

LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LA INNOVACIÓN Y PERMANENCIA DE LAS MIPYMES

Delia Arrieta Díaz, Universidad Juárez del Estado de Durango

Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez del Estado de Durango

José Enrique Luna Correa, Universidad de Guanajuato

María Azucena Rivera Santillán, Escuela Normal del Estado de Durango

Miguel Ángel Meléndez Guerrero, Universidad Juárez del Estado de Durango

Jesús Guillermo Sotelo Asef, Universidad Juárez del Estado de Durango

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es conocer la importancia de la planeación estratégica en la innovación y permanencia de las MiPyMES en el Estado de Durango, México. Los resultados obtenidos permiten identificar que a mayor realización de planeación estratégica formal la innovación se ve favorecida, sobretudo la innovación en productos y servicios, seguida de la innovación en procesos operativos y finalmente en administración. Los beneficios de la planeación están debidamente documentados académicamente, sin embargo la evidencia de su aplicación en las MiPyMES es escasa. La relevancia de este estudio, es que por cuestiones orográficas se generan pocos estudios en el Estado de Durango, con los resultados obtenidos se podrían desarrollar políticas económicas de apoyo a las empresas, ya que se partiría de la realidad de ellas y no de supuestos políticos. Se muestra el panorama de las empresas existentes en el Estado de Durango en relación a variables como la planeación estratégica, la innovación en productos y servicios, en procesos operativos y en la gestión.

PALABRAS CLAVES: Planeación Estratégica, Innovación, Permanencia, MiPyMES

THE IMPORTANCE OF STRATEGIC PLANNING AS SYSTEM INNOVATION AND PERMANENCE OF MiPyMES

ABSTRACT

The objective of this research is to understand the importance of strategic planning in innovation and permanence by SMEs in the State of Durango, Mexico. Results show that SMEs' innovation, especially innovation in products, services and business process, benefits from formal strategic planning. The benefits of planning are well documented academically, but evidence of its application in SMEs is scarce. The relevance of this study is that by orographic issues few studies are generated in the state of Durango. The results from this study may be useful for policymaker in developing economic policies to support companies. The overview of existing companies is displayed in the State of Durango in relation to variables such as strategic planning and innovation in products and services, business processes and management.

JEL: M19

KEYWORDS: Strategic Planning, Innovation, Permanence, SMEs

INTRODUCCIÓN

Tratando de entender a las organizaciones, se considera que hoy en día deben estar en condiciones de responder a lo que es completamente impredecible, dentro de los límites de la misión y principios guía de la organización. En diferentes trabajos de investigación se ha planteado la relación entre las diferentes estrategias o técnicas de dirección que adoptan las empresas y el éxito obtenido en términos de competitividad.

El objetivo de este estudio es conocer la importancia de la planeación estratégica formal en la aplicación de innovación en las MiPyMES en el Estado de Durango. Para esta investigación de tipo descriptiva se tomó una muestra de 345 empresas; el universo de estudio se determinó conforme al número de empleados generándose tres grupos: micro, pequeña y mediana empresa, considerando que no han sido incluidas las empresas con menos de 6 trabajadores, ni más de 250 empleados. El tamaño de la muestra fue calculado considerando un nivel de confianza del 95% y el diseño general de la misma se fundamenta en los principios de muestreo estratificado para poblaciones finitas, asimismo la técnica para recopilación de información fue una encuesta personal, utilizando como soporte un cuestionario auto administrado dirigido al gerente de la organización.

La contribución de este trabajo es identificar la situación por la que atraviesan la micro, pequeña y mediana empresa en el estado en cuanto a la realización de planeación estratégica formal y su relación con la innovación en procesos operativos, productos y servicios y en administración. Ya que conforme a las necesidades regionales cada día es más importante generar conocimiento en la localidad para efectos de consolidar a las empresas de este tipo, puesto que captan la mayoría de los empleos generados en el Estado.

Los resultados obtenidos en la investigación indican que la empresa a mayor realización de planeación estratégica formal (PEF) también aplica más innovación en productos y servicios, en administración y en procesos operativos, además le asigna un mayor nivel de importancia a la misma en sus tres tipos. Es interesante mencionar que las empresas encuestadas se inclinan más por la innovación en productos y servicios en lugar de la innovación en los procesos, ya que se infiere que si se innova en los procesos también impacta en los productos y servicios; por otro lado es sorprendente que dejen la innovación en administración al final, sin embargo es coherente ya que aproximadamente la mitad no realiza una plan estratégico formal a más de un año.

Es necesario mencionar que la literatura académica indica la necesidad imperiosa de planear de una manera formal a largo plazo ya que ello indica que se están estableciendo estrategias de desarrollo y consolidación, sin embargo las MiPyMES pareciera que le dan mayor importancia a los producción para efectos de asegurar las ventas y dejan de lado a la planeación estratégica, considerando esto como una conducta reactiva de sobrevivencia.

Para finalizar para ser competitivas las MiPyMES se deben ajustar a los cambios en un ambiente interno y externo inestable, deben tener la capacidad estratégica de la organización que incluye ampliamente la innovación y la investigación y desarrollo.

La investigación está organizada en cuatro apartados. En la sección de revisión literaria se presenta literatura relevante sobre la administración estratégica e innovación y se muestra una panorámica general del Estado de Durango México, después en la sección de metodología se describe el estudio, en la sección de resultados se presentan los resultados obtenidos en la investigación y finalmente en las conclusiones se procede a evaluar e interpretar los resultados.

