

# **Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera**

**Área del Conocimiento:** Innovación organizacional

**Temática:** Innovación organizacional

**Autores:**

Mtra. Dorie Cruz Ramírez (1)

Mtra. Suly Sendy Pérez Castañeda (2)

Dr. Edgar Hernández Zavala (3)

- (1) Universidad Autónoma de Hidalgo, Escuela Superior de Cd. Sahagún. Domicilio en Carr. Cd. Sahagún – Otumba s/n. zona Industrial, Cd. Sahagún. Hgo. Tel. 017717172000 ext. 5300 y 5310 Email. cruzd\_r@hotmail.com.
- (2) Universidad Autónoma de Hidalgo, Escuela Superior de Cd. Sahagún. Domicilio en Carr. Cd. Sahagún – Otumba s/n. zona Industrial, Cd. Sahagún. Hgo. Tel. 017717172000 ext. 5300 y 5310 Email. ssendy\_2005@yahoo.com.
- (3) Universidad Autónoma de Tlaxcala, Facultad de Ciencias Económico Administrativas. Domicilio en avenida Rivereña s/n. Col. Centro Tlaxcala Tel. 012464621131 ext . 83404 . Email edgarhz@hotmail.com.

# **Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera**

---

## **Resumen**

El presente trabajo es resultado del proyecto de investigación denominado “Modelo estratégico para impulsar la competitividad e innovación en la PYME manufacturera en Cd. Sahagún, Hgo”, del cual se desprende una propuesta en la generación de un modelo estratégico sobre innovación considerada en el estudio como variable independiente, en relación a establecer que indicadores se deben de cuidar para impactar en el crecimiento empresarial que en la investigación funge como variable dependiente. Dicha propuesta fue determinada después de aplicar un instrumento de investigación a 32 PYMES manufactureras de la localidad, con una antigüedad mayor de 5 años y que se encuentran en etapa de subsistencia, así mismo son empresas que cuentan con la experiencia de haber pasado el periodo crítico de subsistencia. Cabe recordar que la PYME es considerada un elemento indispensable para el desarrollo económico del País, de los Estados y localidades que lo integra.

**Palabras clave:** Innovación, PYME manufacturera, Crecimiento empresarial

# **Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera**

---

## **Introducción**

Se han realizado diversos estudios sobre el porqué las empresas, y en especial las PYMES no despiertan en el ámbito de los negocios, y se han establecido diversos factores tanto internos como externos que traen como consecuencia del porque este tipo de empresas no sean competitivas y no innoven, y por consecuencia lógica no cuentan un crecimiento empresarial. La PYME, es considerada un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto en su contribución al empleo, como su aportación al producto interno bruto de estos. En México, este tipo de empresas representan un porcentaje muy elevado en relación al total de las inscritas en los padrones comerciales. Cd. Sahagún, Hgo., es un claro ejemplo de la proliferación de este tipo de empresas, ya que es considerada una zona industrial por excelencia, donde el desarrollo económico de la región se debe al sector manufacturero.

Ahora bien si este tipo de empresas son económicamente indispensables en el país surge la interrogante ¿porque estás desaparecen dentro de los primero años de su constitución? Se han establecido diversos factores tanto internos como externos que traen como consecuencia que este tipo de empresas no sean competitivas y no innoven, por lo tanto no cuentan un crecimiento empresarial. Es por ello que por medio de esta investigación se pretende determinar que indicadores inciden en la innovación para alcanzar un crecimiento empresarial. Y para efectos de este documento se presentan una propuesta de modelo estratégico, estableciendo que indicadores de innovación son mayormente sensibles en relación al crecimiento empresarial, esto se realizo con base a la aplicación de la estadística inferencial.

## **Estructura del proyecto de investigación**

### *Titulo*

Modelo estratégico para impulsar la competitividad e innovación en la PYME manufacturera en Cd. Sahagún, Hgo.

# Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera

---

## *Objetivos*

### *Objetivo General*

Elaborar un modelo estratégico que permita a la PYME manufacturera de la localidad de Cd. Sahagún, Hgo; alcanzar el nivel de competitividad e innovación que requiere para crecer y permanecer en el mercado.

### *Hipótesis de trabajo*

H<sub>1</sub> A mayor competitividad y/o innovación, mayor posibilidad de crecimiento empresarial en la PYME manufacturera de Cd. Sahagún, Hgo.

### *Variables de investigación*

Variable dependiente o endógena: Crecimiento empresarial

Variables independientes o exógenas: Competitividad e Innovación

## **Marco Teórico**

### *PYME Manufacturera*

Según datos del Centro de Estudio de las Finanzas Públicas (2004) en México establece que:

El sector manufacturero, ha sido considerado como el principal motor de crecimiento económico y desarrollo industrial del país. La industria manufacturera ha ejercido un papel determinante en el crecimiento y el desarrollo económico del país. Entre 1980 y 1990 el crecimiento económico del sector se vio afectado por las crisis económicas de 1982 y 1986, por lo que la tasa media de crecimiento anual en ese periodo fue de 2.1 por ciento, no obstante fue ligeramente mayor que la que registró el PIB total de 1.9 por ciento. De 1990 a 2000 el PIB manufacturero creció en promedio anual 4.4%, mientras que el PIB total nacional creció en 3.4% y esta ha contribuido al empleo nacional con alrededor del 12.1% del personal ocupado

# **Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera**

---

remunerado en promedio desde 1980. A tasa media anual, el personal ocupado en la industria manufacturera creció en 2.3% de 1980 a 2001. (p.p. 1-10)

Como lo cita Paredes, Hernández y Nava (2011), Según el INEGI (2012), en los datos que arroja el censo económico para el año 2008, la industria manufacturera en el país contabilizó un total de 436, 851 establecimientos, lo cual representó un considerable incremento en relación al censo del año 2003, del 5.8%.

## *Problemática de la PYME*

Se ha realizado un análisis de diversos autores sobre las problemáticas existentes en la PYME y algunos datos obtenidos son:

Para los autores Hernández, Vázquez y Domínguez (2009), consideran que:

Las Pequeñas y Medianas Empresas tienen un alto grado de mortalidad, el 50 por ciento de las empresas quiebran con tan solo un año de actividad y el 90 por ciento de las empresas mueren antes de cumplir los 5 años debido en gran parte a la falta de financiamiento para desarrollarse y expandirse (p.2).

Para Carrasco (2005), las características predominantes del porque las problemáticas en este tipo de empresas son: el componente familiar, la falta de formalidad y liquidez y problemas de solvencia. Los reportes sobre las pequeñas y medianas empresa (PYME) se pueden clasificar de dos tipos, los reportes sobre estadísticas y los reportes sobre política industrial. En ambos se reconoce que la PYME es importante para la economía y desarrollo de los países, por el número de empleos que se presentan y por su contribución de la rama en el mercado (SBA, 2001).

Francos, Baños, Coque y Pérez (2001), afirman que es un hecho contrastado que en la gestión de las pequeñas empresas apenas tienen cabida actividades de investigación y desarrollo (I+D), de diseño o de calidad industrial. En general, las PYME tratan de explotar ventajas competitivas basadas exclusivamente en el costo, adquiriendo del exterior la tecnología que precisan para vender unos productos poco diferenciados en mercados

## **Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera**

---

nacionales. Y agrega que este conjunto de características, o más concretamente esta problemática de la PYME, se acentúa en algunas regiones industriales forzando a las empresas a preocuparse más por el corto plazo, lo que hace que muy pocas de ellas puedan acceder a los programas diseñados hasta ahora por las administraciones para mejorar su competitividad e innovación.

