

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO



Proyecto integrador como requisito parcial para la obtención del grado de
Maestría en Dirección y Gestión de Negocios Internacionales

ESTUDIO DE FACTORES QUE MANTIENEN INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO DE LAS PYMES EN ESCOBEDO, NUEVO LEÓN

PRESENTA:

Lic. Néstor Israel Cárdenas Solís

DIRECTOR:

Dr. Israel Garza Sepúlveda

San Nicolás de los Garza, Nuevo León a 2 de Febrero de 2021

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO DE FACPYA

San Nicolás de los Garza, N. L. a 2 de Febrero de 2021

Los abajo firmantes miembros del jurado examinador del alumno:

Lic. Néstor Israel Cárdenas Solís

Hacemos constar que hemos revisado y aprobado el proyecto de investigación denominado: **“Estudio de factores que mantienen influencia en el crecimiento de las PYMES en Escobedo, Nuevo León”** para obtener el grado de MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES.

NOMBRE:

FIRMA:

PRESIDENTE: DR. ISRAEL GARZA SEPULVEDA

SECRETARIO: DRA. MÓNICA BLANCO JIMÉNEZ

VOCAL: DR. JUAN PATRICIO GALINDO MORA

SELLO POSGRADO FACPYA:

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia que fue un apoyo y un parteaguas para que decidiera dar este siguiente paso dentro de mi carrera profesional, así mismo, fueron un gran soporte para llegar a culminar esta jornada educativa, y que estuvieron ahí siempre para darme ánimos para poder culminar este viaje.

Néstor Israel Cárdenas Solís

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia, agradezco a mis catedráticos, quienes me acompañaron y formaron en este viaje para poder obtención del título honorario de master. De la misma manera agradezco a mis compañeros de generación, quienes fueron un gran soporte para poder culminar mis estudios, llevándonos mutuamente al camino de la excelencia.

Nestor Israel Cárdenas Solís

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Declaro solemnemente que el documento que en seguida presento es fruto de mi propio trabajo y hasta donde estoy enterado no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias.

Declaro además que tampoco contiene material que haya sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro grado o diploma de alguna universidad o institución.

Nombre: Lic. Néstor Israel Cárdenas Solís

Firma: _____

Fecha: Febrero 2021

NOTA DE SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL

La Facultad de Contaduría Pública y Administración (FACPYA) y la División de Estudios de Posgrado de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), no se hace responsable de los conceptos emitidos por las personas investigadoras en su trabajo, solo velará por el rigor científico metodológico y ético del trabajo en aras de la búsqueda de la verdad y la justicia.

El trabajo de investigación realizado pasa a ser propiedad de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

ÍNDICE

Introducción	8
CAPÍTULO 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.1 Antecedentes teóricos.....	9
1.2 Descripción del problema de investigación y contexto.....	13
1.3 Pregunta de investigación.....	17
1.4 Objetivos de la investigación.....	17
1.4.1 <i>Objetivo general</i>	17
1.4.2 <i>Objetivos específicos</i>	18
1.5. Hipótesis de la investigación.....	18
1.6 Modelo gráfico de la hipótesis.....	18
1.7 Metodología.....	19
1.8 Justificación y aportaciones del estudio.....	19
1.9. Delimitaciones del estudio.....	20
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	21
2.1. Crecimiento empresarial en PYMES.....	21
2.2. Fundamentos teóricos sobre el liderazgo.....	22
2.3. Aspectos teóricos sobre cultura organizacional.....	24
2.4. Competitividad de las PYMES.....	26
2.5. Características de la innovación en PYMES.....	28
2.6. Teorías explicativas del financiamiento de las PYMES.....	30
CAPÍTULO 3. MÉTODO	32
3.1 Enfoque y alcance de la investigación.....	32
3.2 Diseño de la investigación.....	32
3.3 Método de recolección de datos.....	33
3.4. Elaboración del instrumento.....	33
3.5. Operacionalización de las variables.....	34
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	38
4.1. Presentación de los resultados.....	38
4.2 Estadísticos descriptivos de la base de datos.....	38
4.3 Análisis de frecuencias.....	40
CAPÍTULO 5. CONCLUSIÓN	46
Referencias Bibliográficas	47
Anexo 1	52

Introducción

Una parte esencial para el desarrollo económico de los países son las PYMES, principalmente por su alta contribución al empleo en cualquier lugar de la región. En México, las PYMES representan un porcentaje importante en relación con el total de las inscritas en los padrones comerciales. En el municipio de Escobedo, en el Estado de Nuevo Leon, las PYMES manufactureras son consideradas organizaciones de suma importancia principalmente por el número de empleos que genera sin mencionar el impacto económico que hay en el estado, por lo anterior mencionado es necesario contar con estudios que brinden información a las empresas y con esta puedan tomar las mejores decisiones para que se lleve a cabo crecimiento dentro de la organización.

De esta manera es importante para las organizaciones plantearse que factores son en los que deben de trabajar la organización para poder generar crecimiento. Bajo este esquema, se plantea la intención de realizar un estudio sobre factores como lo son el liderazgo, la cultura organizacional, la competitividad, la innovación y el financiamiento; para lo cual se realiza una revisión bibliográfica acerca de lo planteado anteriormente y de esta manera obtener información mediante un instrumento aplicado en la ciudad para analizar la relación entre los factores y el crecimiento mediante un análisis descriptivo y de frecuencia.

CAPÍTULO 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo se revisarán los antecedentes teóricos, la descripción del problema y el contexto de la investigación, las preguntas de investigación, los objetivos de la investigación, la justificación la viabilidad y las limitaciones y delimitaciones de la investigación.

1.1 Antecedentes teóricos del problema

Una PYME es el nombre comúnmente utilizado para una pequeña y mediana empresa. Una pequeña empresa es la que cuenta entre 11 y 30 empleados además de generar ventas entre 4 y 100 millones de pesos. Así mismo son manejadas como entidades independientes, creadas para ser rentables con un objetivo para dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de un servicio para satisfacer ciertas necesidades requeridas por la sociedad. Por tal motivo representan más del 3 % total de las empresas y casi el 15% del empleo en el país, del mismo modo producen más del 14 % del PIB. Por otro lado, las medianas empresas se distinguen por tener de 31 a 100 trabajadores y generar ventas anuales de entre 100 y 250 millones de pesos. Son entidades económicas con la oportunidad de desarrollar su competitividad en base a la mejora de su organización y procesos, así como mejora de sus habilidades empresariales. Las medianas empresas representan casi el 1% de las empresas del país y casi el 17% del empleo total del país, por lo tanto, representan el 22% del PIB (Secretaría de Economía, 2012).

Hoy en día, la economía mexicana está experimentando cambios debido a variaciones estructurales realizados por Estados Unidos (su mayor socio comercial). Esto hace que el panorama de una PYME luzca de la siguiente manera: más de 4 millones de pymes en México están generando el 72% del empleo y el 52% del PIB (Producto Interno Bruto) nacional (Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas ENAPROCE, 2015).

Siguiendo con los resultados de la encuesta, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), al Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y el Banco Nacional de Comercio Exterior [BANCOMEXT], el resultado demostró que, del total de empresas consideradas, 97.6% son microempresas y concentran el 75.4% del personal ocupado total. Por otro lado, en la escala siguieron las empresas pequeñas, que son un 2% y tienen el 13.5% del personal ocupado. Las medianas representan 0.4% de las unidades económicas y tienen poco más del 11% de los ocupados (Bancomext, 2015). La información mencionada se concentra en la tabla 1.

Tabla 1.

Número de empresas por tamaño y personal ocupado

Tamaño	Empresas		Personal ocupado
	Número	Participación (%)	Participación (%)
Micro	3,952,422	97.6	75.4
Pequeña	79,367	2.0	13.5
Mediana	16,754	0.4	11.1
Total	4,048,543	100.0	100.0

Nota: Bancomext (2015)

De esta manera la creación de pymes se ha convertido en un fenómeno de orden global que ha tenido un gran auge en los últimos años. Se puede observar que en países como Taiwán, donde se tiene un 98% empresas de este tipo, las pymes aportan el 65% del volumen total de las exportaciones y mantienen al 70% de la población del país con un empleo establecido. De igual manera, se ha encontrado que en el país de Chile se tiene un 92% de pymes y cuentan con un volumen de exportación del 40.8 % (Restrepo Gómez, 2007, citado por Muñoz, 2018).

En un detallado estudio acerca de México, se cita que las pymes, al cumplir los 10 años de existencia, solamente el 10% logra alcanzar la madures, tener éxito y crecer. Otros datos muestran que el 75% de los nuevos negocios deben cerrar sus operaciones después de los dos años en el mercado, el 50% de los mismos

quiebran durante el primer año de actividad, y no menos del 90% antes de los cinco años. Por otro lado, en América Latina, el 7% de las PYMES de Argentina llegan al segundo año de vida y solo el 3% logran consolidar el quinto año de vida. Para el país de Chile, en un estudio en el que se les da seguimiento a 67mil 310 empresas creadas a partir de 1996, se encontró que el 25% de ellas desapareció durante el primer año, el 17% en el segundo año, 13% en el tercer año y 11% en el cuarto año, logrando consolidarse solo el 34% de ellas. El estudio menciona de igual manera que en los países subdesarrollados, entre el 50 y 75% las pymes dejan de existir durante los primeros 3 años. Hablando de América del Norte, en Estados Unidos, el promedio de vida de las pymes es de 6 años, y más de 30 % no llegan a consolidar el tercer año de vida. Por último, en España, el 80% de las empresas quiebran en los primeros 5 años. Consolidando lo mencionado anteriormente, las estadísticas mencionan una elevada mortalidad en las pymes de nueva creación (Rodríguez, 2014, citado por Moreno, Cuevas & Michi, 2015).

En todas las economías mundiales, las pymes son de suma importancia por el rol fundamental en el cual figuran, ya que su aporte ya sea generando productos u ofreciendo servicios, demandando y comprando productos, son un eslabón determinante en el encadenamiento de toda actividad económica que genera empleo. (EMPRENDEPYME, 2016). Sin embargo, es necesario llevar a cabo ciertas estrategias para llevar a consolidar el éxito de una pyme y que esta no muera dentro de los primeros años de vida. Una estrategia utilizada para llevar al éxito a una organización es el correcto liderazgo ejercido en la empresa. Es de suma importancia mencionar que el liderazgo dirige a las pymes por un camino de éxito y prosperidad para poder llegar a establecerse dentro del mercado y, de esta manera, pasar por las etapas de crecimiento para lograr el que una pyme llegue a consolidarse como empresa grande (Vargas, 2019)

De la misma manera que el liderazgo, la cultura organizacional es un factor que se ha identificado que influye en el crecimiento de las organizaciones. Un estudio de Quiroga (2007), realizado en pymes del sector metalmecánico de Cali,

Colombia, manifestó que se tiene poco interés en el conocimiento por enfrentar temas de cultura organizacional, lo cual muestra un poco visión prospectiva al respecto y no se reflexiona sobre la incidencia que tienen estas variables en la productividad. Así mismo plantea que en un mediano y largo plazo se podrá notar un impacto negativo dentro de la productividad brindada en la empresa, lo que se traduce en un retroceso en el crecimiento de la pyme.