REVISIÓN LITERARIA

Administración Estratégica e Innovación

En la actualidad muchas empresas utilizan la administración estratégica aunque el nivel de complejidad y formalidad varía considerablemente conforme al tamaño de la empresa, nivel académico de los gerentes, estabilidad en el mercado, entre otras variables.

La incertidumbre influye mucho en la planeación, como lo menciona Koontz (2013), efectivamente la empresa se encuentra inmersa en un ambiente de incertidumbre en el que no se saben los cambios en el ambiente interno y externo, por lo cual la planeación se hace una herramienta indispensable en la administración estratégica.

Para David (2013), el término de dirección estratégica se utiliza como sinónimo de la planeación estratégica y de administración estratégica; la planeación estratégica se usa más en los negocios y la dirección estratégica en el ambiente académico. En ocasiones, el término dirección estratégica se emplea para referirse a la formulación, implantación y evaluación de la Estrategia; mientras que el de planeación estratégica, se refiere sólo a la formulación de la Estrategia. Para dicho autor, la dirección estratégica se define como “el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos”

Según la definición mencionada, la dirección estratégica se centra en la unión e integración de los departamentos organizacionales como: mercadotecnia, finanzas, contabilidad, producción, investigación y desarrollo, sistemas de información; todos ellos dirigidos a cumplir con los objetivos establecidos por la dirección, que los llevará al éxito planeado.

Johnson, Scholes, Whittington (2006) mencionan que la dirección estratégica está compuesta por tres elementos: incluye la comprensión de la posición estratégica de una organización, las elecciones estratégicas para el futuro y la conversión de la estrategia en acción

Podría decirse que estas definiciones se complementan puesto que para la formulación, implantación y evaluación de la estrategia, se requiere que exista una comprensión plena del lugar que ocupa la institución, visualizar opciones de futuro y necesariamente llevarlas a la acción, a la práctica organizacional.

Para García (2007), el proceso de planeación estratégica implica la realización de actividades formalizadas y por escrito por parte de las empresas, encaminadas a identificar objetivos y metas, a analizar el ambiente externo y los recursos internos para identificar oportunidades y amenazas del entorno y determinar fortalezas y debilidades de la organización, lo que permitirá a la empresa formular estrategias adecuadas a sus objetivos en función de su situación interna y externa.

Asimismo, para Thompson y Gamble (2012), la administración estratégica es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo los objetivos a largo plazo, identificando las metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias.

Una definición integradora puede ser la que indica Rodríguez-Ponce y Pedraja-Rejas (2009), que la dirección estratégica es: “el proceso mediante el cual una organización procura alcanzar una ventaja competitiva sustentable que le permita tener éxito. Este proceso implica lograr un alineamiento entre los recursos y las capacidades de la institución con los requerimientos del entorno y del sector específico donde compete” (p. 413).

El proceso de la dirección estratégica es dinámico y continuo, ya que tanto los elementos del ambiente externo como los internos son cambiantes, lo que permite crear y diseñar oportunidades nuevas y diferenciadas para el futuro organizacional.

Un elemento importante de la dirección estratégica es la formulación de la estrategia y al respecto Garrido (2006), menciona que la planeación de la estrategia implica una síntesis que a su vez supone intuición y es a la vez técnica y arte en el que el estratega o actor debe decidir y negociar de forma dinámica manejando la incertidumbre, la ambigüedad y las posibilidades de negociación.

Para Daft (2011), una estrategia es el plan de acción que describe la asignación de recursos y las actividades para enfrentarse al ambiente y alcanzar las metas de la organización.

Coincidiendo con el planteamiento de David (2013), en cuanto a que la competitividad de las empresas dependen de la facilidad de adaptación a los cambios, de la capacidad de gestión y por supuesto de la capacidad estratégica de la organización que envuelve a la tecnología y a la investigación y desarrollo de nuevos productos, y tomando en cuenta el papel relevante que desempeñan las MiPyMES en la economía del país y por supuesto del estado se muestra como una exigencia prestar especial atención a factores de competitividad como la innovación.

Para efectos de establecer una ventaja competitiva, hay que considerar sus cuatro elementos fundamentales que según Jones y George (2014) son, la superioridad en la eficiencia, calidad, velocidad, flexibilidad e innovación y la capacidad de respuesta a los clientes. La innovación es sustantiva para conservar el gusto de los clientes en los productos que se producen en la empresa.

El Manual Oslo (2005) emitido por la OCDE, indica que existen cuatro tipos de innovaciones en el ámbito empresarial, de productos, de procesos, organizativas y de mercadotecnia. Cada una de ellas se puede definir como sigue: a) innovación de productos, implican cambios significativos de las características de los bienes o de los servicios; b) innovación de procesos, son cambios significativos en los métodos de producción y distribución; c) innovación organizativa, se refiere a la práctica de nuevos métodos de organización; d) innovación mercadotecnia, implican nuevos métodos de comercialización.

Mulet (2005) menciona que una innovación es todo cambio basado en conocimiento que genera valor para la empresa. Es más preciso indicar que innovación es el resultado de un proceso complejo que lleva nuevas ideas al mercado en forma de productos o servicios y de procesos de producción o provisión, que son nuevos o significativamente mejorados.

La innovación efectivamente forma un valor, Bueno (2006) cita a Dosi (1988) e indica que se entiende como un proceso en la búsqueda, el descubrimiento, la experimentación, el desarrollo, la imitación y la adopción de nuevos productos, nuevos procesos y nuevas formas de organización.

