

## **Diagnóstico situacional en las actividades comerciales derivado del Covid-19 en Yobaín y Mérida**

Teresa Guadalupe Cob-Polanco<sup>3</sup>

Juan Diego Estrella-Pech<sup>4</sup>

Laisha Monserrat Hernández-Guzmán<sup>5</sup>

Manuel Jesús Uicab-Benites<sup>6</sup>

Karla Gabriela Gómez-Galaz<sup>7</sup>

Fecha de recepción: 6/10/2022

Fecha de aprobación: 9/12/2022

### **Resumen**

El diagnóstico situacional de la comercialización utilizada por las empresas a partir de la pandemia Covid-19 en los municipios de Yobaín y Mérida muestra cómo es que los negocios locales adaptaron sus actividades en base a las necesidades que se presentaron. Se enfatiza en que la contingencia trajo muchas problemáticas, en especial para las micro, pequeñas y medianas empresas, puesto que, a diferencia de las grandes, estas no tienen una estructura y organización establecida. Esta investigación tiene como principal objetivo identificar y evaluar las formas de comercialización que emplearon las empresas de la localidad a raíz de la pandemia y el confinamiento, debido a esta situación, se pretende conocer e indagar sobre los cambios implementados para permanecer en el mercado. La investigación realizada tuvo un enfoque cualitativo dada la aplicación de entrevistas de tipo estructuradas, contemplando una muestra de 43 personas de empresas de Yobaín y Mérida. De acuerdo con la información estadística arrojada, se determinó que las redes sociales tuvieron un alto

---

<sup>3</sup> Técnico Superior Universitario. Estudiante de la Licenciatura en Gestión de Negocios y Proyectos. Universidad Tecnológica Metropolitana. <https://orcid.org/0000-0001-8813-8001>; [20090293@alumno.utmetropolitana.edu.mx](mailto:20090293@alumno.utmetropolitana.edu.mx)

<sup>4</sup> Técnico Superior Universitario. Estudiante de la Licenciatura en Gestión de Negocios y Proyectos. Universidad Tecnológica Metropolitana. <https://orcid.org/0000-0003-3516-5086>

<sup>5</sup> Técnico Superior Universitario. Estudiante de la Licenciatura en Gestión de Negocios y Proyectos. Universidad Tecnológica Metropolitana. <https://orcid.org/0000-0002-4798-9755>

<sup>6</sup> Técnico Superior Universitario. Estudiante de la Licenciatura en Gestión de Negocios y Proyectos. Universidad Tecnológica Metropolitana. <https://orcid.org/0000-0001-7545-8815>

<sup>7</sup> Profesora de Tiempo Completo. División Administración. Universidad Tecnológica Metropolitana. [karla.gomez@utmetropolitana.edu.mx](mailto:karla.gomez@utmetropolitana.edu.mx), ORCID: [https:// orcid.org/0000-0002-0640-0756](https://orcid.org/0000-0002-0640-0756)

impacto en el contacto con los clientes, además de que las entregas por servicio a domicilio fueron una gran ventaja para mantener estable el nivel de ventas. En vista de las estrategias implementadas, se recomienda trazar objetivos concretos y tener una mentalidad a largo plazo, así como el desarrollo del valor añadido para ser diferenciados de la competencia.

**Palabras clave:** Comercialización, economía, empresas.

## **Situational diagnosis in commercial activities derived from Covid-19 in Yobaín and Mérida**

### **Abstract**

The situational diagnosis of the marketing used by enterprises from the Covid-19 pandemic in the municipalities of Yobaín and Mérida shows how local businesses adapted their activities based on the needs that were presented. It is emphasized that the contingency brought many problems, especially for micro, small and medium enterprises, since, unlike the big ones, they do not have an established structure and organization. The main objective of this research is to identify and evaluate the forms of marketing used by local businesses as a result of the pandemic and confinement, due to this situation, it is intended to know and inquire about the changes implemented to remain in the market. The research carried out had a qualitative approach given the application of structured interviews, contemplating a sample of 43 people from enterprises in Yobaín and Mérida. According to the statistical information, it was determined that social networks had a high impact on contact with customers, in addition to the fact that home deliveries were a great advantage to keep the level of sales stable. In view of the strategies implemented, it is recommended to draw concrete objectives and have a long-term mentality, as well as the development of added value to be differentiated from the competition.

**Keywords:** Marketing, economy, enterprises.

### **Introducción**

La presente investigación está elaborada con base a la pandemia Covid-19 y su repercusión en las empresas de los municipios de Yobaín y Mérida. El trabajo se orientará en el modelo de negocio de las empresas y de cómo ha ido cambiando tras la reapertura de actividades comerciales luego de la pandemia. El trabajo también abordará las condiciones económicas que tuvieron las empresas antes, durante y luego de la pandemia.

El trabajo empezará con el planteamiento del problema, en la cual se detalla la situación en la que las empresas se encuentran, por consiguiente, se encuentra la pregunta principal que fue el eje de la investigación, seguida de las hipótesis tras las cuales se plantearon para anticipar posibles

respuestas al tema de estudio. Luego se encuentra el objetivo que la investigación busca conseguir, así como la justificación del porqué del trabajo y la delimitación y marco teórico del proyecto.

### **Planteamiento del problema**

La pandemia Covid-19 fue un golpe duro para el mundo empresarial, varias empresas se vieron en la necesidad de cerrar sus puertas por quedarse sin efectivo, otras tantas aún se encuentran en recuperación y sólo pocas han sabido tomarle provecho y salir adelante a pesar de los problemas.

Se sabe también que no solo se puede ser competitivo en el mercado nacional ante el mundo, ya que México está inmerso en un mundo muy cambiante en donde se tiene tratos internacionales, dando así algunos retos como:

1. La falta de capacitación.
2. La falta de tecnología.
3. Una contabilidad adecuada.

Cabe destacar que tras el confinamiento de la pandemia de acuerdo con Agence France-Press (2022), las grandes empresas son las más beneficiadas, debido a la ayuda por pertenecer a la clasificación de países desarrollados y ser beneficiados con programas en marcha para reactivar su economía.

Para analizar la situación se optó por el municipio de Yobaín que en 2010 arrojó un 60.5% del total de la población que se encuentran en pobreza. El municipio de Yobaín cuenta con un total de 109 empresas privadas y públicas de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2022), dichas concentradas en actividades de pesca, como también la purificación y embotellado de agua, panificación tradicional, confección de prendas de vestir sobre medida, tortillerías y nixtamaleras, carpinterías, otras industrias manufactureras, el comercio al por menor, alquiler artículos de eventos, servicios de ciber, restaurantes, asociaciones y organizaciones civiles, salones, clínicas de belleza y peluquerías, talleres mecánicos en general, actividades administrativas de instituciones de bienestar social y administración pública en general.

**Tabla 1**

*Cantidad de empresas en el municipio de Yobaín.*

Unidad económica	Cantidad
Públicas	16
Privadas	93
Total	109

*Fuente:* Elaboración propia (2022).

Según Sabido (2016) el Gobierno del Estado en conjunto con el Servicio Nacional de Empleo desempeñaron para la localidad de Yobaín la capacitación denominada “Proyecto de Artes y Oficial”, el cual tiene como objetivo principal el desarrollar las habilidades de forma individual o grupal para aquellos que deseen realizar actividades productivas por su propia cuenta, debido a la economía activa del municipio y los elementos de organización empresarial rural lo que les permita crear pequeñas empresas. Existen organizaciones que brindan apoyos para este tipo de empresas, entre ellas son: STPS, SEDESOL, SEP, SEDER.

Por otro lado, la cabecera de este municipio es Chabihau que es una pequeña comunidad costera, quien debidamente su economía es afectada por inversiones en los mercados ya que significan ingresos para los hogares de la comunidad. Por lo tanto, su PEA tiene una tasa aproximada de más del 50 % de las horas disponibles para trabajar en la pesca, acuacultura rural y sus respectivas actividades productivas.

