

Capítulo 38. Análisis correlacional de competitividad de las mypes y Anova de factores personales.

María de Lourdes Amador Martínez
Raymundo Lozano Rosales
Yessica García Hernández

**Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico
Superior del Oriente del Estado de Hidalgo/
Universidad Politécnica de Tulancingo**

DOI: [10.46990/iQuatro.2025.04.19.38](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2025.04.19.38)

Resumen

La competitividad es uno de los objetivos que persiguen las empresas hoy en día para situarse en una posición privilegiada, por lo anterior, la investigación tiene por objetivo analizar la competitividad de las mypes de la sierra de Tenango mediante correlación y para identificar la influencia de los aspectos personales en las mismas. La metodología cuantitativa con alcance correlacional, utilizando ANOVA para identificar si existe influencia significativa, identificando que se tiene influencia significativa con nivel de estudios con valor de 0.03. Respecto a la correlación la ventaja competitiva tiene relación fuerte con producción y calidad con 0.697; finanzas con 0.617; recursos humanos 0.616 y proveedores con 0.578, y correlación débil con dirección; análisis del mercado; gestión de ventas; mercadotecnia y nula con innovación, por lo que se recomienda poner énfasis en las de mayor correlación.

Palabras clave

Aspectos personales, correlación, Mypes, Ventaja competitiva

Introducción

La mypes (micros y pequeñas empresas) forman parte de la realidad de México, ya que forman la base de la actividad económica del país otorgando empleos o en muchos casos autoempleos a quienes forman parte de ellas, por ello, es de suma importancia que se realicen estudios con estas organizaciones.

Con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) (2023) Indica que otorgan el 78 por ciento de empleos, del mismo modo, junto con las medianas empresas forman parte del 99.8 por ciento que se encuentra en el país, cifra que suma a poder tomar la decisión de estudiarlas para que tengan permanencia y continuidad en el ámbito económico.

Las mypes presentan desafíos que deben trabajarse desde ya para poder ayudarlas a que permanezcan en el mercado, dentro de los cuales se puede señalar a la baja incorporación de tecnologías, baja innovación, problemas para iniciar y capitalizarse, sobre todo, se tienen datos que solamente 6 por ciento de las mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) utiliza internet para la realización de ventas en línea, y ello se debe a la escasez de recursos monetarios, tampoco saben como tal qué es lo que ganan, se lleva la contabilidad aún en más del 20 por ciento de forma manual en libretas y aunque la pandemia de COVID-19 sumó a que se utilizaran tecnologías el proceso de desaceleró en cuanto se regresó a la normalidad (Escuela de Gobierno y Transformación Pública Tecnológico de Monterrey, 2023).

La ventaja competitiva de las pymes del sector construcción está relacionada con costos, así como con la capacidad para resolver cuestiones de ámbito económico, sumado a la ubicación, acceso a tecnologías capacitación (Ruíz et al., 2023). En el mismo sentido, Quezada (2024) indica que la innovación tiene una influencia positiva en empresas del sector minero, por lo que las empresas que innovan tienen mejor posición en el mercado.

Méñez (2019) indica que las problemáticas que llegan a tener las mypes, específicamente en el estado de Morelos, están relacionadas con aspectos demográficos y estructurales como edad, género o formación académica, por lo que, se infiere que justamente son variables que cuentan con estas características pueden cambiar el camino que siguen las organizaciones y por ello se retoman en la investigación,

Normalmente, se relaciona la competitividad con elementos mercado, finanzas, capital humano, innovación y gestión por mencionar algunos, sin embargo, existe una laguna en donde quedan fuera los elementos estructurales propios de la organización, así como de quienes dirigen las empresas por lo que, el presente trabajo tiene el objetivo de analizar la competi-

vidad de las mypes de la sierra de Tenango, Hidalgo, México mediante métodos cuantitativos, para identificar la influencia de los aspectos estructurales-demográficos en las mismas.

Revisión de la Literatura

Existen distintas definiciones para el término de competitividad, según Ferraz, Kupfer y Haguénauer (1996) la definen como la capacidad de una organización para implementar o desarrollar estrategias competitivas y mantener o aumentar de manera sostenible su cuota de productos en el mercado.

