

IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO DEL COVID-19 EN LAS MIPYMES DE LA ZONA CENTRO DE RIOVERDE, S.L.P.

JOSÉ ADRIÁN NÁJERA SALDAÑA, MARÍA EDITH BALDERAS HUERTA,
& MARÍA GUADALUPE OVIEDO GUERRERO
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE RIOVERDE | MÉXICO

Prol

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Resumen

El objetivo del estudio fue evaluar el impacto socio – económico en las MIPyMES de la zona centro de Rioverde, San Luis Potosí, México del COVID - 19; así como las estrategias comerciales emprendidas por los empresarios para la mitigación de las afectaciones negativas. La muestra representativa estuvo compuesta por 190 encuestas atendidas por los representantes de negocios de la zona centro de la ciudad. Es un estudio de corte cuantitativo, descriptivo y transversal simple. Se utilizó el instrumento propuesto por Prado (2021) compuesto por 21 ítems y 6 preguntas de índole socio – demográfico. Los principales resultados muestran que los negocios tienen mayor presencia representantes mujeres, solteras, con educación de pregrado, la gran mayoría de éstos son de giro comercial en diversas modalidades y con población menor a 40 años, en cuanto a la antigüedad del negocio, son negocios de menos de 20 años en promedio, pero teniendo participación de hasta 71 años. Expresaron no haber estado preparados para afrontar la crisis sanitaria, empero, no implementaron, en la mayoría de los casos, estrategias comerciales de contingencia y continuaron con las mismas de antes de la pandemia, que ya incluía el uso de redes sociales y entrega a domicilio.

Palabras clave: MIPyMES, COVID – 19, Impacto socio – económico

Abstract

The objective of the study was to evaluate the socio-economic impact of COVID-19 on MSMEs in the central area of Rioverde, San Luis Potosí, Mexico; as well as the commercial strategies undertaken by entrepreneurs to mitigate negative effects. The representative sample consisted of 190 surveys attended by business representatives from the downtown area of the city. It is a quantitative, descriptive, and simple cross-sectional study. The instrument proposed by Prado (2021) composed of 21 items and 6 questions of a socio-demographic nature was used. The main results show that businesses have a greater presence of female representatives, single, with an undergraduate education, the vast majority of them are of commercial activity in various modalities and with a population under 40 years old, in terms of the age of the business, they are businesses of less than 20 years on average but having participation of up to 71 years. They expressed not having been prepared to face the health crisis, however, in the most cases, they did not implement contingency commercial strategies in the majority and continued with the same ones from before the pandemic, which already included the use of social networks and home delivery.

Key words: MSME´s, COVID – 19, Socio – economic impact.

IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO DEL COVID-19 EN LAS MIPYMES DE LA ZONA CENTRO DE RIOVERDE, S.L.P.

JOSÉ ADRIÁN NÁJERA SALDAÑA, MARÍA EDITH BALDERAS HUERTA & MARÍA GUADALUPE GUERRERO

La pandemia de Coronavirus (COVID - 19) es una de las más devastadoras de este siglo. Originada en China en diciembre de 2019 y causada por el virus SARS-Cov-2, en menos de 1 mes ya había sido catalogada como “emergencia de salud pública de alcance internacional” (Escudero et al., 2021).

De acuerdo a lo anterior, esta epidemia del COVID-19 ha cobrado la vida de más de 77 mil personas en México con lo que es ya una catástrofe humanitaria, en lo económico se ha traducido en un desastre sin comparación histórica, así lo reveló el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), el cual informó que el Producto Interno Bruto (PIB) entre abril y junio de 2020 se contrajo 17.1% en términos reales respecto al trimestre previo con cifras ajustadas por estacionalidad y 18.7% en su comparación anual (INEGI, 2020 citado en Sánchez-Juárez y Aguilar, 2020).

Según el Banco de México (BANXICO), en el país se ha observado una variación negativa del PIB desde el 2019, lo cual puede ser exacerbado por la propagación de la COVID-19 a partir del segundo trimestre del 2020. Desde marzo, se reportaron paros técnicos en algunos sectores debido a la falta de insumos importados y a la cancelación de ciertas actividades (Feix, 2020).

El mundo del trabajo se ha visto profundamente afectado por la pandemia mundial del virus. Además de la amenaza que supone para la salud pública, el trastorno económico y social amenaza los medios de vida y el bienestar a largo plazo de millones de personas (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2021).

