

## Persistencia Empresarial Ante el Covid-19, Municipio De Campeche

Leticia del Carmen Sánchez Rebolledo, Ramón Espejo Reyes, Sandra Domínguez Pérez y

Norma Isabel Moreno Lastra

Institución educativa de Nivel Superior en el Estado de Campeche, México, perteneciente al  
Tecnológico Nacional de México

DOI: <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi38.482>

**Recibido** 17 de julio 2022.

**Aceptado** 30 de septiembre 2022

**Publicado** 27 de noviembre de 2022

### Resumen

El Marco estratégico de apoyo para impulsar la transformación en las MYPES, demanda, reestructurar sus estrategias, redefinir sus metas y acciones.

El enfoque de investigación fue de tipo cuantitativo, exploratorio, transversal y alcance descriptivo. Hernández, Fernández, Baptista (2014).

El instrumento aplicado fue diseñado y validado por la red RELAYN, publicados en Posada, Aguilar y Peña (2016). Este instrumento se adaptó en lo relativo a su redacción y solo se consideraron 53 ítems para el estudio realizado, las variables que integraron el estudio son: dirección, finanzas, ventas, producción-operación, innovación y mercadotecnia. La población a la que se dirige la investigación, son las empresas MYPES que se localizan en la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche; la muestra comprendió a 130 empresas y se determinó por conveniencia debido a la situación de la Pandemia Sanitaria COVID -19. Los resultados que arrojan las variables de estudio, así como las características del perfil empresarial, demuestran el desafío y la constancia de los empresarios ante los retos económicos, sociales y de salud; sin embargo, se identifican oportunidades que se requieren redefinir en el área de innovación, mercado o redistribución. Perfeccionar las prácticas de administración empresarial, incrementar la productividad y competitividad, la calidad y mejora de productos que demandan las nuevas

necesidades, reestructuración de su giro de operación y regularizaciones fiscales, entre las más relevantes.

Los periodos de crisis son una perfecta oportunidad para desarrollar actividades de innovación que permitan a las organizaciones sobresalir y lograr los objetivos, aun en los momentos más difíciles.

**Palabras clave:** Visión, Estrategias, Metas, Desafíos, MYPES.

### Abstract

The Strategic Support Framework to boost transformation in MYPES, demands, restructure their strategies, redefine their goals and actions.

The research standpoint was quantitative, exploratory, cross-sectional and descriptive reach. Hernandez, Fernandez, Baptista (2014).

The applied instrument was designed and validated by the RELAYN network, published in Posada, Aguilar and Peña (2016). This instrument's wording was adapted and only 53 items were considered for the study carried out, the variables that form the study are: management, finance, sales, production-operation, innovation and marketing. The research is directed to the MYPES' companies population, which are located in the city of San Francisco de Campeche, Campeche; the sample includes 130 companies and it was determined by convenience due to the situation of the COVID-19 Sanitary Pandemic. The results that the study variables yield, as well as the characteristics of the company profile, demonstrate the challenge and perseverance of businessmen towards economic, social and health challenges; however, opportunities that need to be redefined in the area of innovation, market or redistribution are identified. Improve business management practices, increase productivity and competitiveness, the quality and improvement of products demanded by new needs, restructuring of its line of business and tax adjustments, among the most relevant.

Crisis periods are a perfect opportunity to develop innovation activities that allow organizations to stand out and achieve their goals, even during the most difficult times.

**Keywords:** Vision, Strategies, Goals, Challenges and MYPES.

## Introducción

La actual situación que prevalece en el mundo entero, como resultado de la Pandemia del COVID-19, originó pérdidas económicas, pérdidas sociales, desequilibrios Psicosociales, y otros multifactores que en su momento paralizaron al mundo, debido al desconocimiento de cómo tratar esa Pandemia; sin embargo, las propias necesidades empresariales, condujeron a reflexionar y asumir retos personales y económicos para poder sobrevivir y reestablecer el equilibrio, adoptando medidas sanitarias estrictas que favorecieran la implementación de estrategias para iniciar la recuperación paulatina, desde el cuidado personal domiciliario, la trayectoria hacia el campo laboral y áreas que por necesidades personales requirieron ser atendidas en la modalidad personalizada como fue, en el sector alimentario, salud, energéticos, entre los más prioritarios.

