollada por Fayol, en la que se afirma que, con independencia de la organización de que se trate, se requiere del desarrollo de un conjunto de actividades universales, definidas como funciones, con el objetivo de aumentar la eficiencia a través de la definición de responsabilidades (Fayol, 1969). Otros estudios encaminados a la definición de acciones, como el de Mintzberg (1994), reconocen las acciones necesarias para las empresas como planes para el logro de los objetivos. De igual manera, Ansoff (1985) identifica estas acciones como necesarias a fin de que la empresa pueda enfrentar un entorno externo. Aunado a ello, Porter (1991) delimita la necesidad de contar con una posición dentro del mercado, por lo que surge el requerimiento de implementar acciones encaminadas a la innovación y mejoramiento continuo.

La gestión de la empresa puede ejecutarse desde diferentes enfoques y haciendo uso de diversos instrumentos que permitan su correcto funcionamiento en los procesos de control y mejora, principalmente, con el objetivo de mejorar o permitir una toma de decisiones asertiva. En este sentido, la visión del empresario deberá estar encaminada a la propia gestión de la empresa, cuidando la demanda del mercado y la oferta que garantice dicha demanda, es así como se contribuye al crecimiento empresarial y el progreso económico de la organización (Suárez-Espinar, 2018).

Con una adecuada gestión empresarial encaminada a la mejora continua, se puede lograr un impacto favorable en la percepción de la empresa y su posicionamiento dentro de un mercado altamente competitivo, incidiendo en los indicadores tanto internos como externos a ésta para el incremento de sus ingresos, de su estabilidad financiera y de la propia rentabilidad del negocio (Rubio, Téllez & Gómez, 2019).

La aportación que las micro y pequeñas empresas realizan a nivel mundial es considerablemente alta, sobre todo para los países que se encuentran identificados como en vías de desarrollo (Trujillo & Iglesias, 2012). Así, ésta se coloca como una razón de peso al momento de definir acciones encaminadas al crecimiento de la estratificación empresarial. Para el caso de México, las mypes desempeñan un papel fundamental al hablar de la economía nacional, esto debido a que representan, en conjunto con las medianas empresas, aproximadamente 95% de los negocios establecidos en el país, generando una tasa de empleabilidad de 70% y una aportación considerable al Producto Interno Bruto (PIB), superior a 55% (Martínez, 2019).

El sector empresarial, con independencia de la estratificación a la que pertenezca, se ha visto implicado en una serie de cambios asociados a la necesidad de conocimiento del entorno, en donde la visión prioritaria o como principal atención deja de ser la productividad de la empresa (Pineda, 2020). Con esto, se amplía la visión y el estudio de diversas dimensiones que han traído consigo el desarrollo de acciones encaminadas

a un conjunto de aspectos en los que se ve involucrada la empresa por la demanda y exigencias del mercado, en cuyo caso, la falta de conocimiento puede ser el factor determinante para su fracaso. De allí la importancia de definir un enfoque de gestión, que por su propia naturaleza permite el conocimiento de la empresa y determinar la relación que tiene ésta con el entorno (Uribe, 2018).

Hoy día, las empresas han reemplazado el enfoque de hacer eficientes sus procesos por adoptar la eficiencia de la gestión que permita ofertar productos o servicios con mayor grado de satisfacción ante un mercado competitivo. En un ambiente de alta competitividad, una de las herramientas básicas empresariales que deben ser incluidas como parte de las actividades cotidianas de gestión es la innovación. En este sentido, y para comprender la importancia de la innovación, es necesario que se aborde desde un enfoque de evolución del proceso económico, en donde la causa motora es la innovación misma (Schumpeter, 1939).

La innovación mantiene implicaciones de los diferentes componentes o recursos de la empresa para potenciar sus capacidades y así aumentar la capacidad innovadora (Batista & Estupiñán, 2018). La gestión de innovación implica acciones de generación bajo la premisa de novedad de productos, servicios y procesos (Abello, 2021). La correcta gestión de la innovación representa una oportunidad en el mercado y proporciona un valor agregado al producto o servicio que ofrece la empresa. Con ello, se logra incrementar el grado de satisfacción del cliente, ya que la mejora de los procesos, productos y servicios se encuentra fundamentada en las propias necesidades del consumidor (Guerola-Navarro, Oltra & Gil, 2020).

