

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3259>

Estrategias empresariales en las pymes para hacer frente a la inflación

Business strategies in SMEs to face inflation

Wilberth Alfredo Molina Galicia

wilberth_molina@itsescarcega.edu.mx

<https://orcid.org/000-0001-6629-6201>

Tecnológico Nacional de México

Escárcega – México

Aarón Antonio Pérez Santiago

aaron_perez@itsescarcega.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0002-2601-0613>

Tecnológico Nacional de México

Escárcega – México

Artículo recibido: 19 de diciembre de 2024. Aceptado para publicación: 06 de enero de 2024.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen


La inflación en México ha sido en los últimos años moderada debido a que aumenta en un porcentaje anual no mayor al 10% de acuerdo a los datos proporcionados por INPC por lo que año con año se ven afectados los precios de los productos vendidos por los comerciantes en los cuales tienen que emplear estrategias para no incrementar demasiado el precio que ocasiona una disminución de la demanda y por consecuencia disminuye su participación en el mercado. Este proyecto identificará las estrategias empleadas por las empresas que les ha permitido lograr su permanencia en el mercado. Por la metodología de la investigación documental se documentaron estrategias empleadas para mitigar la inflación. Como resultado se plantean las estrategias empresariales que pueden emplear las pymes para afrontar la inflación misma que les permitirán estar en el mercado a través del tiempo generando las ganancias requeridas para no operar en pérdidas económicas.

Palabras clave: estrategia empresarial, Inflación, Pymes

Abstract

Inflation in Mexico has been moderate in recent years because it increases by an annual percentage of no more than 10% according to data provided by INEGI, so year after year the prices of products sold by the merchants in which they have to employ strategies to not increase the price too much that causes a decrease in demand and consequently reduces their participation in the market. This Project will identify the strategies used by companies that have allowed them to achieve their permanence in the market. Through the methodology of documentary research, strategies used to mitigate inflation will be documented. As a result, the business strategies that SMEs can use to face inflation are proposed, which will allow them to be in the market over time, generating the profits required to avoid operating at economic losses.

Keywords: business strategy, inflation, SMEs

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

Cómo citar: Molina Galicia, W. A., & Pérez Santiago, A. A. (2025). Estrategias empresariales en las pymes para hacer frente a la inflación. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (6), 3540– 3550. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3259>

INTRODUCCIÓN

México es un país que ha sufrido variaciones en la inflación en los últimos 23 años que oscilan entre el 2.13% y 8.96% de inflación anual. (Proyectos México, Oportunidades de Inversión, 2024). Lo que deja en evidencia que año con año existe una elevación de los precios que hay que considerar para determinar el margen de ganancia que se quiere obtener y establecer un precio adecuado del bien o servicio que se tiene en venta.

En México existen 193,423 pequeñas empresas tienen de 11 a 50 trabajadores representan el 4.04% del mipymes y 40,824 medianas empresas que tienen de 51 a 250 trabajadores representan el .85% de las mipymes (DATA México, s.f.), las pymes concentran el 30.6% de la fuerza laboral de México equivalente a 8,127,806 trabajadores del 44.8% de la fuerza laboral de las mipymes el resto del porcentaje lo concentra la fuerza laboral de las grandes empresas, del total de los ingresos que generan las empresas las pymes generan el 38% del 52.2% que generan las mipymes (INEGI, 2020)

Las empresas frecuentemente tienen que estar tomando decisiones y empleando estrategias por los problemas que causa la inflación como los que se mencionan a continuación, riesgo de la espiral alcista en el que los precios de venta se incrementa en los mismo porcentajes que aumentan la materia prima, problemas de liquidez al disminuir la demanda las empresas bajan sus precios de venta con el afán de vender y tener liquidez lo que pone en riesgo a la empresa, reducción de márgenes, al aumentar el costo de las materias primas o los precios de los bienes y servicios, ocasiona una reducción del margen de utilidad que no se identifica a simple vista (SAP Spain Centro de Noticias., 2022)

En el artículo publicado por Yañez, García, y González (2023) titulado Reduflación estrategia para lidiar con la inflación, La reducción de la cantidad de producto en sus presentaciones es una práctica que las empresas utilizan para hacer frente a la inflación acompañada con otras como la búsqueda de insumos más económicos, eficiente los procesos productivos y realizar compras anticipadas ante un pronóstico de alza de inflación (p. 1331-1342)

Las empresas están tomando acciones para hacer frente a la inflación, "Hacer más eficiente los procesos internos y reducir los desperdicios"

Es evidente que las empresas deben de tomar acciones ante los constantes aumentos de precio en los bienes que se tiene durante el año.

