

Percepción del Impacto Económico de la Pandemia de COVID-19 en las Microempresas de Tabasco y el Papel del Internet en su Preservación.

Perception of the Economic Impact of the COVID-19 Pandemic on Tabasco's Microenterprises and the Role of the Internet in its Preservation.

López Moreno, Cristina del Carmen*, García Rodríguez, José Félix**

*Estudiante de la Licenciatura en Economía. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Email: lopez_morenocristina@hotmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2425-7658>.

**Doctor en Finanzas Públicas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Email: jfgr55@hotmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7319-1472>.

Correo para recibir correspondencia:

Cristina del Carmen López Moreno
lopez_morenocristina@hotmail.com

ISSN 2448-4733



RESUMEN

OBJETIVO: Analizar e identificar el impacto económico de la pandemia en las MIPYMES de Tabasco, así como describir el papel jugado por el internet en la preservación de estas empresas.

MATERIAL Y MÉTODO: El diseño de la investigación es descriptivo, documental y exploratorio con enfoque cuantitativo. La población objeto de estudio está compuesta por 70 microempresas de Villahermosa, Tabasco. En la recopilación de información, se aplicó un cuestionario adaptado del instrumento aplicado por INEGI acerca del impacto económico generado por el COVID-19 en las empresas.

RESULTADOS: La disminución de ingresos de las MIPYMES constituyó el principal problema, ya que condujo al cierre parcial o definitivo de la empresa, puesto que éstos ya no eran suficientes para mantenerlas operando. Como respuesta, optaron por realizar *home office* y tratar de adaptarse a la nueva realidad.

CONCLUSIONES: Las microempresas entrevistadas sufrieron afectaciones económicas durante la pandemia, como son: reducción del personal, incremento de retrasos en el pago de sus adeudos por parte de sus clientes y compradores, disminución de la demanda, cancelación de sus pedidos y disminución de sus ingresos. El uso del internet, significó una estrategia fundamental para su permanencia.

PALABRAS CLAVE: COVID-19, Mipymes, Internet, Tecnología de la información.

ABSTRACT

OBJECTIVE: To analyze and identify the economic impact of the pandemic on MSMEs in Tabasco, as well as to describe the role played by the Internet in the preservation of these enterprises.

MATERIAL AND METHOD: The research design is descriptive, documentary and exploratory with a quantitative approach. The study population is composed of 70 microenterprises in Villahermosa, Tabasco. A questionnaire adapted from the instrument applied by INEGI on the economic impact generated by COVID-19 on the companies was used to collect information.

RESULTS: The decrease in income of the MSMEs was the main problem, as it led to the partial or definitive closure of the enterprise, since these were no longer sufficient to keep them operating. As a response, they opted to carry out home office and try to adapt to the new reality.

CONCLUSIONS: The micro-enterprises interviewed suffered economic effects during the pandemic, such as: reduction of personnel, increase in delays in the payment of their debts by their clients and buyers, decrease in demand, cancellation of their orders, and decrease in their income. The use of the internet, was a fundamental strategy for its permanence.

KEY WORDS: COVID-19, MSMEs, Internet, Information technology.

La crisis sanitaria provocada por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19), impactó determinadamente en materia de salud, bienestar, economía y empleo a todos los mexicanos. El Gobierno Federal tomó drásticas medidas sanitarias para poder controlar los efectos de la pandemia, una de éstas fue la campaña de la “sana distancia” y declaró desde el 30 de marzo del 2020 una emergencia sanitaria a nivel nacional, en la que se llamó a la población a quedarse en casa y tomar medidas básicas de higiene. De igual forma, se acordó la suspensión inmediata de actividades no esenciales en los sectores público, privado y social.

Desde el punto de vista económico, el virus tuvo un fuerte impacto en la economía mundial, nacional y local (Rubinzal, 2020). Es importante mencionar que la pandemia de COVID-19 afectó de manera particular a las microempresas a nivel nacional y estatal, lo que obligó a muchas adaptarse a la nueva realidad para poder subsistir. El propósito de esta investigación es describir el impacto económico de la pandemia de COVID-19 en la operación de las MIPYMES de Tabasco, así como el resultado de la aplicación intensiva del internet como estrategia aplicada por las empresas para poder seguir operando y mantener su planta laboral.

