

Capítulo 72. La innovación en las MIPES: Caso León, Guanajuato, México

Ma Guadalupe Serrano Torres
Ma de la Luz Quezada Flores
Jesús David Terrazas Gonzalez
Mauricio Mejía Guerrero

Universidad Tecnológica de León

DOI:[10.46990/iQuatro.2024.10.5.72](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2024.10.5.72)

Resumen

La presente investigación tiene por objetivo analizar el uso de la innovación en las MIPES de León, Guanajuato, México. Dando respuesta a la pregunta de investigación ¿Porque analizar el manejo de la innovación por parte de los directivos de las empresas micro y pequeñas empresas de la ciudad de León?, El tipo de investigación es mixta porque parte de la teoría fundamentada, se contrasta con hallazgos de otras investigaciones internacionales y nacionales, para el análisis cuantitativo se aplicaron 451 encuestas. Como resultado se obtuvo. Qué el directivo de las MIPES invierte en la innovación de sus productos y servicios, la respuesta más baja fue que el empresario reconoce no haber invertido en la asistencia a ferias y congresos relacionados con el negocio.

Palabras clave

Análisis de la innovación, MIPES y permanencia

Introducción

En el año 2020 el COVID trajo consigo una pandemia sanitaria mundial, que desencadenó en una crisis económica. Es así que las empresas y consumidores se desplazaron de manera acelerada a los canales digitales y en línea para atacar las medidas de distanciamiento social, el objetivo era poder continuar con las operaciones comerciales, asegurar los ingresos y mantenerse funcionando, durante la pandemia COVID-19. CEPAL (2022).

Pues bien, la innovación fue la principal estrategia utilizada por las empresas en el mundo entero, al operar de manera diferente al estar en encierro para evitar los contagios de COVID 19, la mayoría de empresas operó a puerta cerrada, buscando la forma de hacerse llegar de sus materiales haciendo pedido por línea, con personal laborando desde sus casas, distribuyendo sus productos y servicios a domicilio García (2021). Está fue la innovación utilizada de forma inmediata y acelerada para sobrevivir a la crisis económica producida por una pandemia sanitaria como la vivida en el año 2020 y 2021. Las empresas contrataron servicios de paquetería o de personas que hicieran esta función. Para realizar sus entregas. Pues bien, este tipo de estrategias serán nuestro objetivo de estudio.

Es muy importante partir de la investigación realizada por Cardona (2022), donde menciona que “la innovación es cualquier nueva política que emprende una empresa para reducir los costos, para una nueva fuente de suministro, para un nuevo mercado, usada como estrategia de supervivencia”, es así que durante la pandemia covid-19 las empresas enfrentaron un desafío emergente, o realizaban cambios significativos en su forma tradicional de operar o simplemente no sería posible mantenerse en operación y cerrar sus puertas de manera temporal o definitivamente. Por otro lado, las empresas que sobrevivieron a esta contingencia sanitaria y que desencadenó una crisis económica según las previsiones del Banco Mundial (2020), fueron las empresas analizadas en esta investigación a finales del año 2022.

Justificación

En el mundo entero las micro y pequeñas empresas, tienen una alta representación en cada uno de los países de más del 90% y en México se tiene un 99% de este tipo de entidades. Según datos recabados en CEPAL (2022). Así mismo su aportación al producto interno bruto es baja por sus deficiencias en los niveles de productividad y generan empleo para el 67% del total de los trabajadores, para apoyar la economía de cada una de las familias en el mundo. Es así que las empresas en estudio tienen su importancia por el apoyo económico al emplear un porcentaje alto de la sociedad en cada una de las economías, lo que da como consecuencia obtener un beneficio social, para evitar que muchas familias caigan en extrema pobreza o en algún tipo de vicio. Las MIPES, generalmente nacen y tienen su arraigo dentro del núcleo

familiar, que las caracteriza por estar acostumbradas a las grandes turbulencias económicas y lograr sobrevivir por su fuerza familiar que las respalda. Donde este tipo de entidades tienen como su principal objetivo un fin familiar y muy particular al cuidar el legado de muchas generaciones y que usan como principal estrategia la reinversión de sus utilidades sin retirar de sus cuentas las ganancias obtenidas y así hacer crecer su negocio de manera incalculable, pero también se tiene la contraparte, donde las estadísticas nos informan que solo una de cada tres empresas sobrevive por más de tres años CEPAL (2020), son las empresas que rompen las estadísticas de permanencia, las que sobreviven y nos interesan sus técnicas financieras utilizadas.

