



Investigación e innovación, factores de crecimiento en las PYMES

Walter Humberto Navas Olmedo¹

1. Universidad Técnica de Cotopaxi UTC, walter.navas@utc.edu.ec

RESUMEN

El presente artículo procura dar lineamientos de lo que se ha hecho en temas de investigación e innovación en las pequeñas y medianas empresas y como estos factores han influenciado significativamente en su crecimiento y sostenibilidad en el contexto de la globalización y del libre mercado, los países y las organizaciones permanentemente han estado preocupados por rediseñar estrategias para enfrentar desafíos de competitividad, por un lado la investigación científica esta llamada a resolver los grandes problemas de la sociedad , en ella se encuentran las pequeñas y medianas empresas que representan el 98% de unidades económicas de cada país a nivel mundial y por otro la innovación es consecuencia de la investigación para ofrecer en los mercados productos y servicios diferenciados ; si se manejan adecuadamente las variables independientes como lo señalan los autores citados, se puede llegar a generar una ventaja competitiva, el emprendimiento es analizado y observado a nivel mundial, diferentes estudios y perspectivas establecen que la actividad emprendedora temprana, están íntimamente relacionadas con la competitividad, por lo tanto se exige de las organizaciones un alto nivel de competencias gerenciales, y de estrategias que posibiliten el crecimiento de las empresas y la innovación, en consecuencia en este documento se revisó la interacción de los últimos años del sistema de producción de este sector de la economía se analizó el papel importante de participación de la iniciativa privada a través del emprendimiento y la disponibilidad de recursos así como la formulación de estrategias para su fortalecimiento y desarrollo.

PALABRAS CLAVE: Investigación, Innovación, Pymes, Emprendimiento



Research and innovation, growth factors in SMEs

ABSTRACT

This article tries to give guidelines of what has been done in research and innovation in SMEs (small and medium enterprises) and how these factors have significantly influenced its growth and sustainability in the context of globalization and the free market, countries and organizations have been preoccupied with redesigning strategies to face competitiveness challenges. On the one hand, scientific research is called upon to solve the major problems of society, in which are small and medium-sized enterprises that represent 98% of GDP globally and on the other, innovation is the result of research to offer differentiated products and services in the markets; If the independent variables are handled properly as stated by the mentioned authors, it can generate a competitive advantage, the enterprise is analyzed and observed worldwide, different studies and perspectives establish that the early entrepreneurs activity are closely related to competitiveness, Therefore, organizations are required to have a high level of managerial skills and strategies to enable business growth and innovation, this document reviewed the interaction of the last years of the production system of this sector of the economy, the important role of private initiative was analyzed through the entrepreneurship and the availability of resources as well as the formulation of strategies for its strengthening and development

KEYWORDS: Research, Innovation, SMEs, Entrepreneurship



INTRODUCCIÓN

Según el artículo empleos y desarrollo del banco mundial (2014) que analiza las perspectivas de desarrollo, refiere que la falta de empleo es ahora un problema mundial, las estadísticas indican que aproximadamente 205 millones de personas no tienen trabajo es ahí donde el emprendimiento viene a constituirse en una salida para los países como un articulador de generación de riqueza, empleo, desarrollo de las economías locales y contribuidoras de tributos e impuestos aportando estos últimos al PIB (producto interno bruto) de una nación.

El presente artículo pretende examinar a la investigación e innovación como factores complejos que inciden en el crecimiento de las pymes (pequeñas y medianas empresas), para lo cual se presentará en detalle cada una de las particularidades que caracteriza al ciclo del emprendimiento y que concita la preocupación de los diferentes gobiernos del continente de los cuales muchos priorizan al emprendimiento como una política de estado, se tomara como modelo el Ecuador país que ha considerado en su nueva matriz productiva el impulso al desarrollo y crecimiento de las pymes, así también involucra a la innovación y al desarrollo como la cuarta política pública dentro de las áreas de intervención, agenda que contribuirá al cambio productivo del país.

El efecto deseado de la investigación es establecer un proceso alterno al descrito, que el proceso de emprendimiento sea acelerado y sistémico cuyo impacto a severe una reducción del desempleo y subempleo, posibilitando una mayor aproximación a la creación de un mayor número de pymes con oferta de productos y servicios de calidad.

