

Art. Ventaja competitiva de las PYMES, el rol de la innovación abierta y la orientación emprendedora, región Puno (1).docx.p...

 My Files My Files Universidad Peruana Union

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::29566:532721295

Fecha de entrega

24 nov 2025, 9:13 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

25 mar 2026, 4:02 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

Art. Ventaja competitiva de las PYMES, el rol de la innovación abierta y la orientación emprended....pdf

Tamaño del archivo

495.2 KB

29 páginas

7889 palabras

46.486 caracteres

15% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 13%  Fuentes de Internet
- 6%  Publicaciones
- 10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 13%

 Fuentes de Internet
- 6%

 Publicaciones
- 10%

 Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	repositorio.upeu.edu.pe	2%
2	Internet	www.researchgate.net	<1%
3	Internet	www.scielo.org.co	<1%
4	Internet	repositorioacademico.upc.edu.pe	<1%
5	Internet	iquatroeditores.org	<1%
6	Trabajos entregados	Universidad de Lima on 2024-10-20	<1%
7	Trabajos entregados	Facultad de Psicología on 2025-10-16	<1%
8	Internet	dspace.ucuenca.edu.ec	<1%
9	Internet	umc.minedu.gob.pe	<1%
10	Internet	doaj.org	<1%
11	Internet	tesis.pucp.edu.pe	<1%

12	Publicación	Wendy Paola Quimi Franco, Dennise Ivonne Quimi Franco, Emilio Javier Flores Vill...	<1%
13	Internet	ojscyf.uag.mx	<1%
14	Internet	dialnet.unirioja.es	<1%
15	Internet	www.tdx.cat	<1%
16	Trabajos entregados	Universidad Tecnologica del Peru on 2021-04-17	<1%
17	Internet	www.gob.pe	<1%
18	Publicación	Nazury Santillán-García, Kati Rueda-Espinoza, Zaida Orozco-Moreno, Rodrigo Mor...	<1%
19	Internet	koreascience.or.kr	<1%
20	Internet	www.coursehero.com	<1%
21	Internet	www.emeraldinsight.com	<1%
22	Publicación	Lorenzo Samo, Martin. "Influencia del control interno en la satisfacción de los clie...	<1%
23	Internet	elcomercio.pe	<1%
24	Publicación	Leander Luiz Klein, Yanna Patrícia Araújo Pereira, Rogério Ruas Machado, Desirée...	<1%
25	Trabajos entregados	Universidad Javeriana - Académico on 2022-04-30	<1%

26	Internet	addi.ehu.eus	<1%
27	Internet	repositorio.unsaac.edu.pe	<1%
28	Internet	www.educacion.gob.es	<1%
29	Internet	www.spell.org.br	<1%
30	Internet	1library.org	<1%
31	Trabajos entregados	Oklahoma State University on 2013-02-23	<1%
32	Internet	dspace.unitru.edu.pe	<1%
33	Internet	knepublishing.com	<1%
34	Internet	moam.info	<1%
35	Internet	publica.fraunhofer.de	<1%
36	Internet	www.ijafame.org	<1%
37	Trabajos entregados		<1%
38	Internet	0-hera.ugr.es.adrastea.ugr.es	<1%
39	Trabajos entregados	UPAEP: Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla on 2024-10-07	<1%

40	Trabajos entregados	Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados on 2...	<1%
41	Trabajos entregados	Universidad Pontificia Bolivariana on 2018-09-26	<1%
42	Trabajos entregados	Universidad Tecnica De Ambato- Direccion de Investigacion y Desarrollo , DIDE o...	<1%
43	Trabajos entregados	Universidad de Almeria on 2025-02-08	<1%
44	Trabajos entregados	Universidad de Piura on 2025-10-15	<1%
45	Internet	dokumen.pub	<1%
46	Internet	ojs.urbe.edu	<1%
47	Internet	repositorio.esan.edu.pe	<1%
48	Internet	repositorio.upct.es	<1%
49	Internet	rstudio-pubs-static.s3.amazonaws.com	<1%
50	Internet	tdx.cat	<1%
51	Internet	www.yumpu.com	<1%
52	Publicación	Jesús Humberto Márquez-Palacios, Alfonso Urzúa-Morales, Carlos Calderón-Carva...	<1%
53	Trabajos entregados	Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados on 2...	<1%

54	Trabajos entregados	Universidad Nacional Federico Villarreal on 2024-07-24	<1%
55	Trabajos entregados	Universidad Pública de Navarra on 2024-08-01	<1%
56	Trabajos entregados	Universidad Rey Juan Carlos on 2025-06-30	<1%
57	Trabajos entregados	Universidad TecMilenio on 2025-10-16	<1%
58	Publicación	del Moral del Moral, Maggie. "La inteligencia emocional, el liderazgo Transformac...	<1%
59	Internet	elbuho.pe	<1%
60	Internet	hdl.handle.net	<1%
61	Internet	idus.us.es	<1%
62	Internet	ir.jkuat.ac.ke	<1%
63	Internet	prezi.com	<1%
64	Internet	rus.ucf.edu.cu	<1%
65	Internet	sophiaeditions.com	<1%
66	Trabajos entregados	uncedu on 2024-09-09	<1%
67	Internet	www.cya.unam.mx	<1%

68

Internet

www.revistaeconomia.com

<1%

Ventaja competitiva de las PYMES, el rol de la innovación abierta y la orientación emprendedora, región Puno

Candy Nancy Coaquira Meneces; Karen Coraima Gonzales Ticona; Dina Mamani

Atencio

EP. Administración de empresas y Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias empresariales, Universidad Peruana Unión

Resumen

En el contexto empresarial peruano, la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) enfrenta múltiples desafíos asociados a brechas en innovación, infraestructura y capital humano. Este estudio tiene el objetivo de determinar la influencia de la orientación emprendedora e innovación abierta sobre la ventaja competitiva, en el cual, explora el rol de la innovación abierta y la orientación emprendedora como determinantes de la ventaja competitiva en las PYMES de la región sur del Perú. Se aplicó un enfoque cuantitativo, con diseño transversal y correlacional. Se utilizó la técnica de Modelamiento de Ecuaciones Estructurales (SEM) para analizar las relaciones entre las variables latentes. La población estuvo compuesta por 275 trabajadores de PYMES de la región Puno. La muestra fue no probabilística por conveniencia, participaron tanto propietarios como trabajadores vinculados directamente a las operaciones empresariales. Se utilizaron tres escalas validadas: Innovación Abierta, Orientación Emprendedora y Ventaja Competitiva. El modelo estructural presentó un buen ajuste ($CFI = 0.98$, $TLI = 0.97$, $RMSEA = 0.06$). Los hallazgos indican una relación significativa y positiva entre orientación emprendedora e innovación abierta ($\beta = 0.82$), y entre innovación abierta y ventaja competitiva ($\beta = 0.71$). Además, se observó una relación directa adicional de orientación emprendedora sobre ventaja competitiva ($\beta = 0.51$), explicando un 51% de la varianza total en esta última variable. En conclusión, la orientación emprendedora actúa como un catalizador para la implementación de prácticas de innovación abierta, lo que a su vez potencia la ventaja competitiva de las PYMES. Se recomienda a los gestores empresariales fomentar culturas organizacionales basadas en la apertura, colaboración y dinamismo estratégico.

