

Capítulo 18. Capacidades dinámicas e innovación en las MiPyMEs: una oportunidad de desarrollo.

Manuel Alejandro Tejeda Martín

Fernando Franco Barraza

Mirza Liliana Lazareno Sotelo

Claudia Patricia Figueroa Ypiña

Universidad de Guadalajara

<https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.14.5.18>

Resumen

La permanencia en el mercado de las MiPyMEs obliga a estas entidades económicas a tener en cuenta la nueva perspectiva empresarial, las capacidades dinámicas. El objetivo de esta investigación es determinar el nivel de adaptación que han tenido estas empresas en la dinámica comercial y social en Teocaltiche, Jalisco. Desde la evaluación de dirección empresarial, la gestión de ventas, la innovación el recurso humano y las estrategias de mercadotecnia. Se llega a los resultados con un diseño transversal, con un enfoque cuantitativo y es de tipo exploratorio, descriptivo y correlacional. Con el sustento teórico de las Capacidades dinámicas Los resultados más representativos es la falta de conocimiento de los procesos organizacionales y el mercado donde se cuentan establecidas.

Palabras clave

Capacidades dinámicas, MiPyMEs, Dinamismo Comercial, Dinamismo Social

Introducción

Las capacidades dinámicas en las MiPyME son fundamentales para el tejido empresarial de las regiones, cualquiera que sea el sector empresarial a las que estas se dediquen. La dirección, la gestión de ventas, el capital humano, el desarrollo innovador que tiene la participación social y las estrategias de mercadotecnia, configuran un ecosistema que de forma metódica representan un reto ante la comercialización global para el desarrollo de nuevas habilidades, o la mejora de estas; así pues, la permanencia en el mercado obliga a estas entidades económicas a tener en cuenta la nueva perspectiva empresarial, las capacidades dinámicas.

La administración estratégica como construcción teórica y acercamiento práctico, tiene en una parte de su estructura las capacidades dinámicas en las organizaciones. Estas se han estudiado para tener mejoras en el desempeño de las MiPyMEs basadas en aprendizajes automáticos. Se han descubierto, a través de la investigación científica muchos desafíos como resultado de los diferentes diseños estructurales y la dinámica comercial que, a nuestros días,

las empresas tienen como necesidad para la permanencia en el mercado, evaluarlas y atenderlas para la continuidad de las empresas.

Las capacidades dinámicas permiten a la organización innovar a través de la creación y desarrollo de nuevos productos y procesos en respuestas a los cambios de las condiciones del mercado (Helfar, 1997). Esto refiere a las condiciones actuales del mercado, en donde las empresas comercializan sus productos. Incorporar o desarrollar nuevos productos que a ojos de los consumidores satisfagan sus necesidades. El desarrollo de capacidades dinámicas construye los cimientos de la permanencia de las empresas en el mercado.

La teoría de la capacidades dinámicas ha abonado sustancialmente para la comprensión e integración de los procesos innovadores, que, en las estructuras administrativas de las empresas permiten la generación de ventaja competitiva y la generación de un mejor desempeño organizacional y “tiene su principal contribución en relación con los recursos y capacidades en la introducción de dinamismo, la consideración de entornos rápidamente cambiantes y la necesidad de la empresa de renovar sus competencias para alcanzar una coherencia adaptativa con el entorno dinámico” (Garzon, 2015).

Revisión de la Literatura

Contextualizando las MiPyMEs.

El interés por impulsar el desarrollo económico en todo el mundo, ha llegado a representar uno de los eslabones más importantes para el crecimiento de estas naciones, analizando el entorno global en su estructura micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales contribuyen en gran medida a las necesidades económicas y productivas empresariales, al influir en los diferentes grupos regionales, nacionales y mundiales para crear fuentes de empleo, en la aportación del Producto Interno Bruto (PIB), al contribuir en la responsabilidad social al mitigar la pobreza y en alternativas para solucionar problemas con el medio ambiente por lo que es importante recalcar que el rol de estas empresas va más allá de solo la producción y comercialización tanto de bienes como en servicios, sino también a transformar sistemáticamente el entorno en la globalización.

