

Capítulo 23. Innovación, producción-operación y su impacto en la ventaja competitiva de las Mypes de Pátzcuaro, Michoacán.

Maricela Villanueva Pimentel

Martin Tapia Salazar

Laura Adame Rodríguez

TecNM-Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro

DOI: [10.46990/iQuatro.2025.04.19.23](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2025.04.19.23)

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo identificar el impacto de la innovación y la producción-operación en la ventaja competitiva de las Mypes de Pátzcuaro, Michoacán, México, por lo que se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo correlacional de tipo transversal, mediante un instrumento de recolección de datos validado a través del estadístico alfa de Cronbach de .915 integrado por un total de 15 ítems a escala de Likert. Se concluye que existe una correlación positiva adecuada entre las variables sujetas a estudio.

Palabras clave

Innovación, mypes, operación, producción, ventaja competitiva

Introducción

A nivel nacional e internacional, el estudio de la competitividad en las empresas como búsqueda de su permanencia en el mercado ha cobrado más auge en las últimas décadas, siendo un referente para analizar el progreso económico y empresarial de los países (Carrasco, et.al., 2021). Son diversos los factores que fructifican en ventajas competitivas de las organizaciones: capacidad financiera, estilo de dirección, mercadotecnia, innovación y los procesos de producción y operación, por mencionar algunos.

En este estudio, se presentan los resultados de una investigación sobre el impacto de la innovación y la producción-operación en la ventaja competitiva de las Mypes del Municipio de Pátzcuaro, Michoacán a manera de contribuir en la generación de conocimiento sobre este sector e impulsar su fortalecimiento ya que no existe información del comportamiento de ambos procesos estratégicos empresariales que indiscutiblemente inciden en la competitividad y el crecimiento económico, desde la perspectiva de la sostenibilidad, en la región.

La innovación vista como una estrategia que permite a las empresas enfrentar los retos de un mundo globalizado, debe ser una acción cotidiana y dinámica que contribuya a garantizar su permanencia en el mercado y sus ventajas competitivas. La producción-operación como áreas funcionales del desempeño empresarial también debe adaptarse a los diversos entornos de dicho mundo globalizado, por lo tanto la mejora continua de estas tareas organizacionales también impacta en dicha permanencia.

El objetivo general de la investigación fue identificar el impacto de la innovación y la producción-operación en la ventaja competitiva de las Mypes de Pátzcuaro, Michoacán, México. El enfoque metodológico es cuantitativo, correlacional entre las variables de estudio y de tipo transversal a partir de la aplicación de un instrumento de recolección de datos con una validez de .915 del Alfa de Cronbach. El resultado principal es la confirmación de la hipótesis alterna planteada en la investigación, determinando que existe una correlación positiva adecuada entre las variables estudiadas.

Revisión de la Literatura

En el presente apartado se abordan las variables sujetas estudio a partir de la revisión de literatura realizada, en la que primeramente se conceptualizan y se resalta la importancia de las mismas desde la perspectiva del estudio realizado.

Innovación

Para abordar el concepto de innovación es necesario mencionar uno de los antecedentes teóricos con mayor aportación en el año de 1967 en la obra titulada “teoría del desenvolvimiento económico” del autor Schumpeter, en donde, define a la innovación como la producción de otras cosas o las mismas por métodos distintos (Schumpeter, 1967, p.76). Además se enfatiza que el sistema económico es empujado por los nuevos bienes de consumo y los nuevos métodos de producción, por lo que se convierte en el motor del capitalismo (Schumpeter, 1996).

Esta visión ha mantenido a través del tiempo a la innovación como una estrategia para afrontar las condiciones de un mundo globalizado, necesaria en las acciones cotidianas para disminuir costos operativos o aumentar la rentabilidad, de tal manera que se pueda garantizar la supervivencia y/o evitar la desaparición de la empresa (Canizales, 2020). A partir de ello, con mayor frecuencia las empresas emplean la estrategia de innovación como factor clave para el desarrollo de soluciones transformadoras que atienden los desafíos que se presentan (Bamel et al., 2023).