En el ámbito empresarial, las ideas que proporcionan valor e innovación son: comerciales, tecnológicas, gerenciales y organizacionales; prácticamente involucran todas las áreas de la empresa. Existe innovación que crea conocimiento y que es aplicable de una manera paulatina en los procesos; como la innovación radical, que presenta innovaciones tecnológicas que generan conocimiento nuevo. La innovación incremental, es cuando parten del conocimiento existente y realizan pequeñas mejoras a las líneas de producto. (Hitt, Ireland, Hoskisson, 2008)

Para Barbosa (2009), los directivos de la mayoría de las empresas han tomado conciencia de que la innovación contribuye a incrementar la competitividad organizacional; han desarrollado actitudes positivas ante la innovación, dirigiendo las estrategias hacia el desarrollo de recursos y capacidades tecnológicas que aumenten el valor de sus operaciones y garantizar su desarrollo. La innovación es un proceso y debe ser

administrada como tal. La misma autora, indica que las actividades clave en la gestión de la innovación son: establecimiento del objetivo, diseño y desarrollo del proceso, monitorear el progreso y ajustar los objetivos, el proceso y la organización.

Una vez generada la innovación es necesaria la difusión, como lo indica Johnson, Scholes, Whittington (2006), la difusión depende de una serie de factores que tienen que ver con la naturaleza de la innovación y los procesos para llevar esta innovación al mercado. Es interesante que tanto la innovación como la administración estratégica tengan como punto en común la difusión y comunicación, ya que como lo indica David (2013), la administración estratégica propicia la comunicación y la interacción de gerentes empleados de todos los niveles de la jerarquía y ayuda a la empresa a funcionar como un equipo competitivo.

La temática desarrollada se ha investigado por diversas instituciones educativas, gubernamentales y empresariales, entre ellas destaca la realizada en el 2009 por la Universidad de Hidalgo, la Politécnica de Cartagena y Cantabria, la cual tuvo por objeto analizar el efecto que tiene la planeación estratégica y sus elementos básicos como importancia, formalidad, horizonte temporal y uso de herramientas estratégicas en el rendimiento de las Pequeñas y Medianas empresas, a través de una muestra de 130 empresas manufactureras ubicadas en Hidalgo, México. (Estrada, García, Sánchez, 2009)

La planeación y el comportamiento de las empresas ha preocupado mucho a los académicos, por lo cual se llevó a cabo la investigación denominada Análisis Estratégico para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa en el año 2006, teniendo como objetivo analizar la situación empresarial en el estado de Aguascalientes, considerando su estrategia y principales factores competitivos, su estructura organizativa y recursos humanos, indicadores de tecnología, calidad e innovación, grado de utilización de las tecnologías de información y comunicación, diferentes aspectos contables y financieros, entre otros objetivos establecidos. (García, 2006)

Por la importancia de las empresas y su impacto socioeconómico, se han constituido diversos observatorios, entre ellos el Observatorio Económico de la MiPyME, a través de éste se desarrolló la investigación sobre tecnología e innovación que tuvo como objetivo conocer la importancia y los avances que han logrado las MiPyMES de Saltillo en tecnología e innovación. (Vásquez, Mejía, 2011)

El Estado de Durango México

El Estado de Durango es una de las treinta y dos entidades federativas que integran la República Mexicana. Con una superficie de 123,181 kilómetros cuadrados, es el cuarto Estado en extensión, representa el 6.3% de la superficie total del país. Se encuentra al centro-norte de México y colinda al norte con Chihuahua y Coahuila, al este con Coahuila y Zacatecas, al sur con Jalisco, Zacatecas, Nayarit y Sinaloa y al oeste con Sinaloa y Chihuahua, y se divide en 39 municipios, según el Panorama Sociodemográfico de México. (INEGI, 2011)

Conforme al Censo de Población y Vivienda 2010, Durango ocupa el lugar número 24 en población, ya que cuenta con 1 632 934 habitantes, 829 044 mujeres y 803 890 hombres. En el estado de Durango se muestran dos fenómenos característicos de la distribución de su población, el primero derivado de un proceso continuo de concentración en los tres municipios más grandes, Durango con más del 35% de la población, Gómez Palacio con el 20.1% y Lerdo que concentra un 8.6% de duranguenses; entre los tres contabilizan el 64.4% de la población del estado.

El segundo fenómeno es la dispersión de la población, fuera del contexto de los principales centros urbanos del estado, la población rural se caracteriza por una elevada dispersión, de las 5,794 localidades registradas como habitadas en 2010, el 99.2% son rurales, es decir, 5,750 localidades cuentan con menos de 2,500

habitantes, y el 90.7%, es decir, 5,256 localidades son menores a 250 habitantes y en ellas solo habitan el 10.4% de la población del estado. (INEGI, 2010)

INEGI, también informa que se cuenta a nivel estatal con 1'208,679 habitantes considerados como población económicamente activa, de ellos 553,840 están ocupados, de los cuales la mayoría son hombres con la cantidad de 386,467. Menos del 50% de la población es económicamente activa