En palabras de Botero (2014) la competitividad es un proceso que liga estratégicamente las actuaciones de los diferentes niveles de gobierno y las empresas, la última tiene responsabilidades estructurales y funcionales para generar condiciones propicias de desarrollo local y expansión fuera de fronteras territoriales, tiene el compromiso de potenciar la generación de posibilidades de desarrollo para las empresas.

La capacitación acumulada a lo largo del tiempo influiría en las estrategias competitivas de las empresas y estaría relacionada con su desempeño y eficiencia productiva. Estas se seleccionarían en función del entorno económico y del proceso competitivo en el que participaría la empresa. Por lo tanto, la competitividad se consideraría como una medida que incluye no solo una empresa específica, sino también el patrón de competencia en un mercado específico.

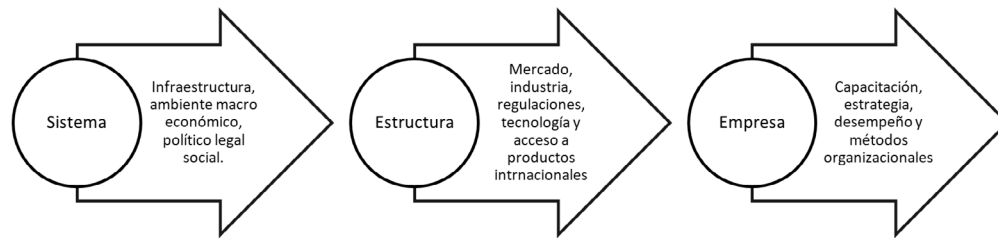
Estos patrones son el resultado de la interdependencia entre las empresas o sectores competitivos a través de complementariedades tecnológicas, restricciones y estímulos al flujo de bienes, así como de la disponibilidad de infraestructura, leyes, sistemas de planificación y políticas industriales, entre otros factores. La capacidad de las empresas para adaptar sus estrategias al patrón de competencia en su sector se conoce como competitividad.

La composición del entorno competitivo de una empresa, es decir, las partes estructurales y conductuales de un sector o sistema económico específico, influiría en los patrones de competencia, ver Figura 1 (Medeiros, Gonçalves y Camargos, 2019).

Aquellos sobre los cuales la empresa tiene un control significativo se denominan “factores empresariales”. Estos factores están relacionados con la acumulación de conocimiento de la empresa y sus estrategias, en particular con la eficacia de la gestión, la capacitación y el desempeño, la capacitación tecnológica en procesos y productos, los métodos de organización y los recursos humanos.

Figura 38.1

Aspectos de la competitividad



Nota: Se muestran los factores de competitividad desde tres vertientes con información de varios autores.

Las empresas están limitadas por el proceso de competencia y sus especificidades, y los “factores estructurales” son aquellos sobre los cuales no tienen pleno control. Además de las características de la demanda y la oferta, estos incluyen la influencia de instituciones fuera del mercado que establecen el sistema de incentivos y regulación, la distribución geográfica, el nivel de sofisticación tecnológica, las tasas de crecimiento, los sistemas de comercialización y las oportunidades de acceso a productos internacionales (Ferraz, Kupfer y Haguenauer, 1996).

Los “factores sistémicos” son aquellos sobre los cuales la empresa tiene muy poco o ningún control. Estos elementos son los encargados de generar externalidades a las empresas y servir como parámetros del proceso de toma de decisiones.

La investigación realizada por Ibarra, González y Demuner (2017) tuvo como objetivo determinar el nivel de competitividad a nivel micro de las pequeñas empresas manufactureras en Baja California. Se llevó a cabo una investigación de corte transversal, no experimental y cuantitativa, basada en las ocho dimensiones de la competitividad empresarial del mapa de competitividad del BID. Muy pocas empresas mostraron niveles de competitividad altos o muy altos, lo que indica que hay grandes áreas de oportunidad para mejorar este sector tan importante para la economía del estado. Estos hallazgos brindan información significativa sobre la situación del sector manufacturero en Baja California en cuanto a la competitividad, y pueden compararse con otras investigaciones realizadas en la región que muestran resultados similares en cuanto al nivel de competitividad. Por lo tanto, es importante que se sigan realizando investigaciones similares para comprender a escala micro las deficiencias en el sector manufacturero de Baja California.