Algunas investigaciones en España (Zorrilla, González, Acosta y Rodríguez, 2006) concluyen su investigación recomendando que las PYME deberían enfocarse a:

- Mejorar su estructura financiera.
- Incrementar su capacidad de autofinanciación.
- Facilitar el acceso a líneas de financiación flexibles a largo plazo que permitan reducir la dependencia del crédito bancario a corto plazo y del crédito de provisión, que elevan considerablemente el coste de capital de la empresa y reducen su capacidad futura de generación de recursos.

### *Factores que influyen en el desarrollo y crecimiento empresarial de la PYME.*

En diversas investigaciones (De la Rosa, 2000; Carrasco, 2005; Cabrera, y Mariscal, 2005; Hernández, 2009) coinciden en algunos factores que influyen totalmente en el desarrollo y crecimiento empresarial de las pequeñas empresas y son los siguientes: Falta de insumos, Falta de mercado, problemas con los clientes, excesiva competencia, falta de fuentes de financiamiento, carencia de información financiera, así como falta de liquidez.

### *Importancia del sector manufacturero en el Estado de Hidalgo*

Según datos que establece el INEGI (2012), Las actividades que más destacan dentro de este sector son: productos metálicos, maquinaria y equipo, que generan el 24.0 %. Los minerales no metálicos, excepto derivados del petróleo, tuvieron un aporte del 24.7 % del producto industrial de la entidad. De lo anterior se desprende que la industria manufacturera en Hidalgo no sólo se encuentra ligada con la producción primaria del Estado, como en el caso de la refinación de hidrocarburos, sino que se ha desarrollado en sectores

# **Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera**

---

independientes al primario, como en la fabricación de locomotoras, carros de ferrocarril y camiones en el complejo industrial de Ciudad Sahagún. Por otro lado existe una importante industria cementera en Tula de Allende y una destacada refinería en este mismo municipio, así como una industria textil con tecnología de punta en Tepeji del Rio y Tulancingo.

## *Industria manufacturera en el Municipio de Tepeapulco, Hgo.*

Cd. Sahagún, es y sido considerado un importante corredor industrial de la entidad, en buena medida debe su crecimiento a la ubicación geográfica de la entidad, que lo sitúa cerca del principal centro de consumo nacional, como lo es Distrito Federal. Es reconocida a nivel nacional e internacional por la alta diversificación industrial, cuyas líneas de producción incluyen la construcción de equipo ferroviario, fabricación y ensamble de vehículos e industrias básicas del hierro y del acero. Actualmente la industria manufacturera dentro del municipio de Tepeapulco, Hgo, es de gran importancia, en este momento se encuentran vigentes según datos del INEGI (2012), 287 unidades económicas, PYME, que van de 0 a 250 trabajadores, de este sector económico.

## *Modelización*

Según Carminatti (2010), la Modelización es considerada un arte de construir, monitorear y perfeccionar un esquema que permita capturar, interpretar y representar la compleja estructura de variables e interrelaciones que influyen, condicionan y determinan el comportamiento de una realidad o problemática específica y constituye una herramienta indispensable que coopera con la alta dirección de las empresas en favor del proceso de toma de decisiones, planificación, gestión, control y monitoreo; todo ello integrado en un proceso dinámico que se retroalimenta y perfecciona continuamente conforme sea su utilización comprometida y perseverante.

# Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera

---

## Diseño metodológico de la investigación

### *Tipo de estudio.*

Investigación de tipo *mixto*, ya que empleara la investigación cualitativa y cuantitativa para la obtención de resultados. Será una *investigación cualitativa*, porque se pretenden analizar actitudes (Méndez y Peña, 2007). Y para concluirla se realizara una *investigación cuantitativa* debido a que los datos obtenidos se les tienen que asignar un valor para poder obtener un resultado (Rojas, 2011). El tipo de investigación abordado, para el nivel requerido para esta problemática, corresponde a un estudio tanto descriptivo y correlacional, como explicativo. Es una investigación el *aspecto micro-social*, debido a que está orientado al análisis de unidades administrativas, que son PYME (de 11 a 250 empleados), del sector manufacturero en Cd. Sahagún Hgo. Será una *investigación no experimental*, “Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables.” (Jurado, 2011, p. 33). Así mismo, será una investigación *transaccional* debido a que se pretende estudiar los fenómenos en un momento en destiempo.

