

Revista EDUCATECONCIENCIA.

Volumen 29, No.33

E-ISSN: 2683-2836

CD-ISSN: 2007-6347

Periodo: octubre-diciembre 2021

Tepic, Nayarit. México

Pp. 187-202

DOI: <https://doi.org/10.58299/tnq6dr87>

Recibido: 29 de septiembre 2021

Aprobado: 16 de diciembre 2021

Publicado: 16 de diciembre 2021

Diagnóstico de competitividad de una empresa de serigrafía en Tepic, Nayarit

Diagnosis of competitiveness of a serigraphy company in Tepic, Nayarit

Heriberto Ortiz Caldera

Universidad Autónoma de Sinaloa, México.

heribertoorca@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2759-3662>

Ricardo Becerra Pérez

Universidad Autónoma de Nayarit, México.

ricardobecerrar@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7137-3416>

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar los factores internos que influyen en el éxito de las organizaciones a través de la competitividad. El enfoque utilizado para este estudio fue cualitativo, exploratorio descriptivo a través de un estudio de caso; la unidad de estudio fue una empresa dedicada a la serigrafía en la ciudad de Tepic, Nayarit, en la cual a través de un cuestionario con escala Likert, construido y validado a través de juicio de expertos, se evaluó la competitividad en las áreas de producción, finanzas, mercado, administración y recursos humanos. Los resultados indican una falta de liderazgo, objetivos no definidos, deficiente organización de los recursos humanos y mal manejo de las finanzas; las cuales se reflejan en un descenso en las ventas, clientes insatisfechos, empleados no comprometidos y endeudamiento, afectando la competitividad de la empresa.

Palabras clave: competitividad, factores internos, serigrafía.

Abstract

The objective of this work is to analyze the internal factors that influence the success of organizations through competitiveness. The approach used for this study was qualitative, exploratory and descriptive through a case study; the unit of study was a company dedicated to serigraphy in the city of Tepic, Nayarit, in which through a Likert scale questionnaire, constructed and validated through expert judgment, competitiveness was evaluated in the areas of production, finance, market, administration and human resources. The results indicate a lack of leadership, undefined objectives, poor organization of human resources and poor financial management, which are reflected in a decline in sales, dissatisfied customers, disengaged employees and indebtedness, affecting the company's competitiveness.

Keywords: competitiveness, internal factors, serigraphy.

Introducción

La globalización es uno de los fenómenos prominentes del capitalismo que se experimenta en todo el planeta y es desigual en todos los países y regiones del mundo, incluso en las organizaciones. Se trata de un fenómeno pluridimensional que conlleva profundas transformaciones en el ámbito económico, cultural, político, social, ecológico, entre otros (Raffo-López & Hernández-García, 2021). Esta supone el desarrollo de una nueva estructura económica del mundo, que afecta la independencia de las economías nacionales y la creación de vínculos y redes que permiten el intercambio a nivel local, nacional e internacional (Rayón , 2018). Este fenómeno, ha sido el que más cambios ha ocasionado a las organizaciones, y las obliga a expandir su capital como condición para permanecer en el mercado (Palermo, 2021). Coppelli (2018) menciona que es debido a la apertura económica y el carácter global que han adquirido los mercados, en donde actualmente, ha adquirido importancia el estudio de la competitividad en las organizaciones y los factores o agentes que inciden en ella, tanto en la vida social, económica y sustentable de las civilizaciones y su adecuada administración y gestión.

Situación problemática

Por otra parte, un elemento fundamental para la capacidad de competencia global de toda organización es la competitividad, ya que en esta se desarrollan recursos y capacidades para lograr un mejor posicionamiento, la cual proporciona una mayor rentabilidad y eficiencia en sus operaciones diarias. Asimismo, es posible ventajas competitivas en las diferentes áreas de la organización, enfocados a hacerla más eficiente (Ek Kauil & Morales, 2020).

Además, dada la coyuntura económica, política y social, se ha generalizado la necesidad de mejorar la competitividad, y que las empresas dirijan su mirada hacia los mercados extranjeros, debido a que la globalización presenta una amplia gama de posibilidades y proporciona el contexto para que se logren los objetivos, asimismo, le permite producir excedentes, mejorar la visión global, la productividad e innovación, lo que garantiza el éxito y su permanencia en el mercado (Sarmiento & Delgado, 2021).

