

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

JOSÉ ADRIÁN NÁJERA SALDAÑA¹, MARÍA EDITH BALDERAS HUERTA²,
Y MARÍA GUADALUPE OVIEDO GUERRERO³
MÉXICO

1, 3 Tecnológico Nacional de México/ ITS de Rioverde
2 Universidad Autónoma de San Luis Potosí

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 estos 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.

Datos de correspondencia: jans0018@hotmail.com

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 socioeconómico generado por la contingencia del COVID-19 en las mipymes del municipio.

Objetivo general

Evaluar el impacto socioeconómico 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.

Justificación

Las mipymes han sido las más afectadas por el impacto socioeconómico 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.

Es por esto que se considera necesario evaluar el impacto socioeconómico de los negocios locales de la zona centro de Rioverde, San Luis Potosí, para ver de qué manera les afectó económicamente las medidas de restricción sanitarias provocadas por el confinamiento del covid-19.

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 fenómeno 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; este 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).

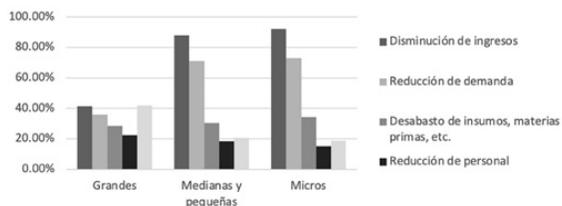
La teoría de los sistemas complejos adaptativos, se caracteriza por auto-organización y el surgimiento de un nuevo orden, para lo que es necesario el intercambio de información con el entorno, lo que las constituye en estructuras disipativas alejadas del equilibrio (Nicolis y Prigogine, 2007) y finalmente, 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 a 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 estas 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 COVID-19 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 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 está 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 son 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 con 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 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 estándar 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 estándar 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.

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 observan de forma similar lo relacionado con el 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.

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	21%
	Camioneta	17%
	Motocicleta	4.5%
	Bicicleta	11%
	Ninguno	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.

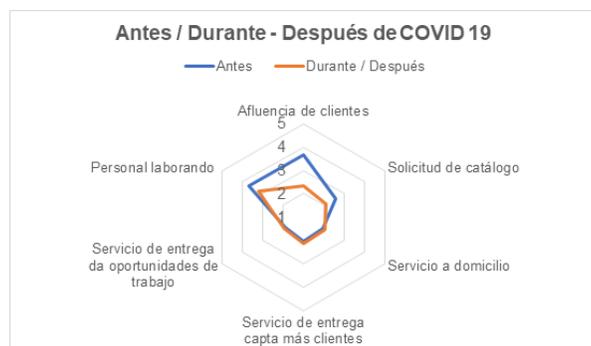


Gráfico 1. Antes / Durante – después de COVID 19.
Fuente: Elaboración propia

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%
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%
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.

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 empresas 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 % está 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 % está totalmente en desacuerdo haberlos ajustado por contingencia, mientras que el 33.86 %. El 42.86 % considera que el servicio de entrega a domicilio mejoró el negocio durante la época de pandemia y el 48.68 % considera que la rentabilidad no mejoró 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.

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 menor 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 aun 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.bancomun->

- dial.org/es/news/infographic/2021/02/17/how-covid-19is-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. En *10th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology. Megaprojects: Building Infrastructure by fostering engineering collaboration, efficient and effective integration and innovative planning*. <https://oa.upm.es/19446/>
- 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 de México*, 90. <https://doi.org/10.24875/acm.m20000064>
- 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-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hills.
- 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.economista.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*. Universidad de Plermo, Facultad de diseño y comunicación. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/51959_207327.pdf
- Reyes, G. (2001). Teoría de la Globalización: *Bases fundamentales. Tendencias*, 2(1), 1-8. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/704>
- Rivera, C. (2020). Efectos y expectativas en el sector empresarial mexicano durante el COVID-19. *Economía Actual*, 13(4), 5-9. <https://docplayer.es/203216660-Efectos-y-expectativas-en-el-sector-empresarial-mexicano-durante-el-covid-19.html>
- Rubio, P. (2006). *Introducción a la gestión Empresarial. Fundamentos Teóricos Y Aplicaciones Prácticas*. Eumed. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/prd/index.htm>
- 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), 551-575. <https://www.produc>

[cioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/23174](http://www.cioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/23174)
Sánchez-Juárez, I., & Aguilar, E. (2020). Empresas mexicanas ante el COVID - 19. *Economía actual*, Año 14, Num. 4. <http://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/15212/Em-presas%20mexicanas%20ante%20el%20CO->

[VID19.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://hdl.handle.net/10578/988)
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. <http://hdl.handle.net/10578/988>

§

APOYOS GUBERNAMENTALES A EMPRESAS POR PANDEMIA DE COVID 19: COMPARATIVO ENTRE LA REGIÓN BINACIONAL EL PASO-CIUDAD JUÁREZ Y CELAYA, MÉXICO

RITA ILEANA OLIVAS LARA¹, FANY THELMA SOLÍS RODRÍGUEZ² Y NATALIE BERENICE DÍAZ ACEVEDO³
MÉXICO

^{1, 2} Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
³ Universidad de Celaya

Resumen

El artículo expone un análisis comparativo entre los diferentes apoyos ofertados y otorgados a las pequeñas y medianas empresas por el gobierno de Texas en Estados Unidos, así como de Chihuahua y Guanajuato en México. Así, se considera la región binacional entre El Paso, Texas y Ciudad Juárez, México, así como la ciudad de Celaya, Guanajuato, México. El objetivo fue determinar los apoyos gubernamentales que se otorgaron a las pequeñas y medianas empresas, denominadas Pymes, destacando la organización y políticas de entrega de dichos apoyos en las regiones geográficas mencionadas. El diseño de la investigación fue documental de tipo descriptivo y temporalidad transversal comprendiendo el periodo de inicio de la pandemia (Marzo, 2020) hasta Noviembre 2021. En los hallazgos se hace referencia a los objetivos de cada apoyo, así como las cantidades otorgadas y los beneficiarios durante el periodo de la pandemia Covid 19. Se concluye que dichos beneficios, si bien cubrieron las necesidades más apremiantes de los empresarios en las ciudades de estudio, no todos fueron beneficiados ni tuvieron la oportunidad de potenciar estos apoyos, por lo que no se obtuvo la reactivación económica y crecimiento para las pequeñas y medianas empresas que lo requerían para sostenerse.

Palabras clave: Pequeñas y medianas empresas, apoyos gubernamentales, pandemia, covid.

Abstract

The article presents a comparison analysis between the different supports offered and granted to small and medium-sized enterprises by the government of Texas in the United States, as well as Chihuahua and Guanajuato in Mexico. Thus, it is considered the binational region between El Paso, Texas and Ciudad Juárez, Mexico, as well as the city of Celaya, Guanajuato, Mexico. The objective was to determine the government support that was granted to small and medium-sized enterprises, called SMEs, highlighting the organization and policies of delivery of such support in the geographical regions mentioned. The design of the research was documentary of a descriptive type and cross-sectional temporality, understanding the period of onset of the pandemic (March 2020) to November 2021. The findings refer to the objectives of each support, as well as the amounts granted and the beneficiaries during the period of the Covid 19 pandemic. It is concluded that these benefits, although they covered the most pressing needs of entrepreneurs in the cities of study, not all were benefited or had the opportunity to enhance these supports, so that economic reactivation and growth were not obtained for small and medium-sized enterprises that required it to sustain themselves.

Key words: Small and medium-sized enterprises, government support, pandemic, covid.

Datos de correspondencia: rolivas@uacj.mx

En México, como en el resto del mundo, el periodo de pandemia por COVID-19 y las medidas de distanciamiento social han afectado las actividades económicas de las empresas. El Gobierno de México declara la emergencia sanitaria por COVID-19 en marzo de 2020 y dispuso la suspensión de actividades económicas no esenciales el 30 de abril del mismo año. Las restricciones dieron lugar a una contracción de la economía y del mercado, por lo que las empresas se vieron en la necesidad de buscar y solicitar apoyos económicos para continuar en actividad, pues los retos de mantener el nivel de ventas, adaptar nuevos modelos de comercialización, disminución de la proveeduría en sus cadenas de suministro, la subocupación o implementación de distintos horarios de trabajo para sus empleados, etc., provocaron que algunas empresas tuvieran que cerrar por no estar en condiciones para enfrentar la situación hostil que una crisis sanitaria dio lugar y como fuentes de trabajo han sido vulnerables.

Un indicador que puede mostrar la afectación es de la ocupación y empleo. Al

Figura 1

Población ocupada por tamaño de unidad económica no agropecuaria en el cuarto trimestre entre 2019 y 2020 (Porcentaje)

TAMAÑO DE LA UNIDAD ECONÓMICA	ENOE 2019 (IV TRIMESTRE)	ENOE 2020 (IV TRIMESTRE)	DIFERENCIA EN PUNTOS PORCENTUALES	DIFERENCIA ABSOLUTA	VARIACIÓN PORCENTUAL
Estados Unidos Mexicanos	100	100		-2,352,021	-4.2
Micronegocios	40.3	40.3	0.1	-913,817	-4.1
Sin establecimiento	22.4	22.5	0.2	-439,428	-3.5
Con establecimiento	17.9	17.8	-0.1	-474,389	-4.8
Pequeños establecimientos	14.8	14.6	-0.1	-417,977	-5.1
Medianos establecimientos	10.2	10.1	-0.2	-328,206	-5.8
Grandes establecimientos	9.1	8.8	-0.3	358,891	-7.1

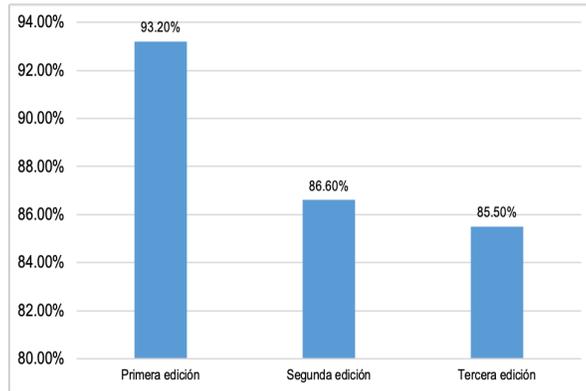
Nota. Población ocupada por ámbito no agropecuario y tamaño de unidad económica durante el cuarto trimestre de 2019 y 2020. Adaptado de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo de 2019 y 2020. INEGI (2021a, p. 12).

respecto, según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2020), los pequeños y medianos establecimientos tuvieron una variación porcentual a la baja en la ocupación en el cuarto trimestre entre el 2019 y el 2020 (ver Tabla 1).

Ahora bien, de los 4.9 millones de establecimientos de tamaño micro, pequeños y medianos registrados en los Censos Económicos de 2019, el Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) de 2020 estima que sobrevivieron 3.9 millones (79.2 %); por lo que, se considera que 1,010,857 establecimientos cerraron definitivamente, los cuales representan el 20.8 % del total, mientras que se crearon 619,443, los cuales equivalen al 12.8 % del total de negocios del país; en tanto, la proporción promedio de muertes de establecimientos en 2019 en México fue de 17.8 %, en tanto, por entidad federativa se registró 16.2 % en Chihuahua y 17.5 % en Guanajuato (INEGI, 2021b).

En 2021, se tiene un registro de 1, 873, 564 empresas en el país y según la encuesta del INEGI sobre el impacto gene-

Figura 1
 Porcentaje de afectación por Covid 19 en las empresas, según edición de la ECovid-IE



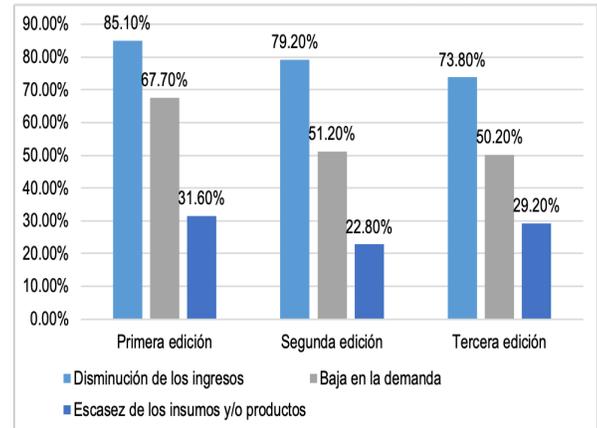
Nota. Estimación de la afectación por Covid 19 en las empresas. La primera y segunda edición de la ECovid-IE se realizó en 2020, mientras que la tercera edición se llevó a cabo del 1° al 31 de marzo de 2021, con un tamaño de muestra de 5 969 empresas (INEGI, 2021c).

rado por COVID-19 en las empresas (ECovid-IE, 2021), el porcentaje de afectación ha superado al 80 % del total de empresas; entre las principales afectaciones están la disminución de los ingresos, la baja en la demanda y la escasez de los insumos y/o productos (ver Figura 2); en tanto, también reportaron cierres temporales o paros técnicos (ver Figura 3).

En México, de acuerdo con el Censo Económico de 2019 del INEGI, las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) representan más del 99 % del total de los establecimientos y emplean más del 69 % del personal ocupado en el país (INEGI, 2019). Son las mipymes el grupo empresarial más vulnerable ante la contingencia, las cuales pertenecen a sectores de la industria, comercio y servicios.

Al respecto, en el marco de la emergencia sanitaria, el Gobierno de México tomó medidas económicas para el cuidado del ingreso, la producción, el empleo y garantizar el abastecimiento (Gobierno de México, 2021). Conforme los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, en el 2019, la Secretaría de Economía a través de la Unidad de Desarrollo Productivo (UDP)

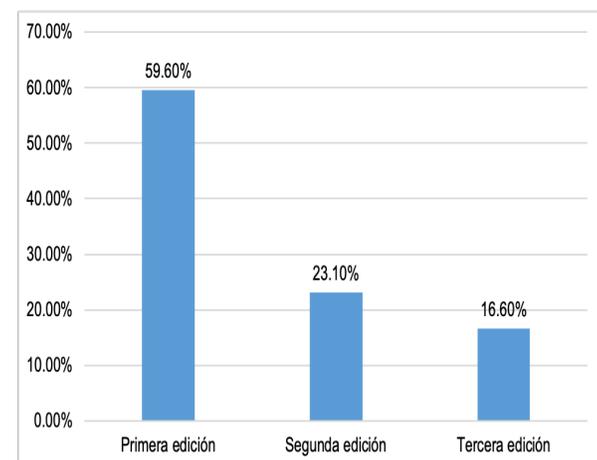
Figura 2
 Tipos de afectación reportados por las empresas, según edición de la ECovid-IE



Nota. Estimación de acuerdo con los tipos de afectación según la ECovid-IE en su primera, segunda y tercera edición (INEGI, 2021c).

opera el Programa Nacional para el Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM), el cual tiene el propósito de otorgar subsidios directos o financiamiento estratégico, sin embargo, en el contexto de la pandemia por COVID-19 se modificó la operación con la encomienda de asignar los recursos de forma directa sin intermediarios; dichas medidas de apoyo, en particular para las mipymes, se otorgaron en cuatro rubros: apoyo a la producción, financiamiento, liquidez y empleo (Zurita y Dini, 2021).

Figura 3
 Porcentaje de cierres temporales o paros técnicos de las empresas por Covid 19, según edición de la ECovid-IE



Nota. Estimación de cierres temporales o paros técnicos de las empresas según la ECovid-IE en su primera, segunda y tercera edición (INEGI, 2021c).

En ese sentido, el estudio tuvo como pregunta de investigación, ¿qué apoyos gubernamentales se otorgaron a las pequeñas y medianas empresas durante la pandemia por COVID-19 considerando la región Paso del Norte y la región Laja-Bajío en México? El objetivo del estudio consistió en obtener información sobre las características de los distintos apoyos gubernamentales otorgados a las pequeñas y medianas empresas desde el inicio de la pandemia por COVID-19 en febrero de 2020, así como comparar los distintos apoyos otorgados entre la región del Paso del Norte y la de Laja-Bajío en México.

Revisión de literatura

Una teoría que permite comprender el sentido de los apoyos gubernamentales dirigidos a las empresas y la manera en que estas recurren a dichos apoyos, es la Teoría General de Sistemas. Esta teoría se fundamenta en tres premisas: los sistemas existen dentro de sistemas, esto es, cada sistema se constituye a partir de otros subsistemas, y al mismo tiempo, forma parte de un sistema mayor; son abiertos, pues mantienen intercambios con el ambiente o entorno en que están insertos, y, las funciones de un sistema dependen de su estructura, es decir, cada sistema tiene un propósito e interactúa o tiene intercambios con otros sistemas con base en dicho propósito (Berrien, 1968).

Al revisar estas premisas desde un punto de vista empresarial y considerando a la empresa como un sistema, en efecto, la empresa está formada por subsistemas que pueden ser áreas o departamentos que la conforman, y a su vez, la empresa es parte de un sistema empresarial y de un mercado, el cual es el sistema mayor; la empresa es un sistema abierto al estar en constante intercambio de bienes y servicios e información con proveedores, clientes y su entorno en general, y la empresa posee una estructura cuya función o propósito le per-

mite interactuar con otros sistemas dentro de un contexto económico, social, político, ambiental, tecnológico, etc. En este sentido, el término sistema tiene que ver con un conjunto de elementos interdependientes que interactúan entre sí formando una organización o una unidad (Johnson, Kast, y Rosenzweig, 1963) con un propósito u objetivo y de naturaleza orgánica, esto es, que un cambio en una unidad del sistema producirá cambios en las demás unidades de manera recíproca y un ajuste sistemático continuo (Bertalanffy, 1950).

La característica que destaca de un sistema es el de ser abierto, lo cual significa que está en constante intercambio de transacciones con el ambiente; y es precisamente esta característica la que le permite a la empresa estar en interacción con los distintos elementos del entorno. Dicho entorno puede ser dividido, por un lado, en el macroentorno, el cual está compuesto por distintas fuerzas: demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales; por otro lado, está el microentorno, compuesto por: la misma empresa, proveedores, intermediarios, clientes, competidores y públicos. Estos públicos pueden ser internos (trabajadores, directivos, etc.), financieros, medios de comunicación, ciudadanía, así como gubernamentales (nacional, estatal y local) (Kotler y Armstrong, 2008).

Es así como el concepto de sistema abierto aplica a la empresa como organización, cuya constante interacción e interdependencia con su entorno le permite influir sobre él, y a su vez, este influye en la empresa (Chiavenato, 2006). Dicha interacción e interdependencia se materializa a través de materias primas, personas, energía, información, productos, servicios, etc. (Schein, 1982).

De esta manera, del macroentorno es posible identificar cómo la fuerza natural reflejada en la pandemia por COVID-19

afecta a la empresa, y como del microentorno surge uno de los públicos, el gubernamental que interactúa con ella al otorgarle apoyos económicos y contra restar así su supervivencia.

METODOLOGÍA

El diseño de la investigación fue documental de tipo descriptivo con el fin de obtener, seleccionar, compilar, organizar y comparar información mediante la consulta de fuentes secundarias. Según Pimienta (2012) la investigación documental consiste en recolectar, seleccionar, para luego analizar y presentar la información de manera ordenada, después de la consulta de diversos documentos o fuentes.