### *Universo de estudio y Tamaño de la muestra*

Se ha determinado como objeto de estudio, las PYMES manufactureras en Cd. Sahagún, Hgo. Se encuentran vigentes según datos del INEGI (datos a julio 2012), 287 unidades económicas. Para efectos de la investigación solo se tomarán en consideración el universo de 36 PYME que cumplen con las siguientes condicionantes: ubicación geográfica solo en la localidad de Cd. Sahagún Hgo. con una planta trabajadora de 11 a 250 trabajadores.

La población total sujeta a análisis es de 36 unidades económicas y de acuerdo al empleo de una fórmula matemática aplicable a una muestra probabilística para una población finita conocida, será de 32 PYMES, que representa el 88% del universo de estudio. Y el muestreo a utilizar será probabilístico.

# **Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera**

---

## *Diseño del instrumento de investigación*

Méndez y Peña (2007), comentan que como requisito indispensable para la redacción de dichos ítems, se debe revisar información bibliográfica, por lo tanto se realizó una revisión documental de temas relativos a la investigación en cuestión y se concluye mencionando que existen diversos autores que han establecido dimensiones e indicadores para medir, tanto la competitividad como son (Martínez, 2003; De la Cruz, Morales y Carrasco, 2006; Deloitte y U.S. on Competitiveness in manufacture, 2010; así como Rubio y Aragón, 2001), para la innovación (Gross, 2010 y Acosta, 2006) y en cuanto a el crecimiento empresarial (Martínez, 2010 y Blazquez, Dorta y Verona, 2006).

## *Confiabilidad y validación del instrumento*

Se elaboró un cuestionario inicial el cual se sometió a evaluaciones previas para determinar su grado de confiabilidad por medio del análisis de expertos y validez por medio de prueba piloto. La confiabilidad del instrumento se aplicó con 6 expertos en investigación. Los datos obtenidos de dicha aplicación se cargaron al sistema SPSS y se analizaron por medio del estadístico de fiabilidad denominado Alfa de Cronbach, arrojando un puntaje de .845, tomando en consideración que la regla para su validación va de 0 a 1 y si el puntaje obtenido se acerca a 1 se valida como confiable el instrumento. Una vez evaluado el instrumento, se realizaron las correcciones pertinentes. Para realizar la validación del instrumento Méndez y Peña (2007) mencionan que la forma para validar un instrumento se aplico el instrumento al 15% del tamaño de la muestra, y el estadístico de fiabilidad obtuvo un puntaje de .928 y tomando en consideración la regla anteriormente expuesta de 0 a 1, cuando el resultado obtenido se acerque a 1 se da por cumplida la regla y se considera satisfactoria dicha prueba de validación

## *Diseño del cuestionario*

Se procedió a elaborar el cuestionario nuevamente para su aplicación final que consta de 30 ítems distribuidos en 4 bloques: Datos generales, Competitividad, Innovación y Crecimiento empresarial.

# **Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera**

---

## *Escala de medición*

El instrumento de investigación se elaboró tomando en consideración la escala de valoración por Likert, ya que es una escala de nivel ordinal y se caracteriza por ubicar una serie de frases o enunciados seleccionados en una escala, con grados de acuerdo/desacuerdo. Con una escala de valuación de 5 a 1.

## *Recolección y procesamiento de datos*

La aplicación del instrumento de investigación se realizó, bajo el siguiente esquema: llamada telefónica, envío de email a personal y/o visita a las instalaciones de la empresa. Una vez aplicadas los cuestionarios se procede a la captura de datos en usando Office (Word y Excel) y SPSS versión PASW Statistic 18.