Las empresas hoy en día convergen en un ambiente cada vez más competitivo, donde luchan día a día por ganar un lugar en el mercado. Por su parte, Otero-Flores y Taddei-Bringas, (2018) mencionan que muchas empresas no logran sobrevivir ante los diversos retos del mercado por diversos motivos como la falta de adecuación a los cambios globales en el

comercio, falta de recursos para subsistir por largos periodos de tiempo, deficiente administración de los recursos, falta de liderazgo, quiebra, falta de apoyos gubernamentales, mala planeación y gestión.

Autores como Velázquez y Vargas (2012) mencionan que el problema de la competitividad se basa en la falta de medición y mejora de los factores que influyen en ella, siendo esta, el camino para encontrar el equilibrio económico, ecológico y social, dando como resultado la prosperidad y la capitalización de nuevos recursos, sin embargo, a la mayoría de las MIPYMES les ocurre el mismo problema debido la falta de conocimiento de dichos factores.

Por tal situación se considera pertinente realizar este tipo de estudios, los cuales tienen como finalidad mostrar la situación actual de las áreas de las empresas, y dan respuesta puntual y objetiva a la problemática que enfrenta, asimismo, permiten al empresario tomar decisiones acertadas basadas en los resultados de la investigación a través de un método científicamente elaborado y comprobado.

Antecedentes

En el transcurso de la historia del surgimiento de la competitividad, ha sido descrita como un concepto teórico, multidimensional y relativo, que está asociado a diversos factores. Una de las primeras aproximaciones al concepto de competitividad se deriva de Smith (1776), el cual consideró que, en el aumento de las exportaciones de un país, trae como resultado un aumento de las entradas de metales preciosos como consecuencia del intercambio de mercancías, lo que se traduce a un aumento positivo del bienestar nacional.

Posteriormente, David Ricardo estableció que un país puede beneficiarse del comercio exterior incluso si carece de una ventaja absoluta ya que sólo necesita tener una ventaja relativa en cualquier bien para poder venderlo a otros países, y considera la libertad económica como un factor fundamental para lograr el máximo beneficio económico (Correa-Restrepo, 2015). Siglos después, Schumpeter (1943) sostiene que lo que realmente cuenta en la competitividad es la nueva mercancía, tecnología, la organización y una ventaja en la calidad, la cual afecta directamente el crecimiento de la empresa y su permanencia.

Posteriormente en la década de los 70's, el aumento en las inversiones extranjeras, y la liberación de mercados y políticas económicas en la década de los 80's, causaron un cambio en la visión comercial de las empresas, relacionando a la competitividad como la capacidad que

tiene una empresa para lograr una posición notoria en el mercado (Cutipa-Limache *et al.*, 2020) Entonces la competitividad dentro de las empresas se encuentra en relación directa con la productividad y los rendimientos de la misma, aprovechando los recursos existentes (Lara-Manjarrez & Sánchez-Gutiérrez, 2021).

Así mismo, la competitividad se relaciona con la capacidad de aumentar los niveles de vida de los habitantes, de generar incrementos sostenidos en productividad, de insertarse en los mercados internacionales (Ortega *et al.*, 2019). Sobre este concepto, Porter (1990), se refiere a la competitividad como la capacidad para sostener o incrementar la participación de una nación en los mercados internacionales, y a su vez, elevar la calidad de vida de la población. Sin embargo, en las empresas está más relacionada con el aumento de las ganancias, la eficacia en los procesos, la optimización de los recursos entre otros.

Objetivo

Entonces, a nivel empresarial la competitividad es la capacidad que tiene una empresa para suministrar bienes y servicios igual o más eficientemente que sus competidores (Suñol, 2006). Esta se refiere generalmente a las ventajas que esa empresa adquiere frente a otras y que le permiten llegar a un mayor nivel de productividad, logrando obtener ventajas competitivas, estrategias empresariales, resultados favorables, ventas mayores (Ortega *et al.*, 2019).

Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es evaluar la competitividad de cada uno de los factores internos o áreas operacionales de la empresa a través de un diagnóstico, con la finalidad de mostrar las áreas de oportunidad que requieren acciones para lograr una mejora continua en la que estén involucrados los actores principales, permitiéndole operar de manera adecuada y ser más competitiva.