METODOLOGÍA

De acuerdo con Bernal (2010) la Investigación documental "consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio" (p.111)

Enfoque descriptivo

En la presente investigación de tipo básica (documental) a un nivel descriptivo se aplicará metodologías conforme a la actividad como se describe a continuación:

Para la investigación documental, se realizará una revisión bibliográfica en libros, revistas, la gestión de información de temas científicos, y páginas de internet, a través de su estructuración y sistematización.

Las etapas en esta metodología son:

- Definición del problema
- Búsqueda de información.
- Análisis de la información.

Se realizará un estudio exploratorio documental para identificar las estrategias empresariales que ayudan a contrarrestar la inflación.

Objetivo General

- Identificar las estrategias empresariales para contener la inflación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Concepto de inflación

La inflación. Es el aumento generalizado de los precios en los bienes. Para determinar la tasa de inflación se divide el numerador $P_t - P_{t-1}$ precios actuales menos precio anterior entre el denominador P_{t-1} precio anterior el resultado se multiplica por 100 (Samuelson & Nordhaus, 2010, p.632,633). En México tenemos una economía flotante en el que cada año se ve afectado con la inflación, se puede observar en la tabla 1 detalladamente cuáles fueron las tasas de inflación en los últimos 10 años por lo que el precio de los productos aumenta.

Deflación

Sucede cuando el nivel de precios va disminuyendo en los bienes y su tasa de inflación es negativa (Parkin, 2009, p.471). Este efecto no se ha visto en México disminuyen las tasas, pero no se ha tenido una inflación negativa en los últimos 10 años

Costos de la inflación

Los costos de la inflación se dan cuando los actores de la economía sean capaces de predecir antes de su aparición. Pueden ser inflación prevista, cuando se espera una tasa de inflación determinada y ocurre de manera generalizada en el valor nominal de los bienes y en el valor nominal de los salarios. Inflación imprevista se da cuando el valor nominal de los bienes y del salario es mayor a la tasa esperada de inflación (Abel & Bernake, 2004, p. 525,526). Los costos de la inflación tienen efecto en los precios actuales que se tienen en los productos regularmente sucede en el mes de diciembre y enero de cada año lo mismo sucede con los salarios cada año en enero entra en vigor el aumentos del salario mínimo, Para Sánchez y López (2020) el valor nominal "Es aquel asignado a bienes, servicios, títulos, u otros activos objeto de transacción".

Tipos de inflación

Existen diferentes tipos de inflación entre las principales se encuentran:

De demanda: Se da cuando es mayor la demanda de bienes y servicios y la oferta no cubre la demanda ocasionando aumento de los precios.

Estructural: Es ocasionada por problemas estructurales de la economía, regulaciones ineficientes, nuevas leyes en el mercado laboral, falta de competencia.

De costos: Es ocasionada por el aumento de salarios, aumento de los costos de los insumos de materia prima y servicios que intervienen en la producción, ocasionando un aumento en los bienes.

Anticipada: Surge cuando las empresas aumentan el precio de los bienes por una inflación esperada en el futuro.

Importada: Es ocasionada por los aumentos de los precios de los bienes por cambios en las políticas comerciales o arancelarias y el cambio de valor de la moneda de transacción regularmente es en dólares. (BBVA, 2024).