En el mismo sentido, Martínez, Salazar y Samperio (2020) realizaron una investigación cuyo propósito se orienta a determinar los factores estratégicos que determinan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas del estado de Hidalgo con El instrumento de medición aplicado que es un cuestionario que se integra de 30 preguntas es-

tructuradas en 4 bloques. Dando como resultado que las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) deben desarrollar capacidades internas que les proporcionen lo necesario para enfrentar los retos que se presentan, ya que los factores internos y externos que influyen en su competitividad y permanencia varían según el sector y el entorno. Al analizar los elementos que influyen en la competitividad de las empresas pequeñas y medianas en el estado de Hidalgo, se encontró que estos están relacionados con el capital humano, el número promedio de colaboradores y la productividad de la mano de obra, así como con el nivel de costos y las innovaciones en productos y servicios, lo cual está en línea con otros estudios realizados.

Por otra parte, Baldeos et al. (2020) trabajaron una investigación en donde indican la competitividad y su correlación con la planeación estratégica de las pymes en un lugar de Perú considerando 390 empresas de una población de 8 mil 207 en donde indican que cuentan con una correlación positiva y fuerte, por lo que se indica que influye de forma significativa la planeación estratégica con la competitividad, principalmente en aspectos de recursos humanos, financieros y producción.

En México, específicamente en un estudio sobre los detonantes de la competitividad de las empresas que cuentan con propietarias a mujeres, indican que los factores que resultan influyentes para que la empresa sea competitiva, mediante un estudio documental, encontraron que son los recursos financieros, innovación y tecnología, educación, formación constante, así como el sector y tamaño (Valenzuela et al., 2023).

Finalmente, en este sentido, Manzanares (2024) abordan la información de la inversión en investigación y desarrollo de empresas españolas llevan a posicionar a las organizaciones en un lugar de ventaja competitiva y crecimiento de las empresas, por lo que se puede sugerir que los gobiernos deben invertir en estos elementos para elevar de forma gradual la posición competitiva.

Metodología

La metodología utilizada para la investigación fue de tipo cuantitativa, de alcance descriptivo, utilizando análisis de Manova en donde se utiliza para identificar si tienen influencia significativa en las variables estructurales y demográficas en la competitividad, para ello, se utilizó la recolección de datos realizada por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN, 2024) con lo que se utilizó la variable dependiente de ventaja competitiva y variable independiente las 12 variables consideradas en el instrumento, así como los aspectos personales de los entrevistados que son nivel de estudios, género, estado civil, tiene hijos y edad, considerando un total de 385 empresas que participaron en el estudio.

Se verificó la confiabilidad con el Alpha de Cronbach tal como se muestra en la Tabla 1, en donde se observa que la confiabilidad de cada una de las dimensiones trabajadas tienen un nivel de confiabilidad aceptable ya que según Cortina (1993) indica que un valor en el coeficiente aceptable es de 0.70, por lo que, solamente son dos las dimensiones que cuentan con valor menor, por lo que se podría indicar que cuentan con una consistencia baja, del mismo modo, la cantidad de ítems por cada uno de los elementos es casi la misma, por lo que se considera que presentan características que dan el punto de partida para validar los elementos considerados.

Tabla 38.1

Confiabilidad del instrumento

No.	Dimensión	Elementos	Alpha de Cronbach
1	Recursos humanos	5	.838
2	Análisis de mercado	5	.962
3	Dirección	5	.927
4	Proveedores	5	.813
5	Gestión de ventas	5	.927
6	Finanzas	5	.852
7	Innovación	5	.934
8	Mercadotecnia	5	.695
9	Producción de operación	5	.812
10	Satisfacción	5	.785
11	Responsabilidad social corporativa	6	.755
12	Valoración del entorno	5	.879
13	Ventaja competitiva	5	.795

Nota. Elaboración propia con el software SPSS versión 28.