Es así como la innovación y otras variables son asociadas a los modelos económicos existentes en los diferentes países, de igual manera, esta es asociada en la atención de necesidades empresariales desde la perspectiva de gestión mediante la adopción de metodologías existentes (Vernaza et al., 2020). La ventaja competitiva es sin duda una de las necesidades empresariales y según Ruano, et.al., (2023), la innovación abierta, considerada como una capacidad dinámica, constante y fundamentada en fuentes de conocimiento externo que las empresas pueden recibir por parte de centros de investigación, asesorías o universidades, confiere grandes ventajas, como mantener una ventaja competitiva sostenible a las empresas. Estos beneficios se fundamentan en que les ayuda a superar limitaciones, identificar oportunidades y amenazas para responder oportunamente y de forma ágil a los cambios del mercado y del entorno en general.

Actualmente, es imperante considerar a la innovación ligada al desarrollo empresarial como un elemento fundamental en el logro de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos mundialmente para un desarrollo humano equitativo, social, económico y ambiental. Desde esta perspectiva, el enfoque de la innovación y la sostenibilidad empresariales ha crecido significativamente desde el año 2017 generando así un potencial de investigación y generación de conocimiento en este sector (Azmat, et.al., 2023).

Producción-operación

De manera histórica el ambiente dinámico y cambiante ha sido acompañado de un conjunto retos que han obligado a las empresas a desarrollar prácticas estratégicas enfocadas en los pro-

cesos productivos y encaminadas a generar una ventaja competitiva sostenible. En este sentido, el proceso de producción visto como un sistema, tiene la capacidad de crear valor para la empresa, mediante la utilización de herramientas y técnicas en la optimización del mismo (Moreno & Santos, 2022), generando estrategias en beneficio de la toma de decisiones asertivas en el fortalecimiento de la competitividad y permanencia en el mercado (Casanova, 2021).

La operación de la empresa como estrategia es determinante en la competitividad, en esta se involucra un conjunto de actividades encaminadas al logro de los objetivos organizacionales que a su vez se vinculan con el logro de la ventaja competitiva, siendo esta la razón por la que adaptar el proceso de operación al dinamismo del mercado ha traído cambios necesarios en los sistemas de producción organizacionales (León, 2020).

Por otro lado, es evidente la importancia de la gestión de la operación empresarial, que al igual que el proceso productivo ha sufrido cambios necesarios ante un mundo globalizado, haciendo uso de técnicas de administración en las distintas áreas funcionales para mejorar el desempeño de la misma mediante el conocimiento del entorno. Es así como la gestión de operaciones como proceso estratégico para lograr una ventaja competitiva y aumentar la capacidad productiva en las empresas, considera entre otras dimensiones, la mejora continua de los procesos o tareas organizacionales que tienen que ver con la responsabilidad social y el entorno, el servicio al cliente y el mercado nacional e internacional (Molero, et.al., 2020; Bueno-Tacuri, et.al., 2021).

Ventaja competitiva

La conceptualización de la ventaja competitiva se remonta al autor Porter en el año de 1987 citado por Díaz (2009), quien establece que es el resultado de un valor que las empresas pueden ofrecer a sus compradores, mismo que se enfoca en dos aspectos fundamentales: uno refiere a los costos bajos y el otro a la diferenciación de sus productos. El término de ventaja competitiva no es nuevo, sin embargo, a través del tiempo ha mantenido una relevancia asociada a la competitividad global, como una necesidad de mantener condiciones de competencia en un mercado cambiante (Díaz, 2009).

Las implicaciones que tiene para una empresa mantener características diferenciadas y sostenibles a través del tiempo, se basan en la adopción de un proceso que parte del monitoreo continuo del ambiente que la rodea, en el que se detectan factores externos e internos del cotexto con la finalidad de diseñar y ejecutar estrategias que permitan fortalecer la ventaja competitiva (Romero et al., 2020). En un estudio realizado en el año 2022 a pequeñas y medianas empresas (PyMES) de la isla de Java en Indonesia demostró que las estrategias comerciales tienen un impacto positivo en la ventaja competitiva, en donde, además la estra-

tegia comercial se encuentra sustentada en el desempeño e innovación de la misma (Farida & Setiawan, 2022).