El internet y su impacto en la vida diaria

La economía del Internet ha evolucionado sustancialmente en los últimos años, impulsada por las innovaciones tecnológicas y los nuevos modelos de negocio. La inteligencia artificial y la *blockchain* han dado lugar a un renacimiento industrial y tecnológico. En una economía hiperconectada, ningún sector y actividad económica y social puede quedarse al margen de la tecnología, sean estos hospitales, centros educativos, empresas de transporte, empresas manufactureras, por lo que para seguir operando y/o alcanzar el éxito, es de suma importancia adaptarse rápidamente al cambio tecnológico.

El sector de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) en la economía es bastante pequeño. De acuerdo con información de Forbes (2016), la relación que tiene con el Producto Interno Bruto (PIB) es del 6% en los países que se consideran miembros de la OCDE, y menos importante en los países en desarrollo. De acuerdo con BBVA (2014) el internet ha transformado diversos ámbitos de la vida diaria, principalmente el de las comunicaciones.

Desde 1982, año en que surgió, el internet se ha actualizado constantemente y poco ha quedado de esa primera red estática concebida para transportar unos cuantos *bytes* o para enviar un pequeño mensaje entre dos terminales. Hasta hace algunas décadas, el internet era un simple almacén de información donde solo algunos individuos eran capaces de comprender y utilizar

códigos, y eran quienes se encargaban de difundir y sustentar argumentos; actualmente muchas personas son partícipes y tienen la probabilidad de crear contenidos (BBVA, 2014).

Actualmente, el internet es una herramienta de trabajo multidisciplinar y, sobre todo, una importante herramienta de generación de contenidos y de comunicación entre individuos (BBVA, 2014). Hoy en día, se tiene la posibilidad de enviar información de un lugar del mundo a otro en segundos, compartir nuestra vida real y nuestra identidad auténtica. De esta manera, historias personales se convierten en públicas y temas locales se convierten en globales.

La economía abierta

La aprobación de los dispositivos móviles que nos permiten estar conectados, así como el internet, es considerado un motor de cambio universal, configurando la llamada “Economía Abierta”. Gracias a ello, para el 2020 el 40% de los funcionarios trabajaban en sistemas independientes, integrados en los desarrollos propietarios de una forma positiva y convincente. Este es uno de los retos antecesores que todo comercio tiene que confrontar para poder avanzar, ya que las estructuras rigurosas de la oficina son cada vez más obsoletas y la “Economía Abierta” será controlada por tiempos flexibles y prototipos de oficina virtual. Para confirmar que estos recientes sucesos de operación estén fundamentados en una permuta de antecedentes y de entendimiento sin que se involucre la integridad de los datos sensibles, las construcciones de confianza están obligadas a estar fijadas profundamente al *hardware* de los instrumentos móviles (El Economista, 2020).

De acuerdo con Gómez (2004) la utilidad de la mensajería instantánea desafía a las compañías de telecomunicaciones; los mecanismos de investigación y los espacios de los centros sociales, luchan en contra de los medios habituales, para así adquirir ingresos en cuestión de marketing; las compañías de negocio electrónico desafían a las compañías que tienen establecimientos físicos, y el patrimonio portátil lucha en contra de los bancos tradicionales. Las innovaciones que crean esta disputa entre firmas, que operan mediante el internet y las empresas que no lo realizan, por lo regular favorecen a los consumidores, esto sucede cuando los mercados que están fuera de internet están distorsionados.

En los documentos descubiertos el año pasado, se puede comprobar el precio que este núcleo ha alcanzado para el crecimiento social e incremento monetario de los países, aportando al PIB el 4.1% en los países del G-20, y como ejemplo están los casos de Inglaterra y Corea, en los que

el internet representa el 7 y 8% de sus bienes, lo que significa una oportunidad de 4.2 trillones de dólares (Boston Consulting Group, 2012).

De esta manera, comprender el impacto monetario que el internet ha alcanzado, es lo que lleva a exponer con total evidencia que las primordiales oportunidades asociadas al aumento y desarrollo de un país, permanecen en las Pymes. No solo se trata de fomentarlas en su innovación, sino también en su crecimiento y estabilidad; las Pymes que utilizan internet han aumentado 9 veces más rápido y adquieren 7% más que las que no están conectadas (Cullell, 2021).

El internet y la economía digital

Según el estudio de McKinsey Global Institute (2011) el internet puede cambiar el ambiente monetario internacional de un modo semejante a como lo transformó. No infructuosamente, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) examina el avance del internet en un estado como un elemento clave en sus empeños por disminuir la pobreza y apoyar el crecimiento económico. En escasamente poco tiempo, el Internet ha pasado de ser un simple instrumento para científicos a una existencia cotidiana para muchas personas, constituyéndose así lo que se conoce como la economía digital.