### **Pregunta de Investigación**

- ¿Cómo ha cambiado el modelo de negocio de las empresas desde que se reapertura la actividad comercial?

### **Hipótesis**

- El 25% de las empresas se vieron en la necesidad de implementar nuevos métodos comerciales a raíz del confinamiento procedente de la pandemia Covid-19.
- La pandemia Covid-19 provocó una reducción del 30% del ingreso promedio mensual de las empresas.

### **Objetivo de investigación**

- Valorar las nuevas formas de comercialización empleadas por las empresas de Yobaín y Mérida a partir de la Covid-19 para su permanencia en el mercado.

### **Justificación**

El Covid-19 fue una gran dificultad para diversos procesos que las empresas solían realizar con normalidad, con cierres repentinos y restricciones para poder trasladarse con total libertad, las personas también tuvieron que aplicar el distanciamiento social para seguir con las reglas del gobierno y sobre todo para cuidarse. Saber qué estrategias comerciales utilizaron las empresas para responder al cambio puede ser información de gran utilidad para tomar en cuenta en un futuro en donde surjan nuevas situaciones inesperadas.

Anudando a la actualidad se espera que la situación económica de las empresas en Yucatán comience a resurgir, sabiendo que los negocios que abren puertas actualmente aún no se han

recuperado del todo.

Para Góngora (2021) uno de los síntomas positivos es el estado de ánimo de los empresarios, ya que, el 56% cree que a partir de este mes le va a ir mejor y otro 40% dice que lo malo que le puede pasar es seguir como está ahora, sólo el 4% es pesimista.

Paralelamente en Yobaín y Mérida, las empresas constituyen un factor importante para la economía, brindan empleos a las personas que residen en los municipios ya que construyen esos cimientos de la sociedad, sin ella las personas no sabrían cómo administrar sus ingresos, gastos y no podrían satisfacer sus necesidades de una manera eficaz. En la actualidad los negocios están volviendo a la normalidad tomando medidas de precaución para su desarrollo en comparación al año 2019.

De acuerdo con los datos del censo económico los sectores económicos que concentraron en más unidades económicas en Yobaín fueron comercio al por menor, agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza, así como las industrias manufactureras, de la cual se estima que el ingreso anual de Yobaín es de \$120 millones (Data México, 2019).

Cabe recalcar que el objetivo principal del proyecto es el análisis situacional que han pasado las empresas a lo largo del tiempo que ha durado el confinamiento, así como conocer las medidas y estrategias que estos negocios implementaron para su supervivencia en el mercado, que es lo que ofrecen y como sobrevivieron a la situación a lo largo de estos tres años estimando toda relación de clientes y proveedores de igual manera como ha mejorado la economía del municipio.

## **Delimitación**

El presente proyecto consta de un estudio realizado a las empresas ubicadas en los municipios de Yobaín y Mérida, abordando el tema de cómo fue que pudieron sobrellevar el confinamiento provocado por la pandemia de Covid-19, de igual manera, se plantearon las problemáticas que se presentaron en el mismo periodo. Todo esto se analizó por medio de un instrumento, es decir, una entrevista estructurada, la cual se llevó a cabo el día 7 de octubre de 2022, dicho instrumento se aplicó a una muestra conformada por los negocios o pequeñas empresas, para que estas puedan arrojar la información necesaria y así elaborar un análisis FODA, el cual se utilizó como una base para plantear las fortalezas, oportunidades, debilidades y las amenazas, tratando de utilizar los factores internos y externos a favor de obtener una mejora.

## **Marco teórico**

### **Teoría del desarrollo económico**

Esta teoría se originó en el año de 1950 a partir de investigaciones realizadas, donde se concibieron diversas ideas de autores que al paso del tiempo se fueron perfeccionando para llegar a

la teoría que se conoce hoy en día, de acuerdo con lo que menciona Reyes (2001) sobre el punto principal del modelo Prebisch, es que para crear condiciones de desarrollo económico dentro de un país es necesario: controlar la tasa de cambio monetario, poner mayor énfasis en políticas fiscales que en políticas monetarias, promover un papel gubernamental más eficiente en términos de desarrollo nacional, permitir la entrada de capitales externos siguiendo prioridades ya establecidas en planes de desarrollo nacionales.

Gunder (1976), sostuvo que las dependencias en los mercados globales se reflejan en dependencias estructurales dentro de los países y entre comunidades. A pesar de las diferencias entre estos enfoques, la pobreza a menudo se explica como un caso especial de estructura social, mercados laborales, condiciones de explotación laboral y concentración del ingreso. Por otra parte, la teoría de desarrollo económico en general se relaciona con la evolución de empresas en la localidad, debido a los resultados de expansión de micro y pequeñas empresas en las comunidades vecinas, esto con el fin de reducir la pobreza.

La teoría de desarrollo social fue iniciada años después de la segunda guerra mundial, pero se puede llegar a 3 autores que tienen trabajos de investigación profunda, los cuales son Perroux, Myrdal y Hirschman, en donde sus estudios realizados en los años 60's y 70's contaban con información un tanto vaga y no enfocada al ambiente local, pero de igual manera tenían una noción y enfoque bastante bien estructurados. Como lo mencionan Flores y Barroso (2010), esta teoría tiene como objetivo el saber manejar las situaciones que afectan primeramente a un país, y posteriormente orientarlo a una situación más local, en dónde se aprovechen todos los aspectos que pueden ser utilizados, ya sean buenos o no tan buenos, buscando lograr una mejora a partir del curso que sigue un país, como lo podrían ser la inversión de empresas de nivel multinacional en espacios que cuenten con un potencial objetivo y que pueda generar más que ingresos económicos, un bienestar en las personas.

En cuanto a la teoría del desarrollo económico local en relación a los municipios de estudio, este implica inversiones y consolidaciones entre distintas empresas para el bienestar de la comunidad.

La teoría del desarrollo económico del autor William Arthur Lewis hace hincapié a factores como son la producción y el crecimiento, sin embargo, el objetivo principal de su libro denominado "teoría del desarrollo económico" es la respuesta a la pregunta,  C mo se podría aumentar los ingresos de productividad de los habitantes? es decir, que todo depende de los recursos naturales disponibles con los que cuente cada habitante, pues este dará una pauta en el límite del aumento de producción e ingresos. Por otra parte, se afirma que existen 3 causas del desarrollo económico, la primera es el esfuerzo para economizar, la segunda el alto nivel de los conocimientos adquiridos por los individuos y su aplicación para producir, dejando como último término el aumento del capital y de

otros recursos por habitante logrando así un desarrollo económico integral de todos los aspectos que abarca esta teoría (Lewis, 1963).

De acuerdo con la teoría de Lewis, se confirma en su mayoría la participación de un 80% de mujeres dueñas o encargadas de los negocios en los municipios, dejando atrás los tiempos de machismo y desigualdad social hacia este sexo.

### **Marco conceptual**

El Covid-19 surgió en China en 2019, a partir de ello se propagó con gran rapidez a otros países, trayendo consigo innumerables problemáticas a nivel global, al respecto, Placeres, et al. (2021) manifiestan que, en marzo del 2020, la Organización Mundial de la Salud clasifica como pandemia a la enfermedad causada por el virus SARS-CoV-2, es por ello, se sabe que una pandemia es aquel fenómeno que afecta a la mayoría del mundo y que cruza fronteras internacionales. La pandemia Covid-19 específicamente tom  al mundo por sorpresa, puesto que es un virus que se hacía presente en cualquier lugar, provocó un colapso que deriva en la muerte de miles de personas por enfermedades ya existentes en ellos o por el agravamiento del mismo virus generando como consecuencia la aglomeración de los hospitales y el cierre de múltiples comercios y servicios.

El Covid-19 impactó en absolutamente todos los ámbitos de la vida diaria, de hecho, según Sánchez y Navas (2021) las consecuencias del Covid-19 no tienen precedentes y se sienten en todo el mundo. En cuestión del trabajo se ve profundamente afectado por la pandemia mundial del virus, además de ser una amenaza para la salud pública, las perturbaciones a nivel económico y social ponen en peligro los medios de vida a largo plazo y el bienestar de millones de personas. La pandemia está afectando severamente los mercados laborales, las economías y a las empresas, incluidas las cadenas de suministro mundiales, causando una interrupción generalizada del comercio.