Para el contexto de las microempresas, la condiciones del mercado y la necesidad de lograr la competitividad no difiere con respecto a empresas de otra estratificación, sin embargo, los recursos y capacidades definen el grado de competitividad que se puede alcanzar, así como el enfoque diferenciador que contribuye en fortalecer o incluso tan sólo visualizar una ventaja competitiva. De acuerdo a la revisión de literatura empírica realizada, las microempresas, sin embargo, en su lucha de la consecución de posicionarse en un mercado con alta participación, concentran las acciones con resultados positivos bajo los enfoques de: calidad, automatización tecnológica y capacitación (Ordoñez & Zaldumbide, 2020; Al Mamun, 2021; Quisaguano et al., 2022).

Metodología

El estudio tiene un enfoque cuantitativo (Hernández Sampieri y Mendoza, 2018), correlacional y de tipo transversal. El alcance de la investigación es determinar la influencia de la innovación (I) y de la producción-operación (P-O) (variables independientes 2 Y 3) en la ventaja competitiva (VC) (variable dependiente 1) de las Mypes del municipio de Pátzcuaro, Michoacán (Ver Figura 23.1), en cuanto a la importancia que tienen estos procesos para el fortalecimiento de este sector empresarial.

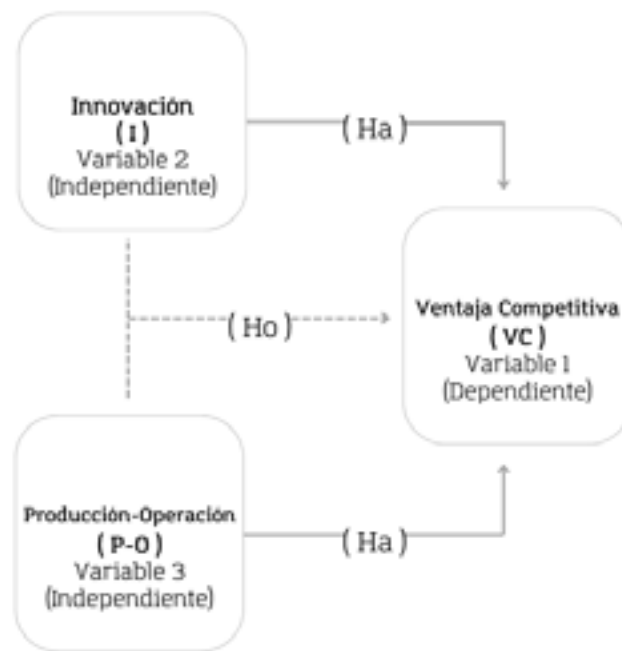
Las hipótesis planteadas son las siguientes:

Ho: La innovación y la producción-operación no impactan en la ventaja competitiva de las Mypes de Pátzcuaro, Michoacán.

Ha: La innovación y la producción-operación impactan en la ventaja competitiva de las Mypes de Pátzcuaro, Michoacán.

Figura 23.1

Relación entre variables de investigación.



La recolección de datos se realizó a partir de un instrumento diseñado y validado por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN, 2023) en su investigación anual “Habilidades directivas y clima organizacional en las micro y pequeñas empresas latinoamericanas”, del cual se seleccionaron los ítems correspondientes a las variables de interés para este estudio (Tabla 1), siendo un total de 15 ítems implicados en la investigación con escala Likert de cinco puntos que considera “muy de acuerdo” (5) hasta “muy en desacuerdo” (1).

Tabla 23.1

Variables de estudio e ítems correspondientes.