Materiales y métodos

El enfoque utilizado fue cualitativo, a través de un estudio de caso, cuyas definiciones afirman que se trata de una multifacética investigación a fondo de un simple fomento social por medio de métodos cualitativos de investigación. El estudio se realiza minuciosamente y a menudo se basa en varias fuentes de análisis o la representación de las mismas. En dicha metodología el fenómeno social puede ser una organización, puede ser un rol, puede ser una ciudad o puede ser un grupo de personas (Arzaluz, 2005).

Participantes

Para esta investigación, la población objeto de estudio es una empresa dedicada a la serigrafía textil, ubicada en la ciudad de Tepic en Nayarit. La cual cuenta con 18 colaboradores, siendo una empresa que ha permanecido en el mercado por más de treinta años, ofreciendo una gran cantidad de productos y servicios, y utilizando materias primas de gran calidad, tanto al sector público y privado, como las empresas, dependencias gubernamentales, escuelas, entre muchas más.

Cabe mencionar que, para algunos autores, el estudio de caso no es una técnica para conseguir datos, sino una manera de organizar estos con base en alguna unidad de estudio elegida, como un individuo u organización, de tal manera que represente las características de la población objeto de estudio. Por su parte Crespo (2000) sostiene que la discusión del estudio de caso es una mezcla retórica, diálogo, inducción, intuición y razonamiento.

Técnica e instrumentos

La información obtenida fue recabada a través de herramientas como la observación participante, entrevistas y la aplicación de un cuestionario de diagnóstico de competitividad, el cual consta de 5 apartados principales de acuerdo a las áreas de la empresa: administración, mercadotecnia, finanzas, producción y recursos humanos, con un total de 150 preguntas de respuestas cualitativa de opción múltiple en escala Likert, diseñado y validado por el método de juicio de expertos con investigadores de diferentes universidades, para evaluar la situación actual de cada una de las áreas operativas de la empresa.

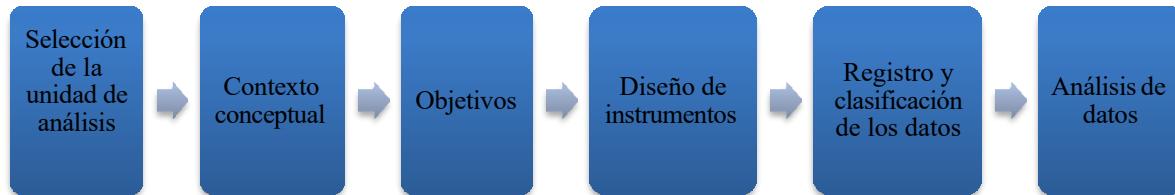
Yin (1994) menciona que una investigación de estudio de caso trata exitosamente con una situación técnicamente distintiva con variables de interés y datos observacionales, los cuales deben converger en un estilo de triangulación que beneficia la recolección y análisis de datos, esta triangulación por lo regular se lleva a cabo entre el investigador, la teoría y el objeto de estudio o las personas involucradas.

Procedimiento

Para la obtención de la información en primer lugar se firmó un convenio de confidencialidad, donde el empresario autoriza la utilización de la información siempre y cuando

no se mencione el nombre de la empresa. Posteriormente se lleva a cabo la planeación del diseño metodológico como se muestra en la figura 1, utilizada en la metodología de estudios de caso.

Figura 1. Diseño metodológico.



Fuente: elaboración propia con base en Villarreal (2007).

Resultados y discusiones

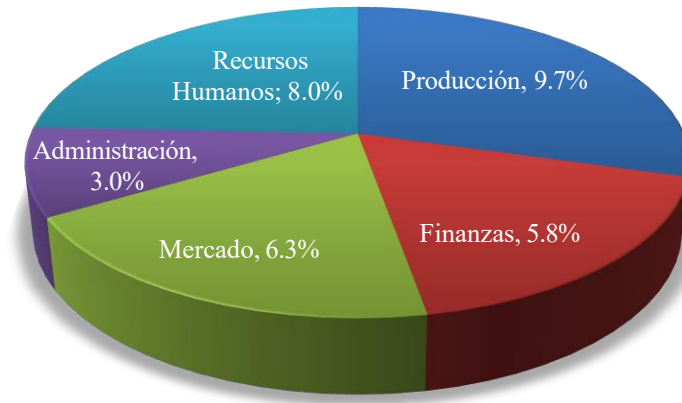
Los resultados del diagnóstico empresarial se dividen en cinco áreas de estudio, las cuales son las más comunes en empresas de cualquier tipo, sin ser esta la excepción, y su puntuación de acuerdo al instrumento aplicado. Así mismo, se describe de manera general los problemas encontrados en cada área, derivado de la observación. La tabla 1 muestra la puntuación obtenida en cada factor del diagnóstico de competitividad, además la figura 2, muestra los porcentajes del puntaje obtenido en relación al puntaje máximo.