En un año comercial las empresas enfrentan los diferentes tipos de inflación que se mencionan como ejemplo de ello las pymes que comercializan productos agrícolas y no es temporada de producción enfrentan la inflación de demanda y al mismo tiempo se ocasiona una inflación de costos se incrementan los precios por el exceso de demanda, cada año existe un incremento salarial por ley en México esto ocasiona una inflación de costos, en temporada de fin de año la mayoría de las pymes aumentan los precios por la inflación esperada en el salario del próximo año y de demanda por la temporadas decembrinas ocasionando la inflación anticipada en los costos de los productos que comercializan.

Tabla 1

Salarios mínimos de México

Área geográfica	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Zona libre de la frontera Norte	176.72	185.56	213.39	260.34	312.41	374.89
Incremento porcentual		5%	15%	22%	20%	20%
Resto del país	102.68	123.22	141.7	172.87	207.44	248.93
Incremento porcentual		20%	15%	22%	20%	20%

Nota: Presenta los incrementos porcentuales salariales de los últimos 5 años (Comisión Nacional de Salarios Mínimos, 2024)

Atendiendo la intensidad de la inflación

Inflación moderada: La subida de precios no alcanza el 10% anual

Inflación galopante: Subidas de precios de dos y tres dígitos que superan el 10% y antes de 1000%

Hiperinflación: Subidas de precios que superan el 1.000% en un año surge por cuestiones externas como una guerra, un desastre natural, una depresión el cual consiste en el paro de la producción en un país. (De la Cruz, 2024)

Tabla 2

Inflación de los últimos 10 años en México

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	11/2024
Tasa	2.13%	3.36%	6.77%	4.83%	2.83%	3.15%	7.36%	7.82%	4.66%	4.55%

Nota: Datos obtenidos de (Proyectos México, Oportunidades de Inversión, 2024)

En el país se ha tenido una inflación moderada a lo largo de los últimos diez años debido a que no ha superado los 2 dígitos del 10%

Definición de estrategia empresarial

Para Guanuche, et. al (2024) la estrategia empresarial “Es una construcción mental basada en una visión, análisis y diagnóstico del entorno, con el propósito de alcanzar objetivos específicos” (p. 421) En este sentido las empresas se plantean objetivos constantemente, para el área de producción, ventas, mercadotecnia, Recursos humanos, con el principal objetivo de generar rendimientos que es la razón de ser de una empresa comercial e industrial.

Estrategias para combatir la inflación

Un grupo de emprendedores del equipo Kambista, casa de cambio digital, recomienda las siguientes buenas prácticas para que la inflación no afecte tu negocio

Replantea tu estrategia de productos y ventas: Considerar la diversificación de productos que permita captar nuevos clientes y sean fieles en los cambios de precios.

Gestiona de manera eficiente los gastos de la empresa: No realicen gastos innecesarios, mejorar la eficiencia en la producción para reducir mermas

Diferencia los gastos estratégicos de los no estratégicos: Identificar donde se realiza reducción de gastos para mejorar el margen de ganancia y realizar inversiones en acciones estratégicas que le permitan tener un crecimiento en la empresa.

Apuesta a la automatización: Los trabajos y procesos que se puedan automatizar realizarlos para aumentar la productividad y en consecuencia los ingresos. (SUMA, 2022)

Cada sector económico en las pymes tiene sus particularidades cada una debe evaluar qué estrategia puede emplear sin que le genere más gastos de los que tiene, la inflación ocasiona el aumento de precios y la estrategia elegida debe ayudar a mantener los costos con los que venía operando o a reducir el porcentaje de incremento en el precio para seguir siendo competitivo en el mercado y los clientes respondan al precio establecido y se cumpla la ley de la demanda. Como afirma Mochón (2011,) “al aumentar el precio de un bien la cantidad demandada disminuye”(p.87) al disminuir el precio del bien la cantidad demanda aumenta.

En la publicación de Forbes (2022) considera 4 acciones para combatir la inflación

Promociones y Descuentos: Con esta acción se espera estimular las ventas para que aumenten y atraer nuevos clientes.

Optimizar compra de insumos: Considerar realizar compras anticipadas de un gran volumen para asegurar el precio actual u obtener descuentos por compra de grandes volúmenes.