Tomta & Chitchoua (2009) acota de manera lineal que “Cada país define a las MiPyMEs utilizando pautas esencialmente cuantitativas que, si bien tiene ciertas características similares, también tiene diferencias significativas”. En cuanto a su clasificación y desarrollo se describen a continuación los <parámetros de acuerdo con La Comisión Europea (European Commision, 2021) define a las empresas MiPymes en función de su tamaño y en función de

su flujo de efectivo, así como del valor total de sus activos, pasivos y capital, tal como se presenta en la Tabla 18.1.

Tabla 18.1

Clasificación de MiPyMEs de la Comunidad Europea.

Tamaño	Número de empleados	Volumen	Balance total
Micro	< 10	≤ € 2 m	≤ € 2 m
Pequeña	< 50	≤ € 10 m	≤ € 10 m
Mediana	< 250	≤ € 50 m	≤ € 43 m

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de (IFC, 2021), (OIT, 2021) y metodología de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

La unión europea de acuerdo con datos (Las pequeñas y medianas empresas | Fichas temáticas sobre la Unión Europea | Parlamento Europeo, s. f.) mencionan, la constitución total de estas MiPyMEs es del 99% favoreciendo a la creación de dos de cada tres empleos en el sector privado, contribuyendo más del 50% del valor añadido total de la unión, tan solo en el año 2015 existían aproximadamente 23 millones lo que generaban 3,9 billones de euros empleando a más de 90 millones de personas.

En el caso de América Latina y el Caribe las MiPyMEs son un componente fundamental del tejido empresarial al generar empleos, dado que estas empresas representan el 99,5% de las empresas formales de la región, la gran mayoría son microempresas (88,4% del total), generando además el 61% del empleo formal (Dini & Stumpo, 2020).

De acuerdo con esta clasificación como podemos ver en la Tabla 18.2, se muestra en referencia a estas organizaciones la composición del número de empleados.

Tabla 18.2

Clasificación de MiPyMEs en América Latina y el Caribe.

Tamaño	Encuestas de empresas del Banco Mundial	Organización Internacional del trabajo	Corporación Financiera Internacional
Micro	0-4 empleados	2-9 empleados	0-9 empleados
Pequeña	5-19 empleados	10-49 empleados	10-50 empleados
Mediana	20-99 empleados	> 50 empleados	51-300 empleados

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de (IFC, 2021), (OIT, 2021) y metodología de las Encuestas de Empresas del Banco Mundial.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (INEGI, 2020) en

México, de la población ocupada que labora, 6.6 millones de personas trabajan en el sector primario que corresponde al 11.9%, 13.8 millones de personas trabajan en el sector secundario o industria que corresponde 24.9% y 34.6 millones están laborando en el sector terciario o de servicio que corresponde al 62.6%. El 0.6% no especificó su actividad económica. Las MiPyMes generan en el país mexicano el 72% de los empleos formales de la economía lo que representa como el mayor empleador del país (Martínez Ángeles, 2019).

El año 2020 se distinguió por ser un desafío bastante fuerte para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el territorio mexicano. Principalmente el débil crecimiento de la economía de 1.2% a 1.5% (Banco de México, 2019), el bajo financiamiento 76% de pymes sin acceso (INEGI, 2019), 95% de pymes no se vincularon a cadenas de valor (INEGI, 2019), finalmente la baja innovación y productividad también son algunos de los factores ya conocidos.

Jalisco es sin duda un estado muy productivo, de acuerdo con INEGI (2021) ,este estado hace una aportación general al Producto Interno Bruto (PIB) del 6.8%, posicionando en el lugar número cuatro, después de Nuevo León.

México es el país que registra más muertes de empresas, y Jalisco no es la excepción, como se describe a continuación, sobre todo después de enfrentar una crisis mundial como la pandemia del Covid-19. Sin embargo, el Gobierno del estado ha iniciado a tomar acciones con la finalidad de fortalecer y empoderar a las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante Plataformas Abiertas de Innovación.

El Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (IIEG) en el año 2020 presentó el Mapa de Densidad Económica que permite identificar geográficamente las zonas del estado con mayor densidad de unidades económicas como se puede observar en la Figura 18.1. (IIEG, 2020).

Figura 18.1

Zonas de Jalisco con la mayor densidad de unidades económicas.



Fuente: (IIEG, 2020).