Por otro lado, Figueroa & Bravo (2020) han demostrado, al realizar un estudio en Manabí, donde actualmente existe una elevada competencia en el mercado de las pymes, lo cual genera que la mayoría de las pymes formalmente establecidas no se puedan desarrollar, aunado al aumento de los negocios informales, los cuales han ocasionado que algunos de estos negocios formales no logren sobrevivir en la localidad, lo cual desemboca en el bajo índice de innovación que mantienen estos negocios. Es importante mencionar que, ante los cambios constantes del medio ambiente, la innovación es un tema el cual las pymes deben poner atención si quiere tener permanencia y tener participación en el mercado (Pomar, Rangel & Franco, 2014). Se dice que una pyme es innovadora cuando logra identificar oportunidades en los alrededores de su entorno, creando ideas nuevas que puedan generar aprovechamiento y que, al momento de terminar su implementación, se pueda generar más valor a la empresa como resultado, y de esta manera, volverá competitiva (Flórez, 2019).

Por último, las PYMES mantienen una importancia muy relevante en el sector económico de un país, provincia o localidad, sin embargo, en la actualidad no se ha realizado un correcto seguimiento dirigido hacia el sector empresarial, generando una gran cantidad de empresas las cuales se mantienen en funcionamiento sin financiamiento o recursos necesarios para generar crecimiento (Figueroa et al., 2020). Aunque se ha consolidado hasta el momento varios avances para modernizar las pymes, mediante la creación de programas de gubernamentales en los últimos años, no ha sido suficiente para la parte de acceso a financiamientos

debido a que esto sigue siendo un obstáculo para una pyme pueda ser creada y consolidada como exitosa (Sánchez, Osorio & Baena, 2007).

1.2 Descripción del problema de investigación y contexto

Las pequeñas y medianas empresa son pieza fundamental para la generación de empleos y el crecimiento de un país. Así mismo, es importante recalcar que las pymes son el segmento empresarial que se enfrenta a más obstáculos para el desarrollo y el financiamiento, el cual es el principal problema que se les presenta, sin embargo, las pymes son el sustento de la economía de la mayoría de los países. A continuación, se presenta la tabla 2, la cual muestra como han contribuido las pymes de Estados Unidos, Japón y Europa al mantenimiento del empleo y por ende del crecimiento de la economía de dichos países (Sánchez et al., 2007).

Tabla 2.

Empresas y empleo sector no primario. Estados Unidos, Japón y Europa

País y Tamaño de la Empresa	No. De establecimientos	Empleo	Distribución de Establecimientos (%)	Distribución de empleo (%)	Personas ocupadas por empresas
Estados Unidos					
Micro	19.988.000	27.872.000	94%	22%	1.4
Pequeña	1.009.000	20.061.000	5%	15%	19.9
Mediana	167.000	15.660.000	1%	12%	93.8
Grande	59.000	66.042.000	0%	51%	1.119.4
Total	21.223.000	129.635.000	100%	100%	6.1
Japón					
PyME	4.836.764	31.197.419	100%	69%	6.5
Grande	14.340	13.707.332	0%	31%	995.9
Total	4.851.104	44.904.751	100%	100%	9.3
Europa					
Micro	17.820.000	55.040.000	92%	39%	3.1
Pequeña	1.260.000	24.280.000	7%	17%	19.3
Mediana	180.000	18.100.000	1%	13%	100.6
Grande	40.000	42.300.000	0%	30%	1.057.5
Total	19.300.000	139.720.000	100%	100%	7.2

Nota: Small Business Administration and US Census (2000).

Diferentes factores son los que afectan directamente el crecimiento de una pyme, y como se ha mencionado anteriormente, un factor de importancia cuando se habla del crecimiento de una organización el liderazgo es uno de los principales que salen a relucir, enfocado en la guía tomada por los altos mandos de las empresas. El liderazgo se ha definido de diferentes maneras a lo largo de los años, una de estas definiciones lo toma como el proceso social para influir a un grupo de personas con el fin de lograr los objetivos establecidos el cual ha sido estudiado a lo largo de los años por diferentes investigadores para indagar su influencia sobre los demás y los beneficios que se pueden obtener con un buen liderazgo dentro de una organización (Robles, de la Garza & Medina, 2008).

Dentro de las investigaciones realizadas acerca del liderazgo se ha detectado que en la cultura mexicana se han realizado investigaciones las cuales han concluido que el personal operativo de una industria se encuentra en espera de que se les asigne una tarea y se les esté dando guía durante esta misma (Slater *et al.*, 2002). Por lo tanto, el liderazgo es una variable que se tiene que evaluar en las pymes dentro del desarrollo profesional de los directivos del negocio. De esta manera, el líder tiene como obligación poseer la habilidad de facilitar las prácticas de cooperación organizacional, para lograr los objetivos establecidos por la empresa, satisfaciendo las necesidades de los individuos de la compañía y de sus clientes Sin embargo, es importante tener en cuenta que el liderazgo no depende únicamente de las personas que lo ejercen, sino también está influenciado por el entorno en que se encuentran y de la compañía donde se lleva a cabo (Márquez, Garduño & Cardoso, 2017).

En este sentido, el liderazgo tiene un reconocimiento como la aptitud que consiente la conversión de una visión en realidad, esto se genera a través de un líder el cual es capaz de desarrollar diversas acciones que se logran integrando el conocimiento y las habilidades para dar solución a una situación especial. De esta manera se puede inferir que el liderazgo tiene la capacidad de incrementar la productividad y por ende el crecimiento empresarial (Córdoba, 2020).

El crecimiento empresarial se da de distintas maneras y otro factor que incide directamente sobre él, es la cultura organizacional. Como un acercamiento se puede considerar como la unión de normas, hábitos y valores que son utilizados por las personas y/o grupos que conforman parte de una institución, los cuales se encuentran capacitados para controlar la forma en la que existe interacción con su contexto y entre sí. Es decir, una empresa obedecerá a la forma en la que se empleen las normas por parte de sus integrantes (Reinoso & Pérez, 2019).

Un estudio de Cachipundo & Quespaz (2020), el cual menciona que la cultura organizacional dentro de una pyme se puede encontrar en diferentes formas como la identidad que los trabajadores asumen dentro de la organización, los valores representativos de cada función y/o miembro del equipo, las diferentes costumbres adoptadas en cuanto a formas y hábitos para realizar una tarea de la mejor manera; lo cual facilita el buen desempeño y el correcto rendimiento de trabajo que constituyen al cumplir objetivos y metas planeadas para generar un mejor producto y por ende que la pyme se mantenga en crecimiento.

En otro aspecto enfocado en la competitividad que actualmente las empresas han enfrentado, es importante recalcar que cada vez las pymes se han tenido que enfrentar a una competitividad más fuerte. Los consumidores se han convertido en más exigentes y complejos; y aunado a esto, la tecnología avanza rápidamente, por lo tanto, la liberación de los mercados internacionales y la emergencia de los bloques económicos mantienen afectación directa a las organizaciones empresariales (Cabrera & Ludeña, 2019).

A causa de la globalización, se ha observado una afectación muy notable en el aumento de la competitividad mundial, ya que la mayoría de las pymes no cuenta con un apoyo financiero, economías de escala o no son lo suficientemente competitivas para poder mantenerse dentro de los mercados. Por este motivo, se ha visto a la necesidad de acoplarse a la lógica de libre comercio, con el fin de

multiplicar el capital, lo que ha conllevado a la creciente interconexión de los mercados por todo el mundo; así de esta misma manera, estos se ven afectados con mucha fuerza y velocidad por las crisis o eventos del sistema económico de los países del mundo (Ron & Sacoto, 2017)

Un estudio de Cruz, Perez, Suly & Lechuga (2020) aplicó un instrumento a 32 empresas pymes del sector manufacturero de la localidad de Ciudad Sahagún, Hidalgo. Se utilizó la estadística inferencial por medio del método Spearman, se determinó la asociación de la variable competitividad con la variable crecimiento empresarial, esto llevó a la conclusión que existe un grado de correlación entre las variables de un 67% en relación al 100% de los indicadores que resultaron analizados, sin embargo es importante resaltar que aunque la correlación no es total, esta se encuentra positiva para cada indicador analizado, lo que establece que si los indicadores de competitividad incrementan, de igual forma se incrementará el crecimiento empresarial. Por lo tanto, se puede puntualizar que 6 indicadores de competitividad mantienen influencia en los 9 del crecimiento empresarial, indicándonos de esta manera que es importante la competitividad para el crecimiento de una pyme.

Por otro lado, se ha detectado que un factor que genera una influencia importante y positiva al crecimiento de las pymes, este factor es la innovación, la cual se ha visto en crecimiento constante a través de los años. Actualmente la innovación tiene un papel muy importante en la gestión y dirección de las empresas a nivel mundial. Independientemente si es una empresa pequeña, mediana o grande, la tecnología se ha convertido en el instrumento fundamental para que una empresa pueda ser más eficaz, eficiente y competitiva conforme pase el tiempo. Esto conlleva a que la innovación se considera ya un recurso estratégico para las compañías y es una vía o camino necesario para la obtención de nuevo conocimiento al interior y exterior de la empresa, lo que trae como consecuencia un aumento significativo en los niveles de competencia y esto por ende genera nuevas

habilidades que intensifican la competitividad dentro del ambiente de los negocios y genera un nivel superior de rendimiento empresarial (Wang, 2014).

Por último, es importante mencionar un factor primordial para poder hacer crecer una pyme en el mercado. Un estudio de Quintal, Sansores & Navarrete (2009), muestra dentro de sus resultados al no contar con financiamiento las pymes de Mexico no logran desarrollarse, lo que tiene un impacto significativo en la economía del país; esto se debe a que las pymes representan el 99.8% de las empresas establecidas, generando una contribución del 52% del PIB y el 52% del total de empleos al 2009. En otro estudio realizado por Monte (2020), se menciona la importancia que se tiene al poseer un correcto financiamiento para poder ayudar a al crecimiento de la pyme, y sobre todo poder ayudar al crecimiento del país.

1.3 Pregunta de investigación

La pregunta de investigación se realizó basándose en la literatura revisada anteriormente con los antecedentes teóricos haciendo una relación de las variables independientes mencionadas con la variable dependiente a estudiar, dando como resultado la siguiente pregunta de investigación:

¿El liderazgo, la cultura organizacional, la competitividad, la innovación y el financiamiento son factores que inciden en el crecimiento de las pymes?

Con esta pregunta de investigación se reflejar lo que se va a investigar mediante los conceptos y variables del tema en estudio. Una vez

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

El objetivo de la investigación desarrollado para este estudio es describir si el liderazgo, la cultura organizacional, la competitividad, la innovación y el financiamiento mantienen una influencia positiva dentro del crecimiento de las PYMES ubicadas en el municipio de Escobedo en Nuevo León.

1.4.2 Objetivos específicos

Los objetivos específicos del estudio refieren las metas establecidas para cada variable a estudiar y se componen de la siguiente manera:

- (1) Estudiar si el liderazgo genera una influencia en el crecimiento de las PYMES en el municipio de Escobedo en Nuevo León.
- (2) Revisar si la cultura organizacional desarrolla crecimiento de las PYMES en el municipio de Escobedo en Nuevo León.
- (3) Analizar si la competitividad tiene influencia en el crecimiento de las PYMES en el municipio de Escobedo en Nuevo León.
- (4) Verificar si la innovación genera crecimiento en las PYMES en el municipio de Escobedo en Nuevo León.
- (5) Comprobar si el financiamiento genera crecimiento en las PYMES en el municipio de Escobedo en Nuevo León.

