

# LAS PRÁCTICAS DE INTRAEMPREDIMIENTO EN LA INNOVACIÓN DE LAS MIPYME

Aura Andrea Díaz Duarte, Universidad Autónoma de Aguascalientes  
Miguel Ángel Oropeza Tagle, Universidad Autónoma de Aguascalientes  
Alfonso Martín Rodríguez, Universidad Autónoma de Aguascalientes

## RESUMEN

*Las empresas enfrentan ahora la influencia de un medio ambiente modificado que le impulsa a reforzar mecanismos estructurales que permitan soportar estas nuevas condiciones. Es por esto, que es de suma importancia identificar y estudiar ventajas competitivas sostenibles como lo es la innovación. Es por esto que, la temática de la presente investigación es relevante, ya que se desarrolla dentro de la unidad de estudio de mayor relevancia para la economía como lo son las mipyme, donde el objetivo es identificar si las prácticas de intraemprendimiento incrementan el nivel de innovación. El enfoque de la investigación, de acuerdo a la naturaleza del análisis de las variables, es cuantitativo, el tipo de investigación es tanto descriptiva como correlacional y los datos utilizados son datos primarios, a través del método de encuesta. Con los resultados obtenidos hasta este punto de la investigación, se puede comprobar que a mayor nivel de intraemprendimiento mayor nivel de innovación, ya que se obtiene un coeficiente de correlación de Pearson de 0.3370, lo cual permitiría aprobar la H1 de la investigación confirmando esta relación positiva y significativa.*

**PALABRAS CLAVE:** Innovación, Intraemprendimiento, Mipyme

## INTRAPRENEURSHIP PRACTICES IN THE INNOVATION OF MSMEs

### ABSTRACT

*Companies now face the influence of a modified environment that drives them to reinforce structural mechanisms that allow it to withstand these conditions. Thus, it is important to identify and study sustainable competitive advantages such as innovation. This research is developed within the most relevant unit of study for the economy, MSMEs, where the objective is to identify whether intrapreneurship practices increase the level of innovation. The research approach is quantitative. The type of research is both descriptive and correlational and the data used are primary data. Results show that higher levels of intra-entrepreneurship imply higher level of innovation. A Pearson correlation coefficient of 0.3370 is obtained, which allows us to approve the H1 of the investigation confirming this relationship is positive and significant.*

**JEL:** M13, M19

**KEYWORDS:** Innovation, Intrapreneurship, MSMEs

## INTRODUCCIÓN

**L**a empresa mexicana enfrenta ahora la influencia de un medio ambiente modificado que le impulsa a reforzar mecanismos estructurales que permitan soportar estas nuevas condiciones. Las empresas del país, sufren los cambios que implican la apertura comercial y la globalización económica (González & Vázquez, 2000). Es por esto, que es de suma importancia identificar y estudiar ventajas competitivas

sostenibles como lo es la innovación. Por lo tanto, es de suma importancia contribuir en el conocimiento científico en uno de los principales sectores de la economía a través de la innovación que es un tema de prioridad a nivel internacional, midiéndolo a través del intraemprendimiento, siendo este uno de los factores clave en la gestión y ejecución de la innovación como el conocimiento científico lo sustenta.

El alcance de la investigación es relevante, ya que, aunque existe literatura que se enfoca en estas dos variables, la presente investigación busca generar conocimiento nuevo adaptándolo a las mipyme del sector comercial, siendo este base fundamental de la economía global, proporcionando la descripción, análisis y correlación de las variables estudiadas y los resultados podrán ser utilizados para el diseño de las estrategias empresariales que se podrán replicar de manera global adaptando el conocimiento generado a la situación de cada empresa. La estructura de la investigación, como se muestra a continuación, se compone de objetivo y planteamiento del problema conformando la introducción, siguiendo la revisión de la literatura abarcando la innovación y el intraemprendimiento, posteriormente se encuentra metodología donde se desarrolla la contextualización, tipo de investigación, enfoque, fuente de datos, muestra, diseño del cuestionario y plan de recolección de datos, siguiendo los apartados de resultados, conclusiones y bibliografía.

### Objetivo

Analizar la correlación que tiene el intraemprendimiento con la innovación dentro de las mipyme comercializadoras del Estado de Aguascalientes.

### Planteamiento del Problema

En el más reciente informe de la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2016), afirman que las microempresas y las pymes constituyen el grupo más numeroso de empresas en casi todos los países (el 95% en promedio) y representan la inmensa mayoría de los puestos de trabajo. Por ello, ocupan un lugar destacado en las políticas sociales y económicas de casi todos los gobiernos. En América Latina, las mipyme representan el 30% del PIB regional (CEPAL, 2016), por lo que los gobiernos reconocen cada vez más su importancia como fuente de crecimiento económico (Gill & Biger, 2012). Sin embargo, a pesar de ser la base de la economía, se ven afectadas por el rápido cambio tecnológico y la globalización de los mercados (Ahmedova, 2015). Los sistemas productivos locales han mostrado, históricamente, una disposición especial para la introducción y adopción de innovaciones que permiten a las empresas mejorar su posición competitiva en los mercados (Vázquez, 2000). Los hallazgos coinciden en destacar que el intraemprendimiento es un elemento generador de ventajas competitivas en las organizaciones. (Bedoya, Toro, & Arango, 2017). Es por esto que, partiendo de lo anteriormente mencionado, el problema de la presente investigación se centra en base de la economía conformada por las mipyme, que se ven afectadas por el entorno tan versátil, por lo cual el objetivo es identificar si la cultura intraemprendedora incrementa el nivel de innovación de las empresas.