Optimizar la rotación de inventarios: Evitando mantener mercancías o productos en el almacén para evitar costos de mantenimiento.

Evaluar el crédito Digital: Los créditos se deben de utilizar para inversiones de una nueva línea de producción, mejorar los procesos o en mejorar la experiencia del cliente.

Estrategia de producto y ventas

La variedad de productos y precios satisface las necesidades de los clientes lo cual permite mantenerte en el mercado (Soledispa, Piguave, & Pincay, 2023, p.1233,1234), se pueden implementar diversos tipos de venta de acuerdo a las características y posibilidades de cada empresa para poner a disposición del cliente el producto.

Venta directa: Este es el tipo de venta donde una empresa o persona vende sus productos o servicios directamente al cliente.

Venta indirecta: La venta cruzada es el tipo de venta que las empresas usan para vender productos o servicios que se complementan.

Venta transaccional: Se concentra en realizar ventas y transacciones rápidas. Su principal objetivo es alcanzar la máxima cantidad de ventas a través de una gran cantidad de clientes.

Venta personal: El vendedor se relaciona con el prospecto de manera personalizada. Normalmente, ocurre cara a cara, ya que de esa manera el vendedor logra utilizar sus habilidades para captar la atención del cliente, percibir sus gestos y personalizar la oferta.

Venta por teléfono: También conocida como tele venta, se realiza a distancia y puede ocurrir tanto en venta BB como B2C. Este tipo de venta puede ocurrir de dos maneras: cuando se llama en frío a un lead para ofrecer productos o servicios y cuando los clientes buscan a la empresa con interés en algún producto.

Ventas por internet: La venta por internet o venta en línea, es el tipo de venta en el que los vendedores se relacionan con el prospecto a distancia, puede darse a través de video llamadas o recorridos virtuales, además de incurrir el follow-up de correo electrónico (Salesforce LATAM, 2022)

Estrategia de eficiencia en los gastos de la empresa

Los inventarios son los activos principales de una empresa, son los que le permite generar las utilidades y mantener la superveniencia en el mercado, una buena gestión de inventarios puede traducirse a un mejor flujo de efectivo para cubrir otros gastos necesarios de la empresa.

Una buena gestión de inventario te permitirá ahorrar costos de distribución de materiales y herramientas, costos administrativos, costos de almacenamiento, costos de pérdida en material y herramientas, con la metodología de las 5 "s" se puede lograr una reducción de costos.

Metodología 1era "s" Seiri: Clasificar

Realizar capacitación al personal sobre la primera S, Elaboración de los inventarios en una base de datos actualizada, eliminar los que ya no sirven, Realizar las etiquetas por producto y estante.

Metodología 2da "s" Seiton: Orden Organización

Realizar la capacitación al personal sobre la segunda "S", Dar seguimiento a la solicitud de materiales e inventarios, distribución de los materiales y productos de acuerdo a los criterios propuestos, identificar los procesos rutinarios, checklist del cumplimiento de la 2da "S".

Metodología 3era "S" Seiso Limpiar

Realizar la capacitación del personal sobre la 3 era "S", Fomentar la tarea de orden y Limpieza, Limpieza de las áreas de almacén. (Ureta, 2021, p.55,65)

Estrategia de Diferenciar los gastos estratégicos de los no estratégicos

Los costos estratégicos contribuyen al crecimiento de la empresa, como los sistemas de venta, capacitación, Marketing, adquisición de maquinaria moderna. Los costos no estratégicos no contribuyen directamente a los resultados de la empresa, pero la dirección debe tener en cuenta (Reducción de costos: 17 estrategias para tu empresa, 2023)

Estrategia de automatización

La automatización te permite tener mayor competitividad y menores costos al integrar las tareas de administración, producción, gestión, control y operaciones, para lograr procesos más veloces y eficientes (Estrategias para optimizar costos y gastos, 2021), La automatización permite a las empresas el ahorro de mano de obra al tener una persona que se encargue de administrar el sistema puede realizar diferentes tareas y reportes que se concentran en el sistema digital.

