

IV Encuentro Estatal de Investigación en Ciencias Administrativas

Características de las MIPYMES innovadoras: análisis a partir del estudio
estratégico en el estado de Hidalgo

Ciencias Económicas

Cesar Salazar Hernández

Alumno

Maestría en Gestión Administrativa

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias Económico Administrativas

cesar.salazar@dauhim.com

Blanca Cecilia Salazar Hernández

Profesor-Investigador

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias Económico Administrativas

salazar.bc@gmail.com

Ciudad Universitaria

Carretera Pachuca-Tulancingo km. 2.5

Pachuca, Hidalgo

Tels. 01-771-71-72-000 ext. 6208

Pachuca, Hgo. 1 y 2 de Julio de 2009

Resumen

A partir del análisis de las características y de la estrategia de desarrollo de la empresa, investigadores han clasificado a las empresas en exploradores, analizadoras, defensivas y reactivas, cada tipo de empresa responde a aspectos particulares de operación, estrategia y desarrollo. En el estado de Hidalgo se realizó una investigación orientada al análisis estratégico de la micro, pequeña y mediana empresa, a partir de los datos obtenidos de las unidades económicas encuestadas, se realiza un análisis particularmente de las empresas que se identifican con una estrategia innovadora en la cual se describen diferentes aspectos.

1. Características de las organizaciones innovadoras

De acuerdo con Miles and Snow (1978), las empresas se clasifican en exploradoras (innovadoras), analizadoras, defensivas y reactivas, de acuerdo a su orientación estratégica. Las organizaciones defensivas, resultan ser empresas que se encuentran en mercados estrechos y limitados; están dedicadas a un área determinada y no tienen interés en buscar nuevas oportunidades de negocio, ya que se consideran expertas en su área; su estrategia radica, en proteger su parte de mercado, por lo que están orientadas a la reducción de costos y a la mejora de la eficiencia. En lo relacionado a la tecnología, estructuras y proceso requieren pocos ajustes. Las organizaciones exploradoras, buscan oportunidades de mercado, por lo que están abiertas a procesos de innovación en sus productos o procesos, esto les permite responder a los cambios o exigencias del mercado; suelen propiciar los cambios en el sector, ya que poseen tecnología flexible, estructura organizativa descentralizada y flexibilidad en el estilo de dirección.

El objeto de estudio de este trabajo son las organizaciones exploradoras del estado de Hidalgo y sus características generales

Innovación

La innovación se describe como un conocimiento nuevo que ofrece: generar o mejorar un nuevo producto, servicio, proceso técnico o administrativo, el cual es realizado a partir del estudio de necesidades o expectativas de los clientes; sin embargo para que la innovación tenga el impacto esperado en la organización, se debe comercializar o debe ayudar a la comercialización de los productos actuales (Afuah, 1999; Sánchez y Chaminade, 1996). Este conocimiento puede ser desarrollado o adoptado por la organización, pero sólo al ser aplicado a la satisfacción de una necesidad específica se convierte en innovación.

La innovación es un proceso que resulta en la aplicación de una nueva idea (García, Mareo, Molina, Quer, 1999), es un concepto muy amplio que no se limita

al ámbito de la tecnología o al uso e incorporación de las TIC's. Dentro de los aspectos a innovar están: nuevos productos, procesos productivos, proceso de marketing, formas de distribución, nuevos sistemas de dirección o formas organizativas, entre otros (García, et al, 1999); de hecho la definición dada por la OCDE a la innovación, engloba una amplia gama de posibles innovaciones: *“Innovación es la introducción de un nuevo producto o significativamente mejorado, producto(bien o servicio), de un proceso, método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores”*, (Manual de Oslo, 2005). De las diferentes formas de innovación, se deriva la tipología, misma que analiza los diferentes ámbitos de aplicación, así como los efectos que puede causar en las organizaciones.

2. Metodología

El presente trabajo se deriva de la I investigación desarrollada por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo y las Universidades de Cantabria, Murcia y Politécnica de Cartagena, la cual fue orientada a la investigación de los aspectos estratégicos de la micro, pequeña y mediana empresa en el estado de Hidalgo.