Tabla 1. Puntuación obtenida en el diagnóstico de competitividad empresarial.

<i>Área</i>	<i>Máximo Puntaje</i>	<i>Calificación obtenida</i>	<i>%</i>
Producción	120	58	9.7%
Finanzas	120	35	5.8%
Mercado	120	38	6.3%
Administración	120	18	3.0%
Recursos Humanos	120	48	8.0%
Suma	600	197	32.8%

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el instrumento aplicado.

Figura 2. Resultados del diagnóstico de competitividad empresarial.



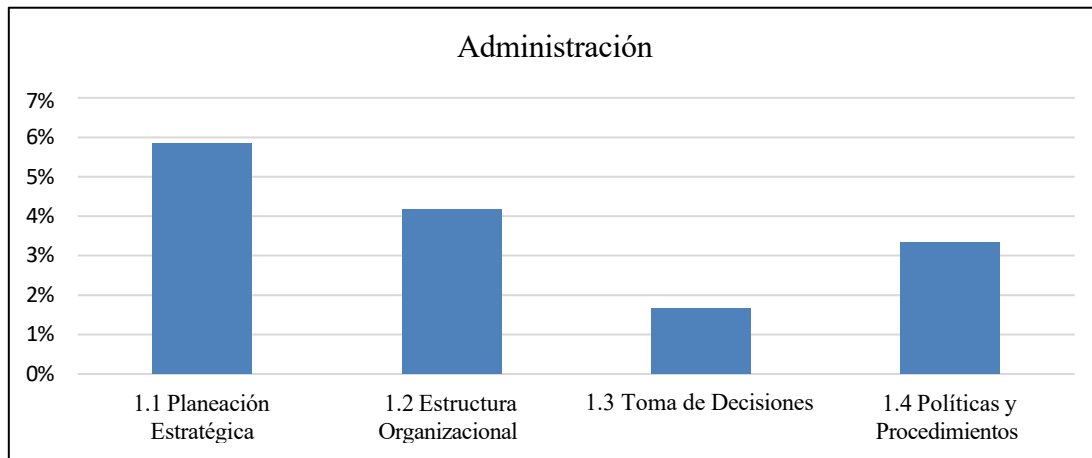
Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el instrumento aplicado.

Administración

En cuestiones administrativas se observa que la empresa no lleva a cabo planeación estratégica, aunque tiene en proceso y documentado la misión, visión, valores, objetivos, no son dados a conocer a los trabajadores. Por otra parte, no está bien definido el organigrama, no es dado a conocer a los trabajadores para delegar autoridad y la participación de cada persona en el cumplimiento de los objetivos.

De igual manera, las decisiones se toman al momento de que ocurren los problemas, funcionando como apaga fuegos, por la falta de planeación y estandarización de los procesos. En la figura 3, se muestra la planeación estrategia como el factor con mayor puntuación llegando solo a un 6% de su porcentaje óptimo que sería el 33%. De acuerdo con Ibarra-Cisneros et al. (2017), las empresas que tienen una adecuada planeación estratégica están relacionadas con la competitividad de las pymes de Baja California, por encima de otras dimensiones, pero en menor importancia que producción, por lo que se destaca la importancia de la planeación estratégica en el logro de los objetivos.

Figura 3. Resultados de puntaje en el área de administración.



