

## Innovación y Resiliencia Empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19

Innovation and Business Resilience in the tourism sector of Rímac in the context of the COVID 19 pandemic

Inovação e Resiliência Empresarial no setor de turismo da Rímac no contexto da pandemia de COVID 19

 **Bertha Miranda Guevara**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle

 **Gualberto Hurtado Ramos**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle

 **Quintter Salas Pittman**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle

 **Elizabeth Segovia Aranibar**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle

 **Lucia Panta Sifuentes**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle

 **Rossy Chocollo Sandra Crispín**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle

### RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19, para alcanzar este objetivo se aplicó la metodología de enfoque cualitativo, de método inductivo, diseño fenomenológico, cuya población estuvo conformada por 24 empresarios gastronómicos del Rímac y una muestra de 10 empresarios, como técnica se utilizó la entrevista y como instrumento una guía de preguntas semiestructurada. La investigación concluye que se puede verificar que existe una relación de asociación entre las subcategorías proceso y organizativa, debido a que las empresas se organizaban para cumplir con todos los protocolos de bioseguridad, así como en la innovación en los servicios dando como resultado un producto final, que mantiene una relación de causalidad con las subcategorías mencionadas. Además, se aprecia una relación causal provocada por la subcategoría conocimiento hacia la gestión de riesgo que produce la pandemia por Covid 19 hacia el sector turístico y se evidencia una relación de contradicción entre la subcategoría gobernanza hacia la gestión de riesgo, esto se debe a que la Municipalidad del Rímac poco o nada intervino hacia el apoyo de estas empresas incrementando el riesgo de que cierren.

### ABSTRACT

The objective of this research work was to analyze innovation and business resilience in the tourism sector of Rímac in the context of the COVID 19 pandemic, to achieve this objective the methodology of qualitative approach, inductive method, phenomenological design, whose The population was made up of 24 gastronomic entrepreneurs from Rímac and a sample of 10 entrepreneurs, the interview was used as a technique and a semi-structured question guide was used as an instrument. The research concludes that it can be verified that there is an association relationship between the process and organizational subcategories, because the companies were organized to comply with all biosafety protocols, as well as in service innovation, resulting in a final product. , which maintains a causal relationship with the aforementioned subcategories. In addition, there is a causal relationship caused by the knowledge subcategory towards the risk management produced by the Covid 19 pandemic towards the tourism sector and a contradictory relationship between the governance subcategory towards risk management, this is due to the fact that the Municipality of Rímac intervened little or nothing to support these companies, increasing the risk that they would close.

### RESUMO

O objetivo deste trabalho de pesquisa foi analisar a inovação e a resiliência empresarial no setor de turismo da Rímac no contexto da pandemia de COVID 19, para atingir esse objetivo a metodologia de abordagem qualitativa, método indutivo, design fenomenológico, cuja A população foi composta de 24 empresários gastronômicos da Rímac e uma amostra de 10 empresários, a entrevista foi utilizada como técnica e um roteiro de perguntas semiestruturadas foi utilizado como instrumento. A pesquisa conclui que pode-se verificar que existe uma relação de associação entre o processo e as subcategorias organizacionais, pois as empresas foram organizadas para cumprir todos os protocolos de biossegurança, bem como na inovação do serviço, resultando em um produto final. relação causal com as subcategorias supracitadas. Além disso, aprecia-se uma relação de causalidade causada pela subcategoría de conhecimento para a gestão de risco produzida pela pandemia de Covid 19 para o setor de turismo, e evidencia-se uma relação contraditória entre a subcategoría de governança para gestão de risco, isso se deve ao fato de que a Município de Rímac pouco ou nada interveio para apoiar essas empresas, aumentando o risco de fechamento.