Para el levantamiento de los datos se diseñó un cuestionario estructurado en cuatro bloques; en el primero se solicitan los datos generales de la unidades económica y su director, seguido por el bloque donde se documentan aspectos como planeación, orientación estratégica, factores de desarrollo y éxito de la empresa; el bloque número tres documenta la estructura de la organización y las prácticas de recursos humanos, finalmente el cuarto bloque documenta factores relacionados con la tecnología, innovación, calidad, así como aspectos contables y financieros.

La muestra se estructuró por tamaño de empresa y por sector empresarial. La clasificación por tamaño se estableció por el número de personas empleadas en la misma ubicando tres tamaños, micro (1 a 10 personas), pequeñas (11 a 100 personas), medianas (100 a 250 personas); en lo relacionado con los sectores se consideran 7 sectores y/o subsectores, tomado como referencia la clasificación del SCIAN (sistema de clasificación industrial para América del Norte). Se utilizó la fórmula para muestra estratificada en poblaciones finitas con un error máximo de estimación de 0.05 puntos y un nivel de confianza de 95%, dando como resultado 373 unidades económicas con la clasificación que se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Distribución de la muestra

SECTOR	TAMAÑO			Total
	Microempresas	Pequeñas	Medianas	
Agroindustria	2	10	0	12
Industria de transformación y artesanías	24	32	18	74
Industria de la construcción	8	13	4	25
Comercio	86	45	10	141
Turismo	19	29	1	49
Transporte y comunicaciones	3	4	0	7
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	33	29	3	65
Total	175	162	36	373

Sin embargo se levantaron más de 400 encuestas, aceptando un total de 407 con la siguiente distribución:

Tabla 2. Distribución de la muestra levantada

SECTOR	TAMAÑO			Total
	Microempresas	Pequeñas	Medianas	
Agroindustria	2	11	1	14
Industria de transformación y artesanías	17	35	17	69
Industria de la construcción	8	1	1	10
Comercio	9	15	4	28
Turismo	95	50	10	155
Transporte y comunicaciones	20	31	1	52
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	3	4	0	7
Total	37	31	4	72

3. Análisis de las empresas innovadoras hidalguenses

En general de las 407 unidades económicas encuestas, el 46.93% son microempresas, el 43.73% son pequeñas y el 9.34% son medianas, están concentradas principalmente en el sector comercio (38.08%), seguidas por el 17.69% de unidades económicas orientadas al sector servicio y el 16.95% pertenecientes al manufacturero; las empresas son en su mayoría maduras (53%), al contar con más de 10 años de edad; con un control de carácter familiar (76%).

En lo que respecta al tipo de organización (orientación estratégica) como se muestra en la tabla 3, se observa que el 36.6% de las organizaciones se consideran analizadoras, seguidas por el 33.2% que son exploradoras, el 24.3 % afirman ser defensiva, mientras que el 5.9% no cuenta con una estrategia definida.

Tabla 3. Tipo de organización u orientación estratégica

Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Exploradoras	135	33.2%
Analizadoras	149	36.6%
Defensivas	99	24.3%
Sin estrategia definida	24	5.9%
Total	407	100.0%

El análisis lo centraremos en las unidades económicas que consideran que responden a su entorno con estrategia exploradora, es decir que se centran en la innovación de sus productos, procesos y/o servicios.

En términos generales encontramos los siguientes aspectos en las empresas exploradoras y/o innovadoras:

- a) **Tamaño:** de las 135 empresas exploradoras el 41.5% son microempresas, el 47.4% son pequeñas y el 11.1% son medianas.
- b) **Sector:** el 38.5% de las unidades encuestadas pertenecen al sector comercio, seguidas del 17% de unidades económicas orientadas al sector servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales; los sectores manufacturero y turístico contemplan el 4.8% de las unidades económicas cada uno.
- c) **Edad:** las empresas innovadoras son mayoritariamente maduras es decir cuentan con más de 10 años de edad (54.1), el 45.9% cuentan con menos de 10 años desde su creación.
- d) **Control:** el 76% de las organizaciones son de carácter familiar, únicamente el 24% está bajo el control mayoritario no familiar.
- e) **Personalidad jurídica:** el 54.8% de las unidades económicas están conformadas en una sociedad mercantil, de las cuales el 62.2% están conformadas en una sociedad anónima de capital variable, el 21.6% están

establecidas en sociedades no especificadas y el 13.5% son sociedades anónimas.