El INEGI presentó los resultados de la tercera edición de la encuesta sobre el impacto generado por COVID-19 en las empresas, que tiene como objetivo conocer la situación actual y afectaciones de las empresas por la contingencia; donde la disminución de los ingresos es el principal tipo de afectación reportado por el 73.8% de las empresas, mientras que el 50.2% de las empresas resultó afectada por la baja en la demanda, por otro lado, la escasez de los insumos y/o productos se posiciona en tercer lugar de importancia con 29.2%. La encuesta estimó que el 16.6% de las empresas aplicó cierres temporales o paros técnicos, proporción mejor que la registrada en la segunda (23.1%) y la primera edición (59.6%) (INEGI, 2021).

De acuerdo con el quinto informe del Gobierno de San Luis Potosí (2020), con el fin de hacer frente a las afectaciones económicas derivadas de la enfermedad COVID-19, durante las etapas de contingencia y reactivación económica, se integró una bolsa de 740 millones de pesos, a colocarse a través de ocho programas emergentes de financiamiento, conjuntamente diseñados con cámaras empresariales, para atender las necesidades de emprendedoras(es) sociales y mipymes.

Sin embargo, en el municipio de Rioverde S.L.P, no se tenía conocimiento de dichos programas, resultando afectada la economía de los negocios locales, es por esto, que existe la necesidad de evaluar el impacto socio-económico generado por la contingencia del COVID-19 en las mipymes del municipio.

La pandemia de Coronavirus (COVID - 19) es una de las más devastadoras de este siglo. Originada en China en diciem-

Prol

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

bre de 2019 y causada por el virus SARS-Cov-2, en menos de 1 mes ya había sido catalogada como “emergencia de salud pública de alcance internacional” (Escudero et al., 2021).

De acuerdo a lo anterior, esta epidemia del COVID-19 ha cobrado la vida de más de 77 mil personas en México con lo que es ya una catástrofe humanitaria, en lo económico se ha traducido en un desastre sin comparación histórica, así lo reveló el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), el cual informó que el Producto Interno Bruto (PIB) entre abril y junio de 2020 se contrajo 17.1% en términos reales respecto al trimestre previo con cifras ajustadas por estacionalidad y 18.7% en su comparación anual (INEGI, 2020 citado en Sánchez-Juárez y Aguilar, 2020).

Según el Banco de México (BANXICO), en el país se ha observado una variación negativa del PIB desde el 2019, lo cual puede ser exacerbado por la propagación de la COVID-19 a partir del segundo trimestre del 2020. Desde marzo, se reportaron paros técnicos en algunos sectores debido a la falta de insumos importados y a la cancelación de ciertas actividades (Feix, 2020).

El mundo del trabajo se ha visto profundamente afectado por la pandemia mundial del virus. Además de la amenaza que supone para la salud pública, el trastorno económico y social amenaza los medios de vida y el bienestar a largo plazo de millones de personas (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2021).

El INEGI presentó los resultados de la tercera edición de la encuesta sobre el impacto generado por COVID-19 en las empresas, que tiene como objetivo conocer la situación actual y afectaciones de las empresas por la contingencia; donde la disminución de los ingresos es el principal tipo de afectación reportado por el 73.8% de las empresas, mientras que el 50.2% de las empresas resultó afectada por la baja en la demanda, por otro lado, la es-

casos de los insumos y/o productos se posiciona en tercer lugar de importancia con 29.2%. La encuesta estimó que el 16.6% de las empresas aplico cierres temporales o paros técnicos, proporción mejor que la registrada en la segunda (23.1%) y la primera edición (59.6%) (INEGI, 2021).

De acuerdo con el quinto informe del Gobierno de San Luis Potosí (2020), con el fin de hacer frente a las afectaciones económicas derivadas de la enfermedad COVID-19, durante las etapas de contingencia y reactivación económica, se integró una bolsa de 740 millones de pesos, a colocarse a través de ocho programas emergentes de financiamiento, conjuntamente diseñados con cámaras empresariales, para atender las necesidades de emprendedoras(es) sociales y mipymes.