Problema

Las empresas a nivel mundial sufrieron cambios en su manera de producir, de administrar y de distribuir sus negocios y las MIPES de México, tuvieron que acelerar, modificar e innovar la manera de operar derivado de la pandemia sanitaria mundial COVID-19 que desencadenó una recesión mundial CEPAL (2020), donde las empresas en estudio se vieron seriamente afectadas, luego entonces las empresas que sobrevivieron son nuestro objeto de estudio para ver que manejo le dieron a la innovación, al cambiar totalmente su manera de comercializar sus productos y en recuperar sus carteras de clientes, la forma de organizar la empresa, así como de producir sus productos y servicios.

Pregunta general de investigación

¿Cuál es el manejo que le dieron los directivos de las micro, pequeñas y medianas empresas a la innovación durante y post covid-2019?

Análisis del manejo de la innovación por parte de los directivos de las MIPES de León Guanajuato.

Se realizaron las siguientes preguntas del bloque de innovación del cuestionario aplicado a las MIPES de León, Guanajuato, dentro de la red: RELAYN.

Hipótesis

Las empresas micro y pequeñas empresas de León, Guanajuato, México, no invierten en la innovación para procesar o distribuir sus productos y/o servicios. Para resistir a la crisis económica que dejó la pandemia de COVID -2019.

Objetivo General

Analizar el uso de la innovación que le dieron los directivos de las empresas en estudio, como estrategia de permanencia de las MIPES, de León, Guanajuato. Conocer las estrategias de

innovación que utilizaron los empresarios post-pandemia COVID-19, Para sobrevivir a la pandemia sanitaria que desembocó en una crisis económica.

Objetivos específicos

a) Obtener los resultados de cada una de las preguntas de investigación de las empresas micro y pequeñas empresas de León, Guanajuato, México.

b) Analizar e interpretar los resultados de la información obtenida.

c) Contrastar los resultados contra el estado del arte del manejo de la innovación de las MIPES de León, Guanajuato, México.

Revisión de la Literatura

Para fundamentar esta investigación partimos de la teoría de la economía mundial del año 2020. Así lo refiere Georgieva (2020). Si nos remontamos al comienzo de 2020, el mundo en el que vivimos hoy sería irreconocible. Para proteger la salud pública, la economía mundial entró en situación de estancamiento. Las tiendas cerraron, las fábricas suspendieron su actividad y la libertad de la gente se vio severamente restringida. Pues bien, lo que inició como una pandemia mundial de salud, de índole sanitaria, avanzó y está en estos momentos en un problema económico, sanitario y social a nivel mundial.

Ahora es muy importante mencionar que las secuelas económicas tardarán por lo menos dos décadas en recuperarse y que mínimo una generación tendrán que vivir las secuelas sanitarias y económicas que trajo el COVID-19.

Así lo describen (Jordá, Singh & Taylor 2020). Pero antes ya lo habían comentado (Jordá, Schularick y Taylor, 2013), cuando hicieron la relación de las crisis sanitarias donde fallecieron más de 100,000 personas y que terminaron en una crisis económica. Las pandemias no pasan de la noche a la mañana si no que toman su propio rumbo a la normalidad y que esta pandemia vivida COVID-19 tiene sus propias características.

Situación actual

Para adentrarnos al tema de las MIPES comenzamos por entender cómo está la representación empresarial en México. Según los resultados oportunos de los censos económicos 2019 del INEGI en nuestro país se tienen los siguientes datos. INEGI (2022). En México existen 4,460,247 empresas de las cuales el 95% son micro empresas, el 4% pequeñas empresas, el .80 % medianas empresas, el 0.02% grandes empresas, entonces el 99.80% son nues-

tras empresas seguetas de esta investigación. Datos presentados al primer semestre de 2022. (INEGI,2022).

