

La innovación en las pymes frente a los efectos de la pandemia COVID-19

Daniel Guzmán López; Dr. Jesús Chan Hernández, Dr. José Luis Hernández Juárez, Mtro. Hardy Francisco Platas Rodríguez; Dr. Pablo Enrique Jasso Macossay

Corresponding Author: daniel.guzmangv01@gmail.com

¹División Académica Multidisciplinaria de los Ríos/Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México.

ABSTRACT: En toda crisis económica, social o sanitaria suele aparecer la incertidumbre ante el futuro y de cómo se puede enfrentar tales emergencias. La crisis de la pandemia de la COVID-19 fue un ejemplo de ello, donde las Pymes se mostraron diezmada al no contar con las herramientas necesarias para enfrentarlo, aunado a ello, la gran cantidad de personas infectadas y la presión por mantener la economía a flote. Es derivado de ello que quienes lograron sortear esta situación fue gracias a la innovación en sus procesos y a la rápida adaptación a la tecnología. El estudio fue de tipo cuantitativo y descriptivo donde se tuvo el objetivo de analizar la innovación desarrollada durante la pandemia de la COVID-19 en las Pymes de un municipio de Tabasco, México. Se adaptó y se suministró un instrumento desarrollo por la Fundación para el análisis estratégico y desarrollo de la pequeña y mediana empresa (FAEDPYME) el cual analiza el impacto de la innovación ante la emergencia de la COVID-19. Los resultados indican un balance entre la importancia del desarrollo de nuevos productos y de cómo la pandemia provoco una aceleración en la distribución de artículos y servicios pero que sus efectos aun en la actualidad son parte de la existencia de la Pyme

PALABRAS CLAVES: Adaptación, Control administrativo, Calidad

Date of Submission: 04-04-2024

Date of acceptance: 15-04-2024

I. INTRODUCCIÓN Y REVISIÓN DE LITERATURA

Pymes en tiempos de la COVID-19

Según Garita y Quesada (2017), el desafío para las pequeñas empresas es adaptarse, transformarse y crecer conforme a los requisitos actuales. La emergencia sanitaria provocada por la pandemia de la COVID-19 aún no finaliza y con ello tampoco lo hace la inestabilidad del mercado, el poco movimiento de efectivo, así como la carencia del acceso a créditos proporcionados a las MiPyMes se han convertido en las principales preocupaciones en el presente año (Rubio, *et al.*, 2020).

El Centro de Comercio Internacional (2020) desvela a través de un informe que esta pandemia ha implicado muchos retos y desafíos siendo una prueba sólida para las MiPyMes y aquellas cadenas de suministro a nivel global, lo cual ha provocado incertidumbre a nivel del comercio internacional.

La COVID-19 ha impactado en la totalidad de la economía a nivel mundial, lo cual a su vez ha afectado de diferentes formas dependiendo de diversos factores. Haciendo afectaciones desde el nivel de desarrollo hasta la especialización de productividad en cada economía. La economía en nuestro país se ve predominado por ingresos del sector turístico las cuales han sido afectadas al verse disminuido el flujo de visitantes provenientes del extranjero o incluso visitantes provenientes de un estado distinto ubicado dentro de la República Mexicana. Las principales preocupaciones de las pequeñas y medianas empresas es la poca estabilidad del mercado, ya que es un factor que no pueden controlar; la segunda es el poco flujo de efectivo o el nulo acceso al crédito para responder a la crisis (Rubio, *et al.*, 2020). Según los datos arrojados del análisis sobre la Demografía de los Negocios (EDN) publicado por el IMCO (2020) muestran que de las 4.9 millones de MiPyMES que operaron el año pasado, solo sobrevivieron 3.85 millones al 2020.

De igual importancia, Rubio, *et al.*, (2020) mencionan que la situación de la COVID-19 ha provocado un choque externo en muchas de las organizaciones existentes por lo que, en cuanto a la naturaleza de la misma problemática, son las mismas empresas las que se han visto en la necesidad de crear un balance ante las distintas prioridades y partes interesadas al mismo tiempo.

Fase 1: asegurar y garantizar la continuidad del negocio. En esta primera fase, las empresas luchan y responden a los impactos directos de la pandemia afrontando tres retos claves:

- Salud: ¿Cómo proteger la salud de colaboradores y sus consumidores?
- Operaciones: ¿Cómo se gestionarán las interrupciones de la cadena de suministro y la necesidad de cerrar el punto de venta y otros puntos operativos críticos?
- Liquidez: ¿Cómo administrar las finanzas de la empresa ante el impacto provocado por la pandemia?

