

Factores organizativos y la decisión de innovar en las PYMES del sector hotelero. Costa Ecuatoriana, provincia de Santa Elena.

Resumen:

El trabajo analiza los factores internos y externos que son determinantes en el momento de decidir realizar actividades de innovación organizativa en las empresas del sector hotelero de la Provincia de Santa Elena, República del Ecuador. Este estudio empírico es realizado sobre 148 establecimientos correspondientes al Catastro de la Dirección Provincial de Turismo del 2012, para lo cual se realizó un análisis factorial obteniéndose 5 factores que permitieron esbozar un modelo de Innovación Organizacional, se utilizó un modelo de regresión logística para determinar el comportamiento innovador de las empresas de este sector económico y cuáles son las variables que influyen significativamente en el mismo, bajo tres condiciones de Innovación Organizacional, como son métodos de organización de los puestos de trabajo, prácticas de organización del trabajo y la gestión de las relaciones externas, los resultados muestran que la Innovación Organizacional depende del tipo de empresa, su participación en redes de colaboración y los cambios realizados en los aspectos organizativos.

Palabras Claves: *Innovación, Innovación Organizacional, Factores Organizativos.*

1. Introducción

La innovación se la explica como “una idea, objeto o práctica que es apreciado como nueva por una persona o la organización que lo adopta” (Rogers, 1995).

Visto desde la óptica empresarial, Drucker (2007) nos manifiesta que la innovación, es una oportunidad para realizar un cambio para los negocios o servicios, el cual se presenta como una disciplina, que puede ser aprendida y practicada. Este mismo pensamiento es compartido, y ampliado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE, quienes exponen que la innovación es “la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o las relaciones externas” (OCDE, 2005).

La innovación en la empresa produce cambios en la organización, en la forma de hacer negocios o servicio los cuales permiten crecer e incluso sobrevivir largo plazo, con efectos en

el incremento de las ventas y por ende de sus utilidades, lo cual representa una oportunidad de crecimiento y de influir en el sector económico que se encuentra establecida (Dávila et al., 2006). Incluso se considera que si la firma busca mantenerse competitiva es crítica su implementación (Madrid-Guijarro et al., 2009), así mismo, es considerada como una fuente de ventaja competitiva (Damanpour y Scheider, 2006).

La empresa en cualquier sector en que se encuentre realizando sus actividades comerciales, puede innovar, desde aquellas que están involucradas en el sector privado en sus tres subsectores, primario (agrícola), secundario (industrial) y terciario (servicios) o en el sector público respecto a servicios gubernamentales (OCDE, 2005). Por lo expuesto, para ser implementada la innovación se requiere de una serie de actividades, que van desde lo científico a lo tecnológico, de organización interna, manejo financiero y actividades comerciales (OECD, 2002), lo que permite definir cuatro tipos de innovación que dinamizan estas acciones: Innovaciones de producto, de proceso, organizativas y comerciales (OECD, 2005).

El presente estudio se orienta en las innovaciones organizativas, para lo cual se realiza una revisión de literatura y planteamiento de un modelo de análisis de los factores que inciden en este tipo de innovaciones sobre las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del sector hotelero de la provincia de Santa Elena, en la República del Ecuador.

La industria turística en el Ecuador de acuerdo a cifras del Ministerio de Turismo, para el año 2012 el ingreso de divisas por concepto de turismo es de \$ 1,032.7 millones de dólares, contribuyendo con el 1,17% al PIB, ocupando la sexta ubicación entre los ingresos que recibe el país por Turismo/Exportaciones. Al ser este estudio una investigación empírica, de carácter inicial, cuyo objetivo es determinar los factores que inciden interna y externamente el que se realice actividades de innovación organizacional en las Pymes, para lo cual se levantó información primaria de los establecimientos que tienen actividad hotelera, que se

encuentran registrados y regulados por el Ministerio de Turismo del Ecuador. Los resultados presentados, permitirá a los administradores de las Pymes, determinar estrategias que permitan realizar actividades innovadoras organizacionales.

2. Revisión de Literatura

La innovación organizacional, es un término que permite separar la gestión gerencial de la innovación tecnológica. (Damanpour y Aravind, 2011), Estas innovaciones gerenciales se las conoce como Innovaciones organizacionales, administrativas y de gestión (op cit, 2011).