Con datos del mismo INEGI (2020), se muestra la generación de empleos de este tipo de empresas. En estas 4,460,247 empresas laboraron más de 27´000,000 personas: 37.8% trabajaron en micronegocios, El 14.7% en negocios pequeños, el 15.9% en empresas medianas y el 31.6% en unidades económicas grandes.

En la siguiente tabla se muestran los criterios que consideró el INEGI (2020), para la clasificación de las empresas por tamaño, especificando que esta clasificación está hecha con base al número de trabajadores dentro de la empresa.

Tabla 72.1

Clasificación de las empresas por número de personal ocupado.

Tamaño de empresa	Número de trabajadores ocupados
Micro empresas	De 0 a 10 personas ocupadas
Pequeñas empresas	De 11-50 personas ocupadas
Medianas empresas	De 51-250 personas ocupadas
Grandes empresas	De 250- en adelante

Fuente: De elaboración propia. Con datos del INEGI 2020

Innovación es crear algo nuevo, modificar, distinguir, producir un bien o brindar un servicio de manera diferente a la competencia. La innovación es el inicio de distinguos competitivos es un excelente aliado y una conlleva a la otra. (Moncada, 2019).

Para Haro et al (2017). La innovación es una creación, un cambio exitoso o en proceso que necesita ser mejorado en un proceso de un producto o servicio. Los inventos y cambios no siempre son un éxito a la primera, requerirán de adecuaciones y mejoras.

Ahora bien, para Garcia (2021), la innovación es añadir valor a un producto o servicio, es mejorar un proceso, esto permite una optimización del resultado, a su vez se convierte en estrategia empresarial que permite hacer frente a las adversidades económicas. Al generarse nuevas tendencias, nos lleva a tener una competitividad. Hacer las cosas de diferente manera que nuestros principales competidores. (Burgos & Rojo, 2018).

Ahora bien, para esta investigación la innovación en muchas empresas fue una necesidad indispensable para poder seguir funcionando y no cerrar sus puertas de manera definitiva.

Metodología

La presente investigación tiene un diseño transversal con enfoque cuantitativo el objetivo de esta investigación, fue determinar el uso de la innovación por parte de los directivos de la micro y pequeñas empresas. Y esta soportado por la pregunta de investigación, Por qué analizar el manejo de la innovación por parte de los directivos de las (MIPES) micro, pequeñas y medianas empresas, de León, Guanajuato, México. Para el análisis cuantitativo se aplicó un instrumento de recolección de datos, aplicado por toda la red de RELAYN de México y América Latina al año 2023. En el caso de León, Guanajuato, México, fueron aplicadas 501 encuestas y validadas de manera correcta 451. El presente trabajo de investigación tiene un diseño transversal, con un enfoque cuantitativo y es de tipo exploratorio, descriptivo y correlacional. Es así que se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple de las MIPES de León, Guanajuato, que tuvieran colaboradores de 2 a 50 trabajadores, buscando un 95% de confianza, con 5% de error y una probabilidad estimada de $p = 0.5$ o 50%. Se aplicaron un total de 451 encuestas. Utilizando un instrumento de medición tipo encuesta, se aplicó a los directores y dueños de este tipo de negocios, por medio de los estudiantes de las universidades que forman parte de la red relayn. Las preguntas de investigación que se aplicaron son las siguientes: a) desarrollo o pago para innovar mis procesos de producción o distribución, b) desarrollo o pago para innovar los productos o servicios que ofrezco, c) desarrollo o pago para innovar la forma en la que vendo mi producto o servicio, d) desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo la empresa, f) asisto a ferias, cursos, congresos o a otras actividades relacionadas con el negocio.

Resultados

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la presente investigación respecto a la innovación empleada por las MIPES durante y post pandemia de COVID-19.

Pregunta 1. Desarrollo o pago para innovar mis procesos de producción o distribución.