Este trabajo documental se inscribe en el marco de la investigación e innovación, en este caso, como una estrategia, que al aplicarla permita concebir un nuevo diseño de desarrollar emprendimiento, en mayores volúmenes, practico, ágil y eficiente, según el GEM global entrepreneurship monitor (2013) capítulo Ecuador manifiesta “en el 2013 la preocupación por el emprendimiento en la región se hizo evidente a través de diversas publicaciones tales como emprendimientos en américa latina, muchas empresas y poca innovación, del banco mundial, y entrepreneurship in latin américa : a step up the social ladder, coproducción del BID y del banco mundial (P.7), la presencia del emprendimiento asociado con el primer nivel que vendría a ser una Pyme, en revistas y agencias



internacionales y mundiales deja entrever la importancia y relevancia que está ocasionando el emprendimiento a nivel global.

De acuerdo a las investigaciones que se desprenden de las organizaciones citadas muestran el impacto que este tipo de organizaciones causan en las economías de los países ya sea por la movilidad de ingresos y su influencia por la generación de empleos, la reducción de la pobreza y el incremento de las pymes generando el desarrollo local con el aporte de tributos y la reducción de la informalidad.

Según (Romero, 2009) grandes corporaciones frecuentemente especializadas en funciones intensivas en conocimiento, como el diseño, la investigación y desarrollo (I+D) y el marketing, externalizan funciones relacionadas con la producción física hacia pymes en países en desarrollo, encargándose de la coordinación de toda la cadena de valor, en las que grandes corporaciones y pymes participan en procesos de producción que se despliegan espacialmente por distintos escenarios internacionales así, en los últimos años se ha desarrollado una línea de investigación atractiva centrada en el estudio de estas CVG (cadenas globales de valor), esto quiere decir que en un escenario globalizante la producción de las pymes no está solo direccionadas a la producción local, si no que a través de la investigación el desarrollo y el marketing se profundiza a etapas de exportación generándose oportunidades de negocio en los mercados internacionales.

Para ello es importante los procesos de calidad en cada una de las etapas de la cadena de valor logrando como efecto mejora en los procesos, mejora en los productos, mejora funcional de los mismos pasando de una etapa de montaje de componentes importados a la fabricación y comercialización lo que le hace a las pymes más competitivas.

Según (Dini & Stumpo, 2011) compiladores de la comisión económica para américa latina y el caribe (CEPAL) dicen en este sentido que una de las mejores formas para lograr innovación en las pymes es orientar políticas encaminadas a estrechar relaciones de cooperación con las grandes empresas, asociar sus experiencias exitosas y sus buenas prácticas de manufactura estableciendo redes con procesos productivos afines.

Definitivamente los autores orientan su estudio a que la innovación es producto de políticas las mismas que deben ser formuladas dentro de una agenda productiva de desarrollo, considerando a la parte tecnológica y al fomento de las pymes, que si bien es cierto la innovación en este tipo de organizaciones depende de gran manera en procesos de investigación y desarrollo, no está por demás exponer que también existen otros



elementos que deben ser tomados en cuenta por la propia dinámica en el que se desarrollan como es el caso de , procesos de mejora continua , aprendizaje , la tendencia a formar redes colaborativas donde existe la interacción y el intercambio, introducción de nuevas tecnologías, así como la adaptación de modelos exitosos de gestión de las grandes empresas en las pequeñas, de lo mencionado anteriormente este artículo trata en cómo tanto la investigación y la innovación inciden de una manera directa en el fortalecimiento y en el crecimiento de las pymes como estrategias de desarrollo de un país.

DESARROLLO

(Cháves & Vargas, 2012) recapitulan las principales teorías desde un enfoque más bien sociocultural que inciden en la creación de empresas, concluyen que la actividad del entrepreneurship ha fomentado la creación de empresas, siendo un factor importante en el desarrollo económico de un país, lo cual se ve reflejado mediante la generación de empleos, lo cual estimula la innovación empresarial, centran su estudio sobre conceptualizaciones acerca del emprendedor, la empresa, el enfoque sociocultural y las teorías sobre la creación de empresas.

Este espíritu empresarial tiene su importancia, desde mucho tiempo atrás debido a que las actividades de una población y los valores de una sociedad han sido modelados básicamente por la capacidad de las sociedades de crear, los datos de este estudio claramente manifiestan que la intención de emprender está determinada de manera muy clara por dos variables: la investigación y la innovación hacia el emprendimiento.