Palabras clave: *Innovación abierta, orientación emprendedora, sostenibilidad empresarial, ventaja competitiva.*

Abstract

In the Peruvian business context, the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) faces multiple challenges related to gaps in innovation, infrastructure, and human capital. This study aims to determine the influence of entrepreneurial orientation and open innovation on competitive advantage, exploring the role of open innovation and entrepreneurial orientation as determinants of competitive advantage in SMEs in southern Peru. A quantitative approach was applied, using a cross-sectional and correlational design. Structural Equation Modeling (SEM) was employed to analyze the relationships among

latent variables. The study population consisted of 275 workers from SMEs in the Puno region. A non-probabilistic convenience sampling method was used, involving both business owners and employees directly involved in operational activities. Three validated measurement scales were used: Open Innovation, Entrepreneurial Orientation, and Competitive Advantage. The structural model showed a good fit (CFI = 0.98, TLI = 0.97, RMSEA = 0.06). The findings indicate a significant and positive relationship between entrepreneurial orientation and open innovation ($\beta = 0.82$), as well as between open innovation and competitive advantage ($\beta = 0.71$). Additionally, a direct relationship was observed between entrepreneurial orientation and competitive advantage ($\beta = 0.51$), explaining 51% of the variance in the latter variable. In conclusion, entrepreneurial orientation acts as a catalyst for the implementation of open innovation practices, which in turn enhances the competitive advantage of SMEs. Business managers are encouraged to promote organizational cultures based on openness, collaboration, and strategic dynamism.

Keywords: *Competitive advantage, entrepreneurial orientation, open innovation, organizational sustainability.*

Introducción

La orientación emprendedora en el Perú ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, reflejando la importancia del emprendimiento como motor económico y social. Según datos recientes del Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2024), al cierre del 2023 se registraron 3 271 303 micro y pequeñas empresas (mypes) lideradas por emprendedores, lo que representa un incremento del 4.1 % respecto al año anterior. Este crecimiento acumulado ha significado un aumento de más de 81 200 nuevos emprendedores entre 2019 y 2023. Del total, el 39.3 % corresponde a mujeres, con un incremento de 0.5 % respecto al 2022, lo que evidencia un avance en la participación femenina en el ecosistema emprendedor.

En cuanto a la distribución territorial, Lima concentra el 22.3 % de las mypes, seguida de Piura (7.2 %), La Libertad (6.9 %), Cajamarca (6.8 %) y Cusco (6.4 %), reflejando un desarrollo heterogéneo del emprendimiento a nivel nacional. En términos sectoriales, la actividad emprendedora se orienta principalmente a las actividades agropecuarias (39.3 %), servicios (26.9 %), comercio (21.8 %) y manufactura (8 %), lo que sugiere una fuerte vinculación con sectores tradicionales de la economía. Además, el perfil promedio del emprendedor es de 46 años de edad, y la mayoría cuenta con niveles educativos de primaria y secundaria (73.4 %), mientras que solo el 18.1 % ha culminado estudios universitarios, lo cual plantea desafíos importantes en términos de formación y sostenibilidad empresarial (Produce, 2024).

En el contexto empresarial peruano, la innovación abierta ha cobrado creciente importancia como estrategia para fortalecer la competitividad y adaptabilidad de las organizaciones. Según el Ministerio de la Producción (2023), se observa que el 70% de las iniciativas de innovación en Perú se relaciona con pequeñas mejoras creando un valor adicional sobre productos que ya existen, mientras que el 20% apunta a innovaciones en las que agregan mejoras a sus productos innovadores y solo el 10% a proyectos transformacionales de alto impacto a largo plazo.

Asimismo, el documento señala que aproximadamente el 40% de las medianas y grandes empresas en Perú ya han incorporado mecanismo de innovación abierta,

tales como alianzas estratégicas con startups, procesos de co-creación y pruebas piloto de soluciones externas. No obstante, se advierte que más del 60% de las empresas aún presentan brechas significativas, siendo prioritario fortalecer, habilidades organizacionales y ecosistemas colaborativos. De igual modo, en el proceso de implementación, se destaca que más del 50% de las organizaciones prioriza iniciativas categorizadas como “victorias tempranas”, aquellas de bajo esfuerzo y alto impacto, buscando resultados rápidos que validen el enfoque de innovación abierta (Ministerio de la Producción (2023)). Finalmente, los sectores líderes en la adopción de innovación abierta en el Perú son el financiero, el minero, el de telecomunicaciones y el de retail, concentrando cerca del 65% de las iniciativas identificadas en la fase de estudios y pilotajes.

En el contexto actual de desarrollo sostenible e innovación tecnológica, promovido por el Ministerio de la Producción (2023), el Perú ha impulsado iniciativas de innovación abierta que promueven la colaboración entre empresas y entidades especializadas para enfrentar el cambio climático. A través del programa Perú Produce: Innovación Frente al Cambio Climático, se convocó a medianas y grandes empresas peruanas legalmente constituidas, con al menos dos años de funcionamiento continuo, y cuyas ventas anuales netas en 2022 oscilaron desde S/ 7,82 millones para medianas hasta más de S/ 10,58 millones para grandes empresas. El programa otorga Recursos No Reembolsables (RNR) de hasta S/ 2 millones, cubriendo entre 50% y 70% del valor total del proyecto, según el tipo de empresa. La ejecución se estructura en dos fases (hasta 30 meses en total), con una primera etapa de 12 meses y una segunda de hasta 18 meses. Se fomenta la participación opcional de hasta tres entidades asociadas, como universidades, centros de investigación, incubadoras, fondos de inversión, hubs de innovación y organizaciones enfocadas en sostenibilidad ambiental.

ProInnovate (2025) la innovación abierta se viene consolidando como una estrategia clave para fomentar la co-creación de soluciones tecnológicas entre empresas y actores del ecosistema de innovación. En este contexto, el Concurso de Innovación Abierta 2025, promovido por el Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación (ProInnovate), representa una de las principales

iniciativas del Estado para impulsar la colaboración entre medianas y grandes empresas con mipymes, universidades o centros de investigación. Este concurso otorga hasta S/ 1.600.000 por proyecto, cubriendo hasta el 65% de la inversión en el caso de medianas empresas y hasta el 50% en grandes empresas, lo que evidencia un fuerte compromiso por parte del gobierno para reducir las barreras económicas de la innovación colaborativa.

En el ámbito de innovación, apenas 4% de las empresas innovadoras accedieron a financiamiento estatal, mientras que 61% de las que conocían programas públicos de innovación afirmaron que estos no se adaptaban a sus necesidades. Además, el Perú ocupa los últimos lugares en adopción tecnológica y registro de patentes dentro de la Alianza del Pacífico (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019).

34 En el contexto global actual, el crecimiento económico ya no basta; la competitividad se ha convertido en un factor crucial para asegurar el desarrollo sostenible de los países. Según el Ranking de Competitividad Mundial 2022, elaborado por el Institute for Management Development (IMD) en colaboración con Centrum PUCP, Perú se ubicó en el puesto 54 de 63 economías evaluadas, mejorando apenas cuatro posiciones respecto al año anterior, lo que evidencia una situación de estancamiento competitivo (Diario Gestión, 2022). Estos resultados reflejan que, si bien existe una mejora parcial en algunos indicadores económicos, la competitividad general del país sigue siendo limitada, debido a carencias estructurales en infraestructura, gobernanza y capital humano, lo cual representa un reto urgente para el desarrollo nacional.