Tabla 72.2

“Desarrollo o pago para innovar mis procesos de producción o distribución”.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	138	31%
De acuerdo	176	39%
En desacuerdo	49	11%
Muy en desacuerdo	18	4%
No contestó	70	16%
	451	100%

Fuente: de elaboración propia

En la encuesta aplicada al año 2023, El 70% de los directivos de las MIPES están de acuerdo en que pagaron o desarrollaron en innovación en sus procesos de producción o distribución de sus productos o servicios.

Ahora se presenta gráficamente las MIPES que estuvieron de acuerdo en utilizar la innovación en sus procesos de producción o distribución.

Grafica 72.1

Desarrollo innovación en el proceso de producción o distribución



Fuente: de elaboración propia

En la gráfica anterior se muestra que, de los 451 empresarios entrevistados, 314 estuvieron de acuerdo en que fue necesario desarrollar e invertir en innovación para producir sus productos o servicios, así como para distribuirlos. El haber innovado les permitió seguir operando a la fecha, ya que las empresas que no lo hicieron desaparecieron en el cierre parcial o de manera definitiva al no ser capaces de poder cubrir sus costos fijos por ser demasiada carga y operar a puerta cerrada.

Ahora analizaremos la pregunta número dos. Desarrollo o pago para innovar los productos o servicios que ofrezco.

Tabla 72.3

Desarrollo o pago para innovar los productos o servicios que ofrezco.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	137	30%
De acuerdo	184	41%
En desacuerdo	49	11%
Muy en desacuerdo	15	3%
No contestó	66	15%
	451	100%

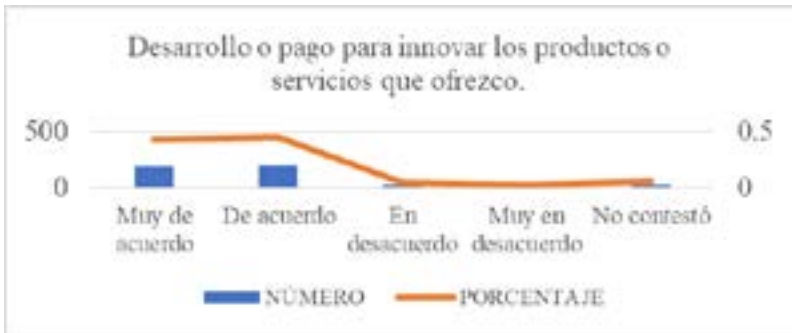
Fuente: de elaboración propia

En la siguiente tabla se muestra que el 71% de los directivos de las empresas en estudio estuvieron de acuerdo en que tuvieron que pagar o desarrollar innovación en los productos o servicios que ofrece, un claro ejemplo fue que se desarrolló mucho las entregas a domicilio principalmente de los productos de la canasta básica, así como otros productos de primera necesidad y de más productos.

Ahora mostraremos gráficamente como se comportó la pregunta número dos.

Grafica 72.2

Desarrollo o pago para innovar los productos o servicios que ofrezco.



Fuente: de elaboración propia

En la gráfica anterior se muestra que de los 451 directores encuestados 321, estuvieron de acuerdo en que invirtieron o desarrollaron en innovación en los productos o servicios que ofrecen, pues bien los empresarios adecuaron sus productos a las necesidades de las personas durante y post pandemia, antes las personas acudían a elegir sus productos y contratar sus servicios de manera personal pero a partir de los cierres de las empresas y escuela de manera

parcial, todo cambio muchos productos y servicios aun después de la pandemia se siguen ofreciendo en línea y a domicilio.

En seguida mostramos el análisis de la pregunta número tres “Desarrollo o pago para innovar la forma en la que vendo mi producto o servicio (diseño, envase, promoción, forma de cotizar, etc.)”.