Este análisis está en consonancia con lo obtenido en estos trabajos encontrados en la lectura de artículos científicos, a estos resultados hay que añadir que las opciones que tienen las pymes en el futuro dependerán en gran medida de la gestión empresarial que impriman los propietarios y su determinación de ser capaces para llevar a cabo un emprendimiento empresarial.

(Vilaseca & Torret, 2003) afirman en la revista innovar/gestión y organización, la importancia de considerar a los intangibles de la organización como elementos decisivos en el crecimiento y en el desarrollo empresarial, así como también la estrategia que se adopte en I+D para lograr el fortalecimiento de las pymes



(García & Gallegos, 2006) en su artículo científico influencia de la estrategia en el crecimiento de la rentabilidad de la pyme industrial española expresan que en un sistema dinámico y competitivo de mercado como el actual, la supervivencia de la empresa depende, por una parte, de conseguir un crecimiento estable de los ingresos, y por otra, de obtener un beneficio suficiente. La rentabilidad permite retribuir, según mercado y riesgo a todos los agentes que intervienen en el proceso de generación de valor añadido, y atender al crecimiento interno de la empresa para mantener, consolidar o mejorar su posición competitiva, la estrategia que utiliza la empresa para posicionarse en el mercado es un factor que juega un papel clave en el rendimiento de la empresa, por este motivo analizar la relación estrategia- rendimiento constituye un tema central de la dirección y gestión de empresas.

Los autores invitan a poner atención en los elementos diferenciadores, en los intangibles que generan valor esto es la investigación y desarrollo así como la innovación acompañada de tecnologías emergentes de información en la que la gestión del conocimiento juega un papel fundamental en el fortalecimiento de las pymes estos últimos intangibles incorporan el conocimiento en los distintos niveles de la organización para que sean alineados los objetivos operativos, de supervisión, de ejecución y de dirección a los objetivos organizacionales, de esta manera lograr la innovación esperada, por otro lado la estrategia siempre se constituirá como una herramienta de gestión para el logro de los objetivos.

(Tomson & Strickland, 2009) en relación a la estrategia afirmaron el éxito de la implantación de la estrategia, dependerá por una parte de factores de tipo interno, tales como la forma de operar del empresario en su entorno, las propias capacidades del empresario y los recursos humanos de la empresa, y por otra, de factores externos, como la evolución del ciclo económico la posición de la competencia y las oscilaciones de la demanda, mirando desde el punto de vista empresarial se debe implementar una estrategia para el logro del crecimiento de las pymes, el escenario en el que actúan estas pequeñas y medianas empresas esta compartida entre un ambiente externo en los cuales el entorno político, social, y económico no pueden ser controlados y precisamente es en ese medio en el cual se encuentran los competidores y los clientes que demandan de productos y servicios, y los proveedores que entregan los insumos para su transformación.

Por otro lado, en su ambiente interno se encuentra la planificación estratégica y operativa, la estructura organizacional con su talento humano impulsado con un direccionamiento



estratégico para precisamente adaptarse a las condiciones del mercado y poder competir con eficiencia, claramente se observa que en ese entorno existen amenazas y también oportunidades y es ahí en donde la investigación juega un papel fundamental como factor de crecimiento de las pymes.

Si se parte del concepto de Kinnear y Taylor (2008) la investigación de mercados es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de toma de decisiones para la gerencia, esta definición viene a complementar la idea de que la investigación adquiere su importancia en la medida que permita la obtención de información de calidad para la toma de decisiones, es esta información la que permitirá establecer una estructura sistémica en donde los procesos y la cadena de valor apunten a la creación de valor de las pymes, y en esa creación de valor precisamente esta la diferenciación del producto y servicio que viene hacer la innovación como otro factor de crecimiento a este importante sector de la economía de un país.

(Zornoza, 2000) en su artículo científico reflexiones sobre la investigación científica de las pymes dice, esta pieza de investigación es relevante a efectos de explicar la superioridad competitiva del modelo de organización de la producción como pyme extendidas dentro de un distrito industrial, la manera más habitual de analizar el distrito industrial ha sido contraponiéndolo con las otras formas de producción, como es la producción en masa o en serie y la gran empresa integrada como su institución reguladora.

