

Estrategias Comerciales implementadas por las empresas de Yobaín y Mérida para confrontar la Pandemia del COVID-19

Catherine Concepción Cob-Uicab¹²

Arturo Asael Caballero-Castillo¹³

Karina Concepción González Herrera¹⁴

Fecha de recepción: 6/10/2022

Fecha de aprobación: 9/12/2022

Resumen

El municipio de Yobaín ha presentado cambios en los negocios a causa del confinamiento en comparación con la ciudad de Mérida donde se identifica un impacto en las micro y pequeñas empresas a causa de la pandemia Covid-19 en 2020, por tal motivo estas afectan a la actividad económica de los empresarios. El objetivo del proyecto de estudio es conocer la forma estratégica comercial utilizada por las empresas para confrontar la pandemia y potencializar su permanencia en el mercado. Base a esto el método de investigación utilizado es de corte cualitativo, tipo empírica y etnográfica en el cual por medio de la observación y la experiencia se niegan todas las posibles teorías descartando cualquiera que vaya en contra de la realidad, considerando el 95% de confianza y un universo infinito para la determinación del tamaño muestral entre las empresas de las cuales impactaron en su actividad económica. En conclusión, se manifiesta que los negocios de Yobaín y Mérida han cambiado sus estrategias comerciales tras el confinamiento debido a sus bajos ingresos y han implementado las medidas sanitarias para el cuidado de su salud, así como también se puede observar el índice de problemáticas enfrentadas por las empresas de los municipios.

Palabras claves: empresas; covid-19; actividad económica.

¹² Técnico Superior Universitario área Formulación y evaluación de Proyectos. Estudiante de la Licenciatura en Gestión de Negocios y Proyectos <https://orcid.org/0000-0001-6798-3927;22051113@alumno.utmetropolitana.edu.mx>

¹³ Técnico Superior Universitario área Formulación y evaluación de Proyectos. Estudiante de la Licenciatura en Gestión de Negocios y Proyectos <https://orcid.org/0000-0002-3496-2668>.

¹⁴ Asesora de proyecto y de artículo. Doctora en Desarrollo Regional. Profesora Investigadora. Universidad Tecnológica Metropolitana. <https://orcid.org/0000-0002-1743-2614;karina.gonzalez@utmetropolitana.edu.mx>

COMMERCIAL STRATEGIES IMPLEMENTED BY THE BUNISSES OF YOBAÍN AND MÉRIDA TO CONFRONT THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract

The municipality of Yobaín has presented changes in business due to the confinement in comparison with the city of Mérida where an impact on micro and small businesses is identified due to the Covid-19 pandemic in 2020, for this reason these affect the economic activity of entrepreneurs. The objective of the study project is to know the commercial strategic form used by the companies to confront the pandemic and to potentiate their permanence in the market. Based on this, the research method used is qualitative, empirical and ethnographic, in which by means of observation and experience all possible theories are denied, discarding any theory that goes against reality, considering 95% confidence and an infinite universe for the determination of the sample size among the companies whose economic activity was impacted. In conclusion, it is shown that the businesses of Yobaín and Mérida have changed their commercial strategies after the confinement due to their low income and have implemented sanitary measures for the care of their health, as well as the index of problems faced by the businesses of the municipalities can also be observed.

Key words: business; covid-19; economic activity

Introducción

El presente proyecto está elaborado a partir de las necesidades identificadas en las empresas existentes en el municipio de Yobaín y la comparativa de la ciudad de Mérida del estado de Yucatán tras la pandemia denominada Covid-19. Asimismo, el tema de estudio revela las condiciones económicas que presentaron las microempresas y pequeñas empresas antes, mediante y después de la pandemia. Este proyecto se conforma de 12 apartados de los cuales aportaron información de fuentes confiables en relación a la recopilación de datos, las cuales se describen brevemente a continuación; en primer lugar, se presenta el planteamiento del problema, en el cual se puede encontrar la problemática que las empresas de Yobaín y Mérida presentan, como segundo apartado se presenta la pregunta para guiar el proceso de investigación y a su vez las hipótesis planteadas para anticipar una posible respuesta al estudio, posteriormente en se encuentran los objetivos, la justificación que describe el motivo de la investigación, como también se encuentra la delimitación del proyecto, el marco teórico, conceptual, referencial, la metodología, los resultados y por último las conclusiones del tema a estudiar.

Planteamiento del problema

La pandemia que se presenta en la actualidad refleja una amplia problemática en todos los niveles y sectores, sin embargo, para las empresas representa un riesgo y peligro, hasta el momento

muchas de ellas han dejado de existir y otras se encuentran en recuperación, procurando mantener su estabilidad financiera, a pesar que por ahora se ha vuelto a la normalidad hace unos meses la interacción no era la misma, esto ocasionó que se tuvieron que replantear su modelo de trabajo para continuar en funcionamiento, a su vez esto implicó una dificultad para algunas dado que el conocimiento con el que cuentan no siempre es el más adecuado para la aplicación de mejoras, cabe decir que la innovación tuvo un auge en este sentido, haciendo mención de los municipios de Yobaín y Mérida, la cantidad de empresas existentes en el lugar es limitada por lo que a partir del confinamiento muchas atravesaron por inconvenientes.

La Covid-19 actualmente se ha convertido en un mega mercado la forma en que se conciben y efectúan los negocios, debido a que con base a los años ha cambiado profundamente lo que con lleva a México no ser ajeno a este proceso; el país y las demás naciones en el mundo no pueden ser ajenas a esta situación.

Tras la pandemia Covid-19 se ha generado un gran impacto económico en determinados negocios ya sea pequeños, medianos o grandes. Como también entre los sectores más afectados estuvieron las manufacturas y la construcción, y se pueden documentar el uso de políticas y estrategias que mejoraron las posibilidades de supervivencia de los pequeños y medianos comercios y proveedores de servicios. (Bejarano et al, 2021)

De acuerdo con el Diario Oficial del Gobierno del Estado de Yucatán (2020):

El Decreto 200/2020 por el que se establece el Plan Estatal para Impulsar la Economía, los Empleos y la Salud, en su artículo 3 se encuentra el siguiente objetivo, proteger la salud de las y los yucatecos y disminuir las afectaciones económicas de las personas y empresas de Yucatán como consecuencia del Covid-19. Que, como consecuencia de la contingencia sanitaria ocasionada por el Covid-19, la sección económica es la más afectada, lo que resulta pertinente establecer medidas eficaces que permitan controlar una posible disrupción económica y un sufrimiento humano considerable, particularmente de los grupos sociales más vulnerables.

Uno de los factores de mayor relevancia en la determinación del éxito o fracaso de un emprendimiento es el financiamiento; los emprendedores recurren a apoyos financieros de diversas fuentes a lo largo de su proceso de gestación y maduración de su negocio, para ello se necesitan desarrollar habilidades de gestión que les permitan establecer comunicación con aquellos que poseen los recursos y a su vez dejando de lado el nivel de financiamiento.

Pregunta de Investigación

- ¿Qué acciones utilizaron las empresas para permanecer en el mercado durante la pandemia de la Covid-19, para mantener la economía de las familias y hogares de la localidad?

Hipótesis

- Las empresas que innovaron en sus procesos de comercialización al inicio de la pandemia se

mantuvieron estables más tiempo, que aquellas que realizaron cambios más tarde.

- El catálogo de proveedores de las empresas sufrió modificaciones en un 15% a causa del aumento de los precios de los productos de los proveedores.

Objetivo de investigación

- Analizar la forma estratégica comercial utilizada por las empresas para sobrevivir a la pandemia en Yobaín y Mérida potencializando su permanencia en el mercado.