Fase 2: Acelerar y ajustar la recuperación para la nueva normalidad. En esta fase, las empresas comienzan a adaptarse a la realidad generada por el nuevo coronavirus; lo cual las lleva a hacer frente a 3 retos principales:

- Incertidumbre: ¿Cómo lograremos salir de esta contingencia tan alarmante para todos?
- Cambio de ambición y prioridades: ¿cuáles objetivos debemos tomar? ¿Cuáles son nuestras mejores opciones para conseguir metas y prioridades que nos ayuden a superar la contingencia?
- Liquidez a mediano y largo plazo: como mantener a flote la economía y finanza e mi empresa durante esta situación de crisis.

Cabe mencionar que se presenta una problemática para el sector turístico y restaurantero ocasionado por la disminución de la demanda. Algunos otros sectores como el textil y de construcción se han visto más afectados por la baja que ha tenido la importación de insumos o por la ausencia de recurso humano; las opciones como el teletrabajo son mayormente accesibles para cierto tipo de empresas como las del sector tecnológico, por otra parte, optar por estas medidas resulta difícil para ciertos grupos en el mercado más tradicional (Arbaiza, 2020).

Por otro lado, el gobierno reconoce la importancia de las Pymes para contribuir al desarrollo regional y por supuesto, al crecimiento económico. Desafortunadamente, la escala ha demostrado ser una paradoja de las fallas de financiamiento. Por lo tanto, tienen bajos niveles de formación del personal, limitado avance tecnológico, baja productividad, baja capacidad de penetración en el mercado, etc., bajo mercado internacional, baja gestión y coordinación. capacidad. (Valencia *et al.*, 2016).

Las pymes, en su mayoría son familiares, algunos con menos de tres años de vida y otras son capaces de realizar exportaciones, pero también se conocen por tener una productividad muy nula en comparación a las grandes empresas debido a que carecen de gestión, tecnología, recursos humanos y capital de reinversión, además del temor a la regularización legal empresarial (Montuy, 2018).

Teoría de la innovación

Al día de hoy, las empresas deben crear innovación y estar a la vanguardia para un crecimiento y competitividad en su entorno por lo que es importante conocer los puntos de vista de los diferentes autores en una revisión de literatura. Por otro lado, algunos autores han demostrado que la orientación hacia el aprendizaje constituye un antecedente relevante de la innovación de las empresas para mejorar su competitividad (Calantone, Cavusgil y Zhao, 2002; Hult, Hurley y Knight, 2004).

Uno de los primeros autores que habla de innovación es Schumpeter (1995) quien establece a la innovación como la introducción de un nuevo producto, un cambio en su calidad, un nuevo método de producción, la apertura de un nuevo mercado, el aprovechamiento de materias primas de bienes semimanufacturados o la creación de una nueva organización de cualquier industria. Además, utiliza el término empresario innovador y lo expresa de la siguiente manera:

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo, o reorganizar una industria, etc.”.

En este sentido, la innovación consiste en la comercialización de una invención (Myers y Marquis, 1969); en la adopción de una idea o un comportamiento nuevo en una organización donde la creación de un producto, servicio o proceso que es nuevo para una unidad de negocio (Tushman y Nadler, 1986; Damanpour y Gopalakrishnan, 1998); es el proceso en el cual, a partir de una idea, invención o identificación de una necesidad, se desarrolla un producto, técnica o servicio que es útil hasta que sea comercialmente aceptado (Utterback y Abernathy, 1975; Gee, 1981); por lo que estas son las competencias que todas las organizaciones deben desarrollar como parte de sus conocimientos para que les permita tener mayores probabilidades de ser innovadoras o de conocer los límites de la innovación (Argyris y Schön, 1978).

La innovación existe como un elemento común que permite tener una idea nueva hecha realidad o llevada a la práctica (Escorsa y Valls, 1997). Las tipologías de innovación más extendidas son las que utilizan como criterio de clasificación la naturaleza de la innovación o su radicalidad (Damanpour, 1991). Las innovaciones se clasifican en incrementales o radicales. La innovación incremental es la introducción relativa donde existe una menor cantidad de cambios en los productos existentes; la innovación radical generalmente explota el diseño y refuerza el dominio de las competencias actuales de la empresa (Ettlie, Bridges y O’Keefe, 1984; Dewar y Dutton, 1986; Henderson y Clark, 1990).