El desarrollo empresarial en la rama de la Industria, Comercio y Servicios, en el municipio de Campeche, Campeche, reportó un decremento de 6.7 por ciento, que lo situó en el lugar 32 del país, (INEGI, 2015) - Citado en el Plan Estatal de Desarrollo 2015- 2021. Situación económica que se reflejó en mayor porcentaje, en la micro y pequeñas empresas, las cuales ocupan el 52 por ciento de la población activa. Dicho problema conlleva consecuencias de tipo social que impactan desfavorablemente en el desarrollo y crecimiento del estado.

Las Investigaciones consultadas y relacionadas con el tema, se citan a continuación:

1. “Estrategias de Supervivencia de la micro y pequeñas empresas en la zona centro del estado de Nayarit”. La cual tuvo como objetivo, identificar como la toma de decisiones de los administradores de las micro y pequeñas empresas que se localizan en la región centro del estado de Nayarit, se basa en el diseño e implementación de estrategias que les permitan asegurar la supervivencia de su empresa y determinar si este proceso tiene alguna relación con la madurez de las entidades (Estrada, Sánchez y Ledesma, 2016).
2. “Factores Endógenos en PIMES mexicanas que influyen en el crecimiento de utilidades”. Su objetivo fue determinar los factores endógenos que permiten tener éxito a los pequeños y medianos empresarios con relación a su crecimiento de utilidades, con el fin de mejorar sus oportunidades de negocio, Treviño, 2015 (tesis doctoral).

3. “Factores de Éxito de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en edad temprana”, el objetivo fue determinar mediante técnicas estadísticas cuantitativas y cualitativas las variables o factores de una MIPYME; caso Chihuahua, los resultados hacen referencia como factores externos: la Competitiva, Margen de la empresa, Nivel de Innovación, Diferenciación Valor agregado, Rivalidad en el Sector, Influencia Extranjera), La macroeconomía, la Seguridad y Financiamiento. Como factores Internos: La Administración, (Motivación, Capacitación, Liderazgo, Recursos Humanos) Percepción del Entorno, Conocimiento del Mercado, la Tecnología, (Sánchez y Ríos, 2013).

4. “Mecanismos de ajuste y digitalización de las micro y pequeñas empresas ante el COVID -19 en México”. Es un estudio descriptivo con un método cuantitativo. Se aplicó un sondeo a 200 empresas entre 1 hasta 50 empleados de sectores indistintos durante el mes de julio en la Ciudad de México. Para determinar si las MIPYMES han digitalizado sus actividades, se utilizaron las observaciones dadas por este sondeo a través de una inferencia estadística. Se determinó si aumentó la proporción de empresas que mudaron actividades a ventas en línea con relación a sus actividades antes de la pandemia, a través de estadístico de prueba para la proporción poblacional. (Cesaire Chiatchoua y Rosario Arizmendi, 2021).

5. “Impacto del COVID-19 en la producción, empleo y digitalización de empresas en Guanajuato: una aproximación”. Se llevó a cabo una investigación cuantitativa. En la primera etapa se recopiló y analizó información estadística para el período de enero de 2019 a octubre de 2020, sobre la producción y el empleo en México. En la segunda etapa, se diseñó y aplicó a empresas localizadas en Guanajuato, de manera digital, la Encuesta sobre el Impacto en la Actividad Empresarial (ESIAE) de la COVID- 19; se utilizó el muestreo por conveniencia. (Martínez Martínez, 2021).

6. En el año del 2019, los integrantes del cuerpo académico ITLER-2, realizaron una investigación denominada: “El efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas”, en la cual se levantaron encuestas a 434 empresas en el municipio de Campeche, con la participación de 50 estudiantes. Los resultados de la investigación fueron publicados en el tomo I del libro: “El efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas” (2019), capítulo 6, p.p. 93-104.