Justificación

La crisis económica generada por el coronavirus tiene un impacto importante a nivel mundial y en donde golpeó estructuras productivas que representan una gran heterogeneidad entre los sectores y las empresas. Pocas actividades productivas, servicios de alta intensidad y algunas grandes empresas han dado valor agregado a trabajadores. Aproximadamente el 84 % de las empresas en los países en desarrollo sufrió una caída de sus ventas en comparación con el mismo periodo de 2019. La disminución promedio fue del 49 % y en cuatro meses después del punto máximo de la crisis, las ventas siguen siendo más de un 40 % más bajas (Freund, 2020).

El Covid-19 dio cierre y restricciones a la movilidad de las personas consumidoras que practicaban el distanciamiento social para evitar el contagio, una parte importante del comercio de bienes y servicios presentaron grandes limitaciones y muchos tuvieron que cerrar.

Para Esquivel (2020), el impacto de la pandemia sobre la actividad económica en México tiene una magnitud y características de dicha problemática en la que puede identificarse varias etapas; se percibe el primer efecto a fines del primer trimestre de 2020, el cual se derivó del cierre de varios países y del cierre de varios negocios no indispensables para el consumo humano.

De igual manera para el año 2021 en México existía más de 155 millones de personas en situación de pobreza. Es indispensable conocer la complejidad del confinamiento ya que esta alcanzó esferas que van más allá de la salud, esta crisis de dimensión global, represento una seria amenaza para muchos sectores productivos; en Yucatán, el ritmo de la recuperación se ha medido, además de los indicadores tradicionales, las encuestas directas al sector empresarial son un factor importante puesto se toma una muestra muy significativa de ellas, quienes comparten sus puntos de vista y a partir de ahí se pueda establecer una medición más precisa de la velocidad de la recuperación, al igual tomando en cuenta las medidas y estrategias necesarias a implementar para su sana recuperación.

Fierro, et al, (2021) indican que es importante señalar las estrategias aplicadas en las organizaciones empresariales que utilizan frecuentemente como una respuesta a las dinámicas y problemáticas que se generan al interior de las empresas. A grandes rasgos, la estrategia se vincula con una serie de elementos conceptuales que permiten analizar profundamente aspectos como el

pensamiento estratégico, la formulación estratégica, la administración estratégica, la gerencia estratégica, la competitividad, entre otras. Por su parte Mora, et al. (2020) mencionan que la situación en el sector alimentario es indispensable ante cualquier contingencia, así como tratar de garantizar su cadena de suministro y evitar cualquier riesgo para municipios y medio rurales, por lo cual los apoyos del gobierno, de instituciones públicas y privadas son necesarias, el papel que desempeñan los Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA), es de importancia para la reactivación e impulso a través del financiamiento del sector alimentario y medios rural del estado de Yucatán.

Delimitación

Comprende a las empresas ubicadas en el municipio de Yobaín y la ciudad de Mérida, en este estudio se pretende realizar la aplicación de una entrevista semiestructurada el día 07 de octubre de 2022 a una muestra total de personas encargadas o propietarias de las empresas existentes en dichos sitios con el objetivo de conocer la manera en la que confrontaron la pandemia Covid-19, así como las problemáticas que se presentaron en el transcurso de esta, debido a que en dicho acontecimiento las empresas fueron las más afectadas en distintos aspectos, lo que a su vez contrajo consecuencias para su economía.

Por otra parte, tanto en el desarrollo del proyecto y para la aplicación de los instrumentos se planea trabajar con el recurso humano, posteriormente con los resultados proceder a la elaboración de un análisis DAFO para determinar y plantear las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las empresas.

Marco teórico

La base de la teoría de desarrollo económico surge en 1950 como resultado de las investigaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Uno de los autores más distintivos fue Raúl Prebisch, adopta elementos neo-marxistas con la teoría económica keynesiana (ideas económicas liberales que surgieron en Estados Unidos y Europa como respuesta a la depresión de los años veinte).

No obstante, algunos autores como Dos Santos (1971) y Falleto (1973), refutan que las propuestas de desarrollo de la CEPAL fracasaron y en medio de estas circunstancias surgió la teoría de la dependencia económica. A finales de la década de los cincuenta y mediados de la década de los sesenta se publicó este modelo teórico más elaborado.

Para Boiser (1991) el desarrollo local es uno de los más importantes en teorías de crecimiento o mejoramiento, ya que en él se encuentran integradas las pequeñas cantidades de personas que conformas por ejemplo al Desarrollo Regional, en el cual se suelen llegar a confusiones entre ambas, pero el aspecto más significativo del tema en cuestión, es que el conjunto de seres humanos que primeramente mejorará será a nivel local, lo que a su posterior paso indicará un Desarrollo a nivel región, por ello es de suma importancia no demeritar esta teoría que podría parecer insignificante y

sin valor alguno, pero se podría considerar uno de los más complejos para lograr objetivo más grandes; dando como resultado que únicamente se le dé la merecida relevancia cuando se mira desde otra perspectiva, ya sea desde su interior o teniendo una vista panorámica, desde afuera.

La teoría del desarrollo económico de Sir Arthur Lewis abarca puntos como la oferta laboral infinita, limitaciones e implicaciones en base a la teoría clásica, la cual hace referencia a que se ve un crecimiento económico a partir de los trabajos de la casa realizado por mujeres dejando atrás lo efectuado por los hombres. Dicho esto, es por lo que se hace una comparación resaltando la producción con la producción humana, cabe mencionar que, William es uno de los pioneros de la economía del desarrollo por lo cual distingue el desarrollo con el crecimiento económico. El municipio de Yobaín sitio en donde fue efectuado el estudio, es caracterizado por su pequeña población, sin embargo, de acuerdo con las 3 teorías antes mencionadas, esta cuenta con un crecimiento y desarrollo económico bajo debido a la reciente pandemia Covid-19, este afectó determinados sectores como lo son las de producción, comercio y servicios. El municipio cuenta con aproximadamente 109 empresas, de las cuales se vieron afectadas un 20%, ocasionando cierres debido a los bajos ingresos de la demanda realizada por empresa.

Marco conceptual

El Covid-19 es una enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se descubrió en el año 2019, cuyo brote estalló en Wuhan (China), en diciembre de 2019.

La actual crisis generada por la pandemia Covid-19 ha impactado en todos los estamentos de la sociedad, por ello Flórez, et al. (2021), menciona que el Covid-19 ha sido un evento que ha trastocado a la sociedad a escala global; las personas, instituciones, gobiernos y sistemas han tenido que redefinir sus prácticas cotidianas y adecuarlas a las limitaciones puestas por la pandemia.

El confinamiento obligatorio conllevó a graves inconvenientes, dado que paralizó completamente la economía en el mundo, provocando el cierre de muchos negocios y la asociación de la tecnología en los ámbitos laborales-empresariales y educativos, muchos padres de familia se vieron en la necesidad de implementar en su vida cotidiana el uso de herramientas tecnológicas, así como adaptarse a ellas.

La economía de un país y el mundo se rige por distintos indicadores económicos, estos combinados con las grandes afectaciones de la pandemia dan como resultado consecuencias negativas, de acuerdo con Adan, et al. (2022), la pandemia generó un sinnúmero de cambios en el modelo de consumo de los clientes, en los métodos de fabricación de las empresas, la forma de trabajo y en el desarrollo de sus actividades, puesto que algunos negocios se tuvieron que mudar a la modalidad de trabajo en casa y acoplarse a ello, o incluso los llevó a plantearse nuevas estrategias para mejorar su funcionamiento haciéndolos más eficientes ante la contingencia.