En una pyme siempre existirá una contraposición a la forma de producción de una gran empresa como es la producción en masa o en serie, en las pymes existe mayor flexibilidad pero a la vez debe potenciarse con estrategias que le permitan optimizar sus costos de producción, la diferenciación es cada vez menor en la medida que la empresa va creciendo en su tamaño, es normal el temor al cambio y las barreras de resistencia al levantamiento de información para el diagnóstico situacional, en el interior de las pymes, el modelo de gestión y toma de decisiones tiende a ser jerárquico y centralizado, en general, la relación entre áreas se limita al ámbito directivo y la participación de los trabajadores está bastante limitada.

Una cultura de ubicación territorial de las pymes, de buscar especialización en su mano de obra calificada, tener acceso a investigación y desarrollo, difundir informalmente las innovaciones, los sistemas productivos descentralizados, crecen en una forma



directamente proporcional a la red de cooperación creada con el objeto de competir internacionalmente en nichos de mercados afines, esto representa una nueva forma de organización, los autores concuerdan en que la investigación y el desarrollo tecnológico es una prioridad que debe convertirse en una política institucional, que la implementación de toda estrategia está ligada al nivel de motivación y de compromiso del empresario así también que todo proceso de mejoramiento continuo está ligado al análisis tanto del ambiente externo e interno utilizando la observación como una herramienta de benchmarking.

En los tiempos actuales cada vez más se verá la necesidad de desarrollar estrategias de acercamiento entre la gestión organizacional y los procesos de I+D, con el único objetivo de no perder competitividad, de esta manera se prevee que las Pymes pueden ir desarrollando metodologías y adaptando modelos de gestión de las grandes empresas.

(Albizu, 2011) El modelo propuesto se identifica válido para alcanzar la competitividad empresarial desde la creación de valor a través de la gestión operativa, de innovación y conocimiento, en particular se identifica como herramienta para la gestión moderna y eficiente de una pyme manufacturera, uno de los métodos que permiten observar la generación de valor de una organización indistintamente de su tamaño es cuando se mira a la organización desde un enfoque sistémico, los autores coinciden que el modelo propuesto es válido para alcanzar la competitividad empresarial a través de una gestión operativa de innovación y conocimiento ya que su tratamiento y operación entregaran información basada en indicadores lo cual permite la toma de decisiones.

Procesos de mejora continua tanto en pymes de productos como de servicios ayudan indiscutiblemente a constituirse en la base de la innovación , elementos como una mejor interacción entre los diferentes niveles de la organización en ambientes de confianza, la relación cliente proveedores, para conocer en el primer caso que necesidades tiene y poderlas satisfacer, y en el segundo que los proveedores se alinean a los objetivos organizacionales, , las pymes industriales muestran una notable capacidad de aprendizaje interactivo externo, así como de integración y desarrollo de tecnologías.

Según (Olazaran, 2009) La teoría de los sistemas de innovación muestra que las innovaciones se producen, principalmente, a través de un proceso de aprendizaje interactivo dentro de la empresa, y entre la empresa y otras organizaciones, esta interacción tiene lugar dentro de un entorno institucional y cultural, el modelo interactivo



de innovación es especialmente relevante en sectores enfocados a la realización de innovaciones incrementales y en los que se coopera con un conjunto reducido de actores principalmente clientes y proveedores en relaciones caracterizadas por la confianza, definitivamente las innovaciones nacen de un proceso de aprendizaje que se gesta en el interior de la organización y de lo que está pasando con la competencia.

Para ello es necesario contar con un sistema dentro de la estructura de la pyme que genere compromiso y fidelidad entre todos los niveles de la organización a los cuales se incluye los proveedores y los clientes en los términos de confianza enunciados en este artículo, los procesos de investigación, mas desarrollo e innovación van de la mano, para lo cual es importante que en la estructura de la pyme exista un departamento que se encargue de delinear políticas y estrategias que promuevan escenarios de innovación.

La innovación también nace de la idea apoyado por la investigación y desarrollo para dar solución a los problemas y atender las necesidades de una sociedad siempre cambiante, en estas propuestas depositan su ingenio los emprendedores, para crear un ecosistema emprendimiento se necesitan políticas de estado de respaldo y la disponibilidad de recursos financieros, este ecosistema favorece la creación de iniciativas de desarrollo propiciando el surgimiento de start-ups (empresas y negocios que recién empiezan) y se apoyan en la tecnología produciendo beneficios para la economía del país.

