

Innovación, un factor clave para la supervivencia y el crecimiento de las micro y pequeñas empresas.

Innovation, a key factor of survival and growth for micro and small enterprises.

Angel Custodio Navarrete Fernández¹
Sol Karina Sandoval López²

Recibido: 14/12/2023

Revisado: 09/04/2024

Aceptado: 26/05/2024

Revista RELAYN, Micro y Pequeña Empresa en Latinoamérica.

Disponible en:

<https://iquatroeditores.org/revista/index.php/relayn/index>

<https://doi.org/10.46990/relayn.2024.8.2.1537>



Resumen

Los resultados y las conclusiones de este estudio aportan información valiosa para los directores de las micro y pequeñas empresas (mypes) de San Juan del Río, Querétaro. El objetivo del presente estudio es analizar hasta qué grado la innovación representa una ventaja competitiva en las mypes del municipio de San Juan del Río, Querétaro. Se aplicaron de manera aleatoria 582 cuestionarios a los directivos de las mypes. Los hallazgos revelan que la capacidad de innovar no sólo mejora el desempeño de estas empresas, sino que también les otorga una ventaja competitiva en un entorno empresarial cada vez más desafiante.

Palabras clave

Innovación, micro y pequeña empresa, ventaja competitiva

Abstract

Results and conclusions of this study contribute valuable information to micro and small enterprise (MSE) directors in San Juan del Río, Querétaro. The aim of this research is to analyze to what degree innovation represents a competitive advantage in MSEs within the municipality of San Juan del Rio, Queretaro. 582 questionnaires were applied randomly to MSE directors. Findings revealed that the capacity for innovation not only improved these companies' performance, but also gave them a competitive advantage in an increasingly challenging business environment.

Keywords

Innovation, micro and small enterprises, competitive advantage

Introducción

Las micro y pequeñas empresas (mypes) representan una parte significativa de la estructura empresarial en todo el mundo, además de que enfrentan desafíos constantes para mantenerse en un mercado en continua evolución. La capacidad de adaptación y la búsqueda de ventajas competitivas se han convertido en imperativos para su éxito a largo plazo. La innovación, en sus diversas formas, ofrece a las mypes la oportunidad de destacarse en una amplia gama de competidores, diferenciarse en términos de productos, servicios y procesos, así como mantenerse frente a las cambiantes demandas del mercado. Sin embargo, a pesar de su importancia, muchas mypes aún enfrentan obstáculos para incorporar eficazmente la innovación en sus estrategias empresariales. Existen diversos estudios sobre cómo contribuye la innovación como una ventaja competitiva; sin embargo, como lo mencionan Arsawan et al. (2022) y Zastempowski (2022), la mayoría de las investigaciones se centra en las grandes empresas y existen estudios limitados en el sector de las mypes.

Dentro de la revisión de la literatura, se tienen referencias que han llevado a cabo diversos estudios sobre la innovación y cómo ésta repercute en las estrategias de la organización para obtener una ventaja competitiva que logre el crecimiento de la empresa o, por lo menos, mantener una posición dentro del mercado. Entre las diversas investigaciones, se encuentra la realizada por Udriyah et al. (2019), quienes consideran que la innovación ofrece beneficios como ventaja competitiva, pues al incrementar ésta, se aumentará también dicha ventaja. Al respecto, Fabrizio et al. (2022) consideran que la constante evolución del mercado y la habilidad de los competidores para innovar representan desafíos para las empresas en la consecución de sus metas y en la retención de un desempeño competitivo a largo plazo. En el caso de las pequeñas y medianas empresas (pymes), esta problemática suele acentuarse debido a la limitación de recursos estratégicos, lo que puede reducir significativamente las fuentes de su ventaja competitiva. En este sentido, Estensoro et al. (2022) señalan que la integración de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en el concepto de industria 4.0 presenta uno de sus principales desafíos, ya que desempeñan un papel vital en las cadenas de valor industrial que deben digitalizarse, desde los proveedores hasta el cliente final.