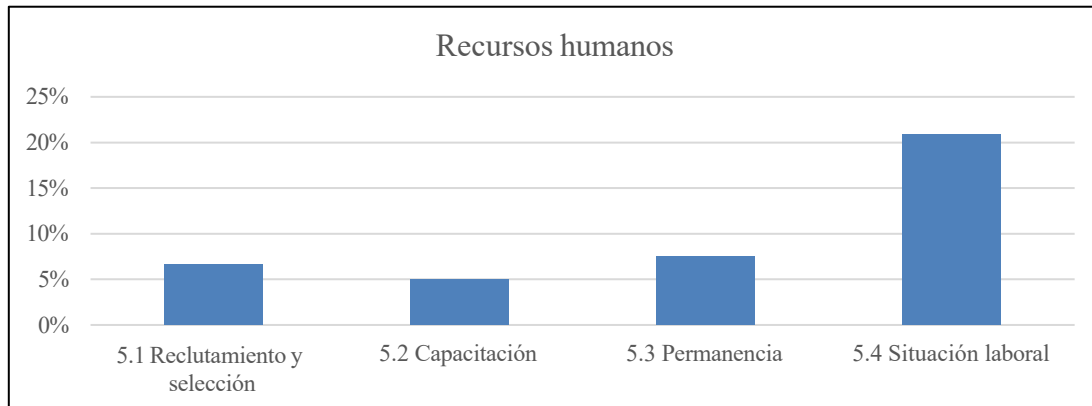
Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el instrumento aplicado.

Recursos humanos

En los resultados de la figura 4, se puede observar que la empresa no lleva a cabo proceso de selección del personal, tiende a contratar a familiares los cuales no tienen un nivel de exigencia en su trabajo, no cuenta con un programa de capacitación avalado por las autoridades en materia laboral, existe una baja tasa de rotación del personal. No existe un programa de capacitación, aunque la rotación del personal es baja, el ambiente laboral no es el adecuado.

Durante la aplicación del cuestionario, las preguntas relacionadas con la selección del personal y el clima laboral fueron las que obtuvieron una menor puntuación, sin embargo, autores como Estrada-Bárceñas et al. (2009) mencionan que estas no tienen una relación directa con la competitividad, sin embargo, si existe una relación entre la formación profesional y experiencia del gerente con el desempeño de la empresa.

Figura 4. Resultados del puntaje en el área de recursos humanos.



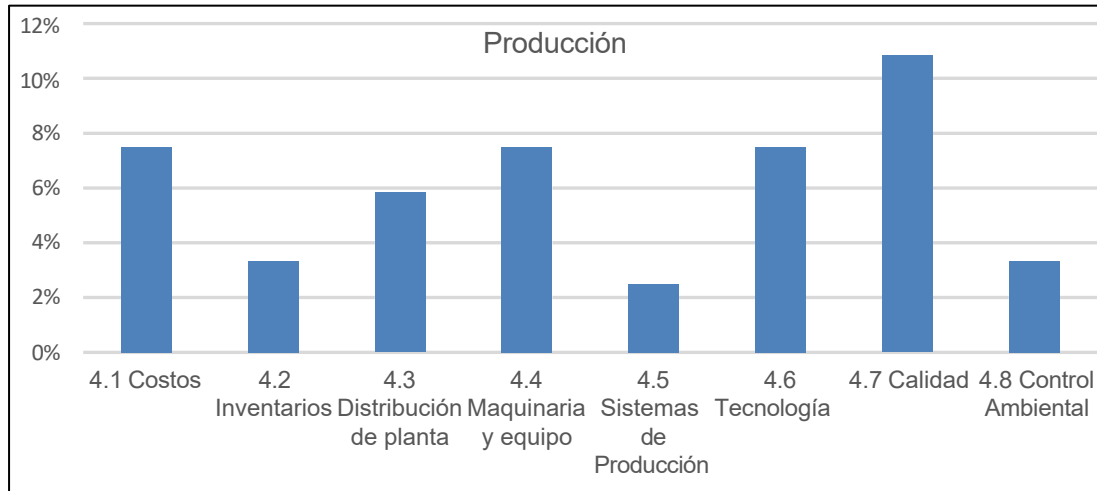
Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el instrumento aplicado.

Producción

En cuanto a la producción, se observa que los procesos más afectados son el control de inventarios al no tener un inventario de mercancías y mucho menos un control de los mismos. Aunque los sistemas de producción son semi-automatizados, no se utilizan todas las máquinas para producir, ya que por deterioro y falta de mantenimiento algunas se encuentran fuera de servicio. En cuanto a la calidad, aunque el producto es confiable y de calidad, no cuenta por escrito las especificaciones de calidad de los productos y las materias primas, como se muestra en la figura 5.