De acuerdo con la página de DocuSing (2021) una economía digital es un patrón de comercio moderno que tiene existencia en todo el territorio mundial y que permite comunicarnos, consumir contenidos y hacer intercambio mercantil, traspasando los muros nacionales y provisionales que comúnmente conocíamos. En otras palabras, podemos decir que un negocio que no ofrece sus prestaciones por medio de plataformas digitales ha tenido que acostumbrarse apresuradamente al panorama moderno, mientras que aquellas que ya mostraban soluciones digitales, incrementaron ampliamente su capacidad de oferta (DocuSing, 2021).

Es importante mencionar, que el internet se ha incorporado a la manera en la cual subsistimos nuestra vida diaria, y es así como inclusive se han establecido sucesos subculturas a partir de las interrelaciones generales que allí se conocen, las cuales implican a individuos de cualquier extensión siempre que posee acceso al internet. La era actual de la comunicación, ha permitido descubrir beneficios en el ambiente profesional, construyendo lo tangible y lo digital para realizar la ocupación más productiva y eficaz (BBVA, 2014). De esta manera, la producción mundial de bienes y servicios relacionados con las TIC, representa casi el 6.5% del PIB mundial, y cerca de

100 millones de usuarios están trabajando solo en el sector de asistencia de TIC (Asociación de Internet Mx, 2019).

Por otra parte, el comportamiento superficial de los bienes también se ha visto impactado por la digitalización, ya que los artículos se adquieren mediante los límites de las redes electrónicas. El negocio de asistencia de TIC aumentó 40% entre 2010 y 2015 y las exportaciones internacionales del negocio electrónico obtuvieron en 2015 una cifra de 25.3 billones de dólares, el 90% en el aspecto del negocio de la industria a empresa y el 10% en aspecto de exportación de compañías a usuarios. Por ello, Estados Unidos fue el mercado de negocio electrónico en 2015, con un comercio mayor a 7 billones de dólares, seguido de Japón y China (Economía Digital, 2018).

De acuerdo con datos del Banco Mundial (2019) el descubrimiento digital se encuentra en una trayectoria de modificación en aproximadamente todos los sectores de la economía, así como los son recientes prototipos comerciales, artículos, servicios y, en última instancia, nuevos modelos de innovación y ocupación. Los rendimientos de estos cambios son muy claros, la economía digital mundial en el 2016 representó una valoración de USD 11.5 billones, lo que quiere decir el 15.5% del PIB mundial, teniendo como expectativa que esta cantidad alcance el 25% en menos de una década.

En este contexto, en la década de 1990 surge el concepto de comercio social, identificado con la fase en la cual los comercios basados en la web empezaron a crecer; en esa época, el internet se usaba en el comercio electrónico para edificar la comunicación social y contribución con grupos de consumidores. El vocablo “comercio social” no se introdujo oficialmente hasta que *Yahoo* lo hizo en el año 2005. La exploración acerca del comercio social se concentra en dos perspectivas: la primera en la experiencia personal y la segunda en las actividades sociales. En relación con la experiencia personal, se demuestra que existe una relación bidireccional entre el comercio social y la experiencia virtual de los usuarios, y revela que el comercio social estima la determinación del consumidor y promueve las intenciones de compra de los usuarios. En el contexto de las actividades sociales, se analizan las consecuencias de la evaluación del usuario y la comunicación en línea en el comercio social (Alessandro, 2023).

Importancia económica de las micro, pequeñas y medianas empresas

De acuerdo con el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext, 2020) las microempresas simbolizan un 97.6% del total de empresas en México, las empresas pequeñas un 2%, y las medianas un 0.4%, lo que demuestra que la actividad empresarial del país se sustenta en las

micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), que son a su vez las unidades económicas más indefensas ante las crisis económicas y sanitarias, como lo fue la pasada epidemia de COVID-19.

Si se realizara un estudio de las MiPymes, se encontraría que la mayoría de ellas evitan determinadas obligaciones, las cuales deben cumplirse para que las empresas puedan oficializarse. De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en 2018, gran parte de las MIPYMES no contribuyen en cadenas globales de valor (Bancomext, 2020).