Lo anterior requiere de una administración efectiva que considere el uso adecuado y eficiente de los recursos y potencie las capacidades organizacionales, es así como se puede hablar de la innovación como factor clave de éxito en el mercado (Pérez, 2019). En un estudio desarrollado en Ecuador en 2019, se concluyó que, para que se de una innovación incremental, es necesaria la existencia de una gestión diferenciada desde la misma organización y basada en una estrategia (Salazar, Barrera, Núñez & Flor, 2019). A partir de ello, se puede vincular el grado de innovación como parte de la gestión empresarial, ya que como lo refieren López-Lemus y Garza (2019), la práctica de gestión influye positiva y significativamente sobre la innovación y rendimiento de la empresa.

Metodología

La metodología de esta investigación se fundamenta en la escuela de pensamiento del positivismo lógico, con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo (Hernández, Fernández & Baptista, 2014) para validar la relación entre la innovación y gestión empresarial en las mypes del municipio de Pátzcuaro, Michoacán.

En el diseño metodológico se consideró un estudio de campo utilizando la encuesta como técnica de recolección de datos y el análisis

estadístico de éstos. El análisis parte del total de una muestra representativa de las mypes del municipio, la cual está constituida por 386 entrevistas aplicadas a dueños/directivos de empresas encuestados con el apoyo de estudiantes del Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro. Los giros empresariales fueron principalmente: comercio al mayoreo y al menudeo, industria, construcción y campo, servicios (transportes, restaurantes, actividades profesionales, enseñanza, entre otros). Los datos fueron recolectados por medio del instrumento generado y validado que se describe en el trabajo de Peña, Posada y Aguilar (2021), “instrumento CF1 simplificado que se compone de 54 ítems agrupados en 10 dimensiones [...] y se agregó una batería de preguntas demográficas: género, edad, nivel máximo de estudios, años como dueño del negocio y estado civil”.

Para esta investigación, se seleccionaron y analizaron los ítems relacionados con la innovación empresarial que se consideró como variable dependiente, y la gestión empresarial considerada como variable independiente enmarcadas dentro de la hipótesis de investigación planteada. Del instrumento de recolección de datos mencionado con anterioridad, se seleccionaron dos preguntas que involucran a la variable independiente y cinco preguntas que integran aspectos de innovación (variable dependiente), esta última desde la consideración en un sentido amplio de la innovación en productos, procesos, servicios y sistemas de gestión, tal como lo refieren Maldonado et al. (2009).

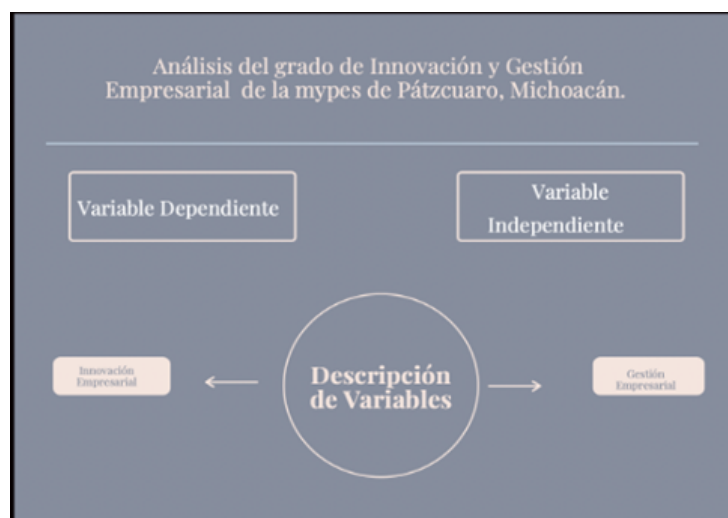
Objetivo de investigación

Determinar la relación que existe entre la gestión empresarial de las mypes de Pátzcuaro, Michoacán, y el grado de innovación empresarial que permita la productividad y competitividad en el mercado.

Planteamiento de hipótesis

H1: La gestión empresarial determina el grado de innovación de las mypes de Pátzcuaro, Michoacán.

Figura 4.1
Descripción de variables



Para efectos de la presente investigación, se toma como referencia la conceptualización de las variables.

Variable dependiente. Innovación empresarial. Su concepto comprende:

[...] los nuevos productos y procesos, lo mismo que la modificación tecnológica importante para ambos. Una innovación se considera como tal cuando es introducida en el mercado (innovación de producto) o utilizada en un proceso de producción (innovación de proceso) interviniendo toda clase de actividades científicas, tecnológicas, de organización, financieras y comerciales” (Manual de Oslo; Maldonado et al., 2009).