Variable Ventaja Competitiva (VC):
19a: Los clientes nos eligen porque nuestro producto o servicio es el mejor en su categoría.
19b: Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien.
19c: Los clientes nos eligen porque ofrecemos el mejor precio.
19d: Los clientes nos eligen porque aprecian nuestra marca.
19e: Los clientes nos eligen porque saben que siempre tenemos disponible el producto o servicio

Variable Innovación (I):
15a: Desarrollo o pago para innovar los procesos de producción o distribución.
15b: Desarrollo o pago para innovar los productos o servicios que ofrezco.
15c: Desarrollo o pago para innovar la forma en la que vendo mi producto o servicio (diseño, envase, promoción, forma de cotizar, etc.
15d: Desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo la empresa.
15e: Asisto a ferias, cursos, congresos o a otras actividades relacionadas con el negocio).
Variable Producción-Operación (P-O):
17a: Me enfoco mucho en la calidad de mis productos o servicios.
17b: Me enfoco mucho en reducir el tiempo entre que el cliente solicita y recibe su producto o servicio.
17c: Me enfoco mucho en entregar mi servicio siempre en tiempo y forma.
17d: Me enfoco mucho en mantener un inventario óptimo para poder operar.
17e: Me enfoco mucho en reducir mis costos en todas las áreas de la empresa.

El análisis de validez de consistencia interna, a través del estadístico alfa de Cronbach, arroja un resultado adecuado de medición, dentro de un rango de valores preferibles entre 0.80 y 0.90 (Oviedo & Campo-Arias, 2005). Tanto la confiabilidad del instrumento, como la definición operacional de las variables se presentan en la Tabla 23.2.

Tabla 23.2

Valores de Alfa de Cronbach por tipo de variable.

Variables	Alfa de Cronbach	Número de elementos
Ventaja competitiva (VC)	0.884	5
Innovación (I)	0.933	5
Producción-operación (P-O)	0.892	5
Total	0.915	15

La recolección de datos se realizó en el municipio de Pátzcuaro, Michoacán, a una muestra de 400 directores y directores de Mypes de entre 1 a 50 empleados con un nivel de confianza del 95% y margen de error del 5%, mediante el levantamiento de una encuesta en plataforma, enlace o cuestionario a través de estudiantes universitarios capacitados previa-

mente. Es importante destacar que el 75.1% de estos negocios son del giro comercial con 1-10 empleados entre los que se cuentan de 1-5 familiares del propietario.

Resultados

Análisis estadístico con su explicación para la comprobación de la hipótesis.

En la Tabla 23.3 y Figura 23.2, se muestran los resultados de correlación entre las variables Ventaja competitiva e Innovación. Se observa un índice mayor entre los ítems 19e) “Los clientes nos eligen porque saben que siempre tenemos disponible el producto o servicio” y 15c) “Desarrollo o pago para innovar la forma en la que vendo mi producto o servicio (diseño, envase, promoción, forma de cotizar, etc.)”.

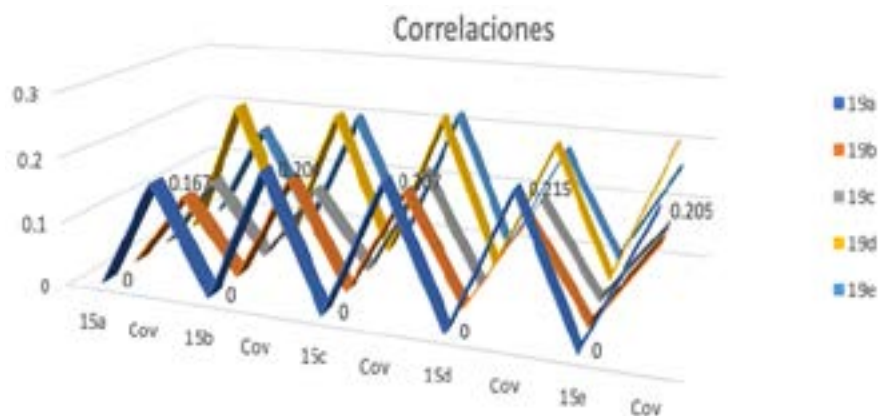
Tabla 23.3

Análisis de correlación y covarianza entre variables Ventaja competitiva e Innovación.