El presente trabajo se centra en el papel fundamental que desempeña la innovación en el contexto de las micro y pequeñas empresas, analizando cómo puede contribuir a su supervivencia y crecimiento. Es por esto que el objetivo del estudio es analizar hasta qué grado la innovación representa una ventaja competitiva en la micro y pequeña empresa del municipio de San Juan del Río, Querétaro, a fin de lograr su mantenimiento o crecimiento.

Revisión de la literatura

Ante la perspectiva que se ha dado en los últimos años a partir de la pandemia del COVID-19, no sólo en México, sino también en América Latina

(Cepal, 2023), las micro y pequeñas empresas han enfrentado un panorama poco alentador. Uno de los aspectos más relevantes es la deuda pública que se encuentra en niveles elevados, lo que, junto con el aumento de las tasas de interés tanto a escala nacional como internacional y la anticipada disminución de los ingresos tributarios debido al menor crecimiento económico, sugiere que habrá un espacio fiscal limitado en toda la región. Esto llevará a una disminución esperada en la creación de empleo, así como a una reducción en la inversión y a un aumento en las demandas sociales. Es por esto que la innovación desempeña un papel fundamental para desarrollar ventajas competitivas en las empresas, como menciona Kato (2019), mientras que en las grandes empresas se reconoce la relación positiva entre la innovación tecnológica y la competitividad, en contraste, persiste un debate sobre la existencia de esta relación en las pequeñas y medianas empresas, así como en los países de América Latina que tienen ingresos más bajos.

Innovación en la micro y pequeña empresa

Actualmente, la innovación es fundamental para mantenerse dentro del mercado; sin embargo, como mencionan Hartono y Kusumawardhani (2019), la falta de recursos adecuados y capacidades puede detener a las empresas no innovadoras en su capacidad de hacer frente a estos retos, mientras que los innovadores consideran algunas barreras, como la resistencia al cambio del personal, de los mismos directivos y de la propia rigidez organizacional. A pesar de esto, el crecimiento de las tecnologías digitales ha dado resultados en diferentes mejoras significativas en muchos procesos empresariales (Agostini et al., 2020). Los resultados de la innovación están tomando cada vez más la forma de plataformas utilizadas para crear valor al conectar la oferta de un activo con la demanda.

Las micro y pequeñas empresas han estado en desventaja frente a las grandes empresas respecto a la digitalización e innovación, como lo señalan Eller et al. (2020). A pesar de la importancia de este tipo de empresa, se sabe poco de los antecedentes, las consecuencias y los retos de la digitalización de éstas, la adopción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se identifica como un factor clave que influye en los resultados financieros de las organizaciones. De forma análoga, Saleem et al. (2020) consideran que la aplicación con éxito de la analítica de big data no sólo aporta innovación tecnológica en el proceso empresarial, sino que también permite a los responsables de las empresas mejorar su rendimiento. En este mismo sentido, Gaglio et al. (2022) refieren que las micro, pequeñas y medianas empresas pueden beneficiarse del uso de tecnologías innovadoras para mejorar sus resultados e incrementar su productividad laboral; sin embargo, como lo señalan Audretsch y Guenther (2023), las pymes enfrentan importantes limitaciones de recursos, por lo que esto puede inhibir sus actividades de innovación.

En otros trabajos, como el presentado por Escobar et al. (2022), se pudo evidenciar la tendencia a generar soluciones sostenibles mediante ideas innovadoras. Asimismo, en el expuesto por Radicic y Petković (2023),

los resultados confirman que el impacto de la digitalización en las actividades de innovación es heterogéneo entre las pequeñas y medianas empresas.

Ventaja competitiva de la micro y pequeña empresa

Dentro de la turbulencia y la competitividad de los mercados actuales, marcar la diferencia es vital para mantenerse o hacer crecer el negocio. A juicio de Cenamor (2021), la competencia en los mercados de productos complementarios es cada vez más intensa y cambia rápidamente, lo que conlleva a una mayor complejidad en el diseño de estrategias para obtener ventajas competitivas. De acuerdo con Porter (2015), la estrategia de diferenciación impone un obstáculo significativo para que otras empresas entren al mercado, ya que es necesario llevar a cabo inversiones sustanciales a fin de ganarse la fidelidad de los clientes de la competencia. Al respecto, Caldwell y Anderson (2017) consideran que, con frecuencia, la habilidad para establecer una ventaja competitiva radica en la excelencia de los activos de una empresa. Estos activos que poseen un alto valor, escasez, dificultad o costos significativos de imitación están estructurados de manera que generen valor, los cuales facultan a la empresa para aprovechar sus habilidades y desarrollar un producto o servicio que resulta costoso de replicar.