Las MIPYMES cumplen un papel fundamental en la vida diaria de las personas, y todos en algún momento dado, necesitan acceder a una MiPyme para la satisfacción de las necesidades (Empresas, 2020). De acuerdo con Pymes (2021) algunas de las ventajas que representa para un país contar con este tipo de empresas son las siguientes:

- Son un importante motor de desarrollo del país.
- Incorporan y ajustan nuevas tecnologías con facilidad.
- Se encuentran en distintos territorios del país y colaboran con el crecimiento local y regional para su incremento.

Comercio electrónico en México

De acuerdo con datos de la Asociación de Internet Mx (2019) misma que retoma los resultados del Estudio de Comercio Electrónico 2019, el valor de las transacciones durante 2018 alcanzó los 491.25 mil millones de pesos, con un incremento de 24% sobre las cifras obtenidas en 2017. Antes de la pandemia, el negocio electrónico en México ya contaba con gran crecimiento; para el 2019, la proporción de ventas online reveló un aumento del 24% con relación al año anterior. De acuerdo con evaluaciones, se estima que al concluir el 2020, el comercio electrónico aumentó un 60% en relación al 2019.

Se debe conocer que, con la pandemia, el negocio electrónico en México ha evolucionado en un año, lo que se veía proyectado para cinco años. En 2020, el comercio electrónico representó 316,000 millones de pesos, con un aumento anual del 81%, de acuerdo con datos estimados de la Asociación Mexicana de Venta Online (2020). Es importante mencionar, que el hacer negocio por internet es más económico que realizarlo de manera física; debido a ello, el mismo negocio es el más interesado en concentrar su actividad en el comercio *online*, lo que incrementa el auge del negocio virtual y apoya el aumento del negocio electrónico en México (Beetrack, 2022).

Posición económica de Tabasco y el impacto de la pandemia

De acuerdo con Hernández (2020) las exportaciones de Tabasco son parcialmente elevadas. En términos per cápita, llegan a obtener aproximadamente 6,000.00 USD, lo cual coloca al Estado en el décimo lugar nacional. Sin embargo, si se descarta lo correspondiente a los envíos de petróleo, éstas pueden disminuir a tan solo 170 USD.

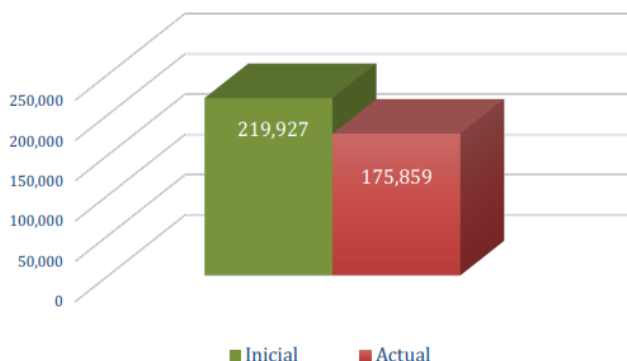
Sin embargo, de acuerdo con el diagnóstico de crecimiento, las exportaciones de Tabasco presentan un aumento, entre los años 2004 y 2014, aumentando el doble. Durante esa etapa, examinaron un impuesto que obtuvo un aumento anual de 9.41%, por encima del precio cociente de los territorios de la asociación de comparación (3.29%) y de todo el territorio de México (6.14%). Lo anterior, es a pesar de la preferencia baja que se examina desde 2012, como producto del término del periodo de los *commodities* (Diagnóstico de Crecimiento, 2020).

Contemporáneamente, Estados Unidos reúne poco menos de un 70% de las exportaciones de Tabasco. Sin embargo, la principal colaboración de Estados Unidos es una particularidad que distribuyen todos los territorios de la asociación de comparación y México universalmente (Diagnóstico de Crecimiento, 2020).

Finalmente, de acuerdo con Trinidad (2021) Tabasco obtuvo una disminución de 7,574 establecimientos entre los años 2019 y 2020; decrecimiento como consecuencia del COVID-19. Sin embargo, Tabasco se coloca en la escala 11 en la categoría nacional en el comienzo de nuevos comercios durante la pandemia, esto es debido a la disminución de los comercios que se ausentaron. La pérdida deducida de los comercios es muy evidente, aún con mayor frecuencia que en la disminución de ocupación, el cual fue del 20%.

Figura 1

Evolución del personal ocupado en establecimientos en Tabasco



Nota. Censo Económico INEGI 2019 vs Estudio sobre la demografía de los negocios 2020.

En esta conducta se demuestra que las empresas que se ausentaron poseían gran actividad de trabajadores, en los negocios que cerraron contaban con 29 empleados, las empresas de reciente producción dan trabajo a 10 empleados en promedio; de acuerdo con números del INEGI, muestra una disminución representativa en el personal ocupado en los comercios industriales y de servicios durante el primer año de la pandemia.