Para la estrategia de búsqueda y selección de los documentos se siguió la propuesta de Niño (2011), la cual consiste en el siguiente proceso: establecer los criterios de la información, seleccionar las fuentes conformes con el planteamiento del problema y objetivo, identificar la información relevante, aplicar una lectura documental de estudio, capturar la información, resumirla y registrarla, así como establecer relaciones externas. La unidad de análisis consistió en información descriptiva de los apoyos gubernamentales otorgados a las empresas conforme el contexto de pandemia por COVID-19 durante el periodo de marzo de 2020 a septiembre de 2021.

El estudio se realizó, por un lado, en la región binacional comprendida por la ciudad de El Paso, Texas, en Estados Unidos de América, y Ciudad Juárez, Chihuahua, México. Esta región se caracteriza por ser una zona fronteriza en el norte del país y es foco de atracción demográfica por el mercado de trabajo, a su vez, posee un ingreso per cápita que se ubica por encima del promedio nacional y posee un patrón de consumo binacional ejercido por los visitantes

fronterizos en ambos lados de la frontera, también se considera importante el contacto directo con el nivel de vida y la influencia cultural, así como los cruces fronterizos de índole comercial y social; todos estos factores integran a esta frontera como una unidad económica (Alcalá, 1969).

Por el otro lado, se consideró la ciudad de Celaya, Guanajuato, dada la conveniencia en el acceso a la información por parte de los investigadores y la relevancia geográfica de la misma (pues pertenece a uno de los corredores industriales más importantes de México) y a la vez, por la intención de realizar un comparativo entre los apoyos gubernamentales otorgados a nivel nacional y considerando una ciudad extranjera como referente, con el fin de identificar las relevancias o prioridades que los distintos gobiernos otorgaron a las empresas.

Hallazgos

A continuación, se detallan los hallazgos más sobresalientes respecto a los apoyos recibidos por cada una de las ciudades.

Ciudad Juárez, Chihuahua, México

En Ciudad Juárez, Chihuahua, se otorgaron diferentes apoyos en efectivo o beneficios de créditos de fácil acceso a las mipymes constituidas como personas físicas con actividad empresarial o personas morales. El subsidio en efectivo fue de hasta un monto de \$40,000 pesos mexicanos, no comprobables. Este apoyo tuvo como objetivo reactivar los negocios y ser un soporte para cumplir con las obligaciones mercantiles y al inicio de la crisis sanitaria.

Los créditos a la palabra o sin intereses también incluyeron en sus beneficiarios a las microempresas, que en condiciones normales consideran poco viable el obtener apoyos financieros, por las características propias de este tipo de negocios, mismos que no cuentan en general con un historial crediticio que soporte la solitud de crédito

Tabla 1

Apoyos gubernamentales a empresas en Ciudad Juárez, México 2020-2021

PROGRAMA	SUBSIDIO PARA MIPYMES EN CONTINGENCIA	CRÉDITOS SIN INTERESES	CRÉDITO A LA PALABRA	APOYO AL EMPLEO	ESTÍMULOS FISCALES Y DESCUENTOS EN TRÁMITES
Objetivo	Ayudar a las Mipymes en la sobrevivencia, reactivación y recuperación económica durante y después de alguna contingencia, otorgando recursos mediante créditos.	El objetivo principal del subsidio es las Mipymes puedan adquirir insumos o maquinaria para impulsar sus actividades durante la pandemia.	Apoyar la actividad económica de los micro y pequeños negocios ante la crisis derivada de la emergencia sanitaria asociada al Covid-19.	El objetivo principal es para apoyarles con el pago de nómina y proveedores.	Estímulo fiscal del Impuesto Sobre Nóminas a los contribuyentes que mantengan al menos 70% de la plantilla laboral registrada al cierre de febrero 2020.
Dirigido a	Personas físicas con actividad empresarial, régimen de incorporación fiscal o persona moral.	Comerciantes y prestadores de servicios	Todos aquellos que tengan un micro o pequeño negocio no dedicado al sector agropecuario.	Negocios informales	Mipymes
Periodo	Durante el periodo de la contingencia.	Durante la contingencia.	2020 y durante 2021.	2020	2020
Apoyo	Apoyos económicos de hasta \$40,000.00 pesos.	Una inversión de 221 mil 709 pesos que servirán para fortalecer a otros seis pequeños comerciantes.	El apoyo consta de 25 mil pesos por negocio, el cual tendrá que pagarse en tres años con una tasa de interés del 6.5% anual.	Una inversión total de un millón 200 mil pesos para impulsar a 40 comercios de la frontera para el pago de nómina y proveedores.	Condonación del 100%, abril y mayo, a empresas con menos de 50 empleados. • Condonación del 50%, abril y mayo, a empresas de entre 51 y 90 empleados. • Prórroga del 50%, abril y mayo, a empresas de más de 90 empleados; que serán pagados en noviembre y diciembre de 2020.
Resultados	Se otorgará en efectivo, cheque o depósito, y será destinado para la adquisición de bienes o pagos de obligaciones que ayuden al sostenimiento de la empresa y la permanencia de los empleos.	Empresaria beneficiada con el financiamiento, comentó que es de mucha ayuda en estos tiempos en los que se ha visto afectada la economía de las y los chihuahuenses, como consecuencia de la contingencia sanitaria.	El programa reportó un avance de 74.21% en su meta de un millón de créditos entregados. se entregaron 18,551 mdp a través de 742,052 créditos otorgados.	Negocios que fueron beneficiados: restaurantes, tiendas de abarrotes, talleres mecánicos y de carpintería, bazares, entre otros.	Sin datos.

Nota. Datos obtenidos de Fideapeach, (2020); Gobierno del Estado de Chihuahua (2020^a; 2020d); Usla (2021); Juárez Covid 19 (s.f.); Centro de investigación económica y presupuestaria (CIEP, s.f.).

Tabla 2

(Continuación) Apoyos gubernamentales a empresas en Ciudad Juárez, México 2020-2021

PROGRAMA	CONVENIO DE APOYO A LA EMPRESA MAQUILADORA	APOYO A LA PRODUCCIÓN (FUNDACIÓN WADHWANI).	CONVENIO DE CURSOS GRATUITOS DE CAPACITACIÓN	PLAN EMERGENTE DE APOYO Y PROTECCIÓN A LA SALUD, EMPLEO E INGRESO FAMILIAR
Objetivo	Con el fin de contener el contagio de Covid-19 y asegurar espacios laborales seguros, se practicaron pruebas gratuitas al personal de más de 100 empresas maquiladoras a través del proyecto primer contacto.	El objetivo principal es capacitar e impulsar ideas de negocios de las Pequeñas y Medianas Empresas.	Apoyar en el desarrollo de conocimientos y habilidades de las personas que asisten a los Centros de Servicios Comunitarios Integrales.	El objetivo consiste en asesoramiento en cómo administrar mejor tus recursos en una etapa de contingencia.
Dirigido a	Mencionando algunas: TECMA, toro, Lear, Tournesol, YFY Júpiter, Werner ladder, bel manufacturero, Convertors de México, Eagle Ottawa, Electrocomponentes de México, EPI, Furukawa, Genasco, Jabil, MFI internacional, Boardman, Fanosa, Aptiv y Aso américas	Pymes.	Público general.	Microempresas y público en general.
Periodo	2020	2020-2030	2020	2020
Apoyo	Pruebas gratuitas al personal de más de 100 empresas maquiladoras a través del proyecto.	Se propuso capacitar emprendedores y dueños de pequeñas y medianas empresas de 25 economías emergentes de Asia, África y América Latina, por medio de la tecnología, las redes y las asociaciones.	El apoyo consiste en una variedad de cursos, que tienen un impacto directo en la población a través de capacitación sobre áreas de educación, salud y autoempleo, que se dan por medio de becas gratuitas a beneficiarios detectados como alto grado de vulnerabilidad.	Capacitación en línea para finanzas y administración, estímulos discales y descuentos en trámites, créditos y subsidios a MIPYMES.
Resultados	Inversión superior a los 9.7 millones de pesos para compra de pruebas rápidas de Covid -19 por parte de Fundación del empresariado chihuahuense (Fechac) y de la Fundación Strategic Alliance (USMC).	Se espera lograr más de 10 millones de empleos como resultado de los programas de capacitación, consultoría y acompañamiento	Entre las capacitaciones que se ofrecen por parte del Instituto de Servicios Sociales y Educación en Ciudad Juárez (ISSECJ), se encuentran: Enfermería Industrial, Enfermería Auxiliar, Asistente Educativo, Asistente Aduana, Asistente Administrativo, Ingles Básico, Enfermería Quirúrgica, Enfermería Geriátrica, Enfermería Pediátrica y Criminología.	Capacitaciones en línea, Estímulo fiscal del Impuesto Sobre Nóminas a los contribuyentes que mantengan al menos 70% de la plantilla laboral registrada al cierre de febrero, Bolsa de 249 millones de pesos para el apoyo a MIPyMES e informales.

Nota. Datos obtenidos de Fideicomiso Estatal para el Fomento de las Actividades Productivas en el Estado de Chihuahua (Fideapeach, 2020); Referente (2020); Gobierno del Estado de Chihuahua (2020b; 2020c; 2020d; 2020e).

Tabla 3
Apoyos gubernamentales a empresas en El Paso, Texas, USA 2020-2021

PROGRAMA	PRÉSTAMOS DE DESASTRE POR DAÑOS ECONÓMICOS (EIDL POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)	PROGRAMA DE PROTECCIÓN DE PAGO	PROGRAMA DE ANTICIPOS	BUSINESS RESOURCES
Objetivo	Cumplir con las obligaciones financieras y gastos operativos recurrentes.	Préstamo respaldado por la Agencia Federal de pequeños negocios (SBA por sus siglas en inglés) que ayuda a las empresas a mantener empleada su fuerza laboral durante la crisis del Covid-19.	Brindarle préstamos por daños económicos del covid-19.	Small Business Administration presenta una serie de programas para ayudar a los pequeños negocios y emprendedores de Texas.
Dirigido a	Los propietarios de las pequeñas empresas y negocios agrícolas elegibles en todos los estados y territorios estadounidenses.	Pequeñas empresas.	Empresas y organizaciones sin fines de lucro que cumplan con los requisitos de elegibilidad aplicables a los EIDL.	Pequeños negocios y emprendedores de Texas.
Periodo	Abril 2020.	Termino el 31 de mayo del 2021.	A partir del 1 de febrero del 2021 y hasta el 27 de diciembre del 2021.	Año 2020.
Apoyo	24 meses de capital circulante hasta un préstamo máximo de \$500,000	Monto máximo de préstamo para un segundo préstamo PPP es 3.5 veces el promedio mensual de los costos de nómina de 2019 o 2020 hasta \$2 millones.	Fondos que se pueden utilizar para capital circulante y gastos operativos normales que podrían haberse cubierto de no haberse presentado el desastre.	5 programas sobre "e-Commerce Essentials" y 1 sobre tarjetas de regalo.
Resultados	Sin datos.	Sin datos.	Sin datos.	Sin datos.

Nota. Datos obtenidos de El Paso Business Strong (2020a; 2020b; 2020c; 2020d; 2020e); US Small Business Administration (s.f).

Tabla 4
Apoyos gubernamentales a empresas en Celaya, Guanajuato, México 2020-2021

PROGRAMA	DE FORTALECIMIENTO A LAS MIPYMES	PROGRAMA IMPULSO ECONÓMICO (PIEC)
Objetivo	Facilitar, promover, impulsar y articular el desarrollo económico sostenido y sustentable de las unidades económicas del Estado en coordinación con la sociedad en un esquema de corresponsabilidad.	Facilitar la generación y protección de empleos en el municipio de Celaya, Guanajuato, a través de la articulación de esfuerzos de sociedad y gobierno.
Dirigido a	Ciudadanos, empresarios, otro orden de gobierno, otras dependencias y/o entidades estatales.	Micro y pequeñas empresas de los sectores industria, comercio y servicios
Periodo	En curso desde el 10 de febrero del 2020.	En curso desde el 23 de abril del 2020..
Apoyo	Incremento en la productividad (formación empresarial, consultoría, foros y certificaciones), promoción y comercialización (ferias, eventos y/o exposiciones, consultoría para alianzas comerciales y desarrollo de modelo de negocios), emprendedores (vinculación financiera, modelos de negocio y de mejora, aceleradoras, hospedaje en parques tecnológicos, impulso y fortalecimiento a empresas de base tecnológica), articulación productiva (encuentros sectoriales de negocios, desarrollo de proveedores) y proyectos de integración sectorial, capital semilla, chatarrización de equipo productivo, guías empresariales, entre otros.	Con base en tabulador y atendiendo al capital de inversión se otorgó hasta el 70% del monto de lo invertido cuando este monto fuera menor de \$10,000 pesos y \$7,000 pesos cuando fuera mayor o igual a \$10,000.
Resultados	N/A	N/A

Nota. Datos obtenidos de Fideapeach, (2020); Gobierno de Celaya (2020); Gobierno del Estado de Guanajuato (2020).

por medio de las instituciones financieras, estos créditos se orientaban a la compra de maquinaria y herramientas para fortalecer sus procesos productivos.

El apoyo al empleo consistió en dinero en efectivo para cubrir las responsabilidades laborales, pagos de nómina o de seguridad social. Este recurso permitió disminuir los despidos masivos en las empresas por disminución de la solvencia económica de los empresarios. El gobierno también consideró la protección de los procesos productivos al diseñar estrategias de capacitación de seguridad e higiene principalmente para la industria maquiladora, incluyendo en la cadena productiva a las pymes como proveedoras de los suministros necesarios para la protección de los empleados dentro de las instalaciones de trabajo, por lo que de inicio se convirtieron en los principales abastecedores de cubrebocas, gel anti-bacterial, entre otros. El objetivo principal de este apoyo fue la aplicación de pruebas gratuitas de COVID-19 a miles de empleados de la empresa maquiladora.

El asesoramiento profesional a los empresarios para el mejor uso de los recursos de las empresas fue considerado indispensable a corto y mediano plazo con la intención de desarrollar habilidades técnicas en el aprovechamiento del potencial de su organización. También se facilitaron capacitaciones gratuitas ofrecidas al público en general con la intención de generar nuevos emprendimientos.

El Paso, Texas, USA

En la ciudad estadounidense de El Paso, Texas, se gestionaron diferentes apoyos económicos, el principal fue el préstamo para agravios económicos por desastre (EIDL por sus siglas en inglés). El primer objetivo de este recurso fue la permanencia de los empleados en la empresa, así como cubrir algunos efectos secundarios ocasionados por la pandemia, como la dificultad

para el pago de préstamos o gastos operativos. La estructura de estos préstamos fue individualizada, los montos otorgados dependían de las utilidades del negocio, así como del monto solicitado. El interés del préstamo también difería según el giro o tipo de negocio beneficiario.

Otro programa similar fue el de anticipos, con el mismo objetivo que el EIDL, para aquellas empresas sin fines de lucro con ciertas características. Al igual que el programa de protección de pago, este tiene como objetivo mantener el trabajo de sus empleados durante la pandemia, este programa ayudó a mantener empleos.

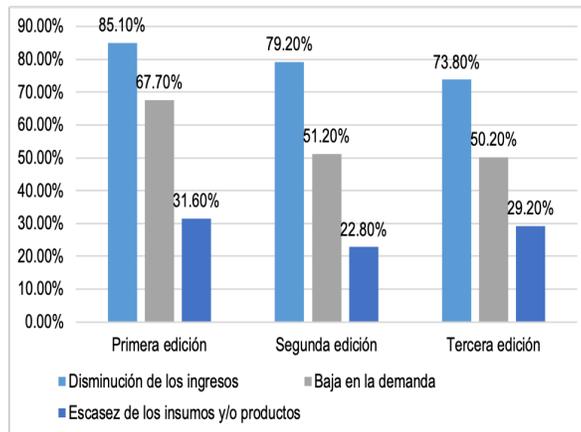
También se dispusieron recursos para brindar capacitación tecnológica en la implementación de negocios en modalidad virtual, especializados en mercadotecnia, publicidad en redes sociales y sostener o incrementar las ventas durante la pandemia.

Celaya, Guanajuato, México

En la ciudad de Celaya, Guanajuato, el gobierno del Estado proporcionó apoyos económicos a las pequeñas y medianas empresas con el objetivo de resguardar la fuerza laboral de las pymes durante la pandemia, y así proteger la supervivencia de las empresas y los empleos que proveen. También se recibieron apoyos a la producción dirigidos tanto a empresarios como a ciudadanos y dependencias. Se ofrecieron capacitaciones y asesorías para mejorar la producción y administrar eficientemente los recursos, de esta manera su impacto permitió el desarrollo de nuevas habilidades en los empresarios y sus empleados, las cuales utilizaron como herramientas para subsistir y mantenerse durante la pandemia.

Entre los principales hallazgos se destaca que en las tres ciudades fue de suma importancia el apoyo a las pequeñas y medianas empresas, inclusive determinados

Figura 4
Interacción de apoyos gubernamentales por ciudad



Nota. Datos obtenidos de El Paso Business Strong (2020); Fideapeach, (2020); Gobierno de Celaya (2020); Gobierno de Chihuahua (2020).

recursos incluyeron a la microempresa y al público en general con la intención de desarrollar nuevos emprendimientos en la sociedad. Estos apoyos incluyeron aportaciones económicas en efectivo, impactando directamente en la solvencia de la empresa por medio del incremento en la liquidez o la facilidad de financiamiento, también se consideró de vital importancia el sostenimiento del empleo. Finalmente, los gobiernos percibieron la capacitación para el mejoramiento o desarrollo de nuevas capacidades como una oportunidad para el sostenimiento de la productividad.

CONCLUSIÓN

Dada la contingencia sanitaria, se atendieron de manera oportuna ciertas necesidades económicas y empresariales. Los apoyos fueron diversos con requisitos mínimos. En el caso de Ciudad Juárez, se pudieron identificar nueve programas de apoyo gubernamental dirigido a las micro, pequeñas y medianas empresas. Dichos apoyos en su mayoría fueron económicos y uno en especie relacionado con pruebas para detección de COVID. Tales apoyos se otorgaron sin solicitar una garantía de pago

o aval, por lo que constituyen recursos a fondo perdido. Tampoco hubo una consulta o diagnóstico de las necesidades empresariales más apremiantes, por lo que los recursos otorgados, si bien cubrieron alguna cuestión económica, pudieron haber sido aprovechados de manera más eficiente.

En el caso de El Paso, Texas, se identificaron cuatro programas de apoyo gubernamental a empresarios dirigidos específicamente para absorber gastos de operación. Dichos apoyos se otorgaron con tasas de interés mínimas bajo tabulador según las características de la empresa y sus condiciones de pago.

En tanto, de la ciudad de Celaya, Guanajuato, se identificaron únicamente dos programas que ofrecieron apoyos económicos. Uno de ellos, dirigido al fortalecimiento de las mipymes, pero sin un recurso monetario concreto para subsanar las dificultades ocasionadas por la pandemia. El otro tuvo como propósito de proteger el empleo y apoyar a las entidades productivas con un monto máximo de \$7,000 pesos mexicanos, lo cual ante la gravedad de las condiciones económicas, este se considera insuficiente para cubrir gastos de operación, tales como renta, nómina e insumos, así como inversiones en inventarios y equipo descritos en el objetivo particular del programa.