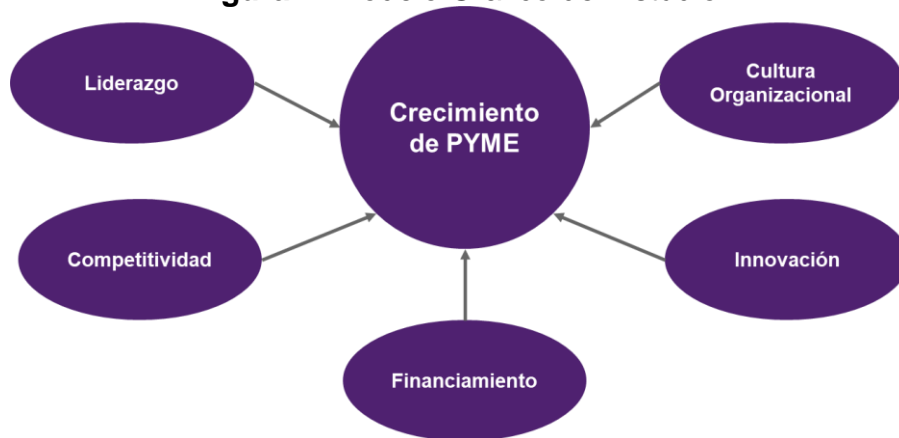
1.5. Hipótesis de la investigación

La hipótesis general de la investigación generada para el estudio es confirmar si el liderazgo, la cultura organizacional, la competitividad, la innovación y el financiamiento generan crecimiento de las PYMES en el municipio de Escobedo en Nuevo León.

1.6 Modelo gráfico de la hipótesis

Para este estudio se desarrolló un modelo grafico el cual es representado en la figura 1.

Figura 1. Modelo Grafico del Estudio.



Fuente: Elaboración propia

1.7 Metodología

La metodología a llevar a cabo en este estudio será la siguiente: (1) selección del tema de investigación, (2) se realiza la búsqueda de investigación previa sobre el tema elegido, este como base para la investigación, (3) se muestra el modelo grafico de las variables, en base a la búsqueda de la investigación, (4) se sigue con la búsqueda de información para establecer las relaciones pertinentes entre los factores, (5) se desarrolla la idea del perfil de los que serán encuestados (selección de la población), (6) se define la cantidad de empresas a encuestar (selección de la muestra), (7) se valida instrumento, (8) se realiza aplicación del instrumento, (9) se procede con los ajustes necesarios dependiendo la prueba piloto realizada, (10) se lleva a cabo la implementación del instrumento final, (11) se tabula los resultados tomados por la encuesta, (12) se clasifican los resultados filtrando la información, (13) se realiza el análisis de resultados obtenidos, (14) se continua con la interpretación de los resultados y por ultimo (15) se procede con la redacción de la conclusión (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

1.8 Justificación y aportaciones del estudio

Un análisis acerca de los principales factores que inciden sobre el crecimiento de las pymes menciona distintos enfoques que enfatizan aspectos

como el espíritu empresarial y el compromiso hacia el crecimiento de la organización. Todos los factores pueden ser englobados en aspectos organizacionales, (cultura organizacional), administrativos y contables, planeación estética, gestión empresarial (liderazgo), control de calidad, capacitación, uso de tecnologías eficientes (innovación), mercado (competitividad) y entre los más mencionados el financiamiento por parte de las entidades bancarias (Paredes, Toaquiza, Bonilla & Lopez, 2020). Para tener un panorama más amplio de la problemática de las Pymes y su mortalidad en México, es necesario mencionar que, de cada 100 organizaciones constituidas, 90 no logran cumplir los dos años de existencia, lo cual figura como un índice de mortalidad muy elevado, haciendo una comparación con otros países industriales cuyas cifras están en al menos un 40% (Molina, Lopez & Contreras, 2014). Por este motivo es necesario realizar una investigación acerca del crecimiento de la Pymes y analizar diversos factores que tienen influencia directa sobre ellas. Esta investigación tendrá una implicación práctica (Hernández *et all*, 2014).

1.9. Delimitaciones del estudio

El estudio se llevará a cabo a pequeñas y medianas empresas ubicadas en el en el municipio de Escobedo en Nuevo León, durante el primer semestre del año 2021.

En este capítulo se presentaron los antecedentes, la descripción del problema, la pregunta, los objetivos generales, metodológicos y específicos; así como la hipótesis general, el modelo grafico, metodología, justificación de la investigación y las delimitaciones del estudio, por lo cual se continuará la revisión de literatura para el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se redactará el marco teórico del documento incluyendo cada uno de los factores que afectan al principal problema. Se hablará y realizará la definición de la variable dependiente crecimiento pymes, así como la redacción y definición de las variables independientes: liderazgo, cultura organizacional, competitividad e innovación.

2.1. Crecimiento empresarial en PYMES

El crecimiento empresarial de las pymes, el cual se visualiza como la principal meta de una organización, se puede abordar a partir de diferentes perspectivas, desde las cuales se puede generar una estrategia de integración intensivas o de diversificación, según los intereses de cada una de las organizaciones (Aguilera, Virgen & Riasco, 2017). Este guarda una relación positiva con las posibilidades de supervivencia de una organización. Por esta razón, el crecimiento de las pymes se objetivo principal de la estrategia del negocio. De esta manera se considera el éxito y la rentabilidad, desde distintos puntos de vista, el centro de las estrategias de crecimiento. Sin embargo, es importante que los líderes de las pymes en menor medida consideran estrategias de crecimiento a largo plazo. Por otro lado, se trabaja en la resolución de problemas del día a día, obteniendo una base de conocimiento importante para la organización (Sánchez & Vargas, 2018).

Por lo cual se puede inferir que el crecimiento empresarial de las pymes es considerado como el objetivo estratégico principal, el cual se genera centrando estrategias en el éxito y la rentabilidad de la organización, y guarda una relación positiva con la supervivencia de una organización, resolviendo los problemas que se presentan día con día, adquiriendo conocimiento para el crecimiento de la organización. (Aguilera, Virgen & Riasco, 2017, Sánchez & Vargas, 2018).

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) se encuentran dentro de los principales factores para el crecimiento económico, generación de nuevos empleos e innovación, dando paso a una gran competitividad, esto dado por la adaptabilidad que tienen las Pymes ante cualquier cambio que se pudiera generar dentro de un entorno nacional e internacional (Quiñonez & Giraldo, 2018). En México las micro, pequeñas y medianas empresas (pymes) de vital importancia para la economía del país pues representan la fuente mayoritaria de empleos, que esto es acorde con los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEGI): de las 4 millones 15 mil empresas, el 99.8% son pymes, lo cual corresponde al 52% del PIB y el 72% de empleos del país (PROMEXICO, s.f.).

2.2. Fundamentos teóricos sobre el liderazgo

Se ha hablado que el liderazgo forma parte de uno de los aspectos que más preocupa tanto en el área política como en el de las organizaciones y es muy común que se le atribuya al líder el éxito o el fracaso de estas mismas (Pazmiño, Beltrán & Gallardo, 2016). De esta misma manera, se ha mencionado que las empresas requieren de un mejor liderazgo y es indispensable que se cuente con una amplia visión y se genere confianza a los empleados de una organización. Es importante recalcar que un control de la administración y gestión ya no son suficientes para poder obtener los objetivos que se establecen, cada vez es necesario contar con un correcto liderazgo, estas industrias deben sustentar un liderazgo acorde con las nuevas condiciones que establece la económica de un mundo globalizado en el cual se encuentra cualquier país (Márquez *et al.*, 2017). En el libro realizado por Chiavenato (1993), se brinda una definición de liderazgo como la influencia interpersonal que se ejerce en determinada situación la cual va se dirige a través de un proceso de comunicación entre personas siendo la consecuencia de uno o más objetivos específicos. Por último, dentro de un estudio de Santamaría & Mejía (2020), se menciona que el liderazgo es la principal función que realiza un líder con el objetivo de cumplir las metas establecidas, por lo cual es el responsable de motivar, orientar y dirigir a todos los involucrados en una pyme.

De esta manera se puede puntualizar que el liderazgo es la principal función que realiza el líder, generando influencia sobre su equipo de trabajo contando con una clara visión, la cual genera confianza al staff para lograr los objetivos planteados, motivando, orientando y dirigiendo a todos los involucrados dentro de su equipo en la organización, siendo uno de los aspectos más preocupantes e importantes para generar crecimiento en una organización. (Pazmiño, Beltrán & Gallardo, 2016, Márquez *et al.*, 2017, Chiavenato, 1993, Santamaría & Mejía, 2020).

Un estudio realizado por Díaz, Medina & De La Garza (s.f.) el cual se enfoca en analizar las ventajas del liderazgo en pymes enfocadas en el sector turístico del sur de Tamaulipas. Los análisis estadísticos que se obtuvieron fueron claros, por lo cual estos determinan que el liderazgo no ha influido en lo más mínimo para obtener ventaja competitiva con respecto al precio, esto quiere decir que, en las organizaciones revisadas, el líder no ha hecho realizado gran trabajo por impactar y competir en el mercado y por lo tanto ganar dicha ventaja cuantificable en ventas, número de clientes, percepción positiva, por lo tanto, el crecimiento de las Pymes estudiadas. Así mismo, dentro del mismo estudio se menciona que en el estudio realizado de las demás pymes donde el líder desafía los procesos (tome riesgos) ($R=0.434$ a un nivel de confianza del 99%) y habilita al personal para que actúe (tomar decisiones junto con los empleados) ($R=0.405$ a un nivel de confianza del 95%) le ha permitido lograr la calidad para contender directamente con sus competidores, consiguiendo ventaja competitiva, aumentando el crecimiento y el patrimonio de las pymes que se investigaron.

Sin embargo, en otro estudio realizado por Ortega, Cuascota, & Gualotuña (2018) donde se analizaron las Pymes de la provincia de Pichincha a través de un cuestionario sobre los estilos de liderazgo, mostró que el estilo de liderazgo predominante dentro de la muestra analizada es el democrático (48.85%), seguido del autocrático (25.7%) y el liberal (19.5%). Así mismo dentro del estudio hace la mención que con estos liderazgos existe una relación significativa con la

productividad y el crecimiento de las Pymes. Por último hace la mención que el estilo de liderazgo democrático es el que generó mayor productividad y crecimiento.

2.3. Aspectos teóricos sobre cultura organizacional

Hosftede (1991) define la cultura organizacional como una proyección mental colectiva que distingue a los individuos de una empresa. Según Reinoso & Perez (2019) la cultura organizacional es primordial en una empresa, ya que esta sirve para identificar problemas y posteriormente buscar sus soluciones. Además, que, si esta se encuentra definida dentro de la empresa, permite poder formar al nuevo personal para que este adquiera los objetivos establecidos por la empresa. O, por lo contrario, seleccionar el perfil que se habitúe más, en base a los requerimientos. Por su parte, Amorós (2007) plantea que la cultura organizacional refiere a un patrón complejo de creencias, expectativas, ideas, valores, actitudes y conductas compartidas por los integrantes de una empresa en los que comprenden los comportamientos de costumbre en sus interacciones, las normas compartidas por la organización y sus valores predominantes. Por último, Rodríguez & Lesmes (2019), puntualiza que la cultura organizacional es la fusión de los valores, creencias, normas, códigos de conducta y hábitos que llevan a la unión y adaptación de los miembros de una organización para lograr las metas establecidas para el equipo de trabajo.

La cultura organizacional comprende de un patrón complejo de creencias, expectativas, ideas, valores, actitudes y conductas los cuales distinguen a un individuo en una empresa, la cual es primordial en una organización, ya que ayuda a identificar problemas, buscar soluciones y de esta manera lograr cumplir las metas establecidas dentro de la organización para los equipos de trabajo (Hosftede, 1991, Reinoso & Pérez, 2019, Amorós, 2007, Rodríguez & Lesmes, 2019).