La innovación organizacional se la definen como la adopción de una nueva idea o comportamiento de la organización (Daft, 1978). Se expresa como la implementación de prácticas administrativas, procesos, estructuras o técnicas nuevas que permiten alcanzar los objetivos empresariales (Birkinshaw, 2008) e incluso permite a la organización dar un valor agregado (Damanpour & Aravind, 2011). Se lo cataloga como “la introducción de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, al trabajo o a las relaciones externas de la empresa” (OECD, 2005).

Damanpour (1991), menciona que la innovación organizacional, influye en varias categorías de manera individual, organizacional y ambiental. Para efectos de estudio se los cataloga como factores internos (características individuales y de estructura interna de la empresa) y factores externos (López-Fernández et. al., 2009), por cuanto las innovaciones adoptadas son susceptibles a cambios continuos en los ambientes internos y externos (Damanpour, 1992). Los factores mencionados son analizados en conjunto para obtener una apreciación global sobre la actividad innovadora, sin embargo en el presente estudio se expondrán aquellos que son aptos para ser incluidos por las limitaciones de acceso de información y las características del sector. Los factores internos que influyen en la actividad innovadora de las empresas son: Tamaño de la empresa, Antigüedad de la Empresa, Tipo de Organización,

Educación del Personal Administrativo, Redes de Colaboración y los Aspectos Organizativos.

Por un lado, se sostiene que existe una relación directa entre las dos variables, es decir mientras más grande mayor innovación, por cuanto la organización presenta instalaciones complejas, estructura financiera sólida, como el desarrollo de investigaciones y productos, como también contar con la presencia trabajadores mejor calificados (Damanpour, 1992), tienen la habilidad para absorber costos, levantar fondos y comercializar la innovación (Damanpour, 2010), poder de mercado, base de ventas y recursos financieros destinados para las actividades de innovación (Vaona y Pianta, 2007). Por su contraparte, la empresa pequeña tiende a ser más innovadora, por cuanto tienen poca influencia del mercado, sistema de comunicaciones informal, recursos escasos, más flexible y recurso administrativo motivado (Hadjimanolis, 2000), pueden adaptarse al cambio y tiene menos dificultad en aceptar e implementar cambios (Damanpour, 1992; 2010).

Para determinar el tamaño de la empresa, se lo puede realizar bajo ciertos criterios de definición como son: El volumen de ventas, activos que dispone o el número de empleados, siendo este último el recomendado por su facilidad de obtención de cifras (OCDE, 2005), usando la siguiente escala: Microempresa (Menor a 10 empleados), pequeña empresa (10 a 50 empleados), mediana empresa (51 a 250 empleados) y empresa grande (más de 250 empleados).

Existe una relación inversa entre la edad de la empresa y su efecto en las actividades de innovación. La antigüedad es un indicador indirecto de la etapa en que se encuentra la empresa en su ciclo de vida y conocimiento que está tiene del mercado (Hadjimanolis, 2000). Se mide la edad de la empresa, como el número de años que la firma se encuentra en operaciones (Withers, 2011), para lo cual se usa la definición de Cáceres y Romero (2006) define empresa joven (menos de 5 años de actividad) y empresa madura (mayor a 5 años de

actividad). Las actividades innovadoras son más probables que ocurran en empresas jóvenes (Withers, 2011). Por el lado, de los factores externos, la teoría de la innovación organizacional menciona: Recursos Financieros y las Barreras de Innovación. Un acceso reducido a financiamiento externo (no propio), está asociado con crecimiento lento de la empresa (Ayygari: 2011), generando conflictos al momento de invertir en actividades de innovación (Madrid-Guijarro, 2009).

De acuerdo a la revisión literatura efectuada, se expone a manera de ilustración el modelo planteado de innovación organizacional (figura. 1):

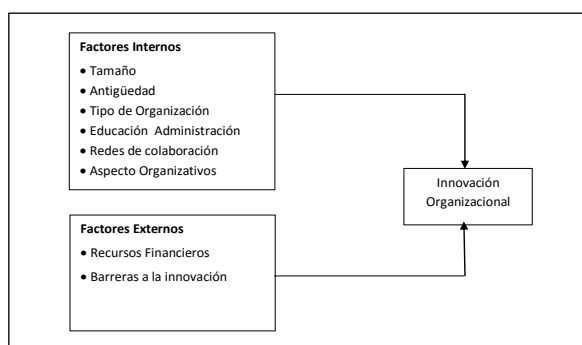


Figura 1. Modelo de Innovación Organizacional
Elaboración propia.