	19a	19b	19c	19d	19e
15a	.247	.178	.178	.304	.254
Cov	0.167	0.118	0.117	0.222	0.162
15b	.304	.251	.187	.306	.312
Cov	0.204	0.166	0.122	0.222	0.198
15c	.306	.247	.256	.317	.336
Cov	0.207	0.165	0.169	0.233	0.217
15d	.320	.218	.220	.281	.269
Cov	0.215	0.145	0.144	0.205	0.172
15e	.275	.183	.172	.277	.228
Cov	0.205	0.135	0.125	0.224	0.161

Figura 23.2

Gráfico de correlación y varianza Ventaja competitiva e Innovación.



En la Tabla 23.3 se observa también un mayor grado de variabilidad conjunta entre las variables 19d) Los clientes nos eligen porque aprecian nuestra marca y 15e) Asisto a ferias, cursos, congresos o a otras actividades relacionadas con el negocio.

Tabla 23.4

Análisis de correlación y covarianza entre variables Ventaja competitiva y Producción-operación.

	19a	19b	19c	19d	19e
17a	.445	.478	.402	.384	.425
Cov	0.205	0.218	0.181	0.192	0.186
17b	.495	.508	.467	.420	.469
Cov	0.26	0.264	0.239	0.24	0.234
17c	.514	.558	.448	.368	.510
Cov	0.258	0.276	0.219	0.200	0.243
17d	.510	.501	.473	.422	.556
Cov	0.254	0.246	0.229	0.228	0.263
17e	.449	.402	.438	.421	.476
Cov	0.242	0.214	0.23	0.246	0.244

Figura 23.3

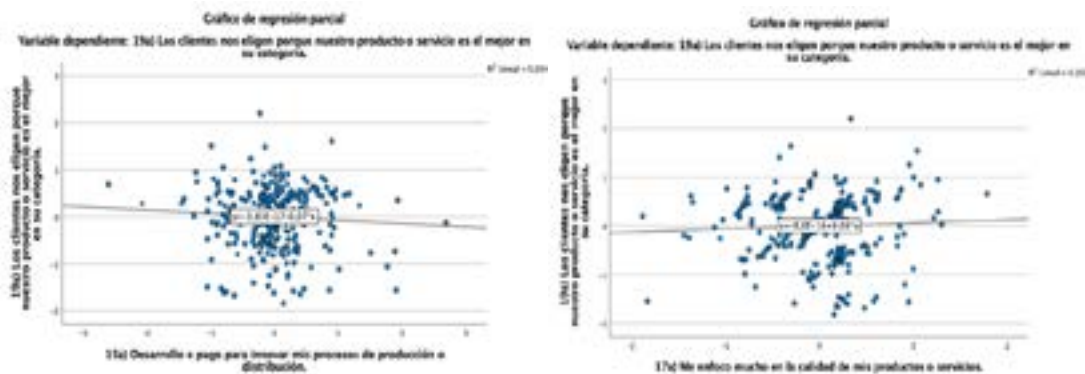
Gráfico de correlación y varianza Ventaja competitiva y Producción-operación.



Por otro lado, se observa un mayor índice de correlación entre los ítems 19b) Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien y 17c) Me enfoco mucho en entregar mi servicio siempre en tiempo y forma (Ver Tabla 23.4 y Figura 23.3). Los resultados de covarianza muestran que el valor más alto está en la relación del ítem 19b) Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien y 17b) Me enfoco mucho en reducir el tiempo entre que el cliente solicita y recibe mi producto o servicio.

Figura 24.3

Análisis de dispersión entre ítems de variable dependiente e independientes.



Para efecto de este estudio, se realizaron las gráficas de análisis de dispersión entre los ítems de las dos variables independientes con la variable dependiente, se generaron las ecuaciones de regresión lineal simple del modelo $Y=b_0+b_1x$, considerando la intersección y la pendiente de impacto de Innovación y Producción-Operación en la Ventaja Competitiva. En la figura 4 se muestra solamente un ejemplo de estas gráficas en las que se observa que para el gráfico de regresión parcial entre los ítems 19a y 15a la ecuación es de $Y=-3-83E-17-0.07*x$, infiriendo que la variable dependiente es afectada negativamente por el ítem 15a en $-0.07(x)$ de la variable Innovación. Respecto a la relación lineal de la variable dependiente

con el ítem 17a) de la variable independiente Producción-Operación, se identifica un impacto positivo .06x.