Estrategia de Promociones y descuentos

La estrategia de promoción tiene una alta correlación con gestión de ventas, la mayoría de los clientes los motivó a la compra las promociones y descuentos otorgados (Vega, 2018) lo que se traduce que habrá un mayor movimiento de los productos incrementando las ventas al atraer más clientes, aumentando la utilidad de la empresa y haciendo frente a la inflación.

Estrategia de optimizar compra de insumos

Para los productos estratégicos, buscar alianzas para garantizar el abastecimiento a precios competitivos. Para los productos rutinarios, reducir la cantidad de proveedores, estandarizar y mantener bajos los costos. Para productos críticos reducir la dependencia hacia los proveedores (Cómo optimizar la Gestión de compras en tu empresa, s.f.)

Estrategia de optimizar la rotación de inventarios

Una buena administración de inventarios te permite optimizar la rotación de inventarios, el volumen de compra de inventarios más económico, establecer la reserva de inventarios que debe de tener la empresa, Determinar el nivel de inventarios en que se debe de hacer un nuevo pedido (Perdomo, 2002, p.303-305), el tener una buena administración de inventarios no gastas en inventarios que no vas a necesitar a corto plazo, ni te genera costos de mantenimiento de inventarios.

Evaluar el crédito digital

La utilización de las tarjetas de crédito es de uso común entre los consumidores y cada año se visualiza que ha ido en aumento su utilización siendo el mes de diciembre donde más se utilizan y empiezan a descender de enero a mayo (Manzano, 2023). Se puede utilizar desde la perspectiva del empresario al utilizar las tarjetas de crédito tiene financiamiento por 30 Días después de cada día de corte de las instituciones financieras, en este periodo no te genera intereses si pagas lo que utilizaste antes de la fecha de periodo de pago establecida después del corte, el empresario lo puede aprovechar para la compra de inventarios que te ayude a incrementar las ventas, por el lado del cliente la empresa que ya haya tomado la digitalización y realice ventas por internet o cuente con terminal de pago bancario en su establecimiento puede dar financiamiento por medio de la utilización de la tarjeta de crédito que le permita incrementar las ventas y atraer más clientes.

CONCLUSIÓN

La inflación es un incremento generalizado de los precios en los productos por lo que los clientes disminuyen las cantidades de consumo que venían realizando o simplemente dejan de consumir los productos no prioritarios, esta medida empleada por los clientes ocasiona bajas en las ventas de las pymes y algunas no soportan estas bajas de la demanda, ocasionando cierre de alguna de ellas, las Pymes "Enfrentan desafíos en términos de supervivencia a largo plazo, para mantenerse en el mercado y lograr el éxito empresarial sostenible" (Juárez, 2023)

De las estrategias empresariales planteadas en esta investigación cuatro permitirán a las pymes a que el incremento en los precios de sus productos sea mínimos o iguales a la inflación, logrando darle un mejor precio al cliente y al mismo tiempo ser competitivos en el mercado. Estrategias de reducción de costos 2. Estrategia de eficiencia en los gastos de la empresa, 4. Estrategia de automatización, 6. Estrategia de optimizar la compra de insumos, 7. Estrategia de optimizar la rotación de inventarios. En algunas ocasiones la tasa de incremento de los insumos de las empresas es superior a las tasas de inflación publicadas por el INEGI.

Estrategias que potencializan las ventas .1.Estrategia de productos y ventas, 3. Estrategia de diferenciar los gastos estratégicos de los no estratégicos, 4. Estrategias de promociones y descuentos, 8. Estrategia de evaluar el crédito digital

Las estrategias planteadas permiten establecer mejores precios y se espera que los clientes sigan respondiendo al consumo para que las empresas logren mantener o incrementar las ventas históricas haciendo frente a la inflación que se tiene el e país de México