Sin embargo, en el municipio de Rioverde S.L.P, no se tenía conocimiento de dichos programas, resultando afectada la economía de los negocios locales, es por esto, que existe la necesidad de evaluar el impacto socio-económico generado por la contingencia del COVID-19 en las mipymes del municipio.

Objetivo general

Evaluar el impacto socio-económico de la emergencia sanitaria provocada por el COVID-19 en las mipymes de la zona centro de Rioverde, San Luis Potosí; así como las medidas contingentes en las estrategias comerciales por parte de sus administradores.

Objetivos específicos

- Identificar el impacto económico en las mipymes de la zona centro de Rioverde S.L.P causada por la pandemia del COVID-19
- Conocer las estrategias comerciales llevadas a cabo por los administradores de las MIPyMES de la zona centro de Rioverde S.L.P. ante las medidas contingentes de la emergencia sanitaria.

Prol

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Justificación

Las mipymes han sido las más afectados por el impacto socio-económico de la emergencia sanitaria de Covid-19, del total de empleos que se perdieron en el inicio de la crisis, 8 de cada 10 fueron de este tipo de unidades económicas. El nuevo estudio sobre la demografía de los negocios 2020 del INEGI reportó que 1 millón 10,857 mipymes bajaron sus cortinas. Este cierre de negocios y la reducción de personal en otros provocaron que 2.89 millones de personas perdieran su empleo (Morales, 2020). Prácticamente todas las empresas del mundo se han visto afectadas por la COVID-19, pero el desempeño ha sido muy variable, incluso dentro de un mismo país o sector.

De acuerdo con el estudio del Banco Mundial (2021) realizado en el periodo comprendido entre octubre 2020 y enero de 2021, se obtuvo que en una cuarta parte de las empresas las ventas cayeron en un 50% en promedio. A pesar de la crisis, las empresas mantuvieron a sus trabajadores, cerca del 65% de las empresas ajustó la nómina salarial reduciendo los horarios y los sueldos, u otorgando licencias. Debido a estos ajustes, solo el 11% de las compañías despidió personal.

Importancia

El cierre de las actividades no esenciales implicó para las empresas no percibir ingresos, pero sí continuar con sus obligaciones patronales, fiscales, cuotas del IMSS e Infonavit, pago de renta y servicios por lo que muchas empresas tuvieron que cerrar, recortar planes de expansión o bien reducir de forma sensible su capacidad operativa y de generación de utilidades; la base empresarial mexicana está sensiblemente deteriorada y por tanto la fuente de creación de riqueza en el país (Sánchez-Juárez y Aguilar, 2020).

El presente estudio brindará un punto de partida para investigadores al realizar futuros acercamientos al fenómenos del

impacto económico causado por el COVID-19 en el municipio de Rioverde S.L.P. o en otras ciudades del país y la información presentada, podrá coadyuvar a la toma de decisiones informada en cuando a las estrategias comerciales emergentes para sobrevivir como empresa ante esta y futuras situaciones de contingencia

MARCO TEÓRICO

Teorías

El sustento teórico de esta investigación está dado por las teorías que estructuraron el cuerpo doctrinario de la economía, en primer lugar la teoría del empresario propuesta por Marshall, donde hace énfasis en que el empresario o la organización es un factor más de producción que se adiciona a los ya determinados por los clásicos: tierra, capital y trabajo, es decir, el empresario es el cuarto factor de producción. De ahí que el empresario obtenga un beneficio extraordinario por las innovaciones; éste es diferente de la remuneración propia del trabajo que ejerce en el cumplimiento de sus funciones directivas en la empresa (Zaratiegui, 1998 citado por Valencia, 2008); asimismo la teoría de las relaciones humanas, es una perspectiva basada en la idea de las necesidades y los valores humanos, donde las personas son importantes para que una organización consiga sus objetivos y funcione de manera adecuada (Rejes, 2020), lo que conlleva el análisis de la relación entre los empleados y la dinámica grupal e interpersonal que hacen que mejore la productividad.

Por otro lado, la teoría del caos, que permite modelar y explicar el cambio; en particular los cambios abruptos, las discontinuidades que desmienten periódicamente la creencia en que "Natura non facit saltum" (la naturaleza no procede por saltos), hace énfasis en que el mismo modelo que genera comportamientos estables da lugar también a conductas caóticas (Beker, 2003).