Las empresas e instituciones no pueden innovar en aislamiento; necesitan de un conjunto de relaciones con otros agentes y de un medio que las acompañe, para que esto no sea tan simple de transmitir. A su vez, se concluye que las asimetrías también se mantienen o acrecientan debido a que la innovación genera un proceso de retroalimentación positiva, es decir, que cuantas más innovaciones haya en una comunidad, más riqueza se creará y más incentivos y recursos habrá para la generación de nuevas innovaciones (Formichella, 2005). La innovación se ha convertido recientemente en un factor crucial a la hora de determinar el resultado empresarial y es el resultado de la evolución de un entorno cada vez más competitivo (Alegre y Chiva, 2007; Newey y Zahra, 2009).

Se afirma que se relevan dos aspectos importantes de la innovación: la novedad y la utilidad (Alegre, 2012). Generalmente, el requisito de novedad se refiere al proceso de la innovación donde se pone en práctica una invención, un descubrimiento científico o una nueva técnica de producción o de gestión; representa el requisito de la ventaja para la competitividad que se comprueba mediante el uso, la adopción o el éxito comercial de esa novedad. Las Pymes innovadoras con un alto poder de conquista y excelente aplicación de conocimiento externo e interno, pueden satisfacer las necesidades de los clientes, aumentar sus ventas y ser más rentables (Foss, Lyngsie y Shaker, 2013).

La innovación es un recurso generador del mejoramiento de la competitividad y uno de los recursos con más dificultad para gestionar (Valencia-Rodríguez, 2015). Su importancia en relación con los resultados estratégicos y, por tanto, con la supervivencia en el largo plazo, ha sido ampliamente reconocida y aludida en la literatura existente. La innovación se define comúnmente como la aplicación o adaptación de una idea o un comportamiento relativo a un producto, servicio, instrumento, sistema, política o programa que sea desconocido para la compañía. La innovación consiste en la implementación exitosa de ideas creativas dentro de la organización y está estrechamente vinculada con el AO. El proceso de innovación envuelve la adquisición, diseminación y el uso del conocimiento recientemente adquirido. La base teórica existente determina la existencia de una correlación positiva entre el AO y la innovación empresarial. Debido a que la evidencia hasta ahora se ha basado exclusivamente en el estudio de casos, esta correlación necesita ser corroborada y comprobada empíricamente. Es un enfoque sistemático y organizado que le permite a las organizaciones ser más rápidas, eficientes, innovadoras y eficaces que la competencia (Shahzad et al., 2016).

La innovación de productos es la creación y comercialización de un producto con características de rendimiento que se ha visto renovado de manera que la empresa ofrezca al consumidor lo que busca para satisfacer sus necesidades, lo que permite que sea una fuente de ventaja competitiva para obtener un desempeño, éxito y la supervivencia a largo plazo de las organizaciones en el entorno empresarial de hoy que obliga a las organizaciones a innovar constantemente utilizando las Capacidad de Aprendizaje Organizativo.

1.2 Búsqueda de objetivos

Analizar la innovación desarrollada durante la pandemia de la COVID-19 en las Pymes de un municipio de Tabasco, México

1.3 Metodología y análisis de datos

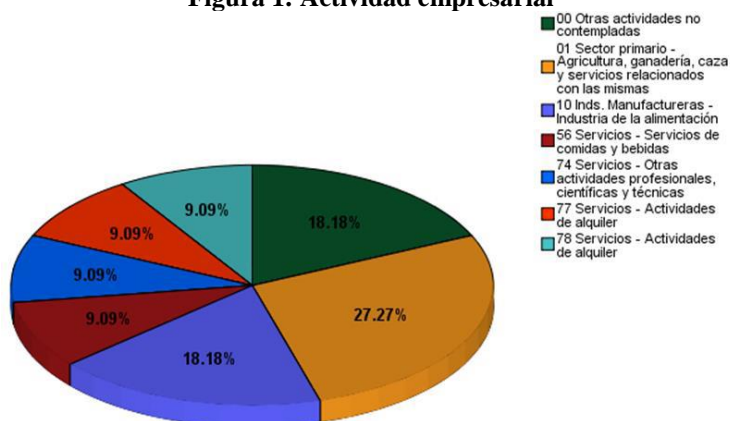
La investigación fue de tipo cuantitativo y descriptivo (Hernández, et al., 2010) teniendo como objetivo analizar la innovación desarrollada en las Pymes de un municipio de la zona Ríos de Tabasco, México. Se contó con la participación de un total de 14 gerentes/propietarios de las empresas del municipio de Emiliano Zapata, Tabasco, México.

