



Liderazgo emprendedor y la innovación en empresas manufactureras de Tecate, B.C., México

Reyes Mendoza, Angélica¹; Silva-Olvera, María de los Ángeles² & Ramírez Barón, Karla³

¹Universidad Autónoma de Baja California, Facultad de Facultad de Ingeniería y Negocios Tecate, angelita@uabc.edu.mx, Boulevard Universidad 1 San Fernando, 21460 Tecate, México, (+52) 6651214524.

²Tecnológico Nacional de México-Instituto Tecnológico de Aguascalientes, msilvaomx@yahoo.com.mx, Av. Adolfo López Mateos 1801 Ote, Aguascalientes, Ags., México, (+52) 014499105002 ext. 189

³Universidad Autónoma de Baja California, Facultad de Facultad de Ingeniería y Negocios San Quintín, karlarb@uabc.edu.mx, Carretera Transpeninsular Km. 180.2, Ejido Padre Kino, San Quintín, Baja California, México, C.P. 22930, (+52) 6461418448

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex

Revisión por pares

Fecha de aceptación: Abril de 2018

Fecha de publicación en línea: Septiembre de 2018

Resumen

El liderazgo emprendedor en puestos directivos y ejecutivos es importante debido a la necesidad de innovar dentro de la organización, sobre todo cuando se trata de empresas que desean ser competitivas en su ramo. Esta investigación se realizó con una metodología cuantitativa a 31 empresas manufactureras en Tecate de Baja California. El objetivo fue analizar la relación que existe entre el liderazgo emprendedor y la innovación. Los resultados muestran que estas empresas cuentan con líderes emprendedores en su mayoría jóvenes de 26 a 35 años de edad. Los resultados evidencian que las empresas son principalmente de capital nacional, que atienden al mercado internacional, con una posición sostenible en el mercado y que en su mayormente han innovado en la mercadotecnia y menormente en la innovación de proceso, así mismo se aceptó la H1, de que sí existe relación entre las variables.

Palabras claves: liderazgo emprendedor, innovación, empresas manufactureras.

Abstract

Entrepreneurial leadership in management and executive positions is important due to the need to innovate within the organization, especially when it comes to companies that want to be competitive in their field. This research was carried out with a quantitative methodology to 31 manufacturing companies in Tecate, Baja California. The objective was to analyze the relationship between entrepreneurial leadership and innovation. The results show that these companies have entrepreneurial leaders, mostly young people between 26 and 35 years of age. The results show that the companies are mainly of national capital, that serve the international market, with a sustainable position in the market and that in its majority have innovated in the marketing and less in the process innovation, likewise the H1 was accepted, that there is a relationship between the variables.

Key words: entrepreneurial leadership, innovation, manufacturing company.

1. INTRODUCCIÓN

Partiendo de un liderazgo emprendedor, es importante mencionar que es una característica que debe estar presente en los gerentes y directivos de las empresas, pues les permite crear condiciones que fomenten su crecimiento y adaptabilidad a las necesidades cambiantes de los mercados y los requerimientos de la globalización, para que con ello las empresas sean capaces de innovar, debido a que les proporciona una ventaja competitiva.

Dado que el sector manufacturero es uno de los más importantes en el Estado de Baja California en base a los autores Mungaray, Aguilar, Ramírez y Ortiz, (2016), debido a su aportación al Producto Interno Bruto (PIB) pues representa el 22.7 % por lo que su observación es relevante en dicha zona.

El poder conocer si existe una relación entre el liderazgo emprendedor y la innovación en las empresas manufactureras de Tecate Baja California; permitirá generar una nueva visión o estrategias de emprendimiento en los líderes, logrando transmitir que existen diversas maneras de instaurar innovación en los procesos, productos, mercadotecnia o en la organización misma.

De acuerdo con Moriano, Topa, Molero, Entenza y Lévy-Mangin, (2012) el panorama empresarial en cuanto a la situación que atraviesa en la economía a nivel mundial, exige a las organizaciones que cuenten con la capacidad de desarrollar una orientación emprendedora a través de un liderazgo visionario que les permitan responder rápidamente a los cambios del entorno y obtener oportunidades para lograr una ventaja competitiva favorable.