## **REVISIÓN DE LA LITERATURA**

Dentro de este apartado, se muestra la revisión literaria de los conceptos que conforman el tema de la presente investigación dando lugar a la base teórica de la hipótesis planteada para la investigación.

### Innovación

A continuación, se revisará la literatura de la variable de innovación, abarcando su conceptualización, clasificación y medición de la innovación.

Para Schumpeter (1939), el pionero en el estudio de la innovación, la considerada como el establecimiento de una nueva función de producción, es decir, hace referencia al caso de un producto nuevo, así como a la

nueva forma de organización tal como una fusión de la apertura de nuevos mercados. A partir de esto deja abierto el concepto de innovación, no limitándolo a la innovación en tecnología para la producción y tecnologías de la información y comunicación. Drucker (2004), afirma que la innovación es la función específica del emprendimiento, ya sea en una empresa existente, en una institución de servicio público o en un nuevo negocio comenzado por un individuo El Manual de Oslo (2005) define a la innovación como “la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”.

O'Sullivan & Dooley (2008), describen a la innovación como un conductor de cambio que consiste en la aplicación de herramientas prácticas y técnicas que hacen cambios grandes y pequeños en los productos, procesos y servicios, que se traduce en la introducción de algo nuevo para la organización que agrega valor a los clientes y contribuye al almacenaje del conocimiento de la empresa. Pinzón (2009), conceptualiza a la innovación como la introducción de un nuevo producto, un nuevo método de producción, una nueva forma de organización, una nueva fuente de aprovisionamiento, un nuevo mercado o una nueva forma de hacer las cosas. Dentro del mismo Manual de Oslo (2005), se agrupa a la innovación en cuatro categorías como se describe a continuación:

*Innovación en producto:* introducción de un bien o un servicio nuevo, o significativamente mejorado en lo referente a sus características o uso o prestación del servicio.

*Innovación en proceso:* introducción de un nuevo y significativamente mejorado proceso de producción o distribución. Este tipo de innovación puede tener como objetivo disminuir los costos unitarios de distribución o producción, así como, aumentar la calidad y producir o distribuir productos nuevos o significativamente mejorados. Lo anterior implica cambios significativos en las técnicas, los materiales, los programas informáticos, los métodos de distribución que corresponde a la logística, nuevos métodos de creación y prestación de servicios en los que se puede incluir nuevas o sensiblemente mejoradas tecnología de la información y la comunicación, todos ellos tendientes a disminuir costos unitarios de producción o distribución, mejorar la calidad, o producir o distribuir productos y servicios sensiblemente mejorados.

*Innovación comercial:* introducción de un nuevo método de comercialización con mejoras importantes en la presentación o diseño del producto, en su posicionamiento y en su promoción o precio, siempre con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores y de posicionarse o abrir nuevos mercados.

*Innovación en organización:* introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa.

Por otra parte, según la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA, 1995), la innovación se puede clasificar en tecnológica y en organizacional; donde la innovación tecnológica incluye las novedades significativas realizadas en productos y procesos; en cambio, la innovación organizacional está compuesta por todas las modificaciones realizadas en la estructura administrativa de las empresas, al igual que los procesos comerciales y financieros, entre otras cosas. Es importante mencionar que la innovación organizacional ha sido implementada en distintas investigaciones (Gálvez, 2011; Maldonado et al., 2009). Para efectos de la presente investigación, se tomarán los dos tipos de innovación, tanto tecnológica como organizacional. Los autores Van Auken, Madrid-Guijarro y García (2008), realizaron un estudio a 1091 Pymes de España, donde el objetivo fue analizar la innovación y el desempeño de las empresas manufactureras, utilizando una escala para medir innovación basada en la clasificación aportada por la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA, 1995), dividida en tres dimensiones, las cuales son; innovación en productos, innovación en procesos e innovación en sistemas de gestión, cada una con cuatro variables de medición.

### Intraemprendimiento

Dentro de este apartado, se revisa evidencia teórica y empírica sobre intraemprendimiento, abarcando su conceptualización, clasificación, modelos y evidencia empírica sobre la relación existente entre intraemprendimiento e innovación, dando lugar así, al planteamiento de la hipótesis uno. Los pioneros en el estudio del intraemprendimiento, Pinchot & Pellman (1999), utilizan el término intrapreneurship o intraemprendimiento para aludir al “espíritu emprendedor empresarial” haciendo referencia a los emprendedores dentro de las empresas. Afirmando que, este espíritu es el que hace que existan iniciativas de proyectos y negocios en las mismas.

Sharma & Chrisman (2007), aportan una definición de intraemprendimiento como “el proceso por el cual un individuo o un grupo de individuos, en asociación con una organización ya existente, crean una nueva organización o instigan la renovación o innovación dentro de la organización”. Los autores toman a la innovación como elemento clave de los procesos de actividad emprendedora corporativa. Donde la diferencia radica en que la renovación lidera la reconfiguración de un negocio ya existente y la creación de nuevos negocios implica la aparición de uno nuevo.