Un estudio realizado por Pérez (2007) plantea en la hipótesis 4 si el manejo de la estructura y la cultura organizacional están relacionados directamente con el

desarrollo de la utilidad operacional de la firma a estudiar. Este estudio arrojó que todas las correlaciones entre estas variables son muy débiles, puesto que los valores p value estuvieron por arriba de 0,05, por este motivo los coeficientes de correlación se encuentran muy cercanos a 0, por lo que se considera la independencia de las variables que componen cada par. La hipótesis del 95% de que existe un coeficiente 0 entre dichas variables, se acepta. Por el otro lado, el análisis de regresión simple dio el resultado ente la UTOP dependiendo del resto de componentes y variables de estructura y cultura, que no se encontró relación estadística al 90% de confiabilidad dado que el p value en la tabla anova fue superior a 0,01. Por lo cual se rechaza esta hipótesis, lo que quiere decir que la cultura organizacional no está relacionada directamente con el desarrollo de la utilidad, por lo tanto, se puede establecer que la cultura organizacional no genera crecimiento empresarial.

Por otro lado, un estudio realizado por Salas, García & Murillo (2017) en donde se analiza el tipo de cultura organizacional (cultura clan, cultura adhocrática, cultura mercado & cultura jerárquica) mayoritaria dentro de pymes en Cali, Colombia; la cultura que predomina es la cultura tipo clan con una media del 34,6 y una desviación estándar de 13,5, seguido por la cultura adhocrática con una media de 26,3 con una desviación estándar de 10. Dentro del mismo estudio, se realizó un análisis en el cual el rendimiento arrojado de estas pymes es de una media de 3,6 con una desviación estándar de 0,9, lo que señala un buen rendimiento asociado a los tipos de cultura mencionados anteriormente, provocando crecimiento en las pymes que utilizan este tipo de cultura organizacional.

En un estudio realizado por Maldonado, Martínez & García (2012) plantean en su hipótesis 4 si a mayor nivel de cultura organizacional, se presenta un mayor nivel de gestión del conocimiento el cual se traduce en el estudio como crecimiento económico dentro de las pymes estudiadas. El resultado obtenido fue: $\beta=0.249$ $p<0.001$, indicando que la cultura tiene un impacto positivo y significativo; la cual se liga con su hipótesis 5 la cual habla que si A mayor nivel de gestión del

conocimiento, se brinda un mayor nivel de crecimiento en las pymes, con resultados obtenidos de $\beta=0.959$ $p<0.001$. Ligando la cultura organizacional y la gestión del conocimiento dentro del mismo rubro, se tiene un impacto positivo significativo en el crecimiento de la organización, con lo cual podemos inferir en que la cultura organizacional tiene una influencia significativa y positiva en el crecimiento empresarial de las pymes estudiadas.

2.4. Competitividad de las PYMES

Es bien sabido que las micro, pequeñas y medianas empresas son una parte muy importante en la generación de empleo y en el desarrollo de la economía de una región, sin embargo, las empresas grandes son las que salen establecer los precios y condiciones con respecto a sus estructuras de costos y beneficios. Por esto mismo, las pymes se han vuelto obligadas a la necesidad de replantear sus operaciones para poder adaptarse a la competitividad y lo que se exige hoy en día (Liendo & Martínez, 2001). En un estudio realizado por Reta (2008), se brinda la definición de competitividad como la capacidad de cualquier organización para conservar de forma ordenada y precisa ventajas de comparación que le permitan lograr y sustentar un cierto posicionamiento en el entorno social y económico. Por otra parte, Donawa & Morales (2018) señalan que la competitividad en las empresas se utiliza para ganarse la preferencia de los consumidores, proveedores y clientes. En ese sentido, para tener competitividad, necesitan desempeñarse de mejor manera que otras, pues se disputan los mismos clientes. Una organización es competitiva cuando gana alguna ventaja sobre sus competidores. De esta manera Amaru (2009) afirma que la competitividad hace que una organización sea seleccionada por los compradores, que sea más competente en alguna forma de relación con el ambiente o que tenga algún recurso singular.

Así se puede definir la competitividad como la cualidad que tiene cualquier organización de mantener grandes ventajas sobre otras compañías y adaptarse, influyendo principalmente, al momento de tomar decisiones de negocio y con esto

tener la preferencia inicial sobre el consumidor final (Liendo & Martínez, 2001, Reta, 2008, Donawa & Morales, 2018, Amaru, 2009)

Las PYMES han logrado replantar sectores empresariales muy importante dentro de la economía en la cual, la alta competitividad de las pequeñas y medianas empresas se enfocan en la oferta de sus productos los cuales tratan de cubrir necesidades, por lo cual la competitiva que existe en estos sectores se basan en las estrategias utilizada al momento de comenzar la comercialización de los productos los cuales evolucionan mediante los cambios que se dan dentro de su mismo entorno y de este mismo modo los hacen más competitivos frente a la competencia y logran una posición en el mercado. La competitividad es un proceso muy dinámico y esto se debe a los cambios producidos en los diferentes sectores como el ambiente, cambios de instituciones, organizaciones y empresas. De la misma manera los cambios deben adaptarse a las necesidades del entorno adquirido nuevos aprendizajes, cooperando e integrando, todo lo referente al soporte y ayuda a las PYMEs Durante un estudio realizado se concluyen que existe una gran competitividad en el sector del calzado y por esto mismo los dueños se han visto la forma de adaptarse de la mejor manera para poder aumentar el crecimiento de la empresa (Ballesteros, Peñaherrera, Guerrero y Masaquiza, 2017).

Se realizó otro estudio por parte de Cruz, Pérez & Hernández (s.f) en el cual se aplicó un instrumento de investigación a 32 empresas PYME del sector manufacturero, de la localidad de Cd. Sahagún, Hgo. a las cuales se les colocó como requisito un periodo crítico de vida de 5 años, y de 11 a 250 trabajadores y después de aplicar la estadística inferencial por medio del método Spearman, se determinó que, si existe un grado de correlación entre la competitividad y el crecimiento empresarial, de acuerdo con 16 indicadores principales que se estudiaron durante el análisis, con una restrictiva de que esta correlación no es total.

La correlación determinada dio un resultado positivo para todos los indicadores analizados, lo cual nos dice que cada uno de los indicadores de competitividad deben ser aprovechados, estos indicadores fueron: nuevo software

para la producción, adquisición de maquinaria con tecnología de punta, así como que cada persona que integre la organización conozca sus obligaciones y funciones (que son los indicadores con mayor grado de correlación con base a los indicadores de crecimiento empresarial), de igual forma lo hará el crecimiento empresarial.

2.5. Características de la innovación en PYMES

La innovación desde un punto de vista etimológico proviene del latín *innovare*, que significa cambiar o alterar las cosas introduciendo novedades. Sin embargo, esta primera definición se ha visto actualizada por los cambios estructurales que ha tenido el proceso y la gestión de la innovación aplicada específicamente en las organizaciones a través de los años. De esta manera, es importante mencionar en otro contexto que la innovación no es un tema que inicio el siglo pasado, sino que la humanidad ha evolucionado a través de la innovación para su subsistencia, desarrollo y ahora para su mejoramiento en la calidad de vida. La innovación se ha permeado a todos los sectores, estratos, organismos, etc. con el propósito de impulsar mejores métodos, procesos y estructuras que permitan satisfacer de manera eficiente las necesidades de los consumidores de productos y servicios (López, González & Vázquez, 2016). Autores como Amezcua & Baldovino (2005) mencionan que la innovación es un componente que es usado para la unión o asociación de toda una serie de procesos, elementos o variables, que de manera independiente no tendrían el impacto que pueden ofrecer cuando se aplican de manera conjunta o grupal. Por otro lado, se ha expresado que la innovación se relaciona con conceptos relevantes como creatividad, competitividad y sostenibilidad. Estos elementos son de vital importancia cuando se quiere desarrollar una cadena de procesos que deriven en un cambio sustancial para generar un nuevo escenario productividad, logrando así la ponderación de los resultados (Crissien, 2016).

Por lo cual se puede puntualizar que la innovación es la generación de un cambio para así lograr crear novedades mediante la creatividad y por de esta

manera obtener competitividad y sostenibilidad dentro de la organización; la cual es de gran utilidad y se permea en todos los sectores, estratos y organismos con el propósito realizar un mejoramiento de los métodos, procesos y estructura complaciendo las necesidades de los consumidores (López, González & Vázquez, 2016, Amezcua & Baldovino, 2005, Crissien, 2016).

Un estudio realizado por García, Gálvez & Maldonado (2016) acerca de las de las Mipymes de la Alianza del Pacífico se puede evidenciar que la Innovación en productos (Iprod) tiene una relación positiva y significativa al 95% con las utilidades de la Mipyme ($B = 0,177$), lo que indica que cuanto mayor es la actividad innovadora en productos/servicios mayores son las utilidades de la Mipyme de la AP, lo que se aprecia particularmente en el caso de Chile ($B = 0,258$) y Perú ($B = 0,227$).

Se observa así mismo que dentro del mismo estudio la Iprod aparece un coeficiente positivo y significativo al 95% ($Beta = 0,115$) sobre las ventas, lo que implica que una mayor actividad innovadora en productos/servicios conlleva un incremento de las ventas en las Mipymes de la AP; esto puede evidenciarse particularmente en los casos de Perú, donde su coeficiente es 0,333, y de Colombia, con un coeficiente de 0,252. En cuanto a la Innovación de proceso (Iproc), se aprecia en las Mipymes de la AP una relación positiva y significativa al 99% ($Beta = 0,235$), lo que implica que una mayor actividad innovadora en sus procesos lleva a un incremento de sus ventas; ello sucede particularmente en Colombia, Chile y Perú. Para puntualizar esta información es importante hacer hincapié que, si una empresa mantiene altas utilidades y un incremento en ventas, lo cual se traduce en una generación crecimiento importante en las Mipymes.

Otro estudio realizado por Rangel, Aguilera & González (2013) en el cual se analiza si la innovación influye significativamente en el crecimiento de una pyme manufacturera mostrando resultados favorables ($\beta = 0.428$, $p < 0.000$) con el cual logran inferir que la innovación influye significativamente en el crecimiento en una pyme manufacturera de Aguascalientes. Así mismo, con estos resultados se

identifica que la innovación permite a las organizaciones nuevas oportunidades de negocios, lo que se traduce en crecimiento empresarial.

2.6. Teorías explicativas del financiamiento de las PYMES

El financiamiento se puede definir como la generación de recursos de fuentes internas o externas en un plazo corto, mediano o largo, el cual es necesario para la operación eficiente de una organización (Perdomo, 1998) Por otro lado Navarrete (2019), menciona que el financiamiento es la concesión de un crédito a una organización para poder arrancar o efectuar un proyecto, se generen bienes o servicios, y de esta manera, cubrir los gastos de las actividades realizadas, y de esta misma manera se cumplan con las obligaciones que se tengan con sus proveedores. Es importante recalcar que el financiamiento es de suma importancia y permite a una pyme crecer y desarrollarse económicamente generando beneficios para completar las actividades planificando correctamente su futuro y lograr expandirse. Por último, Gitman (2007) menciona que el financiamiento es la unión de los recursos monetarios financieros que se utilizan para completar una actividad económica.

Por lo tanto, podemos definir el financiamiento como la generación de recursos de fuentes tanto internas como externas, el cual es utilizado para poner en marcha y efectuar proyectos que logren generar bienes o servicios, y es utilizado para completar actividades económicas dentro de una organización (Perdomo, 1998, Navarrete, 2019, Gitman, 2007).