La micro y pequeña empresa enfrenta diferentes desafíos, limitaciones económicas y financieras, pero encuentra formas creativas para superar sus obstáculos, como lo determinaron Kiyabo e Isaga (2020), en su investigación donde comentan que los propietarios y gerentes de las empresas deben invertir no sólo en recursos físicos, sino también en recursos intangibles a fin de crear una ventaja competitiva. De igual manera, pueden adoptar nuevas tecnologías de forma más ágil, las cuales contribuyen de manera significativa a potenciar esas ventajas competitivas (Haseeb et al., 2019). En este sentido, Farhikhteh et al. (2020) refieren que, dentro de sus resultados, los factores de microcompetitividad son más contributivos para lograr una ventaja competitiva que los factores macro. Esto significa que en las empresas basadas en el conocimiento, la gestión de relaciones con los clientes, las características de bienes/servicios y la gestión del conocimiento son las variables más importantes.

La innovación como ventaja competitiva de la micro y pequeña empresa

Si bien la micro y pequeña empresa tiene desventajas respecto a las empresas grandes, también puede tener ciertas ventajas, como lo refieren Navarrete-Fernández et al. (2023). Por ejemplo, de la innovación como una de las principales ventajas al adaptar la tecnología se proporcionan servicios y productos de mayor calidad, teniendo una diferencia significativa respecto a la competencia. Como lo comprobaron Udriyah et al. (2019), en su investigación, en cuanto a que si la innovación aumenta, la ventaja competitiva también aumenta y, a la vez, esta última tiene una influencia positiva en el desempeño empresarial. En este sentido, diversos autores (Arsawan et al., 2022; Farida y Setiawan, 2022) concuerdan en que la innovación mejora el rendimiento empresarial y da una ventaja competitiva a la organización. En contraste, para Ferrer et al. (2018) y de acuerdo con los

resultados de su estudio, las capacidades tecnológicas no tienen influencia en el rendimiento de las empresas.

A decir de Fabrizio et al. (2022), la realidad dinámica del mercado y la capacidad de innovación de los competidores dificultan que las empresas logren sus objetivos y mantengan un rendimiento competitivo sostenible. En las pequeñas y medianas empresas (pymes), esta dificultad a menudo se ve agravada por la escasez de recursos estratégicos, lo que puede disminuir considerablemente sus fuentes de ventaja competitiva. Sin embargo, para Azeem et al. (2021) y considerando los resultados de su investigación, la cultura organizacional fomenta la compartición de conocimiento y las actividades de innovación entre la fuerza laboral y las vincula con procesos empresariales de alto nivel, que podrían ser propicios para adquirir capacidades de fabricación avanzadas, y esto, a su vez, afecta positivamente la ventaja competitiva. De manera similar, Skordoulis et al. (2020) afirman que la innovación en procesos ambientales y la innovación en productos ambientales tienen un impacto positivo en la capacidad competitiva de las empresas.

Metodología

La innovación forma parte de las micro y pequeñas empresas a pesar de sus carencias principalmente en cuestiones económicas. Como mencionan Distanont y Khongmalai (2020), la innovación se convertirá en una herramienta estratégica en esta importante competencia para la creación y mejora de los negocios a fin de crear ventajas competitivas. De manera análoga, Wongsansukcharoen y Thaweepaiboonwong (2023) consideran que los factores significativos de éxito de las innovaciones en prácticas de recursos humanos afectan indirectamente al rendimiento de las pymes por medio de la mediación de las capacidades de innovación y la ventaja competitiva. Si bien existen diferentes investigaciones respecto de cómo contribuye la innovación como una ventaja competitiva, la mayoría se centra en las grandes empresas, y hay estudios limitados sobre el sector de las pymes (Arsawan et al., 2022). Algo que reafirma también Zastempowski (2022) al considerar que sólo unos pocos estudios señalan ciertos factores que pueden afectar las capacidades de innovación de las microempresas.