Por consiguiente, Chiatchoua, et al. (2020) destacan el impacto que ha tenido el Covid-19 en la economía del mundo, lo que por su parte también conlleva una afectación al país, indicando que en México las más perjudicadas han sido las MyPES, manifiestan que los impactos de la pandemia en la economía mundial se observaron en la mayoría de los sectores y que esto se puede distinguir analizando solo las cifras, ciertamente, en los cambios también se puede identificar la participación del gobierno, es por ello que plantean estudiar las distintas variables económicas, dado que es de ahí donde se podrán desglosar los verdaderos impactos en esta cuestión.

Entre los tantos afectados derivados de la pandemia se encuentran las empresas, los cuales son una parte fundamental y motor de la economía, no obstante, fueron los más perjudicados a nivel global, al punto que hubo una reducción drástica en el número de unidades económicas, respecto a esto Bellamy y Suwandi (2020) mencionan que la pandemia que se vive en la actualidad ha ocasionado pérdidas, problemas y necesidades en el aspecto económico para las empresas, tales como el desempleo, decadencia en la gestión, incremento en las labores, provocando a su vez desafíos adicionales para los trabajadores y sus familias.

Las pequeñas y medianas empresas juegan un papel relevante en el desarrollo económico, estas por su parte impactan de diferentes maneras en el crecimiento de una región, desde la generación de ingresos, de empleos, hasta la obtención de inversiones; en lo que concierne al tema Chiatchoua y Lozano (2021), manifiestan su perspectiva en relación a la influencia de las pymes en la comunidad, detallando que son esenciales para las economías locales, en vista de que buscan reducir la pobreza, aumentar el crecimiento y el desarrollo de los sitios, además de que son la primera fuente de empleos formales e informales, suministran a las familias los bienes y servicios de manera inmediata, entre otras actividades de que impulsan el progreso local.

De igual forma la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2020), expresa que el impacto de la contingencia en las microempresas fue aún más severo, debido a que se vio reflejado en el cierre de establecimientos, despido de personal y reducción de empleos, siendo este el tipo de empresa que destaca en las regiones produjo grandes afectaciones en los diversos sectores.

La actividad económica ha pasado por diversas transformaciones a lo largo de los años, tanto a nivel internacional como nacional, sus impactos generan modificaciones en el ámbito empresarial, así como en los estilos de vida de las comunidades, si bien el Gobierno de México (2022) expresa que el 2020 fue un año crítico para la economía en el país por motivo de la pandemia de Covid-19, que en el primer semestre del 2021 se comenzó a recuperar la economía que en un lapso de 1 año se logró obtener mejores resultados que en años pasados.

Marco de referencia

El mundo está en constante cambio, algunas empresas cierran y se abren nuevas, según

investigaciones del especialista en datos Wolff (2022) hasta el mes de mayo, en todo el mundo se encontraban activas 304,495,506 empresas, de las cuales la mayor parte fueron microempresas y pymes, dejando en la minoría a las grandes empresas. En porcentajes, las empresas de 1 a 5 empleados representan el 61.67% con 187,779,976 microempresas, seguidas de medianas empresas de 6 a 49 empleados siendo estas el 26.24% con 79,914,446 establecimientos, las grandes empresas de 50 o más trabajadores representan el 12.09% siendo estas 36,801,084 empresas.

De acuerdo con información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], (2019) la cantidad de empresas que existen en Yucatán es de 142, 976, de las cuales la mayor parte de la cantidad total de establecimientos está conformada por las microempresas (0 a 10 empleados) con un 93.61%, mientras que solo existe un 5.37% de las pequeñas (11 a 50 empleados), 1, 232 empresas medianas (51 a 250 empleados) que representan el 0.86%, y las grandes empresas (251 y más empleados) cuentan con un porcentaje menor en el estado siendo este de 0. 16% o 223 establecimientos. En la tabla que se muestra a continuación se puede visualizar la cantidad de empresas en el estado, su respectivo tamaño, así como el personal ocupado dividido en hombres y mujeres.

Tabla 1

Cantidad de establecimientos y personal ocupado en Yucatán según el tamaño del establecimiento.

Tamaño del establecimiento	Universo total				
	Establecimientos	Porcentaje	Personal ocupado		
			Total	Hombres	Mujeres
			Número de personas		
Yucatán	142,977	100%	727,592	401,082	326,510
Micro: 0 a 10	133,840	93.61%	305,939	145,759	160,179
Pequeña: 11 a 50	7,682	5.37%	155,925	88,497	67,428
Mediana: 51 a 250	1,232	0.86%	126,764	80,834	45,930
Grande: 251 y más	223	0.16%	138,964	85,991	52,973

Fuente: Elaborado a partir del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2019).

La mayoría de los establecimientos en Yucatán se concentran en actividades comerciales (comercio al por mayor y al por menor), industrias manufactureras, servicios privados no financieros (servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, servicios profesionales, científicos y técnicos, corporativos, servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, entre otros), servicios públicos, asociaciones religiosas y el resto de actividades económicas (pesca y acuicultura, servicios relacionados con las actividades agropecuarias y forestales, minería, construcción, transportes, correos y almacenamiento, etcétera).

Metodología

Este proyecto aplicó el enfoque cualitativo debido a que autores como Blasco y Pérez (2007), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en un contexto natural de acuerdo con lo que sucede, como también interpreta la información recabada de acuerdo con las personas implicadas. Este enfoque utiliza instrumentos para la recolección de información como las entrevistas, historias de vida que tienen significados, y basado en las observaciones de los participantes.

1. Según el objeto

Según Álvarez (2013) basado en la investigación factual, está fundamentada en hechos reales los cuales se pueden llegar a comprobar y será lo mismo cada vez que se consulte utilizando la técnica.

Un método muy importante para generar la teoría es el meta-análisis, que, de acuerdo con Hernández, et al. (2014) construye el intento para resolver las contradicciones que hay entre los resultados de las diferentes investigaciones y evaluar los posibles patrones que haya en común con los diferentes estudios. La investigación factual se basa en estudiar los acontecimientos en torno a la experimentación y la observación, esta clasificación busca definir la coherencia entre lo que está pasando y la forma de transmitirlo mentalmente, por lo cual, a través de las entrevistas aplicadas se puede lograr comprobar la hipótesis planteada.

2. Según el objetivo

Álvarez-Risco (2020) menciona que la investigación aplicada, es manipulada cuando se procura obtener datos y conocimientos que generen resultados incomparables para atender las problemáticas existentes en lo que concierne al tema de investigación. En cuanto al proyecto, se aplicó este tipo de investigación, de acuerdo a su objetivo, ya que se realizaron entrevistas al personal de las empresas de Yobaín y Mérida con el fin de conocer sus puntos de vista y los hechos que se desarrollan en su negocio ante la presencia del Covid-19.

3. Según la fuente

Para Malhotra (2008), los datos primarios se recolectan con la finalidad de abordar un problema en específico, una de las principales características es que en la mayoría sus costos son

elevados, pero se obtiene información específica acerca de un problema. Los datos primarios provenientes de una investigación cualitativa buscan proporcionar conocimientos y comprensión del entorno del problema. El instrumento utilizado para la recolección de los datos dentro de esta investigación fueron las entrevistas estructuradas, ya que el objetivo es obtener información de las empresas de los municipios de Yobaín y Mérida que sobrellevaron la contingencia de la Covid-19.