Un estudio de Muñoz, Acosta & Carmona (2020), mostró que el 46.34% de las empresas encuestadas mencionaban que el financiamiento que reciben es necesario para permanecer dentro del mercado. Por otro lado, el 43.90% de las organizaciones eligieron obtener financiamiento externo, antes que el interno, debido a que no cuentan con los recursos necesarios para generar el financiamiento interno o solamente gustan de tener financiamiento externo. Sin embargo, las

pymes esto representa un riesgo al no buscar cualquier tipo de financiamiento ya que podría generar suspensiones, venta de los bienes propios de la empresa o inclusive la quiebra, las cuales coincidieron en un 37.5% de los encuestados que enfrentan estos riesgos.

Por otro lado, un estudio de Navarrete (2019), realizó la interpretación de resultados y obtuvo un nivel de confianza del 95% con un error estándar del 5%; un valor de $L=1,7521$, rechazando la hipótesis nula (H_0) y aceptando su hipótesis alternativa (H_1); lo que significa que el financiamiento de las pymes influyó significativamente en el crecimiento económico en el sector carrocerero de Cantón Ambato.

En este capítulo se presentó el marco teórico de la investigación para la variable dependiente y las variables independientes, por lo cual se continuará con la metodología de la investigación en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 3. MÉTODO

Durante este capítulo se establecerá qué tipo de investigación es la que se desarrolla, la metodología a utilizar para el establecimiento del tipo de investigación, el diseño a desarrollar para la realización de la investigación, del mismo modo, se determina la muestra de la población a investigar junto con las características; finalmente se describe el instrumento recolector de información y medios para la implementación del instrumento.

3.1 Metodología de la investigación

La investigación se desarrolla bajo una orientación cuantitativa, ya que se recabarán datos junto con un análisis estadístico y su medición para justificar los datos, corroborar ideas y fijar el impacto del estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

3.2 Diseño de la investigación

De acuerdo con Abreu (2012), la investigación cuenta con un alcance exploratorio y un análisis descriptivo, debido a la especificación de las propiedades y características de cada uno de los factores, así como los rasgos relevantes relacionando los factores con el crecimiento de las PYMES.

La investigación se realiza con diseño no experimental, de acuerdo con la inexistencia de modificadores en las variables respuestas; por otro lado, será transeccional, debido a la aplicación del instrumento de medición por única ocasión (Mendoza, 2010 citado por Segovia, 2014).

3.3 Método de recolección de datos

Una vez definido el diseño de investigación, la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de muestreo, análisis o casos. Recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico mediante un instrumento de investigación (Hernández *et all*, 2014). El instrumento de investigación fue desarrollado a partir de las variables independientes que se desarrollaron y su manera de incidir con la variable dependiente planteada en la investigación.

3.4. Elaboración del instrumento

Para completar el estudio se realizó un instrumento: encuesta desarrollada a partir de información recolectada de la literatura de como los factores estudiados interfieren con el crecimiento de una PYME.

El instrumento consta de 23 preguntas que se encuentran relacionadas con los factores mencionados en la investigación, en esta el encuestado seleccionará un valor del 1 al 5 donde cada número significa lo siguiente: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) Un poco en desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) Un poco de acuerdo, (5) Totalmente de acuerdo, según escala de Likert.

El instrumento cuenta con dos secciones, la primera sección se encuentran las preguntas que hacen alusión a la variable dependiente (preguntas 1 a 5) y en la segunda sección se encuentran las preguntas que hacen alusión a las variables independientes (preguntas 6 a 23). Este esquema es representado en la Tabla 3.

Tabla 3

Relación de factores con preguntas de la encuesta

Factores	Pregunta que la evalúan
Crecimiento	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Liderazgo	6 - 7 - 8 - 9 - 10
Cultura Organizacional	11 - 12 - 13 - 14
Competitividad	15 - 16 - 17 - 18 - 19
Innovación	20 - 21 - 22 - 23
Financiamiento	24 - 25 - 26

La encuesta se diseñó de manera escrita en formato de Word (Anexo A), así como en manera virtual utilizando la aplicación de Google FORMS.

Liga del instrumento:

<https://forms.gle/MG3tRd12bbVwEUVF8>

3.5. Operacionalización de las variables

Para la identificación de cada una de las variables y su unidad de medición se desarrolla la Tabla 4. Para ello, se realizó la validez del contenido del instrumento se consultó este con un experto para asegurar y relacionar la definición del estudio con cada una de las preguntas, así como la profundidad de la escala en cuestión de la pregunta realizada. El encargado de la validación fue el Dr. Pablo Guerra Rodriguez (catedrático de FACPYA en la UANL). Posterior a la validación se tomaron los comentarios propuestos para generar un instrumento más claro y poder aplicarlo de manera correcta. Una vez obtenido el instrumento se procede a realizar la determinación de la población y la muestra a la cual se aplicará este mismo.

Tabla 4

Variables de investigación e indicadores de medición

Variable	Definición	Unidad de Medición
X1: Liderazgo	<p>“El liderazgo es la principal función que realiza el líder, generando influencia sobre su equipo de trabajo contando con una clara visión, la cual genera confianza al staff para lograr los objetivos planteados, motivando, orientando y dirigiendo a todos los involucrados dentro de su equipo en la organización, siendo uno de los aspectos más preocupantes e importantes para generar crecimiento en una organización. (Pazmiño, Beltrán & Gallardo, 2016, Márquez <i>et al.</i>, 2017, Chiavenato, 1993, Santamaría & Mejía, 2020).”</p>	<p>6. ¿Considera que el liderazgo de la organización es generalmente usado como instrumento para facilitar, guiar y enseñar a sus miembros? 7. ¿Considera que el liderazgo de la organización es generalmente usado como un instrumento que apoya considerablemente la innovación, el espíritu emprendedor y la toma de riesgos? 8. ¿Considera que el liderazgo de la organización es generalmente usado para asegurar completamente el logro de los resultados? 9. ¿Considera que el liderazgo de la organización es generalmente usado en un grado alto para coordinar, organizar o mejorar la eficiencia de la compañía? 10. ¿Piensa que el liderazgo mantiene una gran importancia para el desarrollo de la organización?</p>
X2: Cultura Organizacional	<p>“La cultura organizacional comprende de un patrón complejo de creencias, expectativas, ideas, valores, actitudes y conductas los cuales distinguen a un individuo en una empresa, la cual es primordial en una organización, ya que ayuda a identificar problemas, buscar soluciones y de esta manera lograr cumplir las metas establecidas dentro de la organización para los equipos de trabajo (Hosftede, 1991, Reinoso & Perez, 2019, Amorós, 2007, Rodríguez & Lesmes, 2019).”</p>	<p>11. ¿Considera usted que la organización enfatiza de manera importante el desarrollo humano, la confianza en la organización, la apertura y la participación? 12. Considera usted que la organización enfatiza y valora de manera considerable lo siguiente: ¿adquisición de nuevos recursos y desafíos, el probar nuevas cosas y la búsqueda de oportunidades? 13. ¿Considera que la organización enfatiza en gran medida la importancia de la permanencia y la estabilidad de sus integrantes, la eficiencia, el control y la realización correcta del trabajo?</p>

X3: Competitividad	<p>“La competitividad se define como la cualidad que tiene cualquier organización de mantener grandes ventajas sobre otras compañías y adaptarse, influyendo principalmente, al momento de tomar decisiones de negocio y con esto tener la preferencia inicial sobre el consumidor final (Liendo & Martinez, 2001, Reta, 2008, Donawa & Morales, 2018, Amaru, 2009).”</p>	<p>14. ¿Piensa usted que la organización fortalece en gran medida el desarrollo del negocio?</p> <p>15. ¿Considera que su organización conoce completamente las características principales que se presentan en el giro de su empresa?</p> <p>16. ¿Piensa que su empresa se mantiene informado de manera constante acerca de la identificación de la competencia?</p> <p>17. ¿Considera que los precios de sus servicios mantienen una ventaja competitiva considerable frente a los de sus competencias?</p> <p>18. En comparación con la competencia, ¿piensa usted que su empresa es la primera elección de sus clientes?</p> <p>19. ¿Considera que el desarrollo de la organización en gran medida se debe a la competitividad de la empresa?</p>
X4: Innovación	<p>“La innovación es la generación de un cambio para así lograr crear novedades mediante la creatividad y por de esta manera obtener competitividad y sostenibilidad dentro de la organización; la cual es de gran utilidad y se permea en todos los sectores, estratos y organismos con el propósito realizar un mejoramiento de los métodos, procesos y estructura complaciendo las necesidades de los consumidores (Lopez, Gonzalez & Vazquez, 2016, Amezcua & Baldovino, 2005, Crissien, 2016).”</p>	<p>20. ¿Piensa usted que la organización cuenta con una adecuada infraestructura tecnológica?</p> <p>21. ¿Considera usted que dentro de su organización se aplican innovaciones constantemente dentro de los procesos internos?</p> <p>22. ¿Considera usted que la innovación de su producto o servicio se realiza de manera considerable acorde al requerimiento del cliente?</p> <p>23. ¿Considera usted que en gran medida una organización con innovación puede tener mejor crecimiento organizacional?</p>
X5: Financiamiento	<p>“El financiamiento la podemos definir como la generación de recursos de fuentes tanto internas como externas, el cual es utilizado para poner en marcha y efectuar</p>	<p>24. ¿Cree usted que el financiamiento es lo más indispensable para la supervivencia de la organización?</p>

	<p>proyectos que logren generar bienes o servicios, y es utilizado para completar actividades económicas dentro de una organización (Perdomo, 2998, Navarrete, 2019, Gitman, 2007).”</p>	<p>25. ¿Piensa usted que los métodos de financiamiento son fáciles de encontrar?</p> <p>26. ¿Considera usted que de manera importante que es más fácil operar una organización que ha obtenido financiamiento para su estadía en el mercado?</p>
<p>Y: Crecimiento pymes</p>	<p>“El crecimiento empresarial de las pymes es considerado como el objetivo estratégico principal, el cual se genera centrandó estrategias en el éxito y la rentabilidad de la organización, y guarda una relación positiva con la supervivencia de una organización, resolviendo los problemas que se presentan día con día, adquiriendo conocimiento para el crecimiento de la organización. (Aguilera, Virgen & Riasco, 2017, Sánchez & Vargas, 2018).”</p>	<p>1. ¿Considera usted que en los últimos años la organización ha llevado a cabo un crecimiento considerable?</p> <p>2. ¿Considera que dentro de su organización se ha observado un crecimiento con respecto al número de empleados en el último año?</p> <p>3. ¿Ha observado usted en el último año gran captación de nuevos clientes dentro de su organización?</p> <p>4. ¿Piensa que su empresa ha ganado posicionamiento considerable en el mercado en el último año?</p> <p>5. ¿Considera que la visión de la empresa tiene una relación importante para la supervivencia de la organización?</p>

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados de los instrumentos definidos en el capítulo previo. Asimismo, se muestran los estadísticos descriptivos de la base de datos. Por último, en la discusión de los resultados se presenta un análisis de investigaciones elaboradas sobre el tema estudiado.

4.1. Presentación de los resultados

En la presente tesina los datos se recabaron de encuestas en líneas a personas que trabajan en el municipio de Escobedo en el estado de Nuevo León. Se recabaron un total de 52 encuestas para este estudio, siendo la mayoría personal que trabaja en pequeñas empresas (67.3%), y el resto argumento que trabaja en medianas empresas (32.7%).

4.2 Estadísticos descriptivos de la base de datos

Como resultados obtenidos se puede observar en la Tabla 5 el porcentaje de participación en base al sexo en el cual se visualiza que la participación mayor fue de hombres con un 73% por arriba de la participación de mujeres que fue de un 23%. De esta misma manera en la Tabla 6 observamos la participación en base a la edad, en la cual se determina que la mayor participación la tienen las personas que se encuentran en el rango de 30 a 39 años (38%), seguida por los que se encuentran en el rango de 40 a 49 años (31%), los que se encuentran en el rango de 50 a 59 años (25%) y por último los que se encuentran en el rango de 20 a 29 años (6%).