Según Castaño (2020), el confinamiento conlleva ventajas para las personas, por ejemplo, se requiere responsabilidad individual, la capacidad para emitir juicios y tomar decisiones para su propia protección.

Por encima de las repercusiones como el cierre de varios negocios también se pudo encontrar la oportunidad de abrir nuevos servicios y a su vez nuevas formas para darse a conocer, según Enríquez y Sáenz (2021) la pandemia por encima de los problemas causados en los centros médicos también produjo alteraciones en el mercado internacional, haciendo de ciertos productos que antes no eran comúnmente usados en algo indispensable en la sociedad como lo es el claro ejemplo de las mascarillas.

El confinamiento unió muchas perspectivas y muchos horizontes hacia la ca da económica, la pobreza y la desigualdad, Enríquez y Sáenz (2021) mencionan que el marco de la crisis global que estamos enfrentando, definida por la CEPAL como "sincrónica", se ha generado un colapso en el comercio de mercancías y servicios, así como la reducción significativa de los precios de los

productos básicos como son la energía, los minerales, lo agrícola, entre otros.

La pandemia afectó a la mayoría de las empresas en el mundo, autores como Martínez (2021) en sus trabajos de investigación, menciona que los ingresos de un 80.77% de empresas encuestadas se encontraron en dificultades con el cauce del confinamiento, y de ese porcentaje de empresas, sus ingresos disminuyeron a un 56.67%, casi la mitad. Cervantes, et al. (2020) manifiesta que el mejoramiento significativo de las condiciones de vida de una mayor cantidad de la población da como resultado nuevas formas de producción y desempeño laboral.

Algunas empresas de menor tamaño se vieron en la necesidad de recurrir a medidas cautelares para sobrevivir durante la pandemia, la reducción de los ingresos los llevó a tomar decisiones sustanciales e implementar acciones correctivas, los resultados frente a la contingencia fueron el recorte de personal, la reestructuración de las organizaciones, análisis de la creación de fondos de contingencia si no contaban con uno, etcétera, pero para Flórez, et al. (2021), lo que se busca es una redefinición de los procesos productivos en los cuales la finalidad última no sea el incremento de las ganancias, sino la promoción de la solidaridad en todas las etapas de la cadena productiva. Esto con el fin de beneficiar a productores, distribuidores y consumidores.

Las micro y pequeñas empresas no requieren de una estructura organizacional mayor a comparación de la cantidad de trabajadores que tienen, es indispensable coordinar y dirigir aquellos esfuerzos humanos para alcanzar los resultados, para ello es necesario que las empresas incorporen mecanismos de innovación en la gestión de capital humano y la administración de tiempo para incrementar la productividad (González, 2017).

La economía mexicana se basa sobre todo en la exportación, misma que es posible mediante las empresas que en México son un factor relevante para el desarrollo económico, cuestión explicada por Santaella (2018) que también menciona que la mayoría de las actividades económicas en el país son a base de las empresas que por lo general son micro o medianas y que gran parte de los empleos está en función a ellas.

### **Marco de referencia**

En función de los resultados obtenidos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], (2020) se determinó que en México residen alrededor de 6,373,169 unidades económicas activas, de las cuales el 94.02% cuentan de cero a diez empleados, es decir 5,991,827 son microempresas, mientras que el 5.98% restante se divide en 311,348 pequeñas empresas de 11 a 50 empleados con el 4.89%, las empresas con 51 a 250 trabajadores son el 0.88% , es decir, 56,140 empresas y por último las grandes empresas con más de 250 empleados siendo estas el 0.22% con 13,854 establecimientos activos. A continuación, se pueden visualizar estos datos mediante la tabla 2.

Tabla 2. *Cantidad de establecimientos y personal ocupado en México según el tamaño del*



establecimiento.

Tamaño del establecimiento	Universo total				
	Establecimientos	Porcentaje	Personal ocupado		
			Total	Hombres	Mujeres
			Número de personas		
<b>Nacional</b>	<b>6,373,169</b>	<b>100%</b>	<b>36,038,272</b>	<b>20,234,378</b>	<b>15,803,894</b>
Micro: 0 a 10	5,991,827	94.02%	13,336,507	6,635,909	6,700,598
Pequeña: 11 a 50	311,348	4.89%	6,394,256	3,528,946	2,865,311
Mediana: 51 a 250	56,140	0.88%	5,809,716	3,588,434	2,221,282
Grande: 251 y más	13,854	0.22%	10,497,792	6,481,088	4,016,703

*Fuente:* Elaborado a partir del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2020).

En cuanto al municipio de Mérida, el INEGI (2022) también menciona que existen alrededor de 54,439 empresas, de las cuales la mayor parte son de tamaño micro ocupando el 90%, seguidas de las de tamaño pequeño que ocupan un 8.2%, para dejar en la minoría a las empresas de tamaño mediano con un 1.5% y las grandes con un 0.3%

Tabla 3. Cantidad de empresas en Mérida de acuerdo con el tamaño y número de trabajadores.

Tamaño	Número de trabajadores	Cantidad existente
Micro	0 – 5 personas	43, 487
	6 – 10 personas	5, 468
Pequeño	11 – 30 personas	3, 764
	31 – 50 personas	728
Mediano	51 – 100 personas	480
	101 – 250 personas	353
Grande	251 – en adelante	159
	<b>Total</b>	<b>54, 439</b>

*Fuente:* Elaborado a partir del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2022).

Con base a lo obtenido del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], (2022), en el municipio de Yobaín actualmente existen 109 empresas, de las cuales las microempresas son las que más presencia tienen puesto que cuenta con 96 establecimientos, es decir, ocupan un 88.07%, las pequeñas empresas por su parte son el segundo grupo que predomina en la localidad con un 11.01%, mientras que las medianas solo conforman el 0.92% del total y las grandes no tienen

participación en el municipio.

Tabla 4. *Cantidad de empresas en Yobaín de acuerdo con el tamaño y número de trabajadores.*

<b>Tamaño</b>	<b>Número de trabajadores</b>	<b>Cantidad existente</b>
Micro	0 – 5 personas	93
	6 – 10 personas	3
Pequeño	11 – 30 personas	8
	31 – 50 personas	4
Mediano	51 – 100 personas	0
	101 – 250 personas	1
Grande	251 – en adelante	0
<b>Total</b>		<b>109</b>

*Fuente:* Elaborado a partir del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2022).

Entre las actividades económicas que destacan son la agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza, industrias manufactureras, servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, servicios de salud y de asistencia social, servicios educativos, servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, entre otros.

### **Metodología**

El enfoque aplicado en la investigación fue el de tipo cualitativo, con el fin de recabar datos útiles para identificar aspectos más que cantidades y así poder interpretar los datos como las historias de vida y sus significados que aportan los sujetos de estudio.

Dentro de este apartado se describió el diseño de investigación para poder obtener la información necesaria y alcanzar los objetivos planteados. Se destaca que la investigación que se realizó tuvo un enfoque cualitativo debido a que se aplicó un instrumento con el objetivo de profundizar acerca del estudio a desarrollar.

### **Clasificación de la investigación**

Este tipo de estudio está basado en investigar de manera factual, o bien, basada en los hechos o las situaciones del contexto. Tratando de argumentar planteamientos pasados o teorías iniciadas a partir de investigaciones con cierta antigüedad, en torno a la experimentación con la misma y la observación de la evolución a través del tiempo, para contradecir, pero principalmente para comprobar las hipótesis planteadas con anterioridad.