Las hipótesis planteadas son las siguientes:

- H1 La ventaja competitiva de las mypes de la sierra de Tenango, presenta correlación significativa de moderada a fuerte con recursos humanos análisis de mercado, dirección, proveedores, gestión de ventas, finanzas, innovación, mercadotecnia, producción de operación, satisfacción, responsabilidad social corporativa y valoración del entorno.
- H2 La ventaja competitiva de las mypes de la sierra de Tenango, presenta correlación no significativa débil o nula con recursos humanos análisis de mercado,

dirección, proveedores, gestión de ventas, finanzas, innovación, mercadotecnia, producción de operación, satisfacción, responsabilidad social corporativa y valoración del entorno.

- H3 La ventaja competitiva se ve influenciada por el nivel de estudio de los directivos.
- H4 La ventaja competitiva se ve influenciada por si tiene hijos el directivo.
- H5 La ventaja competitiva se ve influenciada por el género del directivo.
- H6 La ventaja competitiva se ve influenciada por el estado civil del directivo.
- H7 La ventaja competitiva se ve influenciada por la edad del directivo.

Resultados

Con relación a los aspectos personales de los directivos ver Tabla 1, es importante verificar que casi el 50 por ciento cuenta con educación básica y es de resaltar que un importante número de personas no tienen estudios, de acuerdo con el género de los entrevistados se identifica que persisten los hombres con poco más de la mitad, aunque el porcentaje de las personas que tienen hijos es muy alto con el 83.4 por ciento, además de que su estado civil predominante es casado sumado a los que viven en unión libre, teniendo como tal que en este caso tienen una familia que se ve beneficiada de los recursos que se obtienen del negocio.

Tabla 38.1

Datos de los directivos

Variable		mypes	
Nivel de estudios	Sin estudios	Frecuencia	28
		Porcentaje	7.3%
	Educación básica (preescolar, primaria, y secundaria)	Frecuencia	155
		Porcentaje	40.3%
	Educación media superior (bachillerato general, bachillerato bivalente, profesional técnico)	Frecuencia	153
		Porcentaje	39.7%
	Educación superior (licenciatura, ingeniería, especialidad, posgrado)	Frecuencia	49
		Porcentaje	12.7%
Género	Hombre	Frecuencia	212
		Porcentaje	55.1%
	Mujer	Frecuencia	173
		Porcentaje	44.9%
Tiene hijos	Sí	Frecuencia	321
		Porcentaje	83.4%
	No	Frecuencia	64
		Porcentaje	16.6%
Estado civil	Soltero	Frecuencia	74
		Porcentaje	19.2%
	Casado	Frecuencia	265
		Porcentaje	68.8%
	Divorciado (a)/Separado (a)	Frecuencia	23
		Porcentaje	6.0%
	Unión libre	Frecuencia	20
		Porcentaje	5.2%
	Viudo (a)	Frecuencia	3
		Porcentaje	.8%
Total		Frecuencia	385
		Porcentaje	100%

Nota. Elaboración propia con el software SPSS versión 28.

Una vez trabajado con ello se hizo análisis de la ventaja competitiva, para ello se consideraron cinco ítems que se incluyeron, en este caso al preguntarles por qué los clientes prefieren la marca, por lo que en la Tabla 38.2, y Figura 38.2 se observa que el de menor valor es porque aprecian la marca y el de mayor valor porque los tratan bien.

Tabla 38.2

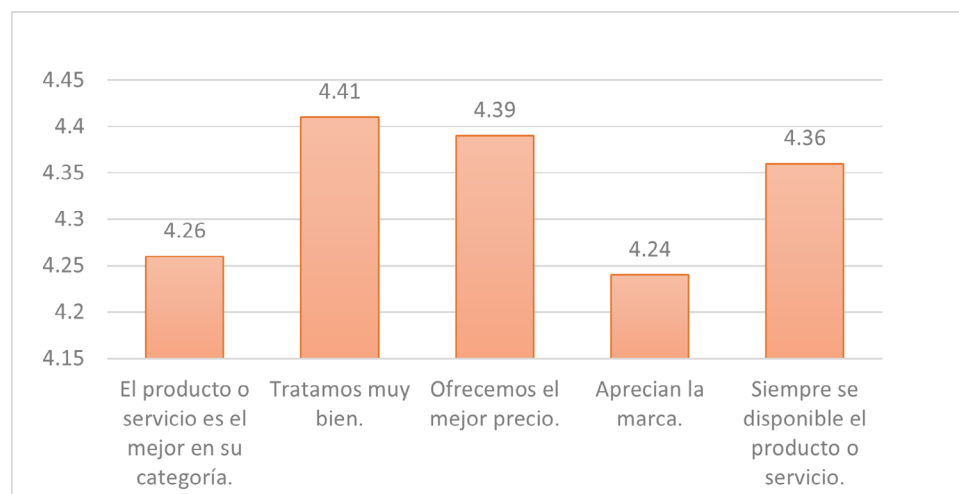
Reactivos de ventaja competitiva en donde se indica por qué los clientes eligen comprar.

	El producto o servicio es el mejor en su categoría.	Tratamos muy bien.	Ofrecemos el mejor precio.	Aprecian nuestra marca.	Siempre se disponible el producto o servicio.
Media	4.26	4.41	4.39	4.24	4.36
N	385	385	385	385	385
Desv. estándar	.674	.648	.722	.760	.690
Varianza	.454	.420	.521	.578	.476

Nota. Información obtenida con el software SPSS versión 28.

Figura 38.2

Representación gráfica de elementos de competitividad



Nota. Ítems con los que se mide ventaja competitiva, elaboración propia.

Hasta ahora, se caracterizaba la muestra considerada para el estudio, por lo que posteriormente se procedió a realizar un análisis descriptivo de las variables utilizada en donde se puede notar que las dimensiones que presentan mejores promedios son la de finanzas, seguido de la de proveedores recursos humanos así como producción y calidad, sin embargo, las que presentan mejores niveles son la de innovación, gestión de ventas dirección y análisis de mercado lo que indica que son los elementos en los que se debe trabajar para elevar las condiciones que se encuentran presentes en las empresas objeto de estudio.

Ahora bien, de acuerdo con la ventaja competitiva se encuentra situada con valor de 4.3 lo que indica que desde la percepción de directivos en la región donde se encuentran

insertas las organizaciones la ventaja competitiva es buena ver Tabla 3, en ese tenor se puede observar en la Figura 38.1 de forma gráfica la representación descendiente de los valores destacando que la parte financiera es uno de los aspectos que los directivos de las empresas indican como el de mayor promedio por lo que se puede indicar que es el más importante para lograr un desempeño eficiente de las mismas, seguido de la parte de proveedores, recursos humanos, producción y calidad así como ventaja competitiva con valores superiores a 4.3 en una escala del 1 al 5.

Tabla 38.3

Datos descriptivos de las variables estudiadas

	N	Media	Desv. estándar	Varianza
Finanzas	385	4.4488	.52629	.277
Proveedores	385	4.4369	.53287	.284
Recursos humanos	385	4.4083	.49721	.247
Producción y calidad	385	4.3771	.54150	.293
Ventaja competitiva	385	4.3340	.51872	.269
Valorización del entorno	385	4.1184	.80564	.649
Satisfacción	385	3.9839	.53038	.281
Responsabilidad social corporativa	385	3.9450	.59761	.357
Mercadotecnia	385	3.8332	.78908	.623
Análisis del mercado	385	3.5356	1.31276	1.723
Dirección	385	3.3335	1.24981	1.562
Gestión de ventas	385	3.3205	1.26286	1.595
Innovación	385	3.1413	1.27188	1.618

Nota. Elaboración propia con el software SPSS versión 28.

Posteriormente, se realizó la correlación de Pearson para las variables, en donde no se presume el principio de multicolinealidad dado que ninguna de las variables presenta valores superiores a 0.90 tal como lo indica Cortina (1993) por lo que, se puede observar en la Tabla 5 que la ventaja competitiva presenta correlación fuerte según Roy et al. (2020) con producción y calidad de 0.697, con finanzas de 0.617, con recursos humanos de 0.616 y con proveedores de 0.578, se puede indicar que son los elementos que pueden llevar a que de alguna forma la ventaja competitiva se eleve en las organizaciones de la sierra de Tenango, y es imperante mencionar que también se encuentra una correlación moderada con satisfacción de 0.463,

con valoración del entorno con 0.427 y responsabilidad social corporativa de 0.423, correlación débil con análisis del mercado con -0.169, con dirección -0.134, con mercadotecnia con 0.188, con gestión de ventas -0.107 y finalmente con innovación nula relación con -0.064.

Tabla 38.4

Correlación de Ventaja competitiva con las variables

	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
Recursos humanos	.616**	<.001	385
Análisis del mercado	-.169**	<.001	385
Proveedores	.578**	<.001	385
Dirección	-.134**	0.009	385
Gestión de ventas	-.107*	0.035	385
Finanzas	.617**	<.001	385
Innovación	-0.064	0.208	385
Mercadotecnia	.188**	<.001	385
Producción y calidad	.697**	<.001	385
Satisfacción	.463**	<.001	385
Ventaja competitiva	1		385
Responsabilidad social corporativa	.423**	<.001	385
Valorización del entorno	.427**	<.001	385

Nota. Elaboración propia con salidas de SPSS versión 28.

De la misma forma, es importante que se verifique la forma gráfica en que se visualizan estas relaciones por lo que en la Figura 38.3 se puede observar la relación fuerte que presentan las dimensiones con la ventaja competitiva, así como en la Figura 38.4 se pueden notar de forma detallada las relaciones moderadas y en la Figura 38.5 las relaciones débiles con que cuenta la competitividad, visualizando con ello que en efecto si bien, la correlación no es un elemento de causa efecto, en determinado momento y observaciones se visualiza que en cuanto aumenta una variable lo llega a realizar la otra, considerando por ejemplo producción y calidad, finanzas, recursos humanos y proveedores.

Figura 38.3

Correlación fuerte de ventaja competitiva

Nota. Representación visual de la correlación fuerte entre la ventaja competitiva y algunas dimensiones.

Figura 38.4

Correlación moderada con ventaja competitiva

Nota. Representación visual de la correlación moderada entre la ventaja competitiva y algunas dimensiones.

Figura 38.5

Correlación débil con ventaja competitiva

Nota. Representación visual de la correlación moderada entre la ventaja competitiva y algunas dimensiones.

Para realizar el análisis de Anova de un factor y considerando que el capital humano es un elemento influyente en la forma en que se dirigen las organizaciones, se puede observar en la única variable que resulto con valor significativo es el nivel de estudios, por lo que en determinado momento se puede indicar que el nivel educativo influye de forma significativa en la competitividad de las empresas, por lo que se infiere que esta variable ayuda a mejorar la ventaja competitiva, no así el género, edad, si tienen o no hijos y el estado civil que resultan ser elementos no significativos.

Tabla 38.6

Anova de un factor de ventaja competitiva con aspectos personales

			Media cuadrática	F	Sig.
Ventaja competitiva	Entre grupos	(Combinado)	1.242	4.751	.003
* Directivo: Nivel de estudios	Dentro de grupos	.261			
Ventaja competitiva	Entre grupos	(Combinado)	.542	2.019	.156
* Directivo: ¿Tiene hijos?	Dentro de grupos	.268			

			Media cuadrática	F	Sig.
Ventaja competitiva * Directivo: Género	Entre grupos	(Combinado)	.061	.227	.634
	Dentro de grupos	.270			
Ventaja competitiva * Directivo: Estado civil	Entre grupos	(Combinado)	.228	.846	.496
	Dentro de grupos	.270			
Ventaja competitiva * Directivo: Edad	Entre grupos	(Combinado)	.317	1.208	.177
	Dentro de grupos	.263			

Nota. se muestra la prueba anova con los datos personales con el software SPSS versión 28.

Se establecieron dos hipótesis en la investigación, la primera en donde se buscaba identificar las correlaciones de moderadas a fuertes que fueran significativas, por lo que se identifica que se acepta de manera parcial la H1 a que existe correlación de moderada fuerte con las variables de forma descendiente de: producción y calidad con 0.697**, finanzas con .617**, recursos humanos de 0.616**, con proveedores de 0.578**, con satisfacción de 0.463**, con valorización del entorno con 0.427** con responsabilidad social corporativa de 0.423**, por último, presenta relación significativa pero débil con mercadotecnia de 0.188** lo que indica que se encuentra una relación significativa moderada o fuerte con estas variables que de algún modo suman a generar aspectos de ventajas competitivas en las entidades de la sierra de Tenango.

Por otra parte, la H2 busca identificar qué variables cuentan con una correlación débil o nula y no significativa y en este caso, se tiene que es con dirección de -0.134, con gestión de ventas con -0.107, con Innovación de -0.064, y con dirección de -0.134 que son cuatro variables de las 12 consideradas para el estudio por lo que la hipótesis no se cumple.

La investigación tiene más relaciones significativas por lo que se debe aceptar la hipótesis H1 y rechazar la H2.

Con relación a las hipótesis H3 a la H7 se rechazan de la cuatro a la siete por no influenciar de forma significativa a la ventaja competitiva y se acepta la H3 que indica la influencia del nivel educativo del directivo.

Discusión

En la investigación realizada por Sili y Meiller (2024) en donde indican los aspectos esenciales de la competitividad, resaltan que justamente son los niveles educativos y las condiciones de trabajo lo que hace que haya más competitividad, resultados que coinciden con la prueba

realizada en la presente investigación al igual que lo que propone Marcial et al. (2024) que dicen que la educación debe ser uno de los pilares para enfrentarse a un mundo más competitivo aprovechando el talento de los jóvenes.

Por otro lado, los resultados se parecen a los presentados por Pech et al (2024) que realizaron la investigación en las pymes de Yucatán y coinciden en que uno de los elementos que genera competitividad en las organizaciones es justamente la calidad siendo uno de los mejor evaluados igual que en este sentido es uno de los que mayor correlación presenta.

En cuanto al género que en este caso resultó ser uno de los elementos que no se consideran determinantes, se pudo identificar que en el caso de la industria de semiconductores la disparidad de género sigue estando presente al momento de integrar el capital humano por lo que se deben reconsiderar estrategias de ventajas competitivas para integrar el género como un elemento detonante en elementos de crecimiento organizacional (Garrido y Tapia, 2024).

Finalmente, uno de los elementos no considerados en este sentido es el considerado por Almanza et al. (2024) que indican que personal capacitado logrará que se tengan mejores niveles competitivos en las organizaciones, esto sumado a lo que presenta Izquierdo et al. (2023) que después de su revisión en publicaciones en bases de datos destacadas concluyen que la adquisición de nuevas tecnologías, capacitación de personal para elevar competencias, cuidado de tendencias, y aspectos medioambientales que en este caso no se consideraron como elementos competitivos.

Conclusiones

Se cumple con el objetivo planteado al principio de la investigación en donde se busca analizar la competitividad para ver la relación existente con factores que permiten el desarrollo en una economía, visualizando que la parte del recurso humano, calidad resaltan y se debe considerar de forma específica que es importante destacar que la parte monetaria también figura como un elemento determinante, por lo que es imperante no dejar de poner atención en estas cuestiones.

Por otra parte, uno de los hallazgos importantes es que el nivel educativo influye en los elementos de competitividad, y aunque muchas veces los recién egresados son señalados por la apertura de empresas tamaño micro o pequeñas, en realidad ya poseen los conocimientos para posicionar a las organizaciones en un lugar competitivo con herramientas que aprendió en el desarrollo de su profesión.

Para finalizar de acuerdo con la revisión sistémica de la literatura sin duda se percibe que existen elementos que se pueden integrar como la capacitación, el uso de las tecnologías entre otros para poder robustecer el estudio.

Referencias

- Almanza Jiménez, R., Herrera Hernández, N. E., & Tapia Tapia, A. R. (2024). La capacitación del personal para la competitividad de las PYMES de LZC., MICH. Multidisciplinas De La Ingeniería, 12(19), 12–23.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of applied psychology*, 78(1), 98.
- Baldeos Ardian, Luis Alberto, Lioo Jordan, Flor de Maria, & Vellon Flores, Viviana Ines. (2020). Planeación estratégica y la competitividad de las MYPES en la provincia de Huaura del Perú. *Revista San Gregorio*, (43), 78-91. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i43.1235>
- Botero Pinzón, L. D. (2014). Internacionalización y Competitividad. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(32), 187-196. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151339264001>
- Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (2023). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Escuela de Gobierno y Transformación Pública Tecnológico de Monterrey (2023). El futuro de las MIPYMES en México: navegando los retos y oportunidades de la economía digital. <https://egobiernoytp.tec.mx/es/blog/el-futuro-de-las-mipymes-en-mexico-navegando-los-retos-y-oportunidades-de-la-economia-digital>
- Ferraz, J., Kupfer D. y Haguenaue, L. (1996). *Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria*, Río de Janeiro, Editora Campus. 1-414.
- Garrido Lastra, María Isabel, & Tapia Marchina, Stefanía. (2024). Escenarios educativos y laborales para la relocalización de la industria de semiconductores en México. Un análisis regional desde la perspectiva de género. *Revista de economía*, 41(102), 6-30. <https://doi.org/10.33937/reveco.2024.385>
- Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A. y Demuner Flores, M. R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35). 107-130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- Izquierdo Espinoza, J. R., Jiménez Chinga, R., Castro Ijiri, G., & Ramos Farroñán, E. V. (2023). Competitividad empresarial de las pequeñas empresas en los años 2020 - 2022: una revisión sistemática. *Avances*, 25(2),
- Manzanares Gutiérrez, Ángel. (2024). Aproximación provincial a la inversión en I+D de las empresas españolas. *Boletín Económico De ICE*, (3169). <https://doi.org/10.32796/bice.2024.3169.772>

- Marcial Carrillo, A., Michel Pérez, L. C., Pedroza Ruciles, S., & Morales Flores, E. A. (2024). Indicadores de la competitividad en México, un análisis contextual en el escenario global. *REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL*, 3(8), 105–125.
- Martínez García, M. D., Salazar Hernández, B. C., & Samperio Le visón, C. B. (2020). Factores de impacto en la competitividad de las mipymes: El caso del estado de Hidalgo. *Repositorio De La Red Internacional De Investigadores En Competitividad*, 12, 1198–1210.
- Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L. y Camargos Teixeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*, 129. 7-27. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/820532b5-0b65-4f87-9990-fe54b4a6e507/content>
- Ménez, L. E. B. (2019). Expectativas de supervivencia o cierre de las mypes en el estado de Morelos. Caso: Municipio de Jiutepec. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 8(16), 30-48.
- Pech-Nah, I. F., Ojeda-López, R. N., & Sánchez-Limón, M. L. (2024). Competitividad en las PyMEs del municipio de Umán, Yucatán. *Ciencias Administrativas. Teoría Y Praxis*, 20(2), 67–88. <https://doi.org/10.46443/catyp.v20i2.388>
- Quezada Abad, J. C. (2024). La innovación y su influencia en la ventaja competitiva en el sector minero del cantón Ponce Enríquez.
- Red de estudios latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN) (2024). Investigación anual. N. Peña y O. Aguilar (coord). <http://relayn.redesla.la> (N. Peña y O. Aguilar, coords)-. *RedesLA* <http://redesla.la>
- Roy-García, Ivonne, Rivas-Ruiz, Rodolfo, Pérez-Rodríguez, Marcela, & Palacios-Cruz, Lino. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *Revista alergia México*, 66(3), 354-360. <https://doi.org/10.29262/ram.v66i3.651>
- Ruiz Espinosa, D y Palacios Méndez, Y. (2023). Factores que determinan la competitividad de las pymes del sector construcción en la ciudad de Cúcuta.
- Sili, M., & Meiller, A. (2024). Competitividad, desarrollo y desigualdad territorial. El caso de la Provincia de Buenos Aires (Argentina). *Revista De Geografía Norte Grande*, (87).
- Valenzuela Meza, J. A., Laura Mireya Rodríguez Rodríguez, L. M. R. R., Hernández Lozano, Y. P., & Diana del Consuelo Caldera González, D. del C. C. G. (2023). Factores de competitividad para las empresas propiedad de mujeres en México. *JÓVENES EN LA CIENCIA*, 21, 1–6.