MATERIAL Y MÉTODO

Esta investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo y se optó, en virtud de la necesidad de dar respuesta al objetivo de la investigación. Para la recopilación de la información se aplicó un cuestionario estructurado adaptado de INEGI (2021) a un marco muestral de 70 microempresas establecidas en Villahermosa, Tabasco, con el propósito de describir las ventajas de utilización del internet en las actividades operativas de las mismas durante el período de la pandemia de COVID-19.

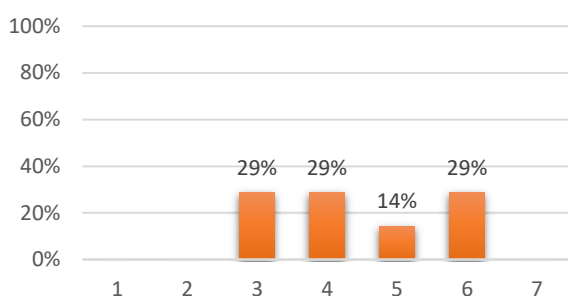
RESULTADOS

Derivado del análisis estadístico de la información captada durante el trabajo de campo, misma que en un 36% corresponde al sexo femenino y el 64% al masculino, se obtuvieron los siguientes resultados:

En la Figura 2, el 33% de los entrevistados promovieron medidas sanitarias entre sus clientes, proveedores o visitantes que acudían a la empresa; el otro 33% respondió que realizaron tareas de limpieza y desinfección de las instalaciones, en tanto que en un 14% minimizaron las reuniones presenciales y propiciaron la comunicación por medios virtuales, y el 34% controlaron el acceso del personal interno y externo a las instalaciones de las empresas. En síntesis, la totalidad de las empresas que fueron encuestadas tomaron medidas sanitarias y de prevención ante la pandemia del COVID-19.

Figura 2

Durante el mes anterior, ¿su empresa instrumentó medidas sanitarias ante la contingencia originadas por COVID-19?

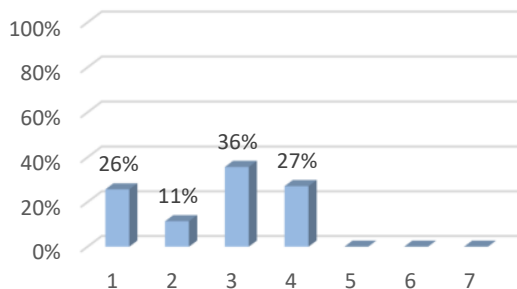


Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

En la Figura 3, la recopilación de datos muestra que el 36% de las empresas dijo que implementaron la entrega de pedidos a domicilio, mientras que el 27% instrumentó la venta de bienes y servicios por internet o por plataformas digitales, el 26% de las Pymes optó por el trabajo en casa y el restante 11% dijo que había solicitado créditos o financiamientos de emergencia. En esta pregunta, se puede observar que gran parte de las Pymes optó por hacer entregas de pedidos a domicilio como medida emergente, para enfrentar las consecuencias de la contingencia sanitaria.

Figura 3

Durante el mes anterior, ¿su empresa instrumentó acciones operativas para enfrentar la contingencia?

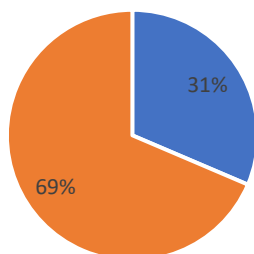


Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

Por otra parte, el 69% de las empresas encuestadas manifestó no haber implementado paros técnicos o cierres temporales ante la contingencia, mientras que el otro 31% respondió que sí se vieron en la necesidad de implementar paros de actividad y cierres temporales. Esta decisión les trajo consigo algunos problemas económicos tanto a los propietarios como a los trabajadores de las mismas empresas.

Figura 4

Durante el mes anterior, ¿su empresa instrumentó paros técnicos o cierres temporales ante la contingencia?