- f) **Edad del dirigente:** el 30.40% de los dirigentes tiene entre 41 y 50 años de edad, seguido por el 25.2% que están entre 31 y 40 años, el 15.6% tiene entre 51 y 60 años, mientras que el 16.30% de los dirigentes tiene entre 20 y 30 años y el 12.60% cuentan con más de 60 años.

En lo relacionado con la planeación estratégica, el 60.74% de las empresas afirma haber realizado planes, en específico el 75% los establece a un año y sólo el 25% a más de un año.

Al analizar el tipo de alianzas que las organizaciones exploradoras han realizado en los últimos 2 años, encontramos que aunque las empresa han realizado alianzas para actividades comerciales, compartir almacenes y transporte, desarrollo de nuevas tecnologías, producción y presentaciones de servicio, asícomo para la compra y el abastecimiento, estas aun son limitadas; siendo las alianzas para actividades comerciales las más frecuentes (*tabla 4*).

Tabla 4. Tipo de alianzas realizadas en los últimos 2 años

Tipo	No	Si
Compartir almacenes, transporte y otros	93.28%	6.72%
Desarrollo de nuevas tecnologías	87.31%	12.69%
Actividades comerciales	67.16%	32.84%
Producción y prestación de servicios	70.90%	29.10%
Compra y abastecimiento	70.15%	29.85%

Como se muestra en la tabla 5, al analizar algunos factores que han ayudado al éxito de las empresa en los últimos dos años, se pregunto a los dirigentes el nivel de importancia que habían tenido algunos factores; la escala está predeterminada del 1 al 5, donde 1 es poco importante y 5 muy importante. El análisis de los datos

nos muestra que aspectos relacionados directamente con la innovación, como el desarrollo de nuevos productos/servicios, proceso tecnológico centrado en tecnologías flexibles e innovadoras, flexibilidad del proceso productivo o comercial y los esfuerzos en I+D, muestran una media por arriba de 4 lo que indica que para las empresas han sido muy importante.

Tabla 5. Factores clave para el éxito y desarrollo de las empresas exploradoras

Factor	Media
Calidad del producto / servicio	4.74
Desarrollo de nuevos productos / servicios	4.61
Proceso tecnológico centrado en tecnologías flexibles e innovadoras	4.43
Flexibilidad del proceso productivo o comercial	4.32
Esfuerzo en I+D	4.05
Preparación y formación del personal	3.93

Así también en algunos de factores que son de impulso para la innovación, observamos que la calidad es considerada como muy importante, aun cuando el número de MIPYMES con certificación de calidad es limitado; mientras que la preparación y formación de personal muestra una media de 3.93, es decir solo se considera como importante.

Conclusiones

Aunque un porcentaje considerable de las organizaciones en el estado de Hidalgo, afirma operar bajo una orientación estratégica innovadora o exploradora, encontramos al analizar algunos de los aspectos relacionados con la innovación que estos son limitados, lo que nos lleva a plantear en una segunda etapa una investigación dirigida al análisis específico de la innovación en la MIPYMES con el objetivo de establecer y comprar si realmente realizan innovación y en que campos.

Referencias Bibliográficas

Afauh, A. (1999). La dinámica de la innovación organizacional, *El nuevo concepto para generar ventaja competitiva y rentabilidad*. México; Oxford, University Press.

García, L. F., Mareo L.B., Molina A. J.F., Quer, R. D. *La capacidad innovadora como intangible empresarial: una aproximación a través de la gestión del conocimiento*. Revista Espacios. 20 (3) pp 1-4

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). Censo Económico 2004

Miles, R.E.; Snow, C.C. (1978). *Organizational strategy, structure, and process*. New Cork: McGraw-Hill

OCDE (2005). Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación. (3ra. Edición). OCDE y EUROSTAT.

Sánchez, M. y Chamina, C. (1996). *El proceso de innovación en las empresas españolas. Análisis de las encuestas de innovación*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid Y Becaria FPI de la Comunidad de Madrid.