3. Metodología

La investigación se realizó con las empresas dedicadas a la actividad hotelera de la provincia de Santa Elena, que de acuerdo al Catastro Turístico de la Dirección Provincial de Santa Elena a diciembre del 2012 consta de 235 personas naturales y jurídicas, de las cuales 146 empresas respondieron a la encuesta; es decir, una tasa de respuesta de 62,12 %.

3.1. Instrumentos de recolección de datos

A partir del modelo teórico descrito, se elabora un cuestionario para recopilar información que se realizó a las personas encargadas de la administración de las empresas objeto de estudio. Para la validación en la construcción de la encuesta se realizaron las siguientes acciones: a) Elaboración de la matriz de la operacionalización de las variables, b) Elaboración del cuestionario apoyándose en organismos que han realizado mediciones en temáticas similares

como Organization for Economic Cooperation and Development – OECD, Instituto Nacional de Estadística de España y Central Statics Office de la República de Irlanda, c) Elaboración de la prueba piloto con 20 encuestas lo que permitió minimizar errores en el momento de realizar la aplicación, permitiendo que el instrumento sea válido y confiable.

3.2. Análisis Empírico.

Las variables dependientes: Innovación Organizacional: Nuevas prácticas en la organización del trabajo o en los procedimientos de la empresa (NVA PRACTICAS ORGANIZACIÓN), Nuevos métodos organización de los puestos de trabajo, para mejorar toma de decisiones (ORGANIZACION METODOS NVOS), Nuevos métodos de gestión de las relaciones externas con otras empresas o Instituciones (GESTION METODOS NUEVOS)

Variables Independientes: Tipo de Empresa (TIPO), Antigüedad de la Empresa (ANTIGÜEDAD), Tamaño de la Empresa (TAMANIO), Redes de Colaboración (REDES), Educación Administración (EDUCAADM). Con respecto a los Aspectos Organizativos: Reducción del tiempo de respuesta a necesidades de un cliente (IO_TIEMPO RESPUESTA), Mejora de la habilidad para desarrollar nuevos procesos (IO_MEJORAS HABILIDAD), Mayor calidad de sus servicios (IO_CALIDAD SERVICIOS), Menores costes por unidad de producción del servicio (IO_COSTES POR UNIDAD), Mejora en el intercambio de información o comunicación dentro de la empresa (IO_INTERCAMBIO INFORMACION).

Barreras a la Innovación: Las cuales están desglosadas en: a) Factores de Costos: Falta de fondos propios en la empresa (FC_FONDOS PROPIOS), Falta de financiamiento externo para la empresa (FC_FINANCIAMIENTO), Las actividades innovadoras tienen un costo elevado (FC_INNOVACION COSTO ELEVADO), b) Factores de Conocimientos: Falta de personal calificado (CON_PERSONAL), Falta de información sobre los mercados (CON_MERCADOS), Cooperación insuficiente de otras empresas para innovar (CON_COOPERACION), c) Factores de Mercado: Mercado dominado por empresas

establecidas (MER_DOMINADO), Incertidumbre respecto a la demanda de servicios innovadores (MER_INCERTIDUMBRE), d) Motivos para no innovar: No es necesario debido a las innovaciones anteriores (NO_INNOV ANTERIOR), No es necesario, porque no hay demanda de innovaciones (NO_DEMANDA ANTERIOR)

Análisis Factorial Exploratorio. Se realizó un análisis factorial para los ítems de la encuesta, el cual permitió el análisis de la estructura de las correlaciones entre un grupo de variables con una serie de factores comunes, las cuales describen los datos con un número de conceptos reducidos frente a las variables originales (Hair. et al., 1999).