La investigación está sustentada en la teoría de sistemas: las organizaciones constituyen un sistema abierto. Un sistema es un conjunto de elementos relacionados dinámicamente que desarrollan una actividad para lograr determinado objetivo. Las diversas partes del sistema (subsistemas) operan diversos recursos y los transforman en salidas o resultados (outputs) para devolverlos al ambiente. Pero además de recursos, las organizaciones necesitan competencias. Hamel y Prahalad sostienen que, en futuro, la habilidad de gestión crítica será identificar, cultivar y explorar las competencias esenciales que posibiliten el crecimiento (Chiavenato, 2011).

Planteamiento del problema: Datos estadísticos aportados por el INEGI, han demostrado la participación de las micro y pequeñas empresas en la generación del producto interno bruto, a nivel estado y país, en México. También es de conocimiento general, a través de diversos estudios realizados sobre las MYPES, que existen empresas con características de permanencia en el mercado durante varios años, sin realizar cambios o mejoras en su forma de operación y muy pocas han logrado un crecimiento significativo en su infraestructura. Existen multifactores que explican el comportamiento de este tipo de empresas, que, desde su origen, son de tipo familiar, bajo nivel de gestión y educación y cultura empresarial, que limitan su visión de innovación, empoderamiento y competitividad. Sin embargo, también es importante señalar que varios empresarios han implementado estrategias que les han permitido permanecer hasta por 50 años en el mercado. Ante este escenario, resulta relevante analizar la situación que prevaleció durante la crisis económica y sanitaria que enfrentaron las empresas para sobrevivir.

Con el propósito de contribuir en la elaboración de estrategias que promuevan el desarrollo empresarial en las micro y pequeñas empresas, en la ciudad de San Francisco de Campeche, se diseñó el proyecto: "Servicios de Consultoría y Asesoría Empresarial MYPES ITLERMA", el proyecto está financiado por el Tecnológico Nacional de México; uno de sus objetivos va dirigido a la vinculación con organizaciones empresariales, para identificar las estrategias y/o factores que inciden en la sobrevivencia de las empresas y proponer oportunidades de mejora que fortalezcan su competitividad y posicionamiento. La investigación analiza el entorno interno de 130 MYPES.

## Método

El proyecto fue financiado por el Tecnológico Nacional de México, realizado por el cuerpo académico de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial con clave ITLER-CA-2, Participaron doce estudiantes del VIII semestre de las carreras de Ingeniería en Gestión Empresarial y de la carrera de Ingeniería en Administración.

El enfoque de investigación fue de tipo cuantitativo, exploratorio, transversal y alcance descriptivo. Hernández, Fernández, Baptista (2014).

El instrumento de investigación aplicado fue diseñado y validado por la red RELAYN, publicados en Posada, Aguilar y Peña (2016). Este instrumento se adaptó en lo relativo a su redacción y solo se consideraron 53 ítems para el estudio realizado.

Las variables que integraron el estudio son: dirección, finanzas, ventas, producción-operación, innovación y mercadotecnia. La población a la que se dirige la investigación son las empresas MYPES, que se localizan en la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche; la muestra comprendió 130 empresas y se determinó por conveniencia debido a la situación de la Pandemia Sanitaria COVID -19. El requisito para ser considerada como objeto de investigación fue que tuviera como mínimo dos empleados y que haya operado durante el año fiscal 2020 y 2021. En la tabla 1 se describe la definición operacional de las variables.

**Tabla1.** Definición operacional de las variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	AUTOR(ES)
Dirección	Consiste en coordinar el trabajo de toda la empresa y sus áreas funcionales, así, como analizar el ambiente económico – comercial, político – social y tecnológico para desarrollar la estrategia rectora administrativa y gerencial en el tiempo y espacio, conforme a los recursos de la empresa, en términos de la visión basada en objetivos y metas a lograr, mediante el diagnóstico de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del entorno interno y externo	Hernández y Palafox (2012, p. 287)
Finanzas	Es la parte de la economía que se encarga de la gestión y	Amant, 2012,