Variable independiente. Gestión empresarial. Su concepto involucra “las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente”. La misma considera factores como lo financiero, pasando por lo productivo hasta lo logístico. Engloba a las distintas competencias que se deben tener para cubrir varios flancos de una determinada actividad comercial en el contexto de una economía de mercado” (Mora-Pisco, Durán-Vasco & Zambrano-Loor, 2016).

El instrumento de recolección de datos fue validado en el estudio inicial de RELAYN, con una confiabilidad de la escala:

[...] a nivel de todo el estudio con un alfa de Cronbach adecuado ($\alpha = 0.934$), la validez de constructo mediante el análisis factorial confirmatorio reporta un Residuo cuadrático medio, RMSR (Root Mean Square Residual) de 0.08, todos los ítems de esta versión del instrumento tienen un p-valor < 0.05 (Aguilar, Peña & Posada, 2022).

Para el caso de las preguntas seleccionadas en el presente estudio, se realizaron pruebas de confiabilidad y validez, para la primera se utilizó el análisis de coeficiente alfa de Cronbach.

Este coeficiente, desarrollado por J. L. Cronbach requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente (Hernández et al., 2003).

Respecto a la validez, ésta fue realizada mediante revisión física de los datos recolectados y ordenados en la base de datos generada en Excel V16.58. El resultado de fiabilidad encontrado es de 0.786, utilizando el software estadístico SPSS V27, a continuación, se muestra el resultado:

Figura 4.2

Resultado de análisis de alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,786	,786	7

Figura 4.3

Resultado de validación de datos

A	B	E	H	I
Fecha	Monjesión	Items vacíos	Evaluación	
2/22/2021 19:36:00	#VALOR!	0	4	
2/24/2021 10:35:51	#VALOR!	3	0	
2/24/2021 12:22:18	#VALOR!	0	0	
2/24/2021 14:20:08	#VALOR!	0	0	
2/24/2021 15:37:59	#VALOR!	0	0	
2/24/2021 18:52:31	#VALOR!	0	0	
2/24/2021 17:59:01	#VALOR!	0	0	
2/24/2021 18:55:04	#VALOR!	0	0	
2/25/2021 10:18:29	#VALOR!	0	0	
2/25/2021 12:27:12	#VALOR!	0	0	
2/25/2021 13:59:25	#VALOR!	0	0	
2/25/2021 15:54:28	#VALOR!	0	0	
2/25/2021 17:13:21	#VALOR!	0	0	
2/25/2021 17:41:41	#VALOR!	0	0	
2/26/2021 21:38:27	#VALOR!	0	0	
2/26/2021 22:03:03	#VALOR!	0	0	
3/1/2021 11:06:49	#VALOR!	0	0	
3/1/2021 22:30:04	#VALOR!	0	0	

Encuestas válidas:
386

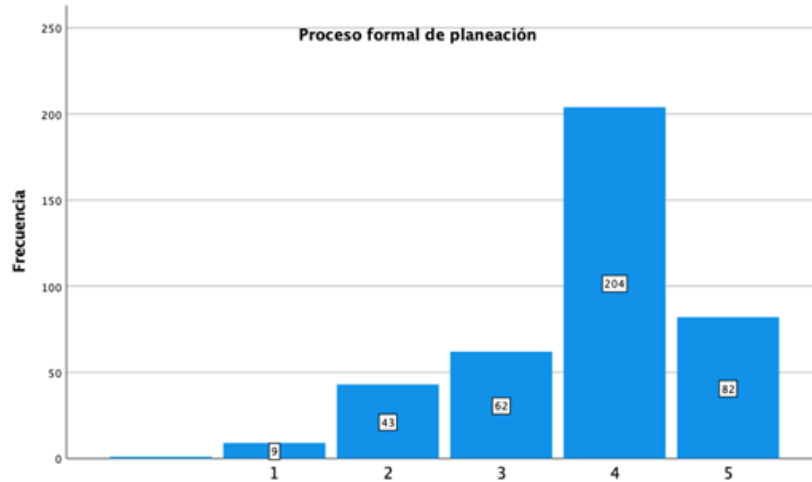
Respecto a la población o universo al que se dirigió el estudio inicial, ésta estuvo compuesta por 43 044 sujetos voluntarios ubicados en 92 zonas de México, Colombia, Argentina, Perú y Ecuador. La aplicación se realizó entre los meses de febrero y junio de 2021 (Aguilar et al., 2022).