El mencionado análisis, en su prueba Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), da el valor de 0,777 lo que indica que los datos son suficientes para cada factor, por cuanto el cual debe ser superior o igual a 0,50 para ser aceptable, o mayor a 0,70 para mostrar que existen suficientes ítems para cada factor (Leech et al., 2005). La varianza total explicada arroja 5 componentes (ver tabla 1), que explican el 64,1% de la varianza total, para lo cual se se utiliza un análisis de rotación ortogonal (varimax), lo que indica los factores no están correlacionados unos con otros, permitiendo asumir que la información explicada de cada factor es independiente de los otros factores. De acuerdo a la constitución de las variables de estudio, se agruparon los ítems con cargas relativamente homogéneas en 5 componentes por la separación factorial (Tabla 1), creándose nuevas variables que se exponen a continuación:

Componente 1 (CONOCYMERCADE): Están los componentes de factores de conocimiento con los factores de mercado, Componente 2 (CAMBIO): Están los ítems correspondientes a Innovaciones Organizativas introducidas en la empresa, Componente 3 (NOINNOVAR): En las que se agruparon los ítems de los motivos para no innovar, Componente 4 (COSTOS): Están los ítems correspondientes a factores de costes, Componente 5 (INNOVACION): Se encuentran los ítems que pertenecen a la introducción de innovaciones organizativas por parte de la administración

La prueba de fiabilidad del alfa de Cronbach para los cuatro primeros componentes nos deja en condición de exploratorio a confirmatorio. Para el quinto componente se realizara un análisis factorial separado. Los resultados del análisis factorial se obtuvo lo siguiente:

Tabla 1. Matriz de componentes rotados

	Componente				
	1	2	3	4	5
CON_COOPERACION	,848				
CON_PERSONAL	,760				
MER_INCERTIDUMBRE	,753				
CON_MERCADOS	,684				
MER_DOMINADO	,540		,509		
IO_CALIDAD SERVICIOS		,763			
IO_INTERCAMBIO INFORMACION		,755			
IO_TIEMPO RESPUESTA		,751			
IO_COSTES POR UNIDAD		,722			
IO_MEJORAS HABILIDAD		,684			
NO_INNOV ANTERIOR			,834		
NO_DEMANDA ANTERIOR	,429		,728		
GESTION METODOS NUEVOS					
FC_FONDOS PROPIOS				,789	
FC_FINANCIAMIENTO				,711	
FC_INNOVACION COSTO ELEVADO				,677	
NVAS PRACTICAS ORGANIZACIÓN					,821
ORGANIZACION METODOS NVOS					-,579

Fuente: Elaboración Propia Método de extracción: Análisis de componentes principales.
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

Tabla 2. Análisis de fiabilidad de Componentes

Componentes	Alfa de Cronbach	No. Elementos
1 Conocimientos y Mercado	0,843	5
2 Cambios	0,796	5
3 No innovar	0,734	2
4 Costos	0,731	3
5 Innovación	0,482	2

Elaboración propia.

- Conocimiento y mercado: (Varianza del 61,5%) con el ítem “insuficiente cooperación de otras empresas”. Mostrando las dificultades que las empresas enfrentan en las actividades de innovación, es la falta de cooperación de empresas, lo cual queda evidenciado con la mayoría de empresas no son miembros de redes de cooperación.

- Cambios: (Varianza del 79,4%) con el ítem “Reducción del tiempo de respuesta a necesidades de un cliente”, mostrando que la respuesta dada a un cliente en función del servicio, es importante en este sector.
- No innovar: (Varianza del 79,0%) con el ítem “No es necesario debido a innovaciones anteriores”, lo que explica por qué no han realizado nuevas innovaciones y se consideran satisfechos con ellas.
- Costos: (Varianza del 65,1%) con el ítem “Falta de fondos propios”, lo que muestra las limitaciones al momento de innovar.