Actualmente la actividad económica se encuentra distribuida en cinco regiones económicas: a) La región de la Laguna, es la región más desarrollada del Estado por haberse visto beneficiada por los esfuerzos conjuntos del gobierno de Coahuila y de Durango. Dicha región alberga cuatro de las actividades económicas del Estado, como la textil y la de confección, muebles, productos lácteos y cárnicos; b) En la región centro se encuentra la producción cárnica, mueble, textil y confección además de la forestal, que no comparte con la Laguna; c) En la región noroeste se concentra la actividad minera y forestal más que en el resto del Estado; d) En la región norte se concentra la producción de cárnicos y e) En la región sur la producción de cárnicos y forestal. (Durango Competitivo, 2003)

De acuerdo con el Diario Oficial de la Federación (DOF) publicado el 30 de Julio de 2009, las empresas se clasifican de acuerdo a la cantidad de trabajadores y nivel de ingresos obtenidos en micro, pequeña, mediana y grande, conforme a esta información en la Tabla 1 se encuentran las empresas que operaron en el estado de Durango en el 2013, las que predominan son las microempresas tanto en el sector industrial, comercio y servicios, así mismo las minoritarias son las empresas grandes. De manera general el sector comercio es el que predomina quedando en segundo lugar el sector servicios.

Tabla 1: Empresas por Tamaño y Sector en el Estado de Durango

Tamaño	Industria	Comercio	Servicios	Total
Micro	402	4540	1694	6636
Pequeña	51	265	133	449
Mediana	29	79	15	123
Grande	9	29	31	69
Total	491	4913	1873	7277

Fuente: Secretaría de Economía, 2013

Conforme a la información proporcionada por el Sistema de Información Empresarial Mexicano, las empresas mayoritarias en el Estado de Durango son microempresas, siendo predominante el sector comercial siguiéndole en importancia la de servicio; esta misma relación se encuentra en las empresas pequeñas; es evidente que el sector menor indistintamente del tamaño es el sector industrial.

Según datos de la Secretaría de Economía (2013), las MiPyMES constituyen un sector estratégico para el desarrollo económico del país ya que contribuyen con un 70% de los empleos a nivel nacional. Además se sabe que el promedio del gasto de investigación y desarrollo en 2010 fue de 0.44 respecto al PIB, así mismo la cantidad de personas dedicadas a I+D en el 2010 fue de 52,744 (CONACYT, 2011). Esta situación coloca a las empresas en una posición de desventaja con otros países, ya que México presupuesta cantidades mínimas de apoyo a la investigación y desarrollo, lo que se ve reflejado en la poca competitividad de las empresas.

Algunos resultados del Censo 2010 realizado por el INEGI nos muestran información en torno a aspectos relacionados con la innovación en las MiPyMES del Estado de Durango, como el que el 28.6% de las PyMES cuenta con departamento de diseño, el 30.0% si invierte en la creación, el 45.2% cuenta con personal calificado de tiempo completo, el 21.3% plantea proyectos innovadores sin desarrollar por falta de recursos y el 5.2% registra sus obras. Las MiPyMES tienen una importante contribución en el crecimiento económico del estado, en la competitividad, la innovación y la creación de empleo.

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo el estudio fue necesario establecer un objetivo general que permitiera direccionar la investigación. Conocer la importancia de la planeación estratégica formal en la innovación y permanencia de las MiPyMES en el estado de Durango.

De este objetivo se desprenden las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Es importante la innovación en la permanencia de las MiPyMES del estado de Durango?
2. ¿Incide la planeación estratégica formal en la permanencia de las MiPyMES innovadoras?
3. ¿La aplicación de la planeación estratégica formal influye en el nivel de importancia de la innovación en las MiPyMES?

La presente investigación es vertical ya que las muestras se recopilaron en un determinado punto del tiempo. Para la confección del cuestionario definitivo y su adaptación a la realidad del Estado de Durango, se realizó un panel de expertos externos, visitas a empresas de diferentes sectores empresariales para la realización del pre-test y adaptación de la encuesta definitiva.

La técnica para recabar los datos fue una encuesta personal utilizando como soporte un cuestionario auto administrado dirigido al gerente. Se determinó el tamaño de la muestra tomando como error máximo de estimación 0.05 puntos, es decir, con un nivel de confianza del 95%. El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado para poblaciones finitas. Las variables a analizar fueron: innovación, permanencia, y planeación estratégica formal (PEF).

Se encuestaron gerentes de empresas seleccionados aleatoriamente, en caso de no encontrarlo o que no tuviera la oportunidad de contestar el cuestionario, se sustituía hasta cumplir las 345, respetando el muestreo aleatorio simple, por lo cual la tasa de respuesta fue del 100%. La encuesta se aplicó durante el mes de octubre de 2013.

Estructura de la Muestra

La población objeto de estudio, queda definida por las MiPyMES del Estado de Durango constituida por 7,277 empresas, tomando en cuenta que el tamaño de la empresa se ha definido en función del número de empleados generándose tres grupos: microempresas (de 6 a 9 trabajadores), empresas pequeñas (de 10 a 49 trabajadores) y empresas medianas (de 50 a 250 trabajadores). Por tanto, no se han incluido las empresas con 5 o menos trabajadores ni las grandes empresas (más de 250 trabajadores). Se realizó un muestreo aleatorio simple.