Según el (IIEG, 2020) el estado de Jalisco cuenta con un total de 378.665 registradas por unidad y tamaño, el cual representa el 7% del total a nivel nacional.

Tabla 18.3

Unidades económicas registradas en Jalisco, por sector y tamaño de unidad.

Sector	Total	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Número de unidades económicas					
Servicios	169617	155876	11847	1046	848
Comercio	167986	161233	4715	1327	711
Industrias manufactureras	36361	32239	2989	844	289
Transportes	2753	2015	536	94	108
Contrucción	1928	1127	539	233	39
Generación de electricidad y captación de agua	417	241	137	32	7
Agricultura	353	189	140	14	10
Industria extractiva	104	64	30	8	2
Total	379519	352984	20933	3588	2014

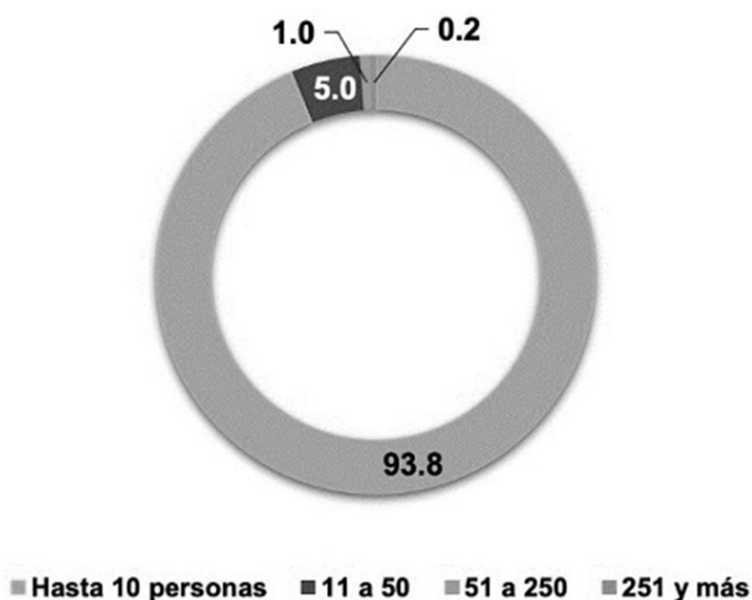
Fuente: IIEG con información del DENUE, 2020.

De acuerdo a la Tabla 18.3, la cual las organizaciones se encuentran registradas por sector y tamaño de unidad, nos habla de los 5 sectores en Jalisco donde más existen unidades económicas los cuales son: El sector servicios contando con 169,617 unidades, el sector comercio 167,986 unidades, industria manufacturera con un total de 36,36.

En su mayoría, los establecimientos en el estado son considerados como micronegocios, pues emplean hasta 10 trabajadores, la participación porcentual de estos disminuyó de un 94.7% en 2014 a 93.8% en 2019. Por parte de los pequeños y medianos negocios, es decir con 11 a 25 trabajadores, aumentaron su participación de 5.1% a 6.0% como se muestra en la Figura 18.2. (IIEG, 2020).

Figura 18.2

Participación porcentual de negocios por tamaño de establecimiento, Jalisco CE 2019.



Fuente: IIEG con información de INEGI, CE 2019.

De igual manera, la participación porcentual de producción bruta total generada en los micronegocios se redujo del 14.7% en 2014 al 13.6% en 2019. Mientras que las pequeñas y medianas empresas, disminuyeron su participación del 39.7% al 36.9% de 2014 a 2019. (IIEG, 2020).

Algunos de los motivos mediante los cuales las MiPyMEs detienen su crecimiento según (Puertolas, 2016) que cita a (ENAPROCE). El 28.4% de las MiPyMEs en Jalisco pretenden no crecer por cuestiones de inseguridad, el segundo motivo más importantes es que se sienten satisfechos con el nivel y los rendimientos que sus negocios están teniendo. Y en

tercer motivo se tiene que los empresarios tienen temor a enfrentar mayor número de complicaciones administrativas, tener que pagar más impuestos y el tener que costear trámites con mayor costo.