**Palabras clave:** Innovación, resiliencia empresarial, empresas gastronómicas y empresarios.

**Keywords:** Innovation, business resilience, gastronomic companies and entrepreneurs.

**Palavras-chave:** Inovação, resiliência empresarial, empresas gastronômicas e empresas.

Publicado: 16/09/2022

Aceptado: 29/08/2022

Recibido: 28/07/2022

Open Access

Scientific article

## INTRODUCCIÓN

La innovación es una particularidad de la sociedad humana, por encontrarnos en un entorno en el que prima el conocimiento, que promueve la creación de novedosas ideas que aseguran el éxito de las empresas. Hoy en día, la innovación ha tenido una gran acogida por todos aquellos empresarios que se encuentran vinculados a la actividad turística, constituyéndose en un pilar importante para su desarrollo y competitividad. Drucker hace más de 20 años señalaba que la innovación se constituye como una herramienta estratégica para los empresarios y, un medio por el cual son aprovechados los cambios como una oportunidad de mejorar (Fernández, 2005) a través de un proceso innovador, cuya base es el desarrollo constante de conocimientos (métodos, ideas, técnicas) y la combinación creativa que se dé entre los ya existentes (Camelo et al., 2000).

La innovación comprende dos aspectos fundamentales: la propuesta de una invención y la forma de comercializar positivamente dicha invención (Jordán, 2011). El proceso innovador se constituye como un punto de partida para todas las empresas que se encuentran rodeadas de situaciones vulnerables que pueden favorecer o dificultar la capacidad de innovar, siendo necesario gestionarla de forma eficiente (Sánchez et al., 2016), con una visión enfocada al cliente y a las necesidades de su entorno, y es el líder de la empresa quien deberá apuntalar a buscar nuevas ideas para mejorar el producto o servicio. Berastain (2009) determina dos clases de innovación: 1) innovación tecnológica, aquella que usa con intensidad la tecnología; 2) innovación no tecnológica, aquella que no basa sus actividades en la tecnología. Para el turismo, la innovación constituye un instrumento práctico para el demandante y ofertante, por tanto, requiere de planificación y capacitación del personal, que asegure el uso de la tecnología en la comunicación, transacción y operación turística, de tal forma que cualquier negocio en turismo se apoye en la innovación tecnológica y no tecnológica.

La actividad turística hasta el año 2019 presentaba cifras importantes de crecimiento y el Perú no era ajeno a esos buenos resultados que, aunado a los reconocimientos internacionales como mejor destino cultural y mejor destino culinario, nos ponía en vitrina ante los ojos de miles de turistas que se mostraban interesados en conocer nuestro país. Sin embargo, en el primer trimestre del 2020, las fronteras de algunos países empezaron a cerrarse por el brote de un nuevo coronavirus, cerrándose las fronteras de nuestro país el 16 de marzo del 2020 y restringiendo el tránsito para actividades que no estén consideradas como esenciales. Esto significaba que aquellos porcentajes positivos en turismo previsto para el año 2021 se esfumarán, dejando a ciudades enteras en el Perú y el

Mundo que viven del turismo sin ingresos económicos y próximos a la debacle, tornándose un escenario bastante difícil para el sector turismo por el cierre de destinos turísticos, cierre de fronteras y estrepitosa caída del flujo turístico internacional.

El turismo, dado a sus características es un sector muy sensible a la crisis política, social, económica, sanitaria, desastres humanos y naturales, sin embargo, el turismo también ha demostrado resiliencia en anteriores situaciones críticas. Estas situaciones difíciles han dado lugar a generar investigación sobre el riesgo y la capacidad de sobreponerse. Rodríguez et al. (2014) indican que las amenazas en un contexto dado afectan de manera hostil la capacidad organizativa para cumplir con éxito los objetivos empresariales.

El concepto de resiliencia fue esbozado por primera vez en el ámbito de la ingeniería, definiéndola como aquella particularidad asociada a la velocidad y capacidad de recuperación al eliminarse un factor de estrés, se enfoca en la reacción de los sistemas frente al cambio, la preparación de las localidades para afrontar los impactos de manera sostenible (Proaño et al., 2018). Asimismo, algunos investigadores lo vinculan también a las ciencias humanas. Desde la percepción de la psicología positiva desarrollada por Martin Seligman, la resiliencia es la capacidad que posee el ser humano para resistir y rehacerse frente a los embates de la vida. La aplicación del concepto de resiliencia en el sector turismo implica la evaluación de la resistencia que tiene un determinado espacio geográfico sobre situaciones de adversidad, riesgo, amenaza y vulnerabilidad. El sector turístico dada a su característica experiencial, involucra la participación de varios proveedores, quienes deben afrontar diferentes problemas de desintegración y control (Henderson, 2007). Esta característica implica incrementar la vulnerabilidad del sector, que perjudica a la cadena de suministro de turismo.