32 44 Según la Política Nacional de Competitividad y Productividad (PNCP), uno de los principales cuellos de botella es la infraestructura: el 70% de los hogares no tiene acceso a internet, el 30% carece de agua potable, y el 20% no cuenta con energía eléctrica en regiones como Amazonas y Loreto. A esto se suma que solo 38,9% de las escuelas públicas dispone de servicios básicos (agua, desagüe y electricidad), cifra que cae al 21,9% en zonas rurales (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019).

En cuanto al capital humano, los resultados educativos reflejan grandes

debilidades: solo 46,4% de los estudiantes de primaria alcanzaron un nivel satisfactorio en comprensión lectora y 34,1% en matemáticas. En secundaria, estas cifras disminuyen drásticamente a 14,3% y 11,5%, respectivamente. Asimismo, el 35% de los jóvenes entre 25 y 34 años solo ha completado la secundaria, y 1,5 millones de jóvenes peruanos ni estudian ni trabajan (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019).

Estos indicadores reflejan que la ventaja competitiva del Perú está limitada por deficiencias estructurales en infraestructura, educación e innovación, lo que exige una articulación efectiva de políticas públicas multisectoriales. La PNCP, con sus 9 objetivos prioritarios, busca revertir esta situación mediante un enfoque intersectorial, territorial y basado en derechos humanos, orientado a generar bienestar sostenible y equitativo para todos los peruanos.

Antecedentes

Guzmán et al. (2021) en “Innovación abierta, crecimiento y rendimiento en la PYME de la industria automotriz de México” se propusieron analizar el impacto de la innovación abierta en el crecimiento y rendimiento de PYMES manufactureras. Cuyo objetivo fue analizar la relación y el papel que juega la innovación abierta, el cual ayuda a mejorar los procesos para lograr una eficacia. El cual se concluyó que la innovación abierta actúa como un impulso clave o motor para lograr la sostenibilidad y crecimiento. Asimismo, la innovación destaca la importancia del uso de estrategias colaborativas dentro del sector automotriz.

Por otro lado, en el contexto peruano la investigación de Hossain & Kaurannen (2016) destaca la importancia de las PYMES en la adopción de la innovación abierta. La investigación busca explicar cómo estas empresas pueden beneficiarse de las oportunidades que brinda la colaboración con aliados externos para mejorar su competitividad. Un hallazgo clave es que las PYMES que adoptan estrategias de innovación abierta logran tener mejoras notables en su desempeño. Por lo tanto, se sugiere que las PYMES peruanas deben adoptar un enfoque más estructurado u organizado hacia la innovación externa para mantener su ventaja competitiva.

Leiva et al. (2022) en “La orientación emprendedora para la innovación en las Pymes: Importante pero no suficiente”, tuvieron como objetivo analizar la

influencia de la orientación emprendedora en la capacidad innovadora de las PYMES peruanas. Teniendo como resultado que, aunque la orientación emprendedora favorece la innovación abierta, se requiere otros factores para lograr una ventaja competitiva. Se concluyó que adoptar una visión completa es esencial para obtener un máximo rendimiento.

Kiyabo & Isaga (2020) “Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs’ performance: application of firm growth and personal wealth measures” se tuvo como objetivo analizar la relación entre la orientación emprendedora y la ventaja competitiva por medio del desempeño de las PYMES. En el cual, se encontró que la ventaja competitiva mediatiza la relación entre la orientación emprendedora y el rendimiento. Se concluyó que potenciar la ventaja competitiva es esencial para mejorar el desempeño de las PYMES. En síntesis, la investigación aporta evidencia empírica relevante para fundamentar estrategias de crecimiento.

En América latina, el estudio de Arias (2014) se centra en el uso de (Living Labs) en Paraguay como espacios de innovación abierta y transferencias de tecnología. Siendo su objetivo demostrar cómo estos entornos pueden ayudar a facilitar soluciones a problemas sociales a través de la colaboración entre diversos factores. Se obtuvo un resultado importante del estudio, la confirmación de que esta metodología reduce los riesgos asociados a la inversión en innovación. Las conclusiones indican que es posible generar modelos de innovación sostenible que aborden problemas sociales mediante la cooperación entre socios y comunidades locales.

Definición de Variables

Orientación Emprendedora

Romero et al. (2022) definen a la orientación emprendedora como la predisposición organizacional para emprender comportamientos innovadores y adoptar prácticas de innovación abierta, de modo que se beneficie la ventaja competitiva en las PYMES. Esta definición enfatiza el rol mediador de la innovación abierta entre la actitud emprendedora y el rendimiento competitivo. Según Leiva et al. (2022) la orientación emprendedora se constituye como un constructo multifacético que abarca la capacidad de innovar, la proactividad y la

asunción de riesgos. Esta definición subraya que dichas dimensiones permiten a las empresas generar innovación, aunque reconoce que dicho enfoque por sí solo puede no ser suficiente para explicar el desempeño empresarial.

Coronado (2023) señala que la orientación emprendedora se presenta asimismo como una competencia personal vital, manifestada en la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades que surgen en los contextos de cambio, evidenciando la relación entre la actitud emprendedora y la capacidad para transformar oportunidades en resultados concretos.

Innovación Abierta

La innovación abierta se define como un paradigma que promueve la colaboración y el uso de flujo de conocimiento internos y externos para acelerar la innovación y ampliar los mercados (Chesbrough 2020).

Bogers et al. (2019) definen a la innovación abierta como los procesos por los cuales las organizaciones hacen uso de fuentes externas para complementar sus capacidades internas, facilitando el desarrollo conjunto de nuevos productos, servicios y modelos de negocios.

También se define como la capacidad de gestionar eficazmente los flujos de conocimiento entrantes y salientes a través de la innovación abierta, es una capacidad dinámica clave que permite a las empresas adaptarse y mantener su ventaja competitiva en entornos turbulentos (Teece, 2007; Lichtenthaler & Lichtenthaler, 2009). Estudios recientes vinculan directamente las capacidades de innovación abierta con mejoras en la agilidad y rendimiento competitivo (Saura et al., 2022)

Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva es entendida como la capacidad de una empresa para diferenciarse y sobresalir en su sector, logrando un rendimiento superior sostenido frente a sus competidores. En el contexto de las PYMES, este concepto se relaciona con múltiples factores estratégicos, como la innovación continua (Kuncoro & Suriani, 2018), la orientación al mercado y el aprendizaje interorganizacional (Pratono et al., 2019), así como en el uso efectivo de recursos propios y alianzas externas, tal como lo evidencian los estudios sobre innovación abierta (Romero et

al., 2022). En conjunto estos enfoques subrayan que la ventaja competitiva no depende de un solo factor sino de un entramado de capacidades, recursos y decisiones estratégicas que permiten a las organizaciones adaptarse, innovar y prosperar en contextos dinámicos.

Objetivos

Objetivo General

Determinar la influencia de la orientación emprendedora e innovación abierta sobre la ventaja competitiva de las PYMES de la región de Puno.

Objetivos Específicos

Determinar la influencia de la orientación emprendedora y la innovación abierta de las PYMES en la región de Puno.

Determinar la influencia de innovación abierta y la ventaja competitiva de las PYMES en la región de Puno.

Hipótesis

H1: Orientación emprendedora influye significativamente en la innovación abierta en las PYMES de la región de Puno.

Chesbrough & Bogers (2014) afirman que la innovación abierta puede ser vista como el resultado de la orientación emprendedora siendo un impulsor principal para que las empresas se desarrollen, ya que fomenta la exploración y explotación de nuevas oportunidades mediante la externalización y el intercambio de conocimientos.