El intraemprendimiento se concibe como la actividad emprendedora llevada a cabo dentro de organizaciones ya existentes (Trujillo & Guzmán, 2008), también estos autores mencionan que la organización, a través del emprendimiento corporativo o intraemprendimiento, puede buscar el mejor encaje estratégico de las necesidades presentes con las visiones futuras. Por su parte, Antoncic y Hisrich (2001), generan un modelo de intraemprendimiento partiendo de modelos existentes, donde establecen cuatro dimensiones de la actividad emprendedora corporativa: la creación de nuevos negocios, la innovación, la autorrenovación y la proactividad, constituyéndose en antecedentes del desempeño de la organización en términos de crecimiento y rentabilidad, existiendo una relación positiva entre las variables.

En Estados Unidos de América, Kuz (2010) realiza una investigación sobre el intraemprendimiento y la innovación en empresas de alta tecnología, sus resultados muestran que para que la empresa sea más innovadora el líder debe vincular al intraemprendedor con los procesos innovadores. Otro estudio realizado en Australia por Zaho (2005), tuvo como objetivo aportar al conocimiento sobre la relación entre emprendimiento y la innovación dentro de las organizaciones. Los resultados muestran que existe una relación positiva, directa y complementaria entre los factores observados. Es por esto que, la hipótesis, soportada por lo anteriormente mencionado, queda especificada de la siguiente manera:

H1: El nivel de intraemprendimiento influye directa, positiva y significativamente en los niveles de innovación de las mipyme de Aguascalientes. Con base en el desarrollo del marco teórico, se construye la base teórica de la presente investigación respecto a los tres constructos que conforman el tema, en cuanto a conceptualización, escalas de medición y relación de hipótesis (Tabla 1).

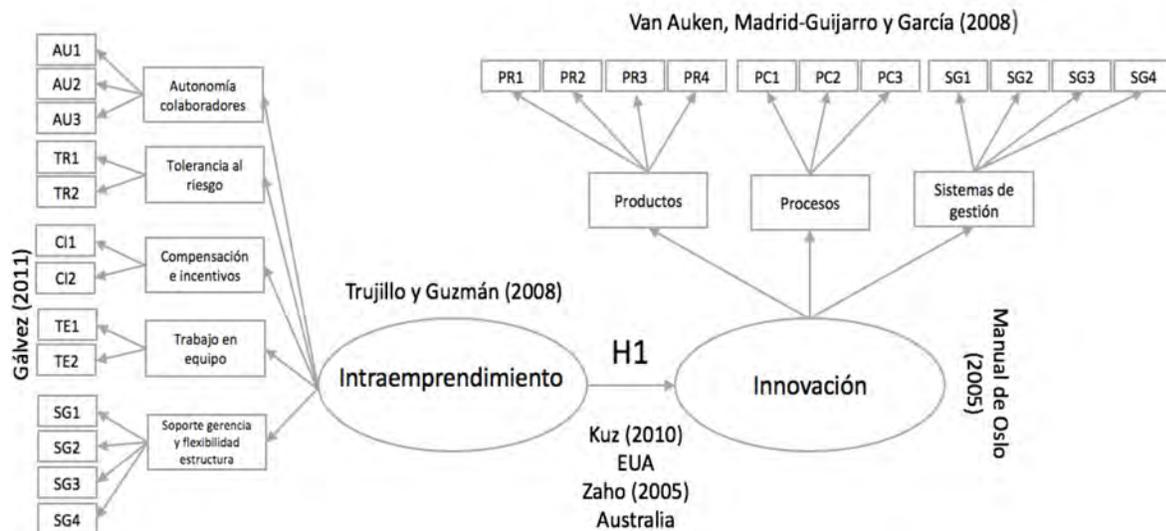
Tabla 1: Resumen de la Base Teórica y Empírica del Modelo Teórico

Constructo	Base Teórica	Fuente
Intraemprendimiento	Conceptualización	Trujillo & Guzmán (2008)
	Escala De Medición	Gálvez (2005)
	Relación Intraemprendimiento – Innovación H1	Kuz (2010) Zaho (2005)
Innovación	Escala De Medición	Van Auken, Madrid-Guijarro & García (2008)
	Conceptualización	Manual De Oslo (2005)

En esta tabla se estructura la base teórica de intraemprendimiento y de innovación para la presente investigación, abarcando conceptualización, escala de medición y trabajos empíricos que soportan la H1 indicando la relación entre ambas variables. Fuente: Elaboración propia.

El modelo teórico resultante se puede observar en la Figura 1.

Figura 1: Modelo Teórico



En esta figura se muestra el modelo teórico de la investigación, abarcando las dos variables del tema, las dimensiones de las escalas con sus respectivos factores, así como las fuentes de conceptualización, relación y escala de medición. Fuente: Elaboración propia.

## METODOLOGÍA

A continuación, se especifica el diseño metodológico para la realización de la investigación, presentando la contextualización de la investigación, el tipo de investigación y el método para la obtención de datos.

### Contextualización

La investigación se desarrolla en el Estado de Aguascalientes, una de las 32 entidades federativas de la República Mexicana, ubicado al centro de la República y colindando al norte, este y oeste con el Estado de Zacatecas; al sur y este con el de Jalisco. Las variables a estudiar son dos, el intraemprendimiento como causa en la relación planteada, y la innovación como efecto, haciendo concordancia con la hipótesis planteada de la investigación como se muestra a continuación:

H1: El nivel de intraemprendimiento influye directa, positiva y significativamente en los niveles de innovación de las mipyme de Aguascalientes.