Se suministró un cuestionario desarrollado por la Fundación para el análisis estratégico y desarrollo de la pequeña y mediana empresa (FAEDPYME) y el cual fue adaptado para su aplicación el cual mide la innovación.

Para el análisis de la variable de innovación se validó a través de la prueba estadística de alfa de cronbach el cual se obtuvo un valor de .906. Este índice es válido para demostrar la veracidad de los datos. A continuación, se presentan los resultados sobre la innovación, mostrándose la distribución del sector empresarial.

Dato general

Figura 1. Actividad empresarial



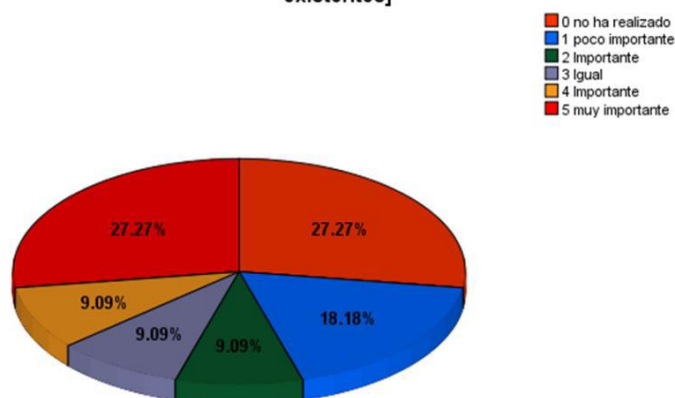
Fuente: Elaboración propia con base a resultados

De acuerdo con los resultados obtenidos la mayoría de las MiPyMes encuestadas, del sector pecuario corresponde al 27.27% seguida por un 18.18 % de las MiPyMes pertenecientes a la industria de manufactura y alimentación; de igual forma, el 18.18% representan diversos sectores de actividades que no contempladas dentro de las opciones disponibles. En cuanto a otros sectores como alquiler ocupan 9.09%, por lo consiguiente el sector dedicadas al servicio de comidas y bebidas pertenece y el 9.09% empresas dedicadas a otras actividades profesionales, científicas y técnicas.

Innovación en el 2020

Figura 2. Cambios o mejoras en los productos y/o servicios existentes en las MiPyMes

Indique si su empresa ha realizado, en 2020, las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas (1-poco importante 5-muy importante) [1. Cambios o mejoras en productos/servicios existentes]

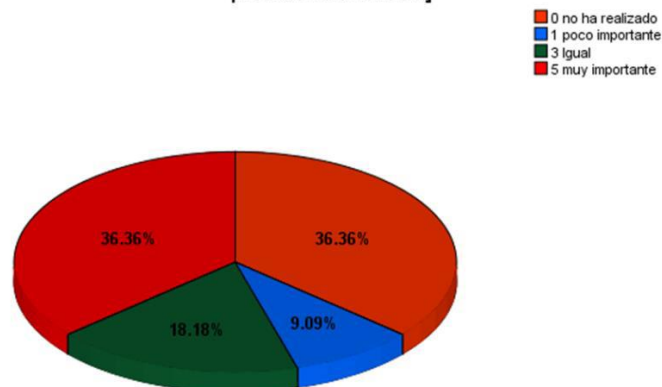


Fuente: Elaboración propia con base a resultados

En la figura 1 se muestran los cambios o mejoras en los productos y/o servicios existentes en las Pymes que se hayan o no realizado, respecto a esto se tiene un 27.27% que no ha realizado cambios y 27.27% que ha realizado y considera que es un aspecto muy importante. Tenemos un 18.18% que menciona que lo ha realizado, pero lo considera poco importante. En porcentajes mínimos se observa un 9.09% que lo considera importante, un 9.09% que lo considera igual y un 9.09% que considera importante realizar cambios o mejores a sus productos y/o servicios