Desarrollo teórico

La teoría de las Capacidades Dinámicas (TCD) en las Ciencias Sociales, se considera el mayor acercamiento de la evolución de aquellas que, buscan determinar el desarrollo de las empresas en la dinámica social y comercial que se vive en las MiPyMEs en la actualidad. Es la evolución de la teoría de Recursos y Capacidades, que desde su postulado primero no se acercó a la brecha de consumo que en las generaciones venideras (actuales) buscan la inmediatez en el consumo de bienes y servicios con mayor prontitud en su adquisición.

Nelson (1991) hace un primer acercamiento a las capacidades dinámicas y las describe como “Evolución de las capacidades esenciales” afirma que estas serán “construidas sobre una base jerárquica de rutinas organizativas que se define en un contexto evolutivo”. De esta manera asocia a la dirección empresarial a revisar la dinámica en el contexto y las necesidades de entorno donde las empresas obtienen sus ingresos. Esta definición es retomada por Teece, Pisano y Shuen (1997) y definen las Capacidades Dinámicas como “La habilidad de la firma para integrar, construir y reconfigurar competencias internas y externas en función de cambios rápidos en el entorno”. Esta es la construcción conceptual determinante para esta construcción teórica. En 2007, Teece en su investigación: Explicando las Capacidades Dinámicas, determina que, “Las Capacidades Dinámicas, son competencias de alto nivel que determinan la capacidad de una firma para integrar, construir y reconfigurar competencias/recursos internos y externos para enfrentar entornos de alto dinamismo. Ellas determinan la velocidad y el alcance con que los recursos de la firma pueden ser alineados y realineados para ajustarse a las oportunidades del entorno de negocios así como generar rentas sostenibles extraordinarias” (Teece D. , 2007) Las empresas tienen la necesidad de buscar la continua adaptación al entorno y a generar nuevas maneras de dirigir empresas, de generar ventas ante el dinamismo social para la permanencia en el mercado, capacitar a los colaboradores de maneras transversales donde se doten de otras habilidades y conocimientos para poder operar de manera eficiente en las MiPyMEs, vigilando y atendiendo las dimensiones de la innovación social que pone de manifiesto la evolución de las empresas, con estrategias de mercadotecnia que tenga como objetivo ofrecer valor y satisfacer a sus clientes.

En este trabajo definimos Capacidades Dinámicas como la habilidad para determinar la estructura que requieren las organizaciones para hacer frente al dinamismo comercial y social.

Dirección empresarial

Desde la publicación de Teece, Pisano y Sihuen (1997) que enfatiza en las capacidades dinámicas en las organizaciones, se ha generado una brecha de interés con relación a la gestión y dirección en las empresas, sosteniendo que la dirección estratégica debe tener en cuenta la generación de ventaja competitiva que pueda ser continua en largos periodos de tiempo, así como el desarrollo y dotación más habilidades y capacidades para gestionar de forma hábil todas las áreas de la empresa.

En la administración estratégica y la dirección de las empresas, el concepto de las capacidades dinámicas está teniendo una gran importancia en la investigación teórica y en la aplicación práctica en diferentes organizaciones (Ambrosini & Bowman, 2009). El postulado de la teoría de las capacidades dinámicas surge del interés e interrelación que se da, a través de investigaciones científicas sustentadas y con resultados de: Recursos y capacidades, aprendizaje organizacional, perspectiva basada en el conocimiento y la teoría de la contingencia. Todas ellas, han enfatizado en la importancia de la dirección que las empresas dan para permanencia en el mercado.

Gestión de ventas

La gestión de ventas en las MiPyMEs, requiere diferentes canales de distribución para tener un mercado suficiente que permita un mayor flujo de efectivo en estas empresas. En el marco teórico de las capacidades dinámicas se desagregan tres capacidades, 1) Búsqueda de oportunidades, 2) aprovechar las oportunidades y 3) manejo de amenazas y la reconfiguración (Kuuluvainen, 2012). Dentro del desarrollo de la primera capacidad, se sustenta la gestión de ventas basada en la comprensión de los cambios en la forma de consumir del mercado, este debe comprenderse de tal manera, que el esfuerzo colectivo de ventas funcione de manera eficiente. Para hacer esto posible, es determinante potencial el desarrollo de las capacidades de los colaboradores de manera dinámica para cumplir con los objetivos en este rubro para las MiPyMEs.