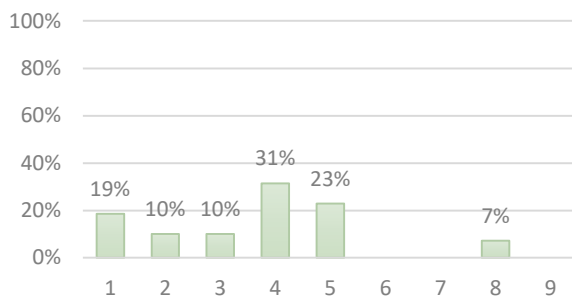


Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

En relación con la Figura 5, el 31% de las empresas encuestadas respondieron que disminuyeron sus ingresos, sin embargo, el 23% dijo que disminuyó también la demanda y se le cancelaron pedidos. Por otra parte, el 19% de las empresas redujo su personal, el 10% tuvo una disminución en cuanto al abasto de sus insumos, materias primas, bien terminado o materiales adquiridos para su venta. Asimismo, el 10% de las empresas tuvo que aplicar una reducción del monto total de las remuneraciones y prestaciones a su personal, y el 7% de las mismas sufrieron atraso en el pago de sus deudas por parte de sus consumidores.

Figura 5

Durante el mes anterior, ¿qué tipo de afectación presentó su empresa a causa de la contingencia sanitaria en comparación con la situación registrada en marzo de 2020?

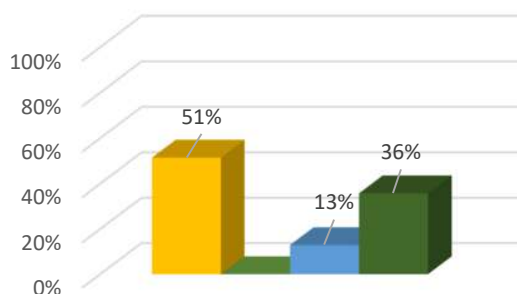


Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

En la Figura 6, el 51% de las Pymes que representa la mayoría de las encuestadas dijo que recibieron algún apoyo del Gobierno, ya fuera Federal, Estatal o Municipal, mientras que el 36% no recibió ningún tipo de apoyo y el 13% solo recibió apoyo de asociaciones sociales. Como se observa, una cuarta parte de las Pymes no obtuvo ninguna clase de ayuda.

Figura 6

Durante el mes anterior, ¿su empresa recibió algún apoyo de las siguientes instancias para atender la contingencia originada por COVID-19?

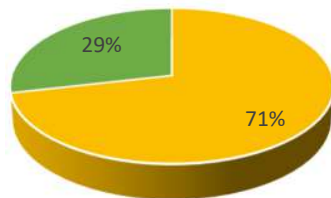


Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

Respecto a la Figura 7, la mayoría de las empresas (71%) respondió que sus ingresos disminuirán, mientras que el 29% dice que sus ingresos permanecerán igual.

Figura 7

De acuerdo con los siguientes seis meses, ¿usted anticipa que sus ingresos aumenten, disminuyan, o permanezcan igual con relación a los seis meses previos a la pandemia?

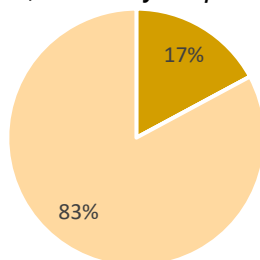


Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

En la Figura 8, el 83% de las Pymes dijeron que tuvieron como prioridad mantener la planta laboral, por lo que permanecieron trabajando con el mismo número de trabajadores, mientras que el 17% restante respondieron que esperaban que aumentara el número total de personas ocupadas en las empresas.

Figura 8

En los próximos tres meses, ¿espera que el número total de personas ocupadas en su empresa aumente, disminuya o permanezca igual?

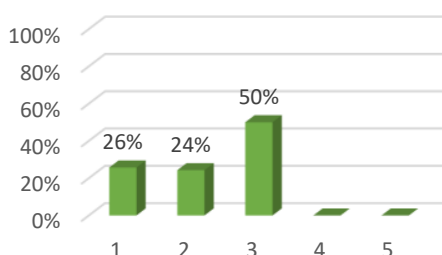


Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

En la Figura 9, de todas las empresas el 50% respondió que de tres a menos de seis meses; sin embargo, el 26% manifestó que sería menos de un mes y el 24% restante respondió que tiene estimado de uno a menos de tres meses.

Figura 9

¿Cuánto tiempo más considera que su empresa podrá continuar operando con su nivel actual de ingresos?