Según la Secretaría de Economía (2015), a nivel mundial existe una relación positiva entre la innovación y el crecimiento económico en las empresas. Según datos de la misma, en los países más desarrollados, la innovación representa entre dos terceras y tres cuartas partes del crecimiento reflejado en el PIB, de acuerdo con observaciones realizadas entre 1995 y 2006.

De acuerdo con Información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2017) se presenta un comparativo de los porcentajes referentes al personal ocupado en las diferentes áreas y sectores en Baja California, que indica que las empresas manufactureras son las que más emplean a personas.

De acuerdo al INEGI en el 2017, la participación porcentual de personal ocupando en la actividad del sector manufacturero para el estado de Baja California, se comportó de la siguiente manera, en primer lugar, para Tijuana con un 62.6 %, como segundo Mexicali con un 22.9 %, en tercero Ensenada con un 8.4 %, en cuarto lugar, Tecate con un 3.8 % y por último Playas de Rosarito, con un 2.3 %.

Además, para el 2017, también se registró en el Sistema de Información Empresarial Mexicano en (SIEM), el total de las empresas registradas por municipio, en el cual Tijuana participó con 6,126 empresas y de estas 753 del sector manufacturero, seguido de Mexicali con 49 de 2,381, posteriormente, Ensenada con 230 de 600, Tecate participó con 264 de ellas 64 del sector y por último Playas de Rosarito con 3 de 48.

De acuerdo con la Secretaría de Economía (2015) el crecimiento en la economía ha sido gracias a la innovación ya que produce que la riqueza se distribuya en un mayor número de empresas y personas; lo cual indica que un país innovador es mayormente capaz de incrementar su productividad, pues tiene mayores herra-

mientas para enfrentar incertidumbres y problemas que se generan como resultado de la globalización.

La importancia de esta investigación radica en descubrir la relevancia del posible liderazgo emprendedor existente en las empresas manufactureras de Tecate y descubrir si su existencia permite a las organizaciones implementar innovaciones en sus productos, procesos, mercadotecnia o dentro del funcionamiento de la organización (organizacional).

La pregunta de investigación para esta investigación es la siguiente:

¿Cuál es la relación que existe entre el liderazgo emprendedor y la innovación en empresas manufactureras de Tecate Baja California, México?

Objetivo general

Analizar la relación que existe entre el liderazgo emprendedor y la innovación de las empresas manufactureras de Tecate de Baja California, México.

Objetivos específicos

1. Identificar las características del liderazgo emprendedor en las empresas manufactureras de la zona metropolitana de Tecate Baja California, México.
2. Describir la innovación de las empresas manufactureras de Tecate Baja California, México.

Hipótesis

H1: Existe relación entre el liderazgo emprendedor y la innovación en las empresas manufactureras de Tecate, B.C.

2. MARCO TEÓRICO

De acuerdo con Izquierdo, Novillo y Mocha (2017), el liderazgo depende de la persona que lo está ejerciendo además de haber un sinfín de destrezas que lo caracterizan como tal, sin dejar de lado las habilidades que permiten lograr competencias que se van adquiriendo a lo largo de su vida.

Para Turbay (2013), es a través del liderazgo mediante el cual las organizaciones hacen frente al entorno dinámico, a través de formas efectivas para afrontar los cambios en los escenarios sociales, económicos, comerciales y tecnológicos, que no solo les implica la modificación de sus configuraciones estructurales, sino también de sus procesos; es aquí donde la innovación surge como condición para que las empresas se mantengan competitivas y, por ende, la necesidad de que el liderazgo las conduzca hacia esta.

De acuerdo con Bermeo, London y Vergara (2013), mencionan que para que un líder sea adecuado, debe ser visionario conociendo el rumbo hacia donde va la organización siendo “capaz de comunicar a su equipo las metas de la organización, para que los esfuerzos se dirijan hacia la dirección correcta”.

Corma (2013) menciona que en el comienzo de siglo XXI, la innovación, especialmente la de carácter tecnológico, fue el centro de atención para la sociedad en general, y para el mundo económico, en donde los empresarios la vieron como la clave para incrementar su competitividad. Se menciona que es evidente que

todas las empresas, sin importar su tamaño, se enfrentan a riesgos e incertidumbres de diferente naturaleza respecto a sus innovaciones.