Tabla 5.*Porcentaje de participación en base al sexo*

Sexo	Frecuencia	Porcentaje %
Hombre	38	73.1
Mujer	14	26.9
Tota:	52	100

Tabla 6*Porcentaje de participación en base a la edad.*

Edad	Frecuencia	Porcentaje %
< 19	0	0
20 - 29	3	5.8
30 - 39	20	38.3
40 - 49	16	30.5
50 - 59	13	24.9
> 60	0	0
Total	52	100

De esta misma manera en la Tabla 7 se observa el porcentaje de participación dependiendo si era pequeña o mediana empresa en el cual visualizamos que se entrevistaron mayoritariamente pequeñas empresas con un 67.7% de participación seguida por las pequeñas empresas con un 32.7% de participación.

Tabla 7*Porcentaje de participación de pequeñas y medianas empresas*

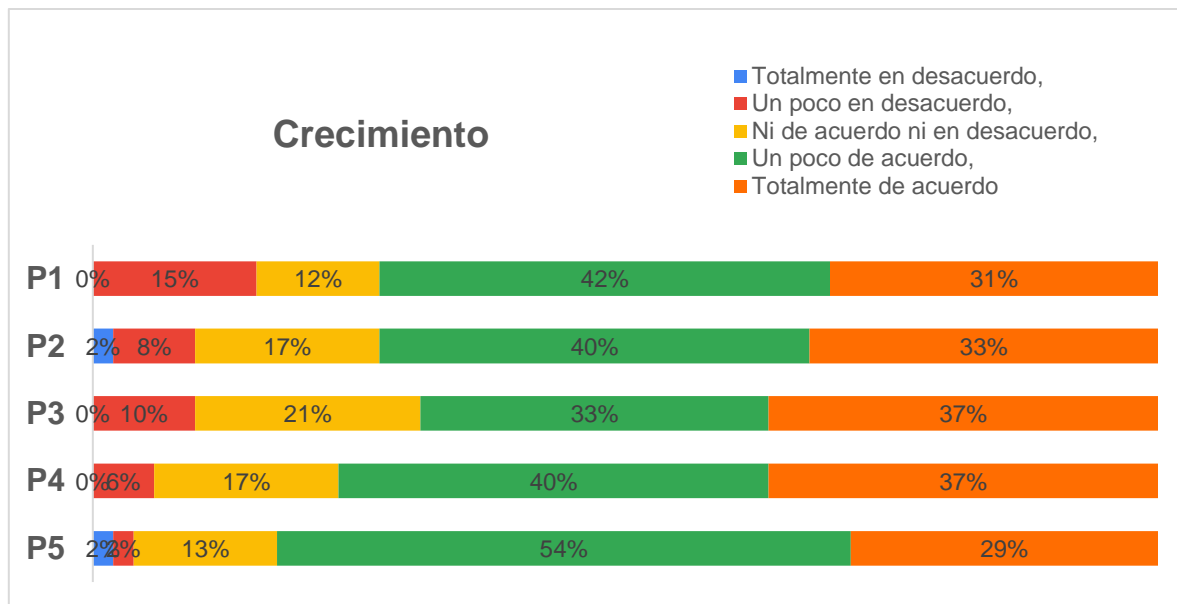
Tipo de Empresa	Frecuencia	Porcentaje %
Pequeña Empresas	35	67.3
Medianas Empresas	17	32.7
Total	52	100

4.3 Análisis de frecuencias

Se analizaron los datos obtenidos mediante gráficos de tendencia. Se decidió utilizar el análisis descriptivo para poder visualizar de una manera más sistemática y resumida las variables que nos interesan. De esta forma podemos complementar el análisis estadístico.

Los resultados obtenidos para las preguntas referentes a la variable crecimiento se encuentran desglosados en porcentaje en el Gráfico 1. La pregunta 1 obtuvo en su mayoría como respuesta “Un poco de acuerdo” con un 42%, la pregunta 2 obtuvo como mayor resultado “Un poco de acuerdo” con un 40%, la pregunta 3 obtuvo en su mayoría la respuesta “Totalmente de acuerdo” con 37%, la pregunta 4 obtuvo como resultado “Un poco de acuerdo” con un 40% y la pregunta 5 obtuvo en su mayoría “Un poco de acuerdo” con un 54%. Las preguntas se encontraban orientadas a evaluar si la organización considera si se ha encontrado en crecimiento en los últimos años teniendo como resultado que la organización si se ha encontrado en crecimiento.

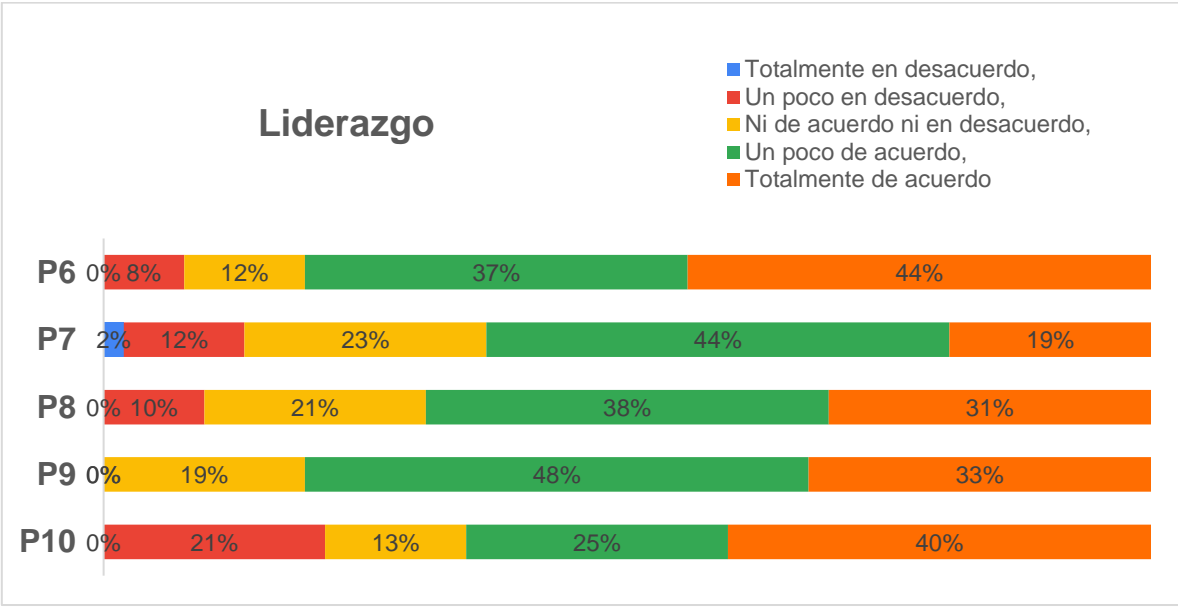
Gráfico 1. Resultados en porcentaje de los resultados de la variable crecimiento



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados obtenidos para las preguntas referentes a la variable liderazgo se encuentran desglosados en porcentaje en el Gráfico 2. La pregunta 6 obtuvo en su mayoría “Totalmente de acuerdo” con un 44% de participación, la pregunta 7 obtuvo en su mayoría “Un poco de acuerdo” con un 44%, la pregunta 8 de igual manera obtuvo en su mayoría “Un poco de acuerdo” con un 38%, la pregunta 9 obtuvo como mayor resultado “Un poco de acuerdo” con un 48% y por último la pregunta 10 obtuvo en su mayoría “Totalmente de acuerdo” con un 40%. Las preguntas de la 6 a la 10 se encuentran relacionando el crecimiento con el liderazgo, obteniendo un resultado en su mayoría orientado a “Un poco de acuerdo y “Totalmente de acuerdo” por lo que se puede inferir que en este ejercicio el liderazgo influye hacia el lado positivo en el crecimiento de la organización.

Gráfico 2. Resultados en porcentaje de los resultados de la variable liderazgo

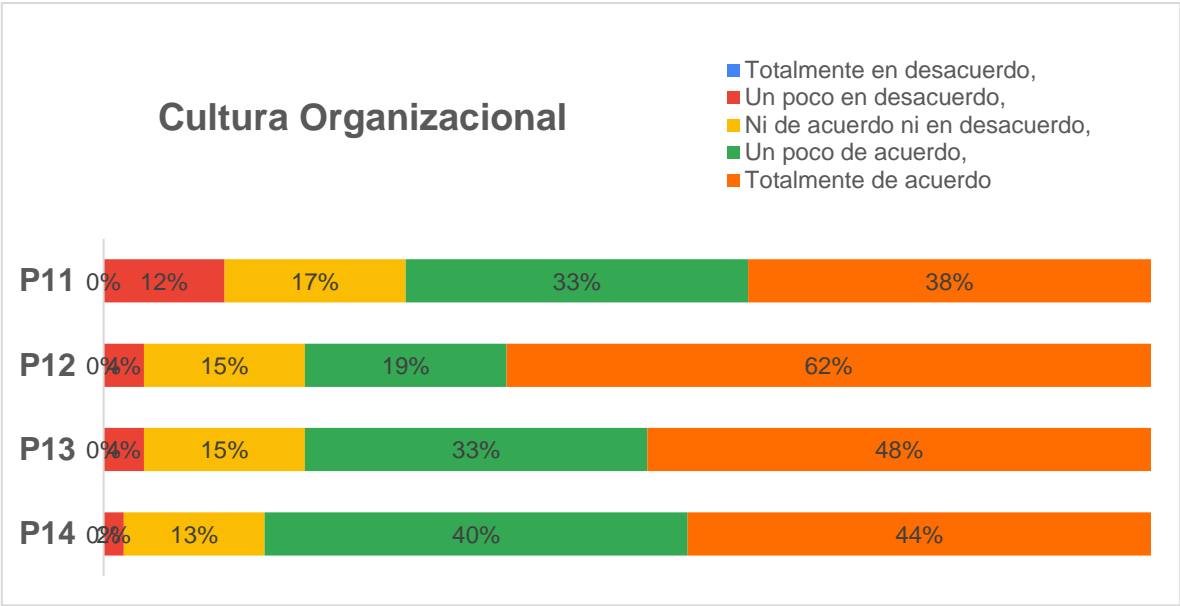


Fuente: Elaboración Propia

Los resultados obtenidos para las preguntas enfocadas en la variable cultura organizacional se encuentran desglosados en porcentaje en el Grafico 3. La pregunta 11 dio como resultado “Totalmente de acuerdo” en un 38%, la pregunta 12 obtuvo como mayoría “Totalmente de acuerdo” con un 62%, la pregunta 13 obtuvo “Totalmente de acuerdo” en un 48% en su mayoría y la pregunta 14 obtuvo mayoría

de “Totalmente de acuerdo” con un 44%. Las preguntas de la 11 a la 14 están relacionando la variable crecimiento con la variable cultura organizacional obteniendo en todas las preguntas un resultado de “Totalmente de acuerdo” con lo que se puede deducir en este estudio que la cultura organizacional influye de manera positiva en el crecimiento de la organización.