Las páginas oficiales de los respectivos gobiernos que fueron consultadas muestran información general de los apoyos y las reglas de operación, sin embargo, carecen de datos sobre el alcance, la pertinencia y los beneficios directos de los programas de apoyo empresarial ante la contingencia por COVID-19.

REFERENCIAS

Alcalá, F. (1969). Desarrollo regional fronterizo. Comercio exterior. *Banco Nacional de Comercio Exterior*, 19(12).

- Berrien, F. K. (1968). *General and Social Systems*. Rutgers University Press.
- Bertalanffy, L. (1950). The Theory of Open Systems in Physics and Biology, *Science*, 111 (2872), 23-28. <https://doi.org/10.1126/science.111.2872.23>
- Chiavenato, I. (2008). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mc Graw Hill.
- Mondragón, M., & Villa, S. (2020). *Programas de créditos a negocios. Apoyos ante la crisis por COVID-19*. Centro de investigación económica y presupuestaria (CIEP). <https://ciep.mx/L5ZX>
- El Paso Business Strong. (2020a). *Business Resources*. <https://www.epbusinessstrong.org/resources/>
- El Paso Business Strong. (octubre 15, 2020b). e-Commerce Essentials Episode 2: Social media for small businesses. [Video] https://www.youtube.com/watch?v=QVHeSi8z8Qg&list=PL5TC-N1HjiCzWwtG2JMzYgFQKo_my6w-h9&index=5
- El Paso Business Strong. E. (octubre 29, 2020c). e-Commerce Essentials Episode 4: Advertising on Social Media. [video]. https://www.youtube.com/watch?v=reA0QXD1Ysc&list=PL5TC-N1HjiCzWwtG2JMzYgFQKo_my6w-h9&index=4
- El Paso Business Strong. (diciembre 03, 2020d). YouTube. eCommerce Essentials Episode 5: Digital Gift Cards:[video]. https://www.youtube.com/watch?v=QVHeSi8z8Qg&list=PL5TCN1HjiCzWwtG2JMzYgFQKo_my6w-h9&index=5
- El Paso Business Strong. (octubre 22, 2020e). YouTube. e-Commerce Essentials Episode 3: Google Ads:[video]. https://www.youtube.com/watch?v=5_HpNEYfza4&list=PL5TCN1HjiCzWwtG2JMzYgFQKo_my6w-h9&index=3
- Fideapech. (2020). Fideicomiso Estatal para el Fomento de las Actividades Productivas en el Estado de Chihuahua (FIDEAPECH). <http://chihuahua.com.mx/content/direccion/FIDEAPECH.php>
- Gobierno de Celaya. (2020, 23 abril). *Programa impulso económico Celaya (PIEC)*. <https://cuenta-publica.celaya.gob.mx/consultas/convocatoria/programa-impulso-economico-celaya-piec/>
- Gobierno del Estado de Guanajuato. (febrero 10, 2020). *Gobierno del Estado de Guanajuato*. www.guanajuato.gob.mx.
- Gobierno del Estado de Chihuahua. (septiembre 15, 2020a). *Otorga Desarrollo Social créditos sin intereses a negocios de Ciudad Juárez*. <http://www.chihuahua.gob.mx/contenidos/otorga-desarrollo-social-creditos-sin-intereses-negocios-de-ciudad-juarez>
- Gobierno del Estado de Chihuahua. (noviembre 13, 2020b). *Dona Fundación Wadhvani 1 millón de dólares para apoyo a PyMEs Chihuahua*. www.chihuahua.gob.mx/contenidos/dona-fundacion-wadhvani-1-millon-de-dolares-para-apoyo-pymes-chihuahua.
- Gobierno del Estado de Chihuahua. (septiembre 12, 2020c). *Cursos gratuitos de capacitación en Centros Comunitarios*. <http://chihuahua.gob.mx/contenidos/firma-estado-convenio-para-ofrecer-cursos-gratuitos-de-capacitacion-en-centros>
- Gobierno del Estado de Chihuahua. (julio 01, 2020d). *Fortalece Estado en Ciudad Juárez a más negocios afectados por la pandemia*. <http://www.chihuahua.gob.mx/contenidos/fortalece-estado-en-ciudad-juarez-mas-negocios-afectados-por-la-pandemia>
- Gobierno del Estado de Chihuahua. (julio 01, 2020e). *Plan Emergente de apoyo y protección a la salud empleo e ingreso familiar*. <https://sdhybc.chihuahua.gob.mx/sdhybc/index.php/programas-sociales-2020/plan-emergente-de-apoyo-y-proteccion-a-la-salud-empleo-e-ingreso-familiar>
- Gobierno de México. (2021). *COVID 19 Medidas económicas*. <https://www.gob.mx/covid19medidas-economicas>
- INEGI. (febrero 15, 2021a). *Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/enoe_ie/enoe_ie2021_05.pdf
- INEGI. (marzo 22, 2021b). *El INEGI presenta el segundo conjunto de resultados del estudio sobre la demografía de los negocios 2020 (EDN)*. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/EDN2020.pdf>
- INEGI. (mayo 31, 2021c). *El INEGI presenta resultados de la encuesta sobre el impacto generado por Covid-19 en las empresas (Ecovid-IE), tercera edición*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ECOVID-IE_TercEdi.pdf
- Johnson, R., Kast, F., y Rosenzweig, J. (1963). *The Theory and Management of Systems*. McGraw-Hill Book Co.
- Juárez Covid 19. (s.f.). Centro de información. <https://www.juarezcovid19.com/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
- Niño, V. M. (2011). *Metodología de la investigación*. Ediciones de la U.
- Paso, B. E. (octubre 06, 2020). e-Commerce Essentials Episode 1: Google my Business. [video]. https://www.youtube.com/watch?v=3cZj2R-dI5vc&list=PL5TCN1HjiCzWwtG2JMzYgFQKo_my6w-h9&index=2
- Pimienta, J. H., & de la Orden, A. (2012). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación.

- El Puntero. (noviembre 13, 2020). *Alianza Estado-Wadhvani dispersa 40 mdp en beneficio de 400 PyMES*. El Puntero. <https://elpuntero.com.mx/inicio/2020/11/13/alianza-estado-wadhvani-dispersa-40-mdp-en-beneficio-de-400-pymes/>
- Schein, E. H. (1982). *Psicología de la organización*. Prentice Hall Hispanoamericana. 252p.
- U.S. Small Business Administration. (s.f.). *Opciones de asistencia por COVID-19*. <https://www.sba.gov/programas-de-financiamiento/prestamos/opciones-de-asistencia-por-covid-19>
- Usla, H. (febrero 08, 2021). Crédito a la Palabra 2021: Inicia recepción de solicitudes para apoyos de 25 mil pesos. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/credito-a-la-palabra-2021-inicia-recepcion-de-solicitudes-para-apoyos-de-25-mil-pesos/>
- Zurita, A. y Dini, M. (2021). Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de Covid-19 en América Latina. Naciones Unidas/Cepal. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46743-analisis-politicas-apoyo-pymes-enfrentar-la-pandemia-covid-19-america-latina>

§

IDENTIFICACIÓN DE COMPONENTES TECNOLÓGICOS PARA LA CREACIÓN DE NEGOCIOS E IMPLEMENTACIÓN LA INDUSTRIA 4.0 EN PYMES DE CIUDAD JUÁREZ, MÉXICO

RAMÓN MARIO LÓPEZ ÁVILA¹
MÉXICO

¹ Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Resumen

Los análisis de datos dentro de los documentos científicos son aportaciones que soportan a la investigación de un tema determinado. En este documento se indaga sobre publicaciones realizadas dentro del periodo 2014 al 2022 con respecto a la implementación de la industria 4.0 y en Ciudad Juárez, México. El estudio fue realizado en las bases de datos de EBSCO, Google Académico y Science Direct. Se contribuye con sugerencias y consideraciones sobre lo encontrado en los 40 artículos considerados.

Palabras clave: Bibliometría, Industria 4.0, Modelo de Negocios, Tecnología

Abstract

Data analysis within scientific documents are contributions that support the investigation of a given topic. This document inquiries about publications made within the period 2014 to 2022 regarding the implementation of industry 4.0 in Ciudad Juárez, Mexico. The study was conducted in the EBSCO, Google Scholar and Science Direct databases. Suggestions and considerations about what were found in the 40 articles are contemplated.

Key words: Bibliometrics, Industry 4.0, Business Model, Technology.

Datos de correspondencia: ramlopez@uacj.mx

Este documento propone obtener la identificación de componentes tecnológicos para la implementación de la industria 4.0 en PYMES de Ciudad Juárez, México a través del estudio bibliográfico. Para lo antes mencionado, se utilizaron los buscadores de EBSCO, Google Académico y Science Direct.

La trascendencia de encontrar artículos relacionados radica en establecer los conceptos relacionados con la industria 4.0 y las PYMES en México y de esta manera ampliar el panorama científico y empresarial.

Los documentos que se analizaron establecen un acercamiento al tema de las revoluciones industriales, las cuales están catalogadas en cuatro. Jazdi (2014) afirma que la “industrialización” inicia con la máquina de vapor, en segundo lugar, viene la electricidad para ayudar a la “fabricación en masa” y la tercera es la “digitalización” con el uso del internet, dando paso a una cuarta revolución industrial, la cual se basa en el uso de internet de las cosas.

La cuarta revolución industrial comienza su etapa de formalización en el Foro Económico Mundial (WEF) en el año 2016, en dicho foro se planteó como una alteración a la economía mundial debido a los vertiginosos cambios tecnológicos y se planteó el cómo equilibrar el recurso humano y el sector productivo ante esta nueva revolución (Corzo & Álvarez, 2020).

Según Álvarez (2019) las tendencias de la industria 4.0 son las siguientes:

“Innovación y nuevos modelos de negocios, Customización (personalización) y flexibilidad en la producción, manufactura de mayor precisión, plantas productivas más eficientes, empleos con mayor especialidad y sustitución de empleos tradicionales por emprendimientos”.

En México las pequeñas empresas no están realizando acciones necesarias para aprovechar las oportunidades que genera la

industria 4.0 y como consecuencia podrán esfumarse en un corto plazo. Se debe de aprovechar el capital humano e intelectual para generar buenas estrategias y fomentar el uso de las tecnologías para la implementación en las PYMES de nuestro país.

FUNDAMENTOS CONCEPTUALES

Las tecnologías disruptivas que vinieron a establecer la industria 4.0 (I4.0) según Peetz (2019) son seis y estas incluyen las que afectan como hicimos nuestro trabajo y las que pueden suplir el recurso humano. El internet de las cosas, el análisis de datos y la nube son las tecnologías que alteran la forma en como nos desempeñamos laboralmente. La robótica, la impresora 3d y la inteligencia artificial pueden llegar a desplazar los trabajos como los conocemos hoy en día.

Internet de las Cosas (IoT)

Es la recolección de datos a través de objetos físicos conectados a internet. Mediante esta práctica se asegura una agilidad de las operaciones comerciales, haciendo de esto una ventaja competitiva sobre los competidores que carecen del IoT (Erboz, 2017).

Big Data Analytcs

El Big Data (análisis de datos) radica en el estudio de datos masivos en orden o desorden y la descripción de estos (Alayón Rodríguez, 2021). Gracias a este análisis podemos orientar o tomar decisiones para nuestro interés. Sin embargo, para generar valor y ayudar en la toma de decisiones, los datos tienen que ser procesados y analizados por técnicas como la inteligencia artificial. (Chee & Olson, 2021).

Nube

Según Crnjac, Veza & Banduka (2017) la tecnología de la nube es un centro facilita-

dor de datos, servicios y aplicaciones “inteligentes” para la eficiencia en operaciones y reducción de costos a las empresas.

Robótica

A diferencia de los robots tradicionales los cuales cumplían con una tarea, los de la industria 4.0 son capaces de interactuar con humanos y realizar más de una asignación aprendiendo con base a su autonomía y su aprendizaje automático, esto lo afirma González (2017).

Impresora 3d

La también llamada fabricación aditiva consta de utilizar materia y adherirla mediante diferentes procesos para crear un cuerpo concreto (Jorquera Ortega, 2016). En la parte creativa ayuda a generar posibilidades de pruebas o prototipos que hacen eficiente su costo beneficio.

Inteligencia artificial

Esta tecnología busca ejecutar labores que demandan el uso de la comprensión humana y que por medio de aparatos cibernéticos ejecuta pensamientos, reflexiones, análisis, registros, redacciones e interpretaciones. (Rozo-García, 2020).

Otros autores incluyen otras tecnologías derivadas de las antes mencionadas como lo son; blockchain, realidad virtual, realidad aumentada y simulaciones.

Realidad Virtual

Valencia & Joaqui (2019) mencionan que esta técnica permite ensayar actividades y constatar sensaciones sin que el ser humano se involucre físicamente en una situación real, esto porque simula un ambiente virtual en áreas como la ingeniería, educación, arquitectura, entre otras.

Realidad Aumentada

Es la mezcla entre la parte real y la virtual artificial que fusiona la exploración física y la digital por medio de componentes tecnológicos, beneficiando el acceso a la información y contribuyendo con datos adicionales para la mejor percepción de usuario (Pérez Díaz, 2016).

Simulación

Esta tecnología analiza ensayos complejos por medio de técnicas que reconocen y miden el conflicto de llevar a cabo un procedimiento y el costo antes de realizarlo (Moo-savi, Bakhshi, & Martek, 2021).

ASPECTOS METODOLÓGICOS

La búsqueda de documentos fue por medio de Google Académico, EBSCO y Science Direct. Para Arbeláez Gómez (2014) las bases de datos se deben delimitar, combinar y/o conectar mediante el uso de boléanos, también se puede seleccionar palabras exactas, años, autores, etc.

Cabe mencionar que para que la búsqueda sea eficiente se debe depurar la información encontrada y revisar que sea puntual, conveniente, oportuna, precisa y trascendental (Escobar, Pérez, & Rul, 2018).

La selección de documentos fue definida en todas aquellas revistas en la cual su aporte sea científico y fueron desartadas todas aquellas que fueran de divulgación o que no pasaran por un arbitraje. La temporalidad de la búsqueda fue del año 2014 al 2022, es decir 8 años.

— Variable e indicadores

Como variable de estudio, se tiene la industria 4.0 en PYMES de Ciudad Juárez, México. La elección de indicadores se tomaron aspectos relevantes que a continuación se enumera.: 1) número total de documentos, 2) documentos encontrados por año, 3) porcentaje de documentos respecto al total del

periodo, 4) idioma de publicación, 5) número de autores por artículo, 6) palabras clave encontradas, 7) palabras clave destacadas, 8) conceptos descritos, 9) conceptos descritos sobresalientes, 10) documentos donde aparece el concepto PyMES.

— Limitaciones

El procedimiento del análisis bibliométrico rescata solamente resultados de las bases de datos de Google Académico, EBSCO y Science Ditrect. Se eliminaron publicaciones duplicadas y/o que no hacían referencia al país de México.

Análisis de Indicadores

En la búsqueda se utilizaron las palabras clave; Tecnología, aplicaciones, industria 4.0, pequeñas y medianas empresas (PYMES) y su traducción en inglés, Technology, applications, Industry 4.0, small and medium-sized enterprises (SMEs).

En la figura 1, se encuentran los totales de documentos encontrados con base a las limitantes antes mencionadas. El número total de documentos encontrados del año 2014 al 2022 fue de 40 y se descartaron el 50 %.

En la figura (2) se detallan los documentos encontrados por año. En donde los años 2014, 2015, 2016 y 2018 se no se encontró ningún documento. El año 2020 se localizaron 7 documentos siendo el año líder.

En la figura número 3, encontramos que el porcentaje de documentos respecto al periodo está predominado a partir del año 2019 y hasta el 2022, con un total del 95 %.

Al utilizar en las búsquedas tanto el idioma inglés como el español, un dato importante a destacar es el número de documentos encontrados por dialecto. Los resultados fueron en su mayoría inglés con 12 documentos y los restantes 8 en español.

Dentro de los artículos el número mayor de autores identificados fue de 7 en 1 docu-

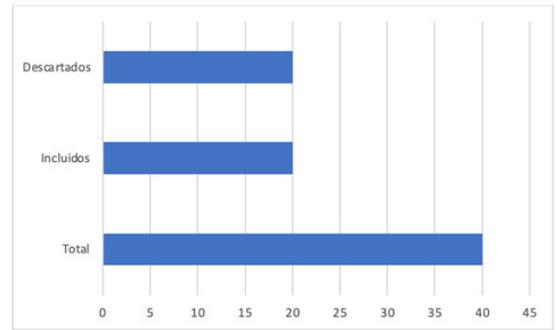


Figura 1. Número total de documentos. Número total de documentos.

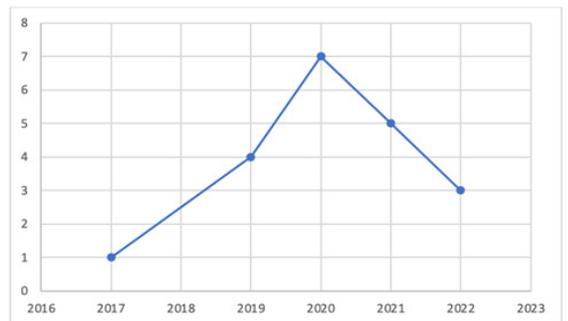


Figura 2. Documentos encontrados por año. Documentos encontrados por año.

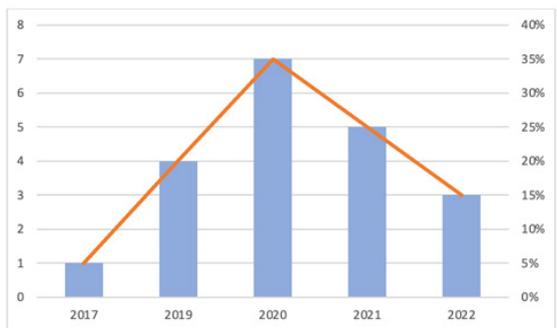


Figura 3. Porcentaje de documentos respecto al total del periodo.

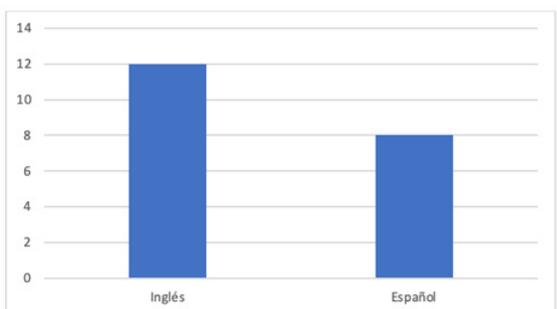


Figura 4. Idioma.

mento. El número de autores más común fue de 1 el cual fue encontrado en 9 ocasiones.

En el análisis de los documentos se pudieron localizar las palabras claves que se enlistan en la figura número 6. Se encontraron 50 palabras claves distintas en los 20 artículos analizados.

Respecto a las palabras clave encontradas, las que más destacaron fueron la industria 4.0 con 19, seguido por el internet de las cosas y el COVID ambas con 5 reiteraciones.