Resultados

Los gráficos representan el comportamiento de cada una de las preguntas relacionadas con las variables del estudio. La escala aplicada es la siguiente:

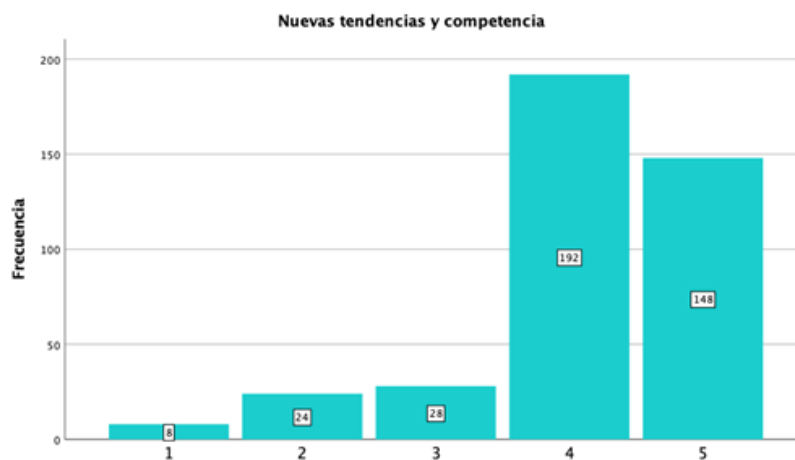
te: 5= Muy de acuerdo, 4= De acuerdo, 3= No sé/No aplica, 2= En desacuerdo y 1= Muy en desacuerdo.

Figura 4.4
Distribución de frecuencia pregunta 23e



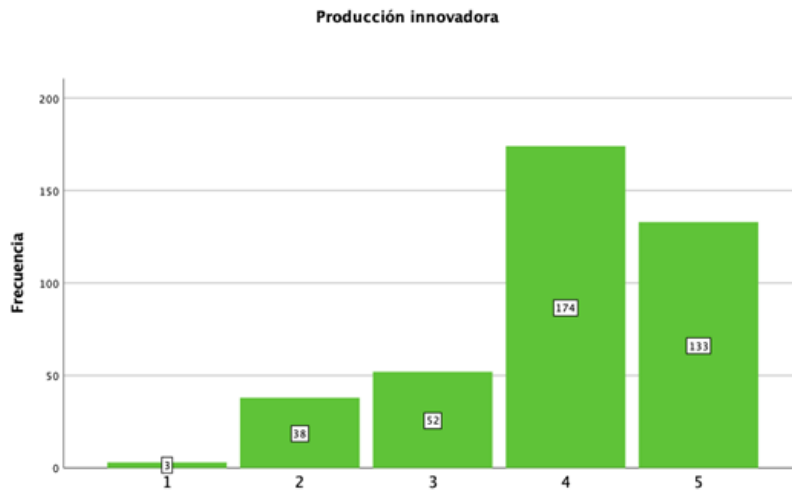
La Figura 4.4 muestra que la mayor parte de las personas encuestadas está de acuerdo en que el plan formal procede a la acción para lograr una estrategia adecuada dentro de la empresa.

Figura 4.5
Distribución de frecuencia pregunta 23f



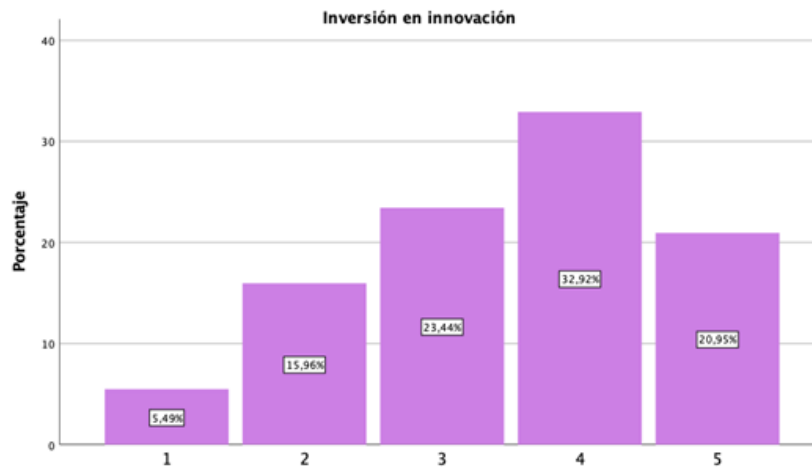
Las personas encargadas de los negocios y que respondieron el instrumento de recolección de datos, consideran de suma relevancia estar atentos a las nuevas tendencias de su negocio y los avances de la competencia (Figura 4.5).