### Tipo de Investigación

La presente investigación es de carácter científico, ya que la investigación científica es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento (Tamayo, 2004), y de acuerdo a su propósito, es tanto aplicada como básica, ya que tendrá un sustento teórico, y a la vez, se propone resolver un problema de manera práctica, aplicando el conocimiento teórico ya existente con la finalidad de generar nuevo conocimiento (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

### Enfoque

De acuerdo a la naturaleza del análisis de las variables, es cuantitativo, ya que utiliza la recopilación de información para poner a prueba o comprobar las hipótesis mediante el uso de estrategias estadísticas basadas en la medición numérica (Hernández et al., 2010). Dentro de este enfoque, el tipo de investigación se plantea es tanto descriptiva como correlacional; descriptivo, ya que busca caracterizar, exponer, describir, presentar o identificar aspectos propios de una determinada variable (Arguedas-Arguedas, 2009) y correlacional, ya que mide el grado de relación entre dos o más variables (cuantifican relaciones), donde dicha correlación se expresa en hipótesis sometidas a prueba (Hernández et al., 2010).

### Fuente de Datos

Se utilizarán datos primarios ya que se aplicará un instrumento a través del método de encuesta, el cual consiste en hacer preguntas que permitan responder las hipótesis planteadas en la investigación midiendo las respuestas a través de una escala tipo likert de cinco puntos.

### Muestra

Los más recientes datos que proporciona INEGI (2015) en el Directorio Estadístico de Unidades Económicas, muestran un total de 5,053,130 empresas, de las cuales 59,891 corresponden al Estado de Aguascalientes con un 97% en la clasificación de mipyme. Para la selección de la muestra, se identifica que el sector que más unidades económicas registradas y que presenta uno de los mayores ingresos para el Estado, de acuerdo al Censo Económico más reciente de INEGI (2014), con un total de \$11,459.5 millones de pesos, es el comercio al por mayor de materias primas (agropecuarias, forestales, de industria y materiales de desecho). Por lo tanto, de acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2015), el total de unidades económicas mipyme de comercio en el Estado de Aguascalientes son 24,030, representando el 40.8% del total registradas, de estas, el 8.8% corresponden a la actividad económica de comercio al por Mayor, quedando una población de 2,121 unidades económicas. Una vez descrito lo anterior y habiendo definido la unidad de estudio de la presente investigación, se procede a calcular la muestra, donde la fórmula para calcularla es la siguiente, con un nivel de confianza del 95%:

$$n = \frac{(1.96)^2 (.95)(.05)(2121)}{(2121)(.05)^2 + (1.96)^2(.95)(.05)} = 326 \quad (1)$$

Resulta como tamaño de muestra un total de 326 empresas, considerando una población de 2121 con un 95% de nivel de confianza, equivalente a 1.96 y un +- 5% de error muestral.

### Diseño del Cuestionario

El cuestionario se conformó por 3 bloques generales como se enlista a continuación:

*Bloque I:* Datos generales de la empresa: tiene como objetivo identificar en su primer apartado, los datos generales de la empresa, como nombre o razón social, dirección, colonia y actividad o giro.

*Bloque II:* Innovación: Dicha escala está dividida en tres dimensiones, las cuales son: 1) innovación en productos, 2) innovación en procesos e 3) innovación en sistemas de gestión, cada una conformada por cuatro ítems de medición, Tabla 2.

Tabla 2: Bloque II Innovación

Dimensión	Código	Variables
Innovación en productos	PR1	Número de productos nuevos o modificados por año.
	PR2	Carácter emprendedor de la empresa en la introducción de nuevos productos.
	PR3	Velocidad para introducir nuevos productos por la competencia.
	PR4	Inversión en I + D en nuevos productos.
Innovación en procesos	PC1	Número de modificaciones en procesos introducidos por año.
	PC2	Carácter emprendedor de la empresa cuando introducen nuevos procesos.
	PC3	Velocidad para introducir procesos por la competencia. Inversión en I+D en nuevos procesos.
	PC4	Inversión en I+D para nuevos procesos.
Innovación en sistemas de gestión	SG1	Número de cambios en los sistemas de gestión.
	SG2	La novedad de los sistemas de gestión.
	SG3	Búsqueda por ejecutivos de la empresa para nuevos sistemas de gestión.
	SG4	Carácter emprendedor de la empresa al introducir nuevos sistemas de gestión.

*En esta tabla se presentan las dimensiones que conforman la escala utilizada para la medición de la innovación, con los códigos para cada factor y sus respectivas variables. Fuente: Elaboración propia.*

*Bloque III:* Intraemprendimiento: La escala utilizada está dividida en cinco dimensiones: 1) Autonomía para los colaboradores, 2) Tolerancia al riesgo y a los errores, 3) Compensación e incentivos, 4) Trabajo en equipo y 5) Soporte de la gerencia y flexibilidad en la estructura corporativa, Tabla 3.