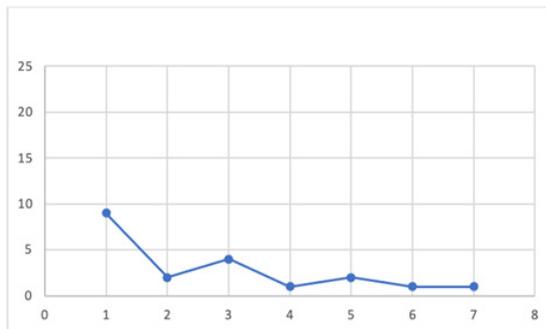


Figura 5. Número de autores por artículo

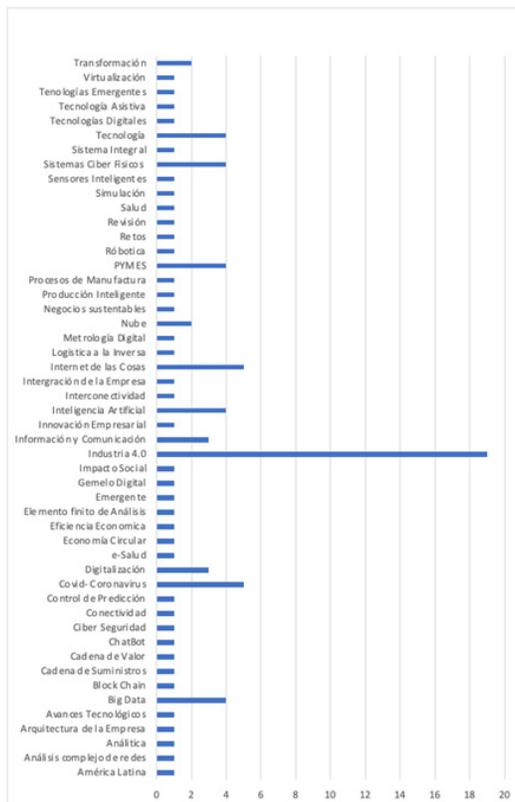


Figura 6. Palabras clave encontradas

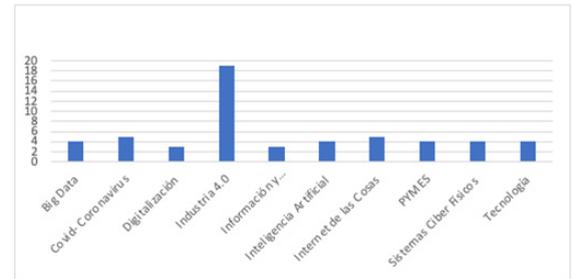


Figura 7. Palabras clave destacadas

Como parte del análisis se encontraron varios conceptos descritos referentes a la industria 4.0 en los cuales hacen la descripción de la aplicación tecnológica, estos conceptos están registrados en la figura 8.

Dentro de la figura 9 se puede identificar los conceptos descritos más sobresalientes, entre los que destacan; la nube y el internet de las cosas con 16 descripciones, seguidos con 12 por el big data y la inteligencia artificial.

En relación con el tema de las PYMES y la industria 4.0 dentro de los documen-

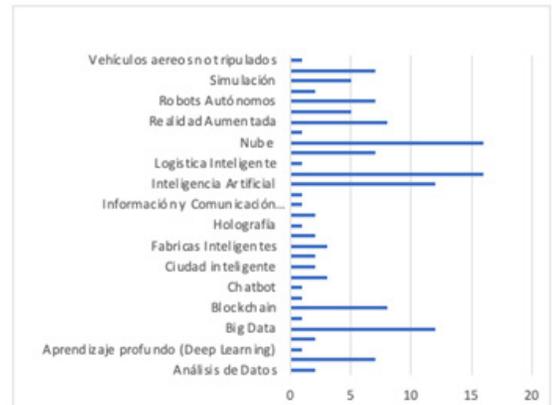


Figura 8. Conceptos descritos

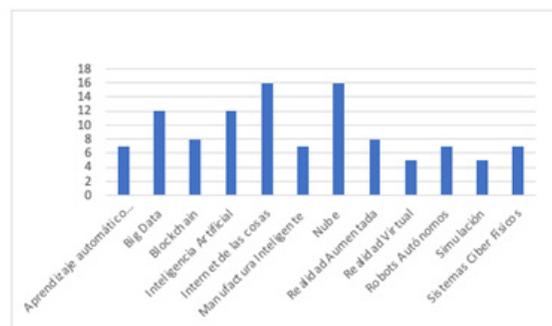


Figura 9. Conceptos descritos sobresalientes

tos encontramos que solo el 13 % hace una asociación entre estos temas. Dejando un 87 % que incorpora solo la industria 4.0 y sus aplicaciones.

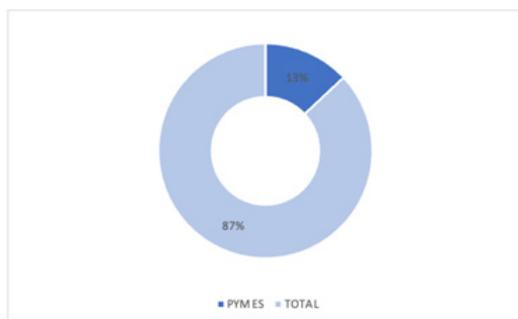


Figura 10.
Documentos donde aparece el concepto PYMES

REFLEXIONES FINALES

Este documento examina aspectos importantes referentes a la industria 4.0 y las PYMES de México durante los últimos 8 años (2014-2022) esto para reforzar el estudio de este tema por medio de indicadores.

Como primer punto se destaca que existe aún un rezago en cuanto a la incorporación de la industria 4.0 a las PYMES mexicanas, ya que solo el 13 % de los documentos encontrados realizan esta asociación.

El número de artículos se incrementó en el 2020 debido a muchos temas incluidos la pandemia COVID-19, puesto que fue de las palabras claves más desatacas y mantiene una tendencia sostenida hasta el año 2022.

Por último, referente a los autores, la mayoría lo prefiere hacer de manera unitaria, ya que casi el 50 % de los documentos analizados contaban con un autor únicamente.

RECOMENDACIONES

Existe una gran oportunidad de relacionar a las PYMES con la industria 4.0 e innovar respecto a su aplicación comercial en cuanto a modelos de negocios rentables y en beneficio de la sociedad.

Por otra parte, los conceptos identificados deben ser estudiados de forma fragmentaria para entender e identificar cada aspecto y característica de sus aplicaciones y poder detonar todas sus virtudes. Por medio de lo anterior, el siguiente paso es identificar por región cuál es el ecosistema de innovación que convenga aplicar de acuerdo con las características particulares de la localidad.

REFERENCIAS

- Alayón-Rodríguez, E. (2021). Tecnologías disruptivas en la transformación digital de las organizaciones en la industria 4.0. *Revista Scientific*, 267-281. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2021.6.21.14.267-281>
- Álvarez, L. (21 de noviembre de 2019). *Política Pública de Innovación e Industria 4.0*. [Conferencia] 8vo Congreso Red OTT la Innovación Frente al Desarrollo Económico y Social en México. Guadalajara, Jalisco, México.
- Arbeláez-Gómez, M. (2014). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) un instrumento para la investigación. *Investigaciones Andina*, 16(29), 997-1000. <https://revia.arenadina.edu.co/index.php/IA/article/view/52>
- Chae, B., & Olson, D. (2021). Technologies and applications of Industry 4.0: insights from network analytics. *International Journal of Production Research*, 60(12)1-23. <http://dx.doi.org/10.1080/00207543.2021.1931524>
- Corzo, G. D., & Alvarez, E. L. (2020). Estrategias de competitividad tecnológica en la conectividad móvil y las comunicaciones de la industria 4.0 en Latinoamérica. *Información Tecnológica*, 31(6), 183-192. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000600183>
- Crnjac, M., Veza, I., & Banduka, N. (2017). From Concept to the Introduction of Industry 4.0. *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 8(1), 21-30. https://bib.irb.hr/datoteka/894382.IJIEM_24.pdf
- Erboz, G. (2017). *How to Define Industry 4.0. The Main Pillars Of Industry 4.0*. Managerial Trends in the Development of Enterprises in Globalization Era, Nitra, 761-767. https://www.researchgate.net/publication/326557388_How_To_Define_Industry
- Escobar, H. A., Pérez, D. A., & Rul, M. N. (2018). Problemática en el Uso de Buscadores Académicos para la Consulta y Elaboración de Trabajos: Caso de estudio del área de ingeniería

- de una universidad privada. *Revista Multidisciplinaria de Avances de Investigación*, 4(3), 1-8. <https://www.remai.ipn.mx/index.php/REMAI/article/view/48>
- Fariñas, J., & López, A. (2006). *Las empresas pequeñas de base tecnológica en España: delimitación, evolución y características*. Dirección General de Política de la PYME. <http://www.ipyme.org/publicaciones/informeebt.pdf>
- González, M. J. (2017). Regulación legal de la robótica y la inteligencia artificial: retos de futuro. *Revista jurídica de la Universidad de León*, (4), 25-50. <https://doi.org/10.18002/rjule.v0i4.5285>
- Jazdi, N. (2014). Cyber Physical Systems in the Context of Industry 4.0. n 2014 *IEEE international conference on automation, quality and testing, robotics*, 1-4. <https://ieeexplore.ieee.org/document/6857843>
- Jorquera-Ortega, A. (2016). *Fabricación digital: Introducción al modelado e impresión 3D*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- López, N., Montes, J., & Vázquez, C. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las Pymes*. Oleiros, La Coruña, España: Netbiblo.
- Moosavi, J., Bakhshi, J., & Martek, I. (2021). The application of industry 4.0 technologies in pandemic management: Literature review and case study. *Healthcare Analytics*, 1, 11-11. <https://doi.org/10.1016/j.health.2021.100008>
- Peetz, D. (2019). Digitalisation and the jobs of the future. In D. Peetz, *In The Realities and Futures of Work* (pp. 83-112). ANU Press.
- Pérez Díaz, R. (2016). Realidad aumentada.Tecnología para la formación . *Edutec Revista Electrónica De Tecnología Educativa* (57). <https://doi.org/10.21556/edutec.2016.57.768>
- Rozo-García, F. (2020). Revisión de las tecnologías presentes en la industria 4.0. *Revista UIS Ingenierías*, 19(2), 177-191. <https://doi.org/10.18273/revuin.v19n2-2020019>
- Valencia, K. A., & Joequi, L. A. (2019). Realidad Virtual En La Industria: Capacitación del personal. Repositorio FUP. <https://unividafulp.edu.co/repositorio/items/show/998>.

EMPRENDIMIENTO EN TIEMPOS DE PANDEMIA ¿REINVENTARSE O PERECER?

MIRNA ELIZABETH QUEZADA¹, CYNTHIA ZAIRA VEGA VALERO² Y ARTURO SILVA RODRÍGUEZ³
MÉXICO

1, 2, 3 Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

La pandemia por COVID-19 marcó un precedente histórico, en el plano económico las micro, pequeñas y medianas empresas fueron las más impactadas por la situación debido a una disminución progresiva de crecimiento económico, inversión o hasta la quiebra y cierre de operaciones. La comunidad académica debe de comprender lo que implica este fenómeno con el fin de proponer estrategias de prevención o intervención que apoyen a los emprendedores frente a las distintas situaciones que requieran adaptación inmediata a su contexto. La psicología contribuye a esto desde su enfoque del comportamiento emprendedor, específicamente desde el modelo de competencias genéricas del comportamiento emprendedor, el cual supone que a través de las competencias el emprendedor sea capaz de resolver las problemáticas y adaptarse a las crisis que se le presenten. El presente estudio fue exploratorio, descriptivo, transversal de carácter cualitativo teniendo como base empírica la experiencia de emprendedores mexicanos en torno a sus esfuerzos de adaptación en la pandemia por COVID-19 y las competencias genéricas del comportamiento emprendedor requeridas para que esta adaptación fuera posible. Se recabaron datos cualitativos de 48 emprendedores mexicanos en el tercer trimestre del 2020. Se identificaron las competencias críticas que tuvieron un papel importante en el emprendimiento frente a la pandemia dependiendo la clasificación de emprendedores con base en el Global Entrepreneurship Monitor. Se concluye en la importancia del desarrollo y activación de competencias para el emprendimiento pensando no en la apertura de empresas como objetivo, sino en su adaptación y resiliencia ante las crisis que se presenten.

Palabras clave: emprendimiento, competencias genéricas, comportamiento, emprendedor, psicología.

Abstract

The COVID-19 pandemic set a historical precedent. At the economic level, micro, small, and medium-sized enterprises were the most impacted by the situation due to a progressive decrease in economic growth, investment, or even bankruptcy and closure of operations. The academic community must understand what this phenomenon implies in order to propose prevention or intervention strategies that support entrepreneurs in the face of different situations that require immediate adaptation to their context. Psychology contributes to this from its approach to entrepreneurial behavior, specifically from the generic competency model of entrepreneurial behavior, which assumes that through competencies the entrepreneur is able to solve problems and adapt to crises that arise. The present study was exploratory, descriptive, cross-sectional, of a qualitative nature, having as an empirical basis the experience of Mexican entrepreneurs regarding their adaptation efforts in the COVID-19 pandemic and the generic competencies of entrepreneurial behavior required for this adaptation to be possible. Qualitative data was collected from 48 Mexican entrepreneurs in the third quarter of 2020. Critical competencies that played an important role in entrepreneurship in the face of the pandemic were identified, depending on the classification of entrepreneurs based on the Global Entrepreneurship Monitor. It concludes on the importance of developing and activating skills for entrepreneurship thinking not about opening businesses as an objective, but about their adaptation and resilience to crises that arise.

Key words: entrepreneurship, generic competences, entrepreneurial behavior, psychology

Datos de correspondencia: mirna.quezada@iztacala.unam.mx

La pandemia por COVID-19 marcó un precedente histórico, no sólo en materia de salud, sino también por su repercusión inmediata en fenómenos sociales, políticos, económicos, entre otros. De igual modo, la vida cotidiana de las personas frente a la convivencia social, educación y al trabajo se vio impactada por el nuevo orden de las cosas. El ámbito educativo tuvo que hacer frente a la reestructuración de la labor docente frente a la imposibilidad de la actividad presencial por pandemia; por su parte la convivencia social se redujo a lo estrictamente esencial, y en este sentido el contexto del trabajo se incluyó entre las actividades limitadas.

Es así que surge el teletrabajo como alternativa para el seguimiento de operaciones y tareas de los centros laborales que por la naturaleza de sus actividades lo permitieran; éste se puede definir como la realización de actividades laborales fuera de las instalaciones físicas del empleador a través del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2020); de este modo, el espacio físico de trabajo fue adaptado en el espacio habitacional del trabajador como medida emergente convirtiéndose de esta manera en *home office* involuntario o forzado, lo cual permitió atender de manera improvisada las operaciones de diversas organizaciones públicas y privadas en México durante el confinamiento por COVID-19, pero a su vez se observaron problemas de salud física y mental a causa del confinamiento, aislamiento social, falta de habilidades con las TIC, aumento de carga de trabajo y desigualdad de género (Saldívar-Garduño y Ramírez-Gómez, 2020).

Impacto de la pandemia por COVID-19

Dicho lo anterior, el trabajo a distancia o teletrabajo no es factible para todo tipo de actividades laborales, personas u organiza-

ciones, o no todas pudieron adoptar esta modalidad de trabajo para sus empleados por cuestiones logísticas o administrativas, lo cual se reflejó a nivel mundial en diversas economías y México en este sentido no fue la excepción. Al respecto, Hualde (2021) menciona que la economía mexicana en los meses posteriores al anuncio de la pandemia se vio impactada por la pérdida de empleos, principalmente en zonas de la República Mexicana que se valen primordialmente de la actividad turística.

Por su parte, Moscuza (2020) reporta que en Latinoamérica uno de los sectores más afectados por el confinamiento ha sido el comercio informal que se encuentra desprotegido sin seguridad social, sin ingreso fijo y al margen de la ley; en México el 56.2% de la población ocupada de 15 y más años se encuentra en esta condición de informalidad (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020a), con lo cual se puede pensar en el gran impacto que tendrá económicamente la pandemia en México.

Así mismo, las empresas legalmente constituidas reportan también estragos frente a la pandemia pues en los primeros meses posteriores al decreto, el 59.6% tuvo que parar o cerrar temporalmente como respuesta emergente, siendo el 93.4% de esas empresas las estratificadas como micro empresas las cuales pueden llegar a tener hasta 10 empleados registrados y ventas anuales de \$4 (mdp), en contraste con las grandes empresas las cuales solo el 0.7% tuvieron que realizar algún paro técnico o cierre temporal (INEGI, 2020b).

De este modo, en México la “Encuesta sobre el impacto económico generado por COVID-19 en las empresas” desarrollada por INEGI (2020b), permite recuperar la afectación de las empresas mexicanas reportando que el 93.2% se reconoce como afectada por la contingencia sanitaria principalmente por la disminución de ingresos

en un 92% para las microempresas y en un 87.8% para las pequeñas y medianas empresas, ambos tipos de empresas con disminución de ingresos superiores al 50%.

Claramente el impacto de la pandemia permea a todo tipo de empresas, pero como se observa a través de los datos, las MIPyME's (micro, pequeñas y medianas empresas) tienen un alto riesgo de verse afectadas a niveles que las orillen a mediano y largo plazo a una disminución progresiva de crecimiento económico, inversión o hasta la quiebra y cierre de operaciones (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020). En México esto lo confirman los resultados de la segunda edición de la encuesta nacional ECO-VID-IE a través de los cuales se reporta que de las 4.9 millones de MIPyME's existentes en México a inicios del 2020, el 20.81% cesaron operaciones definitivamente durante el tercer trimestre del 2020 a causa de la contingencia originada por la pandemia (INEGI, 2020c).

Sin duda alguna, el emprendimiento en la época de COVID-19 representó retos importantes de surgimiento, adaptación y permanencia, puesto que la amenaza latente de pérdida económica de inversiones o reestructuración completa del negocio llevó a los emprendedores a ver mermado su crecimiento económico o en el peor de los casos, abandonar su proyecto de emprendimiento. Ante esto, la comunidad académica debe comprender lo que implica este fenómeno no sólo en un sentido macrosocial, sino de desarrollo emprendedor, con el fin de proponer estrategias de prevención o intervención que apoyen a los emprendedores frente a las distintas situaciones que requieran adaptación inmediata a su contexto, para esto se tienen en cuenta distintas perspectivas de estudio.

Emprendimiento: abordaje académico

Los gobiernos del mundo han reconocido la importancia del emprendimiento para

una sociedad en crecimiento, así como su repercusión en el desarrollo económico y sustentable de una nación. Por ejemplo, el en Diario Oficial de la Federación, medio de comunicación oficial y nacional de México, se tiene considera a los emprendedores como "Mujeres y hombres con inquietudes empresariales, en proceso de crear, desarrollar o consolidar una micro, pequeña o mediana empresa a partir de una idea emprendedora o innovadora" (DOF, 2019, p.3). Ante esta comprensión del fenómeno el propio gobierno es quien reconoce al emprendedor como el generador de esa idea y el ejecutor de un plan de acción.

Por otra parte, organismos internacionales también han observado el fenómeno de emprendimiento, tal es el caso del *Global Entrepreneurship Monitor*, compuesto por observadores en distintos puntos geográficos que reportan el avance del emprendimiento en diversos países. Este organismo menciona que el emprendimiento es "cualquier intento de nueva empresa o creación de nuevas empresas, como el trabajo por cuenta propia, una nueva organización empresarial o la expansión de una empresa existente, por parte de una persona, un equipo de personas o una empresa establecida" (GEM, 2020, p. 16). Con lo que se reconoce distintas actividades que se relacionan con el emprendimiento, no sólo la creación de empresas, sino todas aquellas que le permiten a un individuo partir de un proyecto de negocio para la obtención de una recompensa, como lo puede ser el crecimiento económico, o visto desde otra vertiente, el apoyo a algún sector de la población o la solución de una necesidad del mercado.