Para autores como Ibarra-Cisneros et al., (2017), en los resultados de un análisis estadístico de correlación, las dimensiones de producción y calidad son las que presentan un nivel mayor de correlación con la competitividad. En comparación con este estudio la dimensión producción es la que presenta mayor puntuación en el diagnóstico de competitividad, siendo la variable calidad la principal determinante.

Figura 5. Resultados del puntaje en el área de producción.



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el instrumento aplicado.

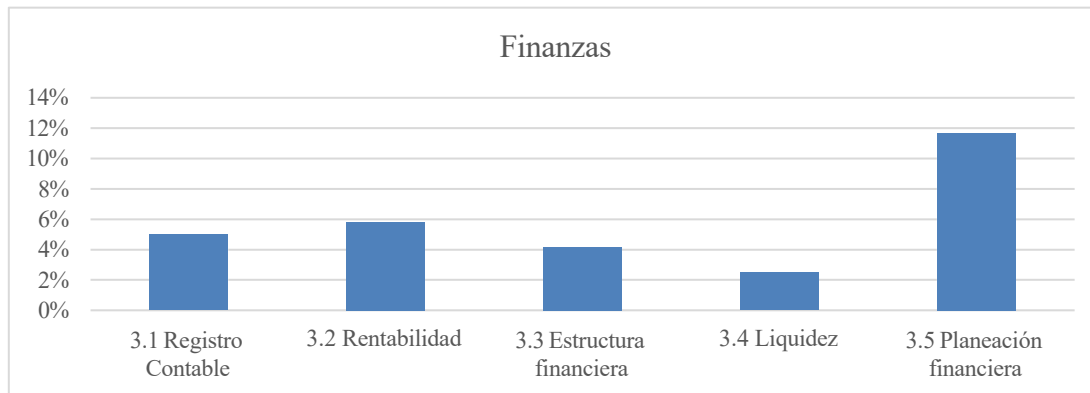
Finanzas

La empresa no tiene conocimiento de la rentabilidad del negocio, así como tampoco se tiene establecida una planeación financiera que les permita salir de los compromisos en un determinado plazo. Se encontró que la empresa no realiza Estados Financieros, los cuales, como instrumentos de evaluación y control, no sólo proporcionan información del pasado sino, sobre todo, sirven como sensores de la situación de la empresa y de su potencial de cambio.

La inconstancia en la elaboración de estados financieros puede acarrear consecuencias graves para el futuro de la empresa. En cuanto a la planeación financiera, aunque tiene una mayor puntuación como se observa en la figura 6, la empresa parece haber asumido una postura de control de la función financiera por parte de los dueños, centrada en reaccionar ante las urgencias financieras, sin una posición estratégica definida. Esto puede encarecer los recursos y desde luego no asegura el crecimiento organizacional.

Por otra parte, los resultados de este estudio muestran total acuerdo con lo mencionado por Alonso-Aguilar, D. y Alonso-Aguilar, (2020) en su estudio de la gestión financiera y la competitividad, siendo puntual en que la mala práctica de la gestión financiera no solo disminuye la competitividad, si no que aumenta el costo de la empresa, reflejándose en el precio del producto afectando las dimensiones de mercado y producción, además, disminuye la inversión. Por lo que recomienda un control riguroso de los ingresos y gastos de la empresa.

Figura 6. Resultados del puntaje en el área de finanzas.