Tabla 3: Bloque III Intraemprendimiento

Dimensión	Código	Variables
Autonomía para los colaboradores	AU1	Los trabajadores inician algunos proyectos sin tener que consultarlo con los directivos.
	AU2	Participación de los trabajadores en nuevos proyectos de a empresa.
	AU3	Los trabajadores pueden tomar ciertas decisiones autónomamente.
Tolerancia al riesgo y a los errores	PC1	Las personas que toman riesgos son valoradas y bien vistas
	PC2	Se estimula a los trabajadores a tomar riesgos calculados.
Compensación e incentivos	CI1	Se les reconoce a los trabajadores que impulsan nuevos proyectos
	CI2	Se les recompensa a los trabajadores que impulsan nuevos proyectos
Trabajo en equipo	TE1	Es bien visto el trabajo espontáneo de equipos.
	TE2	Se fomenta el trabajo en equipo.
Soporte de la gerencia y flexibilidad en la estructura corporativa	SG1	Los directivos apoyan proyecto de trabajadores.
	SG2	Existe programa para fomentar la iniciativa de trabajadores.
	SG3	Se asignan recursos a nuevos proyectos.
	SG4	Dirección aprueba permite que los trabajadores utilicen tiempo en desarrollo de proyectos.

*En esta tabla se presentan las dimensiones que conforman la escala utilizada para la medición del intraemprendimiento, con los códigos para cada factor y sus respectivas variables. Fuente: Elaboración propia.*

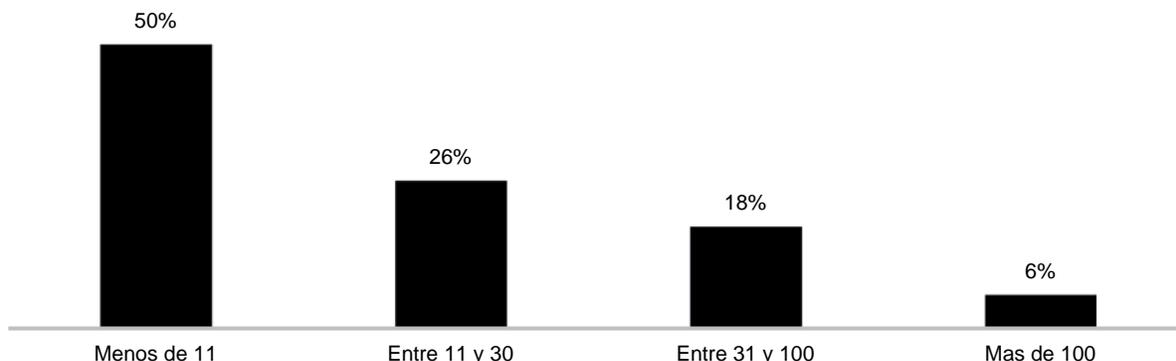
Plan de Recolección de Datos

La planeación de la recolección de datos se divide en tres etapas: concretar cita con la empresa, aplicar encuesta vía presencial, digital o telefónica, y por último se realiza el vaciado de datos en la base correspondiente. Los datos se comienzan a recabar en diciembre del 2018, trabajo que se continua hasta el momento, planeando recabar el total de encuestas requeridas de muestra en un plazo de 8 meses.

**RESULTADOS**

Los siguientes, son resultados parciales, ya que, de la muestra estimada de 326 encuestas, se han recabado un total de 204 hasta este punto de la investigación, por lo que se procede a presentar datos estadísticos descriptivos del tipo de empresa en cuanto a número de empleados, antigüedad y ventas, como se muestra en las Figuras 2, 3 y 4, respectivamente.

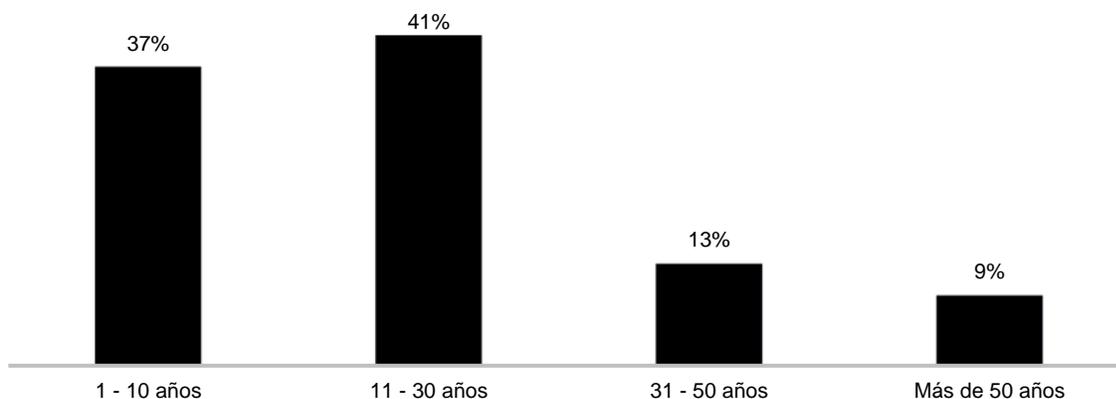
Figura 2: Número de Empleados



La figura muestra el número de empleados de las empresas encuestadas utilizando rangos de menos de 11, entre 11 y 30, entre 31 y 100 y más de 100. Fuente: Elaboración propia.

La Figura 2 nos muestra el número de empleados de las empresas encuestadas, donde la mayoría se colocan dentro de la opción “Menos de 11” con un 50%, seguida la opción “Entre 11-30” con un 26% y por último las opciones “Entre 31-100” y “Más de 100” con un 18% y 6% respectivamente.