De este modo, se puede identificar que son distintos los elementos alrededor del fenómeno del emprendimiento, lo cual es congruente con su propia historia a través de su conformación y consolidación como línea de investigación. Así, el estudio del emprendimiento se ha llevado desde distintas discipli-

nas, partiendo en un primer momento de la economía, la cual fue quien incursionó en la identificación y trabajo alrededor del emprendedor, su acción emprendedora y su efecto en la economía de las naciones. Por otra parte, la sociología surgió después de la economía como la disciplina la cual se interesaba principalmente en las circunstancias contextuales que impulsaban el surgimiento de emprendedores en la sociedad, de este modo, al comprender las variables contextuales podría fomentarse su desarrollo para la promoción del emprendimiento en distintos grupos sociales. La tercera disciplina que se incorporó al estudio del emprendimiento fue la administración, la cual comenzó a comprender al emprendedor como aquel que realiza determinadas acciones para ver concretado un proyecto de emprendimiento, por lo tanto, se centró en la identificación de aquellos procesos indispensables para que esto se diera.

Por último, la psicología como disciplina se centró en la identificación de los aspectos personales que dieran sentido a la caracterización de un emprendedor frente a otra persona que no lo era, con el fin de identificar aquellos aspectos psicológicos que le permitieran a una persona proponer un proyecto de negocio y concluirlo (Ireland y Webb, 2007). De la psicología se desprenden distintas perspectivas teóricas que tratan de explicar la naturaleza del emprendedor y su acción emprendedora, de este modo tenemos el estudio de los rasgos de personalidad, cuya orientación permitió proponer perfiles de personalidad que pudieran explicar el comportamiento orientado hacia el logro de los emprendedores (Jiménez, 2015).

Por otra parte, el emprendimiento también se estudió desde los procesos cognitivos, cuyo objetivo se centra en identificar el proceso de toma de decisiones y valoración de oportunidades y posibles recompensas para que una persona decida emprender un negocio, por ejemplo la

teoría de la expectativa/valoración (Renko et al., 2012) o Teoría del Comportamiento planificado (Ajzen, 1991), en las cuales se habla de intenciones como antecedente de la conducta, lo cual posiciona la importancia de la intención emprendedora para que una persona llegue a emprender.

Emprendimiento desde el comportamiento emprendedor

Una de las últimas vertientes de estudio del emprendimiento por la psicología es la del comportamiento emprendedor que se centra en distinguir habilidades y destrezas que el emprendedor demuestra a través de sus acciones dirigidas al emprendimiento (Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo, 2012). En este enfoque de estudio no se habla de personalidad o de intenciones de emprendimiento, sino que se enfoca a lo que un emprendedor hace (Gartner, 1998).

Una línea de investigación bajo esta perspectiva es el estudio del emprendimiento con base en competencias, que se caracterizan por ser verificables y desarrollables en los individuos, lo cual los capacita para responder adecuadamente a las situaciones propias de la actividad de emprendimiento, siendo esta la distinción entre una persona emprendedora de otra que no lo es (Mitchelmore y Rowley, 2010). De este modo, las competencias de un individuo permitirían que se adaptara a las situaciones adversas que intervienen en su proceso y saliera delante de dichas situaciones, lo cual es más común de lo que se piensa para el emprendimiento, tal como lo vivimos en tiempos modernos con la transformación social por la pandemia por COVID-19.

De este modo, el emprendimiento desde el comportamiento emprendedor puede ser definido como una tendencia comportamental derivada de una serie de competencias acometidas a la modificación de la situación actual del individuo para el alcance

de su criterio de logro, en este caso la apertura y consolidación de su propio negocio. Así, el modelo de competencias que por su condición de desarrollo y ejecución se adapta al fenómeno del emprendimiento, es el propuesto por el Proyecto Tuning (Gutiérrez-Broncano y Pablos-Heredero, 2010), desde el cual se distinguen competencias técnicas/específicas que se centran en responder situaciones propias de una disciplina con conocimiento especializado, pero principalmente, el Proyecto Tuning se orienta a la distinción de las competencias genéricas/transversales, las cuales son independientes de alguna profesión e particular pero permiten a un individuo responder adecuadamente al campo laboral y las demandas específicas del trabajo (Villa y Poblete, 2008).

Para poder analizar el impacto que la pandemia por COVID-19 ha tenido en los emprendedores, se retoma el modelo de competencias genéricas del comportamiento emprendedor puesto que expresa concordancia con lo que la actividad de emprendimiento es en sí misma, como un proceso en el que un individuo se adapta a su ambiente haciendo frente a diversas situaciones de índole laboral, en la que se debe accionar una serie de capacidades para salir delante de las adversidades. Por lo que se retoma el modelo de competencias genéricas del comportamiento emprendedor (Quezada et al., 2022), el cual contempla competencias genéricas funcionales, interpersonales y personales.

El primer grupo de competencias se centra en la solución de problemas diversos con base en la comprensión del propio proyecto, su gestión, alternativas de operación y adaptación a un entorno adverso, comprende de esta manera una serie de competencias orientadas a funcionar en su contexto como 1) planificación de proyectos, 2) gestión del tiempo; 3) solución de problemas y 4) adaptación a un entorno ad-

verso. el segundo grupo de competencias implica todas aquellas que son requeridas para tratar con otros y cultivar relaciones interpersonales que contribuyan a la solución de diversas situaciones, en este grupo se encuentran las competencias 1) movilizar a otros, 2) organizar el trabajo para otros, 3) colaborar con otros, 4) buscar a otros para trabajar. Por último, el grupo de competencias personales permiten al emprendedor trabajar por sí mismo de manera dedicada a su proyecto emprendedor, dentro del cual se encuentran las competencias 1) generación de ideas nuevas, 2) trabajar disciplinado, 3) toma de decisiones, 4) confianza en las propias capacidades.

Todas las competencias del modelo suponen que, el emprendedor al ejecutarlas tendrá mayor probabilidad de tener éxito en la adaptación a su entorno. Sin embargo, la situación por COVID-19 es una crisis mundial que lleva al límite a todos los individuos en los contextos antes normales y ahora transformados por la situación. Así como fue analizado previamente, las micro, pequeñas y medianas empresas fueron las más impactadas por la situación, ante esto, el objetivo del presente texto es indagar en las competencias requeridas en emprendedores para adaptarse a los tiempos de pandemia y modificar su ambiente para persistir en su proyecto emprendedor, así como indagar en los principales problemas a los que se enfrenta el emprendimiento en pandemia.

2. MÉTODO

2.1 Enfoque Cualitativo

El presente estudio se realizó con un enfoque cualitativo de la investigación teniendo como base empírica la experiencia de emprendedores mexicanos en torno a sus esfuerzos de adaptación en la pandemia por COVID-19 y las competencias genéri-

cas del comportamiento emprendedor requeridas para que esta adaptación fuera posible. De igual modo, se recabaron datos cualitativos en torno a los principales problemas a los que dichos emprendedores se enfrentaron en plena pandemia.

2.2 Descripción del contexto de la investigación

Se recabaron datos virtualmente de emprendedores mexicanos en el tercer trimestre del 2020 y por un lapso de cuatro semanas como parte de otra investigación. La recolección de datos hacía referencia al presente y a los primeros meses de la pandemia decretada por la Organización Mundial de la Salud en marzo del 2020.

2.3 Población y muestra

Muestra no aleatoria intencional por conveniencia de 48 emprendedores de negocios mexicanos ubicados tanto en el territorio nacional como extranjero; 48% de los emprendedores eran del sexo femenino y el 52% masculino, con media de edad de 38 años cumplidos a la fecha.

Entre los datos demográficos más sobresalientes encontramos que el 48% tenía un estado civil de soltero, mientras que el 30% eran casados y 16% vivían en unión libre; de igual modo el 48% de los entrevistados mencionaba no tener dependientes económicos. Sobre los datos de origen, el 14% expresó residir en un país o entidad federativa distinta a la de crianza, además el 29% los entrevistados reportaron que sus padres alcanzaron escolaridad de licenciatura, mientras que el 25% estudios de primaria, 16% carrera técnica, 14% secundaria, 10% preparatoria y en porcentajes menores maestría y doctorado. Sobre la ocupación de los padres, el 55% mencionó que eran empleados asalariados, 27% eran trabajadores independientes y 9% empresarios.

Un dato que se incorpora a la identificación del contexto social del emprendedor es el reconocimiento de emprendimiento en familiares en un 79% de los entrevistados; de igual modo 88% de los emprendedores reportaron tener amistades que emprendían como ellos. Sobre su situación de emprendimiento y retomando la clasificación del GEM (2020), se encontró que el 13% eran emprendedores potenciales, el 15% eran emprendedores nacientes, el 42% eran emprendedores en la fase de apertura y consolidación y el 31% con negocio establecido.

2.4 Diseño

El diseño de investigación fue exploratorio, descriptivo, transversal de carácter cualitativo. Se conformó de tres etapas, la primera correspondió a la convocatoria a participar en esta investigación a través de redes sociales y redes de emprendimiento universitarias, así como la construcción de la serie de reactivos para la entrevista conductual empleada. La segunda etapa se realizó a lo largo de cuatro semanas en el segundo trimestre del año 2020, en las cuales se recolectaron los datos cualitativos de los entrevistados.

La tercera etapa la conformó el análisis de datos a través de un análisis de contenido deductivo, las categorías teóricas con base en el modelo de competencias genéricas del comportamiento emprendedor estuvieron conformadas por tres categorías madre, competencias funcionales, interpersonales y personales, y sus respectivas subcategorías conformadas por las competencias de cada grupo de competencias: a) funcionales: 1) planificación de proyectos, 2) gestión del tiempo; 3) solución de problemas y 4) adaptación a un entorno adverso; b) interpersonales: 1) movilizar a otros, 2) organizar el trabajo para otros, 3) colaborar con otros, 4) buscar a otros para trabajar; c) persona-

les: 1) generación de ideas nuevas, 2) trabajar disciplinado, 3) toma de decisiones, 4) confianza en las propias capacidades. También se identificó en los datos cualitativos la categoría de “Problemas de adaptación en pandemia”, la cual implica toda aquella situación que representara una dificultad para los emprendedores en la adaptación ante las condiciones por la pandemia.

2.5 Instrumento de recolección de datos

Se empleó una entrevista conductual estructurada con cuatro secciones: 1) consentimiento informado, 2) preguntas sobre datos sociodemográficos, 3) experiencia de emprendimiento ante la pandemia, 4) experiencia en el despliegue de las competencias genéricas. El instrumento permitía la recolección de datos cuantitativos para determinar el nivel de competencia con base en su experiencia, y cualitativos para recolectar la narración de lo sucedido al emprendedor. El análisis se realizó dependiendo la clasificación de emprendedores con base en el *Global entrepreneurship Monitor* (emprendedores potenciales, nacientes, apertura y consolidación, empresas establecidas). Para mantener las medidas de seguridad decretadas por la OMS, la recolección de datos se realizó por medios digitales sin contacto físico con los emprendedores.

3. RESULTADOS

En primer lugar, se encuentran los emprendedores potenciales quienes expresan tener intención de emprendimiento, pero no tener claridad en el tipo de negocio que quieren aperturar. Este grupo de entrevistados menciona que no suele proponer ideas nuevas u originales para resolver problemáticas, o que si lo hace no logra concretarlas. De igual modo este grupo de entrevistados expresa que abandonó la estructuración de su plan de negocios

y se quedó en intención a causa de adversidades que les presentaron, como falta de apoyo familiar, tiempo, otras ocupaciones, y la pandemia que interrumpió y detuvo el plan.

Sobre las competencias interpersonales de los emprendedores potenciales, los entrevistados mencionaban que al momento de trabajar con otras personas no lograban integrarse y que si lo hacían era con dificultad, y al respecto también mencionaban que se les dificultaba dirigir el trabajo de otras personas, que si lo hacían no tenían influencia en sus acciones o ésta era limitada: “Yo soy el único que resolvía todos los detalles”, “No pude lograr un trabajo en equipo”, “No le puse el interés que se requería”. Y, por último, los entrevistados mencionan tener dificultad para la solución de problemas al grado de que otra persona tuvo que resolverlos en su lugar, al igual que dificultad para establecer un plan de trabajo, unos expresando que la pandemia había frenado este punto en tu proceso de emprendimiento, y otros mencionando que no establecieron prioridades, tiempos u objetivos.

Para el caso de los emprendedores nacientes, mencionan que ya tienen clara la idea de negocio o empresa, y que el objetivo, operaciones, mercado, etc. ya no les resultan desconocidos, pero que por distintas circunstancias no han implementado dicho plan de negocios, por falta de recursos, de coordinación con socios o contratistas con los proveedores. En general presentan mejores niveles de competencias que los potenciales emprendedores, ya que proponen ideas nuevas para adaptarse a cambios y afrontan las adversidades de manera más proactiva. Una diferencia sustancial es que valoran de mejor manera sus capacidades y habilidades para resolver situaciones adversas: “La experiencia te da confianza, y entender un poco lo que el cliente necesitaba, imaginar nuevas soluciones”, “Aprendí

a manejar situaciones difíciles, pero todavía falta más aprendizaje”, “Los años de experiencia dan un margen de acción ante situaciones desconocidas o complicadas”.

Aún así, las competencias en las que se observan con mayor dificultad son las relacionadas con la interacción con otros, como la negociación al expresar falta de control emocional o de ajuste a un plan definido de ganancias, así como en la creación de redes de colaboración donde los entrevistados reconocían las bondades de contar con una firme y amplia red de apoyo, pero mostraba dificultad para crearla o expandirla. En cuanto a la planeación de actividades, los emprendedores nacientes expresaban tener un poco más de experiencia en la planeación de actividades, sin embargo, compartieron que el principal problema es ajustarse a tiempos y objetivos de otros interesados: *“Planeamos mal tiempos [de respuesta a clientes]”, “Rebasé el tiempo [establecido para los objetivos] y fue estresante”, “No sé pronosticó lo suficiente [para alcanzar los objetivos]”.*

Por otra parte, la entrevista a los emprendedores que se encontraban en fase de apertura y consolidación permitió identificar situaciones más puntuales en las que el confinamiento por pandemia suponía un esfuerzo por su parte para mantenerse en operaciones, o en algunos casos, representaba una amenaza para la continuidad de sus actividades económicas. Así, en las competencias personales los emprendedores mencionaron que la generación de ideas nuevas les permitía resolver los problemas imprevistos que surgieron del confinamiento: *“Se diseñó un plan de contingencia exitoso que permitió el seguimiento de operaciones”, “Ante el covid-19 me vi en la necesidad de cerrar el negocio por indicaciones de las autoridades, mismo que lleva solo tres meses de operación. Por tanto, he tenido que explorar nuevas formas de generar ingresos en línea. He buscado vender con descuento*

para que lo usen a futuro, alianzas con empresas similares, explotar las virtudes de las redes sociales y sus tendencias, etcétera”.

Para el caso de competencias de adaptación a un entorno adverso, algunos emprendedores expresaron problemas para adaptarse al nuevo orden de las cosas: *“La cuarentena fue una situación crítica, se intentó implementar asesorías mediante uso de plataforma zoom, pero por cuestiones de horarios de trabajo no fue posible continuar”.* Por otra parte, se distinguen también acciones de adaptación adecuadas: *“Con la actual contingencia, las entradas principales eran de ventas presenciales, al escuchar que Amazon había crecido, pensé que, si ellos podían yo también y comencé a invertir en publicidad online”, “Las ventas eran muy bajas y me apoyé en redes sociales para impulsar la publicidad de mis productos”.* Sobre esto, expresan *“ante la presente situación del covid-19, se presentan diferentes adversidades que obstaculizan nuestro desempeño en la empresa. Por lo cual se toman medidas adecuadas para la empresa y para seguir ofreciendo el servicio de calidad hacia nuestros clientes”.* Así, los emprendedores en operaciones durante la pandemia, expresan que el autoevaluar su situación, desempeño y posibilidades les permitieron identificar medidas emergentes para adaptarse a la adversidad: *“Con el COVID19 subieron mucho las entregas a domicilio de restaurantes y negocios lo que parecía bajaría notablemente mis ventas en entregas debido a la competencia que se desató, ajusté el uso de redes sociales y me hice presente más fuerte en el mercado latino con lo cual salimos adelante”.* A la vez, la situación por confinamiento implica limitaciones para los emprendedores, quienes expresan persistencia, pero dificultades que han intentado sortear con poco éxito: *“Hemos hecho modificaciones que hasta el momento no han rendido los frutos*

esperados; no nos hemos rendido, sin embargo, la pandemia del COVID19 ha venido a empeorar la situación”.

Entre las estrategias que accionan los emprendedores en operaciones durante la pandemia, es la creación, consolidación y expansión de redes de apoyo, lo que se conoce como networking que permite afrontar dificultades a través del apoyo mutuo con otros profesionales, empresas o proveedores. Sobre esto comentan: *“Afortunadamente la Red que hemos generado es fuerte y la prueba es en esta contingencia donde estamos reforzados por cada uno de los accionistas y logramos migrar a Distancia y continuar laborando sin problema”.* Otra estrategia es el aprovechamiento de tiempo y recursos que el confinamiento permite en ciertos casos, sobre esto nos comenta un músico que ha llevado su actividad de la mejor manera que sus tiempos y recursos le permiten: *“Con la contingencia, he tenido que adaptar algunas estrategias con mi grupo musical para demostrar también los avances con el director, así que les mando las partituras y en una semana cada uno tiene sus partes claras y trabajadas. Sólo falta ensamblar, pero eso será hasta terminando la contingencia”.* De igual modo, en muchas ocasiones los emprendedores observan en la adaptación la solución de la problemática que están viviendo, así que se flexibilizan con la situación y procuran mantener el trabajo a pesar de las adversidades, sobre esto nos comenta: *“Con la contingencia el trabajo se ve altamente reducido, así que he tenido que aceptarlo y trabajar en mi repertorio, es lo único que me queda”.*

Por último, el grupo de entrevistados con empresas establecidas, con base en GEM (2020) ya no podrían considerarse emprendedores, sino empresarios o gerentes-propietarios, actividad que implica otro tipo de conocimientos, experiencia y capacidades para consolidar o diversificar su ne-

gocio. Los entrevistados en este grupo expresaron que las TIC sirvieron para adaptar sus labores y el estricto control financiero: *“Gastos fijos en época de cierre de actividades por el COVID 19, tener una reserva para 2 meses y seguir ofreciendo el servicio a puerta cerrada”.* Aun así, los empresarios reconocen que la autoevaluación y el reconocimiento de las limitantes de su negocio es un tema importante para poder superar los obstáculos: *“Actualmente busco innovar mi empresa, pero todo se ha quedado parado por la situación actual nacional (COVID 19) sin embargo estoy buscando como debo cambiar y actuar como líder de la empresa que soy y qué estrategias debo de implementar”.* Además, se observa la necesidad de contemplar escenarios críticos para anticiparse de alguna manera a los problemas futuros: *“La situación actual del COVID19 que nos obligó a cerrar empresas me doy cuenta de que no estamos preparados como empresa ni el personal ni yo ante una situación de emergencia de este tipo teniendo pocas opciones para seguir adelante ya que no nos encontrábamos preparados”.*

4 CONCLUSIONES

Lo expresado por emprendedores de negocios sobre los retos que han tenido que afrontar y las estrategias que han tenido que adoptar para garantizar su continuidad en el mercado, concuerda con lo encontrado por INEGI (2020c) sobre las medidas de las distintas empresas; mientras que para las grandes empresas la opción de teletrabajo o home office forzado así como la adopción de turnos de trabajo para las labores presenciales representaron las medidas más idóneas para responder al confinamiento por pandemia, las MIPyME's ante la contingencia adoptaron las ventas por internet, así como la oferta de nuevos bienes o servicios con uso de las

TIC, lo cual garantizó su adaptación al entorno adverso de emprendimiento.