Hipótesis: En base a la revisión de literatura y del resultado del estudio empírico de análisis de factores se determinó que existen fuertes relaciones entre los factores internos y externos de la empresa con la innovación organizacional, por lo que se formulan las siguientes hipótesis:

Tamaño (H₁): El tamaño de la empresa no incide significativamente en la innovación organizacional. Antigüedad (H₂): La antigüedad de la empresa no incide significativamente en la innovación organizacional. Tipo de Organización (H₃): El tipo de empresa no incide significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional. Educación Administración (H₄): La Formación y nivel educativo de los administradores de la empresa no incide significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional. Redes de Colaboración (H₅): Las redes de colaboración no incide significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional. Cambios (H₆): Los cambios organizativos no incide significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional. Conocimiento y Mercado (H₇): Los factores de conocimiento y mercado no incide significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional. No innovar (H₈): Los motivos para no innovar no incide significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional. Costos

(H₉): Los costos no incide significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional.

Al analizar la Innovación Organizacional, con sus tres componentes: Organización métodos nuevos, Nuevas prácticas organización, Gestión métodos nuevos, se obtuvo un alfa de Cronbach de 0,549, que al ser un análisis exploratorio está por encima del umbral de 0,4 que se considera para este tipo de estudios. La varianza explicada para cada componente en su orden es del 52,61%, 24,93% y 22,46%.

El estudio se basa en un modelo Regresión Logística binaria, en el cual las variables independientes pueden ser cualitativas o cuantitativas, y la variable dependiente es dicotómica. Estos modelos permiten determinar la probabilidad del apareamiento de un fenómeno dado (Martin et. al, 2008). De acuerdo al modelo expuesto, se desarrollara la respectiva evaluación de variables por cada uno de los componentes de la variable Innovación Organizacional:

Innovación a través de nuevas prácticas en la organización: Este tipo de prácticas también se lo identifica con los procedimientos que se realizan en la empresa, como los sistemas de gestión de conocimiento, reingenierías, sistemas de educación, etc.

Al analizar las variables independientes con la variable dependiente (NUEVAS PRÁCTICAS ORGANIZACIÓN), se obtiene la siguiente información: La variable Cambios es significativa a un nivel de 0,01; las variables REDES, ANTIGÜEDAD Y CONOCYMERCADEO son significativas a un nivel del 0,05.

La interpretación es que la empresa al pertenecer a una red de cooperación, que tenga más de 5 años de actividad comercial, y que tenga conocimiento sobre el mercado, se puede decir con una seguridad del 95% que esta firma realiza actividades de innovación, respecto a nuevas prácticas de organización del trabajo o en los procedimientos de la empresa.

Así mismo, con 99% de seguridad, si realiza cambios en los aspectos organizativos, podrán generar innovaciones organizacionales. Por lo tanto las variables REDES, ANTIGÜEDAD, CAMBIOS Y CONOCY MERCADO en la empresa son factores importantes para generar innovación organizacional, a través de nuevas prácticas en la organización.

Tabla 3. Innovación por nuevas prácticas de organización

Variables	B	Sig.
TIPO	0,216	0,472
ANTIGÜEDAD	-0,929	,073**
TAMANIO	-0,732	0,336
REDES	1,024	,050*
EDUCAADM	0,039	0,853
CAMBIOS	1,525	,000***
CONOCYMERCADO	-0,603	,083**
NOINNOVAR	-0,127	0,659
COSTOS	0,062	0,831
Constante	-0,666	0,69

Niveles de significatividad: *** p<0,01; ** p<0,05; * p<0,1

Tabla 4. Innovación a través de nuevos métodos organización

Variables	B	Sig.
TIPO	0,362	0,229
ANTIGÜEDAD	-0,305	0,564
TAMANIO	0,537	0,575
REDES	0,003	0,996
EDUCAADM	0,255	0,258
CAMBIOS	1,543	,000***
CONOCYMERCADO	-0,262	0,477
NOINNOVAR	0,196	0,55
COSTOS	0,445	0,158
Constante	-5,894	0,003

Niveles de significatividad: *** p<0,01; ** p<0,05; * p<0,1

Innovación a través de nuevos métodos organización: Estos métodos se refieren a la organización de los puestos de trabajo, con la intención de mejorar la toma de decisiones. En su conjunto abarca la gestión de equipos de trabajo, reestructuración de departamentos, implementación de responsabilidad entre otros.

Las variables independientes que se analizan junta a la variable dependiente ORGANIZACIÓN MÉTODOS NUEVOS, se puede verificar que la variable CAMBIOS es significativa a un nivel de 0,01. Es decir, la empresa al realizar Cambios en los aspectos organizativos, se encontraría realizando nuevos métodos de organización, por ende Innovación Organizacional.