Figura 3. Lanzamiento al mercado de nuevos productos y/o servicios

Indique si su empresa ha realizado, en 2020, las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas (1-poco importante 5-muy importante) [2. Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios]

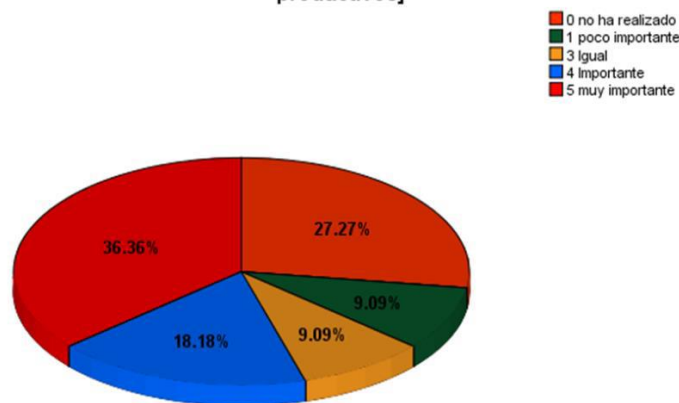


Fuente: Elaboración propia con base a resultados

En el segundo cuestionamiento de lanzamiento al mercado de nuevos productos y/o servicios, podemos observar en la figura 3 cómo mayoría dos porcentajes iguales; un 36.36% de Pymes que lo han realizado y consideran que es muy importante y, por el contrario, también un 36.36% pero que no ha realizado esta innovación. Seguido a esto se tiene un 18.18% que mencionan que es igual y un 9.09% que lo ha realizado, pero lo considera poco importante.

Figura 4. Cambios y mejoras en procesos productivos

Indique si su empresa ha realizado, en 2020, las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas (1-poco importante 5-muy importante) [3. Cambios o mejoras en los procesos productivos]

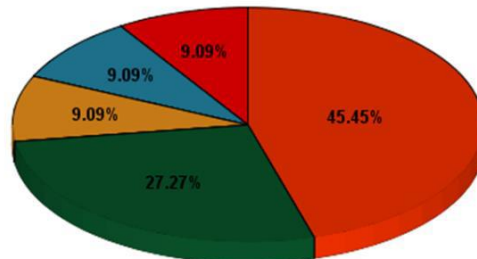


Fuente: Elaboración propia con base a resultados

En la figura 4 se refiere a los cambios y mejoras en procesos productivos, observamos cómo mayoría un 36.36% que lo ha realizado y considera que es una innovación muy importante de realizar. Por el contrario, tenemos un 27.27% que no ha realizado cambios en este aspecto. Un 18.18% que lo ha realizado y lo considera importante y en porcentajes menores tenemos un 9.09% que lo considera poco importante y un 9.09% que lo considera igual.

Figura 5. Nuevos bienes de equipos

Indique si su empresa ha realizado, en 2020, las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas (1-poco importante 5-muy importante) [4. Adquisición de nuevos bienes de equipo]

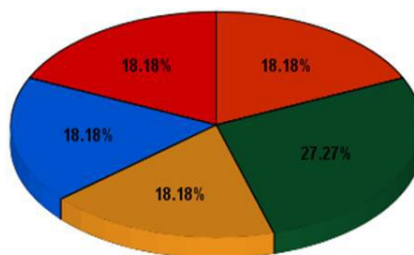


Fuente: Elaboración propia con base a resultados

Con la adquisición de nuevos bienes de equipos tenemos los siguientes porcentajes cómo se observa en la figura 5, la mayoría de las empresas no adquieren nuevas tecnologías por lo que es un 45.45% no ha realizado este proceso de adquisición. Un 27.27% si ha adquirido equipo, pero considera que esto es poco importante. En porcentajes menores tenemos un 9.09% que lo considera importante; un 9.09% que lo considera igual y únicamente un 9.09% que lo realizó y lo considera muy importante.