Para la determinación del tamaño de muestra se considerará la fórmula para poblaciones finitas, obteniendo de la población la muestra, de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Npq}{\left(\frac{ME^2}{NC^2}(N-1)\right) + pq} \quad (1)$$

Dónde:

n =Tamaño de la muestra

N =Tamaño del universo=7277

p =Probabilidad de ocurrencia (homogeneidad del fenómeno)=0.5

q =Probabilidad de no ocurrencia (1-p)=0.5

ME =Margen de error. Expresado como probabilidad=0.0515

NC =Nivel de confianza. Expresado como valor z que determina el área de probabilidad buscada=1.96

Sustituyendo los valores en la fórmula para la determinación para tamaño de muestra se tiene:

$$n = \frac{7277 * 0.5 * 0.5}{\left(\frac{0.0515^2}{1.96^2} - (7277 - 1)\right) + 0.5 * 0.5} \approx 345$$

Variables Utilizadas

La definición conceptual y operacional de las variables, la unidad de medición y el número de pregunta en la que se encuentran las variables en el cuestionario, se localiza en la tabla 2.

Tabla 2: Operacionalización de las Variables

Nombre de la Variable	Definición	Ítem Asociado	Unidad de Medición
Planeación estratégica	Arte y ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos. Dirección estratégica es sinónimo de planeación estratégica y administración estratégica.	9	Planeación estratégica por escrito: SI NO <= un año > un año
Permanencia de la empresa	Es el espacio de tiempo conocido desde el nacimiento de la empresa hasta su desaparición.	1	Años de funcionamiento de la empresa < =10 años (jóvenes) > 10 años (maduras)
Innovación	La adopción de una idea o un comportamiento nuevo en una organización.	20	Innovaciones con procesos operativos Innovaciones relacionadas con productos/servicios Innovaciones relacionadas con la administración Importancia 1 2 3 4 5
Edad de los gerentes	Es el período de tiempo transcurrido desde el nacimiento de una persona hasta el momento del estudio.	4	Años del Gerente o director <= a 25 años 26-30 31-40 41-50 51-60 > a 60 años
Nivel de estudios de los gerentes	Grado máximo de estudios alcanzado por la persona.	5	Grado Máximo de estudios Nivel básico Bachillerato Técnico superior Licenciatura

En esta tabla se encuentra la descripción de cada una de las variables vinculadas con la investigación, se detalla la unidad de medición de cada una de las variables así como la pregunta del cuestionario en la cual se encuentra considerada cada una de las mencionadas variables.

Análisis de datos: En este estudio se utilizó el programa SPSS 17 para Windows con el fin de obtener los siguientes estadísticos: frecuencias, frecuencias relativas y medias. Que fueron la base del análisis de los datos.

Información Demográfica de la Muestra

Para tener claro el panorama de las MiPyMES es necesario conocer la información demográfica de ellas, por lo cual en la tabla 3, se encuentran indicados los sectores que conforman la población empresarial, conforme al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) y a la clasificación del INEGI.

Tabla 3: Sector de Actividad

Sector de Actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Agroindustria	30	8.7	8.7
industria de transformación	77	22.3	31.0
industrial textil y confección	14	4.1	35.1
Construcción	27	7.8	42.9
Comercio	60	17.4	60.3
Hotelería	10	2.9	63.2
transporte y comunicaciones	25	7.2	70.4
servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	102	29.6	100.0
Total	345	100.0	

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (2010)

En esta tabla se indica el sector empresarial existente en el estado de Durango, se halla que la mayoría de las empresas son de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales, siguiéndole en orden de importancia la industria de la transformación y el comercio

Para efectos de desarrollar la investigación se determinó la muestra necesaria que tuviera los elementos y características poblacionales, por lo cual, conforme a los cálculos numéricos se estipuló lo indicado en la tabla 4, la mayoría de las empresas son medianas, siguiéndole las microempresas en orden de frecuencia.

Tabla 4: Tamaño

Tamaño	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Microempresas	86	24.9	24.9	24.9
Pequeñas	185	53.6	53.6	78.6
Medianas	74	21.4	21.4	100.0
Total	345	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (2010)

En esta tabla se indica la cantidad de empresas por tamaño, encontrando que la mayoría de las empresas se encuentran ubicadas en las pequeñas, siguiéndole en orden de importancia las microempresas

La permanencia es un elemento muy importante para la toma de decisiones, ya que la mayoría de las empresas perece en los primeros años, como lo indica la tabla 5. En ella se encuentra que la mayoría de las empresas sólo dura de 1 a 15 años, siguiéndole en importancia las empresas que duran en el mercado de 16 a 30 años.

Tabla 5: Años Funcionando

Años funcionando	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
1-15	201	58.3	58.3
16-30	101	29.3	87.5
31-45	30	8.7	96.2
46-60	11	3.2	99.4
61 o más	2	.6	100.0
Total	345	100.0	

En esta tabla se detallan los años que tienen funcionando las empresas, se encuentra que la mayoría de las empresas permanecen en el mercado de 1 a 15 años, aproximadamente la mitad de las empresas no logra sobrevivir más de 15 años. Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (2010)

RESULTADOS

Los resultados obtenidos en relación a la innovación y la permanencia de las MiPyMES nos muestran que en las 140 empresas jóvenes, esto es, con 10 o menos años el 60.7% ha efectuado *innovación en los procesos operativos*, mientras que en las 205 empresas consideradas maduras con más de 10 años de permanencia sus respuestas indican que en un 65.4% de ellas han efectuado alguna vez innovación en estos procesos. En cuanto al nivel de importancia se encuentra que, el 46.4% de las empresas jóvenes le asignan el nivel de importante y muy importante, mientras que en las empresas maduras con más de 10 años en el 59.5% de ellas le otorgan esos mismos niveles de importancia.