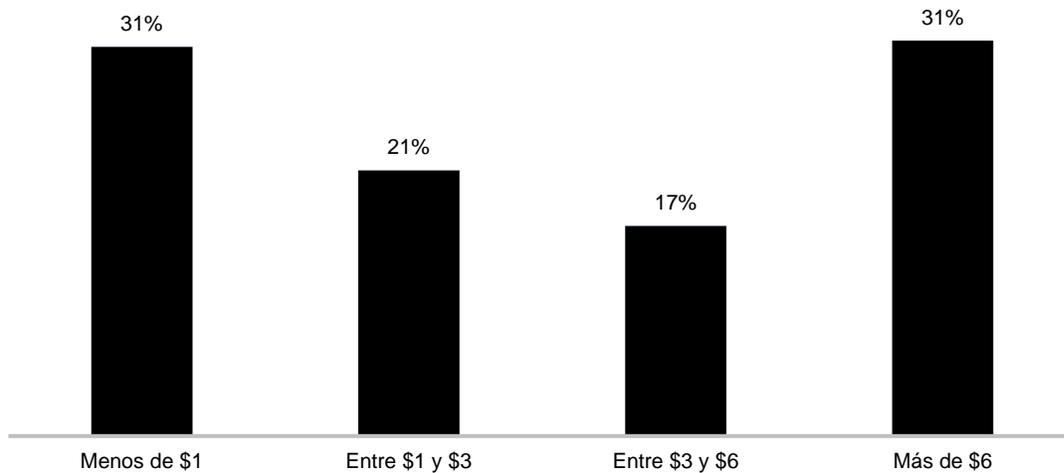
Figura 3: Antigüedad de la Empresa



La figura muestra la antigüedad de las empresas encuestadas, en rangos de 1 a 10 años, de 11 a 30 años, de 31 a 50 años y más de 50 años. Fuente: Elaboración propia.

La Figura 3 nos muestra la antigüedad de las empresas encuestadas, donde la mayoría se colocan dentro de la opción “11 – 30 años” con un 41%, seguida la opción “1-10 años” con un 37% y por último las opciones “31-50 años” y “Más de 50 años” con un 13% y 9% respectivamente.

Figura 4: Ventas Anuales en Millones de Pesos



La figura muestra las ventas del 2018 en millones de pesos de las empresas encuestadas en un rango de menos de \$1, entre \$1 y \$3, entre \$3 y \$6 y más de \$6. Fuente: Elaboración propia.

La Figura 4 nos muestra las ventas del 2018 en millones de pesos de las empresas encuestadas, donde la mayoría se colocan dentro de las opciones “Menos de \$1” y “Más de \$6” ambas con un 31%, seguidas de las opciones “Entre \$1 y \$3” y “Entre \$3 y \$6” con un 21% y 17% respectivamente. A continuación, dentro de la Tabla 4 se muestra el resumen del procesamiento de los casos, con un total de 204 casos válidos y con cero casos excluidos.

Tabla 4: Resumen de Procesamiento de los Casos

Casos	N	%
Válidos	204	100.0
Excluidos	0	0.0
Total	204	100.0

Esta tabla contiene el procesamiento de los datos, donde se observa el total de datos con 204 elementos, donde cero casos son excluidos y 204 son válidos lo cual representa el 100% de los datos. Fuente: Elaboración propia.

De igual forma, se procede a presentar la prueba de fiabilidad de los datos en la Tabla 5, contemplando los 25 elementos totales que conforman los ítems de innovación y de intraemprendimiento, realizando el análisis a través del coeficiente de Alpha de Cronbach, el cual resulta con un 0.9040, por lo tanto, por ser altamente cercano a 1, se puede afirmar que la escala cuenta con fiabilidad.

Tabla 5: Estadístico de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach Basada en los Elementos Tipificados	N de Elementos
0.9040	0.9088	25

La tabla muestra el Alfa de Cronbach resultante para la fiabilidad de la escala, donde se puede observar un 0.9040 obtenido del total de los 25 elementos. Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 6 se puede observar las variaciones que hubiera en el Alpha de Cronbach de la escala si se eliminara alguno de los 25 elementos analizados, sin embargo, se puede observar que ninguno es mayor a 0.9040, por lo que no se recomienda eliminar ninguno de los elementos.