Figura 6. Cambios o mejores en organización y/o gestión de las Pymes

Indique si su empresa ha realizado, en 2020, las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas (1-poco importante 5-muy importante) [5. Nuevos cambios o mejoras en organización y/o gestión]

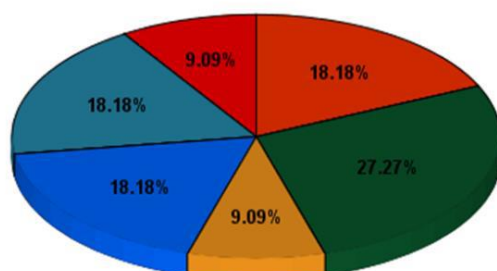


Fuente: Elaboración propia con base a resultados

En el rubro de nuevos cambios o mejores en organización y/o gestión de las Pymes en la figura 6 se indica que la mayoría lo ha realizado, pero le otorgan distintos niveles de importancia. Con un 27.27% encontramos a aquellas empresas que lo han realizado y lo consideran poco importante. Seguido a esto tenemos 4 porcentajes iguales. 18.18% menciona que lo ha realizado y lo considera igual; un 18.18% lo considera importante y un 18.18% lo considera muy importante. Únicamente un 18.18% no ha realizado esta innovación en la gestión de su empresa.

Figura 7. Realización de cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos de las Pymes

Indique si su empresa ha realizado, en 2020, las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas (1-poco importante 5-muy importante) [6. Nuevos cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos]

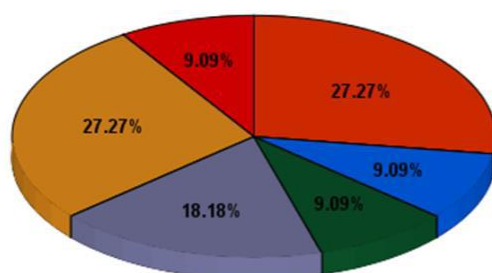


Fuente: Elaboración propia con base a resultados

Referente a la realización de cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos de las Pymes, cómo se observa en la figura 7, tenemos con una mayoría del 27.27% quienes lo han realizado, pero consideran que es poco importante. Tenemos un 18.18% que lo ha realizado pero que lo considera igual; un 18.18% que lo considera importante y de forma contraria, un 18.18% que a diferencia de las demás, no ha realizado cambios en este aspecto. Por último, tenemos un 9.09% de quienes lo ha realizado y lo consideran importante y únicamente un 9.09% que lo considera una innovación muy importante.

Figura 8. Cambios o mejoras en comercial o ventas

Indique si su empresa ha realizado, en 2020, las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas (1-poco importante 5-muy importante) [7. Nuevos cambios o mejoras en comercial y/o ventas]



Fuente: Elaboración propia con base a resultados

Con respecto a la figura 8 indica los aspectos de cambios o mejoras en comercial o ventas tenemos dos segmentos que son mayoría. Un 27.27% de las Pymes ha realizado esta innovación y lo considera importante. Por el contrario, tenemos un 27.27% que no ha realizado estos cambios. Con un 18.18% consideran este proceso como igual, es decir que no representa algún cambio. Como porcentajes menores tenemos un 9.09% que lo considera poco importante y un 9.09% importante. Por último, tenemos únicamente un 9.09% que lo ha realizado y lo considera un aspecto muy importante para sus empresas.

1.4 Hallazgos e interpretaciones

Los efectos de la pandemia COVID-19 aún muestran sus efectos a cuatro años de su aparición y es por ello que las empresas deben de continuar desarrollando estrategias para hacer frente a las necesidades del mundo actual. El estudio tuvo como objetivo analizar la innovación desarrollada en las Pymes de un municipio de la

zona Ríos de Tabasco, México teniendo como primer hallazgo que el sector de la agricultura es la predominante con un 27.27%. Por otra parte, la innovación se mantuvo presente tal como fue el caso donde se desarrollaron nuevos productos o servicios al reportarse un 36.36% como muy importante para las empresas. Así mismo, este fenómeno de emergencia desencadenó una adaptación a la tecnología y a la forma de hacer negocios donde gran parte de los sujetos de estudio implementaron cuando menos una estrategia de venta que permitió salir adelante. Por lo tanto, es una necesidad de los gerentes propietarios lograr la adaptación a “la nueva normalidad” que el gobierno de la república ha propuesto para la reactivación económica y considerar que la pandemia está presente aún. Queda a la reflexión esta situación para el desarrollo de futuros planes de acción para enfrentar estas situaciones incluso una guerra regional o mundial como la que ocurre en Rusia y Ucrania