En relación con el proyecto, el tipo de investigación que se desarrolló según el objetivo es aplicada, puesto que se llevó a cabo la realización de entrevistas a las personas de las empresas del

municipio de Yobaín para conocer su perspectiva y los sucesos que ocurrieron en sus negocios en cuanto a la presencia de la pandemia Covid-19. En lo que concierne a la investigación aplicada, Álvarez-Risco (2020) menciona que es utilizada cuando se pretende obtener conocimientos y datos que generen resultados óptimos para atender los problemas existentes en lo que respecta al tema de investigación.

Este tipo de investigación se basa en obtener los datos específicos de una determinada problemática, los costos de este tipo de investigación acostumbran ser altos, pero los resultados que estos representan son considerables en relación con su beneficio, siendo otra de sus características que suele ser de índole cualitativa, en cuestión del municipio se utilizaron las entrevistas semiestructuradas, con el fin de tener el conocimiento de características, datos que más que un número, proporcione un dato cualitativo y relevante.

Domínguez (2013), comenta que la investigación empírica surge a partir de la observación y por medio de la experiencia, y niega que haya la posibilidad de ideas espontáneas o pensamientos, ya que los datos son obtenidos por medio de herramientas aplicadas, para constar de pruebas y de hechos reales. Además de utilizar la investigación empírica, el proyecto se complementa con el método etnográfico que de acuerdo con Falomir (1991), el método etnográfico es aquella investigación por excelencia iniciado por la antropología social. En ella se contempla la observación participante y el uso de la complejidad para informar datos de los sujetos estudiados en una localidad determinada.

El tipo de investigación según su alcance es uno de los más útiles, aunque si lo es o no, lo determina la situación y su entorno en realidad, en donde se intenta encontrar una relación entre las diversas variables que han sido planteadas en la investigación. Por ello, y gracias a las hipótesis planteadas, y con base a los datos obtenidos en la aplicación de los instrumentos, se puede visualizar la veracidad o notar su incongruencia.

Este proyecto según el período que abarca es transversal, debido a que se recolectarán datos en un solo momento y los sujetos de estudio solo participarán una vez. Respecto a lo que menciona Hernández, et al. (2003) los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

### **Métodos e instrumentos para la recolección de datos**

Para la captura de información se aplicaron 2 instrumentos, la primera es una entrevista de la cual 23 fueron aplicados a los negocios de Yobaín y 20 en Mérida, conformando así los 43 instrumentos que representan el 100% de ellos, las entrevistas fueron a modo estructurado, con el fin de obtener la información necesaria que pueda explicarse o interpretarse de distintas maneras. Dicha entrevista se encuentra estructurada a manera de agrupar los tipos de preguntas de manera sutil y

así llevar un orden en tiempo y forma de las preguntas que servirán de recolectores de información, respectivamente constaba de 10 aspectos de generalidades y 26 preguntas divididas en 5 secciones, seguidamente y con la información obtenida se desarrolló un análisis FODA, destacando los factores internos y externos.

### **Sujeto de estudio**

Un sujeto de estudio según lo mencionado por Lolos-Stepke (2005), son personas que comparten características en particular, ya sea edad, sexo, atributos, espacio geográfico, puntos de vista, u otro, que del mismo modo generen información relevante relacionada a un tema de estudio, sobre todo que sea de utilidad para el análisis del investigador.

Los sujetos de estudio seleccionados para el presente proyecto son:

- Sujetos: Dueños o responsables de las empresas de Yobaín y Mérida
- Sexo: Indistinto
- Edad: Entre 18 y 59 años

### **Tamaño de muestra**

Se determinó que el tamaño de la muestra era infinito, debido a que se aplicaron entrevistas tanto en Yobaín como en Mérida, pero al ser la entrevista un instrumento de recolección cualitativo se consideró que no aplicaba, sin embargo, a continuación, se muestra el procedimiento de la determinación de la muestra.

$$\begin{aligned}
 n &= \text{Muestra} \\
 z &= \text{Coeficiente de confianza} = 1.65 \\
 N &= \text{Universo} = 109 \\
 p &= \text{Probabilidad a favor} = 0.5 \\
 q &= \text{Probabilidad en contra} = 0.5 \\
 e &= \text{Error} = 10\% \\
 n &= \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q} \\
 n &= \frac{(1.65^2)(109)(0.5)(0.5)}{(0.1^2)^{109 - 1} + (1.65^2)(0.5)(0.5)} \\
 n &= \frac{(2.7225)(109)(0.5)(0.5)}{(0.01)(108) + (2.7225)(0.5)(0.5)} \\
 n &= \frac{74.18}{1.08 + 0.68} \\
 n &= \frac{74.18}{1.76} \\
 n &= 42.14 = 43
 \end{aligned}$$

**Tabla 5. Instrumentos aplicados según municipio y tamaño muestral.**

Municipio	Cantidad de empresas	Tamaño de la muestra
-----------	----------------------	----------------------

Yobaín	96	23
Mérida	48,946	20
Total	49,042	43

*Fuente:* Elaboración propia (2022).

Con base a Tamayo (2001) define a la muestra por conveniencia como aquellas muestras tomadas debido a la accesibilidad del investigador en cuanto a la recolección de información de una población de manera rápida y económica. Cabe destacar que este tipo de muestra se implementa en las primeras etapas de una investigación, esta con el fin de crear hipótesis que contienen riesgos en los resultados para el investigador debido a que los instrumentos que se utilizan son para recolectar información con opiniones de personas de la calle.

En este proyecto se implementó una muestra por conveniencia debido al tamaño de muestra de universo infinito ya que se aplicaron entrevistas a todas las empresas existentes en el municipio, del cual la población no es específica, los estudios no son concluyentes, descriptivos ni experimentales; por lo que este tipo de muestra pertenece al muestreo no probabilístico y los resultados no son exactos.

La presente investigación se consideró de tipo no experimental, puesto que se estudiaron las variables requeridas para ello, sin embargo, no hubo alteraciones ni alguna experimentación de por medio. Luego de ello se observó y registró los resultados para su posterior análisis. Simplemente se estudiaron los efectos que dejó la pandemia Covid-19, un hecho que ya hubo ocurrido en el pasado y, por ende, no se podía manipular como tal.

Al mismo tiempo se le considera de tipo transversal, porque los datos son recabados en un momento determinado en el tiempo y, también es correlacional-causal, debido a que describe las semejanzas entre dos o más variables y plantea hipótesis para tener ciertos acercamientos al resultado.

## **Resultados**

Se confirma la hipótesis como resultado de la investigación de campo realizada, la cual menciona que “el 25% de las empresas se vieron en la necesidad de implementar nuevos métodos comerciales a raíz del confinamiento procedente de la pandemia Covid-19”, debido a que la gran parte de los negocios del municipio llevaron a cabo cambios internos tanto en sus operaciones como en el servicio.

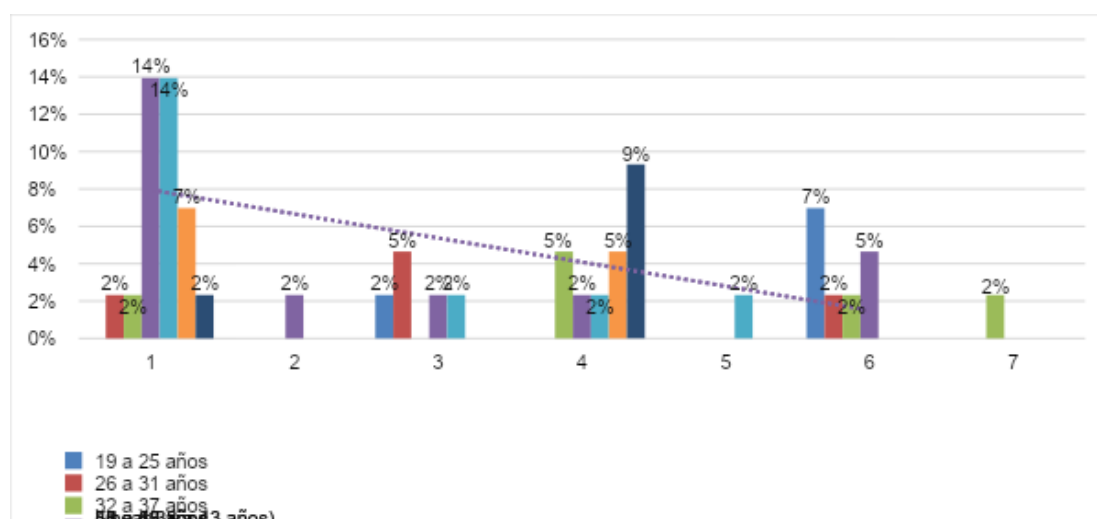
De igual manera se ratifica la hipótesis que se tenía sobre que “la pandemia Covid-19 provocó una reducción del 30% del ingreso promedio mensual de las empresas”, puesto que según

indicaron las empresas entrevistadas, durante la pandemia sufrieron problemas económicos derivado de una reducción en sus ingresos.