Figura 4.6
Distribución de frecuencia pregunta 26c



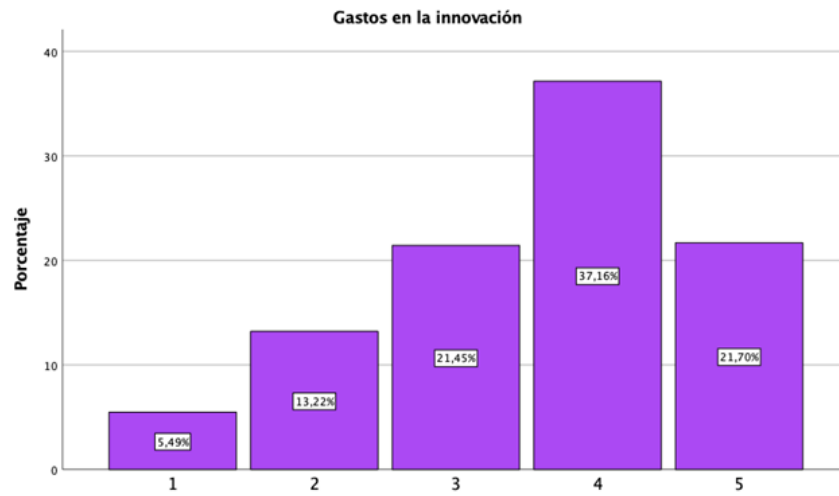
En relación con la oferta de productos y servicios innovadores, la mayor parte de los encuestados consideró estar de acuerdo y muy de acuerdo (Figura 4.6).

Figura 4.7
Distribución de frecuencia pregunta 26d



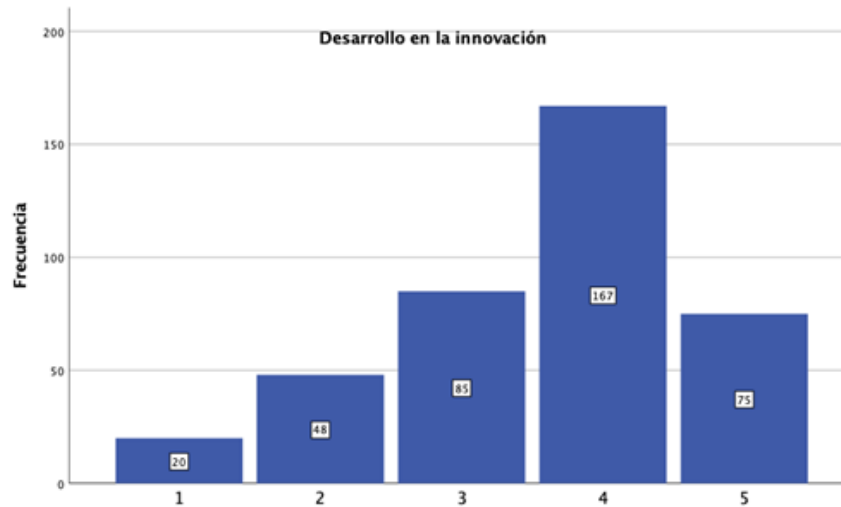
En relación con el desarrollo o pago para innovar en los procesos de producción o distribución, se observa una tendencia uniforme entre las respuestas de los directivos de las mypes, con una ligera ventaja en la respuesta “de acuerdo” (Figura 4.7).

Figura 4.8
Distribución de frecuencia pregunta 26e



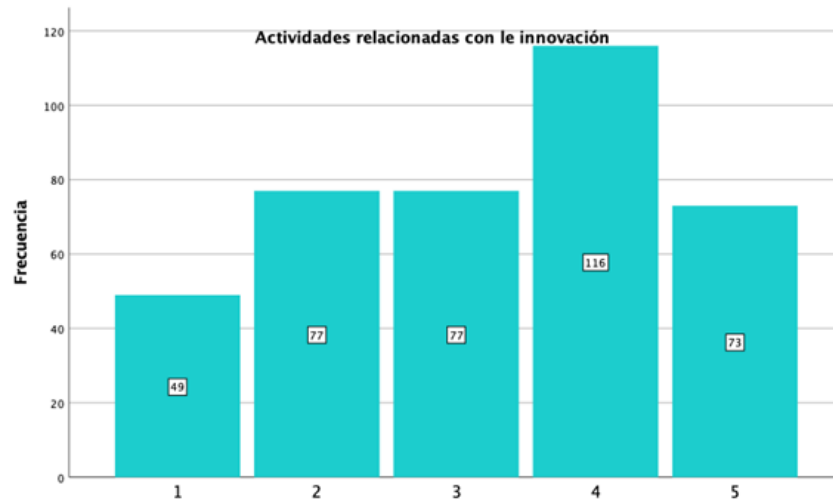
A diferencia de la Figura 4.7, en la 4.8 se observa un número mayor de respuestas de acuerdo, relacionada con la innovación en los productos y servicios que se ofrecen.