Prol

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

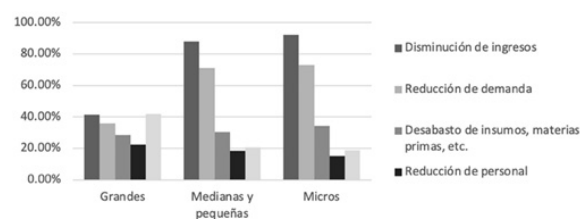
La teoría de los sistemas complejos adaptativos, se caracteriza por auto-organización y el surgimiento de un nuevo orden, para lo que es necesario el intercambio de información con el entorno, lo que las constituye en estructuras disipativas alejadas del equilibrio (Nicolis y Prigogine, 2007) y finalmente, la teoría de la globalización, que hace énfasis que las tecnologías de la información y la comunicación han impactado en la forma de hacer negocio y en el estilo de vida de la población; con respecto a las actividades económicas y los avances tecnológicos que cada vez son más accesibles a las pequeñas y medianas empresas; creando un nuevo escenario para las transacciones económicas, la utilización de los recursos productivos, de intercambio, de equipo y la presencia de los mecanismos monetarios virtuales (Reyes, 2001).

Condiciones del sector empresarial en México frente la pandemia

El sector empresarial mexicano se compone aproximadamente 4,773,995, empresas, de las cuales 95% son microempresas, el 4% son pequeñas empresas, el 0.8% son medianas empresas y solo el 0.2% son grandes empresas (INEGI, 2020a). De acuerdo a lo anterior, la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas en México ha resultado fundamental para la recuperación económica en el contexto de la pandemia de COVID-19, al representar éstas más de la mitad del PIB del país. Un factor importante a considerar es la transformación digital, aún existen retos a los que se enfrentan las mipymes. Uno de los principales desafíos a afrontar en la nueva realidad son clientes con poder de compra (43%) y la capacidad de adaptarse a la nueva realidad (42%). Para las microempresas, los clientes con poder de compra (54%) es el principal reto, mientras que para las medianas es la capacidad de adaptación a la nueva realidad (61%). Las pymes consideran tener un avance entre el 50 y el

70% en su transformación digital, donde el 27% declara que la tecnología es parte esencial de su oferta y la usan a diario, claramente es un gran avance (News Center Microsoft Latinoamérica, 2021).

Las afectaciones de la pandemia abarcaron al 93% de las empresas, de las cuales 14% sufrieron recorte de personal, 32% desabasto de insumos, 85% disminución de ingresos, 68% disminución de demanda y cancelación de pedidos y, 43% menor disposición de flujos de efectivo (encuesta sobre el Impacto económico generado por COVID19 en las Empresas [ECOVID-IE] realizada por INEGI, 2020b). Las empresas más afectadas son las mipymes; sin embargo, las grandes empresas llevaron a cabo un mayor recorte de personal (22.30%), seguido de las pymes (18.60%) y, por último, las microempresas (15.10%) pese a que fueron las más afectadas en la disminución de ingresos (92%). Los despidos ocurrieron a pesar de la política de gobierno federal para otorgar créditos a aquellas entidades que no incurrieran en tal práctica durante la pandemia, en el gráfico 1 se observan los principales efectos de la pandemia en las empresas de acuerdo a su tamaño (Rivera, 2020).



Fuente: Elaboración propia con datos de la ECOVID-IE (2020).

Gráfico 1. Efectos de la pandemia a las empresas de acuerdo con su tamaño. Fuente: (INEGI, 2020b).

Marco conceptual

Calidad del servicio es un elemento indispensable para incrementar la productividad y consecuentemente la competitividad (Saavedra et al. 2017), considerando que las pymes no solo son necesarias, sino indispensables para el desarrollo de México puesto que: generan empleos, distribuyen los ingresos entre la población y las

Prol

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

regiones, son proveedoras de las grandes empresas y funcionan como un importante factor de la cohesión social y movilidad económica de las personas.

La calidad para la competitividad en las pymes es un aspecto fundamental debido a que el mercado se vuelve cada vez más exigente, por lo que resulta indispensable su adopción en estas empresas. A este respecto, Rubio y Aragón (2009) señalan que para estas empresas la calidad es un factor que favorece su éxito.

La gestión empresarial es la actividad que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios (Rubio, 2006).