Capital humano

La perspectiva basada en los recursos (RBV, por sus siglas en inglés) (Barney, 1991) ha sido fundamental por el grado de investigación que se ha generado desde su publicación, ha sido ampliamente aceptada en la administración estratégica. Liao (2010) en su tesis doctoral plantea el hecho de que las empresas están integradas tanto por recursos y capacidades, pero también por procesos organizacionales y cocimientos desarrollados por el Capital Humano que permite a todas las áreas funcionales de las MiPyMEs, por más heterogéneas que estas sean mejorar la efectividad y eficientar por medio de las capacidades dinámicas los recursos

de la empresa. Los recursos son definidos como el conjunto de conocimientos, activos físicos, capital humano, y otros factores tangibles e intangibles que las organizaciones poseen y controlan, los cuales le permiten producir eficiente y efectivamente para ofertar al mercado sus productos y servicios (O Regan & Ghobadian , 2004). Las capacidades dinámicas como se ha comentado en el presente artículo, son una extensión de la teoría de los Recursos y Capacidades, y trabaja desde el postulado donde el capital humano posee una colección de capacidades que permiten producir más y mejor a las organizaciones, y que la distinción de estas promueve a las organizaciones a la transformación de las capacidades organizacionales a capacidades dinámicas.

Innovación

Las capacidades dinámicas son complejos, procesos organizacionales de alto nivel, los cuales proporcionan las condiciones adecuadas para la modificación y renovación de los activos de la organización, aspectos definitivos en la innovación. Schumpeter en (1939) refiere que la capacidad de innovación es un artífice de destrucción creativa. Características que las empresas deben integrar como agentes clave del proceso de cambio continuo.

La perspectiva de las capacidades dinámicas hace hincapié en la utilización del conocimiento como uno de los máximos recursos que poseen las organizaciones para hacer frente a los entornos cambiantes. La adaptación a esta dinámica es un proceso innovador desde la estructura del conocimiento, de donde dependen en gran medida la integración de diferentes capacidades tanto organizacionales, administrativas y directivas, que en conjunto con la innovación detonan una mayor capacidad de adaptación al entorno actual de las empresas, así como la construcción de mejores eslabones en la cadena de valor para la ventaja competitiva de más MiPyMEs.

Estrategias de mercadotecnia

El conocimiento del mercado beneficia a las MiPyMEs en la continuidad de sus procesos productivos. Al revisar la literatura de las Capacidades Dinámicas se deriva la adquisición de nuevas tecnologías. Examinar la relación indirecta que se tiene entre las capacidades dinámicas y los resultados en las organizaciones a través de la combinación y la creación de cambios en el mercado. Es determinante comprender a profundidad el papel del marketing en las capacidades dinámicas y así acercar de manera proactiva la orientación de las MiPyMEs al mercado actual.

En uno de sus postulados, Wang y Ahmed (2007) sostienen que las empresas dentro de las capacidades dinámicas deberán apertura la idea de cambiar e innovar productos, servi-

cios y estrategias de mercadotecnia para capitalizar oportunidades en el mercado, adaptar sus procesos y productos a las exigencias del entorno.

Metodología

El presente trabajo de investigación tiene un diseño transversal, con un enfoque cuantitativo y es de tipo exploratorio, descriptivo y correlacional. El objetivo del estudio es determinar el desarrollo de las capacidades dinámicas en las Micro Pequeñas y Medianas empresas del municipio de Teocaltiche.

Nuestros objetivos de investigación son determinar el nivel de adaptación que han tenido estas empresas en la dinámica comercial y social. Desde el conocimiento de la dirección empresarial, gestión de ventas, capital humano, innovación y estrategias de mercadotecnia en la MiPyMEs de Teocaltiche, Jalisco.

Las Capacidades Dinámicas son hoy las bases para que las empresas puedan integrar, construir y reconfigurar los recursos internos y externos para abordar y dar forma a los entornos comerciales que cambian rápidamente.

Se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple de las mypes del estado cuya cantidad de colaboradores oscile entre 2 y 50 trabajadores, buscando un 95% de confianza, con 5% de error y una probabilidad estimada de $p = 0.5$ o 50%. Se aplicaron un total de 394 encuestas del 3 de marzo al 22 de julio de 2022, utilizando un instrumento de medición tipo encuesta dirigida a los directores de estas organizaciones con la ayuda de estudiantes que fueron capacitados para aplicar dicho instrumento.