REFERENCIAS

- [1]. Alegre, J. & Chiva, R. (2007). La innovación a través de la capacidad del aprendizaje organizativo. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 6, 103-120.
- [2]. Arbaiza, L. (2020, agosto 27). Toma de decisiones estratégicas en tiempos de COVID-19 - ESAN. ESAN. Recuperado 7 de abril de 2022, de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/toma-de-decisiones-estrategicas-en-tiempos-de-covid-19>
- [3]. Argyris, C. & Schön, D. (1978). *Organizational Learning: A Theory of Action Perspective*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- [4]. Calantone, R. J., Cavusgil, S.T. & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515-524.
- [5]. Damanpour, F. & Gopalakrishnan, S. (1998). Theories of organizational structure and innovation adoption: The role of environmental change. *Journal of Engineering and Technology Management*, 15(1), 1-24.
- [6]. Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34, 555-590.
- [7]. Dewar, R. D. & Dutton, J. E. (1986). *The &&sis. Management Science*, 32(11), 1422-33.
- [8]. Escorsa, P. & Valls, J. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa. Dirección y gestión*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.
- [9]. Formichella, M. M. (2005). La Evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo. Estación Experimental Agropecuaria Integrada Barrow (Convenio MAAyP-INTA). Tres Arroyos.
- [10]. Foss, N. J., Lyngsie, J. & Shaker, A. Z. (2013). The role of external knowledge sources and organizational design in the process of opportunity exploitation. *Strategic Management Journal*, 34(12), 1453-1471.
- [11]. Garita, G. C. y Quesada, A. J. (2017). *Pensis, MIPyMEs. El sueño posible de pocos*. Costa Rica: Tecnológico de Costa Rica.
- [12]. Gee, S. (1981). *Technology Transfer, Innovation and International Competitiveness*. New York, NY: Wiley & Sons.
- [13]. Henderson, R. M. & Clark, K. B. (1990). Architectural Innovation: The reconfiguration of existing product technologies and the failure of established firm. *Administrative Science Quarterly*, 35, 9-30
- [14]. Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. D. (2010). *Metodología de la investigación*. D.F: Mc Graw-Hill
- [15]. Hult, G. T. M., Hurley, R. F. & Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429-438.
- [16]. Los efectos del COVID-19 en el mercado laboral mexicano. (2020, 16 de noviembre). Centro de Investigación en Política Pública. Recuperado de <https://imco.org.mx/los-efectos-del-covid-19-en-el-mercado-laboral-mexicano-se-visualizan-en-http-imco-org-mx-monitor-mercado-laboral/>
- [17]. Montuy, S. (2018). Perfil del empresario de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) en el municipio de Balancán, Tabasco, México. *Conexión de Economía y Administración*. 4(11), 7-18.
- [18]. Myers, S. & Marquis, D. G. (1969). *Successful Industrial Innovations*. Washington, DC: National Science Foundation.
- [19]. Newey, L. & Zahra, S. (2009). The evolving firm: How dynamic and operating capabilities interact to enable entrepreneurship. *British Journal of Management*, 20, 81-100.
- [20]. Rubio, R., Sanromán, R., & Ciuró, J. (2020). Retos y Oportunidades para el Sector Empresarial Mexicano. Bain & Company. 1-9. Recuperado de <https://www.bain.com/es/insights/covid-19-challenges-and-opportunities-for-the-mexican-business-sector/>
- [21]. Schumpeter, J. A. (1995). Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancia, capital, crédito, interés y ciclo económico. *Fondo de cultura económica, México*, 8
- [22]. Shahzad, K., Bajwa, S. U., Siddiqi, A. F. I., Ahmid, F. & Raza, A. (2016). Integrating knowledge management (KM) strategies and processes to enhance organizational creativity and performance: an empirical investigation. *Journal of Modelling in Management*, 11(1), 154-179.
- [23]. Tushman, M. L. & Nadler, D. A. (1986). Organizing for innovation. *California Management Review*, 28(3), 74-92.
- [24]. Utterback, J. M. & Abernathy, W. J. (1975). A dynamic model of process and product innovation. *Omega*, 3(6), 639-656.
- [25]. Valencia, L., Izeta, B., Ballinas, D., salvador, u., & García, R. (2016). El Ciclo de Vida de las MIPYMEs en el Estado de Tabasco. XIV Congreso Internacional de Análisis Organizacional, 1-5.
- [26]. Valencia-Rodríguez, M. (2015). Capacidades dinámicas, innovación de producto y aprendizaje organizacional en pymes del sector cárnico. *Ingeniería Industrial*, XXXVI (3), 297-305.