Es por ello que la participación del liderazgo emprendedor, como mencionan Molina, Contreras y López (2014), es importante esta figura, porque permite construir una base de innovación a través de acciones y medidas que propicien las transformaciones tanto internas como externas en las empresas.

De acuerdo con Aguilar y Correa (2017) en base a su revisión de literatura mencionan que no existe una teoría universal de liderazgo, pero resaltan tres variables importantes, la primera de ellas es el líder, con elementos particulares como los procesos psicológicos básicos: personalidad, sensaciones, percepciones y sus recursos; la segunda son los seguidores con características individuales y grupales, y la tercera variable es el contexto relacional de donde surge el liderazgo.

De acuerdo con Ulrich y Eppinger (2017) el éxito de las empresas depende de su capacidad para identificar las necesidades de los clientes y crear productos que las satisfagan y se puedan producir a bajo costo. Al alcanzar estas metas no es solo un problema de mercadotecnia, ni tampoco un problema de diseño o un problema de manufactura; es un problema de desarrollo de producto que comprende todas estas funciones (p.3).

De acuerdo con Álvarez y Bernal (2017) mencionan que la innovación es un modelo mediante el cual las empresas pueden hacer uso intensivo de conocimiento tanto interno como externo, con el objetivo de potenciar y acelerar su innovación interna y expandir los mercados para el uso externo denominado innovación abierta (IA).

Hernández, Tirado y Ariza (2016), comentan que “la innovación supone el proceso por el que se buscan formas diversas, creativas y nuevas para satisfacer las necesidades aún no cubiertas, satisfechas de manera deficiente o emergente”. Estos autores describen a la innovación como algo que se integra en los aspectos económicos y sociales como más importantes que los ámbitos científicos o tecnológicos, con relación al ámbito empresarial, en donde sea posible incorporarse en los procesos productivos, métodos de organización y en los productos de manera creativa.

De acuerdo con la Revista Trilogía (2017) la innovación se entiende por aquello que tiene alguna novedad, cambio o transformación, pudiendo ser inmateriales relativas al mundo de las ideas, así como materiales o tangibles propios de la actividad práctica lo que significa que debe ser adoptada por determinadas personas.

De acuerdo con Wasserman (2012) la innovación puede ser incremental, según su grado de originalidad, cuando existen mejoras a un producto, proceso o servicio o inclusive radical, cuando constituye un nuevo producto, una aplicación novedosa o una combinación de otros existentes, pero nunca usada o imaginada antes.

De acuerdo con la Secretaría de Economía (2015) existen ciertas premisas que son propias de la estrategia de la innovación:

- Es una prioridad nacional porque incrementa la productividad de la economía, logrando crecimiento y generando empleos de calidad.
- Enfocar esfuerzos en áreas trascendentes ante escasez de recursos.
- La coordinación entre agentes y directivos es importante para implementar estrategias.

- El control de cuentas fomentan la revisión y mejora continua de las políticas públicas.

Desde el punto de vista de Corma (2013) comenta que “el proceso de innovación está íntimamente ligado a los grandes procesos de transformación de las empresas en la actualidad” y que los emprendedores “son personas con habilidad para trabajar con lo inesperado y desconocido, sin temor al riesgo, independientes, inconformistas, perseverantes, con deseo de control y con grandes dotes comerciales de liderazgo y de relación social” (p.34).

Asimismo, menciona que una empresa innovadora puede, poner en marcha sistemas de gestión de la innovación importando y aplicando técnicas creativas para conseguir la conexión entre “innovación y empresa innovadora”, pero se necesita de una persona que lo lleve a cabo dentro de la organización. Por lo que las empresas que son innovadoras tendrán que enfrentarse continuamente a riesgos e incertidumbres sobre sus innovaciones, así como costes relacionados a la promoción, desarrollo de investigación, de producción, además de ventas bajas y posible baja rentabilidad (Corma, 2013, p.35).

Por lo que en base a Petit y Gutiérrez (2007) el liderazgo es el que propicia el proceso de innovación dentro de la empresa, fomentando la iniciativa y la motivación de su personal de tal manera que se involucren participando y formándose por el bien del desarrollo de la organización que apoye a la competitividad.