El servicio domiciliario o delivery se comprende como una prestación que se le hace a su domicilio o lugar de trabajo, donde le entrega un bien o servicio tangible o intangible para la satisfacción de la necesidad del cliente, a cambio de cierta cantidad de dinero por ese bien o servicio (Barón, 2019).

Se denomina pyme a una unidad económica productora de bienes y servicios, dirigida por su propietario, de una forma personalizada y autónoma, de pequeña dimensión en cuanto a número de trabajadores y cobertura de mercado (Cardozo et al. 2012).

METODOLOGÍA

El presente estudio es descriptivo, cuantitativo y transversal, porque utiliza la recolección de datos para la medición numérica y el análisis estadístico, con la finalidad de establecer pautas de comportamiento y poder probar teorías (Hernández et al., 2014).

Se consideró para el estudio una muestra representativa de la población de mipymes de la zona centro de Rioverde, San Luis Potosí, México, aquellas que cuentan con un establecimiento fijo

(local), sin importar la actividad preponderante de la misma y se excluyeron los negocios de cadenas comerciales. La unidad de análisis estuvo constituida por 190 negocios de giro comercial y de servicios que cumplieron con los criterios de inclusión especificados anteriormente. Los levantamientos se realizaron por un equipo de 18 encuestadores el día 29 de septiembre 2021 en horario matutino.

La técnica utilizada para la recolección de la información fue la encuesta cara a cara, el instrumento de medición fue el propuesto por Prado (2021), mismo que fue tropicalizado al contexto de Rioverde, San Luis Potosí, México; y que esta compuesto por 21 ítems y 6 preguntas de índole socio – demográfico: edad, sexo, estado civil, escolaridad del propietario, antigüedad de la empresa y giro de la misma. Los ítems de 1 a 5 fueron planteados con opción de respuestas cerradas, del 6 al 11 con dos baterías de reactivos, uno enfocado a las condiciones antes de la contingencia causada por COVID – 19, y una segunda centrada en la recolección de información respecto de las condiciones de las empresas durante / después de la pandemia, ambas con escalas de Likert de 5 grados. Finalmente, los ítems 12 al 21 afirmaciones con opciones de respuesta en una escala likert de 5 grados. La fiabilidad del instrumento fue medida a través de la prueba alfa de Cronbach realizada en el programa IBM SPSS en su versión 25, con la que se obtuvo un valor de 0.793. El análisis descriptivo fue realizado a través del programa Microsoft Excel.

RESULTADOS

Análisis de la muestra

En relación a las características demográficas de las personas en los negocios encuestados, en cuanto al sexo, el 37% son hombres, mientras que un 63% son mujeres, también, el 47% son solteros, 37.84% son

Prol

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

casados y el 9.73% viven en unión libre, solo un 3.78% es viudo y el 1.6% divorciados. Por otro lado, la escolaridad que prevalece es la de carrera técnica con un 29.19%, en segundo término preparatoria con 25.41% y posterior el 24.86% con posgrado, con un 10.81% se encuentran los empresarios con licenciatura, un 7.03% con secundaria y solo un 2.7% con primaria.

La gran mayoría de los negocios que se encuestaron son de giro comercial que representaron un 86.41% y que abarca actividades como tiendas de ropa, florerías, carnicerías, mueblerías, ferretería, zapatería, refacciones entre otros; mientras que del giro de servicios solo fueron el 13.59%, con actividades como la restaurantera, funeraria, estudios fotográficos entre otros. En cuanto la edad, en promedio los encuestados tienen 37.62 años, con una desviación estandar de 17.10 años, se puede identificar una dispersión amplia al considerar la curtosis de -0.322 (platicurtosis), es decir, con una amplia dispersión de los datos, un rango amplio de edades, con 74 años de diferencia entre el más joven y el mayor, así como un ligero sesgo positivo (coeficiente de asimetría=0.82), es decir, que los valores obtenidos se agrupan en mayor medida por debajo de la media. Por último, en cuanto a la antigüedad del negocio, en promedio tienen 14.19 años y una desviación estandar de 13.93 años, se puede observar una curtosis de 2.58, muy cercana a la distribución normal (mesocúrtica), pero con un grado de dispersión un poco más alto, que podría estar provocado por casos atípicos en el muestreo, considerando que el rango es de 71 años; y el coeficiente de asimetría (1.55) permite ver que los datos se agrupan en su mayoría por debajo del valor de la media.