Por su parte, Zhang, Zhao & Begley (2020) demostraron empíricamente que: “Las organizaciones con una fuerte orientación emprendedora tienden a beneficiarse más de los procesos de innovación abierta, ya que poseen una mayor disposición a experimentar, colaborar y aprovechar fuentes externas de conocimiento e innovación” (p. 1145).

La orientación emprendedora como catalizador por Lumpkin & Dess (1996) conceptualizaron la orientación emprendedora como los procesos, prácticas y actividades de toma de decisiones que conducen a nuevos ingresos. Comprende

38

cinco dimensiones: autonomía, innovación, asunción de riesgos, proactividad y agresividad competitiva. "La orientación emprendedora se refiere a los procesos, prácticas y actividades de toma de decisiones que conducen a nuevos ingresos" (p. 136).

Teoría de la Orientación Emprendedora: La orientación emprendedora (OE) fue conceptualizada por Miller (1983) como una combinación de tres dimensiones clave: innovación, proactividad y asunción de riesgos. Posteriormente, Lumpkin & Dess (1996) expandieron este concepto al añadir dos dimensiones adicionales: autonomía y agresividad competitiva. "La orientación emprendedora refleja la medida en que una empresa está dispuesta a innovar, asumir riesgos, actuar con proactividad, buscar autonomía y mostrar agresividad competitiva" (p. 137).

Finalmente, un estudio realizado por Huizingh (2011) encontró que la innovación abierta tiene un impacto positivo en la capacidad de las empresas para identificar y aprovechar oportunidades, lo que es un componente clave de la orientación emprendedora. De igual forma, un estudio de Cheng & Chen (2013) demostró que la orientación emprendedora se relaciona positivamente con la innovación abierta en las empresas de tecnología.

3

H2: Innovación abierta influye significativamente en la ventaja competitiva en las PYMES de la región de Puno.

Teoría de la Innovación Abierta (Open Innovation Theory), de Chesbrough (2003), creador del concepto de "Innovación abierta", argumenta que las empresas pueden lograr ventajas competitivas sostenibles al adquirir y explotar ideas externas junto a las internas. Según Chesbrough (2003), la innovación abierta permite reducir tiempos de desarrollo, incrementar la tasa de éxito e incorporar capacidades diferenciales al negocio, lo que impacta de manera directa en la ventaja competitiva.

Bogers et al. (2019) realizaron una revisión sistemática y concluyeron que la innovación abierta contribuye a la creación de capacidades dinámicas, mejora organizacional y ventajas competitivas sostenibles.

En una revisión sistemática de 150 artículos Dahlander & Gann (2010) demostraron que las empresas que implementan innovación abierta (entrante y

saliente) logran una mayor velocidad de innovación, lo cual se traduce en mejor posicionamiento competitivo en sus industrias.

Modelo Teórico

Figura 1

Modelo de investigación



La investigación se desarrolla en un contexto donde las pequeñas y medianas empresas (PYMES) enfrentan desafíos significativos para mejorar su competitividad en un entorno globalizado y dinámico. En este sentido, la innovación abierta, entendida como la integración de ideas, y conocimientos externos junto con recursos internos, se convierte en un modelo crucial para la promoción de la innovación dentro de estas organizaciones (Guzman et al., 2021; Monroy et al., 2011). Además, la orientación emprendedora se ha establecido como un determinante clave en el éxito de las PYMES, ya que implica la predisposición a innovar, asumir riesgos y ser proactivas frente a cambios en el mercado (Romero et al., 2022). Este estudio busca, por lo tanto, determinar la influencia de la orientación emprendedora e innovación abierta sobre la ventaja competitiva de las PYMES, región Puno, lo que fomenta a estas empresas estructurar sus procesos de manera que optimicen su ventaja competitiva en un entorno empresarial cada vez más complicado.

Materiales y Métodos

Diseño

Se procedió con el método de investigación cuantitativo, transversal y correlacional (Carrol et al., 2012; Bernal, 2010). Por su parte, las encuestas se autoadministraron y con el consentimiento informado del sujeto; todas las mismas se puntuaron de acuerdo con la escala Likert de 1 a 7, donde 1 denota su mínimo, es decir, “totalmente en desacuerdo” y su máximo es 7, “totalmente de acuerdo”.

Sujetos

En este estudio, la población está compuesta por 275 trabajadores de pequeñas y medianas empresas de Puno, conformadas por dueños y trabajadores vinculados directamente con el negocio. La muestra fue seleccionada intencionadamente. De los cuales la mayoría son mujeres (53.5%), frente a un 46.5% de hombres. La mayoría se desempeña en el sector retail (70.5%). Finalmente, en cuanto a la cantidad de colaboradores en sus empresas, más de la mitad trabaja en organizaciones con menos de 10 empleados (57.1%), seguidos por aquellas con 11 a 20 colaboradores (38.2%).

Mediciones

Innovación Abierta: El constructo de innovación abierta fue elaborado con base en los aportes de Hung & Chiang (2010) y Chesbrough (2003). Se trató como un constructo de segundo orden, compuesto inicialmente por 10 ítems, de los cuales 5 fueron eliminados tras la evaluación de fiabilidad. Finalmente, se conservaron 5 ítems relacionados con la adquisición y uso de conocimiento externo (Echeverri-Romero et al., 2022). La escala utilizada fue de tipo Likert de 7 puntos. Presentó una confiabilidad aceptable, con un Alfa de Cronbach de 0.828, CR = 0.877 y un AVE = 0.588. En cuanto a la validez discriminante, superó los criterios de Fornell y Larcker, así como los valores del HTMT propuestos por Henseler et al. (2016).

Orientación Emprendedora: Este instrumento fue adaptado de Hung & Chiang (2010), tratándose como un constructo unidimensional que mide la orientación emprendedora a través de las dimensiones de proactividad, innovación y asunción de riesgos. Inicialmente se utilizaron 8 ítems, pero tras los análisis se conservaron 6. La medición se realizó en escala Likert de 7 puntos. El instrumento obtuvo una alta confiabilidad, con un Alfa de Cronbach de 0.898, CR = 0.921 y AVE = 0.663. Superó los criterios de validez discriminante y convergente establecidos por Hair et al. (2017).

Ventaja Competitiva: Para evaluar la ventaja competitiva se adaptaron escalas

de McGrath et al. (1996) y Jap (1999). Originalmente compuesta por cinco ítems, se eliminó uno tras el análisis de fiabilidad, quedando cuatro ítems que evalúan la percepción de diferenciación frente a la competencia y la posición estratégica de la empresa. La escala utilizada fue Likert de 7 puntos. El instrumento mostró una confiabilidad adecuada con un Alfa de Cronbach de 0.817, CR = 0.876 y AVE = 0.639. Asimismo, cumplió con los estándares de validez convergente y discriminante del modelo PLS-SEM.