	optimización de los flujos de dinero relacionados con las inversiones, la financiación y los demás cobros y pagos.	p.10
Ventas	Es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia su objetivo es: generar en los clientes el último impulso hacia el intercambio", en este punto, es donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades de investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio.	Laura Fischer y Jorge Espejo, (2011) p. 26 -27
Producción- operación	son las acciones de transformación que hace la empresa a partir de recursos humanos, físicos y técnicos en productos que requieren los consumidores. Alcaraz (2015, p.132)	Alcaraz, 2015, p.132
Innovación	Es el proceso que se realiza con un enfoque sistémico que requiere de asociaciones y vínculos entre las distintas áreas del conocimiento, para la implementación y el funcionamiento de mejoras en las formas de hacer las cosas sobre la base de ideas creativas y transformadoras y que busca siempre extrapolar dichas mejoras con éxito, al mercado, los productos, los procesos y los servicios para obtener un impacto económico, social o ambiental.	Ochoa, 2007, P.2
Mercadotecnia	Conjunto de actividades que se realizan en una empresa económica, las cuales van encaminadas, hacia el logro de las metas de venta de sus productos y servicios, para obtener beneficios financieros a partir de la satisfacción plena de sus clientes, a fin de lograr su fidelidad.	Hernández y Palafox (2012 P.300)

Elaboración propia.

La población a la que se dirige la investigación son las empresas MYPES que se localizan en la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche; la muestra comprendió a 130 empresas y se determinó por conveniencia debido a la situación de la Pandemia Sanitaria COVID -19. El requisito para ser considerada como objeto de investigación fue que tuviera como mínimo dos empleados y que haya operado durante el año fiscal 2020 y 2021. La recolección de los datos y su análisis se efectuó a través de estadística descriptiva mediante el programa SPSS y hojas de

registro. Se comprobó la consistencia del instrumento a través de alfa de Cronbach, del que se obtuvo el 0.939742 de confiabilidad; en la tabla 2 se muestra la confiabilidad estadística del instrumento. Los resultados se presentaron en tablas y gráficas.

La recolección de los datos y su análisis se efectuó a través de estadística descriptiva mediante el programa SPSS y hojas de registro. Se comprobó la consistencia del instrumento a través de alfa de Cronbach, del que se obtuvo el 0.939742 de confiabilidad; en la tabla 2 se muestra la

Generalidades empresariales										
Género		Nivel educativo			Años de operación					Números de empleados
Masculino (%)	Femenino (%)	Básico (%)	Medio superior (%)	Superior (%)	0-15	16-30	31-45	46-60	2	>2
42	58	19	31	50	84%	12%	2%	2%	32%	68%

confiabilidad estadística del instrumento. Los resultados se presentaron en tablas y gráficas.

**Tabla 2.** Análisis de la consistencia o confiabilidad del instrumento de investigación

No. de ítems	Sumatoria de Varianza	Varianza Total	$\alpha$ (Alfa de Cronbach)
53	80.641065	1034.00213	0.939742

## Resultados

De acuerdo con los objetivos de la investigación a continuación se muestran los resultados obtenidos.

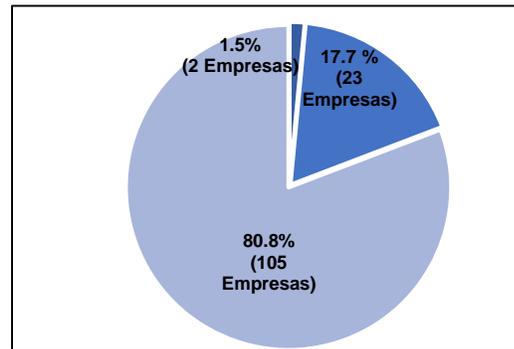
En tabla 3 se muestran las generalidades empresariales más relevantes identificadas en las 130 empresas MYPES de la ciudad de San Francisco de Campeche.