La Tabla 23.5, titulada resumen de análisis de regresión lineal muestra la ecuación de regresión para cada uno de los ítems de la variable dependiente (ventaja competitiva), identificando el valor de la constante y el coeficiente de correlación lineal, reflejando un valor mayor de relación de .610 entre los ítems de las variables independientes y 19e) Los clientes nos eligen porque saben que siempre tenemos disponible el producto o servicio, así como en el aspecto de 19b) Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien (.606).

Tabla 23.5

Resumen de análisis de regresión lineal simple entre variables Ventaja competitiva, Innovación y Producción-operación.

Modelo $Y=b_0+b_x$	15a) Desarrollo o pago para innovar mis procesos de producción o distribución.	15b) Desarrollo o pago para innovar mis productos o servicios que ofrezco.	15c) Desarrollo o pago para innovar la forma en la que vendo mi producto o servicio (diseño, envase, promoción, forma de cotizar, etc.).	15d) Desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo mi empresa.	15e) Asisto a ferias, cursos, congresos o a otras actividades relacionadas con el negocio.	17a) Me enfoco mucho en la calidad de mis productos o servicios.	17b) Me enfoco mucho en reducir el tiempo entre que el cliente solicita y recibe mi producto o servicio	17c) Me enfoco mucho en entregar mi servicio siempre en tiempo y forma.	17d) Me enfoco mucho en mantener un inventario óptimo para poder operar.	17e) Me enfoco mucho en reducir mis costos en todas las áreas de la empresa.
VD 19a) Constante 1.270 R=.593										
Coeficientes no estandarizados	-0.068	0.076	-0.029	0.040	0.069	0.063	0.126	0.195	0.158	0.081
Desv. Error	0.055	0.066	0.061	0.058	0.039	0.064	0.062	0.065	0.066	0.052
VD 19b) Constante 1.410 R=.606										
Coeficientes no estandarizados	-0.097	0.145	0.006	-0.068	0.026	0.105	0.145	0.283	0.118	0.018
Desv. Error	0.210	0.064	0.059	0.056	0.039	0.063	0.060	0.063	0.064	0.051
VD 19c) Constante 1.733 R=.544										
Coeficientes no estandarizados	-0.012	-0.092	0.124	-0.026	0.009	0.061	0.160	0.083	0.159	0.133
Desv. Error	0.056	0.067	0.062	0.058	0.040	0.065	0.063	0.066	0.067	0.053
VD 19d) Constante 1.340 R=..519										
Coeficientes no estandarizados	0.087	0.029	0.051	-0.104	0.069	0.140	0.137	-0.030	0.140	0.169
Desv. Error	0.063	0.076	0.070	0.066	0.045	0.074	0.071	0.075	0.076	0.060
VD 19e) Constante 1.468 R=.610										
Coeficientes no estandarizados	-0.046	0.093	0.109	-0.107	0.014	0.050	0.063	0.129	0.260	0.108
Desv. Error	0.051	0.062	0.057	0.054	0.037	0.060	0.058	0.061	0.062	0.049

El resultado de Análisis de varianza (Tabla 23.6) respalda la decisión de rechazar la hipótesis nula a un nivel de significancia de $\alpha=.01$, por lo tanto, se comprueba que existe asociación positiva entre las variables innovación y la producción-operación y su impacto en la ventaja competitiva de las Mypes de Pátzcuaro, Michoacán.

Tabla 23.6

Análisis de varianza.