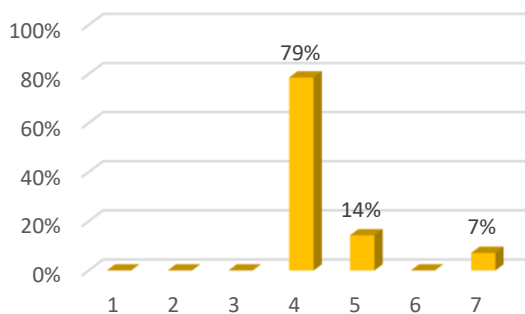


Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

Respecto a la Figura 10, el 79% de las empresas respondieron que adoptarían como estrategia permanente las ventas por internet o por plataformas digitales. Por su parte, el 14% manifestó que ofertará nuevos bienes y servicios, mientras que el 7% respondió que no adoptará ninguna medida permanentemente una vez que la pandemia por COVID-19 termine.

Figura 10

¿Cuál de las siguientes medidas es probable que su empresa adopte permanentemente una vez que la pandemia por COVID-19 termine?

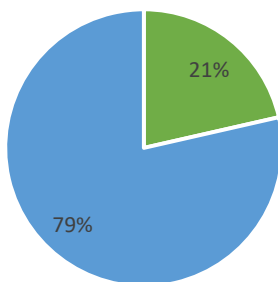


Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

En la Figura 11, el 79% de las pymes no contrajo ningún tipo de deudas en el periodo, sin embargo, el 21% de las empresas restantes, se vio en la necesidad de recurrir a créditos, tanto bancarios como de capital de trabajo.

Figura 11

A partir del inicio de la crisis, en marzo de 2020, ¿su empresa ha sufrido retrasos en el pago de sus adeudos pendientes o ha recalendarizado el pago de estos?

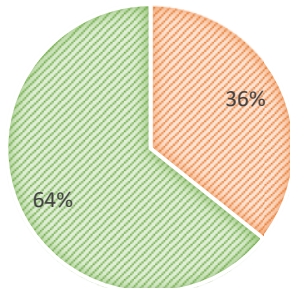


Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

La Figura 12, muestra que el 64% respondió que permanecen igual, pero para el 36% de las Pymes no es lo mismo, ya que respondieron que sus deudas han aumentado drásticamente.

Figura 12

A partir del inicio de la crisis, en marzo de 2020, ¿las deudas totales de su empresa han aumentado, disminuido o permanecido igual?



Nota. Resultados del cuestionario aplicado a las Pymes en Villahermosa, Tabasco.

CONCLUSIONES

Con base en los resultados antes descritos, se puede concluir que, en general, las microempresas entrevistadas de una manera u otra sufrieron afectaciones económicas durante su operación en el período más crítico de la pandemia. Dichas afectaciones van desde problemas financieros y de liquidez, hasta medidas operativas como reducciones del personal, incremento de retrasos en el pago de sus adeudos por parte de sus clientes y compradores, disminución de las demandas y cancelación de sus pedidos y disminución de sus ingresos entre otras.

Debido a todas las afectaciones antes mencionadas, las microempresas tomaron decisiones drásticas para no verse afectadas en su subsistencia durante la pandemia, entre ellas sobresalen: el trabajo en casa, la solicitud de créditos o financiamientos de emergencia, la entrega de pedidos a domicilio, la venta de servicios o bienes por internet o alguna otra plataforma digital, así mismo gran parte de ellas enfrentaron paros técnicos y cierres temporales debido a que no constituían giros esenciales como lo marcaba el gobierno federal.

Se puede concluir, que el impacto de la pandemia en las MiPymes en Tabasco fue positivo, pues constituyó una alternativa adecuada de supervivencia de fuentes de empleo, particularmente de las micro, pequeñas y medianas empresas, y constituye una estrategia de ventas que llegó para quedarse dadas las múltiples ventajas que ofrece, las cuales han sido las ventas por internet y plataformas digitales, así como la venta de bienes y servicios a domicilio, lo que benefició tanto a sus clientes como a las mismas empresas.

Finalmente, el objetivo de la investigación consistente en: analizar e identificar el impacto de la pandemia en las MIPYMES de Tabasco, así como describir el papel jugado por el internet en la

preservación de estas empresas, se cumple a través de la interpretación de la información arrojada por la encuesta aplicada y que permite concluir que la pandemia de COVID-19 impactó severamente los resultados de las empresas entrevistadas, y que ante dicha situación, el internet jugó un papel fundamental en su permanencia.