Tabla 3. Generalidades de la empresa

Generalidades empresariales										
Género		Nivel educativo			Años de operación					Números de empleados
Masculino (%)	Femenino (%)	Básico (%)	Medio superior (%)	Superior (%)	0-15	16-30	31-45	46-60	2	>2
42	58	19	31	50	84%	12%	2%	2%	32%	68%

Tabla 4. Dirección

Nivel estratégico	No. Empresas	Porcentaje
Bajo	2	1.5
Medio	23	17.7
Alto	105	80.8

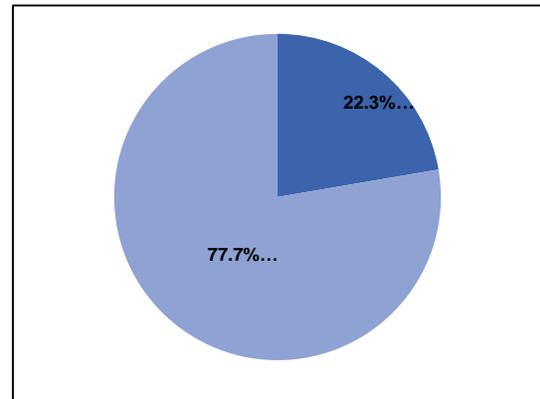


Gráfica 1. Niveles estratégicos de dirección.

La gráfica 1 muestra, que el 80.8 % de las empresas tienen bien definidas las estrategias en lo relativo a las nuevas tendencias económicas del negocio y su compromiso. Procurando tener disponibilidad financiera para reinvertir.

**Tabla 5. Finanzas**

Nivel estratégico	No. Empresas	Porcentaje
Bajo	0	0
Medio	29	22.3
Alto	101	77.7

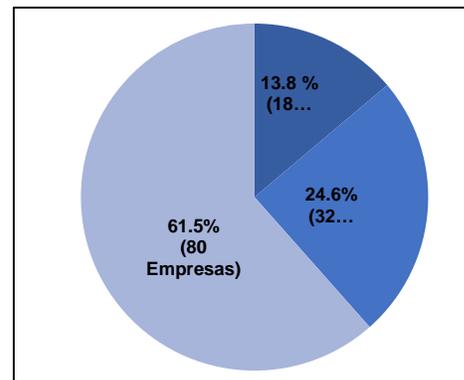


**Gráfica 2. Niveles estratégicos de Finanzas**

Se puede observar en la gráfica 2 que los niveles de estrategia financiera son del 77.7% en lo relativo al valor de inventarios de sus activos. Así, como la disponibilidad para hacer frente a sus compromisos frente a terceros.

**Tabla 6. Ventas**

Nivel estratégico	No. Empresas	Porcentaje
Bajo	18	13.8
Medio	32	24.6
Alto	80	61.5

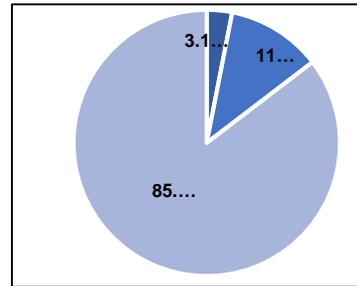


**Gráfica 3. Niveles estratégicos de ventas**

De acuerdo con los datos que se muestran en la gráfica 3, los niveles de estrategia de ventas son del 61.5%. Lo cual indica que el 61.5% de las empresas aplican estrategias de descuentos a sus clientes potenciales. Así, como la aplicación de promociones de ventas, cambios y adaptaciones de los productos y servicios de mayor demanda.

**Tabla 7. Producción-Operación**

Nivel estratégico	No. Empresas	Porcentaje
Bajo	4	3.1
Medio	15	11.5
Alto	111	85.4

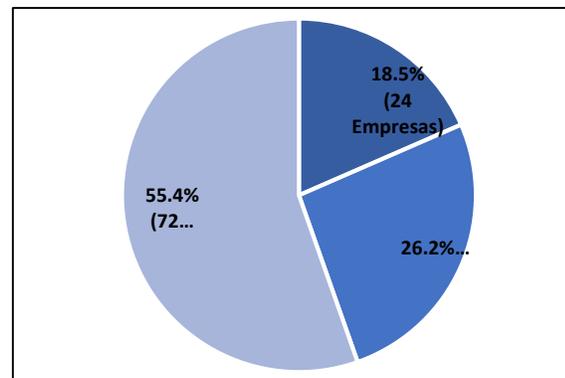


**Gráfico 4. Niveles estratégicos de producción-operación**

De acuerdo con los datos de la gráfica 4, el 85.4 % de las empresas, manejan estrategias para la mejora en la calidad del producto o servicio, así como en la reducción del tiempo, entre el tiempo que el cliente solicita y el tiempo en el que recibe el producto o servicio; realiza adaptaciones al producto o servicio para lograr la satisfacción del cliente.