Tabla 72.4

Desarrollo o pago para innovar la forma en la que vendo mi producto o servicio.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	134	30%
De acuerdo	181	40%
En desacuerdo	56	12%
Muy en desacuerdo	19	4%
No contestó	61	14%
	451	100%

Fuente: de elaboración propia

La tabla anterior muestra que el 70% de los directivos de las MIPES están de acuerdo en que innovaron en la forma en la que ofrecen y venden su producto o servicio, es de suma importancia partir de la pandemia sanitaria COVID-19 por que trajo consigo una crisis económica, la que obligo a los empresarios a cambiar e innovar la forma en la que venden y ofrecen sus productos y/o servicios esto para mantenerse dentro del mercado y formar parte de las empresas que cambiaron su forma de vender sus productos y permanecer operando aun cuando muchas empresas de este tipo no lo lograron.

A continuación, se presenta la gráfica número tres.

Grafica 72.3

Desarrollo o pago para innovar la forma en la que vendo mi producto o servicio.



Fuente: de elaboración propia

En la gráfica anterior se muestra que de los 451 empresarios entrevistados, 315 están de acuerdo en que cambiaron e innovaron en la forma en que venden su producto o servicio, las empresas tuvieron que modificar, adecuar, la manera de llegar al cliente final, esto porque la forma tradicional y que tenían de ofrecer sus productos antes de la pandemia ya no podía seguir siendo la misma, esto por que surgió competencia que ofreció su mismo producto a domicilio, por paquetería, por medio de servicios de transporte que permitieron obtener productos y servicios a domicilio sin tener la necesidad de salir de casa.

A continuación, se presenta la pregunta número cuatro “Desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo la empresa”.

Tabla 72.5

Desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo la empresa.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	139	31%
De acuerdo	146	32%
En desacuerdo	73	16%
Muy en desacuerdo	25	6%
No contestó	68	15%
	451	100%

Fuente: de elaboración propia

En la tabla anterior se muestra que solo en 63% de los empresarios está de acuerdo en que innovo en la manera de organizar su empresa, en operar administrativamente diferente a como lo hacía antes de la pandemia, utilizando más las transferencias y depósitos, esto para evitar durante la pandemia el contacto físico y ahora que ya paso ahorrar tiempo y esfuerzo, mismo que se vio reflejado en un ahorro económico al no tener a una persona exclusiva que recibiera al proveedor para pagarle o entregarle un cheque físico. El trabajo administrativo se simplifico utilizando la tecnología y las finanzas electrónicas.

A continuación, se presenta la gráfica número cuatro.

Gráfica 72.4

Desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo la empresa.



Fuente: de elaboración propia

En la gráfica anterior se muestra que de 451 empresarios de las MIPES entrevistados solo 285, directivos estuvieron de acuerdo en que invirtieron para innovar la manera de organizar su empresa, esto es en cuanto a la dirección de la empresa y la administración de la misma, lo que incluye los medios para contratar los empleados, la forma de comprar, de pagar las compras de bienes y servicios.

A continuación, se presenta la pregunta número 5 “Asisto a ferias, cursos, congresos o a otras actividades relacionadas con el negocio”.

Tabla 72.6

Asisto a ferias, cursos, congresos o a otras actividades relacionadas con el negocio.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	130	29%
De acuerdo	135	30%
En desacuerdo	60	13%
Muy en desacuerdo	26	6%
No contestó	100	22%
	451	100%

Fuente: de elaboración propia.

En la tabla anterior se muestra que solo el 59% de los directivos está de acuerdo en innovar y en asistir a ferias, cursos y congresos de actividades relacionadas con el giro de su negocio, esta pregunta fue la que obtuvo el puntaje más bajo, esto muestra que las MIPES tienen esta área de oportunidad al asistir a los congresos pueden ver las novedades que ofrecen los negocios similares, a su vez se entiende la poca participación durante la pandemia los congresos y aglomeraciones estuvieron prohibidas para evitar contagios.

A continuación, se muestra la gráfica número cinco y ultima de esta investigación.

Gráfica 72.5

Asisto a ferias, cursos, congresos o a otras actividades relacionadas con el negocio.



Fuente: de elaboración propia.