Dicha situación concuerda con lo vaticinado por la CEPAL (2020), comisión que pronosticaba que la virtualidad llegaría hasta las relaciones económicas y sociales, además de que representaría una ventaja competitiva la digitalización de procesos, ventas y relaciones con respecto a aquellas organizaciones que no contemplaran esta condición en sus operaciones y servicios. Sin embargo, la comisión advierte que la seguridad digital es el tema que deben de contemplar las organizaciones en miras de la virtualidad resguardada de sus procesos. Sobre esto comenta Orejuela (2020), quien menciona cómo la cuarta revolución industrial caracterizada por el capitalismo de los datos (big data) fue precipitada por la pandemia COVID-19 a efectos no calculados, en donde el actor principal es el emprendedor tecnológico que implementa la tecnología de alcance global, colaborativo y disruptivo como instrumentación de su acción emprendedora, para lo cual debe de preverse no sólo su implementación, sino también su regulación, control y seguridad.

De igual manera, el Monitor Global de emprendimiento (GEM, 2020) en su reporte del impacto del COVID-19 en la actividad de emprendimiento, expresa que los proyectos empresariales que surjan o se adapten a la pandemia deberán contemplar tres aspectos fundamentales para asegurar su supervivencia: 1) colaboración con otros, o como se vio a través de las entrevistas reportadas, la creación y consolidación de una amplia y fuerte cadena de relaciones empresariales (*networking*); 2) digitalización e innovación, esto se expresa en procesos y servicios para adaptarse con creatividad y apertura a las nuevas oportunidades de negocio; 3) resiliencia de la organización, lo cual se logra a través del análisis del contexto, de las propias limitaciones y fortalezas de la empresa, emprendedor y colaboradores, así como las oportunidades

de mercado emergente que se presenta por efecto directo del confinamiento.

A través del presente trabajo se pudo evidenciar con la experiencia de emprendedores en distintos estadios de emprendimiento las competencias que requieren atención en su desarrollo y consolidación para los emprendedores, con el fin de coadyuvar a su adaptación a las adversidades propias del ejercicio de emprendimiento, o extraordinarias como representó la pandemia por COVID-19, como lo son competencias a) funcionales: 1) planificación de proyectos, 2) gestión del tiempo; 3) solución de problemas y 4) adaptación a un entorno adverso; competencias b) interpersonales: 1) movilizar a otros, 2) organizar el trabajo para otros, 3) colaborar con otros, 4) buscar a otros para trabajar; y competencias c) personales: 1) generación de ideas nuevas, 2) trabajar disciplinado, 3) toma de decisiones, 4) confianza en las propias capacidades.

La psicología como disciplina puede contribuir a la adaptación de emprendedores a estas nuevas condiciones laborales, ya sea como agentes externos en servicios de consultoría empresarial para el desarrollo de competencias o habilidades adaptativas, así como agentes internos en la evaluación y análisis de áreas de oportunidad del capital humano para la adaptación a las nuevas demandas laborales, la actualización de políticas laborales acordes a los lineamientos de seguridad e higiene para salvaguardar la integridad física y mental de los trabajadores, o con la planeación e implementación de planes y programas de desarrollo organizacional que lleven de la mano los objetivos organizacionales, el bienestar de los trabajadores y los retos contextuales derivados de la nueva normalidad.

Así mismo, la psicología tiene las herramientas teórico-metodológicas para la formación de emprendedores en competencias clave para accionar el comportamiento

emprendedor dirigido a objetivos. Basta con analizar la conceptualización misma del emprendimiento, en donde la consecución del objetivo es el criterio de logro más allá de la idealización del negocio. De este modo, el conocer las adversidades que atraviesan los emprendedores en tiempos de crisis permiten a los facilitadores de emprendimiento, como lo son organizaciones de incubación de empresas e instituciones educativas, ofrecer oportunidades de desarrollo y ejercicio de competencias, pudiendo ser estas directas o indirectas, las primeras a través de entrenamiento presencial o virtual, en ambientes simulados o reales, mientras que las experiencias indirectas hacen referencia al modelamiento que propone la psicología como tecnología conductual para reconocer modelos de emprendimiento, reconocer patrones de comportamiento y desarrollo de conductas orientadas al emprendimiento (Bauer y Erdogan, 2021).

De igual modo, se debe de comprender otra característica psicológica de interés para el desarrollo del emprendimiento como lo es la resiliencia. Sobre esta nos habla Uriarte-Arcienega (2005), mencionando que se puede entender como una disposición global que establece a una persona como competente para sobreponerse ante una situación adversa. La resiliencia se relaciona con la competencia social, el apoyo social del emprendedor jugará un papel importante en los emprendedores para mantener el proyecto a flote ante las adversidades, promover una autoestima saludable y un bienestar psicológico en general ante las circunstancias difíciles que puedan enfrentar los emprendedores.

El desarrollo y activación de competencias para el emprendimiento representa un paso más allá en la consecución de objetivos empresariales. Y si bien el emprendimiento está considerado como un proceso individual, sólo la colaboración

con distintos profesionistas garantizará que la puesta en marcha del proyecto empresarial llegue a buen término en el cual se busca no solo iniciar operaciones, sino la continuidad, supervivencia y adaptación ante las adversidades del entorno. Dicho objetivo se consigue a través de la comprensión de las propias limitaciones, la aceptación de que el cambio es inevitable, y la adopción de flexibilidad, así como resiliencia ante dicho cambio.

REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19: Efectos económicos y sociales*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45337>
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas De Dirección Y Economía De La Empresa*, 18(2), 132-138. [https://dx.doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)70003-5](https://dx.doi.org/10.1016/S1135-2523(12)70003-5)
- Bauer, T., & Erdogan, B. (2010). Organizational behavior. Flat World.
- Diario Oficial de la Federación. (28 de febrero de 2019). *REGLAS de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2019*. Obtenido de https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2019/02/ROFNE2019_28022019.pdf
- Gartner, W. B. (1988). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32. <https://doi.org/10.1177/104225878801200401>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2020). *Diagnosing COVID-19 Impacts on Entrepreneurship Exploring policy remedies for recovery*. (A. Ionescu-Somers, & A. Tarnawa, Edits.). <https://www.gem-consortium.org/reports/covid-impact-report>
- Gutiérrez-Broncano, S. & Pablos-Heredero, C. (2010). Análisis y evaluación de la gestión por competencias en el ámbito empresarial y su aplicación a la universidad. *Revista Complutense de Educación*, 21(2), 323-343. <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/RCED1010220323A>
- Hualde, A. (2021). La pandemia y el mercado de trabajo en México y la frontera norte: una fuerte

- contracción y un futuro incierto. En O. F. Contreras, *Ciencias sociales en acción: respuesta frente al COVID-19 desde el norte de México* p. 31-47. El Colegio de la Frontera Norte.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020a). *Estadística a propósito del día del trabajo Datos Nacionales*. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/trabajoNal.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (INEGI). (2020b). *ECOVID-IE 2020: Encuesta sobre el Impacto económico generado por COVID-19 en las empresas*. <https://www.inegi.org.mx/programas/ecovidie/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020c). *Comunicado de Prensa: encuesta sobre el impacto económico generado por COVID-19, segundo evento*. https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVID-IE_DEMOGNEG.pdf
- Ireland, D., Reutzel, C., & Webb, J. (2007). La investigación en entrepreneurship en la AMJ: lo que ha sido publicado y lo que nos guarda el futuro. En Á. Cuervo, D. Ribeiro & S. Roig, *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*. p.304-316. Fundación Bancaja. <https://www.uv.es/bcjaueveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigESP.pdf>
- Jiménez, M. (2015). *El Emprendimiento Social: ¿Un mecanismo de integración de la población inmigrante?* (Doctorado). Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE. <http://hdl.handle.net/11531/3118>
- Mitchelmore, S. & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 125-142. <https://doi.org/10.1108/14626001311298448>
- Moscuzza, S. M. (2020). Los efectos del COVID-19 en el mundo del trabajo desde la perspectiva de la OIT. *RECORDIP*, (1). Obtenido de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/recordip/article/view/28481>
- Orejuela, J. (2020). Cuarto espíritu del capitalismo: pandemia y malestar. En A. Eslava-Gómez, & J. Giraldo-Ramírez, *Pensar la crisis: Perplejidad, emergencia y un nuevo nosotros*. EAFIT.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2020). *El teletrabajo durante la pandemia de COVID-19 y después de ella - Guía práctica*. <https://documentacion.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/bib/173676.do>
- Quezada, M. E., Vega-Valero, C. Z., & Nava-Quiroz, C. (2022). Emprendimiento comprendido desde las competencias genéricas: conformación de un modelo de estudio. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 25(1), 27-59. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?I-DARTICULO=105493>
- Renko, M., Kroeck, K. G., & Bullough, A. (2012). Expectancy theory and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(3), 667-684. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9354-3>
- Saldívar-Garduño, A., & Ramírez-Gómez, K. E. (2020). Salud mental, género y enseñanza remota durante el confinamiento por el COVID-19 en México. *Persona*, 23(2), 11-40. [https://doi.org/10.26439/persona2020.n023\(2\).5011](https://doi.org/10.26439/persona2020.n023(2).5011)
- Uriarte-Arciniega, J. (2005). La resiliencia. Una nueva perspectiva en psicopatología del desarrollo. *Revista de Psicodidáctica*, 10(2), 61-79.
- Villa, A. & Poblete, M. (2008). Competence-based learning: a proposal for the assessment of generic competences. University of Deusto.

LA IMPORTANCIA DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LA PANDEMIA: "MODELO DE CAPITAL INTELECTUAL EN ENTROPÍA".

ERNESTO EDUARDO RAMÍREZ HUERTA¹
MÉXICO

¹ Universidad del Distrito Federal

Resumen

El presente artículo pretende, sin ánimo de ser exhaustivo, recapitular las aportaciones del capital intelectual, las dimensiones y su participación en la pandemia. El objetivo consiste en abordar a nivel teórico-conceptual la relación del capital intelectual en la pandemia. Para ello se aborda primeramente la pandemia en las empresas, después se expone el capital intelectual y sus dimensiones. Y al final la relación del capital intelectual y la pandemia. Se utiliza un análisis documental como método de investigación. Se concluye estableciendo que se entiende por capital intelectual y la interacción en la empresa en la época de la pandemia. Un enfoque inmediato para lograr competitividad en las organizaciones.

Palabras clave: Capital Intelectual, Capital Humano, Capital Estructural, Pandemia, Empresa.

Abstract

This article aims, without wishing to be exhaustive, to recapitulate the contributions of intellectual capital, the dimensions and its participation in the pandemic. The objective is to approach at the theoretical-conceptual level the relationship of intellectual capital in the pandemic. For this, the pandemic in companies is first addressed, then intellectual capital and its dimensions are exposed. And in the end the relationship of intellectual capital and the pandemic. A documentary analysis is used as a research method. It concludes by establishing that intellectual capital and interaction in the company at the time of the pandemic are understood. An immediate approach to achieve competitiveness in organizations.

Key words: Intellectual Capital, Human Capital, Structural Capital, Pandemic, Company.

Datos de correspondencia: goeddyram@gmail.com

1. INTRODUCCIÓN

L En este momento de redactar, la sociedad se encuentra en un punto donde tener y recibir información veraz es relevante, tener información que permita construir mejores escenarios para las compañías es de vital importancia.

El capital intelectual en los últimos años ha tomado relevancia y autoridad en las organizaciones, son fuentes de riqueza, prosperidad y crecimiento. En la literatura se habla de manera implícita y explícita del capital intelectual, donde se entrelazan diversos conceptos como la competitividad, la gestión del conocimiento y los modelos del capital intelectual, mismos que pueden llegar a confundirse.

Si bien lo antes mencionado es cierto, lo cierto es que no muestran la totalidad del capital intelectual y lo que puede aportar en estos momentos de incertidumbre empresarial.

Este artículo presenta como objetivo abordar a nivel teórico – conceptual la relación del capital intelectual en la pandemia. Para ello se aborda primeramente la pandemia en las empresas, después se expone el capital intelectual y sus dimensiones. Y al final la relación del capital intelectual y la pandemia.

2. MÉTODO

Para cumplir con el objetivo planteado, se realiza la revisión de la literatura. Se detecta, obtiene y consulta la bibliografía existente, se recopila y extrae la relevante y necesaria. Se seleccionaron los recursos literarios adecuados y se determinaron diferentes estrategias de búsqueda.

A continuación, se muestra la plataforma y la técnica para la obtención de datos literarios.

SciELO:

- Capital intelectual OR pandemia< con esta regla se generó un filtrado, colocando País de inferencia México; En idioma español; y año actual 2020. Generando un resultado de 4 artículos, los cuales no presentan información de valor para el presente artículo.
- Capital intelectual OR organizaciones OR pandemia< con esta regla se generó un filtrado, eliminando el País de inferencia México; dejando el idioma español; y año actual 2020. Generando un resultado de 59 artículos, los cuales no presentan información de valor para el presente artículo.
- Capital intelectual OR covid 19< con esta regla se generó un filtrado, eliminando el País de inferencia México; dejando el idioma español; y año actual 2020. Generando un resultado de 3 artículos, los cuales no presentan información de valor para el presente artículo.
- Capital intelectual OR crisis económica< con esta regla se generó un filtrado, eliminando el País de inferencia México; dejando el idioma español; y año actual 2020. Generando un resultado de 8 artículos, los cuales no presentan información de valor para el presente artículo.

Revista e-Ciencias de la Información

- Capital intelectual AND organizaciones< con esta regla se generó un filtrado, dejando los últimos 5 años hacia atrás (2019, 2018, 2017, 2016 y 2015). Generando un resultado de 40 artículos, los cuales no presentan información de valor para el presente artículo.
- Capital intelectual AND pandemia < con esta regla generando un resultado de 2 artículos, los cuales no presentan información de valor para el presente artículo.

Consulta en la red web

Hay un trabajo realizado por medio de la red, donde arroja información que compañías en consultoría han generado, la cual forma parte de esta investigación.

La consulta de documentos se realizó una selección de aquella literatura que no tiene una relación con el objetivo del presente artículo. De la literatura seleccionada se utiliza exclusivamente lo que vamos a necesitar para la realización, para la integración y desarrollo.

El uso del método científico para la recolección de literatura documental y bibliográfica permitió la realización de un estudio teórico – conceptual. El análisis y la síntesis permitió establecer las relaciones, vínculos y objeto de estudio. Se sentaron las bases teóricas del tema objetivo mediante la inducción y deducción, para dar el desarrollo de los conceptos generales para ir a los específicos. La revisión no cuenta con tiempo o espacio concreto, se entiende que hay revisiones existentes.

1. El impacto de la Pandemia en las empresas

El impacto de la pandemia en las empresas es un tema de suma importancia, ya que hablamos de la gasolina de la economía mundial, es decir, las compañías que operan en diferentes categorías, segmentos, industrias; y con la llegada de un virus de gran contagio y propagación ese mismo efecto de enfermar a cientos de miles de millones de seres humanos, las empresas tuvieron serias afectaciones, y así como algunas salieron adelante, otras tantas fallcieron en el intento.

Las pandemias son los principales marcos nacionales de gestión de riesgos en muchos países. Por ejemplo, la influenza pandémica encabeza la matriz de riesgos naturales del Registro Nacional de Riesgos del Reino Unido, y las enfermedades infecciosas

emergentes están marcadas como motivo de gran preocupación. MARSH. (2020).

En cada país del mundo la forma en como han enfrentado la crisis pandémica ha sido derivado de contingencias express y utilizando una brújula de la cual se abordará más adelante.

La gobernanza efectiva de las crisis transfronterizas, como las pandemias, implica preparación, respuesta y recuperación a nivel local, nacional e internacional. Las evaluaciones de preparación para epidemias muestran que muchos países, especialmente en regiones donde podrían surgir nuevos patógenos, no están bien equipados para detectar, informar y responder a brotes. MARSH. (2020).

En consecuencia, a las empresas les toca también jugar un papel protagónico, en el marco de una crisis que las atraviesa y las impacta con dureza. el esfuerzo colectivo del sector público, privado y social, encontremos las soluciones sanitarias, económicas y sociales que nos permitan superar airoso esta pandemia y recuperarnos, más temprano que tarde, de sus drásticos efectos en la economía mundial global, que se presentan como más severos que las crisis de 1930 o 2008. D'Angelo, J. (2020).

Esta pandemia presenta a las corporaciones diferentes riesgos y oportunidades, ante la exigencia de responder y atender a las necesidades de este novedoso contexto socioeconómico. Así, podría hablarse incluso de una resignificación del concepto de sostenibilidad en un mundo en crisis, atravesado por nuevas problemáticas que no reemplazan las anteriores, sino que se suman a las exigencias de triple impacto, previamente existentes. D'Angelo, J. (2020).

A más de tres meses de que se declaró pandemia mundial el contagio por COVID-19, nos encontramos en una situación de crisis por dos vertientes: la de salud pública y la económica. Aunque muchas em-

presas han tomado medidas para responder a la situación, lo cierto es que muy pocas tenían planes de contingencia para una pandemia de enfermedades contagiosas. En México solo 2 de cada 10, en el mundo 3 de cada 10 tenían algún tipo de protocolo o forma ágil de responder a una eventualidad de estas proporciones. Gómez, H. (2020).

Es importante voltear a ver a tu organización a la hora de planear esfuerzos para sobrevivir esta etapa de crisis, estar listos para la reactivación económica y para el período post-crisis. En este sentido, vemos cuatro rubros o dimensiones en donde los líderes de las compañías deben poner especial atención. Gómez, H. (2020).

1. Eficiencia Organizacional
2. Gestión de Equipos Virtuales
3. Cultura y Competencias de Liderazgo
4. Salud Mental

Por un lado, entender cuál es la naturaleza de la crisis y sus alcances y derivado de ello cuáles serían las etapas de la crisis en sí misma. Por supuesto, es distinto hablar de crisis derivadas o detonadas desde un contexto de conflictos políticos, bélicos, sociales o financieros, a hablar de crisis como las derivadas de emergencias, de brotes, a las epidémicas o pandémicas como las del H1N1, Sars, Ébola, o similares. Lo cierto es que estas últimas implican, por un lado, grandes retos sociales que al mismo tiempo orillan a cambios y reacomodos sociales pasando por transformaciones de formas de comportamiento. Forbes (2020)

2. Conociendo más del Capital Intelectual

Hay dos autores, Edvinsson y Malone que la Teoría del Capital Intelectual, la consideran una nueva teoría; la crítica a las teorías que están alrededor del Capital Intelectual que no dan aporte a los ejecutivos de las compañías, ya que ellos consideran que las teo-

rías deberían mostrar estrategias más claras para obtener ventajas competitivas.