## **Aplicación de la estadística inferencial**

Se utilizó la herramienta estadística para dar respuesta a los objetivos de investigación (cualitativa.-medición de actitudes), mediante la operacionalización de los datos obtenidos a través de un cuestionario en escala de Likert (nivel de medición ordinal), a fin de realizar un análisis estadístico cuantitativo para conocer el comportamiento, relación de dependencia y grado de correlación de las variables sujetas a estudio. Para ello se aplicó la determinación del coeficiente de correlación por rangos de Spearman (Rho), Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 332) establece que es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal, por lo que individuos u objetos de la muestra pueden ordenarse por rangos (jerarquías). Así también permite explicar la dirección (positiva o negativa) de una relación, así como la proporción de la variación en los rangos de Y, explicada por el conocimiento de los valores del rango de X. Aplica sólo para variables de carácter ordinal" (García, 2009, p. 89). Este coeficiente, toma valores que varían de -1.0 a +1.0 que indica la dirección de la relación (positiva o negativa), y el valor absoluto del coeficiente indica el grado de la relación entre las variables analizadas (por pares); los valores absolutos mayores indican que la relación es mayor. El valor cero indica la ausencia de relación.

# Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera

## Resultados

Atendidos los puntos anteriores y con base a datos estadísticos y observación de las unidades de estudio, se realiza una propuesta de modelo estratégico para impulsar el crecimiento empresarial en la localidad de Cd. Sahagún, Hgo.

### *Indicadores que favorecen el crecimiento en empresarial en relación a la innovación*

Para determinar los indicadores de mayor sensibilidad en relación a la innovación con respecto al crecimiento empresarial, se analizan los datos a través de una matriz de doble entrada (Ver tabla núm. 1).

**Tabla núm. 1 Indicadores de innovación favorables para el crecimiento empresarial (Análisis estadístico inferencial).**

VARIABLES INDEPENDIENTES		Variable de Innovación									
		RELEVANCIA DE QUE POSEA MARCAS	RELEVANCIA DE GENERAR PATENTES	RELEVANCIA DE GENERAR NUEVOS PRODUCTOS	RELEVANCIA DE LAS CAMPAÑAS DE MARKETING QUE HA REALIZADO	IMPACTO DE CAMPAÑAS DE MARKETING	CONSIDERACIÓN DE INVERSIÓN EN NUEVA TECNOLOGÍA	CONSIDERACIÓN DE CURSOS DE CAPACITACIÓN Y ACTUALIZACIÓN ULTIMO AÑO	OPORTUNIDAD NUEVAS CONTRATACIONES MANEJE NUEVAS TECNOLOGIAS	CONSIDERA RELEVANTE LA INNOVACIÓN	
VARIABLE DEPENDIENTE "CRECIMIENTO EMPRESARIAL"	CONSIDERACIÓN SATISFACCIÓN NECES MERCADOS	Coeficiente de correlación	-0.423	-0.205	-0.099	0.709	0.457	-0.017	0.807	0.874	0.230
	CONSIDERACIÓN IMPORTANCIA DE EXPORTACIÓN PRODUCTOS	Coeficiente de correlación	0.014	0.063	-0.341	0.389	0.534	-0.082	0.301	0.460	0.195
	CONSIDERACIÓN DE CALIDAD DE PRODUCTOS EXPORTADOS	Coeficiente de correlación	-0.204	-0.137	-0.364	0.589	0.551	-0.100	0.526	0.579	0.188
	TAMANO ADECUADO DE LA EMPRESA	Coeficiente de correlación	0.106	0.317	0.385	0.599	0.466	0.564	0.751	0.627	0.492
	CONSIDERACIÓN SOBRE SITUACIÓN FINANCIERA	Coeficiente de correlación	-0.058	0.290	0.336	0.546	0.222	0.020	0.417	0.461	-0.358
	IMPORTANCIA DE REALIZAR PROYECCIONES FINANCIERAS	Coeficiente de correlación	0.180	0.459	0.088	0.611	0.547	0.126	0.531	0.616	0.150
	CONSIDERACIÓN SOBRE LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA	Coeficiente de correlación	0.255	0.278	-0.028	0.578	0.491	-0.165	0.615	0.714	0.296
	CONSIDERACIÓN SOBRE UBICACIÓN INICIAL Y ACTUAL	Coeficiente de correlación	0.302	0.539	0.309	0.615	0.604	0.250	0.531	0.457	0.115
CONSIDERACION GENERACION NUEVOS EMPLEOS	Coeficiente de correlación	-0.372	-0.434	-0.276	0.183	-0.027	-0.327	0.247	0.360	0.192	