Por lo anteriormente expuesto, se plantean las siguientes hipótesis para el estudio.

H0: No hay una relación significativa entre la innovación y la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas de San Juan del Río, Querétaro.

H1: Existe una relación significativa entre la innovación y la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas de San Juan del Río, Querétaro.

La presente investigación fue desarrollada en el municipio de San Juan del Río, Querétaro, México. Este es el segundo municipio del

estado con mayor actividad económica, el cual cuenta con 12 945 unidades económicas con un máximo de 50 trabajadores (Inegi, 2022). Dentro del presente trabajo, se tomó un muestreo probabilístico considerando los siguientes datos: tamaño de muestra $N = \infty$; proporciones de 50 %; confiabilidad 95 %; error 5 %; teniendo un tamaño de muestra de 384. Para el levantamiento de encuestas, se contó con el apoyo de estudiantes de una institución de educación superior quienes aplicaron 582 encuestas a los directivos de las micro y pequeñas empresas entre el 28 de febrero y el 29 de marzo de 2022.

Las definiciones conceptuales se muestran en la Tabla 2.1.

Tabla 2.1

Definiciones conceptuales

Micro y pequeña empresa	“La unidad económica que, en una sola ubicación física, asentada en un lugar de manera permanente y delimitada por construcciones o instalaciones fijas, combina acciones y recursos bajo el control de una sola entidad propietaria o controladora, para realizar actividades de producción de bienes, compra-venta de mercancías o prestación de servicios; sea con fines de lucro o no” (Inegi, 2020, p. 6). Las microempresas ocupan hasta 10 personas y las pequeñas empresas ocupan entre 11 y 50 personas.
Innovación	“Pondera las acciones e inversiones que hace la empresa para crear o modificar significativamente productos o servicios, procesos de producción o distribución, métodos de mercadeo y modos de organizar la empresa” (Peña et al., 2023, p. 4).
Ventaja competitiva	La ventaja competitiva se puede definir como la agregación de diversos elementos que diferencian a las pymes de sus competidores y les proporcionan una posición única y superior en el mercado (Udriyah et al., 2019, p. 1420).

Fuente: elaboración propia.

El instrumento utilizado se tomó de la investigación anual de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN) realizada en 2022 (Peña et al., 2023), el cual quedó conformado con 206 ítems, considerando para el presente trabajo sólo 8 ítems para la variable de innovación y 6 para la variable de ventaja competitiva. Se realizó con una escala tipo Likert con 5 asignaciones de respuesta: 1 significa “muy en desacuerdo”, 2 “en desacuerdo”, 3 “no sé/no aplica”, 4 “de acuerdo” y 5 “muy de acuerdo”.

Para la variable innovación, se emplearon las siguientes afirmaciones:

- Promuevo que los empleados propongan cambios en mis productos, servicios y procesos (IN1).
- Ofrezco con frecuencia productos o servicios nuevos a partir de sugerencias de mis clientes (IN2).
- Me enfoco mucho en ofrecer productos o servicios innovadores que distingan a la empresa (IN3).
- Desarrollo o pago para innovar mis procesos de producción o distribución (IN4).
- Desarrollo o pago para innovar los productos o servicios que ofrezco (IN5).
- Desarrollo o pago para innovar la forma en la que vendo mi producto o servicio (diseño, envase, promoción, forma de cotizar, etc.) (IN6).
- Desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo la empresa (IN7).
- Asisto a ferias, cursos, congresos o a otras actividades relacionadas con el negocio (IN8).
- En el caso de la variable ventaja competitiva, se consideraron los siguientes ítems.
- Los clientes nos eligen porque nuestro producto o servicio es el mejor en su categoría (VC1).
- Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien (VC2).
- Los clientes nos eligen porque ofrecemos el mejor precio (VC3).
- Nos enfocamos sólo en una parte de los clientes para adaptarnos a sus necesidades (VC4).
- Los clientes nos eligen porque aprecian nuestra marca (VC5).
- Los clientes nos eligen porque saben que siempre tenemos disponible el producto o servicio (VC6).