Se determinó que, de toda la muestra, las mujeres representaron un índice mayor de estado civil casado, representando 18 de ellas el 42% con respecto al estado civil de los demás entrevistados, también cabe destacar que el rango de edad que más se acentúa se encuentra de entre los 19 a los 43 años (véase figura 1).

**Figura 1**

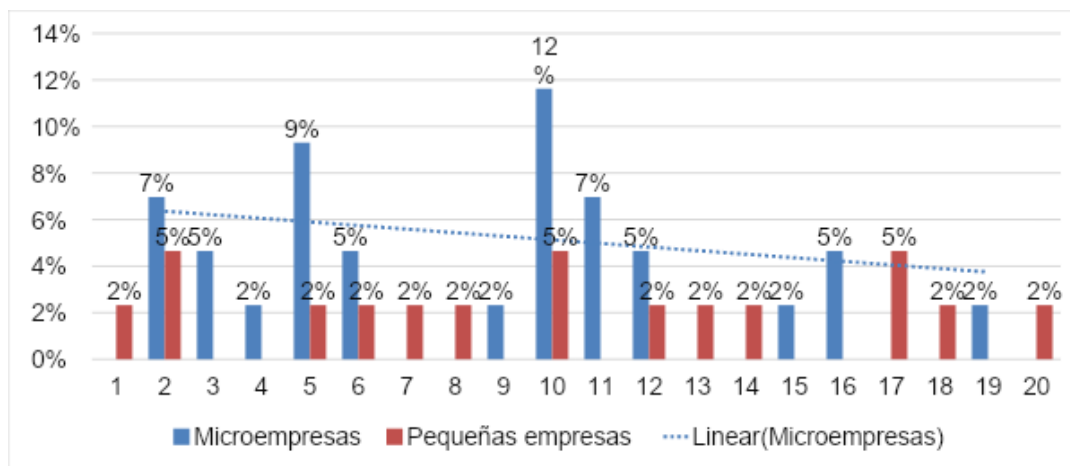
*Edad de acuerdo con el estado civil y el sexo de los entrevistados.*



*Fuente:* Elaborado a partir del operativo de campo en el municipio de Yobaín y Mérida (2022).

Por otra parte, se identificó que el tamaño de empresas más predominante en Yobaín y Mérida fueron las microempresas, siendo estas el 63% en la cual la mayor parte son comercios, negocios que laboran con una media de entre 2 a 10 años de antigüedad, lo cual se aprecia con mayor detalle en la figura 2.

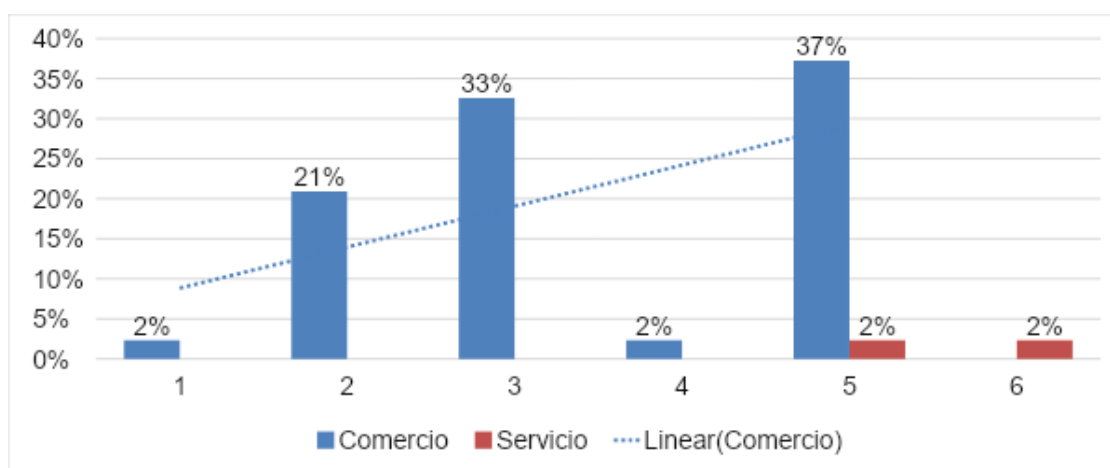
*Figura 2. Tamaño de la empresa de acuerdo con los años del negocio y la actividad económica.*



*Fuente:* Elaborado a partir del operativo de campo en el municipio de Yobaín y Mérida (2022).

Seguidamente se aprecia que la actividad económica predominante de los municipios es el comercio con un 95%, de las cuales el 33% los representa los abarrotes. (v ese figura 3).

Figura 3. Localidad de la empresa, de acuerdo con el tipo de comercio que se dedica.

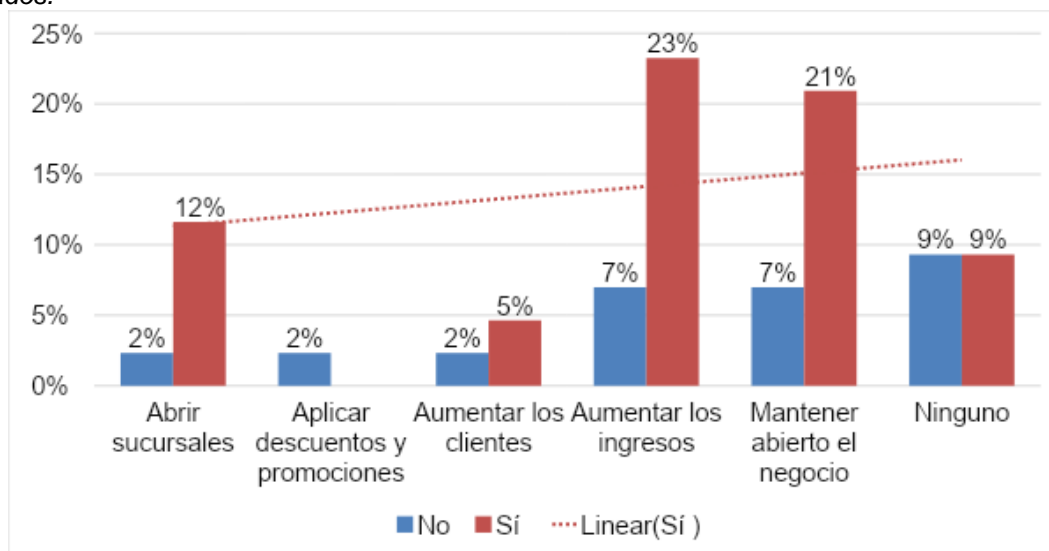


*Fuente:* Elaborado a partir del operativo de campo en el municipio de Yobaín y Mérida (2022).

Como se observa el 23% menciona unos de los objetivos fundamentales se basa en el aumento de ingresos esperados en los próximos años, a su vez el 68% manifiesta que los negocios han cambiado sus operaciones comerciales y préstamos de servicios tras el confinamiento implementando las medidas sanitarias correspondientes para el cuidado de su salud (figura 4).