Análisis Estadísticos

Para llevar a cabo el análisis estadístico, se emplearon los programas SPSS (versión 27.0) y AMOS 29. El propósito fue determinar la influencia de la orientación empresarial e innovación abierta sobre la ventaja competitiva. Para ello, utilizamos la técnica de Modelamiento de Ecuaciones Estructurales (SEM), una herramienta que nos permitió explorar al mismo tiempo las relaciones entre variables que no se observan directamente y sus indicadores medibles. Aseguramos la validez y confiabilidad de los instrumentos aplicados evaluando el Alfa de Cronbach, y también revisamos los valores de asimetría y curtosis para confirmar que los datos seguían una distribución normal. Con la información recolectada, procedimos a estimar el modelo estructural a través del método de máxima verosimilitud robusta (MLR), el cual resulta especialmente adecuado cuando existen pequeñas desviaciones de normalidad en los datos. Para comprobar qué tan bien se ajustaba el modelo, analizamos varios indicadores, como el índice de ajuste comparativo (CFI), el índice de Tucker-Lewis (TLI), el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) y el chi-cuadrado normado (CMIN/DF). Finalmente, interpretamos los coeficientes estandarizados (β) y sus niveles de significancia ($p < 0.05$), lo que nos permitió contrastar las hipótesis y determinar en qué medida las habilidades de solución de problemas y la negociación integrativa influyen realmente en el rendimiento organizacional.

Declaración Sobre Aspectos Éticos

La participación de los sujetos fue completamente voluntaria. Además, el cuestionario incluía al inicio un consentimiento informado, en el cual se especificaba

que la información recopilada sería tratada de manera anónima y utilizada exclusivamente con fines académicos.

Resultados

Evaluación de Datos Atípicos

La base de datos contenía valores faltantes y, tras aplicar la prueba de Mahalanobis para la detección y depuración de datos atípicos, se excluyeron 4 participantes. Por lo tanto, el conjunto de datos final para el análisis quedó conformado por 275 participantes.

Análisis Descriptivo Sociodemográficos

La tabla 1, presenta la distribución sociodemográfica y laboral de una muestra de 275 participantes. En cuanto al sexo, se observa una ligera mayoría de mujeres (53.5%), frente a un 46.5% de hombres, lo cual sugiere una participación relativamente equilibrada. En relación a la edad, predomina el grupo de 31 a 40 años con un 37.5%, seguido por los de 25 a 30 años (33.5%) y 18 a 24 años (22.9%); no se registraron participantes menores de 18 años, y solo un 6.2% supera los 41 años, evidenciando una muestra mayoritariamente joven-adulta. Respecto al sector económico, la mayoría se desempeña en el sector retail (70.5%), mientras que un 29.5% proviene de otros sectores, lo que indica un enfoque centrado en un sector específico de la economía. Finalmente, en cuanto a la cantidad de colaboradores en sus empresas, más de la mitad trabaja en organizaciones con menos de 10 empleados (57.1%), seguidos por aquellas con 11 a 20 colaboradores (38.2%), y en menor proporción empresas de 21 a 50 empleados (4.7%). No se reportó participación de empresas con más de 50 colaboradores, lo que sugiere que el estudio se enfoca principalmente en micro y pequeñas empresas.

Tabla 1

Análisis Sociodemográfico (n = 275)

Variable	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Femenino	147	53.5%
	Masculino	128	46.5%
Edad	Menor de 18	0	0.0%
	Entre 18 a 24	63	22.9%
	Entre 25 a 30	92	33.5%
	Entre 31 a 40	103	37.5%
	Mayor a 41	17	6.2%
Sector	Sector Retail	194	70.5%
	Otros	81	29.5%
Cantidad colaboradores	Menos de 10	157	57.1%
	Entre 11 a 20	105	38.2%
	Entre 21 a 50	13	4.7%
	Entre 51 a 100	0	0.0%
Total		275	100.0%

Análisis Descriptivos, Matriz de Correlaciones, Pearson y Confiabilidad

La tabla 2, muestra los estadísticos descriptivos y de confiabilidad de tres variables clave: orientación emprendedora, innovación abierta y ventaja competitiva. Los valores medios (M) reflejan puntuaciones moderadas a altas, siendo la ventaja competitiva la más elevada (M = 18.90), seguida por la innovación abierta (M = 15.97) y la orientación emprendedora (M = 15.55). Las desviaciones estándar (DE) indican una dispersión relativamente amplia, particularmente en innovación abierta (DE = 7.54) y ventaja competitiva (DE = 7.74), lo cual sugiere heterogeneidad en las respuestas. Los coeficientes de asimetría (g1) y curtosis (g2) se encuentran dentro de rangos aceptables (g1 entre -0.41 y 0.22; g2 entre -0.98 y -0.75), lo que sugiere una distribución aproximadamente normal. En cuanto a la fiabilidad interna, los coeficientes alfa de Cronbach son altos en las tres variables (α

> 0.90), lo cual indica una excelente consistencia interna de los instrumentos utilizados. Finalmente, las correlaciones bivariadas muestran relaciones positivas y significativas: orientación emprendedora se relaciona fuertemente con innovación abierta ($r = 0.76$), y ambas se vinculan también con la ventaja competitiva ($r = 0.74$ y $r = 0.65$, respectivamente), lo que sugiere una coherencia teórica entre las variables del modelo.

Tabla 2

Estadísticos descriptivos, consistencias internas y correlaciones

Variable	M	DE	g1	g2	alfa	1	2	3
Orientación Emprendedora	15.55	6.72	-0.34	-0.78	0.93	-		
Innovación Abierta	15.97	7.54	0.22	-0.98	0.95	0.76	-	
Ventaja Competitiva	18.90	7.74	-0.41	-0.75	0.96	0.74	0.65	-

Nota: Todas las correlaciones son estadísticamente significativas ($p < .001$). Se resaltan aquellas correlaciones entre las variables de estudio.

Evaluación del modelo hipotetizado

La tabla 3, Los resultados del análisis de bondad de ajuste del modelo estructural indican una adecuada correspondencia entre el modelo teórico propuesto y los datos observados. A pesar de que el valor del Chi- cuadrado es significativo ($p = 0.001$), lo cual podría sugerir un ajuste deficiente, este índice es altamente sensible al tamaño de la muestra, por lo que se recomienda complementarlo con otros indicadores. En ese sentido, los índices de ajuste comparativo (CFI = 0.98) y de Tucker-Lewis (TLI = 0.97) superan el umbral mínimo aceptable de 0.90, evidenciando un excelente ajuste del modelo. Asimismo, los valores del error cuadrático medio de aproximación (RMSEA = 0.06) y del índice residual de raíz cuadrada media (RMR = 0.07) se encuentran por debajo del límite crítico de 0.08, lo que confirma una discrepancia aceptablemente baja entre la matriz de covarianzas observada y la estimada. En conjunto, estos indicadores respaldan la validez del modelo estructural propuesto.