4. Según el método

Este proyecto aplica la investigación empírica y etnográfica la cual de acuerdo con Domínguez (2013), define a la investigación empírica como la observación y experiencia que niega las posibilidades de ideas o pensamientos instantáneos, debido a que se aplican instrumentos para recolectar pruebas y hechos reales. Por otra parte, Falomir (1991) define el método etnográfico como la observación del participante y el uso de la complejidad para determinar datos de los sujetos estudiados en una localidad determinada.

5. Según el alcance

Con base a la explicación de Hernández, et al. (2014), se determina que es correlacional porque se plantea una hipótesis que establece una relación entre dos o más variables y busca conocer cómo se comportan los sujetos de estudio respecto a estas con el fin de intentar predecir el resultado de un grupo más amplio.

Anteriormente se plantearon hipótesis de acuerdo con el proyecto y conforme a los resultados de las entrevistas entre otros datos se pretende comprobar su veracidad.

6. Según el período que abarcan

De acuerdo a lo que menciona Hernández, et al. (2003) el propósito de la investigación de tipo transversal recolecta es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Según el periodo que abarca el proyecto es transversal ya que los datos se recogerán en un único momento y los sujetos participarán una sola vez.

Métodos e instrumentos para la recolección de datos

Se realizarán dos instrumentos, el primero consiste en una entrevista, por ser un instrumento cuya finalidad es la de recolectar datos de manera flexible, permitiendo así que se obtenga información de una manera más profunda y detallada adaptado a la situación y características de la persona entrevistada (Díaz-Bravo, et al., 2013). La entrevista fue de tipo semiestructurada, fijando las preguntas en 10 aspectos de generalidades y 5 secciones haciendo un total de 26 preguntas abiertas con tiempo de anticipación y con un orden a seguir para englobar las series de interrogantes en diversas secciones. Posteriormente se desarrollará la herramienta DAFO, cabe destacar que la entrevista se le aplicó a mínimo 43 personas pertenecientes al municipio de Yobaín y Mérida con el fin de cubrir una muestra representativa.

Sujeto de estudio

Un sujeto de estudio según Lolas-Stepke (2005), son individuos que comparten características en particular, por ejemplo, edad, sexo, estado civil, superficie geográfica, puntos de vista, etc., y que por igual generen información notable relacionada a una sinopsis de estudio, sobre todo que sea de conveniencia para la disección 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

De acuerdo con lo que señala Cerda (2008), la muestra se utiliza cuando la población de estudio es muy grande, tiene que ser representativa y los resultados serán aplicables para toda la población. El método más recomendable si se está haciendo una investigación cuantitativa es el de muestreo probabilístico, porque todos los componentes de la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados para la muestra. La cantidad de entrevistados cuando es reducida infiere en un estudio cualitativo a pesar de que se analice los datos numéricos.

El universo finito es aquel en el que el número de unidades de información es definido y

limitado. En cuanto al universo infinito se refiere a una población en la que el número de unidades que la componen no puede determinarse definitivamente. (Hernández, et al., 2014). Además, si un universo es muy grande, también se considera un universo infinito, como el número de hojas de un  rbol. En esta investigación se determinó el tamaño de la muestra contemplando un universo infinito, sin embargo, al ser un instrumento de recolección de datos cualitativo se consideró que esto no aplica, no obstante, a continuación, se presenta el resultado de la fórmula:

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

Tabla 2

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).

Muestra por conveniencia

Las muestras por conveniencia son todas aquellas tomadas debido a la accesibilidad del investigador en cuanto a la recolección de información de una localidad de manera rápida y económica. Con el fin de crear hipótesis que pudiesen contener riesgos en los resultados se implementa este tipo de muestra en las primeras etapas de la investigación (Tamayo, 2001).

Durante este proyecto se implementó una muestra por conveniencia debido al tamaño de

esta (universo infinito) ya que se aplicaron entrevistas a todas las empresas existentes en el municipio, por lo que este tipo de muestra pertenece al muestreo no probabilístico y los resultados no son puntuales.

Diseño de la investigación

La investigación es de tipo no experimental dado que solo se estudiaron las variables en cuestión, mas no se manipularon de alguna forma, se procedió a observar y registrar los resultados para posteriormente ser analizados, y por el tema de investigación no fue posible afectar las variables puesto que es algo que ya sucedió.

De acuerdo con Hernández, et al. (2014), es una investigación no experimental, es decir, son estudios en los que no se pueden manipular de manera intencional las variables, y solo se limita a observar lo ya existente sin provocación alguna, ya sea porque no se puede influir en las variables o porque es un hecho pasado.

A su vez es de tipo transaccional o transversal debido a que la información es recopilada en un determinado momento, y según la división de este es correlacional-causal, el cual consiste en describir la relación entre dos o más variables, además de hacer uso del planteamiento de hipótesis.

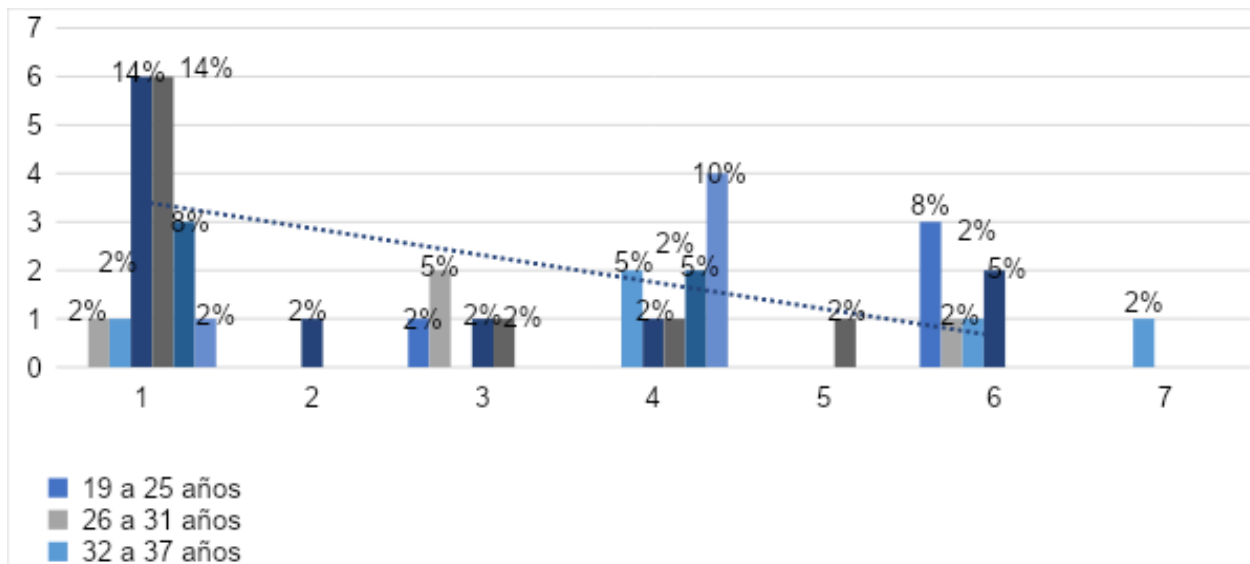
Resultados

De acuerdo a los datos estudiados en la investigación de campo se logró determinar que la hipótesis la cual menciona que “las empresas que innovaron en sus procesos de comercialización al inicio de la pandemia se mantuvieron estables más tiempo, que aquellas que realizaron cambios más tarde” se descarta debido a que todas las empresas se vieron afectadas por igual sin importar el tiempo en que innovaron sus procesos de comercialización.