**Figura 4**  
*Cambio en operaciones comerciales de acuerdo con las acciones implementadas y objetivos*

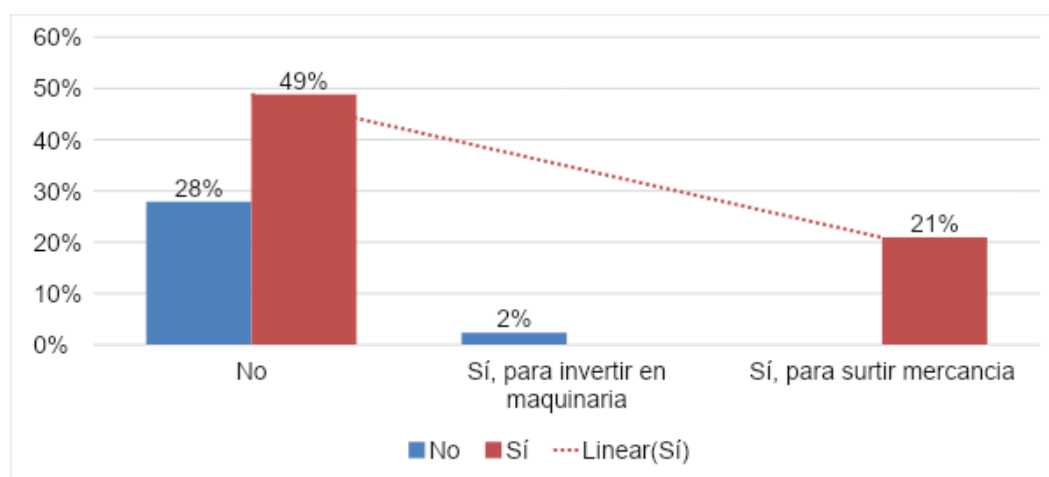
deseados.



*Fuente:* Elaborado a partir del operativo de campo en el municipio de Yobaín y Mérida (2022).

Se puede observar que el índice de préstamos para enfrentar las posibles crisis que se pudieran presentar en los municipios de estudio es alto, en donde el 70% de los encuestados (30 personas) respondieron que han solicitado u obtenido algún préstamo para solucionar esta situación (figura 5).

Figura 5. *Solicitud u obtención de préstamos para afrontar alguna crisis económica.*

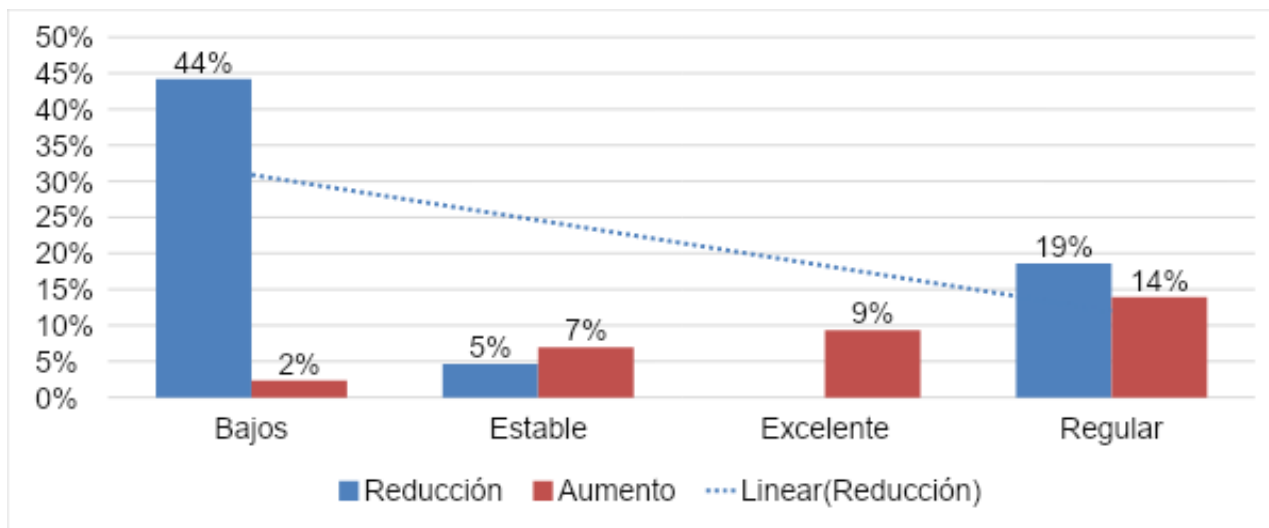


*Fuente:* Elaborado a partir del operativo de campo en el municipio de Yobaín y Mérida (2022).

El 68% de los negocios manifiestan la baja de ingresos a partir del confinamiento hasta la actualidad; el 44% de las microempresas en relación a los ingresos promedio mensuales durante la pandemia se visualiza que sufrieron crisis económicas tras el paso del Covid-19 (figura 6).



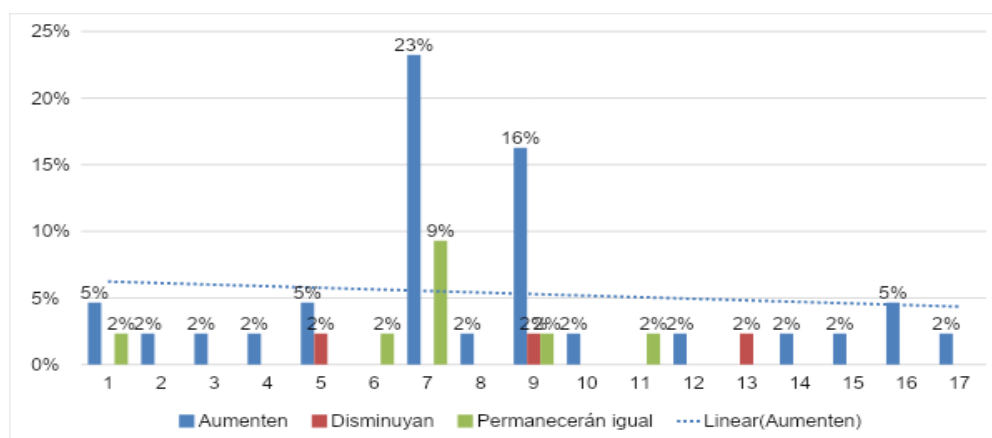
Figura 6. Situación económica actual con relación al aumento o reducción de los ingresos promedio.



Fuente: Elaborado a partir del operativo de campo en el municipio de Yobaín y Mérida (2022).

La cantidad aproximada que los negocios han invertido para reanudar operaciones van desde los \$3,000.00 a los \$80,000.00 pesos, por otro lado, el 91% está absuelto de deudas en base a los créditos y préstamos realizados para mantener a flote sus negocios. La mayoría de los negocios estiman que en el presente año vayan aumentando sus ingresos en relación al inicio de la pandemia (figura 8).

Figura 8. Nivel de ingresos del negocio a partir de algún adeudo e inversión para retomar la actividad económica.



Fuente: Elaborado a partir del operativo de campo en el municipio de Yobaín y Mérida (2022).

### Matriz FODA

En base a los resultados de las 43 entrevistas de tipo estructurada aplicadas a las micro y

pequeñas empresas de los municipios de Yobaín y de Mérida, con el fin de cubrir una muestra representativa y, asegurándose de fijar las preguntas con tiempo de anticipación y con un orden a seguir para englobar las series de interrogantes en diversas secciones, se desarrolló posteriormente un análisis FODA para identificar la situación actual de las empresas en Yobaín en comparación a las de Mérida (véase tabla 6).