REFERENCIAS

- Abel, A., & Bernake, B. (2004). *Macroeconomía* (Cuarta ed.). Madrid: Pearson.
- BBVA. (2024). BBVA. Obtenido de <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/i/inflacion.html>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera ed.). Colombia: Pearson Educación.
- bind ERP. (s.f.). Obtenido de <https://bind.com.mx/blog/compras-y-gastos/gestion-de-compras>
- Brizuela, A. (01 de 08 de 2022). Grant Thornton. Obtenido de <https://www.grantthornton.mx/prensa/agosto-2022/ante-efectos-de-inflacion-empresarios-mexicanos-replantean-estrategias/>
- Comisión Nacional de Salarios Mínimos. (4 de 12 de 2024). Obtenido de <https://www.gob.mx/conasami/documentos/tabla-de-salarios-minimos-generales-y-profesionales-por-areas-geograficas>
- DATA México. (s.f.). Recuperado el 26 de 10 de 2024, de <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/mexico#section-1067>
- De la Cruz, I. (14 de 11 de 2024). Investing.com. Obtenido de <https://es.investing.com/academy/economy/que-es-la-inflacion-tipos/>
- Guanuche, R., Verdezoto, R., Romero, M. R., & Douglas, J. (Julio-Septiembre de 2024). *Estrategia empresarial: Una reflexión teórica*. *Revista de Ciencias Sociales*, XXX(3), 421. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/42681/49782>
- INEGI. (25 de 06 de 2020). Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/MYPIMES20.pdf>
- Juarez, L. (12 de 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*, IV(6). Obtenido de <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/1458>
- Manzano, D. (2023). *Proyecto de investigación de Licenciatura "El consumo de la tarjeta de crédito y su relación con la inflación en Ecuador"*. Universidad Técnica de Ambato Facultad de Contaduría y Economía, 30,31.
- Mochon, F., & Carreon, V. (2011). *Microeconomía con aplicaciones en América Latina* (Primera ed.). México: Mc Graw Hill.
- Parkin, M. (2009). *Economía* (Octava ed.). México: Pearson Educación.
- Perdomo, A. (2002). *Elementos básicos de administración Financiera*. México, DF: Cengage Learning.
- Proyectos México, Oportunidades de Inversión. (08 de 3 de 2024). Obtenido de https://www.proyectosmexico.gob.mx/por-que-invertir-en-mexico/economia-solida/politica-monetaria/sd_tasas-de-inflacion-historicas/
- Salesforce LATAM. (19 de 04 de 2022). Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/blog/tipos-de-ventas-y-cuales-usar/>

Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2010). Economía con Aplicaciones a Latinoamérica (Decimonovena ed.). México: Mc Graw Hill.

Sánchez, J., & López, J. F. (1 de 03 de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-nominal.html>

SAP Concur. (19 de 04 de 2021). Obtenido de <https://www.concur.com.mx/blog/article/estrategias-optimizacion-costos-y-gastos-mx>

SAP Spain Centro de Noticias. (30 de 09 de 2022). Obtenido de <https://news.sap.com/spain/2022/09/como-afecta-la-inflacion-a-las-empresas-y-como-pueden-combatirla/>

Soledispa, X. E., Piguave, J., & Pincay, A. (2023). Estrategias comerciales y su incidencia en las ventas del Agrocomercial La Finca. Polo del conocimiento, 8(2), 1233,1234. Obtenido de <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/5241>


SUMA. (7 de 6 de 2022). Obtenido de <https://revistasumma.com/emprendedores-buenas-practicas-para-que-la-inflacion-no-afecte-a-su-negocio/>

Transformación digital. (10 de 10 de 2023). Obtenido de <https://www.sydle.com/es/blog/reduccion-de-costos-652581033715666b16b1c8a3>

Ureta, S. (2021). Tesis de Ingeniero "Gestión de inventario para reducir los costos logísticos en la empresa "TECHQUK S.A.C" Chiclayo 2021". Universidad Señor de Sipán, 55,65. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8093>

Vega, W. (2018). Tesis de Licenciatura "Estrategias de promoción y Gestión de Ventas en la Empresa Bicolor S.A.C., Piura 2018". Universidad Cesar Vallejo, 27,34,38. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24825>

Yañez, A., García, C., & González, D. (Septiembre de 2023). Reducción: estrategia para lidiar con la inflación. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, IV(3), 1331-1342. Obtenido de <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/1155>

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) .