**Tabla 8. Innovación**

Nivel estratégico	No. Empresas	Porcentaje
Bajo	24	18.5
Medio	34	26.2
Alto	72	55.4



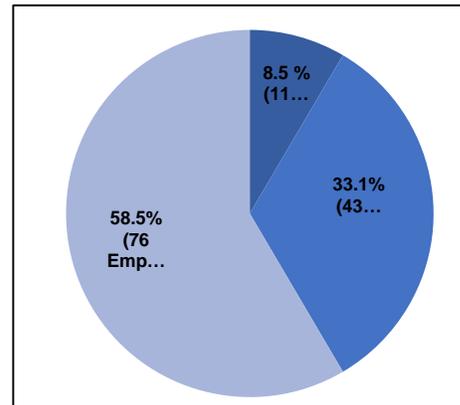
**Gráfico 5. Niveles estratégicos de Innovación**

Se muestra en la gráfica 5 un porcentaje favorable del 55.4% en el nivel estratégico de innovación por parte de las empresas en lo relativo a ofrecer con frecuencia, productos o servicios nuevos, a partir de las sugerencias de sus clientes, en la búsqueda de productos o servicios innovadores que distingan a la empresa en relación con la competencia. Así, como promover que

los empleados, propongan cambios en la forma de presentar y dar a conocer las características del producto o servicio.

**Tabla 9. Mercadotecnia**

Nivel estratégico	No. Empresas	Porcentaje
Bajo	24	18.5
Medio	34	26.2
Alto	72	55.4



**Gráfico 6. Niveles estratégicos de Mercadotecnia**

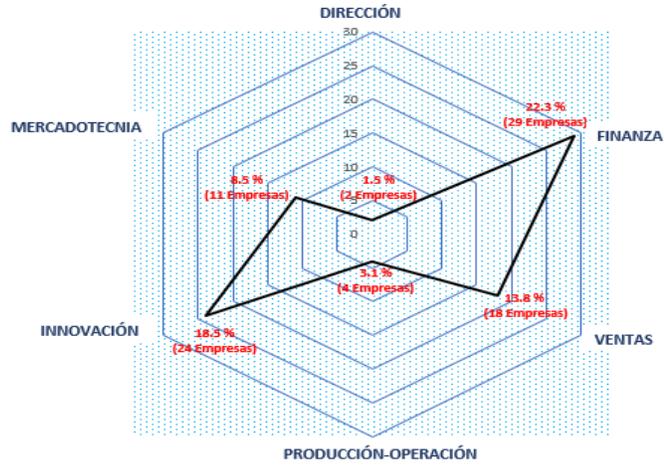
En la gráfica 6 se observa que el 58.5% de las empresas, aplican estrategias en lo referente a ofrecer un buen servicio a sus clientes; fijar precios en sus productos y servicios, en función a su competencia; aplicar estrategias de distribución, preferentemente al usuario final. Así, como buscar y ofrecer una nueva marca para que sus clientes identifiquen a la empresa.

En las tablas 10 y 11, así como en las gráficas 6 y 7 se presentan los resultados agrupados por cada variable, respecto al nivel estratégico aplicado por las empresas.

**Tabla 10. Número de empresas con nivel estratégico bajo, por variable.**

<b>No. Empresas</b>	2	29	18	4	24	11
<b>Porcentaje</b>	1.5	22.3	13.8	3.1	18.5	8.5

NIVEL ESTRATÉGICO BAJO



Gráfica 7. Nivel estratégico bajo.

Tabla 11. Número de empresas con nivel estratégico alto, por variable.

No. Empresas	105	101	80	111	72	76
Porcentaje	80.8	77.7	61.5	85.4	55.4	58.5



Gráfica 8. Nivel estratégico alto.