Gráfico 3. Resultados en porcentaje de los resultados de la variable cultura organizacional

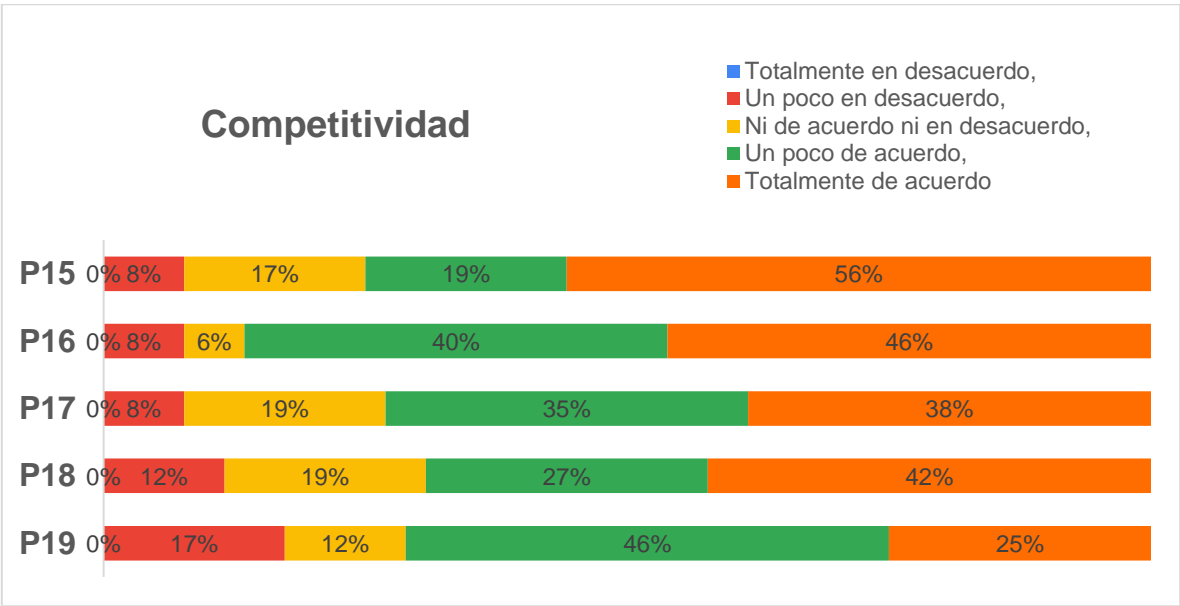


Fuente: Elaboración Propia

Los resultados obtenidos para las preguntas referentes a la variable competitividad se encuentran desglosados en porcentaje en el Grafico 4. La pregunta 15 obtuvo como resultado mayor “Totalmente de acuerdo” con un 56%, la pregunta 16 obtuvo en su mayoría “Totalmente de acuerdo” con un 48%, la pregunta 17 obtuvo “Totalmente de acuerdo” en su mayoría con un 38%, la pregunta 18 obtuvo como mayor resultado “Totalmente de acuerdo” con un 42% y la pregunta 19 obtuvo en su mayoría “Un poco de acuerdo” con un 46%. Las preguntas de la 15 a la 19 están relacionando la variable competitividad teniendo en 4 respuestas un resultado de “Totalmente de acuerdo” y en 1 “Un poco de acuerdo” con lo que se

observa en este estudio que la competitividad influye de manera positiva sobre el crecimiento de la organización.

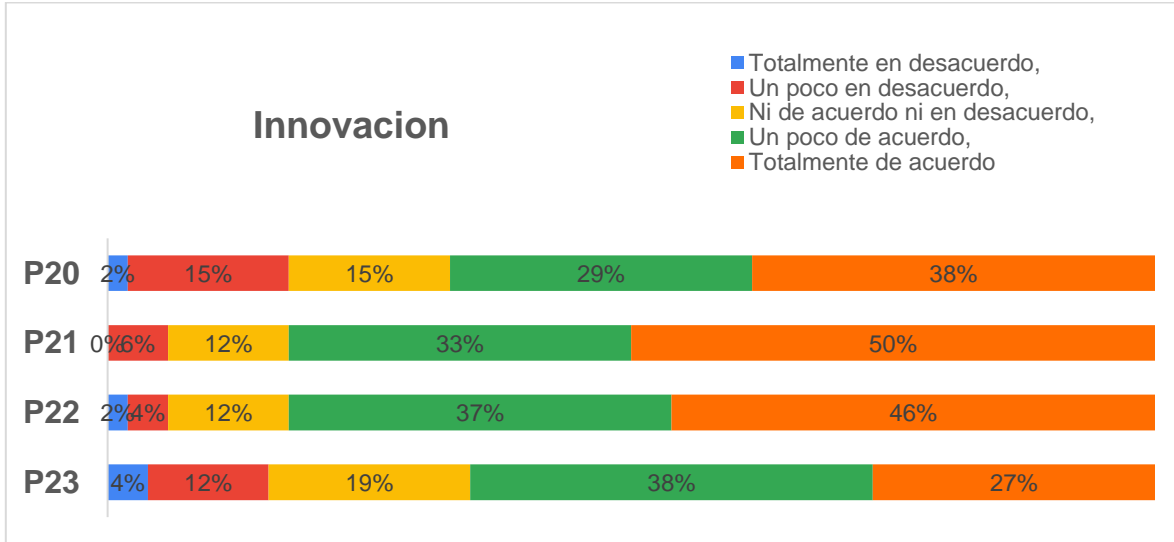
Gráfico 4. Resultados en porcentaje de los resultados de la variable competitividad



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados obtenidos para las preguntas referentes a la variable innovación se encuentran desglosados en porcentaje en el Gráfico 5. La pregunta 20 obtuvo un resultado en su mayoría de “Totalmente de acuerdo” con un 38%, la pregunta 21 obtuvo “Totalmente de acuerdo” con un 50% en su mayoría, la pregunta 22 obtuvo como mayoría “Totalmente de acuerdo” con un 46% y la pregunta 23 obtuvo como mayoría “Un poco de acuerdo” con un 38%. Las preguntas 20 a la 23 relacionan la variable innovación con la variable crecimiento, obteniendo en la mayoría de sus preguntas “Totalmente de acuerdo” puntualizando para este estudio que la innovación influye de manera positiva sobre el crecimiento de la organización.

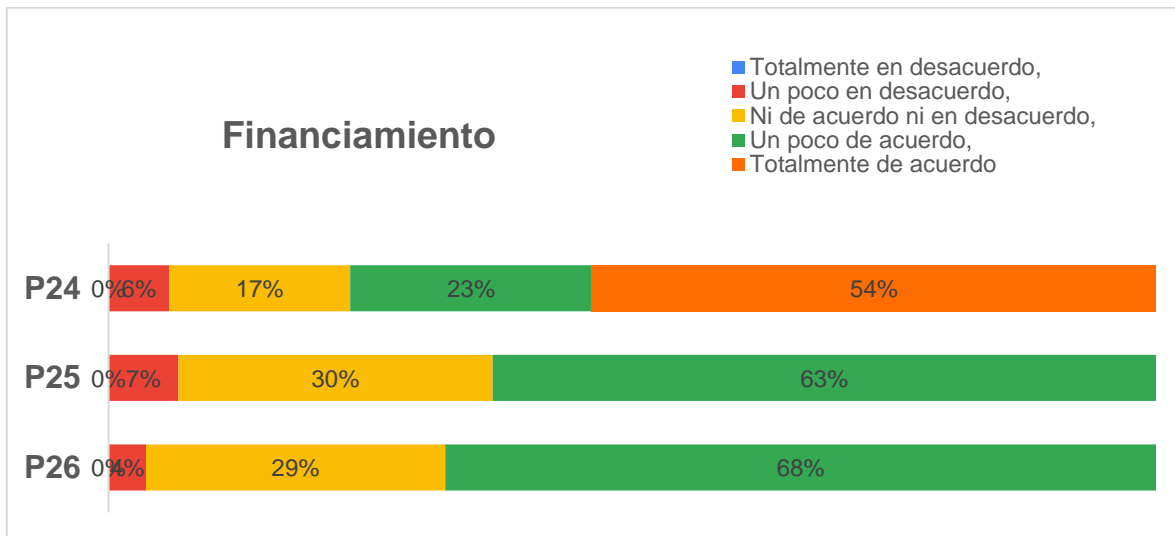
Gráfico 5. Resultados en porcentaje de los resultados de la variable innovación



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados obtenidos para las preguntas referentes a la variable financiamiento se encuentran desglosados en porcentaje en el Gráfico 6. La pregunta 24 obtuvo en su mayoría “Totalmente de acuerdo” con un 54%, la pregunta 25 obtuvo respuestas “Un poco de acuerdo” en un 63% y la pregunta 26 obtuvo como mayoría “Un poco de acuerdo” con un 68%. Las preguntas 24 a 25 relacionan la variable financiamiento con la variable crecimiento, obteniendo en su mayoría la respuesta de “Un poco de acuerdo” con lo que se puede inferir que el financiamiento influye de manera positiva sobre el crecimiento.

Gráfico 6. Resultados en porcentaje de los resultados de la variable financiamiento



Fuente: Elaboración Propia

4.4 Discusión de resultados

Con los resultados obtenidos en este se puede observar lo siguiente: (1) para la variable crecimiento, el estudio tuvo su mayor porcentaje en la respuesta que asociaba crecimiento, lo cual podemos asociar con que las organizaciones encuestadas se encuentran en un crecimiento para poder asociar la variable dependiente con las variables independientes; (2) la primer variable independiente es el liderazgo, el cual en cuestión de porcentaje, la mayoría de las respuestas mostraron una influencia positiva en la cual incide el liderazgo con el crecimiento de la empresa; (3) la segunda variable independiente es la cultura organizacional, en la cual se observó dentro de la encuesta una gran influencia de manera positiva incidente con el crecimiento organizacional de la empresa; (4) la tercer variable independiente es la competitividad, en la que se observó en el estudio influencia positiva sobre el crecimiento de la organización; (5) la cuarta variable independiente es la innovación, variable que mostró influencia positiva sobre el crecimiento de la organización ; (6) la quinta y última variable independiente es el financiamiento, con

la cual se observó en el instrumento una influencia positiva incidente en el crecimiento organizacional.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIÓN

Al aplicar un instrumento de investigación a 52 empresas PYMES en el municipio de Escobedo, Nuevo Leon, se cumple el objetivo de la investigación para este estudio que era describir si el liderazgo, la cultura organizacional, la competitividad, la innovación y el financiamiento mantienen una influencia dentro del crecimiento de las PYMES, sin embargo se observó que la cultura organizacional, la competitividad y la innovación mantienen mayor influencia positiva sobre el crecimiento que el liderazgo y el financiamiento. Se analizó que el liderazgo genera una influencia positiva en el crecimiento de la organización, se evaluó que la cultura organizacional desarrolla crecimiento empresarial, se determinó que la competitividad tiene influencia positiva en el crecimiento de las pymes, se pudo verificar que la innovación mantiene relación con la generación de crecimiento en la organización y se observó que el financiamiento mantiene influencia positiva en el crecimiento en las PYMES analizadas. De esta manera podemos aseverar que los la hipótesis se cumple y se confirma que el liderazgo, la cultura organizacional, la competitividad, la innovación y el financiamiento generan crecimiento de las PYMES en el municipio de Escobedo en Nuevo León.

Es recomendable realizar un estudio extendido en las diferentes localidades de Nuevo León con la finalidad de comprobar si el comportamiento de las PYMES es sistemático o específico de la zona y en un segundo nivel analizar cada una de las variables de manera individual para apoyar a las PYMES a dictaminar cual es el tipo de liderazgo, la estrategia de cultura organizacional, el nivel de competitividad, el grado de innovación y la forma de financiamiento que ayuda a crecer a la organización de manera eficaz.