En la gráfica anterior se muestra que de los 451 empresarios entrevistados de las MIPES solo 265 están de acuerdo en la importancia de asistir a ferias y congresos, donde se muestra la última vanguardia del giro de los negocios, solo cabe mencionar que las ferias y congresos fueron restringidas por la pandemia COVID-19 para evitar los contagios y el aumento de las muertes. Estos datos arrojados en esta investigación son al año 2023, se espera que la participación en eventos de este tipo vaya incrementando porque son un apoyo a la innovación y modificación en la producción, en la administración y distribución de nuestros productos y servicios. Esta pregunta fue la más baja de esta investigación.

Discusión

La innovación indiscutiblemente fue una estrategia de permanencia de casi todas las empresas en el mundo, los directivos de las MIPES tuvieron la necesidad y obligación de buscar innovar en la manera de producir, de administrar de dirigir y de entregar sus productos y servicios. La presente investigación nos muestra que los dueños y directores de este tipo de negocios tienen como oportunidad el invertir en la asistencia de cursos y congresos para conocer lo último en sus giros para seguir innovando en sus productos y servicios.

La segunda pregunta con área de oportunidad es, invierto en innovación en la organización de la empresa, donde los directivos de este tipo de negocios en la pandemia cambiaron su manera de administrar su negocio, derivado del COVID-19, y el encierro obligatorio donde se optó por trabajar a puerta cerrada, en trabajar desde casa llevando todos los trabajos administrativos de manera remota.

Por otro lado, la pregunta con mayor puntaje fue invierto o desarrollo en innovación en producir mis productos o servicios, lo que nos indica que los directivos de este tipo de negocios se preocuparon por ofrecer productos y servicios de una manera más eficiente y utilizando más tecnológica y ponerse a la vanguardia de la competencia, el COVID-19 obligo a las empresas de todo el mundo a utilizar la innovación para sobrevivir a una crisis sanitaria que desencadenó en una crisis económica.

Conclusiones

Las MIPES durante y post pandemia COVID-19 utilizaron la innovación como estrategia de supervivencia y esto porque las empresas que no pudieron soportar la carga de sus costos fijos cerraron de manera parcial o de manera permanente y las que nacieron en medio de la turbulencia sanitaria y económica, son las que están en la actualidad operando con unos niveles muy altos de innovación. Las MIPES para realizar modificaciones en la manera en que distribuyen sus productos el antes y el después son el servicio a domicilio y por medio de mensajería, también emplearon la innovación en la forma de producir sus productos y servicios utilizando más tecnología, también invirtieron en la asistencia a ferias y congresos que les permita conocer sus fuerzas y debilidades en comparación con su competencia.

Una de las principales características de las MIPES de León, Guanajuato, México es que son de carácter familiar y son sostenidas y apoyadas por la familia. Donde su principal objetivo es continuar con la tradición de negocio familiar, reinvertiendo y multiplicando sus utilidades utilizando como estrategia de supervivencia la innovación. La siguiente línea de investigación como continuidad es analizar la innovación post pandemia covid-19.