**Fuente:** Elaboración propia según datos del sistema SSPS

La información que arroja este análisis, establece que los indicadores de relevancia de poseer marcas y patentes, la generación de nuevos productos, consideración de inversión en nueva tecnología así como la relevancia de la innovación no cuentan con coeficientes de correlación superiores al rho crítico, en ningún indicador del crecimiento empresarial.

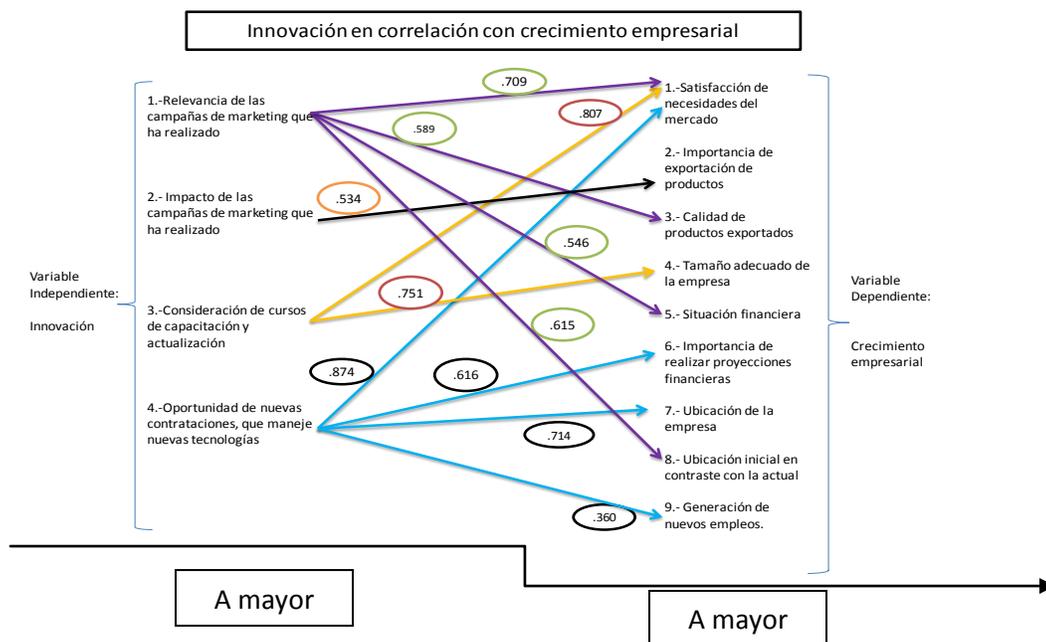
# Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera

Lo contrario sucede en relación a los indicadores del crecimiento empresarial ya que los 9 indicadores por lo menos en un indicador de la innovación, se encuentran con coeficientes de correlación superiores a rho crítico lo que arroja como resultado que si existe una correlación positiva en relación al crecimiento empresarial, por lo tanto son indicadores que se deben de procurar.

## Propuesta del Modelo de Estratégico para impulsar el crecimiento empresarial con base a los indicadores de Innovación.