En cuanto a la *innovación en productos y servicios* la han realizado en un 68.6% de las empresas jóvenes y en un 71.2% de las empresas maduras. Asimismo el nivel de importancia que le asignan en las primeras es de 64.3% como importante y muy importante y por su parte en las empresas maduras el 66.8% la consideran como importante y muy importante.

Respecto a la *innovación en administración* en las empresas con 10 años o menos en el 61.4% de estas la han realizado, mientras que en las empresas con permanencia mayor a 10 años en el 68.3% se ha efectuado esta innovación. Referente a la importancia de este tipo de innovación, en un 53.6% de las empresas jóvenes le atribuyen el nivel de importante y muy importante, por su parte de las empresas maduras en un 59.5% le otorgan estos mismos niveles de importancia.

Tratando de relacionar la permanencia y la PEF (planeación estratégica formal), ésta última solo la realizan en un 40.0% de las MiPyMES jóvenes del estado y en un 53.2% de las empresas maduras. Asimismo para las primeras en el 21.2% de ellas sus planes los realizan a más de un año, y el 78.8 solo planea a un año y en las empresas maduras el 12.8% realizan su planeación a más de un año y el 87.2% planea a un año. Además, del total de las empresas encuestadas el 24.2 % si ha realizado *planeación estratégica formal y no ha innovado en procesos*, y un 75.8% han realizado *innovación en procesos productivos y PEF*.

En la *innovación en productos y servicios* 136 MiPyMES de las 165 referenciadas han innovado en esta categoría, lo que significa que un 82.4% de las MiPyMES *innovadoras en productos y servicios* además realiza *PEF*. Para el último tipo de innovación tenemos que de las 165 empresas que realizan planeación estratégica 125 de ellas ha efectuado *innovación en administración*, y han realizado plan estratégico formal, lo que se refleja que un 75.8% de empresas.

En relación al nivel de importancia de la innovación se encontró que en el 63.6% de las empresas que realizan la PEF le atribuyen el nivel de importante y muy importante a la *innovación en los procesos operativos o productivos*. Un 75.1% le otorgan el nivel de importante y muy importante a la *innovación en productos y servicios* y finalmente en un 63.0% de la empresas que cuentan con planes estratégicos formales le asignan el nivel de importante y muy importante a la *innovación en administración*.

Conforme a las investigaciones realizadas de la temática tratada, y relacionandolo con los resultados obtenidos de este estudio, se encuentra que:

En el estudio realizado por Estrada, García y Sánchez (2009), el cual tenía como objetivo analizar el efecto que tiene la planeación estratégica y sus elementos básicos como importancia, formalidad, horizonte temporal y uso de herramientas estratégicas en el rendimiento de las Pequeñas y Medianas empresas, a través de una muestra de 130 empresas manufactureras ubicadas en Hidalgo, México; se encontró que las empresas hidalguenses, sólo un 21% cuenta con planeación estratégica formal y el 51% de las empresas planean a un año.

En los resultados obtenidos en el estudio en las MiPyMES duranguenses, se encontró que, 78.8% de las empresas jóvenes realiza PEF a un año y el 21.2% a más de un año. De las empresas maduras el 87.2% realiza PEF a un año y el 12.8% a más de un año. En un análisis comparativo, se puede deducir que las MiPyMes de Durango realizan más planeación estratégica formal y la mayoría de ellas realizan su planeación a un año. Cabe hacer mención que esta comparación se hizo sin discriminar que se realizó entre empresas manufactureras y empresas de todos los sectores.

En cuanto a la investigación realizada por Vásquez y Mejía (2011), que tuvo como objetivo conocer la importancia y los avances que han logrado las MiPyMES de Saltillo, Coahuila en tecnología e innovación; a través de la aplicación de una encuesta a los sectores: comercio y servicio 36%, transporte 22%, industria manufacturera 17%, turismo 11% y agroindustria 5%, se llegó a los resultados siguientes: 86% ha realizado

innovación en los productos y servicios, el 75% en procesos productivos, 64% en gestión administrativa, así mismo la mayoría de los encuestados consideró muy importantes las innovaciones realizadas.

En los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta en Durango, se encontró que las empresas jóvenes el 60.7% realiza innovación en los procesos productivos y el 65.4% de las empresas maduras. También el 68.6% de las empresas jóvenes realiza innovación en productos y servicios y el 71.2% de las empresas maduras. Así mismo, el 61.4% de las empresas jóvenes realiza innovación en administración y el 68.3 % de las empresas maduras. Cabe hacer mención que la mayoría de las empresas consideraron muy importante realizar innovación, haciendo énfasis en la importancia de la innovación en productos y servicios.

Efectuando el análisis comparativo, se puede concluir que la mayoría de las MiPyMES en Durango han realizado más innovación y que los dos estados consideran muy importante generar y desarrollar la innovación en cualquiera de sus modalidades.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado el análisis de datos y conforme al objetivo general de la investigación, Conocer la importancia de la planeación estratégica formal en la innovación y permanencia de las MiPyMES en el estado de Durango. Y a las preguntas de investigación:

1. ¿Es importante la innovación en la permanencia de las MiPyMES del estado de Durango?
2. ¿Incide la planeación estratégica formal en la permanencia de las MiPyMES innovadoras?
3. ¿La aplicación de la planeación estratégica formal influye en el nivel de importancia de la innovación en las MiPyMES?