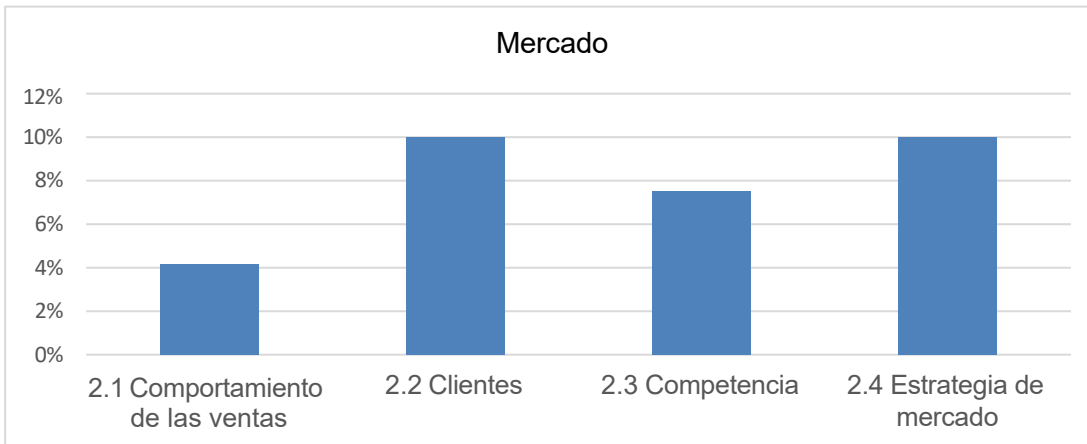
Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el instrumento aplicado.

Mercado

En cuanto al mercado como se observa en la figura 7, en la empresa no se tienen establecidas estrategias comerciales, por lo que las ventas han disminuido en los últimos años. Conoce perfectamente a su cliente, pero desconoce su competencia. El surgimiento de nuevas empresas del mismo ramo en los últimos años ha ocasionado una pérdida de clientes, es necesario diseñar una estrategia de mercado bien definida.

La importancia de la estrategia de mercado lo corrobora Arrieta (2018), en su estudio de análisis de factores internos de competitividad, en el cual menciona en su análisis de varianza de empresas comerciales y servicios, la dimensión de mercado explica un 47% de la varianza, siendo la más importante. Aunque en este estudio la dimensión mercado ocupa el tercer lugar en puntuación con 6.3%, la empresa necesita tomar acciones que ayuden a estabilizar el comportamiento de ventas.

Figura 7. Resultados del puntaje en el área de mercado.



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en el instrumento aplicado.

Conclusiones

En conclusión y de acuerdo a los resultados obtenidos, la empresa tiene un bajo nivel de competitividad, ya que muchos procesos indispensables para el correcto funcionamiento no se llevan a cabo, aun así, el nivel de ingresos le permite seguir funcionando. Además, es necesario que cuente con un líder que sepa dirigir las acciones del grupo de trabajo hacia el logro de las metas y objetivos.

Por otra parte, es necesario que la empresa cuente con un proceso de selección del personal a contratar que sea de acorde a las características del puesto, así mismo, cumplir con las obligaciones de pago de salario y prestaciones de ley en tiempo y forma, mejorar las condiciones de higiene y funcionalidad del área de trabajo con el fin de asegurar la permanencia de los trabajadores.

En cuanto a la producción, es importante el correcto manejo de los inventarios para la optimización de los costos, ya que la empresa no tiene contabilizado el inventario de materias primas. En cuanto al uso de tecnología la empresa cuenta con maquinaria sofisticada para la realización de los trabajos de producción, pero cabe señalar que no brinda la adecuada protección a los trabajadores, aumentando el riesgo de accidentes dentro del centro de trabajo.

Por otra parte, en lo que concierne a las finanzas de la empresa, se puede observar que no lleva un registro contable, por lo que es imposible tomar decisiones acertadas de acuerdo a los objetivos. Aunque las ventas son buenas, no existe un buen manejo del flujo de efectivo, lo que

justifica que la empresa tenga deudas atrasadas con proveedores por más de noventa días, lo cual afecta seriamente la liquidez a corto y mediano plazo, para hacer frente a sus obligaciones.

También existe una nula estrategia de marketing, por lo que la empresa solo atiende a los clientes que llegan directamente al punto de venta, dejando un gran nicho de mercado como son las grandes empresas y otras organizaciones, cuya venta sería al mayoreo, logrando erradicar muchos de los problemas que se presentan.

Se recomienda en futuras investigaciones, incluir el panorama de algunos factores externos macroeconómicos relacionados con la actividad, industria y nación a la que pertenece la empresa, que ayuden al empresario a tener un panorama más amplio de donde se encuentra situada, asimismo, incluir los factores internos de innovación y calidad, los cuales pueden ser determinantes en el crecimiento y nivel de competitividad.