Análisis descriptivo

En la tabla 1, se pueden observar los principales resultados de las preguntas 1 a 5, donde destaca una actividad previa de incremento de ventas en los negocios, con esto, los negocios que no

brindaban servicio a domicilio representan el 46.5%, mientras el resto, lo hacía con automóvil, camionetas, motocicletas o bicicleta. Es de destacar que el principal medio de promoción fueron las redes sociales previo a la contingencia, y de ellas, el 73% utilizó Facebook. La afectación principal para los negocios fue en la reducción de ventas en el 68% de los negocios.

Tabla 1.

Resultados por pregunta: ítems 1 – 5.

DETALLES DE LAS PREGUNTAS REALIZADAS	OPCIONES, MAYOR FRECUENCIA	PORCENTAJE
Antes de la declaratoria de emergencia sanitaria ¿cuál era el movimiento en su empresa?	Mayor incremento de ventas	46%
En la emergencia sanitaria ¿Qué medios de transporte utilizaban para la entrega de los productos / servicios?	Auto Camioneta Motocicleta Bicicleta Ninguno	21% 17% 4.5% 11% 46.5%
Hasta antes de la emergencia sanitaria, ¿Qué medios utilizaba para promocionar sus productos / servicios?	Redes Sociales	74.36%
¿Qué plataformas digitales le sirvieron para ofertar el producto durante la emergencia sanitaria?	Facebook	73%
¿De qué manera le afectaron económicamente las medidas de restricción sanitaria? ¿De qué manera le afectaron económicamente las medidas de restricción sanitaria?	Reducción de ventas	68%

Fuente: Elaboración propia.

De las preguntas 6 – 12 se elaboró el gráfico 1, dado que se cuestionó respecto del mismo tópico antes y durante / después del confinamiento por pandemia. En el gráfico mencionado, se puede observar una brecha amplia en cuanto a la afluencia de clientes, mismo que aparece considerablemente por debajo la línea de durante / después; así mismo, se

Prol

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

observan de forma similar lo relacionado al personal laborando y la solicitud de catálogo de productos y servicios requerido a las empresas. En los puntos de “servicio de entrega da oportunidades de trabajo”, “servicio a domicilio” y “servicio de entrega capta más clientes” se puede observar una ligera discrepancia positiva durante / después, es decir, estos puntos incrementaron a partir de la pandemia, pero de forma muy conservadora.

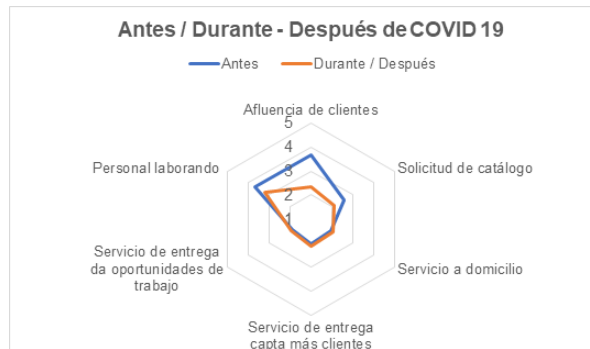


Gráfico 1. Antes / Durante – después de COVID 19.

En la tabla 2, se pueden observar las principales respuestas que brindaron los representantes de las Mipymes de la zona centro de Rioverde, en la misma, se puede apreciar que consideran que no estaban preparadas para hacer frente a una situación contingente similar a la ocurrida, el 55.56% de ellas declaran tener afectaciones de algún tipo. Una parte importante de las empresa no contaban con servicio a domicilio (que fue una de estrategias las más recurridas a nivel nacional dado el confinamiento) previo a la pandemia, también se observa que muchas de las empresas no lo implementaron, dado que no contrataron gente para ello ni adquirieron equipo de transporte.

En cuanto a la implementación de estrategias de venta de forma emergente, el 33.33% afirma haberlas realizado, pero casi el 27% afirma no haber implementado cambio alguno. Por otro lado, el 47% esta totalmente de acuerdo en que las redes sociales contribuyeron a la promoción de los productos o servicios en época de contingencia. En cuanto a los

ajustes de precios, un 26.46% esta totalmente en desacuerdo haberlos ajustado por contingencia, mientras que el 33.86%. El 42.86% consdiera que el servicio de entrega a domicilio mejoró el negocio durante la época de pandemia y el 48.68% considera que la rentabilidad no mejoro por este servicio adicional, esto debe ser contextualizado a que una parte importante de los negocios no implementaron servicio a domicilio como estrategia de durante el confinamiento provocado por la pandemia del COVID – 19.