Las ventajas competitivas que menciona serían que el conocimiento es exclusivamente creado y acumulado, por lo cual son tres componentes del capital de la empresa.

- a) En su gente (capital humano)
- b) En las relaciones sociales (capital social) y
- c) Los sistemas y procesos (capital organizacional).

d) Gutiérrez (como se citó en Ochoa, Prieto, Santidrian, 2012) piensa que el conocimiento se origina y acumula en las personas, estas se convierten en el principal activo dentro de la empresa y en donde se centra el máximo potencial para lograr que la organización desarrolle con éxito los procesos objeto de su actividad.

La comprensión de esta teoría se explica entendiendo a priori que es un Stakeholder, por lo cual el investigador Clarkson (1995) define lo siguiente “los stakeholders son personas o grupos que tienen (o pueden demandar) derechos de propiedad, o intereses en una empresa y sus actividades pasadas, presentes o futuras. Tales demandas de derechos o intereses son el resultado de transacciones con, o acciones tomadas por la corporación: estos pueden ser legales o morales, individuales o colectivos”.

2.1 ¿Cuáles son las teorías que tienen un vínculo en el Capital Intelectual?

A continuación, en la tabla 1 se concentran las teorías viendo cómo se abarcan el concepto de capital intelectual, siendo estas la teoría de los Recursos y Capacidades, la teoría de la Empresa Basada en el Capital Intelectual, la teoría Basada en el Conocimiento, la teoría de las Capacidades Dinámicas, la teoría Stakeholder y la teoría de la Agencia; estas teorías han sido abordadas por investigadores del tema, los cuales.

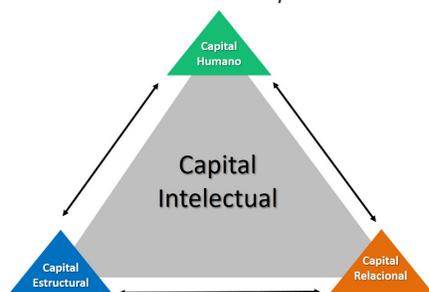
2.2 ¿Cómo se conforma el capital intelectual?

El autor Brooking (1997) infiere que el capital intelectual no es nada nuevo, sino que ha estado presente desde el momento en que el primer vendedor estableció una buena relación con un cliente. Más tarde, se le llamó fondo de comercio.

Para entender mejor cómo se conforma el capital intelectual, toda organización tiene dentro de su ecosistema “propiedad intelectual”, considera dentro o fuera lo siguiente: el Know-how, secretos de fabricación, las patentes, el copyright y diversos derechos de diseño, marca y uso. Cientos de empresas utilizan este ecosistema para sacarle provecho, también algunas invierten en registros de patentes o marcas, las cuales jamás serán explotadas.

Figura 1.

Triángulo Correlacional del Capital Intelectual



Nota: Elaboración propia.

Como observamos en la figura 1, el Triángulo Correlacional del Capital Intelectual es porque cada uno de estos capitales tiene una relación de ida y de regreso, cada una por sí sola es valiosa, sin embargo, las tres sirven de estímulo para dar vida al otro capital, para conocer más de cada uno, a continuación se abordan.

2.3 ¿Qué es el capital estructural?

El capital estructural es todo aquello conforma una compañía, sin embargo, queda la libre cuando los empleados se van.

El autor Mantilla, S. (2004) nos comparte desde su enfoque cuáles son los elementos del capital estructural que son:

2.3.1 Propiedad intelectual

1. Patentes
2. Copyrights
3. Derechos de diseño
4. Secretos comerciales
5. Marcas registradas
6. Marcas de servicio

2.3.2 Activos infraestructurales

1. Filosofía de la administración
2. Cultura corporativa
3. Procesos gerenciales
4. Sistemas de información
5. Sistemas de trabajo en red
6. Relaciones financieras

Sosa M. (2013) Menciona que el capital estructural le pertenece a la organización, puede ser reproducido y compartido, los elementos que conforman al capital intelectual son, la estratégica y la cultura; las estructuras y los sistemas; las rutinas y los procedimientos.

2.4 ¿Cuál es el valor del capital humano?

Sosa M. (2013) afirma que el capital humano como componente del capital intelectual, el conocimiento, se refiere a aquel que poseen las personas, grupos o equipos miembros de la empresa y que es inútil para la organización.

Como lo comentan los investigadores Choo C, W., Bontis N. (2002) el capital humano es ciertamente la base de la generación de los otros dos tipos de capital intelectual, esto es, el capital estructural y el capital relacional. La forma en cómo se distingue el capital humano a los otros dos tipos de capital es muy sencilla, veamos los siguientes cuatro puntos:

- a) La compañía no lo posee.
- b) La compañía no lo puede comprar.
- c) La compañía lo puede únicamente alquilarlo.

Tabla 1.
Los Autores de las Teorías del Capital Intelectual y una reseña de aportación.

TEORÍA	AUTOR Y AÑO	APORTACIÓN
Teoría de los Recursos y Capacidades	Grant (1997) Michalisin, Kline y Smith (2000) Bounfour (2003) Ordoñez de pablos (2003)	Examinaron relaciones entre intangibles como la reputación, know-how y cultura organizativa con el desempeño futuro de las empresas.
	Nilsson y Ford (2004)	Introducen una herramienta para la administración de los activos intelectuales de una empresa para efectos de incrementar las capacidades de generar ingresos en el LP.
	De Castro, Navas, López y Alama (2005)	Representan al capital organizacional como un juego de activos valiosos y con factible apropiación de rentas.
	Claessen (2005)	Producen, implementan y diseminan indicadores para comprender los valores intangibles en las empresas.
	Hervas y Dalmau (2006)	Proveen un marco estratégico y una herramienta para medir y valorar el capital intelectual en clusters regionales.
	Hirsch y Schneider (2007)	Proponen tres conductores de valor de potencial intangible del cliente. Específicamente cómo estos intangibles contribuyen a la creación de valor.
	Meng-Yuh, Jer-Yan, Tzy-Yih y Thomas-W. (2010)	Analizan las relaciones de creación de valor entre cuatro componentes del capital intelectual: capacidad innovadora, procesos eficientes de operación, relaciones con los clientes y valor humano agregado, así como los efectos causales sobre el desempeño.
	García et al. (2010)	Miden la relación existente entre la preocupación de las empresas por la valoración financiera de sus recursos intangibles, los motivos impulsores de esta valoración y los resultados económico-financieros que obtienen.
	Herremans, Isaac, Kline y Nazari (2011)	Investigan el potencial para reducir la incertidumbre en las decisiones de las Organizaciones dentro del ambiente de operación del capital intelectual. Prueban si el diseño organizacional puede reducir la incertidumbre –de conocimiento- percibida en un contexto de capital intelectual.
	Teoría de la Empresa basada en el Capital Intelectual	Serrano, Mar y Bossi (2003)
Reed, et. al. (2006)		Examinan el impacto del capital intelectual en el desempeño financiero de la industria bancaria.
López, Navas López, Delgado y Martín de Castro (2007)		Exploran el impacto de las diferentes manifestaciones del capital intelectual sobre la capacidad de innovación en empresas de alta tecnología.
Hagemeister y Rodríguez-Castellanos (2010)		La capacidad absorbedora de las compañías de I+D generado externamente difiere ampliamente entre industrias.
Meng-Yuh, et.al. (2010)		Analizan las relaciones de creación de valor entre cuatro componentes del capital intelectual, así como los efectos causales de este sobre el desempeño.
Solitander y Tidström (2010)		Analizan el contenido de las relaciones de negocio entre compañías en una cadena de valor. Incluyen aspectos competitivos que influyen en la creación de valor en las redes de colaboración.
Tzu-Ju (2011)		Muestra diferentes tipos de lógica en la creación de valor de cómo dos compañías asociadas pueden gestionar y desplegar su capital intelectual y recursos tradicionales para entrar en la cooperación.

Tabla 1.
Los Autores de las Teorías del Capital Intelectual y una reseña de aportación.

TEORÍA	AUTOR Y AÑO	APORTACIÓN
Teoría basada en el Conocimiento	Demsetz (1991)	Analiza la empresa como una institución para la integración de conocimiento.
	Kogut y Zander (1992)	Examinan la evolución del conocimiento individual hasta su transformación en conocimiento organizativo.
	Jensen y Meckling (1992)	Examinan cómo imperfecciones de transferencia de conocimiento influyen las eficiencias relativas de empresas y mercados, y la asignación de decisiones correctas dentro de la empresa.
	Quinn (1992)	Describe la emergente empresa de servicios basada en el conocimiento.
	Nonaka (1994)	Explora la creación de conocimiento organizacional a través de la interacción entre conocimiento tácito/ explícito e individual/organizacional.
	Hedlund (1994)	Bosqueja en las características de la base de conocimiento de una empresa de forma N.
	Grant y Fuller (1995)	Identifican cual es la colaboración entre empresas es superior al mercado o gobierno jerárquico en la eficiente utilización e integración de conocimiento especializado.
Teoría de las Capacidades Dinámicas	De Tore, Clare y Weide (2002)	Usan medidas de flujo de efectivo descontadas con el fin de adoptar decisiones de inversión acerca de los activos intangibles.
	Teece, et al (1997)	Analizan los recursos y métodos de creación de valor de empresas privadas que operan en ambientes tecnológicos de cambios rápidos.
	Carpenter, Sanders y Gregersen (2001)	Estudian las multinacionales estadounidenses en las que el CEO con experiencia en su cargo internacional crea valor para las mismas. Afirman que tales multinacionales tendrán un mejor desempeño especialmente cuando tal capital humano esté vinculado con otros recursos y capacidades organizacionales
	Pöyhönen y Smedlund (2004)	Presentan un modelo de creación de capital intelectual, examinando las redes entre organizaciones y su dinámica dentro de un cluster regional.
	Song, Droge, Hanvanich y Calantone (2005)	Afirman que una corporación puede modificar el impacto en el desempeño de los recursos existentes a través de la configuración de recursos, complementariedad e integración.
	Newbert (2005)	Evalúa el proceso de formación de nuevas empresas con respecto a los cuatro principios básicos fundamentales en el marco de las capacidades dinámicas: especificidad e identificabilidad, particularidad, dinamismo del mercado y evolución.
	Teoría Stakeholder	Castilla y Gallardo (2002)
Oliveira, Lima y Craig (2007)		El índice de revelación voluntaria de intangibles es alto y significativamente asociado con la fuerza competitiva, tamaño de la compañía y con el poder de los acreedores, empleados y sociedad con la cual una empresa trata.
Mkumbuz (2007)		Examina la influencia de las inversiones en capital intelectual, medidas financieras de riesgo, sociedad industrial y mecanismos de gobierno corporativo en el contexto de los reportes financieros de capital intelectual.
Day-Yang, Kuo-An, y Szu-Wei (2009)		Determinan el impacto de información incremental de capital intelectual sobre el valor corporativo y la creación de valor.
Dammak, Triki, y Boujelbene (2010)		Conceptualizan el valor percibido de las revelaciones de capital intelectual en cuatro componentes: capital humano, capital relacional, capital organizacional y capital competitivo. Desarrollan una escala para medir el valor de la revelación de capital intelectual.
Oliveira, Lima, y Craig (2010)		Analizan la revelación voluntaria de indicadores de capital intelectual en los reportes de sostenibilidad de compañías portuguesas.
Teoría de la Agencia	García y Monterrey (1993)	Analizan la naturaleza y extensión de la revelación voluntaria en España con una doble vertiente: medir el nivel de información discrecional y ver si están asociadas a variables explicativas como la dimensión, rentabilidad, entre otras y conocer cuándo y por qué razones las compañías exceden los requerimientos informativos mínimos exigidos
	Azofra, Prieto y Santidrián (2003)	Examinaron la conexión entre la evolución de indicadores de capital intelectual y la creación de valor

Nota. Recuperado de Revista Nacional de Administración. De Una Revisión de las Principales Teorías Aplicables al Capital Intelectual. Copyright 2012 por los investigadores Ochoa, Prieto, Santidrián. Elaboración propia.

d) La compañía solo lo tiene durante un periodo.

El capital humano es el saber hacer mediante las técnicas y metodologías que existen en el campo de actividad que se tenga, estas técnicas, métodos o saberes se aprenden con la educación formal, la educación continua, las destrezas, las habilidades, la inventiva y la capacidad de los colaboradores para llevar a cabo sus actividades y funciones, es decir, el saber hacer.

2.5 ¿Cómo se conforma el capital relacional?

Es el valor que tiene la compañía en sus relaciones con terceros (exterior), por lo cual, apuntamos a tres cosas:

- a) La relación con clientes existentes.
- b) La relación con nuevos clientes.
- c) La relación con clientes externos (proveedores, alianzas, fundaciones, entre otros).

El autor Mantilla, S. (2004) nos comparte desde su enfoque cuáles son los elementos del capital que son:

1. Marcas
2. Clientes
3. Lealtad al cliente
4. Nombre de la compañía
5. Órdenes de espera
6. Canales de distribución
7. Colaboración de negocios
8. Acuerdos de licencias
9. Contratos favorables
10. Acuerdos de franquicias
11. Rentabilidad por cliente
12. Rentabilidad por producto

El capital relacional se configura en tres relaciones, el mercado, el poder y la cooperación. Estas tres relaciones se basan en las empresas, las instituciones y las personas. El capital relacional se le considera parte de las ventajas competitivas. Se considera como parte de la estrategia empresarial.

2.6 ¿Cuántos modelos de capital intelectual existen?

Dentro de la investigación de la literatura encontramos los siguientes modelos de medición del capital intelectual, mismos que de manera general se expresan las fortalezas y debilidades, así como figuras que permitan el mayor entendimiento y comprensión.

Los autores Marr, Gris y Neely (2003) (como se cita en Sosa M. 2013) expresan las cinco razones por las cuales las organizaciones intentan medir el capital intelectual, mismos que se enlistan.

1. Ayuda a las organizaciones a formular sus estrategias;
2. Para evaluar la ejecución de la estrategia;
3. Ayudar a las decisiones de la diversificación y expansión;
4. Utilizan estos como base de indemnización; y por último
5. Comunicar medidas a los interesados externos.

El investigador Monagas-Docasal, M. (2012) durante su exploración en el capital intelectual, determino que los modelos siguientes son los que tienen relación de valor y que generan más información a las estructuras empresariales y académicas.

Así como la investigación que realizamos, sumamos otros modelos existentes, y que debemos considerar que durante o posterior a leer el presente documento se tengan nuevas aportaciones.

1. Modelo de gestión del conocimiento de KPGM
2. Modelo Proceso de la Creación del Conocimiento
3. Modelo Nova
4. Modelo Andersen
5. Modelo Knowledge Management Assessment Tool (KMAT) o EFQM de Excelencia.
6. Modelo Edvinsson y Malone: Medición del Capital Intelectual
7. Modelo Navegador Skandia o Navigator Skandia

8. Modelo Technology Broker
9. Modelo Intellect
10. Modelo Intellectual Assets Monitor
11. Modelo de Dirección Estratégica por Competencias o Knowledge Practices Management Consulting
12. Modelo Balanced Business Scorecard
13. Modelo Bradley-Albert
14. Modelo Canadian Imperial Bank
15. Modelo Universidad de West Notario
16. Modelo de Dow Chemical
17. Modelo de las Cinco fases
18. Modelo Poder —SEEO
19. Modelo Social Capital Benchmarking System

Estos 19 modelos tienen muchas relaciones fundamentales, acopladas a las organizaciones que derivado de las operaciones y actividades las adaptan para generar el valor que desean contabilizar y producir dentro de las diversas estructuras.

Cabe mencionar, que solo mencionaremos cada una, sin profundizar en cada una, es una guía sencilla que permitirá al lector tener la referencia de investigar.

3. El Capital Intelectual y la Pandemia

Las escuelas están cerradas en América Latina. Alrededor de 154 millones de niños entre 5 y 18 años están en casa en lugar de la escuela. No es claro cuánto tiempo durará el cierre de las escuelas y hay una buena razón para ello. Sin embargo, hay costos asociados con el cierre de escuelas. Muchos estudiantes dependen de las escuelas para tener comidas diarias y estas también proveen cuidado de los niños mientras los padres trabajan. En esta nota nos centramos en un costo diferente: el efecto del cierre de escuelas en las pérdidas de aprendizaje. Busso, M., Camacho, J. (2020).

¿Cómo podemos cuantificar cuánto aprendizaje podría perderse durante la actual pandemia? Hay dos grupos de estu-

dios que podrían ser informativos. Primero, la llamada literatura de “pérdida de verano” mide cuánto sabe cada estudiante de matemáticas o lectura al final del año escolar y de nuevo después de 2 meses y medio, al comienzo del siguiente año académico. La diferencia en las puntuaciones de los exámenes es típicamente cero o negativa y se conoce como la “pérdida de verano”. Busso, M., Camacho, J. (2020).

Los niños sufren pérdidas de aprendizaje cuando no están en la escuela. Naturalmente, muchos distritos escolares de la región intentan ayudar a los maestros, estudiantes y familias a fomentar el aprendizaje de los estudiantes mientras están en casa, muchas de esas iniciativas requieren inputs complementarios: tanto materiales físicos como libros y computadoras, pero también inputs como el tiempo y capital humano de los padres. Lamentablemente, el acceso a los insumos relacionados con la escuela está distribuido de manera muy desigual en la región. Busso, M., Camacho, J. (2020).

En estos párrafos citados de Busso, M., Camacho, J. (2020) podemos observar que su estudio infiere en la pérdida del aprendizaje del capital humano con enfoque escolar, la relación que tiene el capital humano de los padres y los efectos que la pandemia está mostrando en los alumnos.

Si bien, el enfoque es en las organizaciones, hay un elemento clave que es el capital humano de los padres, que laboran en organizaciones y que, de igual forma, que los alumnos o hijos, deben hacer el home office o acudir a su lugar de trabajo.

Desde una perspectiva teórica, a partir de la que se pueden reconocer muchos de los elementos esenciales característicos de una organización estratégicamente competente, mismos a los que hace referencia un autor clásico, como lo es Thompson (Thompson et al., 2018) y que se van men-

cionando a continuación, entrelazados con la experiencia vivida. Martínez, A. (2020).

La respuesta que desplegó el Tecnológico de Monterrey, exigió capitalizar todas las importantes capacidades y recursos que éste posee, que ha cultivado y desarrollado a lo largo del tiempo. Es pertinente recordar que los recursos son, todos los activos competitivos y productivos que una organización desarrolla y que, pueden ser tangibles (por ejemplo, la infraestructura tecnológica digital de vanguardia que el Tec posee) o intangibles (por ejemplo, la sólida cultura y estructura de valores de la Institución, así como el importante capital relacional y de confianza construida en la Comunidad Tec). Martínez, A. (2020).

Es importante, resaltar que las capacidades organizacionales se basan en el conocimiento y residen en las personas y en su capital intelectual, así como en sus procesos y en sus sistemas organizacionales que tienen implicado conocimiento tácito. Martínez, A. (2020).

Como mostramos en los párrafos anteriores, el Tecnológico de Monterrey muestra lo comentado del capital intelectual; su capital estructural y su capital relacional los pone a disposición para combatir a la pandemia y darle fortaleza a su comunidad y su entorno.