Tabla 6: Estadístico de Fiabilidad Eliminando Elemento

	Media de la Escala Si Se Elimina el Elemento	Varianza de la Escala Si Se Elimina el Elemento	Correlación Elemento-Total Corregida	Correlación Múltiple al Cuadrado	Alfa de Cronbach Si Se Elimina el Elemento
Productos 1	91.3088	124.3721	0.5820	0.5431	0.8985
Productos 2	91.5294	126.5656	0.5526	0.5729	0.8993
Productos 3	91.4951	125.3744	0.6409	0.6029	0.8977
Productos 4	91.5882	126.8739	0.4806	0.4523	0.9007
Procesos 1	91.3873	125.9232	0.5858	0.4582	0.8986
Procesos 2	91.5245	130.1127	0.3965	0.3823	0.9022
Procesos 3	91.4265	126.8172	0.5775	0.5316	0.8990
Procesos 4	91.5392	128.6241	0.4381	0.4113	0.9015
Gestión 1	91.4118	126.4700	0.5971	0.4484	0.8986
Gestión 2	91.6961	126.2520	0.6005	0.5207	0.8985
Gestión 3	91.5882	125.2976	0.5959	0.4780	0.8983
Gestión4	91.5294	126.6346	0.6035	0.4756	0.8986
Autonomía 1	92.5686	124.4928	0.3854	0.3554	0.9052
Autonomía 2	92.0882	126.8789	0.4549	0.3436	0.9013
Autonomía 3	92.1912	126.9337	0.4238	0.3796	0.9022
Tolerancia 1	92.0882	125.8937	0.4304	0.3619	0.9023
Tolerancia 2	92.1324	125.8494	0.5298	0.3854	0.8996
Compensación 1	91.4069	127.6021	0.4789	0.3627	0.9007
Compensación 2	91.8627	127.5968	0.5299	0.4079	0.8998
Equipo 1	91.3186	126.5827	0.5282	0.4700	0.8997
Equipo 2	91.6863	128.0390	0.4477	0.4132	0.9013
Soporte 1	91.3529	127.9044	0.4684	0.4227	0.9009
Soporte 2	91.6667	126.4007	0.5271	0.5227	0.8997
Soporte 3	91.6373	128.9515	0.3725	0.3866	0.9030
Soporte 4	91.5049	127.7980	0.4365	0.4792	0.9016

La tabla muestra las variaciones que hubiera en el Alpha de Cronbach de la escala si se eliminara alguno de los 25 elementos analizados Fuente: Elaboración propia.

Para medir si la correlación existente entre intraemprendimiento e innovación es positiva como se plantea en la H1, se realiza el análisis a través del coeficiente de correlación de Pearson, el cual estima una relación positiva perfecta si es igual a 1 ( $r=1$ ), correlación positiva si se encuentra entre cero y uno ( $0 < r < 1$ ), si el coeficiente es igual a cero se considera correlación lineal ( $r=0$ ), si se encuentra entre -1 y cero ( $-1 < r < 0$ ), entonces se considera correlación negativa, por último se considera correlación negativa perfecta si es igual a -1 ( $r = -1$ ). En este caso, se puede observar dentro de la Tabla 7, que el coeficiente de correlación de Person entre intraemprendimiento e innovación es de 0.3374, por lo que se puede afirmar hasta este punto del análisis, que la correlación es positiva entre dichas variables, es decir, a mayor intraemprendimiento mayor innovación en las empresas mipyme comercializadoras del Estado de Aguascalientes, lo cual permitiría aprobar la H1 de la investigación.

En Estados Unidos de América, Kuz (2010) realizó una investigación sobre el intraemprendimiento y la innovación en empresas de alta tecnología, sus resultados muestran que para que la empresa sea más innovadora el líder debe fomentar prácticas como la generación de ambientes de trabajo colaborativos, apoyar la innovación abierta a través de concursos de ideas, vincular el intraemprendedor a los procesos innovadores, y conducir la empresa hacia negocios de más actualidad. Contrastando estos resultados con los obtenidos en la presente investigación, se puede destacar que ambos cuentan con una relación positiva y significativa del intraemprendimiento con el nivel de innovación de una empresa, sin embargo, es importante destacar que el tiempo de empresa unidad de estudio es completamente diferente, desde su ubicación geográfica hasta el giro o actividad y tamaño, lo cual nos indica que a pesar de estas diferencias marcadas, las prácticas de intraemprendimiento aportan a que la innovación aumente logrando así un mayor nivel de competitividad y adaptación de las empresas en el entorno globalizado al que se enfrentan.

Tabla 6: Estadístico de Fiabilidad

Correlaciones		Innovación	Intraemprendimiento
Innovación	Correlación de Pearson	1.0000	0.3374**
	Sig. (bilateral)		0.0000
	N	204.0000	204.0000
Intraemprendimiento	Correlación de Pearson	0.3374**	1.0000
	Sig. (bilateral)	0.0000	
	N	204.0000	204.0000

La tabla muestra el coeficiente de correlación de Person entre intraemprendimiento e innovación, siendo este un 0.3374 entre ambas variables. Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los resultados parciales obtenidos hasta este punto de la investigación, se observan en mayoría micro empresas, con menos de 11 empleados, con una antigüedad de entre 11 y 30 años y un nivel de ventas anuales registradas en 2018 de menos de un millón de pesos y más de 6 millones. Por parte de la calidad de la escala, se muestra el total de datos contemplados como válidos y se cuenta también con un coeficiente de fiabilidad adecuado. En cuanto a la correlación entre las variables, como se menciona anteriormente, se muestra positiva, lo cual nos permite hacer referencia a que los resultados finales una vez obtenidos el número total de casos de la muestra, se estiman podrán ser positivos.