Tabla 2.

Resultados por pregunta: 12 -21.

DETALLES DE LAS PREGUNTAS REALIZADAS	OPCIONES, MAYOR FRECUENCIA	PORCENTAJE
La empresa estaba preparada para afrontar la crisis sanitaria.	Totalmente en desacuerdo	59%
Durante la emergencia sanitaria se vio afectada su empresa	Totalmente de acuerdo	55.56%
Considera usted que sus clientes se sintieron satisfechos llevando el servicio a domicilio u otros servicios.	Totalmente en desacuerdo	46.50%
De acuerdo a la demanda, se tuvo la necesidad de contratar personal para realizar la entrega a domicilio u otros servicios.	Totalmente en desacuerdo	63.49%
Para la entrega del producto a domicilio usted requirió de personal y de transporte propio.	Totalmente en desacuerdo	57.14%
Se han tenido que implementar estrategias de ventas que permitan incrementar la salida del producto	Totalmente de acuerdo	33.33%
	Totalmente en desacuerdo	26.98%
Las redes sociales contribuyeron para promocionar los productos en época de emergencia sanitaria	Totalmente de acuerdo	43%

Prol

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

DETALLES DE LAS PREGUNTAS REALIZADAS	OPCIONES, MAYOR FRECUENCIA	PORCENTAJE
Los precios de los productos tuvieron que ser ajustados de acuerdo a la emergencia sanitaria y poder incrementar las ventas	Totalmente en desacuerdo	26.46%
	Totalmente en desacuerdo	42.86%
La aplicación del servicio de entrega a domicilio u otros servicios permitió mejorar su negocio durante la emergencia sanitaria	Totalmente en desacuerdo	42.86%
	Totalmente en desacuerdo	48.68%
Con la implementación del servicio entrega a domicilio u otros servicios, la rentabilidad del negocio en relación a antes de la emergencia sanitaria ha sido alta	Totalmente en desacuerdo	48.68%

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Las mipymes consideradas para el presente estudio fueron aquellas ubicadas en la zona centro de Rioverde, San Luis Potosí, en su mayoría atendidas por mujeres, con propietarios solteros y casados con estudios de carrera técnica preparatoria y posgrado. La gran mayoría son negocios comerciales de diversos productos, y la edad promedio de los negocios de 15 años pero con un amplio rango, desde negocios apenas iniciados en este año y negocios con más de 70 años de existencia, las edades de sus propietarios también varían mucho, siendo en promedio menores de 40 años, pero con una diferencia importante de edades entre los más jóvenes a los mayores.

La principal afectación a las empresas fue en la afluencia de clientes y por consiguiente, sus ingresos por ventas, mismas que ya tenían implementado servicio a domicilio en poco más de la mitad de ellas y que tres cuartas partes del total utilizaban facebook para promocionar sus productos

y servicios y afirmaron no haber estado preparadas para hacer frente a la crisis.

Se observó que fueron muy pocas las empresas que emprendieron estrategias comerciales nuevas enfocadas a la atención en tiempos de pandemia, las empresas que no contaban con servicio a domicilio, o presencia en redes sociales no incluyeron estas dos medidas como parte de sus estrategias ante la emergencia. Es decir, las empresas realmente tenían cierta preparación ante la contingencia, contaban con servicios a domicilio y presencia en redes sociales, con lo que tuvieron la posibilidad de brindar la atención aún con las medidas de confinamiento. Es importante la cantidad de empresas que consideran que estos servicios adicionales no aportan a su rentabilidad y crecimiento en la captación de clientes, este dato coincide con las empresas que de forma previa no contaban con el servicio y que a la fecha de los levantamientos seguían sin contar con ello.