Tabla 3

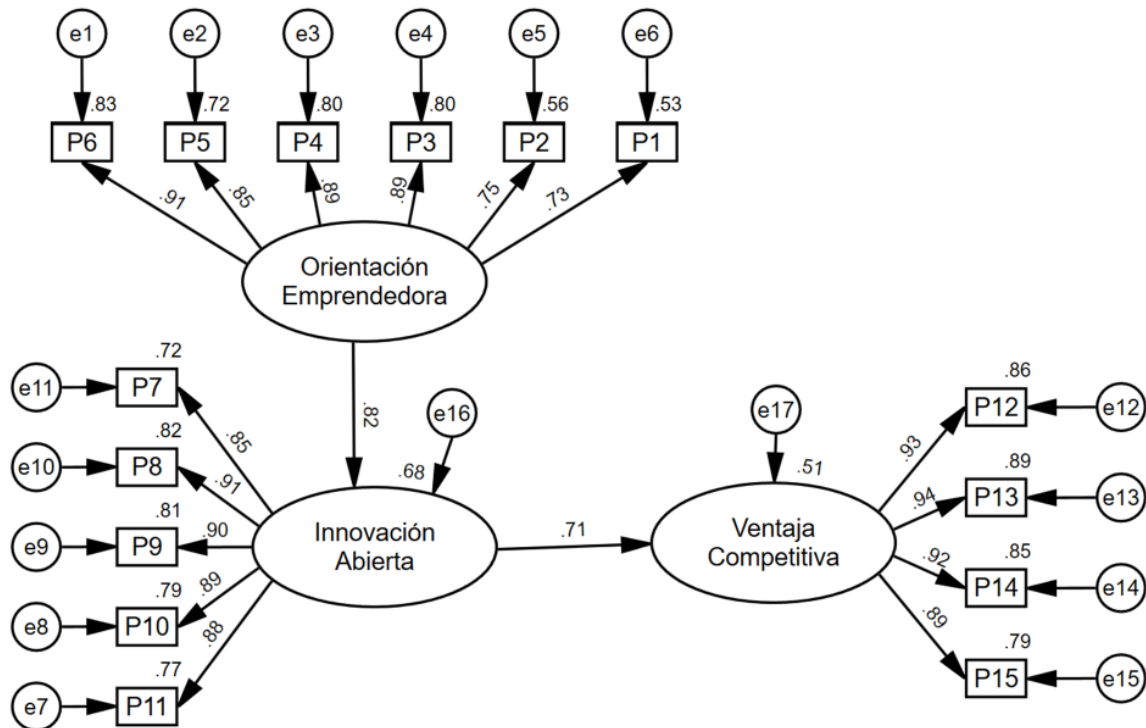
Índices de ajuste esperados para un modelo de ecuaciones estructurales

Índice de ajuste	Esperado	Obtenido
Chi-Cuadrado χ^2	> 0,05	0.001
Índice de ajuste comparativo (CFI)	0.90 - 1	0.98
Índice no normalizado de ajuste (TLI)	0.90 - 1	0.97
Error cuadrático media de aproximación (RMSEA)	< 0.08	0.06
Índice residual de la raíz cuadrada media (RMR)	< 0.08	0.07

El modelo de ecuaciones estructurales representado en la figura evidencia relaciones significativas y consistentes entre las variables latentes Orientación Emprendedora, Innovación Abierta y Ventaja Competitiva. Las cargas factoriales estandarizadas de los ítems hacia sus respectivas variables son altas, en su mayoría superiores a 0.70, lo que indica una adecuada validez convergente. Por ejemplo, los indicadores de Innovación Abierta (P7–P11) presentan cargas entre 0.77 y 0.90, mientras que los ítems de Ventaja Competitiva (P12–P15) muestran cargas superiores a 0.79, alcanzando hasta 0.94 (P13), lo que refleja una fuerte representación de la variable por sus indicadores. En cuanto a las relaciones estructurales, Orientación Emprendedora influye significativamente en Innovación Abierta ($\beta = 0.82$) y, a su vez, esta última influye en Ventaja Competitiva ($\beta = 0.71$). Además, se observa una relación directa adicional de Orientación Emprendedora sobre Ventaja Competitiva ($\beta = 0.51$), lo que sugiere un efecto tanto directo como indirecto a través de la innovación. Finalmente, la variabilidad explicada en la ventaja competitiva es de 51%.

Figura 2

Resultados del modelo estructural explicativo (n=275)



Discusión

Se evidencia que la actitud emprendedora constituye un factor determinante en el proceso de innovación, donde existe influencia positiva significativa de la orientación empresarial sobre la innovación abierta ($\beta = 0,82$). Este hallazgo se alinea con lo reportado por Centobelli et al. (2021) evidenció una relación significativa entre orientación empresarial y actividades de innovación abierta, reportando un coeficiente de determinación $R^2 = 0,76$, lo que sugiere que empresas con una clara orientación hacia el mercado y el emprendimiento tienden a adoptar prácticas de innovación más colaborativas y abiertas. Freixanet et al. (2020), quienes en su estudio también encontraron que la orientación empresarial influye de forma directa en la innovación abierta, con un modelo explicativo que alcanza un R^2 superior a 0.70, validando la solidez de esta relación en contextos organizacionales. De igual manera, Iqbal et al. (2021), mediante el análisis de datos de 1,095 empleados de PYMES, reportaron coeficientes estandarizados que oscilaron entre 0.30 y 0.65, todos estadísticamente significativos ($p < 0.05$), lo cual confirma que incluso en muestras amplias y heterogéneas, la orientación emprendedora representa

un factor clave para el desarrollo de capacidades innovadoras. Asad et al. (2023) encontraron que la orientación empresarial combinada con enfoques de gestión de calidad total incide fuertemente en la adopción de innovación abierta, alcanzando coeficientes de determinación superiores a 0.75 y una significancia de $p < 0.01$. Jayawardhana (2021) evidencio que las PYMES con mayores niveles de orientación empresarial muestran una disposición significativa hacia la innovación abierta. Finalmente, Wales (2021) en línea con nuestros hallazgos, publicado en la revista Strategic Entrepreneurship Journal, encontró que la orientación empresarial estaba asociada con una mayor capacidad de innovación y un mejor desempeño empresarial, con un $R^2 = 0,58$. Estas investigaciones sugieren que las estrategias de orientación empresarial no solo promueven la innovación interna, sino que también facilita la colaboración externa, la absorción de conocimientos y la sostenibilidad de los procesos innovadores.

Los resultados del presente estudio revelan una influencia positiva y significativa de la innovación abierta sobre la ventaja competitiva tal como lo indica el coeficiente estandarizado $\beta = 0,71$. La aplicación de prácticas de innovación abierta, consolidando esta estrategia como un pilar fundamental para el desarrollo competitivo en entornos empresariales altamente dinámicos. Desde la perspectiva teórica, estos hallazgos se alinean con el modelo de Chesbrough (2003), que menciona que la incorporación de conocimientos externos amplifica la capacidad de respuesta estratégica de las organizaciones. Por su parte, Romero et al. (2022) analizaron PYMES hortofrutícolas en Colombia y hallaron que la innovación abierta tenía un impacto significativo sobre la ventaja competitiva con un coeficiente de $\beta = 0,68$, estos resultados respaldan la afirmación de que la apertura al conocimiento externo permite a las empresas incrementar su posicionamiento en el mercado mediante la diversificación de fuentes de innovación. También Ruanos-Arcos et al. (2023) evaluaron a Mipymes hortofrutícolas utilizando ecuaciones estructurales, obteniendo un coeficiente $\beta = 0,75$, indicando una relación sólida entre la innovación abierta y desempeño competitivo. Sanchez et al. (2023) evaluaron el sector hotelero en Portugal y reportaron un coeficiente $\beta = 0,71$, al analizar el impacto de la innovación abierta sobre la competitividad, resultado que

coincide con nuestro estudio. La magnitud del efecto reportado en nuestro estudio implica que los gestores empresariales deben considerar la innovación abierta no solo como una alternativa, sino como un componente estratégico esencial para la sostenibilidad competitiva. Al fomentar alianzas, co-creación y absorción de conocimientos externos, las empresas logran mayor agilidad organizacional y capacidad de innovación, elementos clave para prosperar en contextos volátiles. Tal como destaca Ruano-Arcos et al. (2023), esta estrategia mejora la resiliencia y la ventaja sostenible en empresas de diverso tamaño. Kim & Lee (2023) encontraron que tanto la amplitud y la profundidad de la innovación abierta se asociaban positivamente con el desempeño innovador y, subsecuente, con la ventaja competitiva en empresas manufactureras (R^2 Innovación Abierta-Desempeño=0,55). De manera similar, Garcia et al. (2022), en un estudio de la industria de software reportaron que las estrategias de innovación abierta de entrada (inbound) y de salida (outbound) contribuían significativamente a diferentes dimensiones de la ventaja competitiva, como la diferenciación y el liderazgo en costos ($\beta > 0,40$).