Figura 4.9
Distribución de frecuencia pregunta 26g



La Figura 4.9 muestra que los directivos consideran importante invertir para mejorar la forma en la que se organiza la empresa.

Figura 4.10
Distribución de frecuencia pregunta 26h



Algunas de las personas encuestadas están de acuerdo en invertir en eventos que les permitan desarrollar innovaciones en sus empresas.

Tabla 4.1
Matriz de correlaciones

Matriz de correlaciones entre elementos

	23. Dirección [23e. La estrategia competitiva de mi empresa generalmente resulta de un proceso formal de planeación (es decir, el plan formal precede a la acción).]	23. Dirección [23f. Estoy atento para detectar las nuevas tendencias en mi negocio y enterarme de lo que está haciendo mi competencia.]	26. Innovación [26c. Me enfoco mucho en ofrecer productos o servicios innovadores que distingan a la empresa.]	26. Innovación [26d. Desarrollo o pago para innovar mis procesos de producción o distribución.]	26. Innovación [26e. Desarrollo o pago para innovar los productos o servicios que ofrezco.]	26. Innovación [26g. Desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo la empresa.]	26. Innovación [26h. Asisto a ferias, cursos, congresos, o a otras actividades relacionadas con el negocio.]
23. Dirección [23e. La estrategia competitiva de mi empresa generalmente resulta de un proceso formal de planeación (es decir, el plan formal precede a la acción).]	1,000	,402	,247	,284	,263	,186	,245
23. Dirección [23f. Estoy atento para detectar las nuevas tendencias en mi negocio y enterarme de lo que está haciendo mi competencia.]	,402	1,000	,291	,262	,279	,240	,181
26. Innovación [26c. Me enfoco mucho en ofrecer productos o servicios innovadores que distingan a la empresa.]	,247	,291	1,000	,401	,493	,317	,270
26. Innovación [26d. Desarrollo o pago para innovar mis procesos de producción o distribución.]	,284	,262	,401	1,000	,753	,523	,333
26. Innovación [26e. Desarrollo o pago para innovar los productos o servicios que ofrezco.]	,263	,279	,493	,753	1,000	,589	,360
26. Innovación [26g. Desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo la empresa.]	,186	,240	,317	,523	,589	1,000	,312
26. Innovación [26h. Asisto a ferias, cursos, congresos, o a otras actividades relacionadas con el negocio.]	,245	,181	,270	,333	,360	,312	1,000

En la Tabla 4.1 se observa la medida de relación lineal que existe entre las variables dependiente e independiente, identificando que en todos los casos es positiva, ya que existe influencia de los valores de la gestión empresarial en la innovación empresarial. Los valores reflejan que una correlación positiva indica que ambas variables cambian en el mismo sentido.

Al realizar el cálculo del análisis de varianza de un factor, con el objeto de continuar analizando el comportamiento de ambas variables, nos encontramos con los siguientes resultados:

Tabla 4.2
ANOVA

ANOVA						
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig
Inter sujetos		1559,464	400	3,899		
Intra sujetos	Entre elementos	262,393	6	43,732	52,406	,000
	Residuo	2002,750	2400	,834		
	Total	2265,143	2406	,941		
Total		3824,607	2806	1,363		

Media global = 3,64

Al observar el análisis de varianza de un factor, determinado por la gestión empresarial y su influencia en aspectos de innovación en las mypes de Pátzcuaro, identificamos que se rechaza la hipótesis nula y que existe diferencia entre las medias de las preguntas utilizadas en cada variable. Existe una relación positiva entre las dos variables y es necesario identificar otros aspectos relevantes que también podría afectar a la variable dependiente.

El análisis de varianza en el que se utilizó la prueba de hipótesis con el estadístico F de Fisher, determina que se acepta la hipótesis alternativa (H1), por consiguiente, “La gestión empresarial determina el grado de innovación de las mypes de Pátzcuaro, Michoacán”.