Y conforme a la metodología utilizada, en la cual se usó un cuestionario autoadministrado dirigido a los gerentes de las empresas, el cual fue validado por medio de un panel de expertos empresarios, académicos y financieros; el cuestionario se aplicó a una muestra de 345 MiPyMES, conforme a los operacionalización de las variables, se determinó la estandarización de los criterios teóricos y operativos para efectos de tener un solo criterio de aplicación e interpretación, tanto teórica como de indicadores; fue necesario incluir la información demográfica de la muestra para detallar el tipo de MiPyMES que fueron entrevistadas en el estado de Durango. Así mismo se hizo un cálculo de la muestra para tener la muestra más representativa de cada uno de los sectores de las empresas. Cabe hacer mención que se utilizó el muestreo aleatorio simple y los datos se procesaron en el SPSS 17. Tratando de dar respuesta a la pregunta de investigación, ¿Es importante la innovación en la permanencia de las MiPyMES del estado de Durango?, se llega a la siguiente conclusión:

En las empresas jóvenes le dan una importancia relevante a la innovación en productos y servicios, una importancia media a la innovación en la administración y una importancia menor a la innovación a los procesos operativos. Lo que lleva a deducir que a las empresas con menor permanencia en el mercado les es más importante la innovación en productos y servicios que el resto de los tipos de innovación.

Las empresas de más de 10 años de permanencia consideran de muy importante a importante la innovación en productos y servicios, siguiéndole en orden de importancia la innovación en administración y por último la innovación en procesos operativos. Lo que permite concluir que a mayor permanencia de las empresas se realiza más innovación y la innovación prioritaria es la de productos y servicios.

En cuanto a la pregunta, ¿Incide la planeación estratégica formal en la permanencia de las MiPyMES innovadoras? Se encontró que la mayoría de las empresas jóvenes no realizan planeación estratégica formal y aproximadamente la mitad de las empresas maduras si la realiza. Es evidente que la mayoría de las empresas jóvenes y maduras planean a un año. Esto puede indicar que las empresas son reactivas y planean

a corto plazo de una manera operativa ya que si planearan a largo plazo sería una planeación estratégica. Es evidente que la planeación que predomina es la informal, lo que puede indicar que carecen de un proyecto de crecimiento y consolidación en el mercado.

En relación a la pregunta, ¿La aplicación de la planeación estratégica formal influye en el nivel de importancia de la innovación en las MiPyMES? Se determinó conforme a los resultados que las empresas que realizan PEF le dan una importancia preponderante a la innovación en procesos, en administración y en productos y servicios; sin embargo la mayoría de las MiPyMES no realizan planeación estratégica formal y la importancia que le proporcionan a la innovación es relativamente semejante a las empresas que si realizan PEF. Por lo tanto la planeación estratégica formal si influye en el nivel de importancia que le adjudican a la innovación, en los tres tipos de innovación.

Para cualquier investigación es necesario considerar las limitaciones que se encontraron y una muy importante fue la base de datos de las MiPyMES la cual no se encuentra debidamente actualizada por los organismos gubernamentales, por otro lado las bases de datos son diferentes en cada una las instituciones, lo que lleva a tomar decisiones en cuanto a la pertinencia del uso de la base de datos. Por otro lado, se encontró una resistencia normal por parte de los gerentes ya que manifestaban temor de que fuera una investigación de Hacienda; así mismo, otra limitación fue el tiempo de los gerentes para contestar el cuestionario.

Después de revisar los datos y sus conclusiones, es necesario mencionar algunas líneas de investigación sugeridas, conforme a las inquietudes generadas con los resultados: (1) Identificar los factores que impiden el registro de patentes derivadas de la innovación que se realiza en las MiPyMES del estado. (2) Identificar la especialidad que con nivel de estudios de licenciatura participa más en los procesos de innovación de las MiPyMES. (3) Conocer el rol que asumen las universidades como impulsoras de la PEF y la innovación en las MiPyMES del estado. (4) Identificar el nivel de vinculación entre los proyectos de investigación de las instituciones educativas a nivel superior y las necesidades de las MiPyMES del estado.

Para finalizar es necesario indicar que la contribución de este artículo, es conocer el comportamiento de las MiPyMES en el estado de Durango en cuanto a las variables de planeación estratégica, innovación y permanencia en el mercado, ya que para efectos de generar estrategias de apoyo a las empresas es necesario conocer la situación real de las empresas en la localidad. Por otro lado otra contribución en comparación con los estudios mencionados referenciales, fue que las variables se relacionaron entre ellas obteniendo resultados interesantes.

REFERENCIAS

Barbosa, R. (2009), ¿Qué comportamientos estratégicos favorecen la innovación en la organización?, RAI - Revista de Administração e Inovação, Vol. 6, Núm. 3, septiembre-diciembre, pp. 145-162, Universidade de São Paulo Brasil, Disponible en:
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=97312500010>

Bueno, E., Salmador, M., Merino, C., Martín, J. (2006), Dirección estratégica, desarrollo de la estrategia y análisis de casos. España: Piramide, 1ª.ed.

CONACYT (2011). Informe General de CONACYT 2011, disponible en
http://www.siicyt.gob.mx/siicyt/docs/Estadisticas3/Informe2011/INFORME_2011.pdf consultado el 10 de agosto de 2014

Daft, Richard, L. (2011), Teoría y Diseño Organizacional, México: Cengage Learning

David F. R. (2013), Conceptos de administración estratégica. México: Pearson educación de México.

Durango Competitivo 2020 (2003), Programa Regional de Competitividad Sistemática. Gobierno del Estado de Durango.