Por otra parte, se confirmó que la hipótesis que menciona “el catálogo de proveedores de las empresas sufrió modificaciones en un 15% a causa del aumento de los precios de los productos de los proveedores” es sumamente cierta de acuerdo a las interpretaciones y relación de variables, lo cual representa que el catálogo de los proveedores se mantenía en constante cambio durante la contingencia del Covid-19.

Se puede mencionar que, del total de sujetos entrevistados las mujeres representan el índice más alto de estado civil casadas, lo que representa el 28%, respecto al estado civil del resto de los entrevistados y se visualiza que el rango de edad predominante se sitúa entre los 38 a 49 años (figura 1).

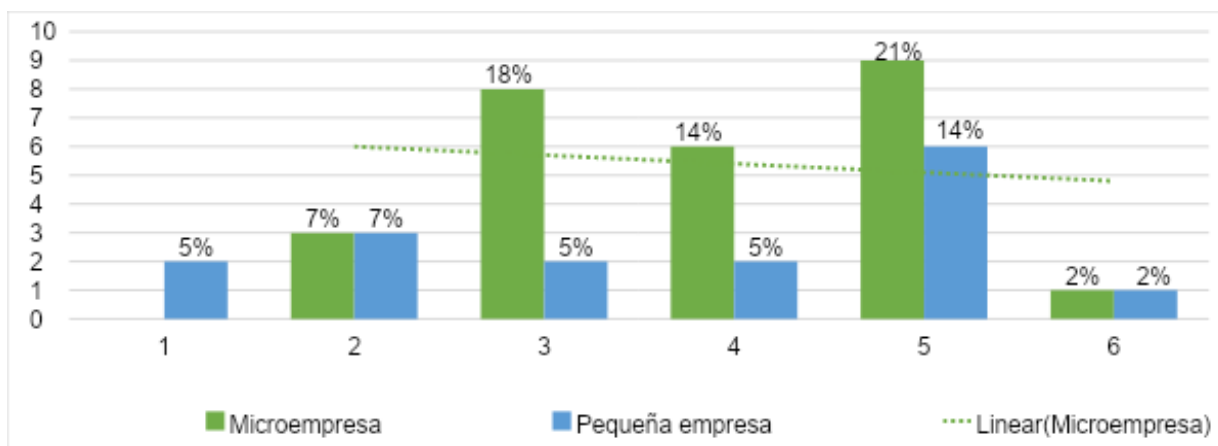
Figura 1. *Edad de acuerdo al estado civil y el sexo de los entrevistados.*



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

Se representa el tamaño, la actividad económica y los años que llevan operando las empresas (figura 2), determinando que el 60% representa a las microempresas que en su mayoría son comercios, los cuales llevan de 2 a 10 años laborando, y la diferencia porcentual está constituida por pequeñas empresas.

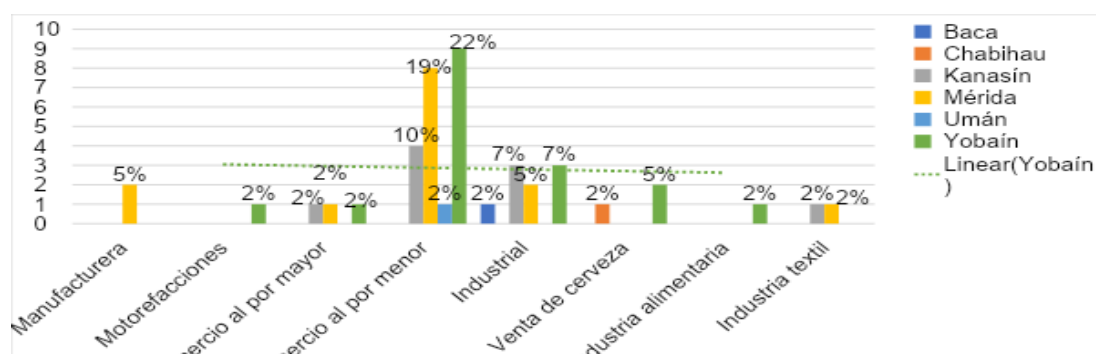
Figura 2. Tamaño de la empresa de acuerdo a la antigüedad del negocio y la actividad económica.



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

Como se puede observar a continuación, la actividad económica predominante en las empresas entrevistadas es el comercio, del cual la mayor presencia la tienen los comercios al por menor que representa al 22% y se destaca que la gran parte se encuentran ubicados en el municipio de Yobaín, Yucatán (figura 3).

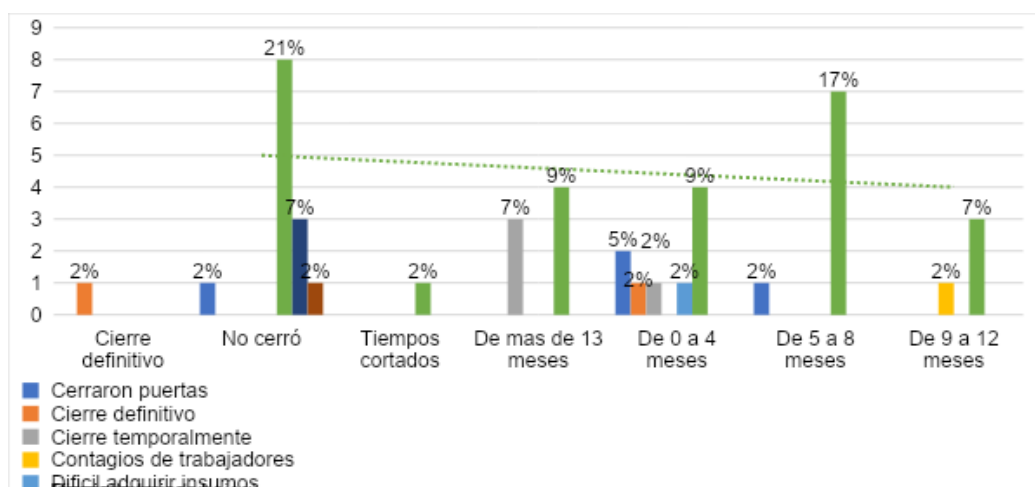
Figura 3. Localidad del empresario, de acuerdo al tipo de comercio que se dedica.



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

De acuerdo a las personas entrevistadas el 65% manifiesta que una de las problemáticas que se mantuvo durante la contingencia fue la disminución de ingresos, en el municipio algunos de los negocios tardaron de 0 a más de 13 meses en reanudar operaciones. Asimismo, el 32% de las microempresas no cerraron puertas por ser de primera necesidad (figura 4).

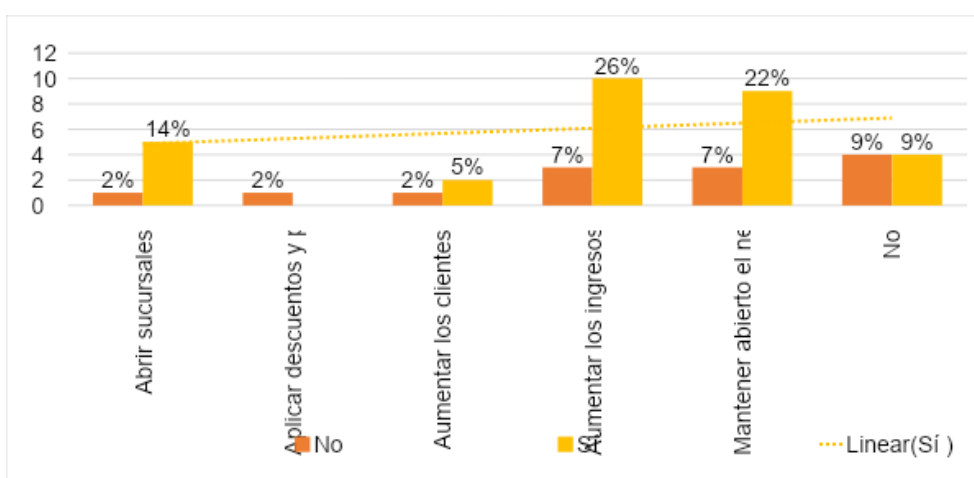
Figura 4. Principales problemas tras la Covid-19 de acuerdo al cierre de los negocios.