Con lo que respecto a los indicadores de innovación la PYMES manufactureras tendrán que trabajar y mantener 4 indicadores que de acuerdo a datos estadísticos son de vital importancia para que este tipo de industria en Cd. Sahagún, para alcanzar el tan añorado crecimiento empresarial como se puede observar en el diagrama núm. 2.

**Diagrama núm. 2 Modelo de Estratégico para impulsar el crecimiento empresarial con base a los indicadores de Innovación.**



**Fuente:** Elaboración propia, según datos del sistema SSPS

Como se menciono con anterioridad, para innovación solo 4 indicadores del total de los analizados, están directamente correlacionados positivamente con los 9 indicadores del crecimiento

# **Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera**

---

empresarial, esto nos lleva a determinar que hay indicadores de innovación que impactan no solo en un solo indicador de crecimiento empresarial sino en más de 2 como es el caso de la relevancia y el impacto de las campañas de marketing, los cursos de capacitación y actualización para su personal y las contrataciones de personal que manejen nuevas tecnologías, esto es, si se trabajan con estos 4 indicadores la empresa crecerá, en todos sus aspectos, como es satisfacción de sus mercados, generación de nuevos empleos, su tamaño, en la calidad de sus productos y obviamente en relación a su situación financiera.

## **Conclusiones**

Después de aplicar el instrumento de investigación a 32 empresas PYME del sector manufacturero, de Cd. Sahagún, Hgo. cumpliendo los requisitos de la investigación y con un periodo de vida de más de 5 años, se hizo uso de la estadística inferencial por medio del método Spearman, con una matriz de correlación bivariada, se determinó el grado de asociación de los indicadores de innovación (variable independiente) hacia el crecimiento empresarial (variable dependiente), lo que permitió determinar que indicadores de esta variable impacta en el crecimiento empresarial de las PYMES manufactureras, determinando que solo 4 indicadores de los 9 analizados muestran sensibilidad con los 9 indicadores del crecimiento empresarial de manera positiva y que estos indicadores impactan no solo en un indicador del crecimiento sino en varios de ellos. Con los resultados obtenidos se elabora una propuesta de modelo estratégico que permita a este sector económico crecer.

## **Referencias Bibliográficas**

- Acosta, J. (2006) *Innovación y propiedad industrial*. España. Editorial Universidad Politécnica de Valencia, España.
- Blazquez, F., Dorta, J & Verona, M. (2006) *Concepto, Perspectivas y Medidas del Crecimiento empresarial*. Colombia. Cuadernos de Administración, Pontificia Universidad de Javeriana.

# Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera

---

- Cabrera, R. y Mariscal, M. (2005). *Caja de ahorro como opción para el financiamiento de micro y pequeños empresarios*. Recuperado el 22 de enero de 2012, de: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/ladi/cabrera\\_d\\_r/capitulo4.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ladi/cabrera_d_r/capitulo4.pdf)
- Carminatti, H. (2010). *Que es Modelización & Simulación*. Referencia en línea. Recuperado el 23 de abril de 2014 de <http://www.carminatti.com.ar/ModelizacionSimulacion/Default.aspx>
- Carrasco, A. (2005). *La micro y pequeña empresa mexicana*. Observatorio de la Economía Latinoamericana, (45), 11-19
- Centro de Estudios de las Finanzas Públicas (2004). *Evolución del sector Manufacturero en México 1980-2003*. Recuperado el 27 de marzo de 2012 de <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0022005.pdf>
- De la Rosa, A. (2000). *La micro, pequeña y mediana empresa en México: sus saberes, mitos y problemática*. Iztapalapa, (48), pp. 183-220
- De la Cruz, Morales y Carrasco (2006). *Determinación de la competitividad en la PYME Latinoamericana*. Revista de investigación Institucional, pp. 3. Referencia en Línea. Recuperado el 19 de marzo de 2012 de <http://www.alafec.unam.mx/docs/pymes.pdf>
- Deloitte y Coucil on Competitiviness (2010) *Índice global de competitividad en manufactura 2010*. Recuperado el 11 de julio de 2012, de [http://www.deloitte.com/.../mx\(es-mx\)indiceGLOBALmanufactura\\_deloitte](http://www.deloitte.com/.../mx(es-mx)indiceGLOBALmanufactura_deloitte)
- Franco M., Baños J., Coque J. & Pérez E. (2001). *La innovación tecnológica como factor de competitividad*. Revista Dirección, organización y administración de empresas. N° 25, pp. 60-68.
- García, B. (2009). *Manual de métodos de investigación para las ciencias sociales: Un enfoque de enseñanza basado en proyectos*. 1a ed. Universidad Nacional Autónoma de México; El Manual Moderno, S.A. de C.V.
- Gross, M. (2010) *Como medir la creatividad e innovación: 15 indicadores clave*. . Recuperado el 18 de octubre de 2012 de <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/957378/Como-medir-la-creatividad-e-innovacion-14-indicadores-clave.html>
- Hernández, J. (2009). *Políticas de Apoyo a la Internacionalización de las PYMES Mexicanas*. Recuperado el 22 de enero de 2012, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lni/hernandez\\_t\\_ja/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/hernandez_t_ja/capitulo3.pdf)

# Propuesta De Un Modelo Estratégico De Innovación Para Alcanzar El Crecimiento Empresarial En La PYME Manufacturera

---

- Hernández, H., Vázquez, M. & Domínguez, E. (2009). *La pequeña y mediana empresa, datos relevantes y sus prácticas de gobierno corporativo y administración de riesgo*. Recuperado el 23 de enero de 2012, de <http://cocyteh.hidalgo.gob.mx/descargables/ponencias/Mesa%20I/16.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México, 5a ed. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Jurado, Y. (2011). *Metodología de la investigación*. México. Esfinge Grupo Editorial 2011 5ta. Reimpresión.
- Martínez, E. (2003). *La Competitividad de la empresa*. Referencia en línea. Recuperado el 08 de marzo de 2012 de [www.azc.uam.mx/csh/economía/.../presentación\\_04\\_em.ppt](http://www.azc.uam.mx/csh/economía/.../presentación_04_em.ppt)
- Martínez, S. (2010). *Competitividad, innovación y empresas de alto crecimiento en España*. España. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Méndez, L. & Peña, J. (2007) *Manual práctico para el diseño de la escala Likert*. México. Trillas.
- Paredes, V., Hernández, E. y Nava, V. (2011) *La Pyme Una realidad en el desarrollo nacional (Un acercamiento científico al estudio de la pequeña y mediana empresa en México)*. México. Universidad Autónoma de Tlaxcala.
- Rojas, F. (2011) *Características de la Investigación Cualitativa vs Cuantitativa*. Recuperado el 6 de noviembre de 2012 de <http://spanishpmo.com/index.php/caracteristicas-de-la-investigacion-cualitativa-vs-cuantitativa/comment-page-1/> de
- Rubio A. y Aragón A. (2008). *Recursos Estratégicos en las Pymes, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 17, núm. 1, pp. 103-126.
- SBA (Julio, 2001). *El impacto económico en las pequeñas empresas*. Referencia en línea. Recuperado el 20 de marzo de 2012 de <http://dgsa.uaeh.edu.mx/bdigital/servicios.php>
- Zorrilla S., González E., Acosta M. y Rodríguez R. (2006). *Intangible Capital*, Vol. 2, Nº. 2, pp. 259-276. Referencia en línea. Recuperado el 06 de marzo de 2012 de <http://dgsa.uaeh.edu.mx/bdigital/servicios.php>
- (2012) INEGI/encuesta industria mensual y Directorio Estadístico Nacional de unidades económicas (DENUE)