REFERENCIAS

- Alessandro, P. L. (Diciembre de 2023). ELSEVIER. El comercio social y su importancia. [https://pdf.sciencedirectassets.com/778124/1-s2.0-S2666954423X00027/1-s2.0-S2666954423000091/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEOn%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJHMEUCIC%2FV42umiLEB1tjPcwC4IO579m5TkSNipOuQb%2FuhX1rfAiEAzdkFhIO](https://pdf.sciencedirectassets.com/778124/1-s2.0-S2666954423X00027/1-s2.0-S2666954423000091/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEOn%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJHMEUCIC%2FV42umiLEB1tjPcwC4IO579m5TkSNipOuQb%2FuhX1rfAiEAzdkFhIO)
- Asociación de Internet Mx. (2019). Comercio electrónico en México. <https://www.asociaciondeinternet.mx/comercio-electronico-en-mexico>
- Asociación Mexicana de Venta Online. (12 de Diciembre de 2020). Impulsando el ecosistema electrónico y la economía digital en México. <https://www.amvo.org.mx/>
- Banco Mundial. (8 de abril de 2019). Desarrollo digital. <https://www.bancomundial.org/es/topic/digitaldevelopment/overview#1>
- Bancomext. (28 de Junio de 2020). Comercio exterior bancomex. <https://www.bancomext.com/>.
- BBVA. (6 de mayo de 2014). El impacto del internet en la vida diaria. <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-vida-diaria/>
- Beetrack. (Diciembre de 2022). Comercio electrónico en México 2020 y 2021. <https://www.beetrack.com/es/blog/c%C3%B3mo-ha-crecido-el-comercio-electr%C3%B3nico-en-m%C3%A9xico>
- Boston Consulting Group. (2012). Representar el comercio electrónico. <https://www.bcg.com/en-mx/>
- Cullell, J. M. (13 de marzo de 2021). Economía. El comercio electrónico despegó en México con la pandemia: "sin el, nuestro negocio ya no existiría". <https://elpais.com/mexico/economia/2021-03-13/el-comercio-electronico-despega-en-mexico-con-la-pandemia-sin-el-nuestro-negocio-ya-no-existiria.html>
- Diagnóstico de Crecimiento. (28 de agosto de 2020). Tabasco: Diagnóstico de crecimiento. https://growthlab.cid.harvard.edu/files/growthlab/files/tabasco_diagnosticocrecimiento_cidrfwp106.pdf
- DocuSing. (28 de enero de 2021). Economía digital: ventajas y desventajas. <https://www.docusign.mx/blog/economia-digital>

Economía Digital. (01 de marzo de 2018). Economía digital: acelerado avance y desafíos que presenta.

<https://www.unsam.edu.ar/escuelas/economia/investigacionpublicaciones/economia-internacional/economia-digital-acelerado-avance-y-desafios-que-presenta-1/>

El Economista. (9 de noviembre de 2020). La pandemia cambió el comercio electrónico para siempre. <https://www.economista.com.mx/opinion/La-pandemia-cambio-el-comercio-electronico-para-siempre-20201109-0057.html>

Empresas. (5 de mayo de 2020). PyMES en Villahermosa. <https://empresas10.com/dir/villahermosa.php>

Forbes. (17 de mayo de 2016). ¿De qué manera el internet impulsa a la economía? <https://www.forbes.com.mx/manera-internet-impulsa-la-economia/>

Gómez, R. (2004). Evolución científica y metodológica de la economía. Evolución científica y metodológica de la economía: Escuelas de pensamiento. <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/rgl-evol/index.html>

Hernández, M. (6 de enero de 2020). Tabasco: Características e impacto socioeconómico Editorial: México, D.F.: CEPAL, 2011. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/26048/1/S2011020_es.pdf

INEGI. (2021). Encuesta sobre el impacto económico generadopor COVID-19 en las empresas (ECOVID-IE)2021. file:///F:/Seminaro%20de%20Titulacion/Cuestionario1.pdf

McKinsey Global Institute. (1 de mayo de 2011). Internet importa: el impacto arrollador de la red en el crecimiento, el empleo y la prosperidad. <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/internet-matters>

PyMes. (Abril de 2021). Directorio actualizado de 111,275 MiPyMEs, PyMES y Empresas, Industrias y Negocios en Tabasco. https://pymes.org.mx/entidad/Tabasco.html?entidad%2FTabasco_html=&Pyme_page=201

Rubinzal, D. (22 de marzo de 2023). El costo económico de la pandemia. Diario Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/254004-el-coste-economico-de-la-pandemia>

Trinidad, O. (19 de febrero de 2021). Gold. Consejo estatalde la agenda 2030 para el desarrollo sostenible. https://gold.uclg.org/sites/default/files/tabasco_2021.pdf