Estrada, R., García, D., Sánchez, V., (2009) Resumen de resultados segunda encuesta PYME, proyecto: Planeación estratégica y herramientas de gestión. Universidad de Hidalgo

García, D., (Director), (2006) Análisis estratégico para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa del Estado de Aguascalientes. Universidad Autónoma de Aguascalientes, México

García, D., (Director), (2007), “Análisis estratégico para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa del Estado de Durango”. Universidad Juárez del Estado de Durango. Durango, México.

Garrido, S.(2006), Dirección estratégica, España: Mc Graw Hill, 2ª. Ed.

Hitt, M., Ireland, R., Hoskisson, R (2008), Administración estratégica, competitividad e globalización, conceptos y casos. México: Cengage Learning

INEGI (2010). <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae12/estatal/dgo/default.htm>

INEGI 2010 consultado el 04 de diciembre de 2013

INEGI (2011), Panorama Sociodemográfico de México

Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R. (2006). Dirección estratégica, España: Pearson Prentice Hall, 7ª. ed.

Jones, G., George, J., (2014). Administración contemporánea. México: Mc Graw Hill

Koontz, H., Weihrich, H., Cannice, M., (2013). Administración una perspectiva global y empresarial. China: Mc Graw Hill.

Manual de Oslo (2005), Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación, OCDE, Eurostat, 3ª. Ed.

Mulet, J (2005). La innovación, concepto e importancia económica, ponencia presentada el Sexto Congreso de Economía de Navarra, España

Rodríguez-Ponce, Emilio y Pedraja-Rejas, L. (2009). Dirección Estratégica en Universidades: un estudio empírico en Instituciones de Iberoamérica. Interciencia, Vol. 34, N0. 6, junio, pp. 413-418, Asociación Interciencia, Venezuela

Secretaria de Economía (2013), Sistema de Información Empresarial Mexicano <http://www.siem.gob.mx/siem/estadisticas/muntamanoPublico.asp?qedo=10&tam=1&p=1> consultado el 18 de agosto de 2014

Thompson, A., Gamble, J. (2012). Administración estratégica, teoría y casos, México: McGraw Hill, 18ª. Ed.

Vázquez, R., Mejía, Y. (2011). Investigación sobre el avance tecnológico e innovación en las MiPyMES de Saltillo Coahuila, capítulo en el libro: Las MiPyMES en Latinoamérica 2, Rafael Regalado (compilador), Universidad de Guanajuato, México.

RECONOCIMIENTO

Los autores agradecen totalmente los comentarios de los árbitros y editores del IBFR. Los cuales contribuyeron a mejorar la calidad de esta investigación.

BIOGRAFÍA

Delia Arrieta Díaz: Doctorante en Gobierno y Administración Pública, Maestra en Administración de Calidad de la Gestión Pública, Maestra en Terapia Gestalt, certificada como docente en administración ante ANFECA, con perfil PROMEP, profesora investigadora de tiempo completo de la Universidad Juárez del Estado de Durango adscrita a la Facultad de Economía, Contaduría y Administración con domicilio en Fanny Anitúa y Priv. Loza s/n C.P. 34200, Durango Dgo. México, correo electrónico darrietad@hotmail.com

Ernesto Geovani Figueroa González: Doctor en Ciencias de la Educación (Administración Educativa). Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores (C) del CONACYT. Certificado como docente en administración ante ANFECA, con perfil PROMEP, profesor investigador de tiempo completo de la Universidad Juárez del Estado de Durango adscrito a la Facultad de Economía, Contaduría y Administración con domicilio en Fanny Anitúa y Priv. Loza s/n C.P. 34200, Durango Dgo. México Correo electrónico geovanifigueroa@yahoo.es

José Enrique Luna Correa: Doctor en Administración, Maestría en Desarrollo Organizacional, docente en la División de Ciencias Sociales y Administrativas, Director del Departamento de Finanzas y Administración. Profesor Investigador de Tiempo Completo del Campus Celaya-Salvatierra de la Universidad de Guanajuato con domicilio en Ing. Javier Barros Sierra No. 201 Ejido Santa María del Refugio, Celaya, Gto. C.P. 38110 correo electrónico enrique-luncor@hotmail.com

María Azucena Rivera Santillán: Maestra en Administración, Certificada como instructora en Sistema Coca Cola de México, profesora de tiempo completo en la Benemérita y Centenaria Escuela Normal del Estado de Durango, con domicilio en Av. Normal, s/n, Zona Centro, C.P. 34000, Durango, Dgo. México, correo electrónico agas_5@hotmail.com.mx

Miguel Ángel Meléndez Guerrero: Doctor en Administración. Certificado como docente en administración ante ANFECA, con perfil PROMEP, profesor investigador de tiempo completo de la Universidad Juárez del Estado de Durango adscrito a la Facultad de Economía, Contaduría y Administración con domicilio en Fanny Anitúa y Priv. Loza s/n C.P. 34200, Durango Dgo. México Correo electrónico huarache1986@yahoo.com.mx

Jesús Guillermo Sotelo Asef: Doctorante en Gobierno y Administración Pública, Maestro en Administración Pública, Licenciado en Administración, profesor de la Universidad Juárez del Estado de Durango, adscrito a la Facultad de Economía, Contaduría y Administración. Se puede contactar en Fanny Anitúa y Priv. Loza s/n C.P. 34200, Durango Dgo. México, correo electrónico chuy_sotelo@hotmail.com