La edad promedio de los participantes es de 39 años, 196 (49.75%) son hombres y 198 (50.25%) mujeres; 71.32% tiene hijos. Su estado civil indica que 36.96% son solteros y 63.04% casados o en unión libre. Respecto al nivel de estudios de los directores, 1.52% no tienen estudios, 9.87% han cursado primaria, 18.23% secundaria, 1.52% carrera técnica, 41.27% bachillerato, 27.34% licenciatura y 0.25% estudiaron un posgrado.

A razón del objetivo planteado y a partir del constructo teórico de investigación, y metodología, se plantean las siguientes hipótesis.

H1. Las MiPyMEs de Teocaltiche se han adaptado a los cambios a través del desarrollo de capacidades dinámicas.

H2. Las capacidades dinámicas de las empresas influyen de manera favorable en las empresas de Teocaltiche, Jalisco.

Resultados

La Tabla 18.4, muestra los resultados obtenidos en la dimensión de Recursos Humanos del instrumento aplicado, en los cuales se observa que la capacidad de los empleados es muy buena, ya que solo el 2.16% de los encuestados respondió no estar muy de acuerdo con este ítem. En tanto, el 29.96% respondió estar de acuerdo en la importancia que se tiene en el bienestar de los empleados. Por otro lado, con relación al sueldo, el 44.61% afirman estar muy de acuerdo con el salario que se ofrece a sus empleados.

Tala 18.4
Recursos Humanos

Dimensión: Recursos Humanos						
Variable	Muy de acuerdo	De acuerdo	No se/no aplica	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Σ
	5	4	3	2	1	Total
Lealtad de empleados	40.95%	31.25%	10.78%	13.36%	3.66%	100%
Capacidad de empleados	36.64%	28.88%	24.78%	7.54%	2.16%	100%
Buen trato entre empleados	36.42%	31.9%	18.32%	10.34%	3.02%	100%
Bienestar de los empleados	34.7%	29.96%	19.83%	10.99%	4.53%	100%
Desempeño de los empleados	34.91%	25.86%	19.4%	13.15%	6.68%	100%
Sueldo de los empleados	44.61%	24.74%	18.1%	10.13%	2.37%	100%

La Tabla 18.5 proporciona los resultados obtenidos en la dimensión de Dirección del instrumento aplicado, en el cual se puede observar, que en el planteamiento de los objetos los resultados fueron muy prometedores ya que solo el 1.94% de los encuestados respondió estar muy en desacuerdo en este rubro. Mientras que el 35.34% respondió estar de acuerdo

en detectar nuevas tendencias. Además, el 47.20% de los encuetados se encuentran muy de acuerdo en socializar la filosofía de la empresa.

Tabla 18.5

Dirección

Dimensión: Dirección						
Variable	Muy de acuerdo	De acuerdo	No se/no aplica	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Σ
	5	4	3	2	1	Total
Socializa la filosofía de la empresa	47.20%	2.80%	18.75%	2.80%	2.59%	100%
Planteamiento de objetivos	37.50%	42.89%	15.30%	2.37%	1.94%	100%
Estrategias basadas en prueba y error	28.45%	31.68%	11.64%	9.48%	2.80%	100%
Las estrategias surgen al pasar el tiempo	42.89%	36.85%	23.49%	6.25%	2.37%	100%
La estrategia competitiva viene desde la planeación	31.68%	33.41%	33.42%	6.90%	4.53%	100%
Detecta nuevas tendencias	37.07%	35.34%	18.15%	4.74%	4.09%	100%

La Tabla 18.6 provee los resultados que se obtuvieron con el instrumento de recolección de datos en el que se puede identificar que los encuestados priorizan detectar y agregar nuevos clientes a la empresa, porque solo el 1.51% está muy en desacuerdo en el tema. En lo que respecta a ampliar las zonas de venta se puede verificar que 33.41% está de muy de acuerdo. Y el 31.25% esta de acuerdo en invertir su tiempo y dinero en mejorar las relaciones con los clientes.