Tabla 5. Innovación a través de nuevos métodos de gestión

VARIABLES	B	Sig.
TIPO	-0,887	,002**
ANTIGÜEDAD	-0,282	0,523
TAMANIO	0,971	0,155
REDES	1,02	0,021
EDUCAADM	-0,003	0,989
CAMBIOS	0,978	,000***
CONOCYMERCADO	0,494	0,141
NOINNOVAR	0,31	0,256
COSTOS	-0,552	,061*
Constante	-3,317	0,051

Niveles de significatividad: *** p<0,01; ** p<0,05; * p<0,1

Innovación a través de nuevos métodos de gestión: Esta corresponde a las relaciones que tiene la empresa con el mundo exterior, es decir, las relaciones con otras empresas o instituciones, sea estas en alianza, asociaciones, etc.

En el análisis de las variables independientes junto a la variable dependiente GESTION METODOS NUEVOS, se puede apreciar: La variable CAMBIOS es significativa a un nivel de 0,01; la variable TIPO es significativa a un nivel del 0,05 y la variable COSTOS es significativa a un nivel del 0,1.

Para realizar actividad de innovación organizacional enfocadas en la Gestión de nuevos métodos en enfoque las relaciones externas, es necesario considerar el tipo de Empresa, la pertinencia a las redes de colaboración y los cambios en los aspectos organizativos, este último como la más significativa.

5. Conclusiones

Sobre las *Nuevas prácticas en la organización del trabajo o en los procedimientos de la empresa*, se puede afirmar que para implementar innovación organizacional: Al 99% de confianza: Considerar realizar cambios en los aspectos organizacionales: Reducción de tiempo de respuesta al cliente, mejora en la habilidad para desarrollar procesos, mayor calidad de servicios, menores costes del servicio.

Sobre el Intercambio de información. Al 95% de confianza: La empresa debe tener al menos 5 años de actividad comercial y sea miembro de una red de cooperación.

Sobre los Nuevos métodos organización de los puestos de trabajo, para la toma de decisiones, se puede afirmar que para implementar innovación organizacional: Al 99% de confianza: Considerar realizar cambios en los aspectos organizacionales tales como, reducción de tiempo de respuesta al cliente, mejora en la habilidad para desarrollar procesos, mayor calidad de servicios, menores costes del servicio, intercambio de información.

Sobre los Nuevos métodos de gestión de las relaciones externas con otras empresas o instituciones, se puede afirmar que para implementar innovación organizacional: Al 99% de confianza: Considerar realizar cambios en los aspectos organizacionales; tales como, reducción de tiempo de respuesta al cliente, mejora en la habilidad para desarrollar procesos, mayor calidad de servicios y menores costes del servicio.

Sobre el Intercambio de información. Al 95% de confianza: Considerar el tipo de empresa y al 90% de confianza: Considerar los costos para innovar.

Con respecto a las hipótesis planteadas: El tamaño de la empresa (H_1): No incide significativamente en la decisión de realizar innovación Organizacional en los tres modelos de regresión logística binaria.

Antigüedad de la empresa (H_2): incide significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional, en el modelo *Nuevas prácticas en la organización del trabajo*.

Tipo de organización (H₃): Incide significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional, en el modelo Nuevos métodos de gestión de las relaciones externas con otras empresas.

Redes de cooperación de la empresa (H₄): Inciden significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional en el modelo Nuevas prácticas en la organización del trabajo.

La Formación y nivel educativo de los administradores de la empresa (H₅) No inciden en la decisión de realizar innovación organizacional en los tres modelos de regresión logística binaria.

Los cambios organizativos (H₆): Inciden en la decisión de realizar innovación organizacional en los tres modelos de regresión logística binaria.

Los factores de conocimiento y mercado (H₇): Inciden en la decisión de realizar innovación organizacional en el modelo Nuevas prácticas en la organización del trabajo.

Los motivos para no innovar (H₈) no inciden en la decisión de realizar innovación organizacional en los tres modelos de regresión logística binaria.