ANOVA					
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F
Inter sujetos		1882,068	420	4,481	
Intra sujetos	Entre elementos	339,761	14	24,269	64,022
	Residuo	2228,906	5880	,379	
	Total	2568,667	5894	,436	
Total		4450,735	6314	,705	

Media global = 4,12

Discusión

Según los resultados de correlación entre la ventaja competitiva y la innovación de las Mypes de Pátzcuaro, el mayor impacto entre estas variables se da en el aspecto de que los clientes eligen las Mypes por tener siempre disponibilidad del producto o servicio (VC) y al contar con un desarrollo de innovación (I) en la forma (diseño, envase, promoción, forma de cotizar) de oferta en dicho producto o servicio. Al respecto, Ordoñez & Zaldumbide (2020), reportan en su estudio que la percepción de la calidad en el servicio viabiliza factores de consumo sobre los clientes y cierto nivel de fidelidad corporativa.

De igual manera, de acuerdo los diagramas de dispersión generados (Figura 4), se deja en evidencia que existe una mayor relación de las variables independientes con aspectos de los ítems que incluyen acciones para que “los clientes nos eligen porque saben que siempre tenemos disponible el producto o servicio” y “Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien”. En este sentido, los resultados generados por Ordoñez & Zaldumbide (2020) afirman que “la percepción de la calidad viabiliza factores de consumo sobre los clientes y cierto nivel de fidelidad corporativa”.

La calidad en el servicio representa un reto para las empresas con menor capacidad de inversión, como es el caso de las microempresas, en un estudio realizado por Carrasco et al. (2021), a 280 empresas de la señalada estratificación, se encontró que no logran satisfacer a los clientes en la variable de calidad, por lo que se recomienda la ejecución de estrategias que permitan la fidelización de los clientes, es decir, realizar acciones operativas dentro de la

empresa para fortalecer la ventaja competitiva, y por ende, la competitividad de la misma. Lo anterior, se sustenta con los resultados obtenidos del presente estudio en el que se muestra una correlación positiva entre las variables sujetas a estudio, con mayor fortaleza en entre las variables producción-operación y la ventaja competitiva.

Conclusiones

El análisis estadístico aplicado permite identificar características de relación entre los ítems de las variables independientes Innovación y Producción-Operación y su impacto en cada uno de los ítems de la variable dependiente: Satisfacción con la empresa. Existe correlación positiva que refleja mayor fortaleza entre las actividades de la variable Producción-operación y la ventaja competitiva, con acciones dirigidas a la calidad del producto o servicio, optimización del tiempo de entrega, disponibilidad de productos y reducción de costos que benefician al consumidor final. Los resultados de la covarianza refuerzan la asociación positiva entre las variables respuesta y la variable factor.

A partir de las gráficas de dispersión analizadas, respecto al comportamiento de los datos entre las variables, se confirma la relación positiva y el impacto (pendiente) que genera cada uno de los ítems en la variable respuesta, se genera una ecuación de regresión lineal simple y el coeficiente de correlación correspondiente concluyendo que existe una mayor relación de las variables independientes que incluyen acciones con “los clientes nos eligen porque saben que siempre tenemos disponible el producto o servicio” y “Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien”.

El análisis de varianza (ANOVA) comprueba las hipótesis planteadas, rechazando a un nivel de significancia del 1% la hipótesis nula, aceptando que la innovación y la producción-operación impactan en la ventaja competitiva de las Mypes de Pátzcuaro, Michoacán.

Se recomienda que en investigaciones futuras se incluyan otros aspectos de impacto tanto en la Innovación como en la Producción-Operación con respecto a la Ventaja Competitiva de este importante sector empresarial en el Municipio de estudio.

Referencias

Al Mamun, A., Muniady, R., & Nasir, N. A. B. M. (2021). Effect of participation in development initiatives on competitive advantages, performance, and sustainability of micro-enterprises in Malaysia. *Contemporary Economics*, 15(2), 122–138. <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.439>