La Tabla 2.2 muestra los resultados del grado de confiabilidad del instrumento considerando el alfa de Cronbach. Para la variable innovación, se tiene un valor de 0.867, el cual se considera entre bueno y excelente. En el caso de la variable ventaja competitiva, se obtiene un valor de 0.792, que se estima entre aceptable y bueno. Se tiene un valor de 0.868 en toda la escala, considerado entre bueno y excelente (Schrepp, 2020). Los cálculos estadísticos se realizaron en el programa SPSS.

Tabla 2.2
Resultados de confiabilidad

Variable	Alfa de Cronbach
Innovación	0.867
Ventaja competitiva	0.792
Toda la escala	0.868

El presente trabajo es de tipo correlacional dado que examina la relación entre dos variables establecidas en el instrumento utilizado. Es de naturaleza transversal, ya que los datos se recopilaban en un momento específico ya mencionado, sin considerar cambios a lo largo del tiempo. Además, es de carácter no experimental debido a que no se están manipulando las variables, y se basa en un enfoque cuantitativo al analizar las estadísticas de los datos recopilados (Hernández y Mendoza, 2018).

Resultados

Una vez que se confirmó con el alfa de Cronbach la fiabilidad de los datos, se realizó una prueba de normalidad en el programa SPSS para determinar qué coeficiente de correlación utilizar mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov (véase tabla 3), donde se consideraron las siguientes hipótesis.

H0: Los datos tienen una distribución normal.

H1: Los datos no tienen una distribución normal.

Tabla 2.3
Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnova

	Estadístico	gl	sig
Innovación	0.052	582	0.001
Ventaja competitiva	0.088	582	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la prueba de normalidad y debido a que el valor p en ambas variables dieron como resultado menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula H0: Los datos tienen una distribución normal, por lo tanto, se acepta la hipótesis H1: Los datos no tienen una distribución normal. Debido a estos resultados, se realizó la prueba de correlación con los coeficientes de Spearman y Tau B de Kendall en el programa Jamovi. En la Tabla 2.4, se aprecian los resultados obtenidos. De acuerdo con el coeficiente Rho de Spearman existe una correlación moderada con un valor de 0.433. Para el coeficiente Tau B de Kendall, se tiene una correlación moderada con un valor de 0.326 (Akoglu, 2018).

Tomando en cuenta estos resultados y observando que el p-valor fue menor de 0.05, se rechaza la hipótesis nula H0: No hay una relación significativa entre la innovación y la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas de San Juan del Río, Querétaro, por lo que se acepta la hipótesis de investigación H1: Existe una relación significativa entre la

innovación y la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas de San Juan del Río, Querétaro.

Tabla 2.4

Correlación innovación y ventaja competitiva

Ventaja competitiva	
Innovación	Spearman's rho 0.433***
	p-valor <0.001
	Kendall's Tau B 0.326***
	p-valor <0.001
	N 582

Nota. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

En la Tabla 2.5, se muestran los resultados de la estadística descriptiva. De la variable innovación, los ítems que sobresalen son el IN2 y IN3, con un promedio de 3.98 en ambos casos y que corresponden a ofrecer con frecuencia productos o servicios nuevos a partir de sugerencias de los clientes y enfocarse en ofrecer productos o servicios innovadores que distingan a la empresa. En lo que respecta a la variable ventaja competitiva, los más relevantes son VC2 y VC6, con un promedio de 4.41 y 4.33, respectivamente. Estos son que los clientes los eligen por el buen trato y también porque saben que siempre se tiene disponible el producto o servicio. De igual forma, en el caso de las dos variables, son los ítems que destacan por tener una menor desviación estándar con respecto al resto.