Mejía –Trejo (2017), menciona que los modelos de negocio permiten a las empresas ser más eficientes con mayor creatividad la cual ayuda a captar más valor para el éxito de las asociaciones que están desarrollándose mutuamente, aunado a la tendencia de mantener en mente la innovación como forma de cambio de configuración en su cadena de valor redes para ser más heurísticos extenderse y aumentar los ingresos y beneficios de la misma, es decir adaptarse e incorporar la innovación y el desarrollo para estar abierto al cambio.

3. MÉTODO

Se llevó a cabo una investigación de tipo cuantitativo con un enfoque descriptivo, transversal y correlacional entre la variable independiente fue el liderazgo emprendedor con sus dimensiones (Desarrollar productos y oportunidades de mercado) y variable dependiente innovación con 4 dimensiones (producto, proceso, mercadotecnia y organizacional).

El instrumento fue retomado de García (2018) quien lo diseñó con base al artículo de Moriano, Topa, Molero, Entenza y Levy-Mangin, (2012) que realizaron una adaptación española de la escala CESE (Ehrlich, De novel y Ehrlich 2005) que está compuesta por 37 ítems, con respuestas de la escala de likert de 7 puntos, desde 1 (nada eficaz) a 7 (totalmente eficaz). Esta escala se divide en ocho dimensiones: 1) Desarrollar productos y oportunidades de mercado (DPOM de 5 ítems), 2) crear un entorno innovador (CEI, 4), 3) definir los objetivos principales (DOP, 4 ítems), 4) afrontar retos inesperados (ARI, 3 ítems), 5) crear y dirigir el equipo (CDE, 4 ítems) 6) desarrollar conducta estratégica autónoma (DCEA, 6 ítems), 7) liderar a otros (LO, 6 ítems) y 8) lanzar productos o servicios (LPS, 5 ítems), Autoeficacia Profesional. Se utilizó la versión corta de 5 ítems de la escala de autoeficacia profesional desarrollada por Grau *et al.* (2001).

Los participantes respondieron a la escala Likert de 7 puntos desde 1 (nunca o ninguna vez) a 7 (siempre o todos los días). Intención Emprendedora se midió con una escala de 3 ítems basada en estudios anteriores (Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan y Zarafshani, 2011; Moriano y cols., 2006). El rango de respuesta era de 1 (totalmente improbable) a 7 (totalmente probable). En los Datos biográficos se preguntó a los participantes por su edad, género, nivel educativo, profesión, antigüedad, tipo de la organización y tamaño, con adecuaciones al instrumento en cuestión del lenguaje.

En esta investigación se tomó como sujeto de estudio y fuente de información a los dueños y/o al miembro de la alta gerencia (Contador, Administrador, etc.). Encuestando a una muestra representativa de 31 empresas manufactureras de Tecate, basados en datos del Sistema de Información Empresarial Mexicana (SIEM) y/o CANACINTRA.

Para medir la confiabilidad del instrumento (variables liderazgo emprendedor e innovación) se utilizó el coeficiente de Alpha de Cronbach, donde Hair; Anderson; Tatham y Black (1999), manifiestan que “el alfa de Cronbach, es la medida más extensamente utilizada, cuyos coeficientes pueden oscilar entre 0 y 1. Un coeficiente de 0 significa nula confiabilidad y 1 representa un máximo de confiabilidad o confiabilidad total. Entre más se acerque el coeficiente a cero (0), hay mayor error en la medición. Por lo que se tuvieron que eliminar 3 reactivos para elevar el coeficiente de las dimensiones: desarrollar productos y oportunidades de mercado, afrontar retos inesperados y desarrollar una conducta estratégica autónoma como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Análisis de confiabilidad de la variable liderazgo emprendedor

Dimensión	No. de ítems	Alpha 1	Ítem eliminado	Alpha 2
Desarrollar productos y oportunidades de mercado	6	0.783	21	0.843
Construir un entorno innovador	3	0.832	–	–
Definir los objetivos principales	3	0.683	–	–
Afrontar retos inesperados	3	0.004	33	0.578
Construir y dirigir el equipo	3	0.676	–	–
Desarrollar una conducta estratégica autónoma	5	0.678	–	–
Liderar a otros	3	0.326	44	0.511

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de los resultados.

En la tabla 2 se muestran los resultados de la confiabilidad de la variable innovación, y donde se puede apreciar que los coeficientes son altos por lo que no se tuvo que eliminar ningún reactivo.