## CONCLUSIONES

Es importante resaltar que, el entorno actual en el que se desenvuelven las empresas hace que las dos variables analizadas en la presente investigación cobren mayor importancia, debido a que, ante la

incertidumbre que las decisiones macroeconómicas generan en el entorno, el intraemprendimiento es una herramienta preponderante para no detener el crecimiento empresarial, dando así paso a la innovación como base fundamental de la competitividad en las empresas. Es por esto que, el objetivo resulta relevante ya que se centra en identificar si las prácticas de intraemprendimiento incrementan el nivel de innovación de las empresas, para con esto contribuir directamente en una de las unidades de estudio más importantes para la economía como lo son las mipyme. El enfoque de la investigación, de acuerdo a la naturaleza del análisis de las variables, es cuantitativo, el tipo de investigación es tanto descriptiva como correlacional y los datos utilizados son datos primarios, a través del método de encuesta. Con los resultados obtenidos hasta este punto de la investigación, se puede comprobar que a mayor nivel de intraemprendimiento mayor nivel de innovación, ya que se obtiene un coeficiente de correlación de Pearson de 0.3370, lo cual permitiría aprobar la H1 de la investigación confirmando esta relación positiva y significativa.

Dentro de las principales limitantes de la investigación se encuentra el avance parcial de la recolección de datos que, si bien nos pueden dar una tendencia marcada, es necesario concluir al 100% la recolección de datos para contar con la muestra estadística obtenida. Es por esto que, la temática de la presente investigación es relevante, ya que el enfoque se centra en la innovación dentro de la unidad de estudio de mayor relevancia para la economía en el Estado de Aguascalientes y en el resto del mundo, y esto a través de la actividad intraemprendedora que se ha observado como uno de los factores con una correlación positiva en la innovación. En agendas futuras de investigación el intraemprendimiento y la innovación deben seguir presentes, por lo que se podría extender los estudios relacionados adecuándolos a distintos contextos, ya sean geográficos, sector económico o estructura empresarial, para con esto contrastar si las mismas variables en distintos escenarios se comportan de igual o distinta manera o bien realizar en dos contextos distintos una investigación comparativa.

## REFERENCIAS

- AECA. (1995). *La innovación en la empresa: factor de supervivencia. Principios de organización y sistemas*. Madrid, España: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- Ahmedova, S. (2015). Factors for Increasing the Competitiveness of Small and Medium- Sized Enterprises (SMEs) in Bulgaria. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1104-1112.
- Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of business venturing*, 16(5), 495-527.
- Arguedas-Arguedas, O. (2009). La pregunta de investigación. *Acta Médica Costarricense*, 51(2), 89-90.
- Bedoya, M. A., Toro, I. D., & Arango, B. (2017). Emprendimiento Corporativo e Innovación: Una Revisión y Futuras Líneas de Investigación. *Revista ESPACIOS*, 38(17).
- CEPAL. (2016). Informe anual de la CEPAL.
- Drucker, P. (2004). La disciplina de la innovación. *Creatividad e innovación*, 157-174.
- Gill, A., & Biger, N. (2012). Barriers to small business growth in Canada (Vol. 19).
- González, M., & Vázquez, J. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Revista contaduría y administración*, 197, 47-63.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Interamericana.

INEGI. (2014). Censo Económico 2014.

INEGI. (2015). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. México.

Kuz, D. S. (2010). Exploration of intrapreneurship and innovation in advanced technology organizations in the Western United States: University of Phoenix.

O'Sullivan, D., & Dooley, L. (2008). Applying innovation: Sage publications.

OCDE. (2005). Manual de Oslo: Guía para la recolección e interpretación de datos sobre innovación (Tercera ed.): Tragsa.

OMC, O. M. d. C. (2016). Informe sobre el Comercio Mundial 2016 (pp. 210). Suiza: Publicaciones de la OMC.

Pinchot, G., & Pellman, R. (1999). Intrapreneuring in action: A handbook for business innovation: Berrett-Koehler Publishers.

Pinzón, C. S. Y. (2009). Impacto de la Orientación a Mercado en la Innovación en Empresas de Aguascalientes.

Schumpeter, J. (1939). Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process. New York.

Sharma, P., & Chrisman, S. J. J. (2007). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship Entrepreneurship (pp. 83-103): Springer.

Tamayo, M. (2004). El proceso de la investigación científica: Editorial Limusa.

Trujillo, M. A., & Guzmán, A. (2008). Intraemprendimiento: Una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura. Cuadernos de Administración, 21(35).

Van Auken, H., Madrid-Guijarro, A., & Garcia-Perez-de-Lema, D. (2008). Innovation and performance in Spanish manufacturing SMEs. International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 8(1), 36-56.

Vázquez, A. (2000). Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual. NU. CEPAL. División de Desarrollo Económico 51.

Zaho, F. (2005). Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research

## **BIOGRAFÍA**

Aura Andrea Díaz Duarte es Maestra en Administración por parte de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Profesora Investigadora Asociada de la Universidad Autónoma de Aguascalientes y estudiante del Doctorado en Ciencias Administrativas. Se puede contactar en el Centro de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Miguel Ángel Oropeza Tagle es Doctor en Metodologías y líneas de investigación en Contabilidad y Auditoría por la Universidad de Cantabria, España. Profesor e Investigador Titular de la Universidad

Autónoma de Aguascalientes, miembro del SIN nivel 1, Secretario Técnico de la Maestría en Impuestos y miembro del Núcleo Académico Básico del Doctorado en Ciencias Administrativas. Se puede contactar en el Centro de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Alfonso Martín Rodríguez en Doctor en Gobierno y Administración Pública por la escuela Libre de Ciencias Políticas y Administración Pública de Oriente, Profesor de tiempo completo del Departamento de Finanzas de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, consultor y empresario. Se puede contactar en el Centro de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Autónoma de Aguascalientes.