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

Se destaca que el 33% menciona que uno de los objetivos primordiales se basa en el aumento de ingresos esperados en los próximos años, así mismo el 76% manifiesta que las empresas han alternado sus operaciones comerciales y formas de brindar servicios tras el confinamiento implementando las medidas sanitarias correspondientes para el cuidado de su salud (figura 5).

Figura 5. Cambio en operaciones comerciales de acuerdo a las acciones implementadas y objetivos deseados.



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

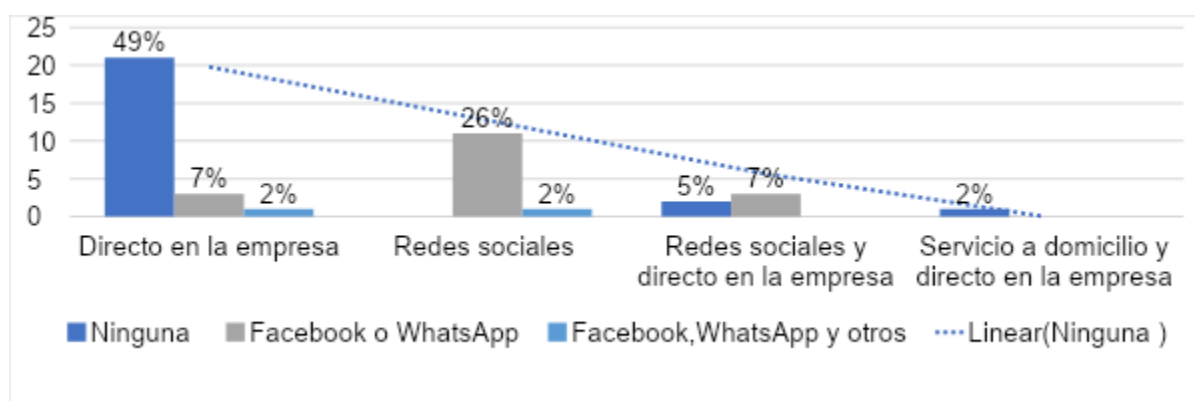
Figura 6. Fotografía de la aplicación de las entrevistas en el municipio de Yobaín.



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

Se puede visualizar que el 44% de los encuestados utilizan alguna de las redes sociales o aplicaciones funcionales para las empresas (Facebook, WhatsApp, Instagram, correo electrónico), en contraste con el 56% que respondió que no cuenta con ninguna (figura 7).

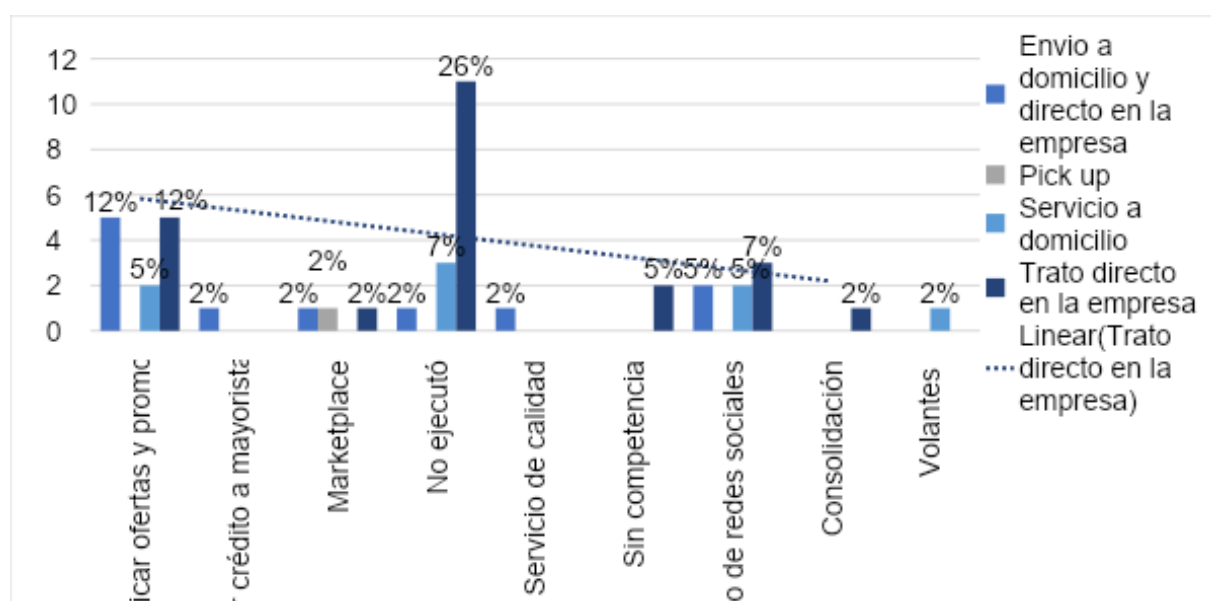
Figura 7. *Uso de redes sociales a partir de la manera en que est n en contacto con los clientes y su frecuencia de actualización de los productos o servicios.*



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

Se puede determinar que, de los negocios sondeados, el 54% no cuentan con servicio a domicilio o con la opción de recoger en ella, haciendo uso del método en donde únicamente se puede solicitar y recibir los productos directamente en la empresa (figura 8).

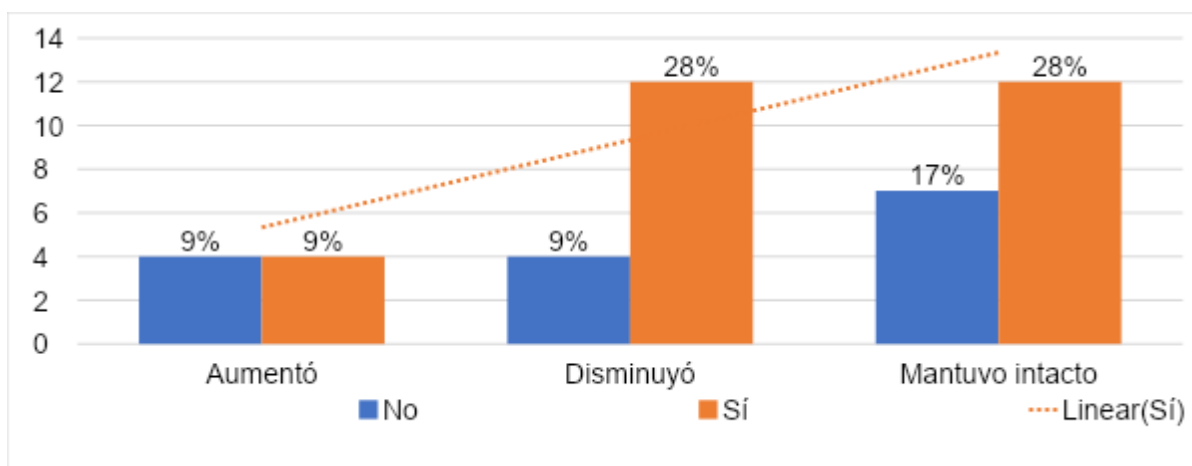
Figura 8. *Medio de hacer llegar los productos o servicios a los clientes de acuerdo a las estrategias de la empresa.*



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

Del total de negocios objetos de estudio en el municipio, el 37% (12 personas) mencionó que las dificultades que se presentaban previamente a partir de la adquisición de los insumos, en relación con su catálogo durante la pandemia, situación que se presentó antes de la pandemia y que disminuyeron respectivamente, pero la respuesta final la determina la tercera opción, es decir, no tuvo movimientos (se mantuvo intacto), la cual indica que hubo un aumento de dificultad en la adquisición de productos, esta respuesta fue dada por el 9% del total de negocios investigados (figura 9).