Tabla 18.6
Gestión de ventas

Dimensión: Gestión de Ventas						
Variable	Muy de acuerdo	De acuerdo	No se/no aplica	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Σ
	5	4	3	2	1	Total
Detectar y agregar nuevos clientes a la empresa	36.85%	39.01%	15.52%	7.11%	1.51%	100%
Ampliar las zonas de ventas	33.41%	29.31%	23.49%	8.84%	4.96%	100%
Actividad de promoción y ventas	32.41%	34.91%	21.98%	7.11%	3.45%	100%
Descuentos para cerrar ventas	35.56%	34.70%	18.53%	7.11%	3.45%	100%
Cambios y adaptación de servicios para cerrar ventas	32.76%	34.92%	18.53%	10.34%	3.23%	100%
Inversión de tiempo y dinero en relaciones con clientes	32.97%	31.25%	21.34%	8.62%	5.82%	100%

La Tabla 18.7 muestra que, en el tema de integración de productos y servicios nuevos, así como el ofrecer productos y servicios innovadores, es prioridad de los encuestados, ya que solo el 1.94% de los encuestados está muy en desacuerdo con ambos aspectos. De la misma manera el 32.33% esta de acuerdo en la innovación en productos y servicios ofertados. Mientras que el 34.48% esta muy de acuerdo en promover que los empleados propongan cambios en los productos y procesos.

Dimensión: Innovación

Tabla 18.7

Innovación

Variable	Muy de acuerdo	De acuerdo	No se/no aplica	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Σ
	5	4	3	2	1	Total
Promueve que los empleados propongan cambios	34.48%	27.16%	22.41%	10.34%	5.60%	100%
Integra productos y servicios nuevos	34.05%	36.85%	22.63%	4.53%	1.94%	100%
Ofrecer productos y servicios innovadores	34.91%	37.93%	20.47%	4.74%	1.94%	100%
Innovación en procesos de producción	26.94%	32.33%	28.02%	6.03%	6.68%	100%
Innovación en procesos de distribución	23.28%	33.62%	29.31%	5.39%	8.41%	100%
Innovación en productos y servicios ofertados	23.06%	32.33%	29.09%	7.33%	8.19%	100%

La Tabla 18.8 Demuestra que los encuetados su total prioridad es el servicio que le dan a los clientes, ya que como se puede ver en la tabla, ninguno de los encuetados deja de lado el servicio al cliente, y se puede ver que en este rubro el 62.93% está muy de acuerdo en el servicio al cliente. El 28.88% está de acuerdo en tener una estrategia de distribución y venta al usuario final. Hablando de las actividades de publicidad y promoción de productos, el 36.21% está muy de acuerdo con este ítem.

Tabla 18.8
Mercadotecnia

Dimensión: Mercadotecnia						
Variable	Muy de acuerdo	De acuerdo	No se/no aplica	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Σ
	5	4	3	2	1	Total
Servicio al cliente	62.93%	29.53%	6.68%	0.86%	0%	100%
Fijación de precios a razón de la competencia	46.12%	36.85%	12.50%	3.66%	0.86%	100%
Creación, desarrollo y uso de marca	38.36%	33.62%	18.32%	6.47%	3.23%	100%
Estrategia de distribución, venta a usuario final	48.92%	28.88%	16.38%	4.96%	0.86%	100%
Estrategia de distribución, venta a mayoristas	22.84%	28.23%	25.86%	11.64%	11.42%	100%
Estrategia de crédito a clientes	26.94%	28.45%	21.34%	11.21%	12.07%	100%
Actividades de publicidad y promoción de productos	36.21%	31.03%	20.04%	6.03%	6.68%	100%

Discusión

Tomando como base la teoría de las Capacidades Dinámicas y evaluando algunas dimensiones donde inciden las MiPyMEs actualmente en la búsqueda de la ventaja competitiva que les permita la permanencia ante el cada vez más ágil dinamismo comercial y social, es determinante prestar atención a estos factores, ya que los procesos internos busquen requieren seguimiento y evaluación en el camino evolutivo empresarial.

El objetivo de la presente investigación fue determinar el nivel de adaptación que han tenido las micro, pequeñas y medianas empresas en la dinámica comercial y social en Teocaltiche, Jalisco.