Conclusión

En un mercado peruano cada vez más competitivo y globalizado, las empresas se ven ante el desafío de adaptar sus prácticas para integrar y aprovechar el conocimiento proveniente de fuentes externas. Los datos obtenidos evidencian que aquellas empresas con mayor orientación empresarial están mejor posicionadas para capitalizar los beneficios de la innovación abierta, contribuyendo así a su crecimiento y sostenibilidad. La evidencia obtenida en nuestra investigación, muestra una influencia significativamente positiva de la orientación emprendedora sobre la innovación abierta con un $\beta = 0,88$. Sugiere que las actitudes y prácticas emprendidas por las empresas peruanas impactan en su capacidad innovadora. Además, exige promover políticas y estrategias internas que fortalezcan la cultura emprendedora, que fomente la adopción de procesos de innovación colaborativa. El resultado se interpreta como indicativo, en el contexto peruano, la orientación emprendedora actúa no sólo como un factor motivador, sino que también es determinante para la formalización de procesos de innovación. Enfatizar las

prácticas estructuradas y una visión estratégica proactiva pueden explicar una parte significativa de la variación en los niveles de innovación abierta en las organizaciones. Las empresas peruanas, deben impulsar la orientación empresarial que se traduce en mejoras sustanciales para incorporar procesos participativos y de colaboración externa. Asimismo, los hallazgos indican que la inversión en capacitaciones que fortalezcan las competencias emprendedoras podría convertirse en un pilar estratégico para la innovación abierta. Al fortalecer la orientación emprendedora, las organizaciones no solo logran incrementar su capacidad de innovar de forma abierta, sino que también se preparan para construir ventajas competitivas sostenibles. Ese proceso puede traducirse en mayores tasas de éxito en el desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos adaptados a las demandas dinámicas del entorno peruano. Este resultado aporta una base empírica para futuras investigaciones en el contexto local y promueve la discusión sobre la necesidad de políticas integrales que fortalezcan el ecosistema de innovación y competitividad en el país.

Finalmente, en relación a la H2, se concluye que la innovación abierta se consolida como un pilar estratégico en el desarrollo empresarial peruano, se reafirma la importancia de adoptar modelos colaborativos de creación y difusión de conocimiento que potencian la competitividad de las empresas en entornos dinámicos. Desde una perspectiva teórica, los resultados respaldan el marco conceptual que postula a la innovación abierta como motor de ventaja competitiva, permitiendo a las organizaciones integrar fuentes externas de conocimiento y generar propuestas diferenciadoras en el mercado. En el contexto de las empresas peruanas, demuestran que la adopción de las prácticas de innovación abierta no solo mejora la competitividad a nivel local, sino que también posiciona a las organizaciones de manera favorable en mercados internacionales, es relevante para un país como Perú, donde la diversificación y modernización de la economía son desafíos permanentes. Las implicaciones prácticas de este estudio invitan a los gestores y directivos a fomentar una cultura de colaboración y apertura hacia fuentes externas de conocimiento. La fuerte asociación entre innovación abierta y ventaja competitiva respaldan la necesidad de implementar políticas y estrategias

orientadas a la innovación lo que podría traducirse en inversiones en infraestructura tecnológica, capacitación y alianzas estratégicas. Además, resaltar la necesidad de que los líderes empresariales peruanos fortalezcan las capacidades de absorción y transferencia tecnológica. Fomentar la colaboración externa y la búsqueda activa de alianzas puede traducirse en soluciones más innovadoras, reducción de costos y accesos a mercados emergentes. En síntesis, los hallazgos subrayan la necesidad de que las empresas en Perú adopten enfoques más abiertos y colaborativos en sus procesos de innovación si aspiran a mejorar su posicionamiento estratégico. Se sugiere que futuras líneas de investigación en Perú profundicen en los tipos específicos de prácticas de innovación abierta que generan mayor impacto en diferentes dimensiones de la ventaja competitiva, y exploren el rol moderador de factores conceptuales propios del país como la cultura organizacional, el marco institucional o políticas de apoyo a la innovación.

Referencias

- Árias, A. R. d. (2014). Living labs, spaces for open innovation and technology transfer. an alternative to the solution of social problems in Paraguay. Social Sciences, 3(3), 74. <https://doi.org/10.11648/j.ss.20140303.12>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.
- Bernal, C. Metodología de La Investigación—Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales, 3rd ed.; Pearson Educación: Bogota, Colombia, 2010; ISBN 9789586991285.
- Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C. (2019). Open innovation: research, practices, and policies. Research Policy, 48(9), 103622. <https://doi.org/10.1177/0008125617745086>
- Carrol, A.; Buchholtz, A. Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management, 8th ed.; Cengage Learning: Boston, MA, USA, 2012.
- Centobelli, P., Cerchione, R., & Esposito, E. (2021). Pursuing innovation through

- open innovation: A complex network approach to evaluate innovations in SMEs. *Journal of Business Research*, 123, 342-352. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.059>
- Cheng, C. C. J., & Chen, J. (2013). Breakthrough innovation and firm performance: The moderating role of environmental turbulence. *Journal of Business Research*, 66(10), 1820-1827. doi: 10.1016/j.jbusres.2012.12.013
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press. https://www.academia.edu/2485514/Open_innovation_The_new_imperative_for_creating_and_profiting_from_technology
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press.
- Chesbrough, H., & Bogers, M. (2014). Explicating open innovation: Clarifying an emerging paradigm for understanding innovation. In H. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, & J. West (Eds.), *New frontiers in open innovation* (pp. 3–28). Oxford University Press.
- Chesbrough, H. W. (2020). *Open innovation results: Going beyond the hype and getting down to business*. Oxford University Press.
- Coronado, M. E. P. (2023). Las actitudes emprendedoras y sus incidencias. *Gestión en El Tercer Milenio*, 26(51), 397-406. <https://doi.org/10.15381/gtm.v26i51.25535>
- Dahlander, L., & Gann, D. M. (2010). How open is innovation? *Research Policy*, 39(6), 699–709. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.01.013>
- Diario Gestión (2022). Perú sube en ranking de competitividad, pero cae en eficiencia de gobierno y de negocios. Centrum. <https://centrum.pucp.edu.pe/centrum-news/noticias-institucionales/peru-suber-ranking-competitividad-cae-eficiencia-gobierno-negocios/>
- Echeverri-Romero, R. D., Silva-Castellanos, T. F., Ruano-Arcos, L. D., Sánchez-Álvarez, J., & Ordóñez-Tovar, I. D. (2022). Ventaja competitiva de las PYMES hortofrutícolas en Colombia: el rol de la innovación abierta y la orientación emprendedora. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*,