Referencias

- Alonso-Aguilar, D. & Alonso-Aguilar, M. (2020) Gestión Financiera y Competitividad. Estudio de las MiPymes de la ciudad Machala. *Revista Cumbres* 7 (1), 21-34.
<http://doi.org/10.48190/cumbres.v7n1a2>
- Arrieta, D. (2018). Influencia de los factores internos en la competitividad actual y futura en el sector comercial y servicios. Análisis multivariante perceptual. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 7 (13), 2018.
<https://doi.org/10.23913/ricea.v7i13.110>
- Arzaluz, S. (2005). La utilización del estudio de caso en el análisis local. *Región y sociedad*, 17(32) 107-144. <http://www.scielo.org.mx/pdf/regsoc/v17n32/v17n32a4.pdf>
- Correa-Restrepo, F. (2015). Una revisión analítica sobre el papel de la tierra en la teoría económica de David Ricardo. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 23(1),103-114.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90933063006>
- Coppelli, G. (2018). La globalización económica del siglo XXI. Entre la mundialización y la desglobalización. *Estudios internacionales* (Santiago), 50(191), 57-80.
<https://dx.doi.org/10.5354/0719-3769.2019.52048>
- Crespo, R. F. (2000). *The Epistemological Status of Managerial Knowledge and the Case Method*. ISBEE.
- Cutipa-Limache, A. M., Escobar-Mamani, F., Enchaparé, M. & Valreymond-Tacora, D. (2020). La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadoras de artesanía textil. *Revista EAN*, (89), 155-176.
<https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2848>
- Ek Kauil, M. & Morales, M. (2020). Factores internos y externos que influyen en la competitividad empresarial. En M. Bizarron (ed.). *Gestión empresarial y aprendizaje organizacional*. (109-124). Editorial Plaza y Valdez.
- Estrada-Bárcenas, R., & García-Pérez de Lema, D., & Sánchez-Trejo, V. G., (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(46),169-182.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29011523002>
- Ibarra-Cisneros, M. A., González-Torres, L. A., & Demuner-Flores, M. del 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>
- Lara-Manjarrez, I. A. & Sánchez-Gutiérrez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y Negocios*, (43), 97-118.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571867103005>

- Ortega, E., Torrejón, L.M.P. & Cuatrecasas, L. (2019). Factores que impactan en la competitividad de la micro y pequeña empresa En: Red Internacional de Investigadores en Competitividad. *La competitividad y nuevos escenarios* (volumen 10) (p.1036-1048). Red Internacional de Investigadores en Competitividad
<https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1361/1031>
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press.
- Raffo-López, L., & Hernández-García, E. A. (2021). Comercio internacional, prosperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del Cenes*, 40(71), 133-164.
<https://doi.org/10.19053/01203053.v40.n71.2021.11736>
- Rayón, M. C. (2018). La globalización: su impacto en el estado-nación y en el derecho. *Revista Jurídica Derecho*, 7(8), 19-37. http://www.scielo.org.bo/pdf/rjd/v7n8/v7n8_a03.pdf
- Sarmiento-Reyes, Y. R. & Delgado-Fernández, M. (2021). Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial. *Cofin Habana*, 15(2), 1-14.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612021000200006&lng=es&tlng=es.
- Schumpeter, J. A. (1943). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Taylor & Francis e-Library.
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. William Strahan, Thomas Cadell (Londres).
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y sociedad*, 31(2), 179-198.
<https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- Otero-Flores, S. & Taddei-Bringas, C. (2018). Competitividad de empresas familiares. *Interciencia*, 43(4), 236-241. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33957240003>
- Palermo, G. (2021). La competencia y los tentáculos del capital en la era neoliberal. *Economía y Desarrollo*, 165(1), 1-16. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842021000100003&lng=es&tlng=es.
- Velázquez, L. V., & Vargas, J. G. (2012). La sustentabilidad como modelo de desarrollo responsable y competitivo. *Ingeniería de Recursos Naturales y del Ambiente*, (11) 97-107. <https://www.redalyc.org/pdf/2311/231125817009.pdf>
- Villarreal, O. & Landeta, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en Dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16, (3), 31-52. <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274119490001.pdf>
- Yin, R. (2014). Case Study Research Design and Methods. *CJPE*; 30(1) 1-5.
https://www.researchgate.net/publication/308385754_Robert_K_Yin_2014_Case_Study_Research_Design_and_Methods_5th_ed_Thousand_Oaks_CA_Sage_282_pages