Los factores de costos (H₉) inciden significativamente en la decisión de realizar innovación organizacional en el modelo Nuevos métodos de gestión de las relaciones externas con otras empresas

Bibliografía.

Ayyagari, M., Demirguc-Kunt, A., y Maksimovic, V. (2011). Firm Innovation in Emerging Markets: The Role of Finance, Governance, and Competition. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 46 (6), 1545-1580.

Benito-Hernandez, S., Platero-Jaime, M., y Rodríguez-Duarte (2012). Factores determinantes de la innovación en las microempresas españolas: La importancia de los factores

- internos. *Universia Business Review*, Primer trimestre 2012, ISSN: 1698-5117, 104-121.
- Birkinshaw, J. (2008). Management Innovation. *Academy of Management Review*, 33, (4), 825-845.
- Cáceres, F. y Romero, I. (2006). Empresarios versus Propietarios de Pequeños Negocios: Una aproximación basada en el tamaño empresarial. *Estudios de Economía Aplicada*, 24 (2), 545-566, ISSN 1697-5731 (online) – ISSN 1133-3197 (print).
- Daft, R. (1978). A Dual-Core Model of Organizational Innovation. *Academy of Management Journal*, 21, (2), 193-210.
- Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34 (3), 555-590. doi: 10.2307/256406.
- Damanpour, F. (1992). Organizational Size and Innovation. *Organization Studies*, 13 (3), 375-402.
- Damanpour, F. y Scheider, M. (2006). Phases of the Adoption of Innovation in Organizations: Effects of Environment, Organization and Top Managers. *British Journal of Management*, 17, 215–236, doi: 10.1111/j.1467-8551.2006.00498.x.
- Damanpour, F. (2010). An Integration of research findings of effects of firm size and market competition on product and process innovations. *British Journal of Management*, 21, 996-1010, doi: 10.1111/j.1467-8551.2009.00628.x
- Damanpour, F. y Aravind, D. (2011). Managerial Innovation; Conceptions, Processes, and antecedents. *Management and Organization Review*, 8 (2), 423-454, doi: 10.1111/j.1740-8784.2011.00233.x.
- Dávila, T., Epstein, M., y Shelton, R. (2006). *La innovación que si funciona: cómo gestionarla, medirla y obtener beneficio*. Ediciones Deusto, Barcelona, pp. 329.

- Drucker, P. (2007). *Innovation and Entrepreneurship*. Classic Drucker Collection Edition 2007, Butterworth - Heinemann Publisher, Oxford, pp. 272.
- Hadjimanolis, A. (2000). An investigation of innovation antecedents in small firms in the context of a small developing country. *R&D Management*, 30 (3), 235- 245.
- Lopez-Fernandez M., Serrano-Bedia A., y Gómez-López R. (2009). La decisión de innovar de las empresas turísticas: Un análisis empírico de la industria hostelera. *Investigaciones europeas de dirección de la empresa (IEDEE)*, 15 (3), 169-182, ISSN 1135-2523.
- Madrid-Guijarro, A., Garcia, D., y Van Auken, H. (2009). Barriers to Innovations among Spanish Manufacturing SMEs. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 465-488.
- Neill, J., Pfeiffer, G., y Young-Ybarra, C. (2001). Technology R&D alliances and firm value. *Journal of High Technology Management Research*, 12 (2), 227-237.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE (2002). *Manual de Frascati*, Madrid, pp. 224.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE (2005). *Manual de Oslo*, 3era edición, Madrid, pp. 166.
- Rogers, E. (1995): *The Diffusion of Innovation*, The Free Press, 4th edition, New York, pp. 453.
- Schilling, M., y Phelps, C. (2007). Interfirm Collaboration Networks: The Impact of Large-Scale Network Structure on Firm Innovation. *Management Science*, 53 (7), 1113-1126, doi: 10.1287/mnsc.1060.0624
- Vaona, A. y Pianta, M. (2007). Firm Size and Innovation in European Manufacturing. *Small Business Economics*, 30, 283-299, doi: 10.1007/s11187-006-9043-9.
- Withers, M., Drnevich P., y Marino, L. (2011). Doing More with Less: The Disordinal Implications of Firm Age for Leveraging Capabilities for Innovation Activity. *Journal of Small Business Management*, 49 (4), 515-536.