Tabla 5

Resultados de la estadística descriptiva

	IN1	IN2	IN3	IN4	IN5	IN6	IN7	IN8	VC1	VC2	VC3	VC4	VC5	VC6
N	582	582	582	582	582	582	582	582	582	582	582	582	582	582
Perdido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Promedio	3.69	3.98	3.98	3.56	3.59	3.54	3.48	3.30	4.23	4.41	4.18	3.95	3.96	4.33
Mediana	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Desviación estándar	1.10	0.97	0.95	1.05	1.04	1.11	1.13	1.27	0.78	0.72	0.84	1.00	0.98	0.79
Mínimo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Máximo	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Discusión

En este estudio, se examinó la relación entre la innovación y la ventaja competitiva en el contexto de las micro y pequeñas empresas en San Juan del Río, Querétaro. Los resultados de este trabajo indican que la innovación desempeña un papel importante en la creación y el mantenimiento de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas de San Juan del Río, Querétaro. Esto significa que las empresas que son capaces de innovar tienen una

ventaja competitiva relevante en su mercado. Dichos resultados concuerdan con los obtenidos por diversos autores, como Arsawan et al. (2022) y Farida y Setiawan (2022), quienes concuerdan en que la innovación impulsa la mejora en el desempeño de la empresa y proporciona a la organización una ventaja competitiva. Asimismo, Udriyah et al. (2019), de acuerdo con sus resultados, consideran que la innovación genera impactos significativos en el desempeño de las empresas mediante la ventaja competitiva.

Este estudio respalda la relevancia de la innovación como motor de la ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas de San Juan del Río, Querétaro. Estos resultados subrayan la necesidad de fomentar y promover la innovación como parte integral de la estrategia empresarial. La innovación no sólo es un impulsor de la ventaja competitiva, sino también un factor esencial para el crecimiento y el éxito continuo de estas empresas.

Para futuras investigaciones, sería relevante explorar más a fondo el papel de la innovación como factor clave para la supervivencia y el crecimiento de las micro y pequeñas empresas (mypes). Por ejemplo, examinar a detalle los factores que influyen en el éxito de las estrategias de innovación en las mypes, como el liderazgo, la cultura organizativa y la disponibilidad de recursos, así como investigar las principales dificultades y barreras que enfrentan las mypes al intentar innovar y proponer soluciones efectivas. Estas investigaciones pueden proporcionar una visión más completa de cómo las mypes pueden utilizar la innovación como un factor estratégico para su supervivencia y crecimiento en un entorno empresarial en constante cambio.

Conclusiones

La innovación puede tener un impacto significativo en la capacidad de una empresa para destacarse en su mercado y mantener una posición sólida. Los hallazgos revelan que la capacidad de innovar no sólo mejora el desempeño de estas empresas, sino que también les otorga una ventaja competitiva en un entorno empresarial cada vez más desafiante. En un mundo en constante evolución, las mypes que adoptan la innovación como parte integral de su estrategia están mejor posicionadas para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que se les presentan. Por lo tanto, fomentar una cultura de innovación y promover la inversión en procesos y tecnologías innovadoras deben ser una prioridad para las micro y pequeñas empresas que buscan no sólo sobrevivir, sino prosperar en el competitivo mundo empresarial actual.

Las empresas que pueden adaptarse, diferenciarse y evolucionar constantemente mediante la innovación están mejor posicionadas para prosperar en mercados cada vez más competitivos y cambiantes. La inversión en la cultura de la innovación, así como en la investigación y desarrollo, es esencial para mantener y fortalecer la ventaja competitiva a largo plazo.

En un contexto práctico, este estudio ha realizado una evaluación cuantitativa y ha llevado a cabo una inferencia basada en esta evaluación. Por lo tanto, este estudio puede servir como una referencia importante sobre cómo los directores de las mypes pueden desarrollar su ventaja competitiva mediante la innovación.

En cuanto a las limitaciones del estudio, los hallazgos y las conclusiones se basan en datos recopilados en un lugar y tiempo específicos (San Juan del Río, Querétaro). Por ello, no se pueden generalizar de manera directa a otras regiones geográficas o periodos temporales. Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, este trabajo sienta las bases para futuras investigaciones y proporciona información valiosa sobre la importancia de la innovación en las micro y pequeñas empresas.