12(2), 171-184

- Freixanet, J., Braojos, J., Rialp, A., & Criado, J. R. (2020). Does international entrepreneurial orientation foster innovation performance? the mediating role of social media and open innovation. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(1), 33-44. <https://doi.org/10.1177/1465750320922320>
- Garcia, R., Santos, F., & Oliveira, M. (2022). Open innovation strategies and competitive advantage in the software industry: The mediating role of dynamic capabilities. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 33(4), 710-732.
- Guzmán, A., Rodríguez, L., & Torres, M. (2021). Innovación abierta, crecimiento y rendimiento en la PYME de la industria automotriz de México. *Revista Latinoamericana de Innovación*, 9(2), 95–115. <https://doi.org/10.1016/rlai.2021.09.002>
- Guzmán, G. M., Ramírez, R. G., Zamores, S. M., & Esparza, M. M. C. (2021). Innovación abierta, crecimiento y rendimiento en la pyme de la industria automotriz de México. *Telos Revista De Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23(1), 85-99. <https://doi.org/10.36390/telos231.07>
- Hair, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123. <https://doi.org/10.1504/IJMDA.2017.087624>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Testing measurement invariance of composites using partial least squares. *International Marketing Review*, 33(3), 405-431. <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2014-0304>
- Hossain, M. and Kauranen, I. (2016). Open innovation in smes: a systematic literature review. *Journal of Strategy and Management*, 9(1), 58-73. <https://doi.org/10.1108/jsma-08-2014-0072>
- Huizingh, E. K. R. E. (2011). Open innovation: State of the art and future perspectives. *Technovation*, 31(1), 2-9. doi: 10.1016/j.technovation.2010.10.002

- Hung, K. P., & Chiang, Y. H. (2010). Open innovation proclivity, entrepreneurial orientation, and perceived firm performance. *International Journal of Technology Management*, 52(3/4), 257–274.
<https://doi.org/10.1504/IJTM.2010.035976>
- Iqbal, S., Martins, J. M., Mata, M. N., Naz, S., Akhtar, S., & Abreu, A. (2021). Linking entrepreneurial orientation with innovation performance in smes; the role of organizational commitment and transformational leadership using smart pls-sem. *Sustainability*, 13(8), 4361. <https://doi.org/10.3390/su13084361>
- Jap, S. D. (1999). Pie-expansion efforts: Collaboration processes in buyer–supplier relationships. *Journal of Marketing Research*, 36(4), 461–475.
<https://doi.org/10.1177/002224379903600405>
- Jayawardhana, K. (2021). Open innovation orientation and sustainability of smes: do entrepreneurial orientation and resource bricolage matter?. *Journal on Innovation and Sustainability RISUS*, 11(4), 127–146.
<https://doi.org/10.23925/2179-3565.2020v11i4p127-146>
- Kim, S., & Lee, H. (2023). The impact of open innovation breadth and depth on innovation performance and competitive advantage: Evidence from Korean manufacturing firms. *Research Policy*, 52(8), 104512.
- Kiyabo, E., & Isaga, M. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs’ performance: Application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Business Research*, 14(2), 100–117.
<https://doi.org/10.1234/jbr.2020.14.2.100>
- Kuncoro, W. and Suriani, W. O. (2018). Achieving sustainable competitive advantage through product innovation and market driving. *Asia Pacific Management Review*, 23(3), 186–192.
<https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.006>
- Leiva, J. C., Mora-Esquivel, R., & Hernández-Ramírez, M. (2022). La orientación emprendedora para la innovación en las pymes: importante pero no suficiente. *Emprendimiento Y Negocios Internacionales*, (7.1 (2022)), 17–21.
<https://doi.org/10.20420/eni.2022.542>
- Lichtenthaler, U., & Lichtenthaler, E. (2009). A capability-based framework for

- open innovation: Complementing absorptive capacity. *Journal of Management Studies*, 46(8), 1315–1338. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00854.x>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- McGrath, R. G., Tsai, M. H., Venkataraman, S., & MacMillan, I. C. (1996). Innovation, competitive advantage and rent: a model and test. *Management Science*, 42(3), 389-403. <https://doi.org/10.1287/mnsc.42.3.389>
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2019). Política Nacional de Competitividad y Productividad. Consejo Nacional de Competitividad y Formalización. https://www.mef.gob.pe/contenidos/competitividad/POLITICA_NACIONAL_DE_COMPETITIVIDAD_Y_PRODUCTIVIDAD.pdf
- Ministerio de la Producción. (2023). Guía metodológica: Programa de Innovación Abierta Empresarial (1.ª ed.). Dirección General de Innovación, Tecnología, Digitalización y Formalización. <https://www.gob.pe/produce> Ministerio de la Producción (2023), Perú Produce. <https://cambioclimatico.proinnovate.gob.pe/concurso/innovacion-abierta/>
- Monroy, C. R., Terán, A., & Peluso, N. B. (2011). La innovación abierta como elemento de análisis en las pequeñas y medianas industrias. caso sector metalmecánico. *Review of Administration and Innovation - RAI*, 8(2). <https://doi.org/10.5773/rai.v8i2.595>
- Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudiarso, A., & Jeong, B. G. (2019). Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation. *The Bottom Line*, 32(1), 2-15. <https://doi.org/10.1108/bl-10-2018-0045>
- Produce (2024). Ministerio de la Producción-Perú cuenta con más de 3.27 millones de emprendedores liderando una empresa. (s/f). Gob.pe. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/938527-produce-peru-cuenta-con-mas-de-3-27-millones-de-emprendedores-liderando-una-empresa>

- ProInnovate (2025). Concurso Innovación Abierta 2025. Gob.pe. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/proinnovate/campa%C3%B1as/89140-concurso-innovacion-abierta-2025>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787.
- Romero, R. D. E., Castellanos, T. F. S., Ruano-Arcos, L., Sánchez-Álvarez, J., & Ordóñez-Tovar, I. D. (2022). Ventaja competitiva de las pymes hortofrutícolas en Colombia: el rol de la innovación abierta y la orientación emprendedora. *Revista De Investigación, Desarrollo E Innovación*, 12(2), 171-184. <https://doi.org/10.19053/20278306.v12.n2.2022.15256>
- Ruano-Arcos, L., Castellanos, T. F. S., & Romero, R. D. E. (2023). La ruta de la innovación abierta que promueve el desempeño y la ventaja competitiva de las mipymes hortofrutícolas. *Contaduría Y Administración*, 69(4). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2024.5128>
- Sánchez, J. d. A., Musiello-Neto, E., Lima-Rúa, O., & Arias-Oliva, M. (2023). Influencia de la innovación abierta, la flexibilidad estratégica y la gestión de riesgos corporativos en la ventaja competitiva. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*. <https://doi.org/10.46661/rev.metodoscuant.econ.empresa.7340>
- Saura, J. R., Palacios-Marqués, D., & Ribeiro-Soriano, D. (2022). How SMEs use data sciences in their online marketing strategies: A qualitative analysis. *Journal of Small Business Management*, 60(4), 897-924.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319 – 1350. <https://doi.org/10.1002/smj.640>
- Wales, W. J., Covin, J. G., & Monsen, E. (2021). Entrepreneurial orientation: An entrepreneurial cognition perspective. *Strategic Entrepreneurship Journal*,

15(1), 31-55. doi: 10.1002/sej.1364

Zhang, Y., Zhao, W., & Begley, T. M. (2020). Entrepreneurial orientation, open innovation dynamics, and firm performance: Evidence from Chinese firms. *Asia Pacific Journal of Management*, 37(4), 1141-1167.