En el contexto de las pymes el crecimiento sostenido estará matizado por la habilidad para obtener los recursos y la gestión del talento humano, acompañados de procesos y políticas que generen compromiso y empoderamiento, los recursos tangibles como una adecuada gestión financiera e intangibles como recursos tecnológicos en mejor posición que la competencia, la innovación, con una orientación a su adaptabilidad con un entorno evolutivo y cambiante tanto en producto, procesos y gestión, el marketing orientado al cliente, para posicionar el producto y servicio en la mente del consumidor, la calidad, para superar y satisfacer las expectativas del cliente al menor costo posible en productos y servicios, la gestión del conocimiento reflejada en las competencias directivas con un alto nivel de formación que tengan la capacidad de procesar información que permita la toma de las mejores decisiones, para ello deberá administrar en forma eficiente las tecnologías de la información y la comunicación así como las tecnologías emergentes de gestión en ambientes de riesgo, presión e incertidumbre.



Es necesario potenciar la investigación y desarrollo para lograr innovación, es el deseo de casi todas las economías del mundo, se puede observar que existe iniciativas en este campo como es el caso de Ecuador con la creación de la ciudad del conocimiento Yachay que tiene como propuesta mejorar la calidad de vida de sus habitantes y alcanzar el desarrollo integral, apuestan por la economía creativa, la del conocimiento, con el fin de atraer iniciativas emprendedoras y facilitar el desarrollo y comercialización de productos y servicios.

Igualmente en este país se ha planteado el objetivo de cambiar su matriz productiva para pasar de producir materias primas a producir productos manufacturados de alto valor, ahí es en donde existen oportunidades para las pymes nacionales, que desarrollen competitividad basada en la innovación continua, como fuente de crecimiento económico sustentable, para lo cual deberán crearse ambientes favorables en los cuales la investigación científica produzca innovaciones que puedan ser comercializadas para ello se deberá crear una estructura por parte del estado que promueva sistemas de educación que genere una cultura científica desde los niveles educativos y con un mayor énfasis en la universidad en grado y posgrado.

Mecanismos que promuevan las relaciones con los mercados internacionales debido a un innegable procesos de globalización que vive la economía mundial, instituciones que financien estas iniciativas con el más bajo interés del mercado y a plazos largos que incluyan años de gracia, fomentar el sistema de incubación de empresas en cada una de las universidades ya que es allí en la academia donde nacen las ideas y los sueños por emprender así también establecer nexos de colaboración e interacción entre las pymes cuyos productos y servicios sean afines con el propósito de que estas alianzas estratégicas permitan un alineamiento de intereses con la debida cooperación y sinergia y la consolidación como una fuerza monolítica que enfrente los desafíos del mercado. Existen experiencias alentadoras en este criterio la incubación de empresas en países como Reino Unido y Alemania que lideran europa en estos países hay más de 300 incubadoras que contienen 12000 nuevos proyectos de emprendimiento, según UKBI 2011 las cifras de la asociación alemana de viveros contabilizan hoy 5800 empresas en sus 150 incubadoras habiendo generado 46000 empleos directos, otros países como España China India, Brasil Israel Suecia Finlandia México y Chile tienen experiencia sólida en este tipo de emprendimientos.

Son países con planes plurianuales de desarrollo científico y tecnológico donde el establecimiento de incubadoras está apoyado por una infraestructura de parques



tecnológicos ligados a centros de investigación y desarrollo y a universidades, bajo una estructura de un sistema de incentivos a la innovación, a la transferencia de tecnología y al desarrollo de talento humano.

CONCLUSIONES

En un sistema competitivo como el actual, la investigación, el desarrollo y la innovación son factores que inciden en una forma directamente proporcional en el crecimiento de las pymes, e influyen positivamente en la creación de valor.

Por otra parte, es claro que las pymes que quieran mejorar su posición competitiva deberán invertir en investigación que permita desarrollar nuevos activos tecnológicos.

La universidad juega un papel fundamental en este campo desarrollando investigaciones que busquen de una forma eficiente insertar en sus campus académicos departamentos de desarrollo empresarial que fortalezcan las capacidades emprendedoras de sus estudiantes y de esta manera promover la creación de pequeñas y medianas empresas que vengán a contribuir con el desarrollo del país.

Crear centros de investigación, desarrollo e innovación y articularlos con el sector productivo, las universidades, los ciudadanos y la región en su conjunto para potenciar su crecimiento económico e impulsar el crecimiento en las pymes sea cual fuere su origen.

El incremento del desempleo, subempleo, inciden en el desarrollo y crecimiento de un país, la no generación de nuevas iniciativas de emprendimiento restringe la capacidad productiva, limita el desarrollo económico por ende afecta al ingreso per cápita y al producto interno bruto (PIB), esto definitivamente afecta en los índices de competitividad de la región.

Se hace imprescindible la necesidad de fomentar el emprendimiento, políticas de estado que conduzcan a reactivar la economía, a respaldar financieramente estas iniciativas la creación de ecosistemas de pymes en parques industriales en los cuales se articulen y se apoyen, la necesidad de apostar a la investigación y desarrollo como factor fundamental en el crecimiento sostenido de las pymes orientados a fortalecer la tecnología y su posicionamiento frente a la competencia a través de un sistema estructurado donde los insumos, procesos permitan entregar como resultado la innovación en productos y



servicios reflejados en la creación de valor, apoyados por la administración de recursos tangibles e intangibles dentro de los procesos productivos de las pymes, tanto en el sector de la producción y/o del servicio.

REFERENCIAS

- Albizu, E. (2011). *Innovación en las pymes industriales una visión desde el modelo interactivo*.
- Andreu, J. (1993). *Orientación al mercado y competitividad de la empresa*. Gestión 2000.
- Aragón, A. (2005). *Factores explicativos del éxito competitivo: El caso de las pymes del estado de Veracruz*.
- Arrieta, D., Figueroa, E., & Luna, J. (2014). La importancia de la planeación estratégica en la innovación y permanencia de las pymes.
- Austermuhle, S. (2017). *Sostenibilidad y ecoeficiencia en la empresa moderna*. Perú: UPC.
- Becku. (2007). *Modernización reflexiva*. Obtenido de www.criterios.es/pdf/archplusbeckmoder.pdf.
- Berbell, C., & Jiménez, L. (2015). *Los nuevos investigadores*. España: La esfera de los libros.
- Betancourth, B. (2015). *Análisis sectorial y competitividad*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- BID. (2016). *Temas de investigación en comercio, investigación y datos*. Obtenido de <http://www.iadb.org/>
- Bunge, M. (2015). *Estrategias de la investigación científica*. Perú: Universidad Inca Garcilazo de la Vega.
- Casanueva, A. (2012). *Maximización de valor* (1 ed.). México: Pearson.
- Cepal. (2012). Políticas de apoyo a las pymes de América latina. *Cepal*.
- Cháves, E., & Vargas, J. (2012). Estratégias para la creación de nuevas empresas, un enfoque sociocultural o institucional.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: Elsevier.
- Choque, R. (2016). *Planeamiento estratégico utilizando el cuadro de mando integral*. Perú: Macro.
- Cuartas, D. (2008). *Principios de administración*. Colombia: Fondo editorial ITM.



- D'alessio, F. (2016). *Pastillas para la gerencia*. Perú: Planeta.
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad; la salida de la crisis*.
Diaz de Santos.
- Dini, M., & Stumpo, G. (2011). *Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en América latina*.
- Drucker, P. (2010). *Management Harpert & Row Management Library Amazon Kindle Book*. Obtenido de www.amazon.com/the-practice-of-management-bppk/dp/B003F1WM8E/ref=sr_1_2?s=books&ie=UTF8&qid=1382234417&sr=1-2&keywords=dricker+management.
- D'sousa, S. (2015). *Tips efectivos para sus redes de negocios*. México: Trillas.
- Fred, D. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson.
- Gallardo, J. (2014). *Administración estratégica de la visión a la ejecución*. Colombia: Alfaomega.
- García, D., & Gallegos, A. (2006). *Influencia de la estrategia en el crecimiento y rentabilidad de la pyme industrial española*.
- Gómez, W. (2016). *Prácticas empresariales*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Hernández, R. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Mac Graw Hill.
- Hernández, R., & Fernández, C. (2016). *Metodología de la investigación*. México: Mac Graw Hill.
- Hernández, S. (2017). *Administración teoría proceso, areas funcionales y estrategias para la competitividad* (3 ed.). México: Mac Graw Hill.
- Hidalgo, A. (2014). *El fundamento metafísico de las teorías administrativas gestión en el tercer milenio*. Lima: San Marcos.
- Jiménez, J. (2016). *Dirección estratégica internacional*. Madrid: Piramide.
- Kantis, H., Federico, J., & Menendez, C. (2012). *Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en América latina: Tendencias y desafíos*.
- Kaufmann, F. (2012). *El concepto general de una estrategia*. México.
- Kinnear, T., & Taylor, J. (2008). *Investigación de mercados*. Mexico: Mac Graw Hill.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial* (14 ed.). México: Mac Graw Hill.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Izquierdo, E. (2015). *Global entrepreneurship monitor Ecuador - 2014. Espae graduate school of management Escuela superior politécnica del Litoral*.



- Maldonado, M., Reyes, O., & Guizar, A. (2014). Factores condicionantes que impulsan a las pymes exportadoras del sector agroindustrial del estado de glima a participar en una feria internacional .
- Maldonado, V., Sánchez, J., Gaytan, J., & García, R. (2012). Measuring the competitiveness level in fortiture SME,s of Spain international journal of economics and management scienes.
- Marin, N., Martínez, E., & Ketelhohn, N. (2014). *Evaluación de inversiones estratégicas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Martínez, H. (2017). *Metodología de la investigación con enfoque por competencias*. Cencage Learning.
- Mejía, E. (2013). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa*. Perú: Ediciones de la U.
- Méndez, R. (2016). *Investigación fundamentos metodología*. Lima, Perú: Universidad de Lima.
- Nahuat, J. (2014). Perfil del emprendedor y su relación con la organización, la administración y la competitividad .
- O`shaughnessy, J. (1991). *Marketing competitivo un enfoque estratégico*. Diaz de Santos.
- Olazaran, M. (2009). La perspectiva del sistema nacional/ regional de innovación; balance y recepción en España.
- Ortíz, F. (2017). *Metodología de la investigación, el proceso y sus técnicas*. México: Limusa.
- Osterwalder, A., Pisneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2016). *Diseñando la propuesta de valor* (3 ed.). España: Deusto.
- Palacios, L. (2016). *Dirección estratégica* (2 ed.). Ecoe ediciones.
- Porter, M. (2005). *Estrategias y ventaja competitiva*. Mexico D.F: Deusto.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Deisto.
- Quinteros, J. (2017). *Planeamiento estratégico prospectivo*. Perú: Usil.
- Ramírez, C. (2017). *Administración teorías y enfoques*. Perú: Macro.
- Romero, I. (2009). *Pymes y cadenas de valor globales, implicaciones para la politica industrial en las economias en desarrollo*.
- Salas, J. (2014). Competencias empresariales, rendimiento y competitividad en las pequeñas y medianas empresas del sector servicios del sector Juarez.



- Santamaría, E., & Gutierrez, E. (2014). Diagnóstico de la productividad en microempresas en el sector comercio en Toluca - estado de México 2013.
- Smith, A., Arond, E., & Fressoli, M. (2012). Innovación de base para el desarrollo, hechos y cifras .
- Soler, C. (2015). *Ideas para investigar*. Argentina: Homosapiens.
- Tehanga, M. (2013). *Factores del crecimiento empresarial especial referencia a las pequeñas y medianas empresas*.
- Tomson, & Strickland. (2009). *Crafting and executing strategy: The quest for competitive advantage* (17 ed.). Mc Graw Hill.
- Torres, Z. (2013). *Teoría general de la administración* . México: Grupo editorial patria.
- Vanegas, J., Restrepo, J., & Gonzáles, M. (2014). Negocios internacionales y comercio exterior: Identificación de temáticas para la construcción de líneas de investigación.
- Varela, R. (2006). *Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias*.
- Varela, R. (2014). *Innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresas*. México: Pearson.
- Vargas, I. (2014). Pymes generando 81% del empleo en México.
- Vera, G., & Ríos, I. (2013). La innovación en las microempresas rurales y mexicanas.
- Vera, G., Vera, M., & Méndez, R. (2014). Innovación y localización.
- Vilaseca, R., & Torret, S. (2003). Innovar/gestión y organización.
- Villamar, R., & Villamar, M. (2012). *Trasmutación competitiva*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Vizcarra, N., López, V., & Yáñez, I. (2014). Políticas públicas e incubadoras de empresas en México; Estudio longitudinal 1994 - 2013.
- Ynoob, R. (2016). *Cuestión de método, aportes para una metodología crítica*. Cengage Learning.
- Zaoata, F. (2011). *Anàlisis del proceso del soporte a la creaciòn de empresas en Mèxico, Tesis de Doctorado Internacional en Creaciòn, Estrategia y Gestìon de Empresas*. Barcelona: Universidad Autònoma de Barcelona.
- Zornoza, C. (2000). *Reflexiones sobre la investigación científica de las pymes*.