- Azmat, F., Lim, W. M., Moyeen, A., Voola, R., & Gupta, G. (2023). Convergence of business, innovation, and sustainability at the tipping point of the sustainable development goals. *Journal of Business Research*, 167, 114170. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114170>
- Bamel, N., Kumar, S., Bamel, U., Lim, W. M., & Sureka, R. (2023). The state of the art of innovation management: Insights from a retrospective review of the European Journal of Innovation Management. *European Journal of Innovation Management*, 2023, <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2022-0361>
- Bueno - Tacuri, A. E., & Jácome - Ortega, M. (2021). Gestión de operaciones para la mejora continua en Organizaciones. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 334-365. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8011450> DOI: <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1292>
- Canizales Muñoz, L. D. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *REVISTA INNOVA ITFIP*, 6(1), 50–69. <https://doi.org/10.54198/innova06.03>
- Carrasco Vega, Yajaira Lizeth, Mendoza Virhuez, Nil Edinson, López Cuadra, Yelka Martina, Mori Zavaleta, Rómulo, & Alvarado Ibáñez, Juan Carlos. (2021). Business competitiveness in smes: challenges and scopes. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 557-564. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000500557&lng=es&tlng=en.
- Casanova, C., Núñez, R., Navarrete, C., y Proaño, E. (2021). Gestión y costos de producción: Balances y perspectivas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 302-314.
- Díaz Fernández, I. (2009). Enfoque de Porter y de la teoría basada en los recursos en la identificación de la Ventaja Competitiva: ¿contraposición o conciliación? *Economía y desarrollo*, 144(1), 101-114. <https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541313005.pdf>
- Farida, I., Setiawan, D., (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8 (3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>.
- Hernandez Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill Education.
- León, F. G. J. (2020), Administración de operaciones: análisis de las estrategias de operaciones en las empresas como elemento clave para la competitividad, *Polo del Conocimiento*, 5(10), 551-559. <http://doi.org/10.23857/pc.v5i10.1832>
- Montejano, S., López-Torres, G. C., Pérez, M. D. J., y Campos, R. M. (2021). Administración de operaciones y su impacto en el desempeño de las empresas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 112-126. <https://doi.org/10.31876/racs.v27i1.35301>
- Molero, L. E., Anchundia, J. C., Patiño, R. J., y Escobar, Y. M. (2020). Crecimiento económico y apertura comercial: Teoría, datos y evidencia (1960- 2017). *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(4), 476-496. <https://doi.org/10.31876/racs.v26i4.34675>

- Moreno Marcial, P. E., & Santos Méndez, M. M. (2022). Optimización de procesos de producción en medianas empresas del sector textil. RECIAMUC, 6(1), 226-234. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(1\).enero.2022.226-234](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(1).enero.2022.226-234)
- Ordoñez, K., & Zaldumbide, D. (2020). La calidad del servicio al cliente como ventaja competitiva en las microempresas de servicio . 593 Digital Publisher CEIT, 5(5-1), 4-15. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.310>
- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. Revista colombiana de psiquiatría, 34(4), 572-580.
- Porter, M. E. (1987) Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Editorial Diana , México.
- Quisaguano Collaguazo L. R., Salazar Ninasunta A. J., & Toasa Supé M. J. (2022). Inteligencia de negocios como alternativa de generación de valor y ventaja competitiva en las microempresas. Ciencias De La Ingeniería Y Aplicadas, 6(1), 33-43. Recuperado a partir de <http://investigacion.utc.edu.ec/index.php/ciya/article/view/391>
- Romero, D., Sánchez, S., Rincón, Y., y Romero, M. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XXVI(4), 465-475. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/index>
- Ruano-Arcos, Leidi; Silva-Castellanos, Tulio Ferney; Echeverría-Romero, Rubén Darío. (2023). La ruta de la innovación abierta que promueve el desempeño y la ventaja competitiva de las Mipymes hortofrutícolas. Contaduría y Administración, [S.l.], v. 69, n. 4, p. e473.. doi:<http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2024.5128>.
- Schumpeter, J. (1967). Teoría del desenvolvimiento económico. Fondo de Cultura Económica.
- Schumpeter, J. (1996). Capitalismo, socialismo y democracia. Ediciones Filio.
- Vernaza, G., Medina, E. P., y Chamorro, J. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XXVI(3), 163-174. <https://doi.org/10.31876/racs.v26i3.33240>