Bibliografía

- Abreu, J. (2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 7(2), 187-197
- Aguilera, A., Virgen, V. & Riasco, S. (2017). PERCEPCIÓN DE LOS EMPRESARIOS CON RESPECTO AL CUMPLIMIENTO DE CRITERIOS PARA IMPLANTAR ESTRATEGIAS BASADAS EN RECURSOS ORIENTADAS AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS PYMES DE SANTIAGO DE CALI - COLOMBIA. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*, 9 (1), 55-67.
- Amaru, A. C. (2009). *Fundamentos de administración: teoría general y proceso administrativo*. México: Pearson.
- Amorós, E. (2007). *Comportamiento Organizacional: En Busca del Desarrollo de Ventajas Competitivas*. Escuela de Economía (USAT). Lambayeque. Perú.
- Amezquita, J. & Baldovino E. (2005). Comportamiento innovador de las PYMES y grandes empresas en la industria química de Cartagena. *Panorama Económico*, 13, 133-151.
- Ballesteros, L., Peñaherrera, S., Guerrero, C. & Masaquiza, C. (2017) La competitividad de las PyME del sector calzado y su eficiencia en la satisfacción de las necesidades del consumidor. *Revista científica Ciencia Tecnología*, 8(17), 209-222.
- Cabrera, V. & Ludeña, Y. (2019). Metodología para la asociación competitiva y gestión de la calidad en pymes ecuatorianas. *Coodes. Cooperativismo y Desarrollo*, 7(2), 254-263.
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la administración de personal* (1ª ed.). Ciudad de Mexico, Mexico: McGraw Hill.
- Crissien, J. (2016). Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico. *Revista EAN*, 57, 104-115.
- Cruz, D., Perez, S. & Hernandez, E. (s.f.). Correlación entre competitividad y crecimiento empresarial para pyme manufacturera por medio de análisis

- estadístico inferencial. *Red Internacional de Investigación en Competitividad*, 2563-2581.
- Cruz, D., Perez, S., Suly, S. & Lechuga, C. (2020). La competitividad y el crecimiento empresarial en pymes manufactureras ¿están relacionados? *Micro y pequeña empresa en Latinoamérica Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios*, 4(2), 28 - 38.
- Diaz J., Medina, J. & De La Garza, M. (s.f.). El liderazgo en las empresas para la obtención de ventaja competitiva en pymes turísticas del sur de Tamaulipas. *Red Internacional de Investigación en Competitividad*, 733-750.
- Donawa, Z. & Morales, E. (2018). Fuerzas competitivas que moldean las estrategias en la gerencia del sector MiPyME del distrito de Santa Mata –Magdalena, Colombia. *Revista EAN*, 84, 97-108
- Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas ENAPROCE. (2015). ENAPROCE, Mexico: INEGI. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2015/>
- EMPRENDEPYME. (2016). EMPRENDEPYME. España: EMPRENDEPYME. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/>
- Gitman, L. J. (2007). Principios de la Administración Financiera. En L. J. Gitman, Principios de la Administración Financiera. México: Pearson Educación.
- Hernandez, R., Fernández, F. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed.), Distrito Federal, México: Mc Graw Hill.
- Hofstede, G. (1991) "Cultures and organizations - software of the mind". London, McGraw-Hill.
- Liendo, M. & Martinez, A. (2001) ASOCIATIVIDAD. UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE LAS PYMES. *Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa SEPYME*, 311-319.
- Lopez, M., Gonzalez, N. & Vazquez, M. (2016). Modelo de innovación para las Pymes a partir de la practica guiada. *Revista Global de Negocios*, 4(7), 27-39.

- Maldonado, G., Martínez, M. & García, R. (2012). Gestión del conocimiento y crecimiento en la Pyme manufacturera de Aguascalientes (Mexico). *Cuaderno de Administración. Universidad del valle*, 28(47), 25-36.
- Márquez, J., Garduño, Y. & Cardoso, D. (2019). Prácticas de liderazgo de las mipymes en AMATEPEC, México, 2017. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 8(1), 28-49.
- Monte, M. (2020). *El financiamiento de start-up y emprendimientos en Argentina: "Dificultades a las que se enfrentan las Pymes cordobesas para el financiamiento"*. Universidad del Siglo 21, Argentina.
- Moreno, A., Cuevas, E. & Michi, S. (2015). Determinantes de la supervivencia empresarial en la industria alimentaria de México, 2003-2008. *Trayectorias*, 17(41), 3-28.
- Molina, R., López, A. & Contreras, R. (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*, 24(1), 59-72.
- Navarrete, M. (2019). *Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA*. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría, Ambato, Ecuador.
- Ortega, W., Cuascota, J. & Gualotuña, A. (2018). Liderazgo y productividad de pequeñas y medianas empresas en la provincia de Pichincha-Ecuador. *UNIANDES EPISTEME: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 5(1), 54-65.
- Paredes, J., Toaquiza, B., Bonilla, F. & López, E. (2020). Análisis de los factores que limitan el crecimiento económico de las pequeñas y medianas empresas en Ecuador. *FIPCAEC*, 5(17), 255-267.
- Pazmiño, G., Beltrán, M. & Gallardo, W. (2016). Los estilos de liderazgo y su desarrollo empresarial: Caso Pymes de la provincia de Tungurahua-Ecuador. *Revista PUCE*, 103, 355-369.
- Perdomo, A. (1998). Planeación Financiera. En A. Perdomo, Planeación Financiera. México: ECAFSA.
- Pérez, R. (2007). Estructura y cultura organizacional en la Pyme Colombiana: Análisis en empresas Bogotanas. *Cuadernos de Administración*, 38, 73-85.

- Quintal, A., Sansores, E. & Navarrete, J. (2009). El sistema nacional de garantías PYME y su contribución al crecimiento económico en México 2003-2008. *Revista de Economía*, 27(74), 68-87.
- Reinoso M. & Pérez J. (2019). Cultura organizacional y desempeño laboral en los colaboradores de las PYMES, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- Reta, M. (2008). Políticas para la competitividad. *Pyme Hoy*, 4, 31-59.
- Robles, V., de la Garza, M. & Medina, J. (2008). El liderazgo de los gerentes de las pymes de Tamaulipas, México, mediante el inventario de las prácticas de liderazgo. *Cuadernos de Administración*, 21, 293-310.
- Rodriguez, P. & Lesmes, C. (2019). *LA TRASCENDENCIA DE LAS PYMES EN EL MUNDO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL*. Facultad de Administración de Empresas, Bogotá, Colombia.
- Ron, R. & Sacoto, V. (2017) Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total. *Espacios*, 38(53), 15.
- Rositas, J. (2014). Los tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusión en la generación del conocimiento. *InnOvaciOnes de NegOciOs* 11(22): 235 – 268.
- Salas, L., García, M. & Murillo, G. (2017). Efecto de la cultura organizacional en el rendimiento de las PYMES de Cali. *Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Publicado por Elsevier*. Volumen 8(18), 88-95.
- Sanchez, C. & Vargas, J. Crecimiento en Pymes en base a sus recursos: Caso Gasticom. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, 18, 33-45.
- Sanchez, J., Osorio, J. & Baena, E. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las Pymes en Colombia. *Scientia et Technica*, 8(34), 321-324.
- Santamaría, R. & Mejía, A. (2020). Liderazgo como factor crítico de éxito para la gestión de la calidad de las pymes. Reflexiones para la discusión. *Ingeniería Industrial*, 38, 97-111.

- Slater, C., Boone, M., Price, L., Martinez, D., Álvarez, I. & Topete, C. (2002). A cross-cultural investigation of leadership in the United States and Mexico. *School Leadership & Management*, 22(2), 197-209.
- Secretaría de Economía de Mexico SE. (2012). Mexico emprende - Pequeñas empresas - Medianas Empresas. Mexico: Secretaria de Economía. Recuperador de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas>.
- Vargas, J. (2019). GESTIÓN DE LIDERAZGO Y SU IMPACTO EN LOS RESULTADOS EN LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA. *Universidad Militar Nueva Granada*.
- Wang, C. (2014). A longitudinal study of innovation competence and quality management on firm performance. *Innovation: Management, Policy y Practice*, Vol. 16(3), 392–403.

ANEXO 1. ENCUESTA

Variable	Numero	Agradecemos su amable participación. Le pedimos contestar la siguiente encuesta utilizando una escala del 1 al 5 donde cada número significa lo siguiente:
		(1) Totalmente en desacuerdo, (2) Un poco en desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) Un poco de acuerdo, (5) Totalmente de acuerdo
Crecimiento pymes	1	¿Considera usted que en los últimos años la organización ha llevado a cabo un crecimiento considerable?
Crecimiento pymes	2	¿Considera que dentro de su organización se ha observado un crecimiento con respecto al número de empleados en el último año?
Crecimiento pymes	3	¿Ha observado usted en el último año captación de nuevos clientes dentro de su organización?
Crecimiento pymes	4	¿Piensa que su empresa ha ganado posicionamiento considerable en el mercado en el último año?
Crecimiento pymes	5	¿Considera que la visión de la empresa tiene una relación importante para la supervivencia de la organización?
Liderazgo	6	¿Considera que el liderazgo de la organización es generalmente usado como instrumento para facilitar, guiar y enseñar a sus miembros?
Liderazgo	7	¿Considera que el liderazgo de la organización es generalmente usado como un instrumento que apoya considerablemente la innovación, el espíritu emprendedor y la toma de riesgos?
Liderazgo	8	¿Considera que el liderazgo de la organización es generalmente usado para asegurar completamente el logro de los resultados?
Liderazgo	9	¿Considera que el liderazgo de la organización es generalmente usado en amplio grado para coordinar, organizar o mejorar la eficiencia?
Liderazgo	10	¿Piensa que el liderazgo mantiene una gran importancia para el desarrollo de la organización?
Cultura organizacional	11	¿Considera usted que la organización enfatiza de manera importante el desarrollo humano, la confianza en la organización, la apertura y la participación?
Cultura organizacional	12	Considera usted que la organización enfatiza y valora de manera considerable lo siguiente: ¿adquisición de nuevos recursos y desafíos, el probar nuevas cosas y la búsqueda de oportunidades?
Cultura organizacional	13	¿Considera que la organización enfatiza la en gran medida la importancia de la permanencia y la estabilidad de sus integrantes, la eficiencia, el control y la realización correcta del trabajo?
Cultura organizacional	14	¿Piensa usted que la organización fortalece en gran medida el desarrollo del negocio?
Competitividad	15	¿Considera que su organización conoce completamente las características principales que se presentan en el giro de su empresa?
Competitividad	16	¿Piensa que su empresa se mantiene informado de manera constante acerca de la identificación de la competencia?
Competencia	17	¿Considera que los precios de sus servicios mantienen una ventaja competitiva considerable frente a los de sus competencias?

Competitividad	18	En comparación con la competencia, ¿piensa usted que su empresa es la primera elección de sus clientes?
Competitividad	19	¿Considera que el desarrollo de la organización en gran medida se debe a la competitividad de la empresa?
Innovación	20	¿Piensa usted que la organización cuenta con una gran cantidad de infraestructura tecnológica?
Innovación	21	¿Considera usted que dentro de su organización se aplican innovaciones constantemente dentro de los procesos internos?
Innovación	22	¿Considera usted que la innovación de su producto o servicio se realiza de manera considerable acorde al requerimiento del cliente?
Innovación	23	¿Considera usted que en gran medida una organización con innovación puede tener mejor crecimiento organizacional?
Financiamiento	24	¿Cree usted que el financiamiento es lo mas indispensable para la supervivencia de la organización?
Financiamiento	25	¿Piensa usted que los métodos de financiamiento son fáciles de encontrar?
Financiamiento	26	¿Considera usted que de manera importante que es más fácil operar una organización que ha obtenido financiamiento para su estadía en el mercado?