Figura 9. Dificultades de adquisición de insumos en relación con el nivel de su catálogo en la pandemia de la Covid-19.



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

Matriz FODA

De acuerdo a la aplicación de 43 entrevistas de tipo estructurada pertenecientes al municipio de Yobaín y Mérida con el fin de cubrir una muestra representativa y fijando las preguntas con tiempo de anticipación y con un orden a seguir para englobar las series de interrogantes en diversas secciones, se desarrolla posteriormente un FODA (véase tabla 3).

Tabla 3. Matriz FODA del análisis de la evolución de las empresas a partir del Covid-19 en Yobaín.

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de redes sociales para promocionar sus productos (Facebook, WhatsApp). 2. Adaptabilidad a los cambios. 3. Entregas a domicilio como resultado de la implementación de acciones operativas. 4. Cumplimiento de las medidas de seguridad e higiene. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adaptación a las actualizaciones del mercado. 2. Modificaciones en el catálogo de proveedores.
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresos bajos. 2. Problemas económicos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La inflación y el aumento de los precios de los productos. 2. Cambios en las condiciones climáticas. 3. Sobrepoblación.

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

Discusión de resultados

En la presente investigación al estudiar las maneras en las que las empresas de Yobaín y Mérida sobrellevaron el confinamiento ocasionado por la pandemia Covid-19, se pudo encontrar que las personas redujeron la variedad de productos que antes de la pandemia solían comprar, cuestión explicada en los trabajos de Tejero (2021) en dónde detalla que, a partir del Covid-19 las familias experimentaron un golpe a la salud económica del hogar, lo que ocasionó que se preocuparan más por el gasto y redistribuyeran sus compras.

En consecuencia, las empresas más pequeñas fueron las más afectadas, lo cual fundamenta un estudio realizado en la zona metropolitana de Aguascalientes para analizar el impacto de la pandemia ocasionada por el coronavirus (Covid-19), Bejarano, et al. (2021) en el cual se determina que los principalmente afectados ante las políticas de cierre temporal o de restricciones son los micro, pequeños y medianos negocios, puesto que se restringe el desarrollo de sus actividades, al igual que la ca da de la demanda constituyó un factor negativo para sus operaciones y ventas, aspecto que tuvo similitud con respecto a los municipios de Yobaín y Mérida, en vista de que muchos de los micro y pequeños negocios se vieron en la necesidad de cerrar temporalmente, lo que limitó el poder realizar sus labores comerciales o de servicios, lo cual surgió a raíz de los contagios y por la baja en las ventas.

Por su parte, Bejarano, et al. (2021) también menciona que las medidas de control de entrada de los clientes a los negocios fue un elemento efectivo, dado que contribuyó para conservar el nivel de ventas y no frenar su consumo, lo cual fue una estrategia muy aprovechada por los pequeños negocios en Yobaín y Mérida, en donde un número considerablemente alto de negocios tuvo que atender a puertas cerradas a sus clientes con tal de evitar contagios y poder seguir en funcionamiento, al mismo tiempo que respetaban las medidas impuestas por el gobierno.

En cuanto a ingresos se refiere, un alto índice de empresas en Yobaín y Mérida que expresaron tener una disminución de ventas y por ende de ganancias durante la pandemia, de la misma manera esperaban tener un alza en sus ingresos para hacer frente a lo perdido en meses pasados y recuperar sus inversiones. Una minoría de los negocios de la localidad en específico tuvieron que adquirir insumos fuera del municipio además de que por la ubicación algunos proveedores no llegaban hasta el sitio, no obstante, varios negocios implementaron nuevos métodos de entrega a los clientes, como es la forma de repartición junto con la utilización de medios tecnológicos como son las redes sociales.

Figura 10. *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

Con los resultados obtenidos en el presente trabajo operativo de campo, se observó que en esta sección existió un alto porcentaje de problemáticas durante la contingencia del Covid-19 que presentaron la mayoría de las empresas del municipio de Yobaín en comparación a las encontradas en la ciudad de Mérida.

Con los datos expuestos en la presente investigación se determina que de acuerdo a esta sección titulada 'estrategias comerciales' se menciona que unos de los objetivos fundamentales se basa en el aumento de ingresos esperados en los próximos años, a su vez se 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 así como también se puede observar que el índice de préstamos para enfrentar las posibles crisis que se pudieran presentar en el municipio es alto.

Por otra parte, se pudo visualizar que la mayoría de los encuestados utilizan alguna de las redes sociales o aplicaciones funcionales para las empresas (Facebook, WhatsApp, Instagram, correo electrónico), no obstante, hay empresas que no cuenta con ninguna de ellas y tampoco cuentan con servicio a domicilio o con la opción de recoger en ella, haciendo uso del método en donde únicamente se puede solicitar y recibir los productos directamente en la empresa.

En este caso los proveedores tuvieron la particularidad de satisfacer las necesidades de los negocios, sin embargo, cuando la pandemia estaba en su mero apogeo, estos experimentaron retrasos por las barreras de entrada que el gobierno impuso a las afueras del municipio para evitar contagios. Tanto los proveedores que iban al mismo, como también las personas que intentaban viajar a otros municipios para abastecerse de los productos, se vieron afectados por el cierre definitivo que llegó a haber tras el confinamiento. También se identificaron múltiples quejas acerca de que el precio de los insumos y productos que los proveedores les ofrecían había experimentado alzas de precios a causa de las situaciones. Por lo que se concluye que hubo dificultades para la adquisición de productos entre las familias, al igual que los vendedores reconsideraron qué productos ofrecer a la venta de los que eran de mayor necesidad entre la población, que, en su mayoría, terminaron siendo productos de uso básico y esencial, por lo que su catálogo de productos se quedó intacto e incluso hubo casos en los que disminuyó el contenido de este.

Referencias

- Adan, J., Munar, L., Romero, G., y Gordillo, A. (2022). Nuevos desafíos de las pequeñas y medianas empresas en tiempos de pandemia. *Tecnura*, 26 (72) 185-208.
<http://www.scielo.org.co/pdf/tecn/v26n72/0123-921X-tecn-26-72-185.pdf>
- Álvarez, J. (2013). *Como hacer una investigación cualitativa*. PÁIDOS.
https://www.academia.edu/19475650/%C3%81lvarez_gayou_c%C3%B3mo_hacer_investigaci%C3%B3n_cualitativa
- Álvarez-Risco, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. [Tesis doctoral, Universidad de Lima] Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
<https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>