REFERENCIAS

- Banco Mundial. (17 de febrero de 2021). Cómo la COVID-19 (coronavirus) afecta a las empresas en todo el mundo. <https://www.bancomundial.org/es/news/infographic/2021/02/17/how-covid-19-is-affecting-companies-around-the-world>
- Barón, M. (2019). Plan de negocio para la creación de una restaurante de servicio domiciliario de pizza gourmet nutritiva a los colegios ubicados en la UPZ Guaymaral y la UPZ la Academia. Colombia: Pontificia universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9263/tesis357.pdf;sequence=1>
- Beker, V. (2003). La teoría del caos: Una explicación simple de un fenómeno complejo. https://www.researchgate.net/publication/305456841_LA_TEORIA_DEL_CAOS_UNA_EXPLICACION_SIMPLE_DE_UN_FENOMENO_COMPLEJO
- Cardozo, E., Velásquez, Y., & Rodríguez, C. (2012). Revisión de la definición de PYME en América Latina. Latin American and Caribbean Conference, 1-10.
- Escudero, X., Guarner, J., Galindo-Fraga, A., Escudero-Salamanca, M., Alcocer-Gamba, M., & Del Rio, C. (2021). La pandemia de Coronavirus SARS-Cov-2 (COVID - 19): Situación actual e implicaciones para México. Archivos de cardiología

Prol

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Prol

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

- gía de México, 90.
- Feix, N. (octubre de 2020). México y la crisis de la Covid-19 en el mundo del trabajo: respuestas y desafíos. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-mexico/documents/publication/wcms_757364.pdf
- Hernández, R., Fernández, P., & Baptista, C. (2014). Metodología de la investigación (Vol. (Decimocuarta ed.)). México: Pearson.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (25 de Junio de 2020a). Estadísticas a propósito del día de las micro, pequeñas y medianas empresas. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/MYPIMES20.pdf>
- INEGI . (2020b). Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por COVID-19 en las Empresas (ECOVID-IE). <https://www.inegi.org.mx/programas/ecovidie/>
- INEGI. (2021). ECOVID-IE, Tercera Edición. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ECOVID-IE_Tercedi.pdf
- Morales, F. (04 de diciembre de 2020). Trabajadores de pequeños negocios, los más afectados por el Covid-19. <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Trabajadores-de-pequenos-negocios-los-mas-afectados-por-Covid-19-20201204-0009.html>
- Nicolis, G., & Prigogine, I. (2007). La estructura de lo complejo: en el camino hacia una nueva comprensión de las ciencias. Alianza.
- News Center Microsoft Latinoamérica. (26 de Enero de 2021). PyMEs mexicanas: 83% realizaron un cambio en su negocio debido al COVID-19. News Center Microsoft Latinoamérica. <https://news.microsoft.com/es-xl/pymes-mexicanas-83-realizaron-un-cambio-en-su-negocio-debido-al-covid-19/>
- OIT. (2021). COVID-19 y el mundo del trabajo. <https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/lang--es/index.htm>
- Prado , A. (2021). "El servicio delivery y su impacto socio - económico en microempresas gastronómicas frente a la emergencia sanitaria, ciudad de Jipijapa".Ecuador: (Tesis de Licenciatura). <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2968/1/BRYAN%20PRADO%20tesis.pdf>
- Quinto Informe de Gobierno. (2020). San Luis Próspero. https://slp.gob.mx/quintoinforme/Documentos%20Vertientes/Eje%201/5to_Eje1_Cualitativo.pdf
- Rejes, A. (2020). Escuelas de administración. Escuela de relaciones humanas. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/51959_207327.pdf
- Reyes, G. (2001). Teoría de la Globalización: Bases fundamentales. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, 1-8.
- Rivera, C. (2020). Efectos y expectativas en el sector empresarial mexicano durante el COVID-19. Economía Actual(a), 5-9.
- Rubio, A., & Aragón, A. (2009). Recursos Críticos y estrategia en la pyme industrial. . ICE Tribuna de Economía.
- Rubio, P. (2006). Introducción a la gestión Empresarial. <http://www.eumed.net/libros/2006/prd/>.
- Saavedra, M., Camarena, M., & Sánchez, B. (2017). Calidad para la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la Ciudad de México. Revista Venezolana de Gerencia, 22(80).
- Sánchez-Juárez, I., & Aguilar, E. (2020). Empresas mexicanas ante el COVID - 19. Economía actual, Año 14, Num. 4.
- Valencia, M. (2008). Factores determinantes de la creación de una empresa en la etapa del proceso de puesta en marcha de una empresa. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.