En paralelo, otro tipo de capacidades son las competencias transversales de análisis, adaptación, flexibilidad, creatividad, innovación, resiliencia, aprendizaje y desarrollo de competencias (upskilling, enfocado a mejorar las habilidades de los colaboradores, y reskilling, que ha permitido ampliar el perfil y el expertise de los colaboradores en nuevos ámbitos de desempeño críticos en la situación actual que se vive) y la disposición y apertura, entre otras, que han sido la base para el desempeño organizacional, de equipo e indivi-

dual, que ha dado vida a la estrategia de la Institución. Martínez, A. (2020).

¿Qué es lo que hace una organización?

Muy a menudo solemos considerar que una “empresa” se trata de sus instalaciones, oficinas o equipo, dejando de lado el papel que juega el capital humano e intelectual dentro de los activos, siendo éstos últimos, en muchos casos, el principal diferenciador respecto a la competencia. WorkingMinds. (2020).

Una organización es más que solo un edificio, es el capital humano e intelectual que juegan un papel preponderante y que hacen que dé vida a una organización, se dice, que las empresas tiene alma propia, esa parte de energía metafísica es el capital humano actuando dentro de la organización.

Muchas otras empresas pueden contar con el mismo software, oficinas o vehículos, pero el conocimiento y pericia de saber aplicarlo para ofrecer soluciones a los clientes de manera eficiente proviene de los colaboradores, su inteligencia, su conocimiento del negocio y su compromiso que componen la verdadera ventaja competitiva de una empresa. WorkingMinds. (2020).

El valor más importante es el capital intelectual, desde el valor del intelecto, la inteligencia y conocimiento mismo de cada persona que colabora en la organización.

El sacrificio de éste valioso capital intelectual y humano, en pro de reducir costos a corto plazo, tendrá implicaciones negativas en el mediano y largo plazo, reduciendo las capacidades de operación de las empresas y sometiéndola en un futuro a atravesar una prolongada y empinada cuesta motivada por la curva de aprendizaje al contratar nuevo personal cuando la situación se normalice. WorkingMinds. (2020).

Discernimiento

Del capital intelectual y las organizaciones

Hay una relevancia en las organizaciones por el capital intelectual y la forma en como se relaciona en la misma, tal es la importancia que ha generado en las organizaciones como en la vida académica, que hoy se escribe y se habla cada vez más del tema.

La conciencia de las organizaciones de considerar el capital intelectual como parte de sus estados financieros toma un peso de gran relevancia, como se habla ya bordar en la economía del conocimiento, donde se habla de la administración del conocimiento, donde es vital la sostenibilidad de las ventajas competitivas y estratégicas.

Y volver el conocimiento como un activo más, que tiene un tratamiento contable particular, donde se divide el conocimiento en dos, el conocimiento como habilidad y el conocimiento como hecho. Para tenerlo como un activo se deben de considerar tres elementos:

- a) El reconocimiento
- b) La valoración
- c) La revelación

Se consideran como Activos intangibles o activos no reportados. Existen un creciente interés de las organizaciones por parte para medir y administrar los activos intangibles.

La contabilidad del conocimiento abarca, como se traslada, el conocimiento individual al conocimiento corporativo, esto pasó por lo siguiente:

Capital intelectual como Activo que se conforma de:

- Capital humano es el recurso humano.
- Capital estructural es la tecnología e innovación.
- Capital relacional son los clientes y proveedores.
- Capital de procesos siendo los procesos y sistema.

Y siendo esto un todo en las organizaciones, se utiliza un modelo para evaluarlo, este modelo puede ser adaptado o utilizado de los 19 que actualmente se conocen y que usan otras organizaciones.

La pandemia y las organizaciones

La pandemia mejor conocida como SARS-CoV-2 o COVID-19, surge en Wuhan, China el 17 de noviembre del 2019 desde aquella ciudad cerrada por el gobierno para contener tan mortal virus, el mundo se transformó completamente en otro.

La infopandemia cobro vida mediante las redes sociales las cuales llenaron los espacios de fotografías, videos y transmisiones en vivo de lo que ocurría, ningún país, organización y personas esperaban que fuera tan letal para la humanidad y la economía; el sector salud fue rebasado por la demanda de enfermos, las asistencias funerarias colapsaron, y un sector no previsto fue desabastecido de materia prima e insumos, generando un gran negocio para los oportunistas vendiendo gel antibacterial, mascarillas N95, cubrebocas de todos tipos entre otros, fue un pico dentro de todos los segmentos.

La política, los niveles empresariales, las industrias, el sistema educativo, todo cambio en solo unos meses, literal no estaba escrito en los manuales de riesgo operativo, en las contingencias, en los procesos, en fin, no había manuales para lo que vendría.

Un claro ejemplo en el sistema educativo formal fue que las clases virtuales fueron un caos, como lo menciona un artículo acá citado, el nivel de aprendizaje se vio mermado por la falta de preparación y procuración de los docentes que se ven rebasados por la tecnología.

La educación informal género grandes ganancias tomando fuerza los cursos online, las academias offline, entre otros, a convertirse en expertos en temas de entrenamiento virtual. La plataforma Zoom todo realce dentro de los home office. La

industria del entretenimiento en streaming (transmisión de medios digitales) genero su pico más alto registrado, así como empresas de artículos deportivos tuvieron picos, ya que al estar cerrado los centros de entrenamientos físicos (GYM), los usuarios optaron por adquirir los aparatos en casa.

El impacto de la pandemia en la economía ha sido fuerte, pero en las organizaciones que tuvieron que tomar la decisión de cerrar actividades en oficina y mandar al home office, o literal no operar, género, caos emocional, frustración, sentimientos de pérdida afectando a un activo de gran valor para la organización, que es el capital humano.

El capital humano forma parte del capital intelectual como una de las dimensiones que lo distinguen y aparece en los diferentes modelos de valuación, el capital humano tiene un gran valor dentro de cada organización derivada que el conocimiento personal tiende a convertirse en conocimiento corporativo o empresarial.

Es decir, que cada afectación que tiene el individuo sea positivo o negativo afecta de manera intrínseca al resultado de la compañía, las compañías luchan constantemente con generar mejores resultados y ser los mejores, los primeros en su industria o segmento, convertir la competencia a competitividad a resultados positivos.

Entonces, ¿Qué ocurre cuando el capital humano es afectado por una pandemia? El presente artículo no pretende contestar todas las preguntas que puedan surgir a priori o posteriori, sin embargo, pretende dar una referencia del contexto actual del capital intelectual en tiempos de crisis.

Del capital intelectual, las organizaciones y la pandemia

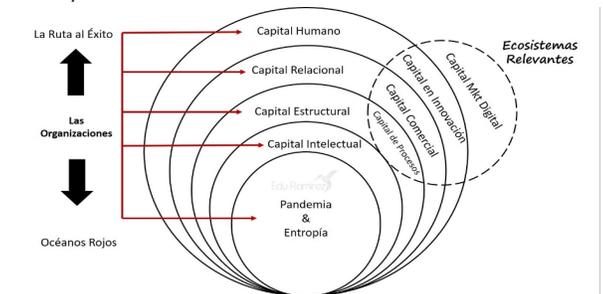
Con el objetivo de crear discernimiento y constructo, tomando de referencia lo encontrado en la búsqueda literaria, así como en libros y

artículos, se presenta la siguiente propuesta de entendimiento correlacional del capital intelectual y su relación con la pandemia.

Como podemos apreciar en los diversos modelos citados, y tomando de referencia el modelo del Proceso del Conocimiento de Nokana, I. y Takeuchi, H. (1995), donde podemos observar que segmenta la forma en cómo se crea conocimiento en cinco niveles, esto se complementa con el Modelo de las Cinco Fases de los mismos autores, dando así una visión más completa.

Para poder entender mejor el nuevo modelo de integración del capital intelectual en entropía, véase la figura 2.

Figura 2. Modelo de Integración del Capital Intelectual en Entropía.



Nota: Elaboración propia. Ramírez, E. (2020).

Las organizaciones tienen dos destinos al estar en entropía, la primera es estar en un océano rojo, como lo menciona Kim, C. y Mauborgne, R. en su libro La Estrategia de Océanos Azules cuando las empresas están dentro de un círculo donde hay competencia, donde existen demasiados competidores. Y la otra, es el océano azul o ruta al éxito donde encuentran dentro de un universo la posibilidad de ser únicos en el mercado con un modelo de gran impacto y valor al cliente.

Las organizaciones cuentan con las diferentes dimensiones en los capitales:

- a) Capital Intelectual que se conforma de los tres siguientes,
- b) Capital Humano
- c) Capital Relacional
- d) Capital Estructural

Que son los primeros círculos relacionados que ya han sido explicados en el presente artículo.

Y los ecosistemas relevantes que son:

- a) Capital de Procesos
- b) Capital Comercial
- c) Capital en Innovación
- d) Capital en Marketing Digital

Hablemos del Capital de Procesos que es la forma en como se transforma el conocimiento personal al conocimiento corporativo.

El capital comercial tiene una relación entre la organización, proveedores y clientes finales, con ello forma parte de las relaciones que se forman y forjan dentro de los intercambios en la compañía.

El capital de innovación en este momento de entropía la innovación es parte fundamental en la creación de océanos azules o rutas de éxito, también es parte crucial en el crecimiento económico de una nación. Dicho capital se forma a través del capital humano.

El capital en marketing digital es uno de los conocimientos personales que las empresas tienen de manera indirecta, ya que a ello se le conoce como creatividad, esta creatividad permite la elaboración de atracción de nuevos clientes o apertura de nuevos nichos o segmentos de negocio.

Ejemplos claros de esto, son la red social Tiktok, derivado de la creatividad personal, se ha transformado en un detonador de cientos de miles de contactos, estos contactos se transforman en leds y con ellos se hacen conversiones, es decir que el capital humano y el capital de marketing digital están sumamente relacionados, ya que el conocimiento personal es fundamental para llevarlo a cabo.

Si pueden ver cómo se relacionan los capitales:

- a)Capital Estructural vs. Capital de Procesos
- b)Capital Relacional vs. Capital Comercial
- c)Capital Humano vs. Capital en Innovación

d)Capital Intelectual vs. Capital en Marketing Digital

Cada una tiene una relación intrínseca, única y generativa de grandes preguntas, mismas que serán abordadas en futuros artículos de manera selectiva, generando así constructos más poderosos y disruptivos.

3 CONCLUSIONES

El capital intelectual es hoy día un valor de gran importancia, de relevancia y que debe tener una postura más sólida en las organizaciones, y me refiero a las pequeñas y medianas empresas que ocupan un porcentaje mayor en términos de ocupación empresarial.

La pandemia es una enfermedad, que llegó para ocupar su lugar en la economía para los próximos años, y me refiero a que hay industrias que han generado buenas ganancias, creado innovación derivada de la nueva normalidad y normatividad, abriendo campos de consumo que antes eran solo para un segmento.

Las organizaciones tienen retos y oportunidades, de aprendizaje y conceptos que den funcionalidad a los nuevos tiempos, sin embargo, es una obligación que el concepto del capital intelectual lo adhieran a sus actividades, lo que conlleva a que los tres elementos principales que conforman al capital intelectual sean explotados de tal forma que les den fortaleza a los siguientes años de la economía (la fusión de economía y pandemia).

Y entonces la economía del conocimiento tomará una gran postura en los siguientes años conformada de la complejidad del pensamiento, de los razonamientos y de las nuevas investigaciones e innovaciones.

REFERENCIAS

- Brooking, A. (1997). *El Capital Intelectual, el principal activo de las empresas del tercer milenio*. Paidós Empresa.
- Choo C, W., Bontis N. (2002). *The strategic manage-*

- ment of intellectual capital and organizational knowledge. Oxford University Press.
- Edvinsson, L., & Malone, M. (1998). *El Capital Intelectual: Cómo identificar y calcular el valor inexplorado de los recursos intangibles de su empresa*. Grupo Editorial NORMA.
- Mantilla, S. (2004). *Capital Intelectual & Contabilidad del Conocimiento*. ECOE Ediciones.
- Monagas-Docasal, M. (2012). El Capital intelectual y la Gestión del conocimiento. *Ingeniería Industrial*, 33(2), 142-150. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1815-59362012000200006
- Sosa M. (2013). *Capital intelectual en mercados de desarrollo*. Universidad de Sevilla. Sevilla.
- articles/10-medidas-adopcion-empresas-para-afrontar-pandemia.html#
- Pantaleón, I. (10 de abril de 2020). Así es el reto de las empresas durante la pandemia del Covid-19. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/negocios-coronavirus-retos-latam-pandemia/>
- Bastidas, L. (2020). *Pandemia sin amnesia: No dejemos el capital humano al olvido*. Sintec, Consulting. https://sintec.com/p_innovador/pandemia-sin-amnesia-no-dejemos-el-capital-humano-al-olvido/
- Martínez, A. (2020). *La importancia de una estrategia organizacional en tiempos de COVID-19*. Tecnológico de Monterrey. <https://transferencia.tec.mx/2020/06/12/la-importancia-de-una-estrategia-organizacional/>
- Smith-Bingham, R., & Hariharan, K. (2020). *El impacto del coronavirus COVID-19 en los negocios*. Marsh. <https://www.marsh.com/pe/es/risks/pandemic/insights/coronavirus-impacto-negocios.html>
- Ochoa, M., Prieto, M., Santidrian, A. (2012). Una revisión de las principales Teorías aplicables al capital intelectual. *Revista Nacional de Administración*, 3(2). <https://doi.org/10.22458/rna.v3i2.486>
- WorkingMinds. (2020). *La importancia del capital humano para la creación de oportunidades durante la pandemia*. <https://workingminds.com.mx/la-importancia-del-capital-humano-para-la-creacion-de-oportunidades-durante-la-pandemia/>

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- Busso, M., & Camacho, J. (3 de abril de 2020). Ideas que cuentan. [blog]. *BID Mejorando vidas*. <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/pandemia-y-desigualdad-cuanto-capital-humano-se-pierde-cuando-los-colegios-cierran/>
- D' Angelo, J. (26 de abril de 2020). Las empresas frente a la pandemia: ¿Compromiso o coronawashing?. *Ámbito*. <https://www.ambito.com/opiniones/crisis/las-empresas-frente-la-pandemia-compromiso-o-coronawashing-n5098168>
- Deloitte. (2020). *10 medidas que deben adoptar las empresas para afrontar una pandemia*. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/>

ÍNDICE ANALÍTICO

A

Actividad Económica 6, 10, 91, 95, 98, 99, 101

B

Bienes 75, 76, 94

C

Capital 8, 76, 96, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 159, 161, 162, 163, 164

Capital Intelectual 8, 151, 154, 155, 156, 157, 159, 162, 163, 164

Censos 13, 76, 94, 95, 98, 100, 101, 121

Comportamiento 6, 102, 103, 142

COVID-19 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 19, 21, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 60, 61, 69, 70, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 97, 98, 101, 102, 103, 104, 109, 110, 111, 112, 113, 118, 119, 121, 122, 123, 124, 130, 131, 137, 139, 140, 141, 143, 144, 148, 149, 150, 154, 161, 164, 167

Crisis 5, 12, 16, 28, 29, 30, 82, 83, 90

D

Documentos 119, 135, 137

E

Economía 28, 36, 37, 64, 65, 71, 91, 93, 101, 119, 123, 150

Efectos 28, 104, 109, 114, 119, 149

Emprendimiento 7, 139, 140, 141, 142, 150

Empresa 83, 150, 151, 155, 156, 164

Empresa en crisis 83

Estructura 6, 91, 92

G

Gubernamentales 7, 120, 121

H

Hermenéutica 5, 41, 42, 44, 47

I

Impacto 6, 110, 111

Industria 14, 15, 21, 74, 98, 132, 137, 138

intelectual 8, 15, 16, 69, 133, 151, 152, 153, 155, 156, 157, 158, 160, 161, 162, 163, 164

Internet 7, 67, 71, 133

L

Lenguaje 46, 47

N

Negocios 122, 125, 132

P

País 39

Pandemia 7, 8, 73, 120, 121, 151, 153, 159, 164

Pretensión 5, 41, 42, 54

Producción 21, 33, 92, 94, 99, 100

Pymes 5, 12, 73, 74, 82, 83, 84, 85, 90, 120, 126, 138

R

Recursos 155, 156

Región 7, 11, 19, 31, 32, 33, 38, 120, 121

Reinventarse 7, 139, 140

Rentabilidad anual 33

Responsabilidad social 4, 32

S

Sector 88

Sostenibilidad 4, 31, 32, 56, 71

T

Tasa 33, 37, 74, 75, 76, 78, 95

Tipo de cambio 78

V

Valor 34, 94

Vida 40

La edición en formato electrónico
fue realizada en la Editorial LEED
del Laboratorio de Evaluación
y Educación Digital
Junio, 2023



Es común en la mayoría de los países considerar las pandemias como un riesgo latente en la gestión empresarial de cualquier nivel. Esta situación se hizo evidente durante los tres últimos años y aún persiste en nuestros días. Desde una perspectiva económica, la pandemia de COVID-19 ha tenido efectos desastrosos en las empresas.

Este escenario de catástrofe conlleva desafíos a nivel local, nacional e internacional en la gobernanza empresarial, lo que establece la necesidad de que éstas adapten el comportamiento humano de sus miembros ante los riesgos políticos, económicos, éticos y de seguridad sanitaria resultantes de los efectos de la pandemia en el mundo.

Los gobiernos de los países ante la pandemia han actuado de diferentes maneras: algunos, ante la magnitud de la amenaza, se han quedado petrificados y esperando que las empresas salgan por sus propios medios, como sucedido en México; mientras que otros han proporcionado ayudas para mitigar las pérdidas de las empresas.

Es en este contexto que este libro cobra una gran relevancia. La obra aborda los efectos de la pandemia en distintos ámbitos, pero lo más importante es que lo hace desde una perspectiva integral y actualizada, que nos invita a reconstruir el futuro teniendo a la pandemia como un escenario para impulsar la sostenibilidad y el emprendimiento.

La pandemia ha puesto en evidencia la necesidad de construir un mundo más sostenible, más justo y más humano. Las empresas, las instituciones y los ciudadanos debemos trabajar juntos para lograrlo. Es por eso que este libro es una herramienta valiosa para quienes buscan entender mejor las dinámicas sociales, económicas y políticas que se vieron afectadas como consecuencia de la pandemia, y para quienes buscan construir un futuro más próspero y sostenible.

En este sentido, los autores de este libro han logrado combinar su experiencia y conocimientos para ofrecernos un análisis riguroso y actualizado de la situación, pero también para proponernos soluciones innovadoras que nos permitan superar los desafíos actuales y construir un futuro mejor.

En conclusión, este libro es una lectura indispensable para todos aquellos interesados en comprender los efectos de la pandemia y en construir un futuro más sostenible y próspero. Es una obra que nos invita a la reflexión, al diálogo y a la acción, y que nos recuerda que, aunque la pandemia haya sido una crisis sin precedentes, también puede ser una oportunidad para construir un mundo mejor.

DOI: [10.22402/ed.leed.978.607.59503.2.7](https://doi.org/10.22402/ed.leed.978.607.59503.2.7)

Copyright: © 2023

Silva-Rodríguez, A., Balderas-Trejo, O. G. & Andrade López, L. J.

ISBN: 978-607-59503-2-7