Respecto a los retos y desafíos que presentaron las empresas en lo relacionado a la contingencia de salud COVID 19, el 81% de éstas, manifestaron disminución significativa en sus

ingresos, cambios y adaptaciones en el proceso de ventas, inversión en las medidas de seguridad e higiene. Tanto para sus empleados como para sus clientes e innovar estrategias de atención efectiva para sus clientes.

### **Discusión y conclusiones**

Para Chiavenato (2017) “El desafío de la evaluación de la competitividad” de las organizaciones, no asegura un índice elevado de éxito para la toma de decisiones estratégicas, sobre cómo actuar en nuevos mercados, invertir en nuevas tecnologías, establecer nuevas asociaciones o planear; el aumento de la capacidad ha fallado porque no consideran los recursos, las capacidades y las habilidades que realmente proporcionan una base para la aplicación de las competencias distintas de la organización”. Así, como el desafío del capital humano, ya que es importante contar con personal capacitado para enfrentar los nuevos retos ante las contingencias que surjan en el entorno empresarial.

Por otra parte, Fred David, (2013) aporta: “La efectividad de las actividades de formulación, complementación y evaluación de estrategia” depende del entendimiento cabal de las repercusiones de cada función del negocio sobre las demás; para que las estrategias tengan éxito, es necesario un esfuerzo coordinado de todas las áreas funcionales del negocio, por lo que el proceso de dirección estratégico implica la vigilancia continua de las tendencias de los acontecimientos tanto internos como externos, para que el cambio se de en forma oportuna; para sobrevivir las empresas deben de tener la capacidad de identificar y adaptarse al cambio, tomar decisiones estratégicas que produzcan cambios significativos e innovadores.

Los datos estadísticos que aporta el INEGI (2021), respecto a las unidades de negocio en México, el 98.8% está representado por las micro, pequeñas y medianas, empresas y estas aportan el 42% del Producto Interno Bruto (PIB). Aunado a ello, los resultados de diversas investigaciones realizadas en torno a los retos de las MIPYMES, ante la Pandemia Sanitaria COVID- 19, demuestran que muchas tuvieron que cerrar de manera temporal, otras desaparecieron y las que sobrevivieron tuvieron que disminuir los horarios de operación o en su caso disminuir su aforo, lo que afectó su economía; aunado a ello, la inversión que realizaron para cubrir pagos de nómina y de gastos fijos del negocio, así como, de los gastos extraordinarios que exigieron los lineamientos

y protocolos sanitarios, como son: adecuaciones en sus instalaciones, implementar el uso de cubrebocas, caretas, dispositivos de gel antibacterial, toma de temperatura, entre los más aplicados. (Garza, 2020). Los resultados obtenidos en las investigaciones realizadas en el entorno a las diversas estrategias aplicadas por los empresarios ante crisis económica originada por la Pandemia Sanitaria del COVID- 19, muestran cómo los emprendedores han tenido que adaptarse a las circunstancias actuales provocadas por la crisis, y bajo estas nuevas circunstancias, han tenido que afrontar desafíos para sobrevivir, como la necesidad de adaptarse a el uso de nuevas tecnologías y plataformas con espacios virtuales, la falta de financiamiento, la disminución de su capital humano o la percepción de cambios en sus estrategias empresariales que generaron nuevas oportunidades para que hoy, sus negocios se conviertan en negocios viables. (Leyva Carreras, A. B., Heredia Bustamante, J., & Aguilar Talamante, P. (2021).

Los desafíos son enormes y muchas veces las soluciones no surge de las necesidades y de los hechos que prevalecen tanto en el entorno interno como el externo, que conlleven a buscar nuevas ideas o crear nuevas formas de hacer negocios, con una buena estructura de gestión capaz de poder hacer frente a cualquier situación de crisis, conscientes siempre de estar preparados para el peor escenario. (Martínez, 2021).

Los periodos de crisis son una perfecta oportunidad para desarrollar actividades de innovación que permitan a las organizaciones sobresalir y lograr los objetivos aun en los momentos más difíciles. Las MIPYMES deben reinventarse para sobrevivir en esta época de crisis por lo que la introducción de la tecnología en las empresas se convierte en una necesidad para continuar con sus actividades y evitar el cierre definitivo. Chiatoua, Lozano, (2021).