Referencias

- Banco Mundial (2020), La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial recuperado en: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii#:~:text=El%20impacto%20s%C3%BAbito%20y%20generalizado,5%2C%20%25%20este%20a%C3%B1o.>
- Blancas (2020), Expansión, “Cierre de COVID-19 en México”, recuperado en; https://politica.expansion.mx/mexico/2020/12/31/covid-19-mexico-cierra-el-ano-con-125-807-muertes-y-1-millon-426-094-casos?utm_source=push_notification
- Cardona, V. (2022). La innovación como herramienta estratégica de las organizaciones para gestionar los principales desafíos tras la crisis originada por la pandemia de COVID-19. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/43626>, <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/43626>
- CEPAL (2022), Acerca de Microempresas y Pymes, recuperado en: <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>
- CEPAL (2022). Recuperación económica tras la pandemia COVID-19 Empoderar a América Latina y el Caribe para un mejor aprovechamiento del comercio digital. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47308/1/S2100678_es.pdf
- Dailín Peña Suárez, Jennifer Nataly, C. C., Miryan, J. A., & Chávez Silva, A. M. (2019). Model of financial management for the company kratos constructora cía. Ltda. from the city of puyo. Dilemas Contemporáneos : Educación, Política y Valore, I Retrieved from, recuperado en; <https://bdbiblioteca.universidadean.edu.co:2083/docview/2245657321?accountid=34925>
- De Thomas, A., Caster, B., Ray, H., y Holland, P. (1991). Some evidence on the Financial Planning Practices of Small Businesses. Journal of Economics and Finance, 15 (1), 1-15.
- García -Madurga, M.A., Grilló-Méndez, A.J., y Morte-Nadal, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11(21), pp. 55-70. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>. Recuperado en: [file:///C:/Users/gserrano/Downloads/4738-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20\(anonimizado\)%20\(obligatorio\)-32668-1-10-20210329.pdf](file:///C:/Users/gserrano/Downloads/4738-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20(anonimizado)%20(obligatorio)-32668-1-10-20210329.pdf)
- Garcia (2019) Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en MIPES durante el Covid-19. versión impresa ISSN 2219-7168. Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682021000200099. <http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- García, J. A. C., & Betancur, F. J. (2007). Una aproximación metodológica y prospectiva a la gestión financiera en las pequeñas empresas*. Contaduría Universidad De Antioquia, (50), 93-118. Retrieved from <https://bdbiblioteca.universidadean.edu.co:2083/>

docview/198667434?accountid=34925

- Burgos & Rojo (2018). Burgos Burgos, J. E. & Rojo, A. A. R. (2018). La innovación comercial y la filosofía empresarial como factores de éxito en la empresa familiar SAPRIET: una experiencia ecuatoriana Business innovation and business philosophy as success factors in the family business SAPRIET: An Ecuadorian experience. *Espacios*, 39(3), 25. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n03/a18v39n03p25.pdf>
- Georgieva (2020) Economía Política y Pandemia, Finanzas y Desarrollo: recuperado en: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2020/06/pdf/fd0620s.pdf>
- Haro Carrillo, F. A., Cordova Rosas, N. C., & Alvarado Garrces, M. A. (2017). Importancia de la innovación y su ejecución en la estrategia empresarial. *Innova Research Journal*, 2(5), 88-105. 10.33890/innova.v2.n5.2017.167
- Jordà, Ò., M. Schularick y A. M. Taylor. 2013. "When Credit Bites Back". *Journal of Money, Credit and Banking* 45 (s2): 3–28.
- Jordà, Ò., S. R. Singh y A. M. Taylor. 2020. "Longer-Run Economic Consequences of Pandemics". *Covid Economics: Vetted and Real-Time Papers* 1 (3 de abril): 1-15.
- INEGI., Censos económicos (2020), Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, México 2015.
- INEGI (2023) Estimación Oportuna del Producto Interno Bruto primer trimestre de 2023. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/pib_eo/pib_eo2023_04.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI. (2022). Resultados definitivos Censos Económicos (2020), recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ce/2022/doc/pprd_ce2022.pdf
- El Economista (2023). Economía mexicana sorprende con una expansión de 1.1% en el primer trimestre de 2023. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Economia-mexicana-sorprende-con-una-expansion-de-1.1-en-el-1T-2023-20230428-0024.html>
- Maravato (2020), Expansión "El efecto covid-19, en las PYMES, recuperado en: <https://expansion.mx/opinion/2020/06/12/el-efecto-covid-19-en-las-pymes>
- Moncada Fernando, Á., Montoya Monsalve, J. N., & Rocío, O. P. S. (2019). Desarrollo de un modelo de competitividad para la consolidación del clúster aeroespacial colombiano. <http://editorial.ucentral.edu.co/editorialuc/index.php/editorialuc/catalog/book/453>
- Molina, S. R. (2016). *Mipymes una mirada de los expertos e investigadores*. México, D.F. Pearson.
- Proum, (2020), Forbes, "El estornudo del COVID-19 en las MIPYMES, Mexicanas", recuperado en: <https://www.forbes.com.mx/el-estornudo-del-covid-19-en-las-pymes-mexicanas/>