- Bejarano, H., Hancevic, P., y Núñez, H. (2021). Impacto económico del covid-19 en negocios pequeños y medianos bajo restricciones voluntarias e impuestas. *EconoQuantum*, 18 (2), 23-56. <https://doi.org/10.18381/eq.v18i2.722>
- Bellamy, J., y Suwandi, I. (2020). *COVID-19 y el Capitalismo Catástrofe- Cadenas de productos básicos y crisis ecológica-epidemiológica-económica*. La Alianza Global Jus Semper. <https://www.jussemper.org/Inicio/Recursos/Info.%20econ/Resources/JBellamyFosterISuwandiCovid19CapitalismoCatastrofe.pdf>
- Blasco J., y Pérez J. (2007). Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12270/1/blasco.pdf>
- Boiser, S. (1991). *Política económica, organización social y desarrollo regional*. Cuadernos del ILPES. <http://hdl.handle.net/11362/7494>
- Cerda, H. (2008). Elementos de la investigación. Editorial El Búho.
- Chiatchoua, C., Lozano, C., y Macías-Durán, J. (2020). Análisis de los efectos del COVID-19 en la economía mexicana. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad La Salle*, 14 (53), 265-290. <https://doi.org/10.26457/recein.v14i53.2683>
- Chiatchoua, C., y Lozano, M. (2021). Mecanismos de ajuste y digitalización de las micro y pequeñas empresas ante el COVID-19 en México. *Nova Scientia*, 13 (e). <https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2733>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf
- Diario oficial del gobierno del estado de Yucatán. (2020). *Reglas de operación del programa de crédito y financiamiento denominado microyuc emprendedores, para implementar el plan estatal para impulsar la economía, los empleos y la salud*. Secretaría de Desarrollo Social. http://www.yucatan.gob.mx/docs/diario_oficial/diarios/2020/2020-04-03_1.pdf
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., y Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2 (7), 162-167. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349733228009>
- 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>
- Dos Santos, T. (1971). *La Estructura de la Dependencia*. Extending Horizons.
- Esquivel, G. (2020). Los impactos económicos de la pandemia en México. *Economíaunam*, 17 (51), 1-18. <https://doi.org/10.22201/fe.24488143e.2020.51.543>
- Falleto, E. (1973). *Dependency and Development in Latin America*. University of California Press.

- 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>
- Fierro, E., Cuauhtémoc, S., y Linares. R. (2021). Estrategias de respuesta de empresas mexicanas ante los impactos de la crisis por Covid-19. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 10 (29). <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968300005/html/>
- 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>
- Freund, C. (2020). Las empresas luchan por mantenerse a flote después de perder la mitad de las ventas, pero aún retienen a los trabajadores. Banco Mundial Blogs. <https://blogs.worldbank.org/es/voces/las-empresas-luchan-por-mantenerse-flote-despues-de-perder-la-mitad-de-las-ventas>
- Gobierno de México. (2022). La recuperación económica de México está en marcha, (OCDE). <https://www.gob.mx/shcp/gacetaeconomica/documentos/la-recuperacion-economica-de-mexico-esta-en-marcha-ocde-295142?idiom=es#:~:text=En%20el%20%22Estudio%20Econ%C3%B3mico%20de,%C3%B3venes%20fueron%20los%20m%C3%A1s%20afectados.>
- 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>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. 6.ª ed. McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2019). *Censos Económicos 2019*. <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/#Tabulados>
- Lolas-Stepke, F. (2005). El sujeto de investigación: Aproximaciones a su estudio. *Persona*, (8), 59-67. <https://doi.org/10.26439/persona2005.n008.894>
- Malhotra, K. (2008). *Investigación de mercados*. (5.ª ed.). Pearson Educación.
- Mora, B., Cuevas, J., y Gallegos, G. (2020). *Efectos del Covid-19 en el sector rural en Yucatán (I)*. El economista. <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Efectos-del-Covid-19-en-el-sector-rural-en-Yucatan-I-20200621-0038.html>
- Tamayo, G. (2001). Diseños muestrales en la investigación. *Revista Semestre Económico*, 4 (7), 13-14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5262273>

Tejero, M. (2021). El consumidor en la nueva realidad. Hábitos de compra en el sector de la alimentación tras el impacto de la Covid-19. *Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Comillas Universidad Pontificia*. <https://cutt.ly/bMQALdB>

Wolff, D. (2022). Number of companies worldwide surpasses 300 million [El número de empresas en el mundo sobrepasa los 300 millones]. *BoldData*. <https://bolddata.nl/en/number-of-companies-worldwide-surpasses-300-million/>

Anexos

Anexo 1. Entrevista elaborada para el análisis de la evolución de las empresas a partir del Covid-19 en Yobaín.

ENTREVISTA

Objeto de estudio: Analizar la trayectoria que han presentado las empresas en la localidad de Yobaín desde la presencia de la pandemia Covid-19, para su continuidad en el mercado.

Instrucciones: Lee y responde detenidamente cada pregunta de acuerdo a su propio criterio. Cabe decir que la información recopilada será utilizada para fines académicos y sus respuestas se tratarán de manera confidencial.

GENERALIDADES

Edad:

Estado civil:

Sexo:

Lugar de nacimiento:

¿Habla alguna lengua indígena?:

Lugar en donde habita:

Nombre de la empresa:

Tamaño de la empresa:

Microempresa____ Pequeña empresa____ Mediana empresa ____ Gran empresa____

Actividad económica:

Cargo/Puesto del entrevistado:

¿Cuántos años lleva su negocio abierto?

SECCIÓN 1. 'Problemáticas generales como resultado de la contingencia'

1. ¿Cuáles fueron los principales problemas en los que se encontró su negocio tras la presencia del Covid-19?
2. Derivado del cierre obligatorio de empresas que indicó el gobierno ¿Cuánto tiempo tardó su empresa en reanudar las operaciones?
3. ¿En algún momento consideró realizar un recorte de personal para poder solventar otras necesidades?
4. ¿Consideró cerrar su empresa por algún período de tiempo por cuestiones de salud o protección?

SECCIÓN 2. 'Estrategias comerciales'

1. ¿Realizó algún cambio en las operaciones comerciales o prestaciones de servicio para mejorar su negocio?
2. ¿Durante la pandemia, su empresa implementó acciones operativas para enfrentar la contingencia?
3. ¿Se ha planteado nuevos objetivos para su negocio tras la pandemia?
4. ¿En el transcurso de la pandemia su negocio afrontó alguna crisis económica?
5. ¿Se vio en la necesidad de recurrir a la solicitud u obtención de algún préstamo para solventar sus gastos? En caso de que su respuesta sea afirmativa comente ¿De qué forma empleo el capital adquirido?

SECCIÓN 3. 'Ingresos'

1. ¿Cómo es su situación económica actual?
2. ¿Cómo han sido sus ingresos promedio mensuales durante la pandemia?
3. ¿Considera que hubo una reducción o aumento en sus ingresos a partir del confinamiento?
4. ¿Usted anticipa que sus ingresos aumenten, disminuyan o permanezcan igual, en relación al inicio de la pandemia?
5. ¿Cuenta con algún adeudo?
6. ¿Cuánto ha invertido para retomar su actividad económica cotidiana?

SECCIÓN 4. 'Comercialización'

1. ¿Cuáles son las redes sociales con las que cuenta su negocio?
2. ¿Con qué frecuencia actualiza la información de sus redes sociales?
3. ¿Qué estrategias ejecutó en su empresa para darse a conocer e incrementar ingresos?
4. ¿De qué manera mantiene contacto continuo con sus clientes?
5. ¿Qué medio utiliza para hacer llegar a sus clientes sus productos?

SECCIÓN 5. 'Proveedores'

1.  Qu  dificultades ha presentado en cuanto a sus proveedores tras el confinamiento?
2. Desde su perspectiva  su catálogo de productos se mantuvo intacto, aumentó o disminuyó?
3.  Durante la pandemia enfrent  alguna situación respecto a la adquisición de los insumos para poder desarrollar su actividad económica?
4.  C mo es su relación con sus proveedores?
5.  Durante la pandemia los proveedores le surtieron a tiempo?