Tabla 2. Análisis de Confiabilidad de la variable innovación

Dimensión	No. de ítems	Alpha 1
Innovación de producto	8	0.829
Innovación de proceso	7	0.871
Innovación de mercadotecnia	8	0.868
Innovación organizacional	5	0.891

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de los resultados.

4. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de los análisis descriptivos del informante clave y de la empresa respectivamente, así como los análisis de las variables liderazgo emprendedor e innovación y la prueba de hipótesis.

a) Datos del informante clave y de la empresa

En cuanto a las características del informante clave, la Tabla 3 muestra los resultados que evidencian que son hombres jóvenes y que tiene poco tanto en la empresa como en el puesto.

Tabla 3. Descriptivos del informante clave

Variable demográfica	Indicador	Porcentaje
Género	Masculino	58.1 %
Edad	26-35 años	41.9 %
Escolaridad	Licenciatura	48.9 %
Estado Civil	Casado(a)	64.5 %
Antigüedad en el puesto	3 años	25.8 %
Antigüedad en la empresa	0-5 años	45.2 %

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de los resultados.

En cuanto a los datos de las empresas estudiadas, se encontró que el 38.7 % de las empresas son de capital nacional, el 32.3 % de capital extranjero y el 29 % de capital mixto, el 64.5% de las empresas atiende un mercado internacional, el 19.4 % a un mercado nacional, el 12.9 % a un mercado regional y el 3.2 % de un mercado local.

El 48.4 % de las empresas tiene una posición sostenible en el mercado, el 41.9 % tiene una posición fuerte y 9.7 % tiene una posición dominante. Se puede observar en la Tabla 4 que son empresas pequeñas, medianamente jóvenes, que, aunque tiene capital nacional su mercado es internacional, pero con una posición sostenible en el mercado.

Tabla 4. Información de las empresas estudiadas

Variable demográfica	Indicador	Porcentaje
Antigüedad de la organización	11-20 años; más de 20 años	32.3 %
Origen de capital	Nacional	38.7 %
No. de empleados	De 11 a 100 (pequeña)	64.5 %
Mercados que atiende	Internacional	64.5 %

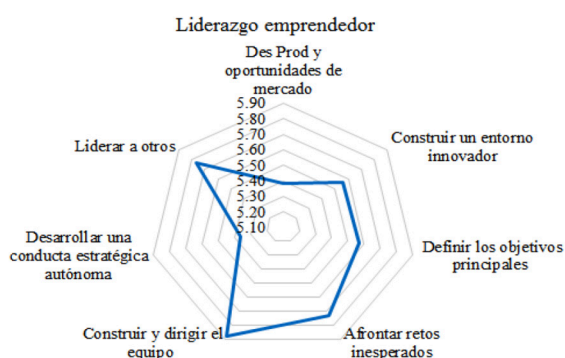
Posición en el mercado	Sostenible	48.4 %
Ingresos por ventas anuales (millones de pesos)	De \$4.01 a \$100	38.7 %

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de los resultados.

b) Descripción de la variable: Liderazgo emprendedor

En los resultados de la figura 1, se puede apreciar que, si bien se realiza la actividad “con frecuencia” según la escala Likert utilizada, los informantes clave tienen un área de oportunidad en los aspectos de desarrollar una conducta estratégica autónoma y el desarrollo de productos y oportunidades de mercado y mayormente se tiene desarrollado el aspecto de construir y dirigir el equipo.

Figura 1. Descripción de la variable liderazgo emprendedor

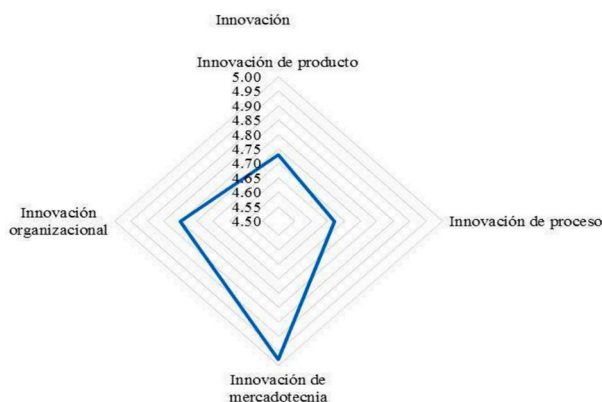


Fuente: Elaboración propia en base al análisis de los resultados.