Discusión

Aun cuando los resultados derivados del ANOVA reflejan un rechazo de la hipótesis planteada, el análisis de la matriz de correlación entre elementos indica que existe correlación positiva entre las preguntas relacionadas con cada variable, señalando que la variación de éstas va en el mismo sentido.

En los resultados del presente estudio se muestra la importancia de tener conocimiento constante de las acciones que implementa la competencia como parte de la estrategia planeada de innovación, lo que resulta favorable al hablar de dicha competencia, tal como lo confirman Mogo-llón, González y Cerro (2020): para la gestión de la innovación adecuada, el conocimiento de la competencia es una actividad prioritaria.

Como hallazgo de la presente investigación se encontró que, en la actualidad, las empresas sujetas a estudio no realizan gastos adicionales para fortalecer la innovación, resultado que contradice lo señalado en el estudio realizado por Nolzco (2019) a empresas peruanas, en el que se obtiene como resultado una elasticidad equivalente a 0.38 con respecto al gasto en Investigación y Desarrollo (I+D) e Innovación, por lo que señala “este resultado no es sorprendente, dado que la mayoría de literatura ya ha resaltado la importancia del gasto en innovación para la introducción de nuevos productos” (Nolzco, 2020).

Con dicho hallazgo se puede considerar que la innovación es una limitante en el crecimiento de la empresa y en el crecimiento económico de la localidad, ya que, como lo concluyen Tejedor, Gil y Tejedor (2018), el gasto en I+D que lleva a la generación de innovación conduce a la existencia de un crecimiento económico.

Por último, la gestión empresarial demanda de un proceso continuo de innovación, esto debido al ambiente actual en el que se desarrolla la empresa, y como lo confirma Mendoza (2017), la globalización ha traído consigo transformaciones constantes en el mercado que exigen cambios por parte de las empresas para sobrevivir a dicho mercado, es así como la innovación da respuesta a estos cambios requeridos.

Conclusiones

En el presente estudio se identifica que las mypes de Pátzcuaro, Michoacán, a pesar de su naturaleza descriptiva, desarrollan estrategias formales de planeación, además de tener en claro las necesidades vigentes del mercado y conocimiento acerca de su competencia.

Lo anterior permite el diseño de estrategias de innovación para lograr la diferenciación en el mercado local con respecto a los productos o servicios que ofrece cada negocio. Sin embargo, el pago o inversión para la gestión de innovación y la participación en eventos relacionados, a pesar de considerarse como importante o necesario, hasta el momento del estudio no es una prioridad para los empresarios encuestados. Dicha situación puede estar asociada a la disminución de ingresos derivada de las situaciones del contexto actual por el que atraviesan las empresas a nivel mundial. Esto no puede ser confirmado por el instrumento de recolección de datos aplicado en el presente estudio, pero es un tema que queda sujeto a investigaciones futuras, para con ello, conocer la causa de este comportamiento identificado.

Con base en los resultados obtenidos, se confirma una relación positiva entre las variables sujetas a estudio: gestión empresarial e innovación. No obstante, el resultado se fundamenta en los ítems planteados como parte de la encuesta, lo que puede verse modificado con la consideración de planteamientos distintos a los establecidos en este estudio.