La hipótesis propuesta para esta investigación se ha comprobado con los resultados del instrumento, donde se determina que las empresas que respondieron a este, han buscado adaptarse a los cambios a través de desarrollo de las capacidades dinámicas.

Nuestros hallazgos, que se exponen en cada una de las tablas de resultados, con los ítems evaluados, muestran que tanto el desempeño del recurso humano en la organización como la dirección de las micro, pequeñas y medianas empresas, buscan en mayor medida, además de socializar la filosofía de la empresa, la búsqueda del cumplimiento de los objetivos planteados en pro de la organización.

Conclusiones

La gestión de ventas y las estrategias de mercadotecnia son determinantes en la permanencia de las empresas, ya que requieren de la adaptación e incorporación de estrategias que sirvan como estructura direccional al posicionamiento de estas empresas en función de la adaptación a los cambios, así como la permanencia en el mercado. Así mismo, la innovación, que en los resultados obtenidos del instrumento, es el área de oportunidad en sentido de los procesos de producción así como los procesos de distribución.

En estas empresas, que tienen como característica estar establecidas en un municipio que no tiene una economía creciente, requieren de adaptación operativa que genere dinamismo dirigido a reestructura de la actividades internas que proporcionen la orientación dinámica necesaria para asegurar el cambio que el mercado ha ido marcando; aunque la innovación es la dimensión con menor impacto este factor es el punto de apalancamiento dentro de las capacidades dinámicas para acercarse a nuevos consumidores basados en los procesos de producción, distribución y servicios.

Referencias

- Liao, Y. (2010). Internal capabilities, external network position, and knowledge creation. New York: Polytechnic Institute Troy.
- Ambrosini, V., & Bowman, C. (2009). What are dynamic capabilities and are they a useful construct in strategic management? *International Journal*, 29-49.
- Banco de México. (2019). Resumen ejecutivo del informe trimestral Julio-septiembre 2019. Ciudad de México: Banxico.

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustainable competitive advantage. *Journal of management*, 99-120.
- Dini, M., & Stumpo, G. (2020). MiPyMEs en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Cepal.
- European Commission. (2021). SME definition | Internal market, industry, entrepreneurship and SMEs. European Commission.
- Garzon, M. (2015). Modelo de Capacidades Dinámicas. *Revista Dimensión Empresarial*, 111-131.
- Helfar, C. (1997). Know-How and Asset Complementary and Dynamic Capability Accumulation: The case of R&D. *Strategic Journal*, 339-360.
- IFC. (2021). Servicio de financiamiento a las MiPyMEs. IFC.
- IIEG. (2020). Demografía de los negocios en Jalisco. Guadalajara, Jalisco.: IIEG.
- INEGI. (2019). Encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las Micro, Pequeñas, y Medinas empresas. Ciudad de México: INEGI.
- INEGI. (2020). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Ciudad de México: INEGI.
- INEGI. (2021). PIB. Obtenido de www.inegi.org.mx
- Kuuluvainen, A. (2012). How to concretize dynamic capabilities? Theory and examples. *Journal of strategy and management*, 381-392.
- Martínez Ángeles, D. M. (2019). Características de las empresas MiPyMEs en la región de Lires, Puebla: Perfiles de los Empresarios y de las Empresarias. México: Incunabula.
- Nelson, R. (1991). Why do firms differ, and how does it matter? *Strategic Management Journal*, 61-74.
- O Regan, N., & Ghobadian, A. (2004). A knowledge-based theory of the firm the problem-solving perspective. *Management Decision*, 292-312.
- OIT. (2021). Organización internacional del trabajo. OIT.
- Puertolas, M. A. (2016). Inseguridad, Razón de MiPyMEs para no crecer. Milenio.
- Schumpeter, J. A. (1939). *Business Cycles: A theoretical, historical and statistical analysis of the Capitalist process*. Munich: RePec.
- Teece, D. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Management Journal*, 1319-1350.
- Teece, D., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management*, 509-533.

- Tomta, D., & Chiatchoua, C. (2009). Cadenas productivas y productividad de las MiPyMEs. *Criterio libre*, 145-164.
- Wang, C., & Ahmed, P. (2007). Dynamic Capabilities, and Entrepreneurial Firms Survival. *European Management Journal*, 31-51.