Los resultados de las investigaciones citadas, y los Hallazgos de la investigación desarrollada, en el municipio de San Francisco de Campeche, convergen en varios de los factores y/o estrategias que determinan la supervivencias de las MYPES, ante la Pandemia sanitaria COVID 19, aun cuando se suscitan en diferentes contextos; entre los factores favorables de mayor incidencia en la administración del negocio, se encuentran: la experiencia, iniciativa y prevención de contingencias económicas; sin embargo, se identifican oportunidades de mejora, como es el uso de nuevas tecnologías, perfeccionamiento de prácticas de administración empresarial, incrementar la productividad y competitividad, la innovación, la calidad y mejora de productos, que demandan

las nuevas necesidades; reestructuración de su giro de operación, regularizaciones fiscales, mejoras en la operación de empresas nuevas y existentes.

Ante el panorama descrito, y retomando la relevancia que las MYPES tienen en el entorno económico y social en el país, es urgente instrumentar mecanismos y estrategias inéditos de apoyo acorde a las nuevas demandas de los diversos sectores, en el que converjan: Gobierno, Instituciones de Educación Superior, Centros de Investigación Científica y Tecnológica y Organismos Empresariales, que impulsen la transformación y el desarrollo sostenible y sustentable que demanda nuestro país para poder afrontar con mayor fortaleza, futuras contingencias.

### Referencia y apéndices

- Amat, O. (2012). Contabilidad y finanzas para Dummies. Barcelona. Grupo Planeta
- Alcaraz Rodríguez, R. (2015). El emprendedor de éxito. Mc Graw Hill
- Chiatchoua, C y Lozano Arizmendi, M del C. (2021). Mecanismos de ajuste y digitalización de las micro y pequeñas empresas ante el COVID-19 en México. Revista de la Investigación de la Universidad de la Salle, (13) (1-28). <https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2733>
- Chiavenato, I. (2011). Administración de recursos humanos. Mc. Graw Hill.
- Hernández Sampieri, R. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2021). Estudio sobre la demografía de los negocios 2021 (790/21)INEGI, [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN\\_2021.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN_2021.pdf)
- Instituto nacional de estadística y geografía (2021). Indicador Trimestral de la actividad económica del estado de Campeche, tercer trimestre, INEGI, <https://www.inegi.org.mx/temas/itace/>
- Leyva Carreras, A. B., Heredia Bustamante, J., & Aguilar Talamante, P. (2021). El Emprendimiento como estrategia en tiempos de crisis. Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales, (35),1–36. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi35.407>

Martínez Martínez, A. (2021). Impacto de la COVID-19 en la producción, empleo y digitalización de empresas en Guanajuato: una primera aproximación. Revista de la Investigación de la Universidad de la Salle, (13)(1-22) <https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2795>

Pérez Nieves, R. (2017). Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa Latinoamericana: Productividad de la MyPE como función de la dirección de la organización. Ecorfan. [https://www.ecorfan.org/libros/analisis\\_sistemico\\_de\\_la\\_micro\\_y\\_pequena/An%C3%A1lisis\\_sist%C3%A9mico\\_de\\_la\\_micro\\_y\\_peque%C3%B1a.pdf](https://www.ecorfan.org/libros/analisis_sistemico_de_la_micro_y_pequena/An%C3%A1lisis_sist%C3%A9mico_de_la_micro_y_peque%C3%B1a.pdf)

Porter Michael, E. (2010). Ventaja Competitiva, Creación y Sostenimiento de un Desarrollo Superior. Pirámide.

#### CÓMO CITAR

SANCHEZ REBOLLEDO, L. D. C., Espejo Reyes, R. ., Domínguez Pérez, S., & Moreno Lastra, N. I. . (2022). La Persistencia Empresarial ante el COVID-19, Municipio de Campeche: Gestión e Innovación Empresarial, MYPES. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (38). <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi38.482>.



[Neliti - Indonesia's Research Repository](#)