La UNESCO considera que, ante un hecho adverso, la resistencia y la resiliencia constituyen factores que favorecen a la mitigación de los impactos negativos que se generan por la presión en los destinos turísticos (Pedersen, 2005). En ese sentido, el turismo exige desarrollar y poner en práctica instrumentos como herramienta de planificación que ayuden a prevenir los riesgos, control y gestión urbana, a fin de promover destinos turísticos resilientes. La pandemia condujo al cierre de alrededor de 50,000 empresas, en su mayoría fueron las micro y pequeñas empresas, afectando a todos los destinos turísticos del país, incluyendo el distrito del Rímac. Dada las circunstancias, la investigación buscó analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19.

**MATERIALES Y MÉTODOS**

El presente estudio se enmarca en un enfoque cualitativo, de método inductivo, diseño fenomenológico, cuya población estuvo conformada por 24 empresarios gastronómicos del Rímac y una muestra de 10 empresarios. La técnica utilizada para la recopilación de datos fue la entrevista y como

instrumento una guía de preguntas semiestructurada relacionados a la variable innovación y resiliencia, la misma que fue validado por expertos. Como técnica de análisis de datos se utilizó la triangulación de los resultados para así lograr una aproximación más cercana a los objetivos propuestos, en base al análisis de los resultados con las teorías y antecedentes del objeto de estudio.

**RESULTADOS**

**Tabla 1**

*Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo general*

Objetivo	Pregunta	Interpretación de respuestas
<b>O.G:</b> Analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?	<p><b>Innovación:</b> La innovación se desarrolla según las subcategorías y estas son: el producto ofrecido, el proceso llevado durante la pandemia por COVID 19 y la organizativa, dentro de la innovación de productos la mayoría coincide en ampliar la carta de menú para lograr un mayor alcance de clientes, con respecto al proceso destaca que se haya implementado el servicio de delivery en la mayoría de empresas del sector turístico y finalmente si se habla de la subcategoría organizativa hablamos de un conjunto de protocolos impuestos por el estado de bioseguridad para evitar la propagación de la COVID 19 en el distrito del Rímac.</p> <p><b>Resiliencia:</b> La resiliencia se desarrolla según las subcategorías gobernanza, conocimiento y gestión de riesgo, dentro de la gobernanza hubo poco apoyo por parte de la Municipalidad del Rímac para afrontar la pandemia por COVID 19 así como poca información sobre la enfermedad y los riesgos que está implica al llevarse a cabo en empresas en donde se solía atender con mucha gente.</p>

*Nota:* Elaboración propia.

**Figura 1**

*Nube de palabras de las categorías innovación y resiliencia*



*Nota:* Elaboración propia.

Se aprecia en la figura 1 que la palabra con mayor empleo en las entrevistas realizadas es pandemia sumada de covid, contexto, turístico, innovación y resiliencia que coincide con el tema tratado en la

presente investigación ya que se analiza bajo los criterios de los entrevistados el contexto del sector turístico durante la pandemia por covid en las categorías de innovación y resiliencia.

**Figura 2**

*Red hermenéutica con respecto a la categoría innovación*



*Nota:* Elaboración propia.

Con respecto a las figuras 2 y 3, son resultado de la aplicación del software para investigaciones cualitativas Atlas. Ti en dónde se relacionan las categorías en relación Producto-Proceso-Organizativa y relación Conocimiento-Gestión de riesgo-Gobernanza.

**Relación Producto-Proceso-Organizativa**

Se puede verificar que existe una relación de asociación entre las subcategorías proceso y

organizativa, esto es debido a que bajo criterio de los encuestados coinciden en que mientras las empresas se organizaban para cumplir con todos los protocolos de bioseguridad así como la innovación en los servicios que no solían estar acostumbrados son prácticamente procesos que se llevan a cabo y que ambos dan como resultado un producto final ya sea servicio o algo tangible que mantiene una relación de causalidad con ambas subcategorías mencionadas.

**Figura 3**

*Red hermenéutica con respecto a la categoría resiliencia*



*Nota:* Elaboración propia.

**Relación Conocimiento-Gestión de riesgo-Gobernanza**

Mediante los resultados obtenidos, en la figura 3 apreciamos la relación causal provocada por la subcategoría conocimiento hacia la gestión de riesgo, esto debido a que los entrevistados tienen conocimiento de los riesgos que produce la pandemia por Covid 19 hacia el sector turístico que puede

provocar el cierre total de su local, a pesar de las adversidades es gracias al conocimiento que pudieron subsistir. Por otro lado, encontramos una relación de contradicción o carencia por parte de la subcategoría gobernanza hacia la gestión de riesgo, esto se debe a que la Municipalidad del Rímac poco o nada intervino hacia el apoyo de estas empresas incrementando el riesgo de que cierren.

**Tabla 2**

*Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 1*

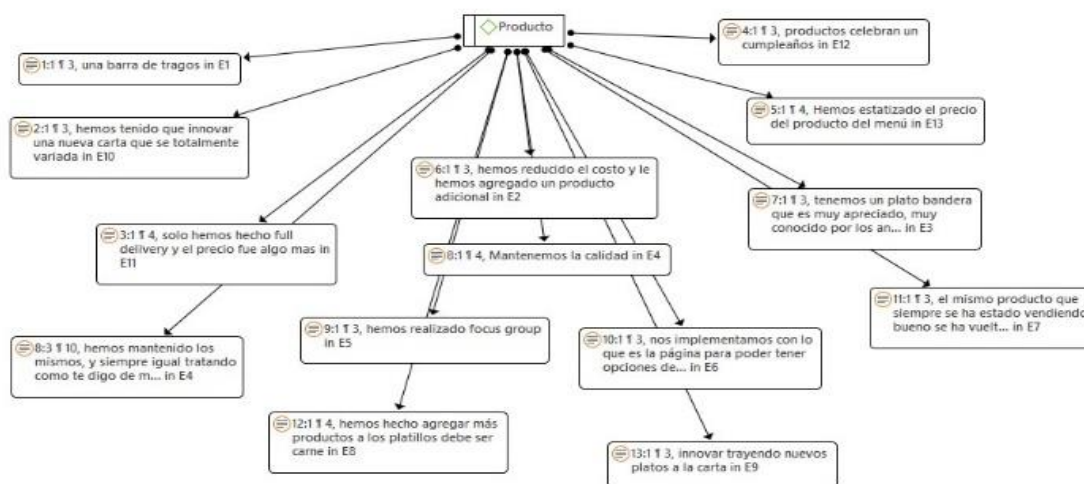
Objetivo	Pregunta	Respuestas
<b>O.E 1:</b> Describir la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	<b>P1:</b> ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?	E6: Durante la pandemia hemos tratado de implementar, aumentar mucho más lo que son ahora que todos manejan las redes sociales, poder generar páginas, para poder estar en vigencia, ya que por la pandemia hubo muchos problemas con los locales, para las comidas presenciales, nos implementamos con lo que es la página para poder tener opciones de vía delivery, contactos con el cliente, una línea WhatsApp en el cual nos puedan escribir para que nos puedan implementar sus pedidos y nos puedan escribir, llamar, video llamadas o mensajes para poder brindarle el delivery de los pedidos que podamos tener, más que nada ello, ya que la pandemia nos quitó un poco el beneficio de las visitas presencial, ya no es la misma cantidad de la gente que nos podía visitar, tratamos de implementar las redes sociales y los delivery para no perder nuestra vigencia.

**Análisis del total de las respuestas:** En este contexto, las entrevistadas resaltan.

Nota: Elaboración propia.

**Figura 4**

*Red hermenéutica de la subcategoría producto*



Nota: Elaboración propia.

De acuerdo a las respuestas de los entrevistados en relación a la innovación en el producto, los empresarios durante la pandemia han tratado de

implementar y aumentar el uso de las herramientas digitales como redes sociales, página web, entre otros para mantenerse vigentes.

**Tabla 5**

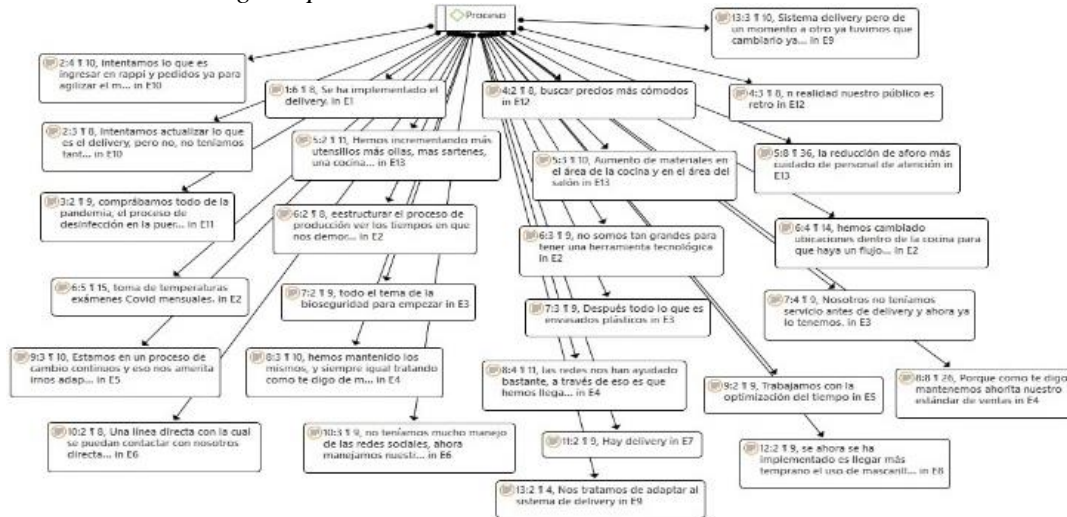
*Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 2*

Objetivo	Pregunta	Respuestas
<b>O.E 2:</b> Describir la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	<b>P2:</b> ¿Qué mecanismos ha implementación para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19?  ¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?	E4: a. Bueno, todo el tema de la bioseguridad para empezar, desde la cocina siempre, siempre hay estándares de bioseguridad en cocina, en comedor también, pero ahora con más, con más vamos a decir, con más detalle por el tema este del COVID. Nosotros somos un restaurante que hasta la fecha no atendemos en comedor, todavía estamos atendiendo para llevar, solo para llevar y por el servicio de delivery. Después todo lo que es envasados plásticos, ¿no?, táper, todo lo que este tema hemos usado guantes, mascarilla. Siempre hemos sacado el tema de los gorros para el cabello, las mallas de todo nuestro cabello. La limpieza es más continua, hacemos limpieza con más frecuencia, desinfección, todo, o sea, todo el tema de la seguridad la hemos implementado, la estamos haciendo más, más y más frecuentes. Nosotros no teníamos servicio antes de delivery y ahora ya lo tenemos. No, porque ya el sistema, el COVID ya a cambiado el mundo y no nos obliga a poder cambiar, también nosotros, adaptamos.

**Análisis del total de las respuestas:** En este contexto, las entrevistadas resaltan

Nota: Elaboración propia.

**Figura 4**  
Red hermenéutica de la subcategoría proceso



Nota: Elaboración propia.

De acuerdo a las respuestas de los entrevistados en relación a la innovación en el proceso, los empresarios durante la pandemia han implementado medidas extremas de bioseguridad para la comercialización

exigidos por la autoridad competente de salud, viéndose en la necesidad de proveer los equipos de protección personal y de bioseguridad a cada uno de sus trabajadores.

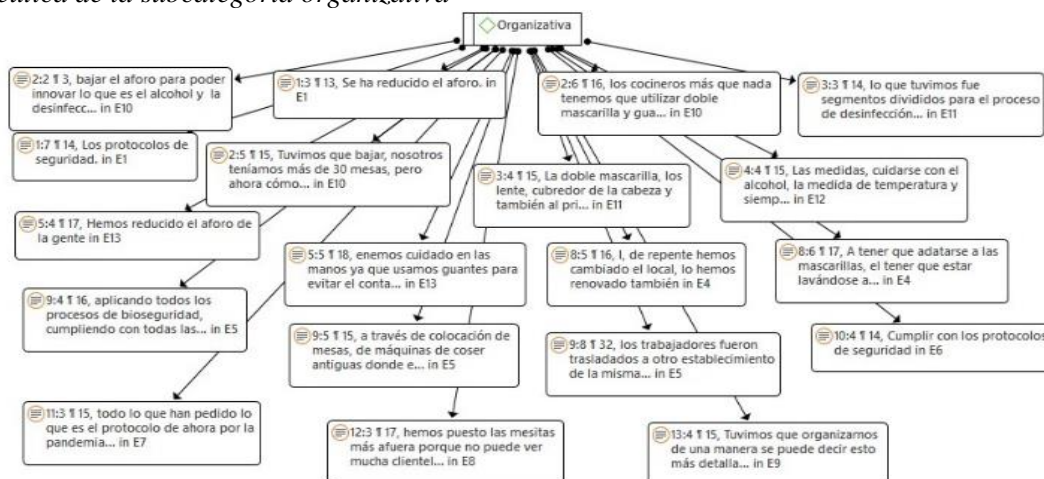
**Tabla 6**  
Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 3

Objetivo	Pregunta	Respuestas
<b>O.E 3: Describir la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19</b>	<p>P3: ¿Qué cambios han realizado en la infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>	<p>E10: a) Tuvimos que bajar, nosotros teníamos más de 30 mesas, pero ahora cómo puedes observar quedan solamente 15 mesas y tenemos que bajar el aforo para que haya más comodidad y más seguridad del cliente al ingresar al local.</p> <p>b) En el contexto de la pandemia nosotros ahora, este los cocineros más que nada tenemos que utilizar doble mascarilla y guantes al momento de la preparación y elaboración de los alimentos, en lo que es nuestro personal que se puede decir azafatas o mozos ellos utilizan el mecanismo del alcohol y la desinfección, claro en este momento no tenemos el termómetro, por motivos de reparar el termómetro digital, pero también se mide la temperatura al ingreso a local para poder estar más seguros por la pandemia.</p>

**Análisis del total de las respuestas: En este contexto, las entrevistadas resaltan**

Nota: Elaboración propia.

**Figura 5**  
Red hermenéutica de la subcategoría organizativa



Nota: Elaboración propia.



De acuerdo a las respuestas de los entrevistados en relación a la innovación en la capacidad organizativa, los empresarios durante la pandemia, mejoraron su capacidad organizativa dentro de las empresas, los ha llevado a reorganizarse en el aforo dando cumplimiento de la normativa legal vigente a fin de generar comodidad y seguridad en el cliente al momento de dirigirse al local.

## DISCUSIÓN

### *Sobre Innovación*

La innovación representa la capacidad de desarrollar productos que se adapten a un entorno cambiante, según los datos obtenidos, se evidenció que la pandemia fue una oportunidad para la innovación de los productos. Los empresarios implementaron herramientas digitales como redes sociales, página web que ofrecían opciones de delivery y uso de whatsapp business, que facilitaron la comercialización de sus productos, transformando su negocio presencial en un negocio virtual a fin de no perder participación en el mercado. TravelBiz Monitor (2020), quienes manifiestan que la pandemia ha generado diversas ventanas de innovación y cambios para seguir generando ingresos en las empresas turísticas de diferentes países, haciendo hincapié en la digitalización como una herramienta estratégica de difusión y promoción en los negocios.

Asimismo, las medidas extremas de bioseguridad fueron la innovación en el proceso de comercialización exigidos por la autoridad competente de salud, los empresarios se vieron en la necesidad de proveer los equipos de protección personal y de bioseguridad a cada uno de sus trabajadores, así como la implementación de los descartables para mantener hermética la comida del exterior, el contexto de pandemia en el que vivimos ha obligado al sector turístico a repensar en estrategias para la reactivación económica, a fin de reducir los contagios en contextos de masificación social, orientando el nicho de mercado hacia lugares menos congestionados, sobre todo para mantener el empleo y la mano de obra de las personas.

Finalmente, la capacidad organizativa que se ha generado dentro de las empresas, las ha llevado a reorganizarse en el aforo, dando cumplimiento de la normativa legal vigente a fin de generar comodidad y seguridad en el cliente al momento de dirigirse al local y también la organización en las medidas de bioseguridad. Ante ello, la innovación requiere de la búsqueda de adaptación a las necesidades de las personas, que producirá ventajas competitivas al

momento de comercializar estos bienes, buscando la mejora continua.

### *Sobre Resiliencia*

De acuerdo a los resultados obtenidos el contexto de la pandemia COVID 19 significó un gran reto para todas las empresas de servicios turísticos, que en la mayoría de los casos tuvieron que cerrar temporalmente sus establecimientos y reaprender nuevas formas de venta para lograr que sus productos lleguen a los consumidores. Como lo menciona Rodríguez et al. (2014), indican que las amenazas en un contexto dado afectan de manera hostil la capacidad organizativa para cumplir con éxito los objetivos empresariales. En ese sentido, toda organización debe realizar una adecuada planificación frente a los riesgos y establecer acciones de prevención para minimizar los cambios y estar mejor adaptados para dar una respuesta eficiente.

Por lo tanto, la resiliencia dentro de la organización es un factor determinante para hacerle frente a un mundo cambiante y dinámico. Lo que exige a las empresas hacer frente a los cambios de forma eficiente. De acuerdo a TravelBiz Monitor (2020) la digitalización es una herramienta estratégica de difusión y promoción para una empresa. Durante la pandemia COVID 19 todas las empresas han adoptado el uso de herramientas digitales para la venta de sus productos, así como para la promoción y establecer un medio de comunicación digital con sus clientes.

La resiliencia propia de los destinos estará presente mientras se establezcan medidas de prevención con estrategias adaptativas al cambio para una capacidad de respuesta rápida que contribuya a la recuperación del sistema (Huitraleo, et al. 2019, p.72). Por lo tanto, desarrollar una adecuada planificación de las acciones permitirá una mejor preparación para adaptarse a los cambios y toda la dinámica del mercado turístico.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Berastain, L. (2009). Aprender a innovar en una pyme. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- [2] Camelo, C., Martín, F., Romero, P., & Valle, R. (2000). Relación entre el tipo y el grado de innovación y el rendimiento de la empresa. *Economía industrial*(333), 149-160.
- [3] Fernández, A. (2005). Creatividad e innovación en empresas y organizaciones. Madrid: Díaz de Santos, S.A.

- [4] Henderson, J. (2007). *Tourism Crises: Causes, Consequences and Management*. USA: Butterworth-Heinemann is an imprint of Elsevier.
- [5] Huitrales, O., Calisto, L., Mansilla, M., & Gutierrez, C. (2019). Factores de resiliencia ante vulnerabilidad en destino y empresas turísticas: adaptación del Método Delphi como instrumento de validación. *Revista de Estudios Latinoamericanos sobre Reducción del Riesgo de Desastres (REDER)*, 3(3), 69-84.
- [6] Jordán, J. (2011). La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing. *Perspectivas* (27), 47-71. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231004.pdf>
- [7] Pedersen, A. (2005). *Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial*. Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO.
- [8] Proaño, W., Ramírez, J., & Pérez, I. (2018). Resiliencia del turismo ante fenómenos naturales. Comparación de casos de Cuba y Ecuador. *COODES*, 6(2), 225-240. Obtenido de <http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/articulo/view/195>
- [9] Rodríguez, D., Fraiz, J., & Álvarez, J. (2014). Experiencias de crisis por desastres en los negocios turísticos: ni se aprende, ni se prepara. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 50-56. Obtenido de <http://www.scielo.mec.pt/pdf/tms/v10n2/v10n2a07.pdf>
- [10] Sánchez, M., Cervantes, V., & Peralta, P. (abril-junio de 2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medias empresas de Barranquilla-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, XXII(2), 78-91.