Referencias

- Agostini, L., Galati, F. y Gastaldi, L. (2020). The digitalization of the innovation process: Challenges and opportunities from a management perspective. *European Journal of Innovation Management*, 23(1), 1-12. <https://doi.org/10.1108/EJIM-11-2019-0330>.
- Akoglu, H. (2018). User's guide to correlation coefficients. *Turkish Journal of Emergency Medicine*, 18(3), 91-93. <https://doi.org/10.1016/j.tjem.2018.08.001>.
- Arsawan, I. W. E., Koval, V., Rajiani, I., Rustiarini, N. W., Supartha, W. G. y Suryantini, N. P. S. (2022). Leveraging knowledge sharing and innovation culture into SMEs sustainable competitive advantage. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(2), 405-428. <https://doi.org/10.1108/IJ-PPM-04-2020-0192>.
- Audretsch, D. B. y Guenther, C. (2023). SME research: SMEs' internationalization and collaborative innovation as two central topics in the field. *Journal of Business Economics*, vol. 93, 1213-1229. <https://doi.org/10.1007/s11573-023-01152-w>.
- Azeem, M., Ahmed, M., Haider, S. y Sajjad, M. (2021). Expanding competitive advantage through organizational culture, knowledge sharing and organizational innovation. *Technology in Society*, 66(January), 101635. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101635>.
- Caldwell, C. y Anderson, V. (2017). Competitive advantage: Strategies, management and performance. En *Foods* (vol. 2). Nova Science Publishers. https://www.researchgate.net/publication/321682230_Competitive_advantage_Strategies_management_and_performance?enrichId=rgreq-ba00babcab7824a7027e52697f7d52da-XXX&enrichSource=Y292ZX-JQYWdlOzMyMTY4MjIzMDtBUzo1OTM4OTEwOTA3NzE5NzNAMTUxODYwNjA3ODM0MQ%3D%3D&el.

- Cenamor, J. (2021). Complementor competitive advantage: A framework for strategic decisions. *Journal of Business Research*, 122(September 2020), 335-343. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.016>.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) (2023). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe, 2023*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) (LC/PUB.2023/11-P). https://www.cepal.org/sites/default/files/presentation/files/230905_ee23_ppt_final_septiembre4.pdf.
- Distanont, A. y Khongmalai, O. (2020). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(1), 15-21. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.07.009>.
- Eller, R., Alford, P., Kallmünzer, A. y Peters, M. (2020). Antecedents, consequences, and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization. *Journal of Business Research*, 112(March), 119-127. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.004>.
- Escobar, A., Velandia, G., Navarro, E. y Escorcía, J. (2022). Interaction between dimensions of innovation on micro, small, and medium-sized export enterprises. *Procedia Computer Science*, 198, 584-589. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.290>.
- Estensoro, M., Larrea, M., Müller, J. M. y Sisti, E. (2022). A resource-based view on SMEs regarding the transition to more sophisticated stages of industry 4.0. *European Management Journal*, 40(5), 778-792. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.10.001>.
- Fabrizio, C. M., Kaczam, F., de Moura, G. L., da Silva, L. S. C. V., da Silva, W. V. y da Veiga, C. P. (2022). Competitive advantage and dynamic capability in small and medium-sized enterprises: a systematic literature review and future research directions. *Review of Managerial Science*, vol. 16, Issue 3. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00459-8>.
- Farhikhteh, S., Kazemi, A., Shahin, A. y Mohammad Shafiee, M. (2020). How competitiveness factors propel SMEs to achieve competitive advantage? *Competitiveness Review*, 30(3), 315-338. <https://doi.org/10.1108/CR-12-2018-0090>.
- Farida, I. y Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>.
- Ferrer, J. R., Maza, M. T. y Abella, S. (2018). The competitive advantage in business, capabilities and strategy. What general performance factors are found in the Spanish wine industry? *Wine Economics and Policy*, 7(2), 94-108. <https://doi.org/10.1016/j.wep.2018.04.001>.
- Gaglio, C., Kraemer-Mbula, E. y Lorenz, E. (2022). The effects of digital transformation on innovation and productivity: Firm-level evidence of South African manufacturing micro and small enterprises. *Technological Forecasting and Social Change*, 182(May), 121785. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121785>.