c) Descripción de la variable: Innovación

Los resultados de la Figura 2 evidencian aspectos que conllevar el desarrollo de la innovación dentro de las empresas estudiadas; si bien los datos caen en la escala intermedia no. 4 “A veces”, es necesario recalcar que existen menor desarrollo por la innovación de proceso y mayor por el desarrollo de la innovación de mercadotecnia. Con estos resultados sobresale que existen mayores áreas de oportunidad.

Figura 2. Descripción de la variable innovación



Fuente: Elaboración propia en base al análisis de los resultados.

d) Prueba de hipótesis

Para probar la hipótesis se procedió a utilizar el coeficiente de Rho de Spearman, dada la medición de las variables y que los datos no provienen de una distribución normal. “Los valores varían de -1.0 (correlación negativa perfecta) a +1.0 (correlación positiva perfecta), considerando el 0 como ausencia de correlación entre las variables jerarquizadas” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.332).

De acuerdo a Hernández y Cols (2006), el grado de correlación se aplica según el siguiente tabulador, donde el signo indica la dirección de la correlación (positiva o negativa) y el valor numérico, la magnitud de la correlación.

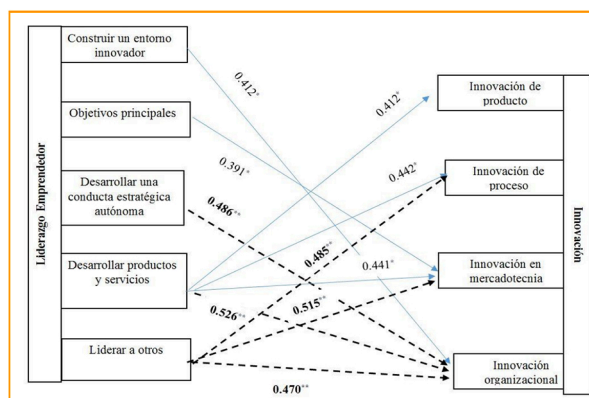
Tabla 5. Magnitudes de correlación

Número	Grado de Correlación
-.90	Correlación negativa muy fuerte
-.75	Correlación negativa considerable
-.50	Correlación negativa fuerte
-.10	Correlación negativa débil
.00	No existe correlación entre variables
+.10	Correlación positiva débil
+.50	Correlación positiva media
+.75	Correlación positiva considerable
+.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández y Cols, 2006, p.501.

Como se aprecia en la figura 3, existen 5 correlaciones al nivel de significancia de 0.05 y 5 al 0.01. Los coeficientes se presentan en valores próximos a +.50, es decir, se existe una Correlación positiva media.

Figura 3. Correlaciones entre las variables liderazgo emprendedor e innovación



Fuente: Elaboración propia en base al análisis de los resultados.

*Correlación al 0.05

** Correlación al 0.01

Las dimensiones que no presentaron ninguna correlación fueron la de construir y dirigir equipos y afrontar retos inesperados. Por otra parte, mayormente se da una relación entre la dimensión de desarrollo de productos y oportunidades de mercado con tres tipos de innovación (producto, proceso y mercadotécnica), así mismo, la dimensión de Liderar a otros se relaciona con tres tipos de innovación (proceso, mercadotécnica y organizacional).

Con estos resultados se acepta la H1 de que, Si existe una relación entre el liderazgo emprendedor y la innovación en las empresas manufactureras de Tecate, B.C. México.

5. CONCLUSIONES

Los aportes de Peit y Gutiérrez, (2007) son un referente para los resultados aquí encontrados, en donde se menciona que el liderazgo propicia el proceso de innovación en la organización lo que propicia trabajadores motivados y con mayor iniciativa.

Con los resultados antes presentados, se puede concluir que el liderazgo emprendedor propicia la innovación en las empresas manufactureras de Tecate, B.C. México. Sin embargo, cabe resaltar que dos de sus dimensiones no presentan relaciones fueron la de construir y dirigir equipos y afrontar retos inesperados, ésta última con un Alpha de Cronbach muy bajo.