Tabla 6. *Matriz FODA del diagnóstico situacional en las actividades comerciales derivado del Covid-19 en Yobaín y Mérida.*

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uso de redes sociales para promocionar sus productos (Facebook, WhatsApp).</li> <li>2. Adaptabilidad a los cambios.</li> <li>3. Buen trato al cliente.</li> <li>4. Entregas a domicilio como resultado de la implementación de acciones operativas.</li> <li>5. Cumplimiento de las medidas de seguridad e higiene.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Más ventas a clientes locales.</b></li> <li>2. <b>Innovación en el uso de la tecnología para el incremento de las ventas.</b></li> <li>3. <b>Adaptación a las actualizaciones del mercado.</b></li> <li>4. <b>Atracción de turistas en temporada baja.</b></li> <li>5. <b>Amplia cantidad de competidores en el mercado.</b></li> </ol>
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Escaso diseño de estrategias para mejorar las operaciones comerciales.</li> <li>2. Falta del recurso diferenciador ante la competencia.</li> <li>3. Ingresos bajos.</li> <li>4. Poca interacción en redes sociales.</li> <li>5. Problemas económicos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>La inflación y el aumento de los precios de los productos.</b></li> <li>2. <b>Aumento del nivel de contagios de Covid-19.</b></li> <li>3. <b>Cambios en las políticas de gobierno.</b></li> <li>4. <b>Cambios en las condiciones climáticas.</b></li> <li>5. <b>Sobrepoblación.</b></li> </ol>

*Fuente:* Elaborado a partir del operativo de campo en el municipio de Yobaín y Mérida (2022).

A continuación, a manera de complemento de la matriz FODA presentada previamente, se expone la Matriz de formulación estratégica para el análisis FODA.

### **Tabla 7**

*Matriz de formulación estratégica para el análisis FODA del diagnóstico situacional en las actividades*

comerciales derivado del Covid-19 en Yobaín y Mérida.

<b>Objetivo central</b>	<b>Fortalezas (internas)</b>	<b>Debilidades (internas)</b>
Valorar las nuevas formas de comercialización empleadas por las empresas de Yobaín y Mérida a partir de la Covid-19 para su permanencia en el mercado.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uso de redes sociales para promocionar sus productos (Facebook, WhatsApp).</li> <li>2. Adaptabilidad a los cambios.</li> <li>3. Buen trato al cliente.</li> <li>4. Entregas a domicilio como resultado de la implementación de acciones operativas.</li> <li>5. Cumplimiento de las medidas de seguridad e higiene.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Escaso diseño de estrategias para mejorar las operaciones comerciales.</li> <li>2. Falta del recurso diferenciador ante la competencia.</li> <li>3. Ingresos bajos.</li> <li>4. Poca interacción en redes sociales.</li> <li>5. Problemas económicos.</li> </ol>
<b>Oportunidades (externas)</b>	<b>Potencialidades</b>	<b>Desafíos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Más ventas a clientes locales.</li> <li>2. Innovación en el uso de la tecnología para el incremento de las ventas.</li> <li>3. Adaptación a las actualizaciones del mercado.</li> <li>4. Atracción de turistas en temporada baja.</li> <li>5. Amplia cantidad de competidores en el mercado.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudiar el comportamiento del mercado para innovar continuamente el servicio y los productos.</li> <li>2. Potenciamiento a la asociatividad de las micro y pequeñas empresas de la localidad.</li> <li>3. Implementación de mecanismos para incentivar la incorporación de los pequeños empresarios a los procesos de inteligencia de mercados aprovechando las oportunidades de planificación del desarrollo económico local.</li> <li>4. Indagar sobre nuevas tecnologías con el fin de realizar un análisis para su implementación en los negocios.</li> <li>5. Cuidar la relación con proveedores.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fomentar en los dueños o responsables de las empresas el adquirir mayor conocimiento respecto a finanzas para que puedan utilizar de manera eficiente sus recursos.</li> <li>2. Aumentar la frecuencia con la que se interactúa y comparte contenido en redes sociales aprovechando las tendencias actuales, contemplando un futuro confinamiento.</li> <li>3. Identificar oportunidades de financiamiento por parte de entidades financieras o programas de gobierno.</li> <li>4. Potenciar las ventas a clientes locales y turistas para incrementar los ingresos.</li> <li>5. Impulsar el desarrollo de la filosofía organizacional de sus negocios para fijar las bases y principios.</li> <li>6. Creación de valor añadido para los clientes.</li> </ol>
<b>Amenazas (externas)</b>	<b>Riesgos</b>	<b>Limitaciones</b>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La inflación y el aumento de los precios de los productos.</li> <li>2. Aumento del nivel de contagios de Covid-19.</li> <li>3. Cambios en las políticas de gobierno.</li> <li>4. Cambios en las condiciones climáticas.</li> <li>5. Sobre población.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Adaptabilidad y previsión a los cambios de los precios de los productos por los proveedores.</b></li> <li>2. <b>Elaboración de planes de continencia, considerando un posible aumento de contagios y otro cierre/restricción de empresas.</b></li> <li>3. <b>Idear nuevas formas de comercialización como son las entregas a domicilio en caso de que el gobierno indique la orden de cerrar presencialmente o limitar el acceso de los clientes a las empresas.</b></li> <li>4. <b>Cumplir con el protocolo de seguridad para continuar operando en el supuesto de que los contagios aumenten y elaborar las respectivas políticas internas.</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Creación de estrategias como prevención a las alzas de los precios de los proveedores.</b></li> <li>2. <b>Tener una gama de productos destinada en caso de alguna emergencia climática o sucesos imprevistos.</b></li> <li>3. <b>Utilizar los medios de comunicación actuales para mantenerse al día sobre las decisiones tomadas por el gobierno respecto a cambios en las empresas con el propósito de efectuar cambios convenientes a tiempo.</b></li> <li>4. <b>Planteamiento de estrategias de crecimiento empresarial.</b></li> <li>5. <b>Investigar subsidios para los programas de capacitación en la mejora de fortalecimiento empresarial.</b></li> </ol>
---	---	--

*Fuente:* Elaborado a partir del operativo de campo en el municipio de Yobaín y Mérida (2022).

### **Discusión de resultados**

Respecto al tema abordado, en los municipios de estudio muchas empresas se vieron perjudicadas a causa del Covid-19, interfiriendo y afectando varios de sus procesos, pero en especial su comercialización lo que da pie a otra serie de problemáticas de manera interna que generan un alto impacto en el desarrollo y crecimiento de las mismas, ante esto se puede hacer alusión a un cuestionario aplicado a 110 MYPIMES de la provincia de Loja, en donde los autores Cueva-Rivera y Erazo- lvarez (2021) expresan que como resultado de la pandemia se obtuvo que un gran porcentaje de empresas presentaron una disminución en sus ventas, a diferencia de los que las mantuvieron y algunas que aumentaron, asimismo los dueños de las empresas proyectaron que en un período próximo sus ingresos incrementen favorablemente, el estudio también recalcó que muchas empresas generaron deudas debido a problemas en su liquidez. Por otra parte, en relación a proveedores se produjeron retrasos, inflexibilidad en los métodos de cobro, cancelación de pedidos por los clientes y bajo poder adquisitivo. Las empresas con más alteraciones se vieron en la necesidad de efectuar cambios operativos para acoplarse a las circunstancias de la pandemia.

También se resalta el hecho de que en Yobaín fueron muy pocas las empresas que despidieron personal, dado que la mayoría eran microempresas y la plantilla que tenían estaba

conformada sólo por los dueños o unos cuantos familiares más, a su vez, tampoco fue común que efectuaran un cierre en sus actividades, puesto que eran la única fuente de ingresos que recibían y, cómo eran negocios esenciales no hubo problemas con respecto a lo legal en que no cerraran sus puertas, pues utilizaban las medidas de seguridad que actualizaba el gobierno y acataban sus instrucciones, siendo igual la situación en el caso de Mérida. Lo anterior difiere de lo dicho por Bandrés-Goldáraz, et al. (2021) en donde se señala que una de las medidas más efectivas adoptadas por las empresas fueron la "flexibilidad", que es básicamente implementar el teletrabajo en sus operaciones diarias, cerrar la empresa física varios meses y reducir la plantilla. Así mismo tampoco se implementó el teletrabajo en Yobaín por parte de las empresas que ahí yacían, aunque sí supieron utilizar algunas redes sociales populares para subir las ofertas que ofrecían a sus clientes. Lo anterior no se opone a los pensamientos de Bandrés y compa a, sino que más bien, brinda otros puntos de vista acerca de cómo sobrevivieron parte de las empresas de un pueblo pequeño de poco más de 2,200 habitantes (INEGI, 2020).