- Hartono, A. y Kusumawardhani, R. (2019). Innovation Barriers and Their Impact on Innovation: Evidence from Indonesian Manufacturing Firms. *Global Business Review*, 20(5), 1196-1213. <https://doi.org/10.1177/0972150918801647>.
- Haseeb, M., Hussain, H. I., Kot, S., Androniceanu, A. y Jermisittiparsert, K. (2019). Role of social and technological challenges in achieving a sustainable competitive advantage and sustainable business performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(14). <https://doi.org/10.3390/su11143811>.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. En *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw Hill Interamericana Editores. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2020). Censos económicos 2019. Micro, pequeña, mediana y gran empresa : estratificación de los establecimientos. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825198657.pdf.
- _____ (2022). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (denue). <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>.
- Kato, E. L. (2019). Productividad e innovación en pequeñas y medianas empresas. *Estudios Gerenciales*, 35(150), 38-46. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.150.2909>.
- Kiyabo, K. e Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-7>.
- Navarrete-Fernández, A. C., Gonzáles-Arno, W. H., Rodríguez-Alegre, L. R., Chiroque-Sernaque, D., López-Toledo, J., Valverde-Mar, A. G. y Gutierrez-Ascon, J. E. (2023). Management skills and their relationship with the competitive advantage of the Mypes Barranca, Huaura and Huaral-Peru, 1-11. <https://doi.org/10.18687/laccei2023.1.1.1498>.
- Peña, N. B., Posada, R. y Aguilar, C. O. (2023). Método y resultados generales del estudio de las diferencias entre las estrategias de gestión en directores y directoras de la mype de Latinoamérica. En Peña, N. B., Posada, R. y Aguilar, O. C. (coords.). *Diferencia entre las estrategias de gestión en directores y directoras de la mype de Latinoamérica (tomo I, pp. 1-9)*. México: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Porter, M. E. (2015). *Estrategia competitiva (2.a ed.)*. México: Grupo Editorial Patria.
- Radicic, D. y Petković, S. (2023). Impact of digitalization on technological innovations in small and medium-sized enterprises (SMEs). *Technological Forecasting and Social Change*, 191(September 2021). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122474>.

- Saleem, H., Li, Y., Ali, Z., Mehreen, A. y Mansoor, M. S. (2020). An empirical investigation on how big data analytics influence China SMEs performance: do product and process innovation matter? *Asia Pacific Business Review*, 26(5), 537-562. <https://doi.org/10.1080/13602381.2020.1759300>.
- Schrepp, M. (2020). On the Usage of Cronbach's Alpha to Measure Reliability of UX Scales. *Journal of Usability Studies*, 15(4), 247-258. <https://uxpajournal.org/cronbachs-alpha-reliability-ux-scales/>.
- Skordoulis, M., Ntanos, S., Kyriakopoulos, G. L., Arabatzis, G., Galatsidas, S. y Chalikias, M. (2020). Environmental innovation, open innovation dynamics and competitive advantage of medium and large-sized firms. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1-30. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040195>.
- Udriyah, Tham, J. y Ferdous, S. M. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile smes. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009>.
- Wongsansukcharoen, J. y Thaweepaiboonwong, J. (2023). Effect of innovations in human resource practices, innovation capabilities, and competitive advantage on small and medium enterprises' performance in Thailand. *European Research on Management and Business Economics*, 29(1), 100210. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2022.100210>.
- Zastempowski, M. (2022). What Shapes Innovation Capability in Micro-Enterprises? New-to-the-Market Product and Process Perspective. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 59. <https://doi.org/10.3390/joitmc8010059>.

Sobre los autores

¹ Profesor investigador del Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de San Juan del Río, México, ORCID: 0000-0001-8112-1127

² Profesora investigadora del Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de San Juan del Río, México, ORCID: 0000-0001-9379-6893



iQU4TRO EDITORES

En colaboración con:

