

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1458>

Innovación y competitividad en tiempos de inflación: desafíos y estrategias en la pequeña y mediana empresa

**Innovation and Competitiveness in Times of Inflation: Challenges and
Strategies in Small and Medium-Sized Enterprises**

Luis Mauricio Juárez Sánchez

mauricio.juarez@uaq.mx

<https://orcid.org/0000-0002-4853-3477>

Universidad Autónoma de Querétaro

Querétaro – México

Artículo recibido: 27 de noviembre de 2023. Aceptado para publicación: 11 de diciembre de 2023.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

La relación entre la inflación y la competitividad es un tema de gran relevancia en la economía actual, especialmente en contextos de alta inflación. En este artículo, se explora cómo la inflación afecta la innovación y la competitividad de las empresas, y cómo las estrategias empresariales pueden mitigar estos efectos negativos. Examina la relación entre innovación, competitividad e inflación, centrándose en los desafíos y oportunidades que enfrentan las empresas en tiempos de inflación. Basándose en investigaciones empíricas y marcos teóricos, el artículo proporciona información sobre cómo las empresas buscan mantener sus capacidades innovadoras y su competitividad en entornos inflacionarios. Los hallazgos sugieren que, si bien la inflación plantea desafíos importantes, las empresas consiguen aprovechar ciertas estrategias para adaptarse y prosperar en estas condiciones.

Palabras clave: inflación, competitividad, estrategia empresarial, crecimiento, pyme

Abstract

The relationship between inflation and competitiveness is an issue of great relevance in today's economy, especially in high inflation contexts. This article explores how inflation affects the innovation and competitiveness of companies, and how business strategies can mitigate these negative effects. Examines the relationship between innovation, competitiveness and inflation, focusing on the challenges and opportunities that companies face in times of inflation. Based on empirical research and theoretical frameworks, the article provides insights about how companies can maintain their innovative capabilities and competitiveness in inflationary environments.

Keywords: inflation, competitiveness, business strategy, growth, smes

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .



Como citar: Juárez Sánchez, L. M. (2023). Innovación y competitividad en tiempos de inflación: desafíos y estrategias en la pequeña y mediana empresa. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 4(6), 504 – 514. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1458>

INTRODUCCIÓN

La inflación, es un fenómeno económico que puede tener un impacto significativo en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en todo el mundo. En este contexto, la capacidad de innovación y la competitividad se convierten en factores críticos para la supervivencia y el crecimiento de las PYMES en un entorno inflacionario.

El aumento sostenido y generalizado de los precios de los bienes y servicios, es un fenómeno que ha estado presente en la economía a lo largo de la historia. La inflación presenta un signo de una economía en crecimiento, entender detalladamente cómo la inflación moderada afecta el desarrollo económico en México es esencial para la estructuración de la política monetaria. Para Acevedo (2006), los modelos teóricos de oferta y demanda agregada son consistentes con la idea de que la inflación y el desarrollo económico tiende a progresar conjuntamente. Dentro de este marco conceptual, se genera un exceso de demanda. Este incremento, a su vez, suele provocar un aumento en el nivel general de precios. Paralelamente, este fenómeno también induce un crecimiento en la oferta agregada de bienes y servicios que la economía produce. En este contexto, es crucial comprender que la masa monetaria no solo influye en el comportamiento de los precios, sino también tiene un impacto directo en la cantidad de bienes y servicios disponibles en el mercado (p. 203). La inflación alta o hiperinflación puede tener efectos perjudiciales en todos los aspectos de una economía. Uno de los aspectos más preocupantes es su impacto en la innovación y la competitividad de las empresas.

La innovación es un motor fundamental del crecimiento económico y la competitividad empresarial. Las empresas innovadoras ganan mercado, mejoran la calidad de sus productos y servicios, así como un reductor de los costos de producción. Sin embargo, la inflación merma la capacidad de las empresas para innovar y competir de manera efectiva (Jordán, 2011, p. 51).

METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló de manera documental. El estudio de documentos incluye el estudio de documentos creados durante la investigación científica, así como de información existente en recursos digitales e impresos considerados como fuentes tradicionales documentales (Chong de la Cruz, 2007, p. 181). La investigación exploratoria busca obtener una comprensión profunda de un tema o fenómeno poco estudiado, en este caso, la capacidad de innovación y competitividad de las pequeñas y medianas empresas y el papel de las políticas gubernamentales en este proceso.

El objetivo de esta investigación es identificar y analizar cómo mejorar la capacidad de innovación y competitividad en un entorno de inflación, y evaluar el papel de las políticas gubernamentales en este proceso.

En la literatura actual, se ha demostrado que las PYMES son cruciales para el crecimiento económico y la creación de empleo en los países en desarrollo. Según datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), las PYMES representan más del 95% de todas las empresas en los países en desarrollo y son responsables de hasta el 60% del empleo total (OCDE, 2019). Además, se ha demostrado que las PYMES son un motor clave para la innovación y la competitividad en los países desarrollados y en desarrollo (Chen, 2014; Gnyawali, 2009).

Sin embargo, a menudo las PYMES enfrentan desafíos únicos en términos de capacidad de innovación y competitividad. En particular, las PYMES en países en desarrollo como México enfrentan una serie de barreras, como limitaciones de recursos financieros y humanos, falta de acceso a tecnologías, falta de capacitación y limitaciones de mercado (Adams et al., 2016). Además, en entorno de inflación estas barreras pueden ser exacerbadas debido a la volatilidad del mercado y la depreciación de la moneda.

Para superar estos desafíos, se han demostrado que la capacidad de innovación y competitividad es fundamental (Khalique et al., 2020). La capacidad de innovación permite a las PYMES desarrollar nuevos productos, procesos y servicios, lo que les proporciona una ventaja competitiva en el mercado. Es así, como éstas también incrementan su capacidad de competitividad a través de la implementación de estrategias que le permiten mejorar su eficiencia operacional logrando con esto una mejor gestión y desarrollo del talento humano (Ahmed et al., 2018).

El papel del gobierno en el apoyo a las PYMES en el desarrollo de su capacidad de innovación y competitividad también es crucial. El gobierno proporciona una serie de políticas y programas adecuados para ayudar a superar las barreras enfrentadas por las PYMES (Neilson, 2019). Por ejemplo, políticas y programas que fortalezcan la educación empresarial, la infraestructura y el acceso a mercados nacionales e internacionales proporcionan un entorno adecuado para el crecimiento y desarrollo de PYMES (Ekerete, 2020).

Además, los gobiernos también brindan opciones de financiamiento más accesibles y específicas para las PYMES, al reducir cargas tributarias, fomentar la innovación a través de incentivos y programas de investigación y desarrollo que ayuden a garantizar el acceso a un entorno legal y regulatorio favorable.

Por tanto, en esta investigación se busca explicar la importancia de la innovación y competitividad en las PYMES; es por ello que estos elementos clave deben mantenerse vigentes en el mercado actual, frente a la gran competencia de las empresas matrices y la nueva entrada constante de nuevos competidores. Se intenta explicar cómo estos elementos se relacionan y la importancia de la misma.

Factores internos de la empresa: hacen referencia a aquellos activos y capacidades con las que cuenta una pyme, los cuales pueden generar procesos de innovación y por ende aumentar su competitividad. Algunos de estos factores son: recursos financieros, tecnológicos, humanos, capacidades de gestión, cultura organizacional, entre otros (Demuner-Flores, Delgado-Cruz, & Vargas-Martínez, 2022).

Innovación: procesos, prácticas y resultados a través de los cuales la empresa genera e implementa ideas novedosas vinculadas a nuevos productos, procesos, métodos de organización y mercados. La innovación puede darse en productos, procesos, marketing y organizacional (Crossan, 2010).

Competitividad: capacidad de una empresa para generar ventajas comparativas sobre sus competidores, mantener cuota de mercado y rentabilidad a lo largo del tiempo a través de la calidad, precio y diferenciación. Se logra mediante la calidad, economías de escala, focalización, diferenciación, especialización (Valera, 2013).

Los factores internos de una PYME generan condiciones y capacidades necesarias para llevar a cabo procesos de innovación. Estos procesos se traducen en innovaciones de producto, proceso, organización o mercado que permiten a la empresa aumentar su competitividad a través de la calidad, diferenciación, focalización entre otros factores, finalmente elevar la competitividad trae consigo mayores cuotas de mercado y rentabilidad para la PYME a largo plazo. Por lo que la combinación adecuada de factores internos, procesos de innovación y resultados en competitividad, permite mantenerla vigente frente a otros actores del mercado. La innovación se presenta como un elemento catalizador entre capacidades, procesos y resultados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Inflación y su impacto en las PYMES

Gutiérrez & Zurita (2006) refieren a la inflación, como al aumento sostenido y generalizado de los precios de bienes y servicios en una economía (p. 81). Esto puede afectar negativamente a las pymes, ya que aumenta los costos operativos, disminuye el poder adquisitivo de los consumidores y puede

llevar a una menor demanda de productos y servicios. Según Mishkin (2016), la inflación puede deteriorar los márgenes de beneficio y crear incertidumbre económica, lo que hace que la gestión de las pymes sea más desafiante.

Indudablemente, las pymes no se escapan de las repercusiones adversas de la inflación. El aumento de los costos de los insumos y las materias primas se traduce directamente en un incremento de los gastos de producción, lo que a su vez reduce los márgenes de beneficio y debilita su capacidad para competir en el mercado; la inflación tiene un impacto directo en la demanda de los productos y servicios que ofrecen éstas. Cuando los precios aumentan, los consumidores pueden disponer de menos recursos para gastar y podrían optar por alternativas más económicas ofrecidas por sus competidores, este efecto es perjudicial en la incertidumbre económica que genera, ya que las pymes pueden tener dificultades para planificar y anticipar sus ganancias a largo plazo, lo que le desmotiva a la hora de invertir en nuevos proyectos o expandirse (Covalto, 2023).

Para Gutiérrez & Zurita (2006), las presiones inflacionarias se originan a raíz de la inflación misma. Estas incluyen distorsiones en el sistema de precios, una orientación ineficiente de la inversión hacia actividades como el sector financiero en lugar de la producción de bienes y servicios esenciales, los impactos de la regulación de precios y la alteración de las perspectivas económicas, lo que provoca un aumento en el consumo actual en detrimento de la inversión. (p.85)

La inflación dificulta la planificación financiera a largo plazo de las pymes. La incertidumbre sobre los precios futuros hace que sea más difícil estimar los costos y los márgenes de beneficio. Esto puede llevar a decisiones financieras erráticas o la disminución de la inversión de crecimiento. Los precios de diversos productos y servicios almacenan datos necesarios para tomar decisiones adecuadas; por lo tanto, una inflación alta y fluctuante distorsiona la información que los precios proporcionan y puede llevar a que tantas familias como empresas tomen decisiones erróneas.

Uno de los sectores que se ve fuertemente impactado por una inflación alta es el sector financiero, el cual tiene como función principal asignar recursos de los ahorradores a las oportunidades más lucrativas dentro de la economía. En situaciones de alta inflación y volatilidad, el rendimiento de los instrumentos de ahorro puede no ser suficiente para compensar el aumento de los precios, lo que lleva a que los actores económicos prefieren destinar sus recursos a otros propósitos, como la compra de bienes duraderos o propiedades, o incluso a invertir en el sistema financiero internacional. Esta retirada de fondos del sistema financiero interno disminuye la oferta de capital disponible para inversiones productivas, lo que en última instancia tiene un impacto negativo en el crecimiento económico y el empleo (Banco de México, 2018, p.68).

Un estudio realizado por CONTPAQi en febrero del 2023, señala que, la inflación se ha posicionado como un obstáculo primordial, afectando también a las PYMES, el estudio “los nuevos emprendedores” señala que tres cuartas partes de las PYMES no tienen una estrategia para contrarrestar esta situación, y un 58% ve un horizonte incierto a corto plazo; el estudio realizado por Torres Fragoso menciona que durante el último año, el principal desafío fue la disminución de ventas a causa de la inflación. Más de la mitad de los participantes afirmaron que este fenómeno afectó sus ventas, y si una empresa no genera suficientes ingresos, corre el riesgo de fracasar. Así mismo, el estudio subraya que la mayoría de los empresarios no tienen una estrategia para la inflación: un 36% no ha considerado esta posibilidad y el 30% siente que carece de las herramientas para enfrentarla (Molina, 2023).

Innovación como respuesta a la inflación

La innovación se muestra como una táctica fundamental para las pequeñas y medianas empresas que enfrentan a los problemas ocasionados por la inflación, lo que puede tener consecuencias negativas en la economía, como la reducción del poder adquisitivo, la distorsión de precios relativos y la

incertidumbre económica. Frente a este escenario, la innovación emerge como una herramienta estratégica para combatir y adaptarse a los efectos de la inflación.

La innovación toma muchas formas, desde la introducción de nuevos productos o servicios hasta mejoras en procesos y modelos de negocios. En un entorno inflacionario, las PYMES al momento de innovar descubren formas más eficientes de producción, reducir costos y mantener precios competitivos.

Las empresas al introducir nuevos productos o servicios ofrecen un valor añadido al consumidor, estos pueden tener un precio superior, pero sí ofrecen beneficios percibidos como mayores a productos convencionales, los consumidores estarían dispuestos a pagar un precio más elevado (Vera, 2010, p.240)

La innovación analizada desde tres puntos de vista: como la introducción de nuevos productos, servicios, procesos o modelos de negocios que generan valor; como la innovación en productos la cual crea mayor valor agregado o responde las nuevas necesidades de los consumidores; innovación en procesos, al optimizar la producción, reduciendo costos y mejorando la eficiencia; modelos de negocio innovadores, en la adopción de e-commerce, economía colaborativa, entre otros.

Optimizar y mejorar los procesos productivos posibilita una reducción de costos. La automatización, la implementación de tecnologías avanzadas y la reingeniería de procesos permite contribuir a que las empresas enfrenten la inflación reduciendo sus costos y, por ende, minimizando el traspaso de estos a los precios. La acción se basa en perfeccionar cómo determinan sus costos de producción y cómo toman decisiones, mediante la creación y aplicación de un esquema de costos adecuado para la pyme; esto se respalda con una solución tecnológica que simplifica la administración y supervisión de costos (Gómez, 2011).

Es importante considerar que, adaptarse a nuevos modelos de negocio, como la economía colaborativa o el comercio electrónico, genera una respuesta a la inflación. Estos modelos permiten a las empresas reducir costos operativos y llegar a un público más amplio, generando mayores ingresos. Para Maliqueo et al. (2021), es esencial entender que la evolución digital, junto con las innovaciones, así como las particularidades de los consumidores modernos, los emergentes modelos comerciales y los novedosos métodos de trabajo, requieren que las empresas se adapten a un contexto corporativo y laboral renovado. (p.513)

Competitividad en mercados inflacionarios

La competitividad es esencial para que las PYMES se mantengan en el mercado y atraer clientes, incluso en tiempos de inflación. Una ventaja competitiva se basa en la diferenciación de productos, el liderazgo en costos o un enfoque en un nicho de mercado (Díaz, 2009, p.104). Las PYMES mejoran su competitividad mediante estrategias como la diferenciación de productos y servicios, la atención al cliente excepcional y la agilidad en la adopción a cambios económicos.

En un entorno empresarial cada vez más desafiante y globalizado, la capacidad de innovación y competitividad se han convertido en factores críticos para el éxito de las empresas, especialmente en momentos de inflación. En este contexto, las PYMES desempeñan un papel fundamental en el crecimiento económico y la creación de empleo en los países en desarrollo. Sin embargo, las PYMES enfrentan desafíos únicos en términos de su capacidad para innovar y competir, especialmente en entornos inflacionarios.

La inflación es un fenómeno económico que afecta negativamente la capacidad adquisitiva de la población y el desarrollo de los sectores productivos. Querétaro, a pesar de su tamaño, ha sido un

referente en temas de crecimiento sostenible y desarrollo industrial en México. Pero ¿Cómo puede enfrentarse a la inflación y mantener su competitividad?

Para mantenerse competitivos, es crucial la formación y capacitación en educación superior, además de una formación técnica (García, 2021); la adopción de tecnologías emergentes pueden reducir costos y mejorar la calidad; alianzas estratégicas, formar alianzas con otros estados o países abre a nuevos mercados. Aunque es imprescindible capacitar los recursos humanos para incrementar la productividad de una empresa, también es vital realizar un análisis adecuado para determinar el perfil óptimo productivo. De este modo, una empresa puede ser productiva pero no necesariamente destacar en su mercado, salvo en precio. Por otro lado, la empresa con menor productividad, pero con un producto único, podría sobresalir en un mercado particular (López, 2018, p.81).

El instituto de investigaciones legislativas del senado de la república Bárdan (2002), menciona que la eficacia limitada de los programas gubernamentales destinados al apoyo de las PYMES y la tendencia macroeconómica reciente no ha logrado establecer el ambiente propicio para su crecimiento sostenido y vigoroso. Estas empresas se topan con obstáculos significativos que dificultan su progresión. Es relevante mencionar que los desafíos que enfrentan las PYMES se han mantenido constantes a lo largo del tiempo.

La volatilidad en precios dificulta la toma de decisiones de inversión y planificación a largo plazo. Las PYMES requieren de mayor certidumbre para crecer de manera sostenible; lo sorprendente es que, entre los distintos sistemas de autonomía monetaria no se observa una relación inversa clara entre inflación y desarrollo económico. Además, datos empíricos muestran que la paridad descubierta de la tasa de interés solo es evidente en periodos extensos. Esto ha llevado a reconsiderar la idoneidad de asumir posturas radicales (Moreno-Brid et al. 2015, p.19).

En este sentido, la principal preocupación se centra en la posibilidad de que aplique un endurecimiento de la política monetarias, esto aumentaría la incertidumbre, ya que las autoridades monetarias podrían tomar medidas más allá de los requerido. Algunos riesgos que se destacaron en el panel provienen de la economía real y también de la inestabilidad y volatilidad en los mercados financieros, lo que desencadena finalmente en una crisis económica; para hacer frente a este contexto, las pymes deben adoptar estrategias como:

Mejorar la productividad a través de la innovación, automatización de procesos y uso intensivo de datos para ser más eficientes (OCDE, 2019).

Desarrollar canales de comercialización alternos que permitan trasladar costos a precios de manera estratégica (El Economista, 2022).

Diversificar su oferta a través de nuevos productos/mercados que generen mayor valor agregado e inelasticidad frente a los precios e implementar sistemas de gestión de riesgos cambiarios y de precios que disminuyan la volatilidad en los márgenes.

Mejorar la cultura crediticia para negociar mejores condiciones de financiamiento ante entidades bancarias (Banco de México, 2022, p. 27)

CONSIDERACIONES FINALES

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) desempeñan un papel importante en la economía del país. No obstante, enfrentan desafíos en términos de supervivencia a largo plazo, para mantenerse en el mercado y lograr el éxito empresarial sostenible, es esencial que busquen una ventaja competitiva.

La innovación en sus múltiples formas es una respuesta proactiva y estratégica frente a la inflación. Al adoptar un enfoque innovador, las empresas no solo pueden enfrentar los desafíos que la inflación presenta, sino que también prosperan y crecen en un entorno económico adverso.

Para que México logre un desarrollo económico comparable al de naciones avanzadas, necesita robustecer su estructura de ciencia, tecnología e innovación y reforzar sus Sistema Nacional de Innovación (SNI). Este sistema integra diversos componentes y vínculos en una economía definida por un marco territorial, político y legal, que abarca desde las empresas y su estructura interna hasta entidades sociales, políticas macroeconómicas, el ámbito financiero y el sector educativo (Moyeda & Arteaga, 2016, p.43).

Las capacidades dinámicas y la orientación emprendedora son factores clave que influyen en la innovación y rentabilidad de las PYMES, la orientación emprendedora refiere a la capacidad de la empresa para identificar y aprovechar las oportunidades que se presentan; estos factores son especialmente importantes en tiempos de inflación, ya que las empresas deben ser capaces de adaptarse rápidamente a los cambios del entorno y aprovechar las oportunidades que se presentan para mantener su competitividad y rentabilidad, por lo que una innovación abierta es otra estrategia para ayudar a las PYMES a mantenerse competitivas en tiempos de inflación (Maldonado Guzmán, et al. 2021).

Valdez Juárez, et al (2019) menciona que entre los elementos de innovación y competitividad importantes para el éxito de las PYMES por varias razones son: mejorar la rentabilidad, la innovación y competitividad puede ayudar a las empresas a mejorar su rentabilidad al desarrollar nuevos productos y servicios, mejorar sus procesos y operaciones al reducir sus costos; adaptación al cambio, es decir adaptarse rápidamente a los cambios ya aprovechar las oportunidades que se presentan; acceso a recursos y conocimientos, es decir, acceder a recursos y conocimientos de otra manera serían difíciles de obtener y reducir los costos de innovación y finalmente diferenciación de la competencia, la tecnología pretende ayudar a las PYMES a diferenciarse de la competencia al desarrollar productos y servicios únicos en la mejora de sus procesos y operaciones. (s/p)

La capacidad competitiva de las empresas se basa en factores que les permiten ofrecer productos y servicios que destaquen en el mercado, entender a sus consumidores, identificar a la competencia y tomar decisiones estratégicas acertadas (IMEF, 2022). Esta competitividad no surge por sí sola; se nutre de diversos componentes que actúan conjuntamente para potenciar:

Velocidad de respuesta: es esencial para una empresa responder rápidamente a los desafíos o problemas. Esta rapidez se logra con organización, análisis y automatización. En atención al cliente, una pronta respuesta es una clara ventaja competitiva que eleva la satisfacción del usuario.

Diferenciación: cada empresa debe destacar por algo que haga única frente a sus competidores. La diferenciación puede manifestarse en aspectos como el precio, el producto, los canales de distribución o la reputación. Una correcta diferenciación lleva a la empresa a tener productos distintivos, buenos márgenes de ganancia y fidelidad de sus clientes.

Alianzas estratégicas: estas colaboraciones potencian la posición de las empresas al abrirles puertas a nuevos mercados, reducir sus costos y acelerar proyectos.

Liderazgo en costos: no se trata de ofrecer productos de baja calidad a bajo precios, sino de proporcionar buenos productos a precios competitivos.

CONCLUSIONES

Este artículo ha explorado la relación entre innovación, competitividad e inflación. Ha puesto de relieve los desafíos que la inflación plantea para las empresas y las estrategias a emplear para mantener su ventaja competitiva. Al diversificar sus carteras de productos, formar colaboraciones, optimizar la gestión de recursos e invertir en innovación tecnológica, las empresas navegan con éxito en entornos inflacionarios. Estas estrategias ayudan a mitigar los impactos negativos de la inflación y permiten que las empresas sigan impulsando la innovación y sigan siendo competitivas.

A pesar de los desafíos que impone la inflación, las empresas tienen el potencial de adaptarse y prosperar en estos entornos. Al comprender la relación entre innovación, competitividad e inflación, las empresas hábiles desarrollan estrategias efectivas para proteger sus capacidades innovadoras, minimizar costos y seguir siendo competitivas. Los conocimientos proporcionados sirven como un recurso valioso para las empresas que buscan afrontar períodos inflacionarios manteniendo su ventaja competitiva. Al comprender la relación entre innovación, competitividad e inflación, las empresas pueden desarrollar estrategias efectivas para proteger sus capacidades innovadoras, minimizar costos y seguir siendo competitivas, lo que se reduce en poca rentabilidad.

La innovación y la competitividad son elementos clave para el éxito de las PYMES. Las capacidades dinámicas, la orientación emprendedora y la tecnología son elementos importantes que les ayuda a innovar y mantenerse competitivas en un entorno cada vez más complejo y cambiante. Es importante que éstas fomenten una cultura de innovación en su organización y que estén dispuestas a adaptarse rápidamente a los cambios del entorno para aprovechar las oportunidades que se presentan.

REFERENCIAS

Chen, W. y. (2014). Entrepreneurial Orientation, Innovation, and Firm Performance: The Moderating Role of Knowledge-based Resource Capabilities. *Journal of Product Innovation Management*, 31(2), 259–276.

Chong de la Cruz, I. (2007). Métodos y técnicas de la investigación documental. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México: <http://hdl.handle.net/10391/4716>

Covalto, El banco del futuro de hoy. (2023). Obtenido de ¿Cómo se pueden proteger las PyMEs de la inflación?: <https://covalto.com/blog/como-se-pueden-proteger-las-py-m-es-de-la-inflacion/>

Crossan, M. M. (2010). Un marco multidimensional de innovación organizativa: una revisión sistemática de la literatura. *Revista de Estudios de Gestión*, 1154–1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>.

López, A. V. (2018). La competitividad de las pymes en México: retos y oportunidades ante un mundo globalizado. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales*, 79-91.

Acevedo, F. E. (2006). Inflación y crecimiento económico en México: una relación no lineal. *Economía Mexicana*. Nueva Época, 15(2), 199-249.

Adams, O. B. (2016). The challenges of small firms in developing and emerging economies. *International Journal of Entrepreneurship*, 20(3).

Ahmed, Z., A. M. (2018). Entrepreneurial Competencies for Performance of Micro, Small and Medium Enterprises: Evidence from Pakistan. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 38-55.

Bárdan, E. C. (2002). Micro, pequeñas y medianas empresas en México. Evolución Financiamiento y problemática. Obtenido de <http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/1718/MPYMEM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Banco de México. (2018). Política Monetaria y Actividad Económica. Banco de México, 65-68. Obtenido de <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/informes-trimestrales/recuadros/%7B0191DDE3-AC77-C379-EE00-7EACD9612B49%7D.pdf>

Banco de México. (2022). Reporte de Estabilidad Financiera. Obtenido de <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/reportes-sobre-el-sistema-financiero/%7BCA27B414-CC15-A42D-099B-DBAA4A38A8F2%7D.pdf>

Demuner-Flores, M. d., Delgado-Cruz, A., & Vargas-Martínez, E. E. (2022). Innovación y desempeño: relación mediada por el aprendizaje y la orientación al mercado en las empresas mexicanas. *Estudios Gerenciales*, 82-94 <https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.162.4706>.

Díaz, F. I. (2009). Enfoque de Porter y de la teoría basada en los recursos en la identificación de la Ventaja Competitiva: ¿contraposición o conciliación? *Economía y Desarrollo*, 101-114.

El Economista. (2022). Obtenido de 4 estrategias para que las pymes afronten la inflación: <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/4-estrategias-para-que-las-pymes-afronten-la-inflacion-20220331-0175.html>

Ekerete, C. N. (2020). Small and medium-sized enterprises (SMEs) and entrepreneurship in Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 11(3), 63-64.

- García, L. E. (2021). Educación y desarrollo en Querétaro. . Editorial Universidad de Querétaro.
- Gnyawali, D. y. (2009). Co-opetition and Technological Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: A Multilevel Conceptual Model. *Journal of Small Business Management*, 47(3), 308-330.
- Gómez, N. O. (2011). Los costos y procesos de producción, opción estratégica de productividad y competitividad en la industria de confecciones infantiles de Bucaramanga. *Revista EAN*, 167-180.
- Gutiérrez, A. O., & Zurita, M. A. (2006). Sobre la inflación. *PERSPECTIVAS*, 9(3), 81-115.
- IMEF. (2022). Factores de competitividad de una empresa. Obtenido de <https://cdmx.imef.org.mx/blog/crecimiento-economico-en-mexico/factores-de-competitividad-de-una-empresa/>
- Jordán, S. J. (2011). La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing. *Perspectivas*, 47-71.
- Khalique, M. S. (2020). Organizational Innovativeness and SME Performance in an Emerging Economy: A Temporally Situated Framework. *Journal of Business Research*(112), 369-385.
- Maldonado Guzmán, G., García Ramírez, R., Mata Zamores, S., & Castillo Esparza, M. (2021). Innovación abierta, crecimiento y rendimiento en la pyme de la industria automotriz de México. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 85-99.
- Maliqueo, P. C., González, C. J., Mardones, E. R., & Ardiles, B. M. (2021). Gestión de personas y las barreras para innovar en la transformación digital. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 510-527.
- Molina, J. A. (2023). El economista. Obtenido de La inflación impacta en 5 de cada 10 pymes: ¿cómo combatirla?: <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/La-Inflacion-impacta-en-5-de-cada-10-pymes-Como-combatirla-20230219-0082.html>
- Moreno-Brid, J. C., Rivas, J. C., & Villarreal, F. G. (2015). Inflación y crecimiento económico. *Investigación Económica*, 73(290), [https://doi.org/10.1016/S0185-1667\(15\)30006-0](https://doi.org/10.1016/S0185-1667(15)30006-0).
- Moyeda, M. C., & Arteaga, G. J. (2016). Medición de la innovación, una perspectiva microeconómica basada en la ESIDET-MBN 2012 . *Revista Internacional de Estadística y Geografía*, 38-57.
- Neilson, J. y.-N. (2019). Analyzing Results from Smallholder Surveys and Experiments. *Policy Research Working Paper*, 8917.
- OCDE. (2019). Obtenido de Índice de Política de las PYMES: <https://www.oecd.org/latin-america/programa-regional/productividad/desarrollo-de-las-pymes/>
- OCDE. (2019). Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Obtenido de Estudios de la OCDE sobre PYMEs y emprendimiento: <https://www.oecd.org/latin-america/programa-regional/productividad/desarrollo-de-las-pymes/>
- Ramírez, J. (2019). Desarrollo industrial de Querétaro: Un análisis sectorial. *Revista de Economía Mexicana*, 45-60.
- Valdez Juárez, L., Ramos Escobar, E., & Borboa Álvarez, E. (2019). Las Capacidades Dinámicas y la Orientación Emprendedora: Fuente de Innovación y Rentabilidad en la Pyme Mexicana. . *Revista internacional de pequeñas empresas* .
- Valera, R. (2013). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de valor. Pearson Education.

Vera, M. J. (2010). La influencia de los componentes del valor percibido de la marca en los componentes del perfil de involucramiento del consumidor. *Revista Ciencias Estratégicas*, 237-257.

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](#) .