En tal sentido y, con base a lo referido con anterioridad y analizando los resultados, se confirma que las empresas más afectadas por la pandemia fueron las más pequeñas por las bajas ventas que estos percibían, lo que los orillo a replantear qué productos ofrecer para adaptarse a los nuevos hábitos de compra de los consumidores. También destaca el hecho de que todos los negocios de Yobaín y Mérida que fueron entrevistados, contaban con las medidas de seguridad e higiene y que también respetaron todas las normas que imponía el gobierno al momento de la pandemia, al igual que destaca el uso que est s les dieron a las redes sociales para promocionarse y vender.

Figura 9. Fotografías de la aplicación de las entrevistas en el municipio de Yobaín.



Fuente: Elaborado a partir del operativo de campo en el municipio de Yobaín (2022).

## **Conclusiones**

El Covid-19 en lo general afectó muchos aspectos de la vida de las personas, pero en lo particular generó cambios y alteraciones en las operaciones de las empresas, gracias a la investigación de campo realizada en el municipio de Yobaín y parte en Mérida, mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos se pudo conocer los factores internos y externos que se vieron influenciados, además de que a partir de ello se pudieron comprobar las hipótesis planteadas, cabe decir que el presente proyecto estuvo enfocado a la comercialización.

De acuerdo a la información arrojada y la interpretación de datos, se concluyó que los negocios si efectuaron modificaciones para poder sobrevivir ante el confinamiento, principalmente en el servicio brindado al cliente, muchas empresas adoptaron el modelo de envíos a domicilio a través del contacto por redes sociales o distintos medios de comunicación, a su vez esto fue eficiente por la disponibilidad del lugar, al ser un área local relativamente pequeño era ágil realizar las entregas a los clientes, los cuales coincidían en la cercanía.

Los ingresos fueron un aspecto decisivo para las empresas, sin embargo, este se vio altamente perjudicado debido a que redujeron significativamente, a pesar de esto con el panorama actual se tiene visualizado un aumento en el próximo periodo puesto que las actividades y labores han sido reanudadas, asimismo se contempla el hecho de que al realizar su reactivación comercial tuvieron que invertir para retomar sus actividades económicas cotidianas.

Es importante destacar que las nuevas formas de comercialización ejecutadas han sido un factor clave para la supervivencia de los negocios, entre otras áreas de oportunidad estas fueron una ventaja para afrontar las crisis financieras por las que atravesaron, además de hacer frente a gastos y requerimientos. La mayoría de los negocios en Yobaín optan por la cooperación, al ser un lugar pequeño el tener una relación cercana con los distintos comercios son piezas esenciales para el crecimiento de las empresas y del mismo municipio, de igual manera potencializa la comercialización, ayuda a la mejora e innovación de los servicios o productos que ofrecen.

## **Referencias**

- Agence France-Presse. (2022). Grandes empresas, mayores beneficiadas por ayudas Covid-19 en países en desarrollo. La Jornada Maya. <https://www.lajornadamaya.mx/internacional/203818/grandes-empresas-mayores-beneficiadas-por-ayudas-covid-19-en-paises-en-desarrollo>
- Álvarez-Risco, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>
- Bandrés-Goldáraz, E., Conde-Casado, M., e Iniesta-Alemán, I. (2021). El impacto de la Covid-19 en

las pequeñas y medianas empresas de comunicación en España. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21) 25-40. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.02>

Castaño, J. (2020). La pandemia. *Revista Archivos de Medicina (Col)*, 20(2), 265-268. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273863770023>

Cervantes, V., Salgado, R., Peralta, P. y García, C. (2020). Formas organizativas modernas en empresas grandes del sector cooperativo colombiano. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI (4), 145-161. <https://doi.org/10.31876/racs.v26i4.34654>

Cueva-Rivera, X. y Erazo-Álvarez, J. (2021). Impacto socioeconómico del COVID-19 en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 77-101. <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1275>

Data México. (2019). Yobaín. <https://datamexico.org/es/profile/geo/yobain?indicatorCensus=Total%20Income>

Domínguez, C. (2013). Investigación Empírica (Campo/Experimental) Investigación Teórica (Documental). *Academia.edu*. <https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2013/03/02-Metodos-investigacion-empirica-y-teorica.pdf>

Enríquez, A. y Sáenz, C. (2021). Primeras lecciones y desafíos de la pandemia de COVID-19 para los países del SICA. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46802-primeras-lecciones-desafios-la-pandemia-covid-19-paises-sica>

Falomir, R. (1991). ¿Demasiado pronto o demasiado tarde...? Algunas consideraciones sobre la naturaleza científica de la antropología. *Alteridades*, 1(1), 33-39. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74746342004>

Flores, D. y Barroso, M. (2010). *Teoría y estrategias de Desarrollo Local*. Universidad Internacional de Andalucía. [https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/3817/2010\\_desarrollolocal.pdf](https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/3817/2010_desarrollolocal.pdf)

Flórez, R., Rodríguez, J. y Semprun, R. (2021). Economía social como alternativa ante una sociedad posta coronavirus. *Revista de ciencias sociales (Ve)*. XXVII(2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28066593010>

Góngora, J. (2021). Desigual recuperación económica en Yucatán rumbo a 2022. *Diario de Yucatán*. <https://www.yucatan.com.mx/central-9/2021/12/16/desigual-recuperacion-economica-en-yucatan-rumbo-2022-286434.html>

González, K. (2017). Las actividades laborales según la estructura organizacional en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Mérida. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 4(7). <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/653/808>

Gunder, A. (1976). *América Latina: subdesarrollo o revolución*. Era.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2003). *Metodología de la investigación*. 3.ª ed. McGraw-

Hill. <https://www.gob.mx/shcp/gacetaeconomica/documentos/la-recuperacion-economica-de-mexico-esta-en-marcha-ocde-295142?idiom=es>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2020). División municipal. Yucatán. [https://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/yuc/territorio/div\\_municipal.aspx](https://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/yuc/territorio/div_municipal.aspx)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2020). *Estadísticas a propósito del día de las micro, pequeñas y medianas empresas (27 de junio)*. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/MYPIMES20.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2022). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>

Lewis, W. (1963). *Teoría del desarrollo económico*. Fondo de Cultura Económica. <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/TEORIA-DEL-DESARROLLO-ECONOMICO-LEWIS.pdf>

Lolas-Stepke, F. (2005). El sujeto de investigación: Aproximaciones a su estudio. *Persona*, (8), 59-67. <https://doi.org/10.26439/persona2005.n008.894>

Martínez, A. (2021). Impacto de la COVID-19 en la producción, empleo y digitalización de empresas en Guanajuato: una primera aproximación. *Nova scientia*. 13(1) [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S200707052021000300201&script=sci\\_arttext&lng=es](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S200707052021000300201&script=sci_arttext&lng=es)

Placeres, J., Gómez, M., Martínez, J., Olivares, A., López, L. y Sarabia, E. (2021). La COVID-19 y otras pandemias. *Revista Médica Electrónica*, 43(1), 1-14. <http://scielo.sld.cu/pdf/rme/v43n1/1684-1824-rme-43-01-2963.pdf>

Reyes, G. (2001). Principales teorías sobre el desarrollo económico y social. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, (4). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18100408>

Sabido, F. (2016). Vinculación del SNE en Yucatán con municipios del Estado. [https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/sabido\\_gongora.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/sabido_gongora.pdf)

Sánchez, A. y Navas, I. (Coord.). (2021). Efectos económicos de la pandemia de Covid-19. Universidad Nacional Autónoma de México. [https://libros.iiec.unam.mx/sites/libros.iiec.unam.mx/files/2021-09/Sanchez\\_efectoseconomicos.pdf](https://libros.iiec.unam.mx/sites/libros.iiec.unam.mx/files/2021-09/Sanchez_efectoseconomicos.pdf)

Santaella, J. (2018). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE). INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/>

Tamayo, G. (2001). Diseños muestrales en la investigación. *Revista Semestre Económico*, 4 (7), 13-14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5262273>