Las dimensiones con mayor número de relaciones fueron por una parte la de desarrollo de productos y oportunidades de mercado con tres tipos de innovación, sin embargo, dicha dimensión fue la que menos se encuentra desarrollándose en las empresas de estudio. La otra dimensión liderar a otros, igual relacionada con tres tipos de innovación.

Por su parte la dimensión de innovación de producto fue la que menos se relaciona con el liderazgo emprendedor, y la que menos presencia tuvo en las empresas. Una de la que más relaciones tuvo fue la de innovación de mercadotecnia y que mayormente se desarrolla en las organizaciones. En cuanto a la innovación organizacional tuvo cuatro relaciones, pero es la que menor presencia tiene en las empresas al igual que la innovación de proceso, y que sería un área de oportunidad para los líderes emprendedores deben tener en cuenta.

Como parte de las futuras investigaciones, se recomienda revisar e incrementar los constructos de las dimensiones cuyos Alpha fueron bajos y realizar un análisis factorial. Así mismo, sería pertinente ampliar el contexto de la investigación para poder utilizar otro tipo de análisis.

REFERENCIAS

- Álvarez, E. L. y Bernal, C. A. (2017). Modelo de Innovación Abierta: Énfasis en el Potencial Humano. *Información Tecnológica*, 28(1), 65-76.
- Aguilar, M. C. y Correa, A. (2017). Análisis de las variables asociadas al estudio del liderazgo: una revisión sistemática de la literatura. *Universitas Psychologica*, 16(1), 1-14.
- Bermeo, L., London, S. J., Vergara, M. F. (2013). Trabajo en equipo: ingrediente esencial del liderazgo empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas* (FACCEA), 3 (2), 102-109.
- Corma, F. (2013). *Innovación, Innovadores y Empresa innovadora*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- García, Y. J. (2018). El liderazgo emprendedor y su relación con la innovación en las empresas manufactureras del estado de Aguascalientes. (Tesis de Maestría en Ciencias en Administración en proceso). Instituto Tecnológico de Aguascalientes, México.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. y Black, W. (1999). *Análisis Multivariado*. (5a ed.). Prentice Hall.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5a ed.). Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México, (2a ed.). Mc Graw Hill.
- Hernández, J., Tirado, P. y Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (88), 165-199.
- Instituto Nacional de Información Estadística y Geografía (INEGI). (2017). SCIAN.
- Izquierdo, Novillo y Mocha (2017). El liderazgo en las microempresas familiares, desafíos y metas. *Revista Universidad y Sociedad*. 9(3), 2218-3620.
- Mejía-Trejo, J. (2017). The determinant factors of open business model. *Nova Scientia*, 9(18), 394-436.
- Molina, R., Contreras, R. y López, A. (2014). *Emprendimiento y MIPYMES. Nuevo Balance y Perspectivas*. D.F., México: Pearson Education.
- Moriano, J. A., Topa, G., Molero, F., Entenza, A. M. y Lévy-Mangin, J. (2012). Autosuficiencia para el Liderazgo Emprendedor: Adaptación y Validación de la Escala CESE en España. *Psicología social*, 28(1), 171-179.
- Mungaray, A, Aguilar J. G., Ramírez, N. & Ortiz, A. (Julio 2016). La micro y pequeña empresa como generadora de empleo en Baja California durante la crisis de 2008-2009. *Estudios Sociales: Revista de Investigación Científica*. 26 (48), 247-274.
- Peit, E. E. y Gutiérrez, L. B. (2007). Liderazgo con Empowerment: Promotor de la innovación. *Revista Venezolana de Gerencia*, 12 (38), 207-217.
- Revista Trilogía. (2017). Innovación: Parábola y Concepto. *Revista Trilogía: Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 9(16), 7-10.
- Secretaría de Economía. (2017). Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).
- Secretaría de Economía. (2015). Industria y Comercio / Innovación.
- Turbay, M. J. (2013). Liderazgo e innovación organizacional. *Psicología desde el Caribe*, 30(1), 7-9.
- Ulrich, T. y Eppinger, S. D. (2017). *Diseño y desarrollo de productos* (5a. ed.). Distrito Federal, México: Mc Graw Hill.
- Wasserman, M. (2012). Innovación con conocimiento. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 25(4), 537-538.