Referencias

- Abello, R. A. (2021). Las herramientas de gestión empresarial como estrategia de innovación de los procesos gerenciales. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/39027>.
- Aguilar, O. C., Peña, N. B. & Posada, R. (2022). Método y resultados generales del estudio de cultura financiera en microempresarios de Latinoamérica. En R. Posada, N. B. Peña & O. C. Aguilar (Coords.), *Cultura financiera en la micro y pequeña empresa de Latinoamérica* (pp. 1-7). México: McGraw-Hill.
- Ansoff, H. I. (1985). *La dirección y su actitud ante el entorno*. Bilbao: Deusto.
- Batista, N. & Estupiñán, J. (2018). *Gestión Empresarial y Posmodernidad*, Infinite Study. Bruselas: Pons.
- Fayol, H. (1969). *Administración industrial y general*. Buenos Aires: El Ateneo.
- García-Pérez, D., Galvez-Albarraci, E. & Maldonado-Guzmán, G. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *Estudios Gerenciales*, 32(141). Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003>.
- Guerola-Navarro, V., Oltra Badenes, R. F. & Gil Gómez, H. (2020). Análisis de la relación entre el grado de introducción de CRM y los beneficios de la empresa a través del desempeño organizacional y la innovación empresarial. *3C Empresa, Investigación y pensamiento crítico*, 9(1), 67-87. Recuperado de <https://doi.org/10.17993/3cemp.2020.090141.67-87>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri R., y otros, (2003). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- López-Lemus, J. A. & Garza Carranza, M. T. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las firmas emprendedoras. *Nova Scientia*, 11(22), 357-383. Recuperado de <https://doi.org/10.21640/ns.v11i22.1795>
- Maldonado, G., Madrid, A., Martínez, M. del C. & Aguilera, L. (2009). Los efectos de la innovación en el rendimiento de las mipymes de Aguascalientes: una evidencia empírica. *Revista de Economía*, 26(73), 49. Recuperado de <https://doi.org/10.33937/reveco.2009.8>
- Martínez, C. A. (01 de octubre de 2019). Es necesario mayor impulso a las pymes. *El economista*. Recuperado de <https://www.economista.com.mx/opinion/Es-necesario-mayor-impulso-a-las-pymes-20191001-0100.html>
- Mendoza, A. A. (2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresas comerciales en la ciudad de Manta. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 947-964.

- Mintzberg, H. (1994). The fall and rise of strategic planning. *Harvard Business Review*, enero-febrero.
- Mogollón, J. M. H., González, B. S. P. & Cerro, A. M. C. (2020). Aplicación del enfoque experiencial a la innovación de marketing de destinos turísticos: Recomendaciones para su implementación en Ecuador. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 30(77), 63-76. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/26920487>
- Mora-Pisco, L., Duran-Vasco, M. & Zambrano-Loor, J. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 511-520. Recuperado de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/276>
- Nolazco, J. L. (2020). Efectos entre las actividades de innovación, exportación y productividad: un análisis de las empresas manufactureras peruanas. *Desarrollo y Sociedad*, (85), 67-109. Recuperado de <https://doi-org.ezproxybib.pucp.edu.pe/10.13043/DYS.85.2>
- Pérez, C. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: por la competitividad regional. *ECONÓMICAS CUC*, 40(1), 91-104. Recuperado de <https://doi.org/10.17981/econcuc.40.1.2019.06>
- Pineda, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 7(1), 9-25. Recuperado de <https://doi.org/10.22579/23463910.182>
- Porter, M. (1979). The structure within industries and companies performance. *Review of Economics and Statistics*, 61(2), 214-227.
- Rubio, G. A., Téllez, C. A. & Gómez, D. T. (2019). Análisis de los factores que componen un sistema de gestión empresarial: estudio de caso para la dirección de vivienda. *Revista Nacional de Administración*, 10(2), 47-60. Recuperado de <https://doi.org/10.22458/rna.v10i2.2730>
- Salazar, M., Barrera, H., Nuñez, L. & Flor, F. (2019). Emprendimiento, creatividad e innovación en la gestión empresarial del Ecuador. *CIENCIAMATRIA*, 6(10), 501-512. Recuperado de <https://doi.org/10.35381/cm.v6i10.157>
- Schumpeter, J. A. (1939). *Business cycles* (Vol. 1, pp. 161-174). Nueva York: McGraw-Hill.
- Suárez-Espinar, M. J. (2018). Gestión empresarial: un paradigma del siglo XXI. *Revista Científica FIPCAEC*, 3(8), 44-64.
- Tejedor, R. A., Gil, J. M. & Tejedor, J. M. (2018). Derechos de propiedad intelectual (DPI) y crecimiento económico: una revisión. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 26(1), 225-243. Recuperado de <https://doi.org/10.18359/rfce.3145>

- Trujillo, J. e Iglesias, W. (2012). Determinantes del crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas: el caso del sector metalmecánico. *Semestre Económico*, 15(32), 41-76.
- Uribe, M. E. (2018). La responsabilidad social empresarial y el enfoque estratégico de la organización: evidencia empírica de dos sectores. *Tendencias*, 19(1), 113-139. Recuperado de <https://doi.org/10.22267/rtend.181901.90>

Sobre los autores

- ¹ Profesor investigador en el Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro, México.
ORCID: 0000-0002-6490-4119
- ² Profesora investigadora en el Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro, México.
ORCID: 0000-0002-6017-5799
- ³ Profesor Investigador Titular “A” de tiempo completo en el Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro, México.
ORCID: 0000-0001-8508-1433



iQU4TRO EDITORES

En colaboración con:

