

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

NADA HUMANO ME ES AJENO

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN URBANA

Repercusiones de la pandemia por COVID 19 en MIPYMES del sector calzado en Municipio de Texcoco, Estado de México (2020-2023)

TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN URBANA

PRESENTA

Jhonatan Raziel Alejo Ruiz

Directora de la Tesis

Dra. Aydé Cadena López

Ciudad de México, febrero 2025.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	4
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	8
1.1. Planteamiento del problema	8
1.2. Preguntas de la investigación	18
1.3. Objetivos de la investigación	19
1.4. Justificación	19
1.5. Estado del arte	23
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL	27
2.1. ¿Qué son las MIPYMES?	27
2.2. Las MIPYMES en América Latina	32
2.3. Las MIPYMES en México	36
2.4. La pandemia y su repercusión en las MIPYMES mexicanas.....	42
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
3.1. Tipo de investigación	55
3.2. Diseño de la investigación	60
3.3. Instrumentos de recolección de la información	63
3.4. Caracterización del caso de estudio	67
3.5. Perfil de los entrevistados	72
3.6. Proceso de categorización de las entrevistas	80
CAPÍTULO 4. RESULTADOS: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	85
4.1. Efectos	85
4.1.1. <i>Efectos en actividades diarias.....</i>	85
4.1.2. <i>Efectos en la competencia.....</i>	86
4.1.3. <i>Efectos en el ingreso económico.....</i>	87
4.2. Afectaciones.....	88
4.2.1. <i>Afectaciones económicas</i>	88
4.2.2. <i>Afectaciones físicas o de salud.....</i>	93
4.2.3. <i>Afectaciones psicológicas</i>	94
4.2.4. <i>Afectaciones laborales.....</i>	95
4.3. Elementos de sostenimiento durante la pandemia.....	97

4.3.1. Rutina laboral en pandemia	97
4.3.2. Principales clientes	100
4.3.3. Percepción de venta de calzado por día.....	101
4.4. Acciones preventivas	103
4.4.1. Acciones de emergencia.....	104
4.4.2. Medidas sanitarias.....	106
4.4.3. Respaldo económico.....	107
4.4.4. Medidas preventivas del gobierno	108
4.4.5. Otras acciones preventivas.....	109
4.5. Estrategias.....	109
4.5.1. Participación de los empleados en la toma de decisiones.....	109
4.5.2. Apoyo salarial.....	111
4.5.3. Otras estrategias implementadas por los dueños.....	112
4.6. Escenario postpandemia.....	113
4.6.1. Ventas post pandemia	113
4.6.2. Recuperación económica.....	113
4.6.3. Ventas en línea.....	115
4.6.2. Expectativas.....	115
4.7. Discusión de los resultados.....	117
CONCLUSIONES GENERALES.....	123
BIBLIOGRAFIA FINAL.....	125
ANEXOS.....	133
Anexo 1. Efectos durante la pandemia.....	133
Anexo 2. Afectaciones durante la pandemia.....	135
Anexo 3. Elementos de sostenimiento durante la pandemia.....	144
Anexo 4. Acciones preventivas durante la pandemia.....	147
Anexo 5. Estrategias durante la pandemia	154
Anexo 6. Escenario Pospandemia durante la pandemia.....	156

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a mi madre Cecilia Alejo Ruiz y mi hermano Oscar Efraín Alejo Ruiz que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. Ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades. También son los que me han brindado el soporte material y económico para poder concentrarme en los estudios y nunca abandonarlos.

Mi sincera apreciación y sentimiento a Olga Lizeth Sánchez Nava, cuyo soporte y aliento han sido fundamentales en cada etapa de este proceso. Agradezco que de la mano me haya apoyado en mi proceso académico y personal para poder seguir enfrentando día a día las adversidades que la vida trae consigo.

También, mi más sincero agradecimiento a la Dra. Aydé Cadena López por su dedicación y paciencia infinita. Gracias por su orientación y apoyo constantes mientras fue mi tutora de tesis, su conocimiento experto y consejo crítico han sido insustituibles. Sus comentarios y su incansable búsqueda de la excelencia han sido un faro de luz en el proceso de investigación. Ha sido un honor y un privilegio aprender bajo su tutela, me llevo un amplio conocimiento aprendido de usted, de gran valor para mi formación profesional. Gracias.

Asimismo, mis agradecimientos para la Mtra. Tania Vanessa Carbajal Carmona, la Dra. Nivia Marina Brismat Delgado y el Mtro. Marcos Hernández Rojo, por sus valiosas observaciones al trabajo de tesis.

Son muchos los docentes que han sido parte de mi camino universitario, y a todos ellos les quiero agradecer por transmitirme los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí. Sin ustedes los conceptos serían sólo palabras, y las palabras ya sabemos quién se las lleva, el viento.

Agradezco a todos mis compañeros los cuales muchos de ellos se han convertido en mis amigos, cómplices y hermanos. Gracias por las horas compartidas, los trabajos realizados en conjunto y las historias vividas.

Por último, quiero agradecer a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México que me ha exigido tanto, pero al mismo tiempo me ha permitido obtener mi tan ansiado grado académico. Agradezco a cada directivo por su trabajo y por su gestión, sin lo cual no estarían las bases ni las condiciones para aprender nuevos conocimientos.

INTRODUCCIÓN

La investigación que a continuación se desarrolla tiene como objetivo principal hacer un estudio sobre las repercusiones de la pandemia por COVID 19 en MIPYMES del sector calzado en el Municipio de Texcoco, Estado de México (2020-2023). Para cumplir con ello, el estudio sigue una metodología mixta que se integra por criterios cuantitativos y, principalmente, cualitativos. Cabe mencionar que no se establecieron presupuestos o hipótesis previas que se buscaran comprobar con la investigación, sino que se hizo un estudio exploratorio donde se buscó generar información que permitiera analizar y reflexionar sobre las consecuencias de la pandemia para este tipo de organizaciones. El estudio no busca una medición sobre el impacto de la pandemia en las MIPYMES, sino conocer las percepciones de los actores involucrados y a partir de ello generar un panorama de cómo este tipo de organizaciones se vieron afectadas por la mencionada coyuntura (Yin, 1994; Stake, 1995).

Entonces, el diseño de la investigación consiste en un estudio de caso (Yin, 1994) sobre las MIPYMES del sector calzado en el municipio de Texcoco, Estado de México entre los años 2020 y 2023. Para la generación de información se utilizó el análisis de documentos, la observación no participante y la aplicación de entrevistas semiestructuradas; más adelante, en el capítulo metodológico, se profundiza sobre los instrumentos de investigación utilizados.

Así, el presente documento se divide en cuatro capítulos. En el primer capítulo se describe el Diseño de la Investigación, en donde se estructura el planteamiento del problema; las preguntas de la investigación; los objetivos de la investigación y el estado del arte. La finalidad de este primer capítulo es establecer los lineamientos y parámetros que guiaron la investigación.

En el segundo capítulo se define el Marco Teórico y Contextual, en este se realizó un estudio de análisis contextual histórico y actual sobre las MIPYMES, abordando ciertos puntos relevantes para la caracterización del caso analizado: El concepto de MIPYME; las MIPYMES en América Latina; las MIPYMES en México; la pandemia y su repercusión en las MIPYMES mexicanas. Este capítulo tiene la intención de definir teóricamente el término de MIPYME y de establecer las condiciones en que se han desarrollado este tipo de organizaciones, especialmente en la región de América Latina y de México. Aquí también se presenta un acercamiento a las repercusiones

de la pandemia a las MIPYMES mexicanas, las cuales se identificaron con base en la literatura consultada.

En el tercer capítulo se esboza la metodología que se siguió para la elaboración del estudio. Se define ¿qué es el estudio de caso? y se argumenta ¿por qué la presente investigación se concibe como un caso de estudio?. Posteriormente, se definen y establecen los instrumentos de recolección de la información utilizados: el análisis de documentos, observación directa y entrevista semiestructurada. Por otra parte, se define y explica el perfil de los entrevistados, así como el proceso de categorización por el cual se analizaron las entrevistas realizadas.

En el cuarto capítulo se presenta el Análisis y la discusión de los resultados obtenidos, se desglosan y analizan las principales repercusiones y percepciones categóricas obtenidas: Efectos, Afectaciones, Elementos de sostenimiento durante la pandemia, Acciones preventivas, Estrategias y Escenario postpandemia. Cada una de dichas categorías contienen subcategorías que también son desglosadas y analizadas en el capítulo. Para finalizar este capítulo, se presenta una discusión sobre dichos resultados.

Finalmente se presentan las conclusiones generales, se concluye que durante el período 2020 - 2023 en el municipio de Texcoco se suscitaron repercusiones en las MIPYMES del sector calzado ocasionado por la pandemia como los son: efectos (efectos en actividades diarias, efectos en la competencia, efectos en el ingreso económico); Afectaciones (económicas, físicas o de salud y laborales); Elementos de sostenimiento durante la pandemia (rutina laboral, principales clientes, promedio de venta de calzado por día); Acciones preventivas (acciones preventivas, acciones de emergencia, medidas sanitarias, respaldo económico, medidas preventivas del gobierno, otras acciones preventivas); Estrategias (participación de los empleados en la toma de decisiones, apoyo salarial, otras estrategias implementadas por los dueños); Escenario postpandemia (ventas postpandemia, recuperación económica, ventas en línea, expectativas).

CAPÍTULO 1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Dentro del municipio Texcoco de Mora, Estado de México durante el periodo del año 2020-2021 empezó a surgir un descenso de decrecimiento en el sector económico, específicamente en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) causado por el nuevo coronavirus COVID-19, virus surgido desde Asia Oriental China.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud el coronavirus o mejor conocido como (COVID-19) “es una enfermedad infecciosa provocada por el virus SARS-CoV-2, siguiendo la investigación de la Organización Mundial de la Salud (OMS), tras seguir una investigación para conocer qué, cómo, cuándo y dónde pudo surgir el COVID-19; La OMS junto con China han concluido que el virus es de origen animal y que no hay evidencia de que hubiera transmisión antes de diciembre de 2019, recordemos que el virus se detectó primeramente en Wuhan ciudad de China”(Velázquez, Rivero, 2020. PP. 2-4).

Por otra parte, estudios de la misma OMS señala que la mayor parte de las personas que padecen COVID-19 tienden a sufrir síntomas, entre los más comunes se pueden encontrar la fiebre, tos, cansancio, pérdida del gusto o del olfato. Además, “el virus puede propagarse desde la boca o la nariz, o si una persona infectada tose cerca de demás personas que estén en su entorno quedarían expuestas al virus y podrían contagiarse” (Velázquez, Rivero, 2020. PP. 2-4).

A decir verdad, desde la aparición de este virus en México se empezó a pensar en encontrar la manera de que no se propagara, pero los resultados no fueron ineficientes ya que no se tomaron las medidas necesarias y el virus se propago rápidamente.

En consecuencia, para el mes de marzo del 2020 el gobierno decreto medidas estrictas a la sociedad para evitar la propagación del virus, entre una de las más importantes fue al establecer cuarentena total en todo el país, seguido de este acto provoco que millones de personas se quedaran en resguardo en sus viviendas sin poder salir.

El distanciamiento social fue evidente, las calles estaban desiertas y casi todos los establecimientos cerraron esto sin contar los establecimientos de comida, ya que estos

establecimientos siguieron trabajando durante la pandemia por ser considerados de primera necesidad para la población.

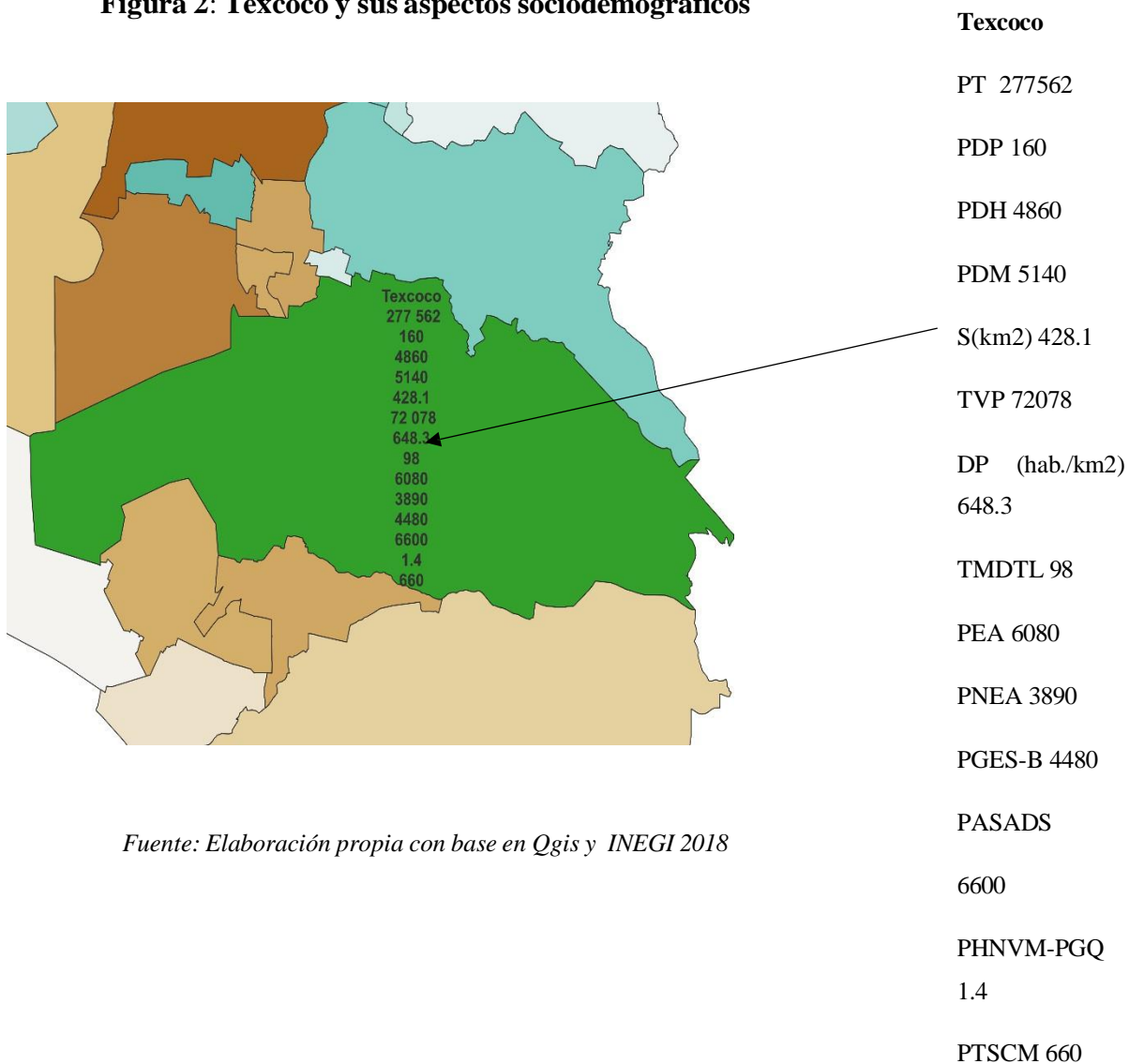
A decir verdad, “la cuarentena en el país provocó que pequeñas micro-empresas cerraran temporalmente, consigo esto generó pérdida de ingresos, desempleo, quiebra total, remates de mercancía, estrés, daños a la salud, preocupación. Sin embargo, algunas micro-empresas tuvieron que innovar sus procesos económicos en ventas, como lo es la herramienta digital Marketing” (Velázquez, Rivero, 2020. PP. 4-5).

El Marketing “es una herramienta tecnológica de internet con ella se puede realizar compras en línea facilitando al comprador a no tener que salir de su casa e ir a la empresa a adquirir su producto”(Velázquez, Rivero, 2020. PP. 4-5), recordemos que la población tenía el temor de salir a las calles por el miedo a contagiarse del virus y propagarlo en su familia.

En virtud de lo anterior la investigación se delimitará en el Territorio Texcoco de Mora, Estado de México, tal como se muestra en la Figura 1. De acuerdo con el H. Ayuntamiento de Texcoco, Dirección de Planeación; “el municipio de Texcoco se localiza en la porción Oriente del Estado de México, se encuentra a 25 kilómetros del Distrito Federal. Colinda al norte: con los municipios de Atenco, Chiconcuac, Chiautla, Papalotla y Tepetlaoxtoc. Al sur con Nezahualcóyotl, Chimalhuacán, Chicoloapan, Ixtapaluca. Al oriente con el Estado de Puebla y al poniente con los municipios de Nezahualcóyotl y Ecatepec” (H. Ayuntamiento de Texcoco, 2013-2015. PP. 8-12).

A Continuación, en la Figura 2 se aprecia con más detenimiento el municipio de Texcoco y los aspectos sociodemográficos más importantes.

Figura 2: Texcoco y sus aspectos sociodemográficos



Fuente: Elaboración propia con base en Qgis y INEGI 2018

A continuación, como se puede observar en la siguiente Tabla 1, en el año 2020, año en el cual empezó a surgir el impacto económico dentro del municipio, el total de la población era de 277562 habitantes, el 48.6% correspondía a los hombres y el 51.4% respectivamente a las mujeres.

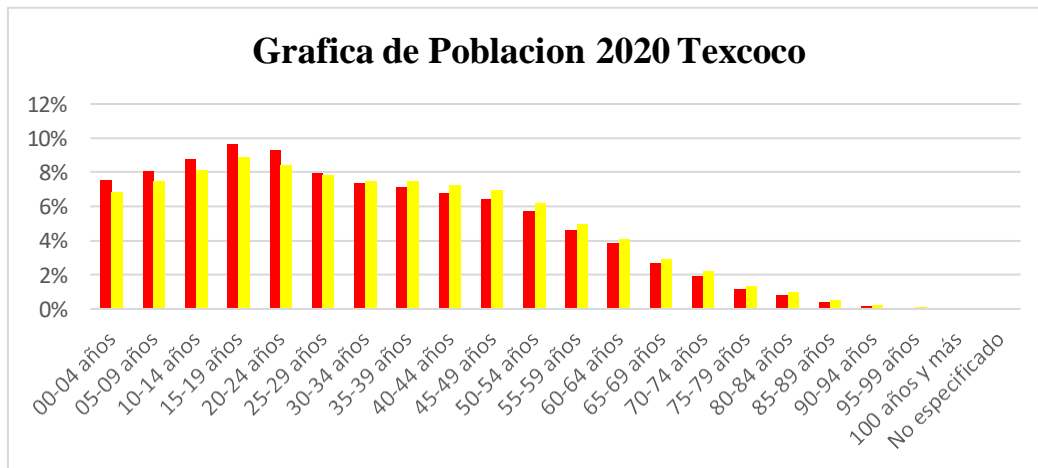
Tabla 1. Población Total, Texcoco de Mora

Entidad federativa	Municipio	Población total	Porcentaje de la población estatal	Relación hombres-mujeres	Edad mediana	Razón de dependencia	Porcentaje de hombres	Porcentaje de mujeres
México	Texcoco	277 562	1.6%	94.6	30	44.8	48.6%	51.4%

Fuente: Elaboración propia con base a datos INEGI 2020, Censo de Población y Vivienda

Una vez teniendo el total de población a continuación, mostrare una gráfica de barras señalando los rangos de edades entre mujeres (rojo) y hombres (amarillos) de los 0 años en adelante correspondiente a la población.

Grafica 1. Grafica de Población 2020 Texcoco.



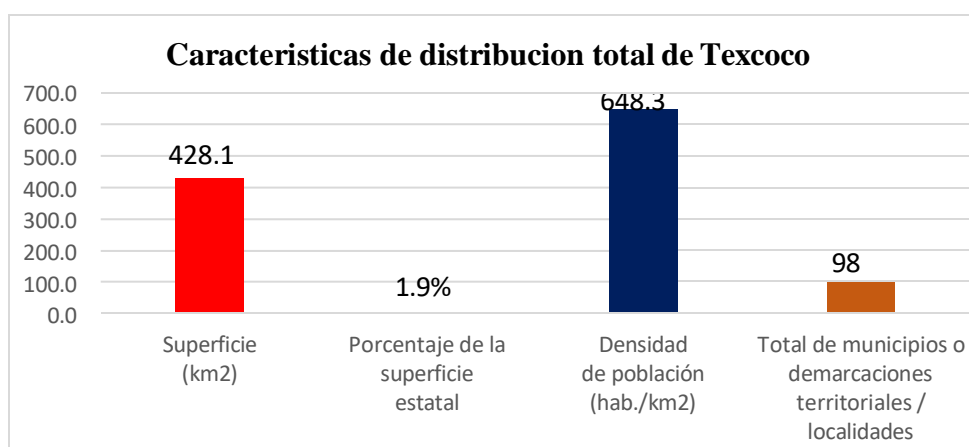
Fuente: Elaboración propia en base a Tabla 1, Población Total Texcoco de Mora

Si analizamos la Grafica 1 el rango con mayor edad que tiene Texcoco va desde los 10 a 29 años y el rango con menor edad de población se encuentra entre los 60 a 95 años y va en decrecimiento.

Más adelante proporcionare una serie de características sociodemográficas importantes que tiene el municipio Texcoco, al mostrar estas características podemos entender de mejor manera cómo estaba constituido anteriormente el municipio.

Como se puede observar en la siguiente Tabla 2, la superficie por kilómetro cuadrado era de 428.1, el porcentaje de la superficie estatal correspondía al 1.9%, la densidad de población 648.3 (hab./km²), el total de municipios o demarcaciones territoriales/localidades se constituye por 98 demarcaciones territoriales.

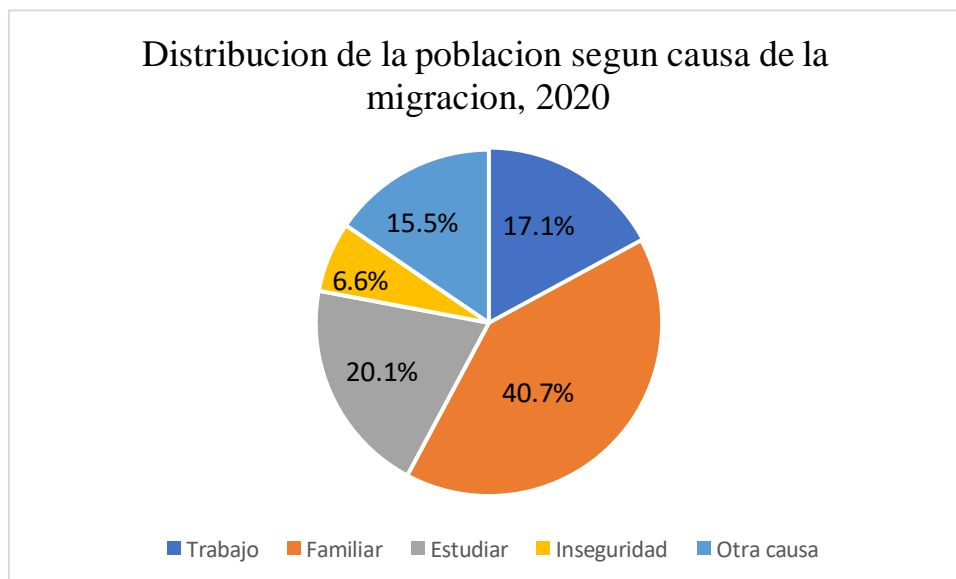
Gráfica 2. Características de distribución total de Texcoco



Fuente: elaboración propia en base a datos de INEGI, 2020

En la siguiente gráfica 3, se muestra la Distribución de la población según la causa de la migración 2020.

Gráfica 3. Distribución de la población según causa de la migración, 2020.



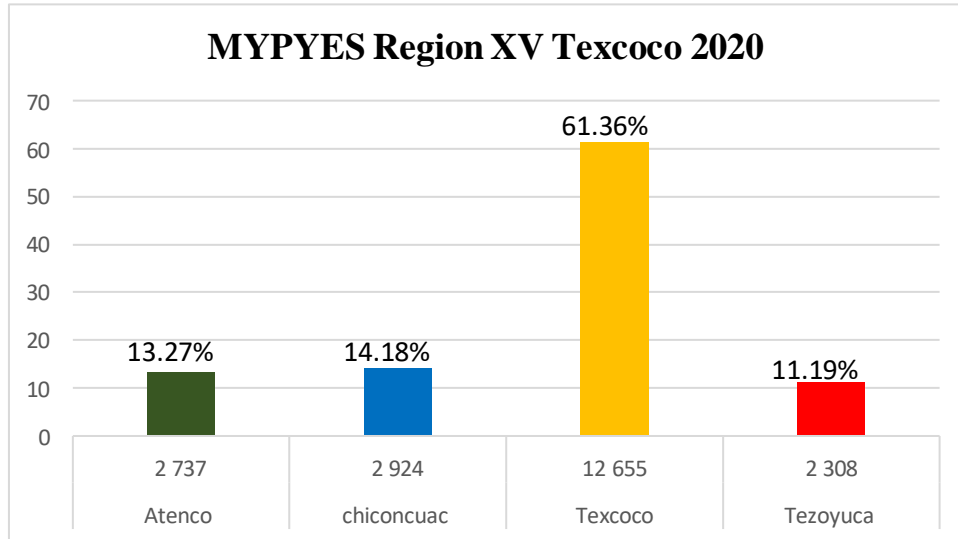
Fuente: Elaboración propia en base a datos de migración INEGI, 2020.

Como se observa en la gráfica de pastel la distribución de población según la causa de migración principalmente surge por la familia con un 40.7% que hace referente a la causa mayor de migración, sin embargo la causa que origina menor migración es la inseguridad del municipio.

Como se pudo observar, la distribución total, así como la migración son características del territorio que estamos estudiando, además contribuyen para hacer un mejor análisis y aterrizar de mejor manera esta investigación.

La región XV de Texcoco conformada por los municipios de Atenco, Chiconcuac, Texcoco y Tezoyuca, albergan 20 624 (PYMES). A continuación, en la gráfica 4 se pueden apreciar con claridad la distribución de PYMES, con los porcentajes y unidades correspondientes a cada municipio.

Gráfica 4. MIPYMES Región Texcoco 2020



Fuente: elaboración propia en base a datos IGECEM. Estadística Básica Municipal, 2020

En la gráfica anterior se muestran los municipios con sus respectivas MIPYMES que cuenta cada uno de los municipios. Texcoco cuenta con la mayor cantidad de PYMES de la región, mientras que Tezoyuca es el más bajo con unidades (MIPYMES). Con estos datos estadísticos podemos concluir lo importante que debió ser el golpe económico en las MIPYMES y en los ciudadanos, ya que el municipio de Texcoco cuenta con la mayor parte de MIPYMES siendo el punto más importante de empleo e ingresos.

Asimismo, las MIPYMES son un gran factor en la economía, pues proporcionan económicamente al Producto Interno Bruto del país, por si fuera poco, generan gran cantidad de empleos, tan solo “en México las MIPYMES constituyen el 97% del total de las empresas y el 79% de la población recibe empleo de estas MIPYMES y generan ingresos equivalentes al 23% del Producto Interno Bruto” (INEGI, 2020).

Derivado de los anterior, debemos prestar atención a este tipo de empresas y verlas como en realidad son, un mecanismo constructor de economía e ingresos del país.

De acuerdo con las unidades económicas (Tabla 2) que muestra el Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (INEGI), en el año 2018 dos años antes de que surgiera esta crisis económica en Texcoco, las Unidades económicas del municipio eran de 11,360 unidades, las unidades económicas se refieren a los ingresos económicos de establecimientos

pequeños hasta una fábrica grande asentada en un lugar de manera permanente y delimitado por construcciones e instalaciones fijas. Además, se realiza la producción y comercialización de bienes o servicios.

El personal ocupado se estima en 39,766 personas, estas personas son las que trabajan con regularidad en la unidad de observación y no perciben una remuneración en forma de sueldo, salario, comisión, gratificación, destajo o en especie.

En el año 2018 las remuneraciones se estimaban de 1,592 millones de pesos, la producción bruta total era de 20,253 millones de pesos, activos fijos 6,487 millones de pesos, las personas ocupadas por unidad económica son de cuatro personas, las remuneraciones por persona remunerada 88 Miles de pesos (INEGI, 2018).

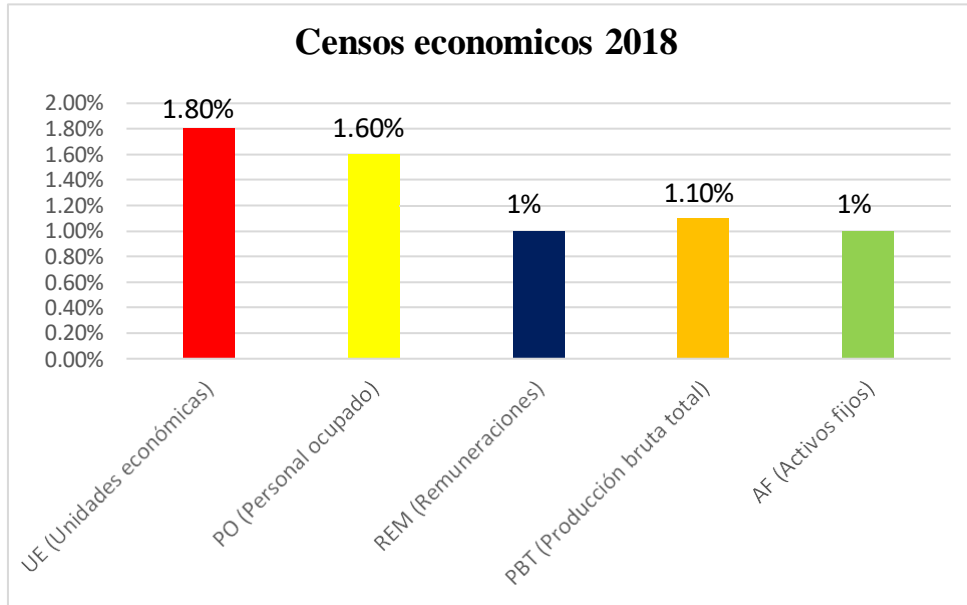
Tabla 2: Unidades económicas Texcoco 2018

Tabla 2. Unidades Económicas en Texcoco 2018	Cifras	
Unidades económicas	11,360	Unidades
Personal ocupado	39,766	Personas
Remuneraciones	1,592	Millones de pesos
Producción bruta total	20,253	Millones de pesos
Activos fijos	6,487	Millones de pesos
Personas ocupadas por unidad económica	4	Personas
Remuneraciones por persona remunerada	88	Miles de pesos
Producción bruta total por unidad económica	1,783	Miles de pesos

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI 2018, calculadora censal.

Como se observó en la Gráfica 5 las unidades económicas registradas en el año 2018, un año antes de la pandemia, las remuneraciones por persona encabezan un índice alto con solo 50.77, sin embargo, las Remuneraciones más bajas son de 0.98 %.

Gráfica 5. Censos económicos 2018



Fuente: Elaboración propia con base en Tabla 2

Si lo comparamos con las unidades económicas del año 2020, año en el que surge la pandemia el INEGI nos proporciona en la tabla 3 datos referentes a la población de 12 años y más no económicamente activa (PNEA).

Tabla 3. Población de 12 años y mas no económicamente activa (PNEA)

Población de 12 años y más no económicamente activa (PNEA) Distribución según tipo de actividad no económica						Población de 12 años y más con condición de actividad no especificada
Total	Estudiantes	Personas dedicadas a los quehaceres de su hogar	Pensionadas(os) o jubiladas(os)	Personas con alguna limitación física o mental permanente	Personas en otras actividades no económicas (no trabaja)	
38.9%	41.6%	39.4%	8.2%	2.8%	7.9%	0.3%

Fuente: elaboración propia con base a INEGI (PNEA)

Por otra parte, es importante definir el concepto económico ya que es fundamental para comprender la investigación, De acuerdo con la enciclopedia económica, la economía se

define como una ciencia que estudia el uso, adecuación, distribución de los recursos y bienes materiales, con el fin de cubrir las necesidades de una Nación.

Su objetivo es buscar un equilibrio social para disminuir al máximo la pobreza y el desempleo de un país, ser eficiente alcanzando todos los objetivos y haciendo uso de la menor cantidad de recursos posible, aumentar el empleo, distribuir de mejor manera los recursos de la nación y lograr que exista igualdad de ingresos al igual mantener la estabilidad de la inflación en los precios debido a que la inflación impacta de gran manera sobre el desarrollo económico de un país.

Dentro de las principales características de la economía se puede destacar que es una ciencia social basada en la sociedad que persigue el comportamiento económico, consecuencias, necesidades determina cómo beneficiar a la sociedad y obtener algo a cambio, además utiliza recursos limitados específicamente controlados,

Adicionalmente la economía “es un conjunto de actividades concernientes a la producción, distribución, comercio, y consumo de bienes y servicios por parte de los diferentes agentes económicos”(Economía Finanzas,2022). Además es indispensable en todos los países, pues es uno de los pilares principales del país. Con el dinero funcionan los diferentes mecanismos económicos, tanto así que la economía sirve para mantener en equilibrio a la sociedad, equilibrio que se va formando desde el salario mínimo que recibe la ciudadanía.

1.2. Preguntas de la investigación

Ante dicho planteamiento la pregunta general de la investigación es:

¿Cuáles han sido las repercusiones económicas y sociales que dejó la pandemia por COVID 19 en MIPYMES del sector calzado en el Municipio de Texcoco, Estado de México entre 2020 y 2023?

Las preguntas específicas son:

1. ¿Cómo puede definirse a una MIPYME?
2. ¿Cuáles son las causas y repercusiones que ha traído consigo la pandemia por el nuevo coronavirus en las MIPYMES?
3. ¿Cómo era el estado o situación de las MIPYMES antes y después de la pandemia?

4. ¿Qué situaciones enfrentó el personal de las MIPYMES al enfrentarse a las repercusiones económicas y sociales que dejó la pandemia?

1.3. Objetivos de la investigación

Como objetivo general de mi investigación será analizar:

Identificar y analizar las repercusiones económicas y sociales que dejó la pandemia por COVID 19 en MIPYMES del sector calzado en el Municipio de Texcoco, Estado de México. Se pretende que con esta investigación se contribuya a la generación de datos cualitativos que ayuden a comprender el impacto que la pandemia por coronavirus tuvo durante el periodo 2020 y 2023 en la localidad de Texcoco.

Se busca que la investigación sea de ayuda especialmente para estudiantes, analistas y economistas interesados en el tema de las MIPYMES. Aunado a ello, se busca que el estudio ofrezca un panorama a nivel local de las implicaciones económicas y sociales que tuvo esta crisis mundial.

Los objetivos específicos de la investigación son:

1. Definir las características de una MIPYME
2. Revisar el estado o situación de las MIPYMES de calzado en el municipio de Texcoco antes y después de la pandemia.
3. Describir el impacto económico en las micro-empresas y las consecuencias que contrajeron.

1.4. Justificación

Las MIPYMES del sector calzado del municipio de Texcoco de Mora en el Estado de México constituyen el objeto de estudio de esta investigación. Se ha elegido a las MIPYMES de este sector por su importancia, especialmente para las ciencias sociales, dado el proceso histórico que tienen, las características particulares que tienen como una forma específica de

organización, el sustento considerable que representan para las economías nacionales y locales, y por ser de las organizaciones que resultaron más afectadas por la pandemia (Rojas y Bustios, 2021).

Para la carrera de Ciencia Política y Administración Urbana, el estudio de las MIPYMES resulta importante, ya que al ser uno de los sustentos más importantes para las economías nacionales y locales (Lizarazo, 2022); requieren de estudios que permitan identificar elementos analíticos que contribuyan a la elaboración de estrategias gubernamentales destinadas a apoyar y mejorar a este tipo de organizaciones y a este sector, los cuales representan una fuente importante de ingresos para el mencionado municipio.

Aunado a ello, se eligió a las MIPYMES del sector calzado como objeto de estudio de esta investigación por el interés académico que este sector fue adquiriendo para mí durante la formación académica que he tenido en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) en materias como análisis político de coyuntura, análisis político con método cualitativo, análisis político con métodos cuantitativos y, especialmente, organización y agentes sociales.

En dichas asignaturas realicé investigaciones sobre el impacto económico por la pandemia en mi municipio de Texcoco de Mora, Estado de México; lo cual me permitió familiarizarme con el sector. Al analizar los datos obtenidos en los diferentes sectores afectados, encontré que el sector calzado fue uno de los más afectados económicamente por el alto grado de demanda de calzado que se tiene en el municipio, ya que además el municipio cuenta con una gran cantidad de comercios de calzado; ante lo cual implica una fuente importante para sustento económico de la zona. También estudiar este caso nos proporcionará un contexto general de las MIPYMES, los sucesos que acontecieron, las percepciones, sus repercusiones internas como externas que reflejaron del duro impacto que tuvieron y la importancia que representan en cada país como mecanismo generador de economía y de empleos, sobre todo.

Además, la investigación cuenta con un amplio margen de conocimiento de sus estructuras organizacionales, el modo de trabajo, estrategias, autoridades, decisiones, actores, infraestructura que se compone cada una de estas.

Sin embargo, también esta investigación refleja la importancia de la diferencia entre jerarquías de las empresas puesto que el impacto sufrido en micro-empresas y grandes empresas en comparativa fue totalmente diferente por el grado de su forma organizacional. Además de darnos cuenta, que actualmente las MIPYMES estructuralmente no están preparadas para enfrentar fenómenos como la pandemia por la forma de actuar ante este fenómeno.

Por otra parte, considero que esta investigación aporta conocimientos teóricos y actuales sobre las estructuras de las MIPYMES y nos proporciona las distintas formas de poder enfrentar un fenómeno como la pandemia, puesto que cada MIPYME se compone diferente y enfrente de diferente forma la pandemia con la finalidad de seguir subsistiendo a futuro.

Cabe mencionar que la investigación aporta el contexto pandémico narrativo de los sucesos acontecidos en las MIPYMES que vivieron en tiempo real el personal de las empresas, para así darnos cuenta de los procesos que pasaron las MIPYMES y el personal.

Es pertinente analizar este tema desde la carrera de Ciencias Políticas y Administración Urbana para darse cuenta de que cualquier organización, institución de cualquier tipo si no cuenta con una organización eficiente interna y externamente estará vulnerable ante un fenómeno como la pandemia a pesar de su alto grado de jerarquía. Un claro ejemplo fueron las MIPYMES de calzado por no contar con una estructura organizacional eficiente y otro claro ejemplo fue el sector salud.

Se considera que el objeto de estudio de esta investigación resulta relevante porque aborda un tipo de organización que ha sido bastante importante para las economías nacionales, como son las MIPYMES. Las MIPYMES en la actualidad “promueven el desarrollo económico, la expansión del mercado, la generación de empleos y una distribución de riqueza más equitativa” (Lizarazo, 2022). Por ello las MIPYMES son tan importantes en la actualidad y en el mundo. Desde mi opinión considero que la generación de empleos es la más importante porque al generar empleos promueves el desarrollo económico no solo de las empresas si no de los trabajadores y de ahí integrarte en la sociedad con una riqueza más equitativa y no baja como sucede en muchos casos.

Por otra parte, en el caso de la economía mexicana, “las PYMES representan una gran cantidad de las empresas del país, también representa una gran parte de la actividad económica de la nación” (Lizarazo, 2022).

A pesar del impacto en el crecimiento económico de México, la realidad es que las micro, pequeñas y medianas empresas no están exentas de los desafíos que pueden ocurrir ante la volatilidad y competitividad del mercado. Por ello de la importancia de las MIPYMES en la actualidad.

Por otra parte, considero pertinente analizar a las MIPYMES desde la Ciencia Política y Administración Urbana, porque esta carrera aporta los elementos teóricos y analíticos para analizar diferentes tipos de organizaciones. Ejemplo de ello es la asignatura de Teoría de la Organización en el contexto global y de Organización y Agentes Sociales, las cuales durante mi estancia en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) me brindaron conocimiento sobre las diferentes formas organizacionales, ya que estas materias analizan cómo se fundamenta el principio organizacional de trabajo de cada país de origen o bien tratan de copiar la forma organizacional eficiente de otro país, como es el caso de las políticas públicas. Un ejemplo de una política pública clonada por así decirlo en la CDMX fue el cable buz elevado en Iztapalapa el cual primeramente en Brasil y Suiza se tenían esos proyectos los cuales fueron eficientes estructuralmente.

Aunado a ello, dichas asignaturas me permitieron comprender cómo la forma de trabajo tiene un impacto económico y social sobre el individuo, sobre las estructuras internas y externas de una empresa, sobre los mecanismos de trabajo y decisiones, entre otros. Esto se abordó desde Frederick Taylor, el padre de la “Administración científica del trabajo”, que además comparte relación con Chester Barnard y los cuatro principios de autoridad que debe llevar una empresa para lograr la eficiencia en decisiones internamente; Henry Fayol y la organización como estructura y su forma de organizar compartiendo la idea de Taylor solo con idea clásica; Y por último pero no menos importante Henry Ford conocido como el “himno a la producción” y su aporte a la explotación de producción de autos. Estos autores forman parte de las grandes teorías de la organización que se enfocan en la empresa, su eficiencia y sus repercusiones económicas y sociales sobre la vida de los individuos.

De ahí la importancia de considerar a las MIPYMES desde esta carrera, ya que su importancia para la economía nacional y su forma particular de organización las vuelven un caso de estudio relevante. En ese sentido se pretende aportar un panorama general sobre la importancia de las MIPYMES a nivel local y nacional, pero también como formas organizacionales diferentes que enfrentan problemáticas y retos muy diferentes a los que enfrenta la gran empresa.

1.5. Estado del arte

La pandemia por COVID-19 ocasionó daños no solo en México sino en el mundo, después de haber aparecido el primer caso de coronavirus en México, los daños no sólo se encuentran en el ámbito de la salud, sino que sus efectos se han presentado también en la esfera política, social y principalmente económica.

A lo largo de la historia se han hecho diferentes estudios sobre el éxito y fracaso de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES). Uno de los estudios realizados fue por Carlo Ferraro (2011) quien cita Hellman y Stiglitz (2000) en su estudio “Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina”, menciona que una de las dificultades principales que enfrentan estas empresas son los problemas de liquidez y el acceso a los recursos financieros en la cantidad necesaria y en las condiciones de plazo y costo óptimos.

En términos generales aquellos autores señalan que dentro de las PYMES el acceso a una financiación en condiciones de costo y vencimiento adecuadas constituye uno de los principales problemas estructurales que limitan sus posibilidades de supervivencia y crecimiento en el mercado. Esto hablando en términos globales debería ser fortalecido la parte del financiamiento, esto le podría servir a la empresa a seguir operando por un largo tiempo sin pensar en la necesidad de llegar a una quiebra en el establecimiento. Además, el estudio que nos presentan va en relación con los factores del funcionamiento de los mercados financieros, el cual es un punto también importante sobre la estructura de las PYMES, ya que tener un buen funcionamiento con coordinación, cooperación, financiamiento podrá ser clave internamente dentro de la empresa. En relación con mi investigación este estudio nos puede dar una perspectiva de lo importante que es el funcionamiento interno de las PYMES, pues si no se cuenta con una buena administración estructuralmente de la empresa, a la hora que

se presente una crisis económica la empresa podría verse fracturada fuertemente, cosa que la mayoría de las microempresas de Texcoco no contaban en la crisis económica.

Otro de los estudios que se realizaron en relación sobre la PYMES, fue un estudio realizado en el año 2017 sobre el impacto económico de las PYMES en la plaza comercial puerta Texcoco, realizado por los estudiantes Mario Alberto Millán Ayala y Omar Armando Valdez Pérez de la Universidad Autónoma del Estado de México. Este estudio centra un análisis económico en la plaza comercial de Puerta Texcoco, derivando ciertos puntos importantes sobre las PYMES. Tanto Millán como Valdez analizaron el contexto económico en que se encontraban las PYMES en este caso la plaza comercial Puerta Texcoco. Dentro del estudio definen que “las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) son una alternativa para el desarrollo de una localidad y de una región y que las plazas comerciales que últimamente existen en diferentes partes del país son parte fundamental de la economía del entorno donde se encuentran”. En este caso las plazas juegan un papel importante en la economía y en el entorno comercial, pues muchos ciudadanos se benefician de estas plazas, como por ejemplo de productos, salarios, prestaciones, empleo, etc.

Además, en las plazas comerciales se albergan negocios nuevos e innovadores, las cuales satisfacen las necesidades de los consumidores, una de las finalidades de estas plazas comerciales es atraer a personas en este caso consumidores para así que ellos adquieran los productos que se venden en los diferentes locales.

Un dato importante que nos muestra los estudiantes Mario Alberto Millán Ayala y Omar Armando Valdez Pérez de la Universidad Autónoma del Estado de México es que “las PYMES son parte importante de México ya que existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que aproximadamente generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país”. En relación con mi investigación su estudio se enfoca en solo en una plaza comercial y busca saber las características de los establecimientos y la consecuencia de las crisis económicas que se originó en esa plaza comercial.

Otro de los estudios realizados recientemente sobre las PYMES, es el estudio realizado por María de los Ángeles Velázquez Martínez y Melesio Rivero Hernández (2021), sobre las MIYMES y el COVID-19 en la Región XV Texcoco: A un año de la pandemia. En su

investigación realizada, tratan de interpretar lo que fue el desarrollo de la pandemia y el impacto que ocasiono en las PYMES de Texcoco. Primeramente, menciona una breve introducción de lo que fue el virus covid-19 y el impacto que ocasiono en las PYMES. Lo que buscan analizar estos dos autores era revisar detalladamente la condición posterior después de la pandemia, ¿cómo estaban operando las microempresas? y como se estaba dando el comportamiento de las diversas acciones que realizaron organismos públicos descentralizados, las instituciones públicas, las MIPYMES privadas y la sociedad civil para el estudio y la reactivación de la economía, tanto en el Estado de México como en la región XV Texcoco. Este es un estudio realizado a profundidad, tanto Velázquez como Rivero utilizaron diversas herramientas estadísticas para poner en práctica la metodología de descripción documental, la cual fue fundamental para llevar cabo su investigación. En relación con mi estudio nos dan ciertos puntos e ideas de como la pandemia de covid-19 fue deteriorando la economía de las PYMES.

Por último, un estudio realizado por la Revista Universidad y Sociedad sobre el efecto económico en las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil por el incremento de la tasa del IVA al 14% en el período 2015- 2017. Es un estudio que pretende comprobar que existe un severo impacto económico por el incremento de la tasa del Impuesto del Valor Agregado del 12 al 14% en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de la ciudad de Guayaquil. Como antecedente nos presentan que el incremento del IVA influiría sobre el nivel general de precios en la economía de un país, afectando el cumplimiento de las metas comerciales, esto ocasionaría que el consumo de los productos baje por motivo de percepción de los consumidores, ya que estos ya no podrán adquirir productos en la misma magnitud por el incremento del precio o incidiría en el contrabando, ambos casos no aportan a la economía de una nación. Así mismo el análisis de este estudio se realiza a partir del incremento del IVA al 14% que sucedió en junio del 2016-2017 y el impacto económico que tuvo en las pequeñas y medianas empresas comerciales de la ciudad de Guayaquil.

Ante esto la Revista Universidad y Sociedad (2019) concluye en su estudio, que los datos de las PYMES comerciales de la ciudad de Guayaquil registrado en la Superintendencia de compañías presentaron un efecto negativo al incrementarse el IVA al 14%, dentro de ello se analizaron datos del año 2015 en donde nos muestra que la tasa del IVA era el 12%, frente a

los años afectados 2016 y 2017 que presentaron el incremento del IVA parcialmente desde junio del año 2016 hasta mayo del 2017. En relación con mi investigación se puede integrar que el IVA juega un papel importante en las PYMES ya que representa parte de la economía de las PYMES.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL

En el capítulo dos próximo después de analizar el diagnóstico demográfico, los datos numéricos de MIPYME en Texcoco y hacer un énfasis sintético en el problema económico durante la pandemia del covid-19, es importante comprender teórica y conceptualmente el término MIPYME ya que es fundamental comprender su estructura, diseño, y demás características, para así tener una mejor idea y comprensión sobre el objeto de estudio en la investigación. Por ello en este capítulo dos abordaré teórica y conceptualmente ¿Qué son las MIPYMES?, es importante tener bien claro su concepto y definición, hay que recordar que las MIPYMES son clave en la economía de un país, ya que aportan ingresos económicos al Producto Interno Bruto (PIB) y representan una clave fundamental dentro de lo que engloba el mercado local, nacional e internacional.

2.1. ¿Qué son las MIPYMES?

Me parece pertinente definir primero el término empresa, ya que este es el objeto de estudio a analizar. Los autores Jesus Valdez y Armando Sánchez en su obra “Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México”, definen empresa como “la célula básica para la producción de bienes y servicios constituye una unidad económico-social con fines de lucro. En esta unidad los factores de producción se coordinan y conjugan para generar bienes de interés social e individual. Dentro de este contexto, los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo, tierra y habilidades empresariales” (Valdés y Sánchez, 2010:127).

En general, se entiende por empresa al organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios, coordinados por un administrador que toma decisiones para que se puedan lograr las finalidades establecidas en su constitución.

Por tanto, la empresa, es una identidad endógena a la sociedad y no puede permanecer ajena a ella. “La sociedad, representada por el estado, les proporciona a las empresas el marco jurídico institucional para su funcionamiento, permite la educación de sus obreros, técnicos y directivos y le proporciona infraestructura económica” (Valdés y Sánchez, 2012:128).

Además, la empresa también tiene que asumir compromisos con los grupos de interés existentes en la sociedad para contribuir a solucionar problemas: como la pobreza, medio ambiente entre otros problemas que afecten nacional e internacionalmente a la sociedad. Por ejemplo, uno de los problemas que actualmente está sufriendo México es el crecimiento de la inflación desacelerado, pues las empresas nacionales como extranjeras están involucradas en la economía y precios. Incluso en Estados Unidos cuando sube o baja el valor de su moneda en este caso el dólar, genera repercusiones no solo en su país si no trae repercusiones con aliados comercialmente principalmente a las empresas, aquí en este ejemplo podría entrar claramente el Tratado de Libre Comercio de Estados Unidos, México y Canadá (T-MEC).

Cabe mencionar también, la definición de empresa moderna, ya que países Desarrollados como no Desarrollados tienden en tener ciertos desequilibrios de desigualdad en empresas en comparación con otros países, pues quizás sí tienden a ser iguales en cuanto a personal, estructura, pero en cuanto a desarrollo tecnológico, económico existe un desequilibrio como lo es la maquinaria. Por ello en el ejercicio de su actividad económica, la empresa moderna produce indudables beneficios sociales. “En general, proporciona al público un abastecimiento oportuno y adecuado y una distribución más efectiva de bienes y servicios. A través de la difusión del crédito, ha incrementado la capacidad de compra de grandes sectores de la población y, por medio de la publicidad, han masificado el conocimiento de nuevos productos capaces de satisfacer sus necesidades sociales e individuales” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:127). En este caso todos los beneficios generados por la empresa moderna se han visto apoyados por el aumento en la productividad, que ha provocado un crecimiento de la eficiencia y aumentado la producción en masa generando un proceso de disminución de precios.

Sin embargo, la empresa moderna no sólo debe cumplir con sus finalidades económicas sino también en tener una mejor coordinación organizacional dentro de la empresa, ya que es importante tener una organización bien estructurada internamente para lograr la mayor eficacia y eficiencia posible.

Ahora bien, el término MIPYME, engloba los conceptos micro, pequeña y medianas empresas, por lo que hablar de MIPYME implica referirse a estos tres tipos de empresas.

La autora Edyamira Del Rosario Cardozo en su obra “La conceptualización de microempresa, microemprendimientos y unidad productiva de pequeña escala” (2007), trata de definir y distinguir el termino de microempresa a menor escala, teniendo en cuenta la diferencia de una microempresa y microemprendimientos como unidades productivas de menor escala.

Por otro lado, Jesús Amador Valdés Díaz de Villegas, Gil Armando Sánchez Soto en su obra “Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México “, citan al Instituto Libertad y Democracia, en la definición de PYMES, como “empresas extralegales que tienen como características fundamentales, la ausencia de permisos legales para operar como organización y por tanto faltas de control y organización para su funcionamiento. Estos aspectos permanecen en la realidad latinoamericana y tienden a incrementarse, por el proceso de funcionamiento de los sistemas económicos imperantes en la región” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:138).

La autora Cardoza menciona que las MIPYMES “es vista, cada vez más, como la dimensión de un sector económico, social y político de la sociedad que insertado en su aparato productivo es capaz de generar empleos” (Cardozo, 2007:24). En efecto las MIPYMES son de las fuentes más generadoras de empleos, solo hay que prestar atención los miles de MIPYMES que hay en la CDMX y los pequeños comercios de microemprendimientos que de igual forma generan empleos y una gran suma de capital de ingresos.

Además de mencionar esta definición la autora cita una definición colombiana sobre MIPYMES, la cual se entiende “como toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana” (Cardozo, 2007:25). Esta definición comprende que todo tipo de empresa que realice una explotación económica se considera como MIPYME, ya que al explotar dicho sector se generarán ingresos financieros y una vez obtenidos esos ingresos una parte se convertida en la inversión, sueldos de trabajadores, entre otras cosas que requieran las MIPYMES, de este modo empieza un ciclo de la misma empresa, poniendo en práctica todos los puntos uno tras otro.

Por tanto, las MIPYMES “forman parte de propiedad estatal, siendo una parte muy importante de la actividad económica así como de los sectores más estratégicos y priorizados,

además de asumir una caracterización enmarcada por estructuras reducidas, agilidad y ductilidad en su gestión productiva, económica y comercial que les permiten adaptarse rápidamente en las condiciones de un mercado cambiante con un máximo de 100 trabajadores, incluyendo en esta clasificación a las cooperativas agropecuarias, los productores individuales de la tierra y las organizaciones de artesanos” (Cardozo, 2007:25).

En este caso ciertos sectores económicos son propiedad estatal, por la cual tienen que ver todos los factores internos y externos que les competen para formar parte. Uno podría ponerse a pensar que las plazas comerciales son públicas, porque el público en general puede entrar y consumir productos a su gusto, pero dentro de esta plaza comercial existe un lucro privado, al final de cuentas la plaza es privada y tiene dueño o dueños.

Otro de los puntos importantes es, si consideramos solo las siglas PYME, estaríamos haciendo referencia a “las empresas cooperativas, como las empresas asociadas con capital extranjero” (Cardozo, 2007:25), como de un mismo tipo se observa en esta clasificación que los criterios no están claramente definidos, aun cuando señala la estructura, como una característica importante, lo que permite asumir una idea sobre la consideración del tamaño. Claramente al referirse a las empresas asociadas con capital extranjero, sería como estar hablando en una empresa a gran escala.

En mi punto de vista las micro-empresas y micro-emprendimientos no varían mucho ni se diferencian como tal, lo que sí los podría diferenciar es el número de empleados, ventas y tamaño. La Micro-empresa por lo general se ubica dentro de la categoría pequeña y mediana empresa (PYME), reconocida como un ente productivo (Cardozo, 2007:24). Además, la autora cita la Exposición de Motivos del Decreto Ley 1547 el cual informa que es un ente generador de empleos e inversiones y que tiene su peso específico como dinamizador de la economía del país.

Por otra parte, las MIPYMES se caracterizan o distinguen de distinta forma, ya que se tiene que tomar en cuenta diferentes factores dentro de la empresa que hacen distinguirse de las demás. A decir verdad, se podría pensar que cada empresa pequeña, mediana o grande opera de distinta forma, ya que cada MIPYME se distingue de la formalidad, instalación, financiamiento. Como por ejemplo no podemos comparar un negocio como lo es una Taquería que no cuenta con un manejo estricto de organización interior a comparación de

una Tienda departamental como lo es Suburbial el cual cuenta con un registro minucioso de ventas, empleados, productos, proveedores, entre otras cosas que hacen que la empresa se maneje de una manera planificada.

Una de la clasificación de MIPYMES que cita la autora, que mayoritariamente se utiliza es la del Ministerio de Economía y CORFO: “considera a las empresas pequeñas aquellas que venden entre UF2.400 y UF25.000 al año, y como Empresas Medianas a las que venden más de UF25.000 al año, pero menos que UF100.000”. (Cardozo, 2007:24). En términos generales el Ministerio de Economía y CORFO se enfocan en clasificarlas en cuanto al grado de ventas que la empresa pudiera tener.

En este caso podríamos decir que el criterio utilizado para determinar la cualidad de P y ME es financiero, porque está vinculado al volumen de ventas, parámetro que se considera a los fines de favorecer los incentivos que el Estado establece para la promoción y el fortalecimiento de la producción en el sector, en las cuales se suman las micro-empresas y se les denomina MIP y ME, o sea: micro, pequeña y mediana empresa. Entonces una característica por la cual podemos distinguir las MIPYMES es por las finanzas, ingresos y egresos que genera la empresa.

Dentro de las características cabe mencionar que las medianas empresas cuentan con un personal entre 50 y 200 trabajadores, además cuentan con activos totales por valor entre 5,001 y 15.000 mil salarios mínimos mensuales legales vigentes. La pequeña empresa cuenta con una planta de personal entre 11 y 50 trabajadores activos totales por valor entre 501 y menos de 5,000 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Por último, la Microempresa, cuenta con una planta de personal no superior a los 10 trabajadores, con activos totales por valor inferior a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes. En este sentido el personal es otra de las grandes distinciones de las MIPYMES, pues el tamaño de la empresa también influirá en el número de personal, así como también lo hicimos con el financiamiento.

Ahora bien, las microempresas, son “Entidades que cuentan con un número de empleados inferior a 15, precisamente una de las características relevantes que identifica a este tipo de entidades es la de carecer de una estructura relevante” (Cardozo, 2007:25). Como antes mencione, las microempresas cuentan con personal inferior a 15. A comparación de los microemprendimientos su personal es muy poco, incluso el mismo dueño tiende a trabajar él

negocio por sí solo sin necesidad de contratar más personal, esto porque su estructura suele ser muy pequeña y comúnmente el negocio se establece en su propio hogar.

Como se pudo observar las empresas se clasifican en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. A continuación, mostraré tres criterios que distinguen cada una de las MIPYMES.

1.- El volumen de negocio inferior, se refiere a la cifra que resulta de sumar todos los ingresos netos del negocio durante el ejercicio contable.

2.-El activo total en balance inferior, recoge los saldos deudores de las cuentas representando en unidades monetarias, lo que la empresa posee, o bien el empleo que se ha dado al conjunto de recursos financieros que figuran en el pasivo del balance.

3.-Número de empleados, se refiere al número de empleados que integran la empresa contando todas las áreas.

De acuerdo con estos criterios, “La empresa pequeña cumple con un volumen de negocio inferior a 1.502.530 €, un activo total en balance inferior a 601.012 € y con un número de empleados menor a 25. La empresa Grande cuenta con un volumen de facturación superior a 14.424.290 €, activo total en balance superior a 7.212.145 y número de empleados superior a 250. Por último, la empresa mediana, no cumple con los requisitos mínimos de una empresa grande ni tampoco de una pequeña” (Cardozo, 2007:25). En este caso quedaría como una empresa neutra en un rango intermedio entre la pequeña y grande empresa.

2.2. Las MIPYMES en América Latina

En América Latina, el surgimiento de las MIPYMES parece producirse por dos vías, principalmente: “como empresas propiamente dichas, con una adecuada estructura, que les permite una adecuada gestión empresarial: este tipo de organización es capitales intensivas y se desarrolla dentro del sector formal de la economía. Donde ubican fundamentalmente las pequeñas y medianas empresas, y como empresas familiares: caracterizadas por una gestión, orientada a la supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital, o la inversión que permite el crecimiento” (Valdés, Sánchez, 2012:138). En este contexto, se ubican las microempresas que surgen asociadas al

fenómeno del autoempleo como forma de subsistencia.

Por su parte la gran mayoría las MIPYMES en Latinoamérica “son organizaciones informales, surgidas de los proceso de atomización social producto de la integración de estas economías al proceso de globalización, con el uso de un paradigma de política económica neoliberal monetarista, sin que se hayan operado cambios profundos en las estructuras competitivas de la actividad empresarial, ni en el marco jurídico institucional que permite el funcionamiento de la actividad económica” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:138).

Sin embargo, quiero señalar que América Latina ha desarrollado una economía informal significativa, ante la aparición de pequeños negocios de subsistencia, en busca de su sustento para afrontar las responsabilidades del diario vivir, hecho que ha frenado el emprendimiento como proceso necesario de autoempleo al limitar el avance tecnológico, además de afectar seriamente a muchos negocios que operan dentro de la formalidad.

Y en efecto esto tiene sentido, ya que América Latina cuenta con países de bajos recursos, en donde el gobierno ha sido cómplice de esta situación. La población desesperada de no encontrar trabajo opta por el emprendimiento como alternativa para generar ingresos, pero en ocasiones no se cuenta con el presupuesto para invertir en el negocio. De este modo el crecimiento de la denominada economía informal, no se agota en la alusión a los vendedores informales en las calles, este tipo de economía pone de manifiesto una tendencia a la informalización de la estructura productiva empresarial nacional, producto de la dinámica global y los cambios ocasionados por los decretos implementados por el gobierno.

En Argentina, las PYMES “ocupan el 99.5% del empleo de todo el país, según el informe del Banco Mundial del año 2007, el sector informal incluía el 11.9% trabajadores asalariados e independientes, todos relacionados con la actividad de la microempresa, el porcentaje de informales aumenta en las empresas de pocos empleados, llegando a un 45% en la de menos de 5” (Valdés, Sánchez, 2012:142).

Por otro lado, un país como Brasil cuenta con 4,9 millones de empresas formales y que representan alrededor del 20% del PIB y generan 25 millones de ocupaciones. Más de 4.4 millones de pequeños establecimientos rurales y alrededor de 10,3 millones de establecimientos informales, representan el 8% del PBI, con 60 billones de dólares” (Valdés, Sánchez, 2012:143).

Para la región Centro América y del Caribe, la información del Banco Mundial describe comportamientos análogos, a los del resto de las economías mayores del continente. Los datos, brindados por Rudolf Buitelarr en la CEPAL (2010), indican que la presencia de las MIPYMES en la estructura económica de América Latina es relevante. Las pequeñas empresas son responsables de entre el 25% y el 40% de la generación de empleo, y de entre el 15% y el 25% del total de la producción de bienes y servicios. No obstante, la asimilación del proceso de globalización por estas empresas es limitada. A nivel exportador, las MIPYMES tienen un papel pequeño, representado entre el 1% y el 3% del total de las exportaciones latinoamericanas

En tal sentido, es indudable que un argumento sobre la importancia de las MIPYMES tiene que transitar, precisamente por este punto en particular, es decir la innovación y su rol en el enfrentamiento de los retos de la competitividad, dado que estas organizaciones tienen un papel mayoritario en el tejido productivo y empresarial existente, lo cual debería reforzarse por el potencial de adaptabilidad que estas poseen. A pesar de las áreas de oportunidad uno de los obstáculos más grandes sigue siendo el acceso al financiamiento para sacar adelante sus ideas de negocio o de innovación de producto. Aunque es posible precisar aspectos como:

1. Falta de conocimiento en la nueva cultura de desarrollo organizacional.
2. Falta de claridad de cómo llevar su producto o servicios al consumidor final.
3. Incapacidad para fortalecer el área comercial y de ventas de la compañía.
4. No conocer si el personal que tienen actualmente es el adecuado en un proceso de crecimiento.
5. Resistencia al cambio.

Otro caso importante en Latinoamérica es Venezuela, ya que es un país subdesarrollado que cuenta con miles de pequeñas empresas que finalmente contribuyen de gran manera en la economía del país, aunque el país no cuente con un sector económico de gran potencia si sirve como referente para sobrevivir económicamente, cabe destacar que solo ciertos sectores son contribuidos económicamente mientras que otros sufren en ventas, esto se debe a la crisis

que actualmente está cruzando el país, no existen los ingresos necesarios ni para consumir productos.

La MIPYME es importante verla dentro del marco legal constitucional ya que el marco normativo legal históricamente tiene definido ciertos puntos los cuales definen su estructura y nos permite diferenciar una de otra. El marco legal normativo de pymes referida a la pequeña Industria la define como “la unidad de explotación económica realizada por una persona jurídica que efectúe actividades de producción de bienes industriales y de servicios” (Cardozo, 2007:27).

De acuerdo con el marco legal normativo, sus estructuras son comprendidas por los siguientes parámetros: la planta de trabajadores con un promedio anual no menor de once trabajadores, ni mayor a cincuenta trabajadores, las ventas anuales entre nueve mil una unidades tributarias y cien mil unidades tributarias. En la Mediana Industria, la unidad de explotación económica, realizada por una persona jurídica que efectúe actividades de producción de bienes industriales y de servicios conexos, comprendida en los siguientes parámetros, son: la planta de trabajadores con un promedio anual no menor a cincuenta y un uno trabajador, ni mayor a cien trabajadores.

Las Ventas anuales entre cien mil una unidad tributaria y doscientos cincuenta mil unidades tributarias. En cuanto al término emprendedor es importante distinguir su modo de operar, “el emprendedor: es la persona interesada y capaz de identificar, evaluar y desarrollar una idea hasta transformarla en un concepto de negocio operativo o en un producto, mediante la obtención de los recursos necesarios para su ejecución y posterior comercialización” (Cardozo, 2007:27).

La definición anterior se refiere explícitamente a industria, en las cuales se presume la realización procesos fabriles o de transformación, no incluye a las empresas de servicio. Sin embargo, el Artículo 27 numeral 4, contradice la denominación industria cuando incluye a los servicios en la categoría. Esta contradicción se mantiene en el texto del decreto No. 1.892, mediante el cual se dictan las medidas temporales para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana Industria y cooperativas, Productoras de Bienes y Prestadoras de Servicios.

A juicio de la autora, de todas las definiciones expuestas, la aportada por la autora Iturralde es la más completa. Iturralde citada por Cardozo define como pequeña y mediana empresa a “las unidades económicas que efectúen actividades de producción de bienes y servicios que mantengan una fuerza laboral de entre once y cien trabajadores directos, con activos entre 50.000 a 500.000 UT y ventas anuales entre 100.000 y 250.000 UT” (Cardozo, 2007:27).

2.3. Las MIPYMES en México

Las MIPYMES en México son organizaciones que en su mayoría operan en la informalidad, aparte constituyen una parte determinante de la estructura económica del país por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. Por tanto, aunque pueda considerarse contraproducente su informalidad, constituyen un factor generador de ingresos, que tiene incidencia, muy importante, en la demanda de consumo, jugando su papel como autoempleo de subsistencia, una característica que es un denominador común en el resto de América Latina” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:141).

Si hablo en el caso de México, las pequeñas y medianas empresas representan el motor económico del país, con casi 4.1 millones de MIPYMES de acuerdo a con la investigación realizada por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), las MIPYME aportan un 42% del Producto Interno Bruto (PIB) y generan el 78% del empleo nacional. Específicamente, dentro del porcentaje de las MIPYME en México el 95,4% representan microempresas, mientras que un 3,6% se relaciona con pequeñas empresas y otro 0,8% a los comercios medianos.

Por tanto, las MIPYMES son un motor importante para México, las pequeñas y medianas empresas abarcan diferentes sectores y necesidades para la población, siendo las más relevantes las del sector de comercio, industrias y servicios. Solo basta con ver cuánto micros y pequeñas empresas se desarrollan en una colonia, la mayoría viene siendo este tipo de empresas que no son muy grandes, pero aportan una gran necesidad a la población en cuánto a productos y servicios que brindan.

Además, su cercanía con grandes potencias económicas como los Estados Unidos, México es una oportunidad de emprender en nuevos mercados que generen un impacto económico

a nivel local y que permitan el intercambio comercial internacional.

Históricamente en México, principalmente durante el presidencialismo en el siglo XX, bajo del gobierno del partido Hegemónico que se suscita en esa época se crearon diferentes programas en apoyo a las MIPYMES, ya que, en México, las MIPYMES, han ocupado un lugar importante en los planes de desarrollo. En 1976, “se propuso apoyo a los pequeños y medianos industriales mediante acciones concertadas, con el objetivo de impulsar la generación y distribución nacional de tecnología, así como el perfeccionamiento de los procedimientos de otorgamiento de crédito y participación de capital en nuevas empresas” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:143).

Además, se propuso crear empleos, generar divisas y el uso de técnicas, equipo y materias primas nacionales. En 1977, se estableció que la gran empresa debía apoyar a la pequeña y la mediana industria y que ambas trabajaban en el desarrollo industrial sin requerir protección. En este caso a las MIPYMES, “se les permitiría: acceso a tecnologías modernas y disponibilidad de recursos, preparación para el uso intensivo de mano de obra y tecnologías especiales y ofrecer mayor empleo por unidad de producción, y participación en una política que se enfocaría a dar apoyos crediticios y dotarlos de liquidez y capital de trabajo” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:143).

Uno de los primeros programas que se implementó en México sobre las MIPYMES, fue a cargo del presidente José López Portillo (1976-1982), dicho programa pretendió “la recuperación industrial por la vía de una mayor productividad de capital y de trabajo que trajeran consigo un gran desarrollo y fueran una fuente auto sostenida de empleo. Para ello, en 1979, se creó la Comisión Nacional de Fomento Industrial (CNFI) y la realización de foros de discusión y concertación que buscarán evitar la indefinición y la burocratización para impulsar el apoyo a la pequeña empresa” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:144).

El punto principal del programa consistió en otorgar a las MIPYMES, financiamiento y estímulos fiscales permitiendo a los grandes empresarios canalizar al exterior una mayor proporción de su producción y operar mediante subcontratos con la pequeña y mediana industria. Posteriormente, el Plan Nacional de Desarrollo Nacional de 1982, implementó una política industrial que intentaba promover empleos a través de: La desconcentración

territorial de la industria, el desarrollo ramos de alta productividad, la integración de la estrategia industrial para aprovechar los recursos naturales, la articulación de la gran empresa con la mediana y pequeña industria.

Por otro lado, en 1983, bajo el gobierno de Miguel de la Madrid (1982-1988) se promovió la creación del Sistema Nacional de Subcontratación, el programa buscaba que “las empresas paraestatales orientaran su demanda hacia el mercado interno, fundamentalmente en apoyo a casi 85% industrias de papel, madera, alimentaria, textil y minería, en un esquema contradictorio con el nuevo proyecto de apertura instaurado a partir del nuevo gobierno” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:145).

Dentro de ese contexto, puedo decir que el Programa Especial Complementario de Apoyo a la Pequeña y Mediana Minería permitió el establecimiento de cinco plantas de beneficio regional, se apoyó a la producción con 870 millones de pesos y se tomaron medidas para incrementar la capacidad de extracción, refinación y productividad, con el fin de fortalecer su participación en el mercado internacional.

En el Sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), la MIPYMES representan 119 mil 914 empresas, que demandaban un millón 591 miembros de la Población Económicamente Activa (PEA). Estos establecimientos representan el 98%, del total de establecimientos de transformación y absorben más del 50% de la mano de obra del sector, además de aportar el 44% de la producción de la industria manufacturera, proporción que equivalía al 12% del PIB.

Bajo este contexto “se desarrolla conjuntamente con las Cámaras Empresariales el Programa para la Modernización y el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana (PMDI) para promover los instrumentos y acciones en apoyo a este tipo de empresas (González López, 2008). En 1989 la política de apoyo a la MIPYMES continuó con programas de financiamiento y apoyos fiscales, de organización y asistencia técnica” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:146).

En este mismo sexenio en el año 1989 se implementó el Programa para la Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana (1991-1994), con el objetivo de fortalecer las MIPYMES. Como resultado de ese Programa, se crearon agrupaciones de microindustrias, centros de compra en común, uniones de crédito y bolsas de

subcontratación. La banca múltiple apoyó el proceso de modernización de la pequeña y mediana industria destinando recursos financieros a más de 21 mil compañías.

Para estimular la exportación de manufacturas se crearon tarjetas empresariales y de crédito Interexport, que benefició a más de 2 mil industrias. Se instaló la Comisión Mixta para la Modernización de la Industria Micro, Pequeña y Mediana, cuyo principal objetivo era promover su desarrollo a nivel regional y, a su vez, apoyar la desconcentración industrial. Se instaló en cada estado de la República, la COMIM encargada de orientar la organización de las MIPYMES y coordinar acciones de apoyo con uniones de crédito y comercializadoras” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:146).

Otro programa establecido fue el Programa de Impulso a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, con el que se establecen acciones para fomentar la asociación y promoción de orientación exportadora. Con este programa, se atendieron requerimientos de 20 mil 721 empresas, lo que significó destinar recursos por 7 358 mil millones de nuevos pesos y se publicó un nuevo esquema de organización interempresarial llamado Organización de Empresas Integradoras, con el objetivo de promover la creación, organización, operación y desarrollo de unidades productivas de escala micro, pequeña y mediana empresa.

En 1997, bajo la orientación del entonces presidente Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000) y en cumplimiento a su Programa de Política Industrial y Comercio Exterior, se inició la conformación de la Red Nacional de Centros Regionales para la Competitividad Empresarial, cuyo objetivo era atender a las MIPYMES. El objetivo de esta red fue “dar información, asesoría, diagnóstico y alternativas de solución a las necesidades empresariales, funcionando 21 centros que proporcionaron servicios a 900 empresas” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:146).

Además, se promovió el Programa Integral de Promoción del Uso de Tecnologías Informáticas para las MIPYMES con el propósito de promover el uso de herramientas informáticas e incrementar la competitividad. Como resultado de este programa, 2,000 empresas adquirieron equipos de cómputo. Durante este sexenio, se continuó con el esquema de empresas integradoras con el objeto de elevar la competitividad de la MIPYMES. Se firmó el Convenio de Cooperación Institucional entre la SECOFI y los fideicomisos instituidos en relación con la agricultura (FIRA), mediante el cual “se

asesoraron proyectos de empresas integradoras de los sectores agrícolas, pecuarios y piscícolas” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:146).

Otra medida adoptada en sexenio del expresidente Ernesto Zedillo fue la implementación del Programa de Riesgo Compartido del Fondo de Investigación y Desarrollo para la Modernización Tecnológica (FIDETEC), con cual se financió hasta el 50% del costo total de proyectos de investigación tecnológica y vinculación con cadenas productivas de proveedores. “De la política de financiamiento de NAFIN, las MIPYMES absorbieron el 28.7% de los recursos derivados al sector industrial, las medianas 9.5% y el 61.8% restante a las empresas de mayor tamaño” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:148).

En el año de 1998, los principales programas de apoyo a la industria y el comercio para mejorar la capacidad de las micros, pequeñas y medianas empresas, fueron los siguientes:

1. Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM). Directorio empresarial electrónico orientado a la promoción de negocios, con información detallada que permite hacer búsquedas especializadas.
2. Sistema Mexicano de Promoción del Parque Industrial (SIMPPI). Directorio electrónico con información sobre la localización e infraestructura con que cuenta todos los parques industriales del país.
3. Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A. C. (COMPITE). Talleres de capacitación impartidos en las instalaciones de las empresas, orientados a hacer más eficiente las líneas de producción de las plantas manufactureras.
4. Programa de Promoción de Empresas Integradoras, con el objetivo de lograr una asociación empresarial que promoviera la figura de empresa integradora. (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:148).

Me parece importante diferenciar entre los programas presentados en nuestro país hasta el 1988 y los presentados después de esta fecha, ya que, en los primeros programas, la microempresa informal no era un problema estructural importante y aún existente, aunque agotado modelo de sustitución de importaciones dirigía el contenido de los programas a la búsqueda de fórmulas de crecimiento de escala de las empresas en ese entorno. Los programas que se han desarrollado para el apoyo y fomento de las MIPYMES, después de 1988 y en especial los actuales, están

dirigidos a tratar de “minimizar los niveles de desempleo como resultado de un bajo nivel de competitividad de la empresa mexicana y la falta de un marco jurídico institucional que le permita mejores niveles de competitividad ante las internacionales” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:150).

Los principales problemas que afectan a la MIPYMES en México están determinados por variables exógenas y endógenas al sistema económico, que pueden resumirse en: marco jurídico institucional; acceso y funcionamiento del mercado de factores productivos, acceso y funcionamiento al mercado de bienes y servicios; gestión y cooperación empresarial y otros de carácter particular que están determinados por la región, la integración de familia entre otras cosas.

Dicho lo anterior el acceso al mercado de factores productivos muestra limitaciones, que se acentúa por el pobre nivel para lograr créditos bancarios, las estadísticas indican que la banca privada, para realizar préstamos debe contar con una gran cantidad de garantías, lo que resulta una situación difícil cuando las MIPYMES en México no cuentan, en general, con locales propios.

Por lo tanto, las MIPYMES tienen “poca posibilidad de acceso a un mercado de trabajo donde exista la fuerza de trabajo calificada, que permita lograr los niveles de competitividad exigidos a nivel internacional y con la calidad requerida” (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:153).

Los aspectos mencionados le condicionan a la MIPYMES en México, en muchos casos, una dificultad en el acceso al mercado de bienes al no contar con el aparato logístico, aunque cabe señalar que se han creado herramientas para que este tipo de empresa tenga acceso a ser proveedoras de las empresas paraestatales y organismos de gobierno.

Por último, cabe mencionar que las MIPYMES en México, presenta una falta de cooperación y un predominio del individualismo, este proceso crea aislamiento y dificulta la búsqueda de economías de escalas. Estos problemas hacen que se tenga que trabajar en concreto en direcciones que permitan una mayor participación de la MIPYMES, entre ellas pueden citarse los siguientes:

1. Análisis más detallados del comportamiento de los mercados globales y nacionales no solamente desde la óptica de la macroeconomía en general, sino también

mediante el estudio de aspectos meso y macroeconómicos del comportamiento de los sectores.

2. Mejor análisis de la fuente de financiamiento de las MIPYMES y los procesos de análisis de cobertura de riesgo, siguiendo los lineamientos establecidos por los Acuerdo de Basilea de tal forma que existan criterios adecuados para que las empresas cuenten con los recursos financieros que le den acceso al mercado de factores.
3. Desarrollar programas de capacitación y entrenamiento de los trabajadores empleados en las MIPYMES de tal forma que estas instituciones tengan un personal ocupado con mayor flexibilidad y eficiencia para el desarrollo de las actividades.
4. Los dos aspectos anteriormente expuestos permitirán que las MIPYMES, se encuentren en condiciones de tener un mejor acceso a la tecnología y mejorar su logística en acceso al mercado de bienes y servicios.
5. Fomentar el mejoramiento de las formas de gestión y colaboración para que este tipo de empresa pueda lograr economías de escala en un mundo altamente competitivo (Valdés Villegas, Sánchez, 2012:153).

2.4. La pandemia y su repercusión en las MIPYMES mexicanás

En el año 2020-2021 conocido como el año de la pandemia fue un periodo de crisis económica a nivel mundial por el avance del virus Covid-19. Las Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) sufrieron un fuerte impacto económico, no solo en las empresas si no en las personas y principalmente en el Producto Interno Bruto (PIB) del país, sin mencionar el impacto que representó en algunas personas pues muchos sufrieron de crisis mental.

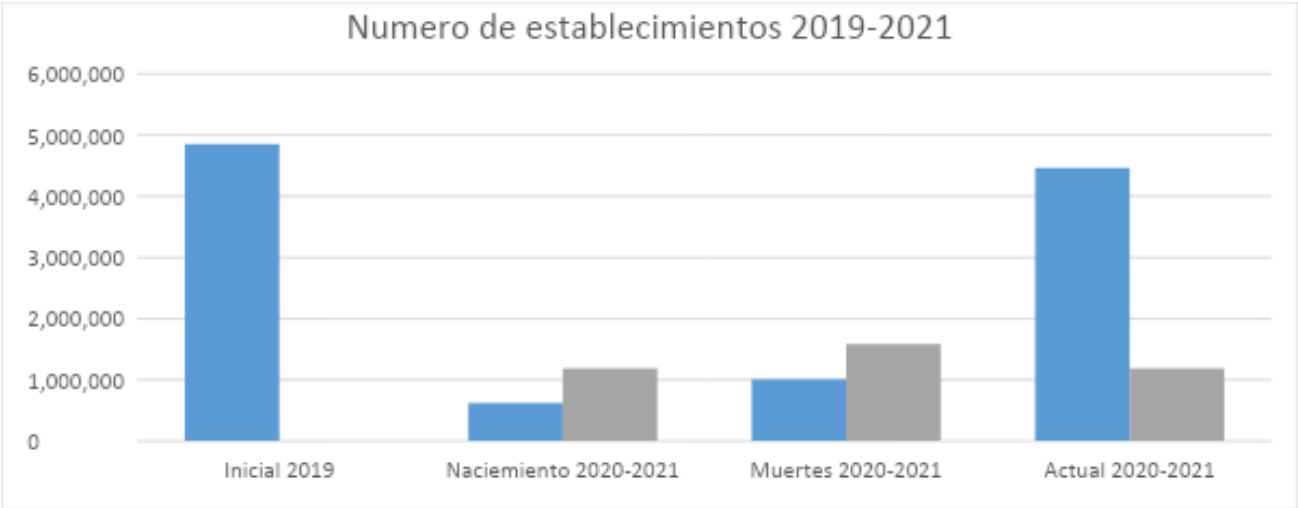
De acuerdo con el estudio de Demografía de los establecimientos MIPYMES en el contexto de la pandemia por COVID-19, realizado por INEGI (2022) señala que durante el periodo 2019-2021 en México de mayo de 2019 a julio de 2021 nacieron 1.2 millones de establecimientos micro, pequeños y medianos, y 1.6 millones cerraron sus puertas

definitivamente. Lo que significó que 0.4 millones de PYMES más cerraron que las que nacieron.

Por otra parte, el Estado con mayor muerte de PYMES es Quintana Roo, pues en 2020 el 31.9 % de los establecimientos cerraron definitivamente y en 2021 esta cifra aumentó a 46.6 %. Por ello esta entidad fue la que tuvo la mayor proporción de establecimientos cerrados de forma permanente. Esto debido principalmente por la crisis del sector Turismo, ya que Quintana Roo es un Estado que alberga gran diversidad de zonas turísticas, además de contar con gran variedad de gastronomía. Por esta razón cada año millones de turistas visitan este Estado, pero debido a la pandemia se cerró el sector Turismo lo que implicó un bajo crecimiento económico para el sector comercial y turismo.

A través de ello “los establecimientos micro, pequeños y medianos (pymes) representan el 99.8 % del total de los negocios del país” (INEGI, 2022: 1). De igual forma es importante conocer cuántas Pymes lograron mantenerse abiertas, cuántas nacieron y cuántas murieron. Respecto al levantamiento censal de 2019 realizado por INEGI (2022) en la “Gráfica 6” se muestran los resultados de muertes, nacimientos (inicial y actualmente) de las PYMES entre los años 2019-2021.

Gráfica 6. Número de Establecimientos (2019-2021)

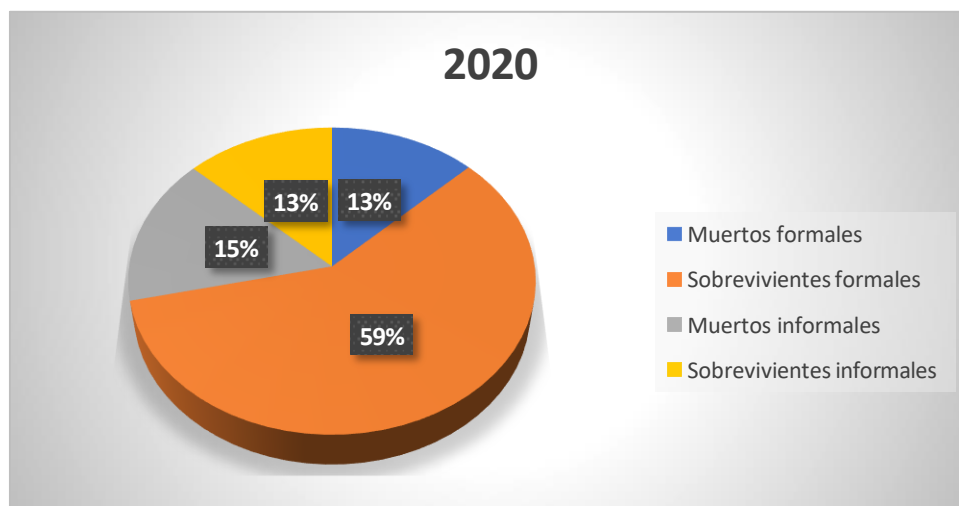


Fuente: Elaboración propia con base a INEGI, 2022 “Demografía de los establecimientos MIPYME en el contexto de la pandemia por COVID-19”.

En el año 2019 se identificó que en México había 4.9 millones de establecimientos del sector privado y paraestatal, el cual el 99.8 % pertenecía al conjunto denominado MIPYME. Este dio trabajo a 27 millones de personas. Por su parte “La Estrategia Digital Nacional (EDN) en 2020 estimó que nacieron 619 443 establecimientos y cerraron definitivamente 1 010 857; mientras que en el año 2021 se estimó que nacieron 1 187 170 y cerraron 1 583 930. Lo que significa que, entre mayo de 2019 y julio de 2021, incrementaron en 12 % los nacimientos y en 12 % las muertes” (INEGI, 2022: 1).

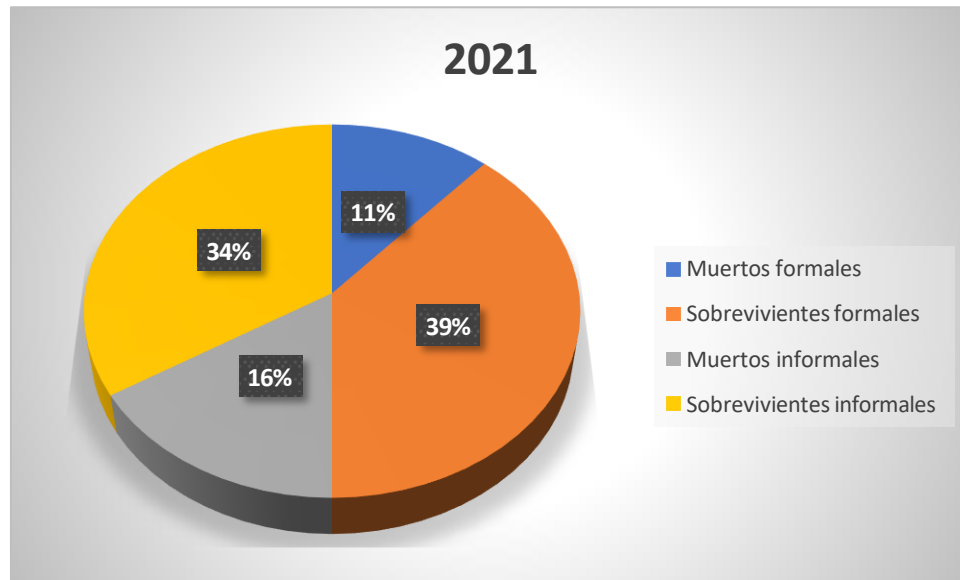
Cabe mencionar que la proporción de establecimientos MIPYMES sobrevivientes y muertos respecto al 2019 representan gran importancia ya que dentro de la clasificación de los establecimientos están los formales y no formales. Hay que recordar que los establecimientos no formales tuvieron más dificultades para sobrevivir pues no cuenta con un financiamiento, apoyo por otro sector, coordinación, estrategias de subvención en pocas palabras no cuentan con una forma de respaldo segura. Sin embargo en los establecimientos formales si cuentan con la mayoría de estos puntos antes mencionados sin mencionar entre otros. Por ello en las Gráficas 7, 8 (se muestra con precisión los establecimientos muertos y sobrevivientes respecto a su clasificación (formal e informal) dentro de las MIPYMES.

Gráficas 7, 8. Proporción de establecimientos MIPYMES sobrevivientes y muertos respecto a 2020-2021.



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2022 “Demografía de los establecimientos MIPYME en el contexto de la pandemia por COVID-19”. Disponible en: <https://doc-04-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/u8sm5o01go68tae5d>

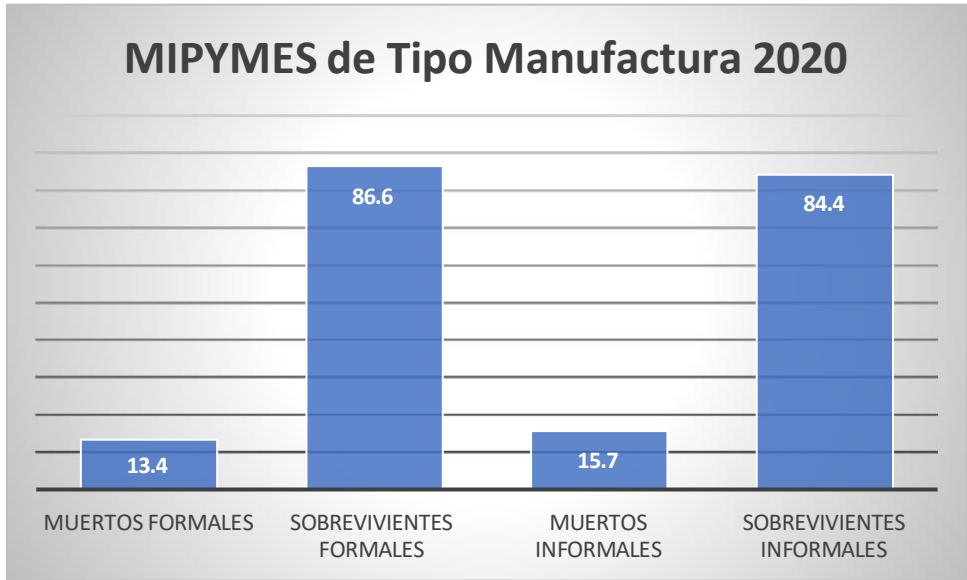
gruq4m97drmldr0/1682543100000@gmail/05423400351190616585/ACFrOgCRrqXh_Iirvt3vOIXxqn0JgVNB_UOaA6vUwMj653Bw5sk3IuJCRdlV7crz2MMrhoCpdUagAOWDMTmamoePTexVUkREPVtUzo63-3_I61NWqFCH4XPdlrYxQBJA=?print=true&nonce=bgbch2scpjik54&user=05423400351190616585&hash=5jr3lvhu58qjpp3bp3dtv5jtb270366d



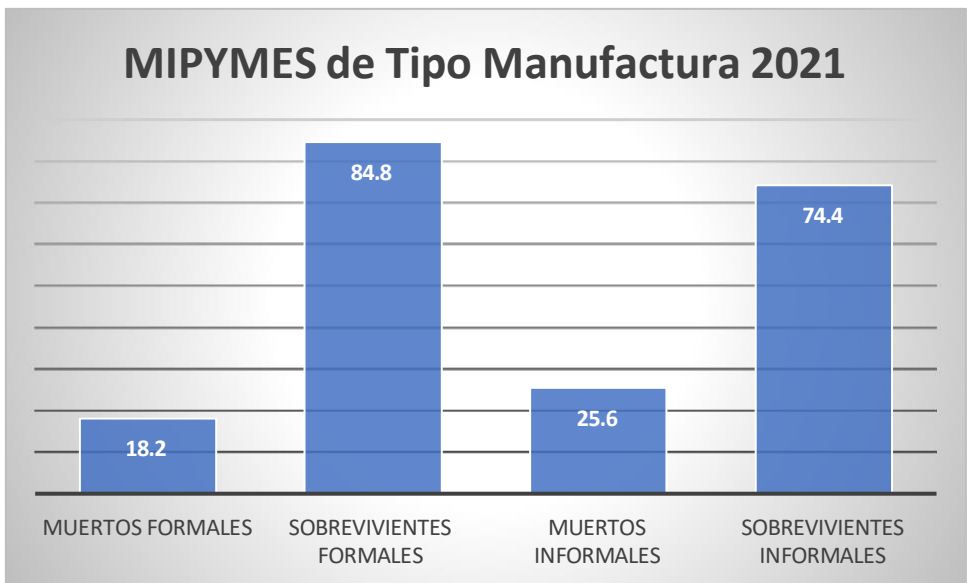
Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2022 “Demografía de los establecimientos MIPYME en el contexto de la pandemia por COVID-19”. Disponible en: https://doc-04-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/u8sm5o01go68tae5dgruq4m97drmldr0/1682543100000@gmail/05423400351190616585/ACFrOgCRrqXh_Iirvt3vOIXxqn0JgVNB_UOaA6vUwMj653Bw5sk3IuJCRdlV7crz2MMrhoCpdUagAOWDMTmamoePTexVUkREPVtUzo63-3_I61NWqFCH4XPdlrYxQBJA=?print=true&nonce=bgbch2scpjik54&user=05423400351190616585&hash=5jr3lvhu58qjpp3bp3dtv5jtb270366d

De acuerdo con el INEGI (2022) la mayoría de estas PYMES son manufacturas, comerciales y servicios, principalmente estos fueron los sectores más afectados por la pandemia.

Gráficas 9, 10. MIPYMES de tipo Manufacturas, comparación 2020-2021



Fuente: Elaboración propia con base a INEGI, 2022 “Demografía de los establecimientos MIPYME en el contexto de la pandemia por COVID-19”. Disponible en: https://doc-04-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/u8sm5o01go68tae5dgruq4m97drmldr0/1682543100000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgCRqXh_Iirvt3vQIXxqn0JgVNB_UOaA6vUwMj653Bw5sk3IuJCRdlV7crz2MMrhoCpdUagAOwDMTmamoePTexVUkREPVtUzo63-3_I61NWqFCH4XPdlrYxOBJA=?print=true&nonce=bgbch2scpj54&user=05423400351190616585&hash=5jr3lvhu58qipp3bp3dtv5jtb270366d

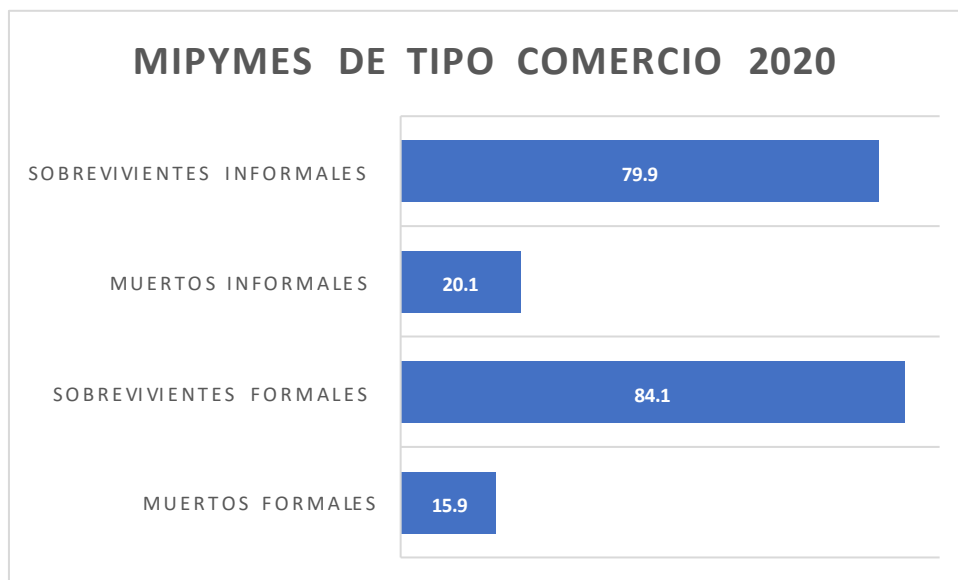


Fuente: Elaboración propia con base a INEGI, 2022 “Demografía de los establecimientos MIPYME en el contexto de la pandemia por COVID-19”. Disponible en: https://doc-04-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/u8sm5o01go68tae5dgruq4m97drmldr0/1682543100000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgCRqXh_Iirvt3vQIXxqn0JgVNB_UOaA6vUwMj653Bw5sk3IuJCRdlV7crz2MMrhoCpdUagAOwDMTmamoePTexVUkREPVtUzo63-3_I61NWqFCH4XPdlrYxOBJA=?print=true&nonce=bgbch2scpj54&user=05423400351190616585&hash=5jr3lvhu58qipp3bp3dtv5jtb270366d

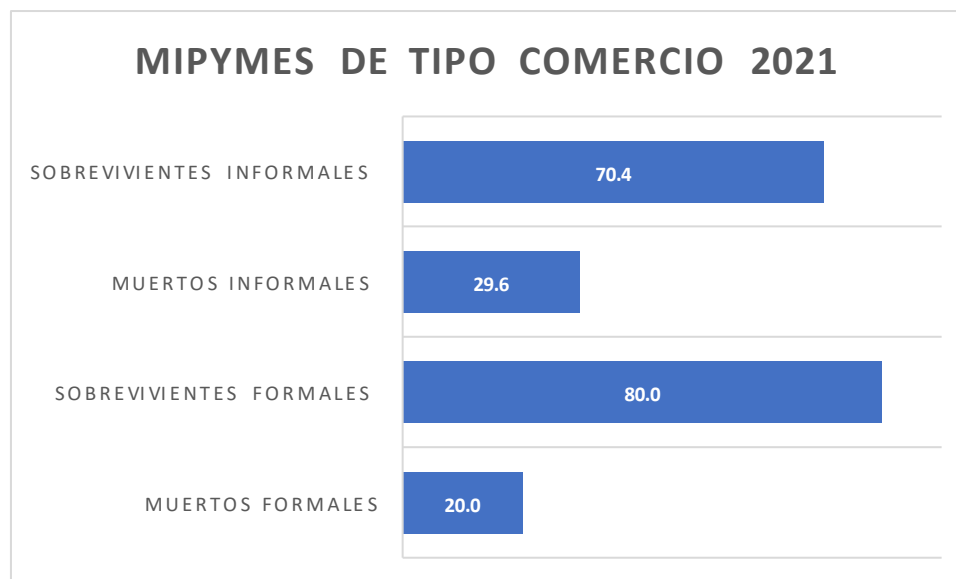
viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/u8sm5o01go68tae5dgruq4m97drmldr0/1682543100000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgCRrqXh_lirvt3vQIXxqn0JgVNB_UOaA6vUwMj653Bw5sk3luJCRdlV7crz2MMrhoCpdUagAOwDMTmamoePTexVUkREPVtUzo63-3_I61NWqFCH4XPdlrYxQBJA=?print=true&nonce=bgbch2scpj54&user=05423400351190616585&hash=5jr3lvhu58qjpp3bp3dtv5jtb270366d

El sector manufactura se comprende a las unidades económicas dedicadas principalmente a la transformación mecánica, física o química de materiales o sustancias con el fin de obtener productos nuevos; al ensamble en serie de partes y componentes fabricados; a la reconstrucción en serie de maquinaria y equipo industrial, comercial, de oficina entre otros. Como se observó en las *Gráfica 9, 10* la proporción de muertes de establecimientos PYMES informales aumentó 10 puntos porcentuales entre ambas ediciones del EDN. Entre los formales, solo incrementó 4.7 puntos porcentuales” (INEGI, 2022: 4).

Gráficas 11, 12. MIPYMES de tipo Comercio, comparación 2020-2021



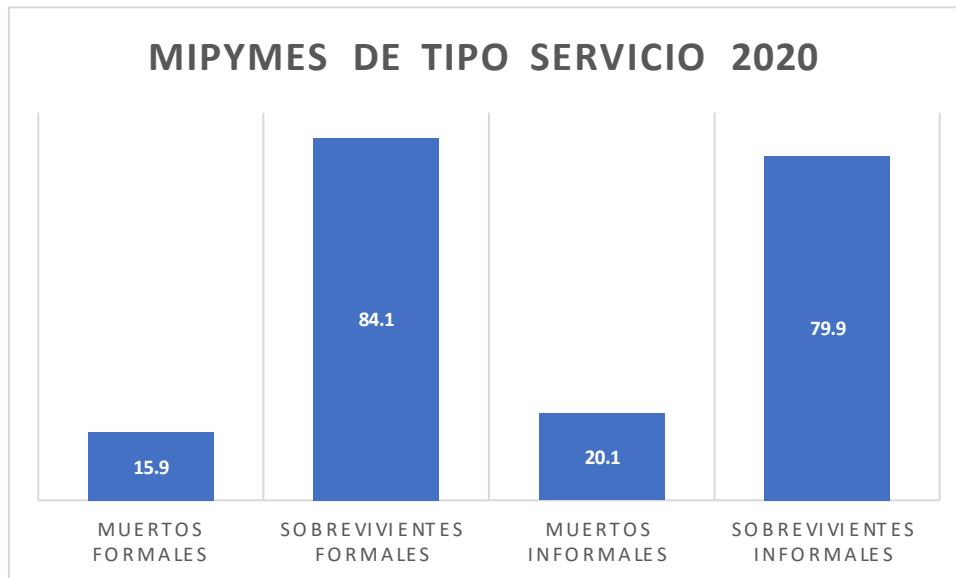
Fuente: Elaboración propia con base a INEGI, 2022 “Demografía de los establecimientos MIPYME en el contexto de la pandemia por COVID-19”. Disponible en: https://doc-04-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/u8sm5o01go68tae5dgruq4m97drmldr0/1682543100000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgCRrqXh_Iirvt3vQIXxqn0JgVNB_UOaA6vUwMj653Bw5sk3IuJCRdlV7crz2MMrhoCpdUagAOwDMTmamoePTexVUkREpVtUzo63-3_I61NWqFCH4XPdlrYxQBJA=?print=true&nonce=bgbch2scpj54&user=05423400351190616585&hash=5jr3lvhu58qjpp3bp3dtv5jtb270366



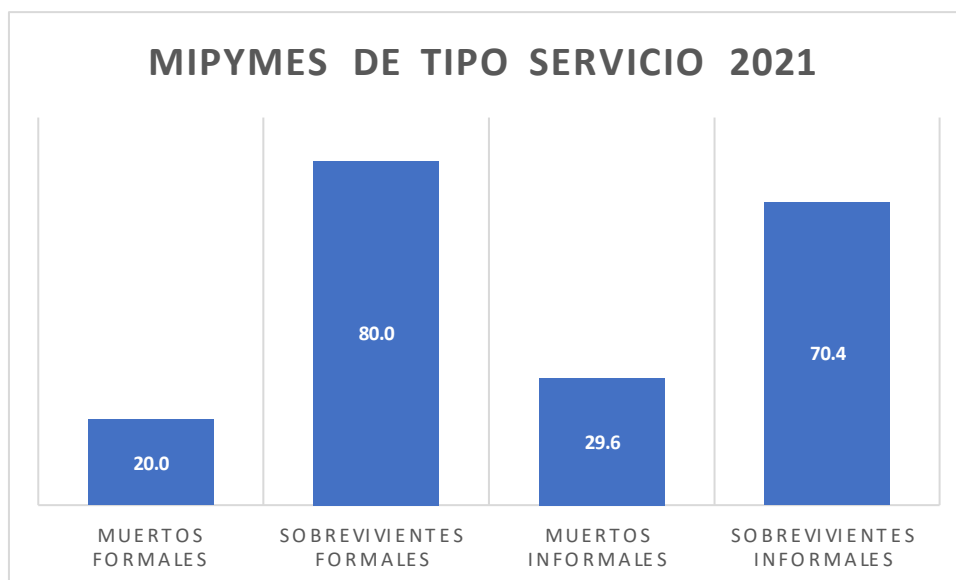
Fuente: Elaboración propia con base a INEGI, 2022 “Demografía de los establecimientos MIPYME en el contexto de la pandemia por COVID-19”. Disponible en: https://doc-04-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/u8sm5o01go68tae5dgruq4m97drmldr0/1682543100000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgCRrqXh_Iirvt3vQIXxqn0JgVNB_UOaA6vUwMj653Bw5sk3IuJCRdlV7crz2MMrhoCpdUagAOwDMTmamoePTexVUkREpVtUzo63-3_I61NWqFCH4XPdlrYxQBJA=?print=true&nonce=bgbch2scpj54&user=05423400351190616585&hash=5jr3lvhu58qjpp3bp3dtv5jtb270366

Por otro lado, el sector comercio es todo aquello al comercio por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, plazas de mercado y en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional. En el comercio como se observa en las Gráficas 11, 12 “la proporción de muertes de negocios PYMES informales aumentó 9.5 puntos porcentuales entre ambas ediciones del Estudio, y entre los formales, 4.1 puntos porcentuales” (INEGI, 2022:4).

Graficas 13, 14. Pymes de tipo Servicios, comparación 2020-2021



Fuente: Elaboración propia con base a INEGI, 2022 “Demografía de los establecimientos MIPYME en el contexto de la pandemia por COVID-19”. Disponible en: https://doc-04-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/u8sm5o01go68tae5dgruq4m97drmldr0/1682543100000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgCRrqXh_Iirvt3vQIXxqn0JgVNB_UOaA6vUwMj653Bw5sk3IuJCRdlV7crz2MMrhoCpdUagAOwDMTmamoePTexVUkREPVtUzo63-3_I61NWqFCH4XPdlrYxQBJA=?print=true&nonce=bgbch2scpij54&user=05423400351190616585&hash=5jr3lvhu58qipp3bp3dtv5jtb270366d



Fuente: Elaboración propia con base a INEGI, 2022 “Demografía de los establecimientos MIPYME en el contexto de la pandemia por COVID-19”. Disponible en: https://doc-04-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/u8sm5o01go68tae5dgruq4m97drmldr0/1682543100000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgCRrqXh_Iirvt3vQIXxqn0JgVNB_UOaA6vUwMj653Bw5sk3IuJCRdlV7crz2MMrhoCpdUagAOwDMTmamoePTexVUkREPVtUzo63-3_I61NWqFCH4XPdlrYxQBJA=?print=true&nonce=bgbch2scpij54&user=05423400351190616585&hash=5jr3lvhu58qipp3bp3dtv5jtb270366d

viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/u8sm5o01go68tae5dgruq4m97drmldr0/1682543100000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgCRrqXh_lirvt3vQIXxqn0JgVNB_UOaA6vUwMj653Bw5sk3luJCRdlV7crz2MMrhoCpdUagAOwDMTmamoePTexVUkREPVtUzo63-3_161NWqFCH4XPdlrYxQBJA=?print=true&nonce=bgbch2scpj54&user=05423400351190616585&hash=5jr3lvhu58qjpp3bp3dtv5jtb270366d

Finalmente, en los servicios desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible. Esto se debe a que el servicio sólo es presentado sin que el consumidor lo posea.

El servicio más común que consume la población es la luz y el agua.

Por ello en las *Gráficas 13,14* se observó que “la proporción de muertes informales fue de 12.3 puntos porcentuales y 6.4 puntos porcentuales en los formales. No obstante, los negocios informales cuentan con un máximo de cinco personas ocupadas, no disponen de un sistema contable y no realizan contribuciones a la seguridad social, entre otros aspectos que compone un establecimiento formal” (INEGI, 2022:4).

Con esto se logró dar cuenta en un contexto nacional sobre lo que implicó el impacto de la pandemia del COVID-19 en las PYMES del país y principalmente ver qué sectores fueron los más dañados. Teniendo más claro este panorama Nacional, como lo mencione en los objetivos de la investigación se analizó a nivel local el impacto del COVID-19 en las PYMES del municipio de Texcoco, Estado de México, de igual forma abordando más adelante un estudio de caso.

Dentro del Estado de México, “Texcoco ocupa la región XV, exclusivamente con los municipios de Atenco, Chiconcuac y Tezoyuca, localidades donde las actividades del comercio, manufactura y servicios son desarrolladas en su mayoría por las MIPYMES” (Velázquez, Rivero, 2020: 2). Por su parte en esta región XV del Estado de México los impactos más importantes en las MIPYMES, analizado por los autores María de los Ángeles Velázquez Martínez y Melesio Rivero Hernández en su análisis sobre “Las MIPYMES y el COVID-19 en la Región XV Texcoco; A un año de la pandemia María de los Ángeles”. Nos mencionan que dentro de los impactos más fuertes fue el cierre de cortina temporalmente de

las MIPYME ocasionando que dejarán sin empleo a miles de trabajadores lo que significó un golpe duro para las familias que de alguna manera se sustentaban al día con su trabajo.

Las MIPYMES de ropa, calzado, antros y bares en el municipio de Texcoco fueron de las más afectadas. Además, el semáforo epidemiológico al permanecer en rojo por más de 4 meses no era posible reabrir las MIPYMES ocasionando pérdidas económicas grandes y reestructuración de internamente de la empresa. Un ejemplo es que si en una empresa se contrataba a 6 empleados el crecimiento del personal por la pandemia llevaría a solo contratar a la mitad del personal por lo menos hasta su recuperación o bien también el crecimiento de horas y de sueldo fue otro factor importante.

Como consecuencia de la crisis económica sufrida por las MIPYMES la mayoría de éstas, ante la imposibilidad de poder seguir operando y solventar los gastos y costos de operación, tuvieron que cerrar la necesidad de innovar sus procesos de operación y emprender nuevos negocios. Una manera más eficiente que pude observar fue la venta de productos por medio de internet, este medio les permitió a los consumidores obtener sus productos hasta la puerta de sus hogares sin la necesidad de arriesgarse a salir y contagiarse por el virus.

Por su parte Velázquez y Rivero (2020) en su análisis “*Las MIPYMES y el COVID19 en la Región XI Texcoco: A un año de la pandemia*”, nos mencionan que el total de las Pymes distribuidas en la región es de 20 624 100, la cual se distribuye de esta manera: para Atenco 2 737 13.27 MIPYMES, Chiconcuac 2 924 14.18, Texcoco 12 655 61.36 4, Tezoyuca 2 308 11.19. Principalmente las MIPYMES en esta región son de manufactura, comercio y servicios financieros primarios.

Si analizamos estos datos proporcionados por Velázquez y Rivero (2020) en Texcoco se alberga la mayor cantidad de MIPYMES seguido de Chiconcuac reconocido por la venta de productos de manufactura textil y es visitado por miles de personas principalmente del centro del país con el objetivo de adquirir desde cobijas, prendas abrigadoras, principalmente ante la llegada del invierno.

Siguiendo con lo anterior también las MIPYMES “durante la pandemia tuvieron la dificultad para el pago de créditos, el uso de herramientas tecnológicas, pago de contribuciones, despido de trabajadores, incluso el cierre de las mismas” (Velázquez, Rivero, 2020: 8).

Por consiguiente el ayuntamiento de Texcoco bajo el mando de la Presidenta Sandra Luz Falcón, realizó la disfunción de diferentes medidas preventivas así como apoyos dentro de las más destacadas a mi parecer fueron: Difusión de videos informativos, suspensión de actividades no esenciales, implementación del programa hoy no circula, convocatoria para el programa municipal “Todos por Texcoco” que se ha creado ante la emergencia sanitaria por COVID-19, somatización de espacios públicos, transporte público, calles y avenidas, suspensión temporal de las actividades del mercado municipal, supervisión de establecimientos para cumplir con las medidas de prevención necesarias.

Así mismo considero que las actividades económicas esenciales que se desarrollan en la región XV afectó significativamente las MIPYMES, ya que “más del 70% de las operaciones comerciales y de servicio, así como, a la industria manufactura, disminuyendo sus ventas, compras y como consecuencia, el cierre parcial o definitivo de estas y, el despido masivo de los trabajadores, lo que también derivó en crisis social, desempleo y pobreza” (Velázquez, Rivero, 2020: 559). Un claro ejemplo de las consecuencias más significativas que se dieron en las MIPYMES y en la economía de la región XV fue la cancelación de la Feria Internacional del Caballo (FICT), el municipio de Texcoco, los habitantes y municipios vecinos recibieron un impacto económico, pues la Feria Internacional del Caballo representa uno de los más grandes eventos dentro del Estado de México, ya que genera ingresos económicos altos, sin contar los diversos empleos en la Feria, y a causa de la pandemia la Feria se cerró y se perdió tanto los empleos como los ingresos económicos.

Ante el panorama vivido por la pandemia por el COVID-19, en México las MIPYMES han tenido que buscar maneras de sobrevivir, entre una de las opciones más importantes es la adopción de tecnología y herramientas digitales.

En este sentido, las MIPYMES han utilizado la tecnología y las herramientas digitales como recursos para enfrentar los desafíos que se han suscitado. Incluso “la red social WhatsApp llevó a cabo una encuesta nacional con propietarios, fundadores y directores ejecutivos de pequeñas empresas, titulada Pymes mexicanas: los impulsores digitales de la recuperación económica” (Solunion, 2021).

Entre los hallazgos se encuentra, efectivamente un notable cambio hacia la adopción e incorporación de la tecnología. Cabe mencionar 2020, “solo el 7.9% de las compañías

encuestadas realizaban el 50% de sus actividades comerciales utilizando herramientas digitales” (Solunion, 2021).

Por otra parte, “el 64.4% de las compañías estuvo de acuerdo con que la pandemia interrumpió las cadenas de suministro, en tanto que la mitad registró un aumento en sus costos de operación y más de un tercio (37.6%) tuvo que reducir su plantilla debido al impacto financiero de la pandemia” (Solunion, 2021).

Además, considero que las herramientas digitales se convirtieron por lo tanto en un salvavidas económico. Sin duda, las MIPYMES juegan un papel preponderante en el panorama comercial de México, y si bien su estabilidad apresura la recuperación de la economía, las herramientas digitales tienen un rol central para la consecución de esto.

Cabe mencionar que se entiende por herramientas digitales a una “amplia gama de plataformas y aplicaciones habilitadas por Internet que han ayudado a las empresas a conectarse más fácilmente, sin contacto físico con sus clientes y proveedores” (Solunion, 2021). Esto incluye las redes sociales, las aplicaciones de mensajería, las plataformas de pago, y los servicios y proveedores de telecomunicaciones habilitados por Internet.

La supervivencia de las pequeñas y medianas empresas en México ha resultado fundamental para la recuperación económica en el contexto de la pandemia de COVID- 19, al representar éstas más de la mitad del Producto Interno Bruto (PIB) del país. Frente a este retador panorama, cientos de empresas han realizado importantes transformaciones para mantener sus negocios a flote.

Un reciente estudio comisionado por Microsoft México arrojó que “más de 8 de cada 10 MIPYMES mexicanas realizaron un cambio en su negocio ante el impacto de la crisis sanitaria y que, dentro de estos cambios, la adopción de tecnología ha tenido un papel central” (News Center Microsoft Latinoamérica, 2021).

Cabe destacar que hace ya varios años, las MIPYMES habían venido incorporando la tecnología poco a poco. Sin embargo, la pandemia ha hecho que se dé un salto significativo al entender que es un factor necesario para su transformación y sobresalir ante la gran oferta que existe en el mercado.

De hecho, “el 41% de las MIPYMES mexicanas considera que la adopción de nuevas tecnologías se aceleró con la pandemia de COVID-19. Por otro lado, el 83% de las MIPYMES considera que la adopción de nuevas tecnologías es importante para la reactivación de su empresa en el corto y mediano plazo” (News Center Microsoft Latinoamérica, 2021).

Dentro de los cambios tecnológicos que las MIPYMES han implementado ante la pandemia destacan el trabajo remoto, especialmente para las pequeñas y medianas, seguido de la reinversión del objetivo de negocio, la adopción de tecnologías y las estrategias de marketing digital.

Para “las micro, el aspecto más relevante fue la reinversión del objetivo y la estrategia del negocio. Sin embargo, las micro y las pequeñas empresas que realizaron cambios en las tecnologías, destacan la adquisición o cambio de equipos de cómputo portátiles. Por su parte, las empresas medianas priorizaron el software para video llamadas y el almacenamiento en la nube” (News Center Microsoft Latinoamérica, 2021).

Por último, las MIPYMES mexicanas alcanzan a entender el papel que juega la tecnología en sus negocios, donde la transformación no solo se centra en el trabajo remoto o computadoras de última generación, va mucho más allá, en la integración de soluciones tecnológicas para realmente ayudarlas a lograr más. “Es por esto que el 77% de las empresas declaró que continuará con la adquisición e implementación de nuevas tecnologías después de la pandemia (como Big Data, IA y Ciberseguridad), y el 61% de las pymes priorizará la compra o cambio de equipos de cómputo portátil a mediano plazo” (News Center Microsoft Latinoamérica, 2021).

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación puede considerarse de **corte mixto**, ya que contiene criterios tanto cuantitativos como cualitativos. Si bien se han utilizado algunos criterios de corte cuantitativo como datos estadísticos sobre MIPYMES y sobre el perfil de los entrevistados, la mayor parte de la información recabada y del análisis sigue parámetros cualitativos. Esto debido a que la investigación busca la identificación de los efectos de la pandemia en las Pymes del Municipio de Texcoco, a partir principalmente de la comprensión cualitativa de las consecuencias que dicha coyuntura ha dejado para este tipo de organizaciones.

Para M. D. Le Compte (1995) la investigación cualitativa se entiende como “una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, nota de campo, grabaciones, transcripciones de audio y videocasete, registros de todo tipo, fotografías, películas y artefactos: Le Compte (1995 citado en Balcázar, 2013:23). En otras palabras, la mayor parte de los estudios están preocupados por el entorno de los acontecimientos y centran su indagación en aquellos contextos naturales o tomados tal y como se encuentran más que reconstruir o modificarlos por el investigador.

La investigación cualitativa no necesariamente trabaja con hipótesis también pueden formular supuestos que se realizan a partir de las percepciones, crónicas, opiniones, narraciones que se va recolectando durante la investigación y a través de esto se genera conocimiento.

Dicho lo anterior la autora Vargas menciona que “el conocimiento lo va a generar con base a los resultados que obtenga en estas recolecciones de datos de campo, para así llegar a una hipótesis y posibles conclusiones” (Vargas, 2012:15). Básicamente es lo que mencionaba anteriormente. Sin embargo, es pertinente recalcar que la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema.

En el caso de esta investigación se analizó el fenómeno de las pymes con problemática económica por la pandemia. Como bien lo dice Robert E. Stake (1995) el objetivo de la investigación cualitativa es la “comprensión y se centra en la indagación de los hechos en el papel personal que adopta el investigador desde el comienzo de la investigación, así como su interpretación de sucesos y acontecimientos, lo que se espera es una descripción densa, una comprensión experiencia y múltiples realidades” Stake (1995), (citado en Balcázar, 2013:23). Dicho de otra forma, el investigador no descubre si no construye el conocimiento a base del trabajo de campo, crónicas, opiniones, narraciones, anécdotas que le proporcionan los sujetos de estudio en el contexto de la problemática.

Sin embargo, parafraseando al autor Robert L. Heath (1997), lo que él trata de explicar sobre la investigación cualitativa es que su propósito varía de acuerdo con el paradigma de investigación predominante, por esta razón la investigación cualitativa como cuantitativa realizan procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento.

Además el autor Roberto Hernández Sampieri (2017), menciona los métodos que utilizan cinco estrategias similares y relacionadas entre sí como lo son: (llevar a cabo la observación y evaluación de fenómenos, establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas, demostrar el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento, revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis y proponer nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas o incluso para generar otras).

De la misma forma Sampieri (2017) lo afirma en el primer capítulo de su texto “*Metodología de la investigación*”.

“El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación, aunque cabe señalar que en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos como sucede en la mayoría de los estudios cuantitativos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos” (Sampieri, 2017:7).

En primer lugar, estas actividades sirven para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, después perfeccionarlas y responderlas. La acción

indagatoria en la investigación cualitativa se mueve de manera dinámica en ambos sentidos entre los hechos y su interpretación, esto resulta un proceso más bien circular en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio.

Así mismo existe una revisión inicial de la literatura ésta puede complementarse en cualquier etapa del estudio y apoyar desde el planteamiento del problema hasta la elaboración del reporte de resultados y en algunas ocasiones es necesario regresar a etapas previas. Por esta razón se considera como un proceso circular porque puede llegar al mismo punto inicial.

A pesar de esto, Balcázar (2013) señala que la investigación cualitativa ofrece al investigador métodos y herramientas viables y confiables para hacer la investigación una fuente de información para la toma de decisiones y para aportar información relevante al comportamiento de un mercado específico. Como bien dice, la decisión de usar o no un tipo de investigación se harán no solo por los gustos del investigador, sino según los objetivos de la investigación.

Sin embargo, Balcázar (2013) también menciona que “uno de los principales problemas de los métodos cualitativos, se indica que la selección del discurso para el análisis no es obvia, la calidad de la interpretación es difícil de evaluar y la presentación textual suele no ser muy clara por qué tienen una tendencia clara a profundizar sobre los temas seleccionados (Balcázar, 2013:29).

Volviendo a lo anterior Sampieri (2017), menciona que los datos cualitativos son descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones. De esta manera el investigador cualitativo utiliza técnicas para recolectar datos: como la observación, entrevistas abiertas o semiestructuradas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, interacción e introspección con grupos o comunidades.

Es importante señalar que los métodos cualitativos han sido subestimados durante muchos años en el campo de las ciencias sociales y naturales. Las críticas han sido objeto a la imposibilidad de generalizar a partir de los resultados obtenidos. “Esto se debe a un alto grado de subjetividad y en consecuencia el riesgo que existe del investigador al introducir

sesgos significativos, además de los largos periodos que se requieren para su adecuada aplicación” (Balcázar, 2013:15).

Por otra parte, utilizar una metodología cualitativa puede ser muy útil, si nos encontramos en un escenario ante la falta de información objetiva a los que se enfrentan la mayoría de los tomadores de decisiones de cualquier institución. Si no que la información cualitativa es una excelente herramienta ya que proporciona información objetiva, estadísticamente confiable, que para la mayoría puede ser relativamente fácil de entender, por ejemplo: una gráfica de pastel o un histograma.

En otro orden de ideas las situaciones requieren saber: ¿Qué piensa realmente la gente sobre una situación concreta?, ¿Cómo vive o experimenta un cambio en sus hábitos y costumbres?, ¿Cómo se siente ante los cambios que se generan en el entorno? Estas preguntas no se contestan fácilmente con algún tipo de información cuantitativa, se requiere información cualitativa sobre las vivencias percepciones, sentimientos y emociones de las personas esto es lo que ofrece la metodología cualitativa.

No obstante Creswell (2013) y Neuman (1994) sintetizan las actividades principales del investigador o investigadora cualitativa con los siguientes comentarios:

1. Adquiere un punto de vista interno dentro del fenómeno y mantiene una perspectiva analítica de cierta distancia como observador externo.
2. Utiliza diversas técnicas de investigación y habilidades sociales de una manera flexible, de acuerdo con los requerimientos de la situación.
3. No define las variables con el propósito de manipularlas experimentalmente. Produce datos en forma de notas extensas, diagramas, mapas o “cuadros humanos” para generar descripciones bastante detalladas.
4. Extrae significado de los datos y no necesita reducirlos a números ni debe analizarlos estadísticamente, aunque el conteo puede utilizarse en el análisis.
5. Entiende a los participantes que son estudiados y desarrolla una empatía hacia ellos; no sólo registra hechos objetivos.
6. Mantiene una doble perspectiva: analiza los aspectos explícitos, conscientes y manifiestos, así como aquellos implícitos, inconscientes y subyacentes. En este sentido, la realidad subjetiva en sí misma es objeto de estudio.

7. Observa los procesos sin irrumpir, alterar ni imponer un punto de vista externo, sino tal como los perciben los actores del sistema social.
8. Es capaz de manejar paradojas, incertidumbres, dilemas éticos y ambigüedades (Samperi, 2017: 9-10).

Posteriormente, resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades. El investigador hace preguntas más abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje; escrito, verbal, no verbal, visual, los cuales describe analiza y convierte en temas que vincula y reconoce sus tendencias personales. Debido a ello, la preocupación directa del investigador se concentra en las vivencias de los participantes tal como fueron (o son) sentidas y experimentadas.

“El investigador se introduce en las experiencias de los participantes y construye el conocimiento, siempre consciente de que es parte del fenómeno estudiado. Así, en el centro de la investigación está situada la diversidad de ideologías y cualidades únicas de los individuos. Así, las indagaciones cualitativas no pretenden generalizar de manera probabilística los resultados a poblaciones más amplias ni obtener necesariamente muestras representativas, incluso, regularmente no pretenden que sus estudios lleguen a repetirse” (El Entorno Virtual para el Desarrollo de Competencias en Evaluación, 2011:32).

Además, “el enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones de forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos” (El Entorno Virtual para el Desarrollo de Competencias en Evaluación, 2011:39). Cabe señalar que a este enfoque se le considera naturalista porque estudia los fenómenos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales y en su cotidianidad, así como interpretativo ya que intenta darle sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas les otorgan.

Precisamente es lo que busca esta investigación, analizar las consecuencias de la pandemia en el contexto y la cotidianidad de las Pymes del Municipio de Texcoco. Sin embargo, dado que el objetivo de la investigación es la comprensión del fenómeno y no su medición, se ha optado por realizar un estudio de caso. El estudio de caso es uno de los diseños de investigación más utilizados en la investigación cualitativa (Yin, 1994), ya que permite analizar un fenómeno contemporáneo que se sitúa en un contexto determinado.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación corresponde a un estudio de caso de corte cualitativo, por lo que es importante definir ¿qué es un estudio de caso? Un estudio realizado en el 2010 por la Universidad Europea Miguel de Cervantes, por la autora Tapia Frade define el estudio de caso como un método o técnica de investigación habitualmente utilizado en las ciencias de la salud y sociales, el cual se caracteriza por precisar de un proceso de búsqueda e indagación, así como el análisis sistemático de uno o varios casos. Eventualmente, el estudio de caso implica:

Estudiar un objeto de investigación que puede ir desde un grupo determinado de sujetos que poseen características determinadas, hasta varios grupos con diversas particularidades. Para ello, la persona o personas que llevan a cabo el estudio de caso recurren a técnicas como la observación, entrevistas, el diario de campo o la administración de cuestionarios o pruebas psicológicas (Rovira, 2023:6).

Por otra parte, el autor Yin. R. (1994) en su obra *Caso de estudio*, menciona que “el estudio de caso no es más que una de las muchas maneras de realizar investigaciones en las ciencias sociales” (Yin, 1994:1). Dicho de otro modo, incluyen experimentos, encuestas, historias e investigaciones económicas y epidemiológicas. Se podría pensar que cada método tiene ventajas y desventajas particulares, dependiendo de tres condiciones: el tipo de preguntas de investigación, el control que tiene un investigador sobre los eventos conductuales actuales, y el foco en lo contemporáneo como opuesto a los hechos históricos.

En general los estudios de caso son el método preferido cuando se plantean preguntas de tipo ¿cómo? o ¿por qué? Además “el investigador tiene poco control sobre los eventos, y el foco está en un fenómeno contemporáneo dentro del contexto de la vida real. Esta situación distingue a la investigación de los estudios de caso de otros tipos de investigación social” (Yin, 1994:1).

Sin embargo, los métodos se superponen en muchas formas y no están definidos por límites precisos. Para Yin “el estudio de caso es usado en muchas situaciones, para contribuir a nuestro conocimiento de individuos, grupos, organizaciones, sociales, políticos, y fenómenos relacionados. No es extraño que el estudio de caso haya sido un método de investigación habitual en psicología, sociología, ciencia política, antropología, trabajo social, negocios,

educación, enfermería y planeamiento urbano” (Yin, 1994:3). Ya que pueden hallarse estudios de caso incluso en la economía, en los cuales pueden ser investigadas la estructura de una industria dada o la economía de una ciudad o una región.

Por lo tanto, el caso de estudio es considerado como un método con técnica de investigación cualitativa, puesto que el desarrollo de esta se centra en el estudio exhaustivo de un fenómeno y no en el análisis estadístico de los datos ya existentes. A diferencia de esto la Universidad Europea Miguel de Cervantes señala que el estudio de casos se realiza con la intención de elaborar una serie de hipótesis o teorías acerca de un tema o tópico concreto, y a raíz de estas teorías llevar a cabo estudios más costosos y elaborados con una muestra mucho más grande.

En esa línea, Stake (1999) en su obra “Investigación con estudio de casos”, añade que “uno de los peores problemas es verse excesivamente obligado a encajar el estudio de casos en un estudio colectivo de casos, o en un esquema diseñado con poca atención a este caso particular, o forzado a atender las necesidades del cliente. Son realidades que no se pueden ignorar, pero que hay que sopesar. El estudio no tiene tanta fuerza como para poder articularse en cualquier conjunto y conservar su armonía” (Stake, 1999:116).

Un estudio se puede malograr simplemente porque se le ha exigido demasiado, por ello el estudio de caso implica la consumación de una obra de arte. Para algunos de nosotros un estudio de caso será el mejor trabajo de nuestra vida, si exceptuamos los que dedicamos a nuestra familia debido a que se trata de un ejercicio de tal profundidad.

Stake (1999) señala que el estudio de caso “es una oportunidad de ver lo que otros no han visto aún, de reflejar la unicidad de nuestras propias vidas, de dedicar nuestras mejores capacidades interpretativas, y de hacer una defensa, aunque sólo sea por su integridad, de aquellas cosas que apreciamos” (Stake, 1999:116).

Dentro de los tipos de caso podemos encontrar los más comunes como lo es el particularista. Este tipo de caso “muestra las funciones explicativas y no meramente exploratorias o descriptivas de los estudios de caso único. Además, se pretende que las lecciones del estudio de caso sean generalizables a asuntos externos de una manera más amplia, así como también a toda una variedad completa de acciones gubernamentales complejas” (Carazo, 2006:169).

Igualmente podemos encontrar “estudios de caso de tipo exploratorios, estudios de casos descriptivos, o estudios de caso explicativos. Como también puede haber experimentos

exploratorios, experimentos descriptivos, o experimentos explicativos” (Carazo, 2006:173). Lo que distingue a los diferentes métodos no es una jerarquía, sino tres condiciones importantes que se discutirán más adelante.

Sintetizando al autor Yin (1994), en los estudios de caso, la riqueza del fenómeno y la extensión del contexto de la vida real requiere que los investigadores le hagan frente a una situación técnicamente distintiva: habrá muchas más variables de interés que puntos de información que incluyen procedimientos centrales para todo tipo de métodos de investigación, tales como la protección contra amenazas a la validez, manteniendo una cadena de evidencia, investigando y testeando explicaciones rivales.

La investigación con estudio de casos no es una investigación de muestras. “El objetivo primordial del estudio de un caso no es la comprensión de otros. La primera obligación es comprender este caso; en un estudio intrínseco el caso está preseleccionado en un estudio instrumental, algunos casos sirven mejor que otros. Sin embargo, en algunas ocasiones un caso típico funciona bien, pero a menudo otro poco habitual resulta ilustrativo de circunstancias que pasan desapercibidas en los casos típicos” (Yin, 1994:3).

Además, el estudio cualitativo de casos es una investigación de carácter muy personal, se realiza un estudio profundo de las personas, se fomenta que el investigador aporte sus perspectivas personales a la interpretación.

Por otro lado “es importante explicar los vínculos presuntamente causales en las intervenciones en la vida real que son demasiado complejos para las encuestas o estrategias experimentales. En segundo lugar, la aplicación es útil para describir una intervención y el contexto de la vida real en el cual ocurrió. Como tercer lugar los estudios de caso pueden ilustrar ciertos temas dentro de una evaluación, una vez más de un modo descriptivo y como cuarto y último, la estrategia de estudio de caso puede ser usada para iluminar aquellas situaciones en las cuales la intervención evaluada no tiene un único y claro conjunto de resultados” (Yin, 1994:19).

Visto lo anterior el estudio de caso permite a los investigadores retener las características significativas y holísticas de los eventos de la vida real, tales como ciclos de vida individuales, conducta de pequeños grupos, procesos organizativos y de gestión, cambios en

vecindarios, desempeño escolar, relaciones internacionales y la maduración de industrias. Así, los estudios de caso se realizan y escriben con motivos diferentes, los cuales varían desde la presentación de casos individuales hasta una amplia generalización basada en la evidencia de los estudios de caso, pero sin presentar ninguno de los casos individuales por separado.

De esa forma, lo que se busca en esta investigación es rescatar y analizar elementos que ayuden a comprender las consecuencias que la pandemia ha dejado en las Pymes del Municipio de Texcoco, en ciertos casos; ya que, como menciona el objetivo de mi investigación cualitativa no es generalizar la medición ni la aplicación de los resultados, sino dar cuenta de una realidad a partir de un fragmento de ella, el cual cuenta con características particulares que lo constituyen como un objeto de estudio específico.

En este caso el estudio cualitativo no busca probar una hipótesis, sino llegar a supuestos derivados del proceso, a partir de métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente. Tal recolección consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos), (Balcázar, 2013). En ese sentido, en esta investigación se siguieron diferentes técnicas para la recolección de datos: análisis de documentos para la contextualización, observación directa para la identificación del caso y entrevistas semiestructuradas para la identificación de las consecuencias de la pandemia en las MIPYMES y sus integrantes.

3.3. Instrumentos de recolección de la información

Para la realización del estudio de caso se utilizó una triangulación metodológica (Arias-Valencia, 2000), integrada por análisis de documentos, observación directa y aplicación de entrevistas semiestructuradas.

El análisis de documentos permitió conocer literatura especializada sobre el fenómeno o problema que se está investigando. Las fuentes que consultan y analizan deben seguir un rigor científico, por lo que un adecuado análisis de documentos se basa en libros, artículos, periódicos, reportes o encuestas realizados por instituciones reconocidas, entre otros. Aquello resulta útil cuando el investigador busca tener un primer acercamiento a su objeto de estudio o localizar datos precisos, los cuales ya han sido generados por otros investigadores y que

ayudan a sustentar los argumentos esbozados en la propia investigación (López-Noguero, 2002).

En esta investigación, el análisis de documentos se utilizó principalmente para localizar datos precisos que permitieran contextualizar el objeto de estudio, conformado un panorama general del impacto de la pandemia en las MIPYMES mexicanas; ya que dentro de dicho contexto se ubicará el caso de estudio de este trabajo.

Por su parte, la observación directa permite al investigador reconocer y acercarse a su objeto de estudio, tener interacción con él y configurar los límites de aquel, de acuerdo con su objetivo o pregunta de investigación. Al observar, el investigador puede conocer y comprender espacios o fenómenos desconocidos a los que, desde lejos, difícilmente podría brindar una explicación. La observación científica no sólo implica mirar el espacio o fenómeno en sí, sino identificar de manera planeada los elementos que permiten llegar al cumplimiento del objetivo de la investigación (González, 2005). En ese sentido, la observación directa fue utilizada en este trabajo para la identificación del caso de estudio.

Finalmente, la entrevista se utilizó para conocer las percepciones, creencias, opiniones, incluso la actitud de los integrantes de las Pymes estudiadas. *La revista científica de la Universidad Nacional Autónoma de México* señala que “la entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador formula preguntas y el entrevistado las responde” (Frade, 2010:38).

Alonso (2007) señala que la entrevista de investigación es por lo tanto “una conversación entre dos personas, un entrevistador y un informante, dirigida y registrada por el entrevistador con el propósito de favorecer la producción de un discurso conversacional, continuo y con una cierta línea argumental, no fragmentada, segmentada, precodificado y cerrado por un cuestionario previo del entrevistado sobre un tema definido en el marco de la investigación” (Vargas, 2012:124).

Por otra parte, Fontana y Frey (2005) definen la entrevista como “una técnica utilizada desde tiempos milenarios, el uso de la entrevista se inicia desde la época ancestral egipcia cuando se conducían censos poblacionales. Así mismo, se destaca que en tiempos recientes la tradición de la entrevista evoluciona desde dos tendencias, la primera cuando la entrevista

adquirió gran popularidad y expansión en casos de uso para diagnóstico clínico y orientación, y el segundo fue durante la primera guerra mundial donde la entrevista llegó a ser utilizada para pruebas de psicología con énfasis en medición” Fontana y Frey (2005 citado en Vargas, 2012:121).

Así mismo, las características que distinguen la entrevista cualitativa de otras formas de recopilar información son:

La entrevista cualitativa es una extensión de una conversación normal con la diferencia que uno escucha para entender el sentido de lo que el entrevistador dice. Los entrevistadores cualitativos están inmersos en la comprensión, en el conocimiento y en la percepción del entrevistado más que en categorizar a personas o eventos en función de teorías académicas. Tanto el contenido de la entrevista como el flujo y la selección de los temas cambian de acuerdo con lo que el entrevistado conoce y siente. (Vargas, 2012: 123).

Dicho de otra forma, las entrevistas cualitativas permiten una mayor apertura en las preguntas, sin necesidad de categorías preestablecidas de tal forma que se permita a los participantes expresar sus experiencias. De igual forma la entrevista, desde la perspectiva del paradigma citado, constituye el fluir natural, espontáneo y profundo de las vivencias y recuerdos de una persona mediante la presencia y estímulo de otra que investiga y quien logra a través de esa descripción captar toda la riqueza de sus diversos significados.

Por consiguiente, el tipo de entrevista puede variar de acuerdo con las tácticas que se utilicen para el acercamiento y la situación en la que se desarrolle. Vargas señala que existen tres tipos de entrevista importantes: la entrevista estructurada, la entrevista no semiestructurada y la entrevista grupal.

En primer lugar, la entrevista estructurada “todas las preguntas son respondidas por la misma serie de preguntas preestablecidas con un límite de categorías por respuestas” (Vargas, 2012: 125). Así, en este tipo de entrevista las preguntas se elaboran con anticipación y se plantean a las personas participantes con cierta rigidez o sistematización.

Para Rincón, Latorre y Sans (1995) “la entrevista estructurada se refiere a una situación en la que un entrevistador pregunta a cada entrevistado una serie de interrogantes preestablecidos con una serie limitada de categorías de respuesta” Rincón, Latorre y Sans (1995 citado en Vargas, 2012:126).

En pocas palabras deduje que la entrevista estructurada se caracteriza por estar planteada de una manera estandarizada, en ella se hacen preguntas que previamente fueron pensadas y que se dirigen a un entrevistado en particular que responde concretamente lo que se le está preguntando.

Por otro lado, está el tipo de entrevista semiestructurada, en ellas se provee una mayor amplitud de recursos con respecto a los otros tipos de entrevista de naturaleza cualitativa.

Según del Rincón (1995), “el esquema de preguntas y secuencia no está prefijada, las preguntas pueden ser de carácter abierto y el entrevistado tiene que construir la respuesta: son flexibles y permiten mayor adaptación a las necesidades de la investigación y a las características de los sujetos, aunque requiere de más preparación por parte de la persona entrevistadora, la información es más difícil de analizar y requiere de más tiempo” (Vargas, 2012: 126). A diferencia de la entrevista estructurada, una entrevista semi estructurada es flexible y abierta, ya que, por más de que exista un objetivo de investigación que rige las preguntas, no se espera que las respuestas posean cierta profundidad o un contenido ordenado

En otras palabras, la entrevista semiestructurada destaca la interacción entrevistador-entrevistado el cual está vinculado por una relación de persona a persona cuyo deseo es entender más que explicar. Por lo que se recomienda formular preguntas abiertas, enunciarlas con claridad, únicas, simples y que impliquen una idea principal que refleje el tema central de la investigación. A diferencia de la entrevista estructurada, una entrevista semi estructurada es flexible y abierta ya que, por más de que exista un objetivo de investigación que rige las preguntas, no se espera que las respuestas posean cierta profundidad o un contenido ordenado.

Por último, la entrevista de grupo de discusión “es realizada con un pequeño grupo de personas sobre un tema específico, los grupos son normalmente de seis a ocho personas que participan en la entrevista durante una hora y media a dos horas” (Vargas, 2012:129).

Para los fines de esta investigación se realizaron entrevistas semiestructuradas, ya que, si bien se utilizó una guía de entrevista, también se buscó dar libertad a las respuestas de los entrevistados. Esto con el fin de identificar elementos que pueden ser relevantes para ellos y por ende para el objeto de estudio que no fueron considerados a la hora de diseñar la guía de

entrevista. Más adelante se detalla el perfil de los entrevistados y la guía de entrevista utilizada.

3.4. Caracterización del caso de estudio

A partir de la observación directa en el Municipio Texcoco de Mora, Estado de México se identificó a MIPYMES dedicadas a la producción y venta de calzado. Las MIPYMES de tipo textil representan dentro del municipio un sector generador de empleo e ingresos económicos, por lo que resulta preocupante la afectación que han sufrido por la pandemia por el Covid-19.

Por otra parte, retomando el texto *Calzado* del Dr. Francisco Torres Noyola (2020), la idea que nos trata de plantear sobre el calzado es el hecho de considerar el calzado a todo producto con suela destinado a proteger o cubrir los pies, incluidas las partes comercializadas por separado. Además, las sandalias entran dentro de esta clasificación.

Algunos de los materiales más comunes para la fabricación de calzado son: caucho, plástico, cuero, cuero regenerado o pieles, textiles, incluidos el fieltro y el material no tejido, materiales trenzados, madera, corcho. A decir verdad, se dedujo que la fabricación de calzado mexicano es una importante actividad comercial del país, la cual genera una cadena de proveeduría altamente competitiva y es considerado un sector generador de empleo. El consumo de calzado en México se ha caracterizado por un alto nivel de volatilidad y se ha estado correlacionado con la actividad económica en general, ya que las MIPYMES aportan gran cantidad de ingresos al Producto Interno Bruto (PIB) del país. Por ello considero que este sector es importante en el país y no deben dejarlo a un lado.

De acuerdo con el estudio realizado en el año 2022 por la Secretaría de Gobierno de México “cuatro entidades de la República concentran el 94% del valor de la producción de calzado: Guanajuato 70%, Jalisco 15%, el Estado de México 5%, y el Distrito Federal 3%, la industria del calzado es el principal eslabón de la cadena cuero-calzado-marroquinería y está integrada por cerca de 7 mil 400 establecimientos productores (equivalentes al 68.4% del total de la cadena productiva), cerca de 41 mil 500 zapaterías existen en todo el territorio nacional. En 2014 se exportaron 25.6 millones de pares de zapatos, con valor de 571.7 millones de dólares y en agosto del 2014 se estableció un marco para impulsar acciones que propicien la productividad y la competitividad de la industria, así como para prevenir y combatir la subvaluación de mercancías importadas” (SEGOB, 2022)

El sector de calzado abarca una gran variedad de materiales en su fabricación, entre los más comunes son: telas, plástico, caucho y cuero principalmente en zapatos. Sin embargo, en mi opinión el avance de la tecnología y la modernización de los productos hoy en día ha influido en el desarrollo de estos productos, actualmente podemos encontrar en las tiendas de calzado productos de diversos tipos de calzado para hombres, mujeres, niños, incluso productos más especializados como botas, calzado médico.

Además, se ha diseñado calzado ortopédico y calzado para personas diabéticas. Con esto se puede dar un claro ejemplo de cómo la globalización comercial y desarrollo modernizado ha evolucionado año tras año.

Como se mencionó anteriormente, el estudio realizado en el año 2022 por la Secretaría de Gobierno de México cuatro entidades de la República concentran el 94% del valor de la producción de calzado, lo cuales son: Guanajuato 70%, Jalisco 15%, el Estado de México 5%, y el Distrito Federal 3%. Si analizamos estos datos la capital del país centra la mayor producción de calzado, sin embargo, no es así, Guanajuato es el líder con 70%, con esto se puede ver que cualquier Estado tiene lo propio lo que lo hace diferenciarse de los demás.

De otra manera el autor Dr. Francisco Torres Noyola (2020) en su texto sobre el “*CALZADO*” menciona una serie de características principales que pueden identificar a las pequeñas empresas de calzado. Por lo general en las tiendas pequeñas de calzado se pueden apreciar de 1 a 4 empleados, esto se debe al pequeño tamaño de su estructura. Es muy evidente la diferenciación entre las pequeñas empresas de las más grandes ya que las estructuras son completamente diferentes de tamaño.

Por lo anterior como lo menciona Dr. Torres (2000) las pequeñas empresas tienen sistemas de producción poco tecnificados y más bien artesanal esto se debe a la falta de tecnología avanzada y muchos de los dueños siguen su estereotipo tradicional de los diseños de calzado, por eso es por lo que muchas empresas pequeñas realizan sus propios diseños. Por ejemplo, en los alrededores del municipio de Texcoco los pueblos manejan sus diseños tradicionales poco convencionales en comparación al municipio de Texcoco centro, la cual con el avance de los años se ha ido desarrollando urbanamente al grado de asociarse con diversas empresas globales de producción de calzado.

De esta forma las empresas pequeñas pueden crear sus propios diseños de calzado a comparación de las empresas grandes, por lo general la mayoría realiza todo el proceso productivo en su planta y esta pertenece a un solo propietario el cual le podemos llamar como capitalista.

Otra característica de las pequeñas empresas de calzado es la falta el apoyo financiero y del gobierno, justamente se logró ver en el contexto de pandemia (2020-2021), como muchas empresas pequeñas de calzado al no contar con un financiamiento por parte del gobierno tuvieron que improvisar estrategias para no quebrar económicamente.

Por otra parte, los maquiladores de calzado es otra característica principal, por lo general son máquinas de menor tamaño y no desarrolladas tecnológicamente ocasiona la baja calidad de las materias primas y la falta de energía eléctrica. Estas son características evidentes de pequeñas empresas de calzado así lo indicó el Dr. Torres (2000).

De la misma manera el Dr. Torres (2000) también menciona que las pequeñas empresas de calzado los procesos de producción son artesanales y de talleres familiares, este tipo de establecimientos utiliza una gran cantidad de mano de obra no especializada, situación que se puede volver poco atractiva para nuevos inversionistas.

En este sentido el avance de diseños de empresas grandes elimina de cierta manera el nivel de competitividad con las empresas pequeñas, ya que actualmente la mayoría de las personas prefieren diseños modernos y mejorados industrialmente hablando que los diseños artesanales y provenientes de generaciones familiares.

Volviendo a lo anterior a mi parecer las pequeñas empresas de calzado en el Estado de México enfrentan problemas de capacitación en aspectos fiscales, contables y productivos, acceso a créditos y nuevas formas de financiamiento. Esto ha provocado que en algunas empresas se vayan rezagando con el tiempo por la falta de innovación.

Siguiendo con la investigación para caracterizar las empresas de calzado se ha retomado el análisis FODA realizado por el Dr. Torres (2020). En la tabla 4 se muestran las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas de las empresas de calzado. Como se puede observar en el cuadro las debilidades abarcan mayor cantidad, muchas de estas debilidades son más frecuentes en empresas de calzado de tipo pequeñas en la cual no hay un aparato

administrativo eficaz y eficiente. Dentro de las amenazas más fuertes está la competitividad a nivel mundial, hay países más desarrollados que han adoptado mecanismos de producción más eficientes y eficaces lo que ha originado un mejor desarrollo en estas empresas de calzado.

Desde mi punto de vista la diferencia de productos es un factor clave de competitividad en algunos segmentos del mercado, tal es el caso del segmento de calzado de diseño, en los cuales la imagen de marca y de calidad es un mecanismo fundamental de competencia. Lo mismo sucede con el segmento de los zapatos deportivos, las estrategias competitivas de las empresas se centran en la imagen de marca.

Como bien lo dice el Dr. Torres “la cercanía a los mercados de consumo constituye una ventaja importante dada la rapidez para captar los cambios de gustos de los consumidores. Sin embargo, las mejoras en la tecnología de la comunicación y la reducción en los tiempos de transporte han reducido la importancia de la ventaja de una localización cercana a los centros de consumo” (Torres, 2020:38). Finalmente, las características tanto internas como externas que compone una Pyme de calzado se componen desde la estructura el número de trabajadores hasta los marcos normativos internamente.

Tabla 4. Análisis (FODA)

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Precios del calzado accesibles - Industria con gran tradición en el estado - Producen calzado de piel y a la moda - La industria del calzado del estado cuenta con todos los proveedores de la cadena productiva con excepción del cuero 	<ul style="list-style-type: none"> - Enfrentan una demanda del producto interna y externa creciente - Oportunidades de exportación gracias a los nuevos tratados que se ha firmado con otros países - La microempresa tiene la ventaja de que puede fácilmente adaptarse a los cambios del entorno, sin embargo, esta característica que las hace más flexibles, se convierte en una amenaza para las empresas ya que no cuentan con los apoyos financieros y tecnológicos necesarios para salir adelante - Los productores podrían especializarse en la producción de botas, ya que éstas gozan de una gran aceptación a nivel internacional

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de tecnología apropiada y moderna para la producción de calzado - Falta de capacitación de la mano de obra - Falta de conocimiento sobre aspectos de diseño - Falta de controles de calidad - Falta de investigación para desarrollar una tecnología propia - El que el cuero sea considerado como un subproducto afecta severamente su producción y calidad, ya que su oferta depende del incremento del consumo de la carne, y el incremento de la exportación de ganado en pie ha afectado los precios internos de la materia prima - Falta de conocimiento sobre procesos de exportación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fuerte competencia por parte de países productores que se han especializado en algún tipo de calzado o en alguna fase del proceso de producción - El calzado de cuero ha sido sustituido por calzado sintético, siendo los países asiáticos los especialistas en este tipo de calzado, ya que utilizan tecnología de punta en la producción de este siendo muy difícil de competir en este tipo de calzado

*Fuente: Francisco Torres Noyola (2020). "CALZADO". Disponible en:
http://www.contactopyme.gob.mx/estudios/docs/calzado_edomex.PDF*

En ese sentido, para esta investigación se tomaron datos de 20 Pymes de tipo textil ubicadas en el municipio Texcoco de Mora principalmente en el centro, ya que ahí se encuentran ubicadas la mayor cantidad de zapaterías del municipio por ser una zona turística muy concurrida por las personas.

De igual manera las 20 tiendas de calzado donde recolecta los datos son consideradas MIPYMES, por ser empresas con un número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos de las empresas de mayor tamaño y tampoco cuentan con gran facturación, estas características se mencionan a detalle en los apartados anteriores.

Además, el capital es proporcionado por una o dos personas que principalmente son los dueños los que administran y se hacen cargo del negocio. También los establecimientos están ubicados en un lugar fijo con una proporción de tamaño considerada para un negocio creciente y autosuficiente. Por esta razón tome estas MIPYME como muestras para mi trabajo de campo en esta investigación

Para la selección de los sujetos de estudio fue difícil al principio y surgieron varias complicaciones esto debido a que las primeras personas entrevistadas dentro de las MIPYMES tenían un cargo de empleada o empleado general o de limpieza. El problema fue

que este tipo de cargos de la empresa son alternados y no duran mucho, en promedio solo permanecían laborando por seis meses.

Esto me permitió enfocarme en el personal laboral que tuviese de antigüedad por lo menos más de tres años y principalmente estuvieran laborando en el periodo 2020 – 2021 periodo culminante de la pandemia. Teniendo en cuenta las complicaciones anteriores tome la decisión de entrevistar a los (jefes, encargados, gerentes, supervisores), esto me permitió progresar rápidamente con las entrevistas y tener una mejor amplitud y claridad de las respuestas.

3.5. Perfil de los entrevistados

Para esta investigación se llevaron a cabo 20 entrevistas semi estructuradas, éstas permitieron entablar un diálogo con los entrevistados. A partir de ciertas preguntas precisas surgieron elementos relevantes que se integraron al análisis. Esta interacción entre el entrevistado y el investigador resultó ser clave para comprender las afectaciones de la pandemia en la cotidianidad de estas MIPYMES y sus integrantes. Los entrevistados fueron elegidos a conveniencia y de manera voluntaria, de acuerdo con Sampieri (2017). El muestreo a conveniencia se refiere a las “muestras formadas por los casos disponibles a los cuales tenemos acceso” (Sampieri, 2017:390).

Por otro lado, además del muestreo de conveniencia se utilizó el muestreo de participantes voluntarios. Este tipo de muestra sintetizando al autor Sampieri (2017), se refiere a la invitación de participar en la entrevista, la invitación puede realizarse personalmente o por medios de medios de comunicación los cuales difundan la información, siempre en el contexto en donde se desarrolla la problemática de la investigación.

El número de entrevistas realizadas no fue con base en la representatividad numérica, sino en la importancia de los actores entrevistados y en el rol que juegan dentro de la MIPYMES, ya que los informantes que se seleccionaron vivieron en tiempo real este fenómeno económico-político pudiendo participar en la entrevista dando sus percepciones para contribuir a esta investigación. Es importante que el investigador revise los datos de los sujetos a entrevistar para ver si esta cumple con el parámetro para ser aceptada y posteriormente vincularla a la lista final de entrevistados. Aunado a lo anterior, se recurrió a

la saturación de la información para decidir cuántas entrevistas realizar, es decir, se dejaron de hacer entrevistas cuando las respuestas que proporcionaban los entrevistados no arrojaban información nueva o relevante para la investigación (Osses, Sánchez e Ibáñez, 2006).

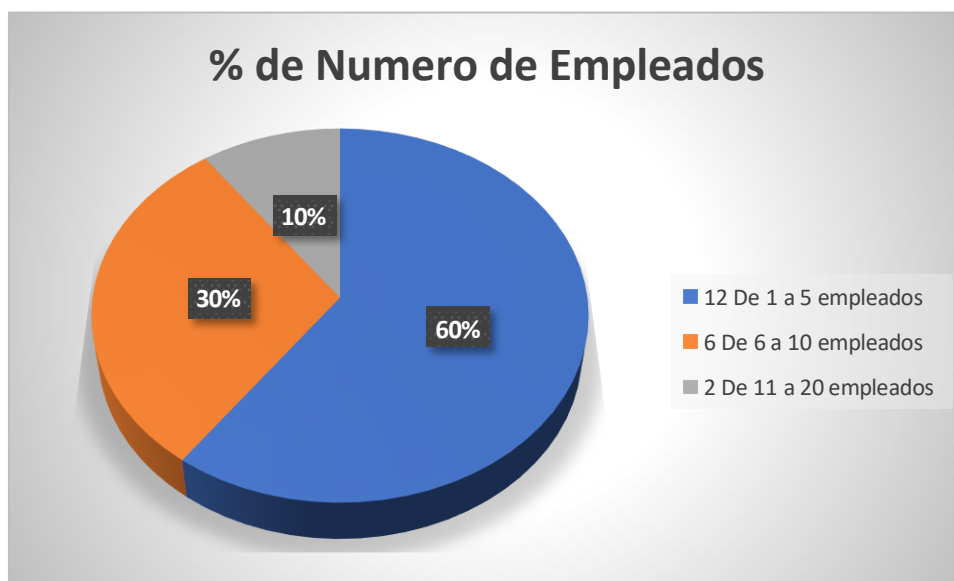
De los 20 entrevistados en las MIPYMES el 60% de las MIPYMES tienen un número de empleados entre 1 a 5, 30% de 6 a 10 empleados y por último el 10% de 11 a 20 empleados como bien se observa en la “Tabla 5” y “Gráfica 15” siguiente:

Tabla 5. Número de Empleados por Pymes

Entrevistados	Número de empleados
12	De 1 a 5 empleados
6	De 6 a 10 empleados
2	De 11 a 20 empleados

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfica 15. Porcentaje de Número de Empleados por Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Por otra parte, referente al tipo de empleado dentro de la MIPYME, el 65% de los empleados son desconocidos o ajenos al negocio, 15% acepta todo tipo de empleados, 10% son

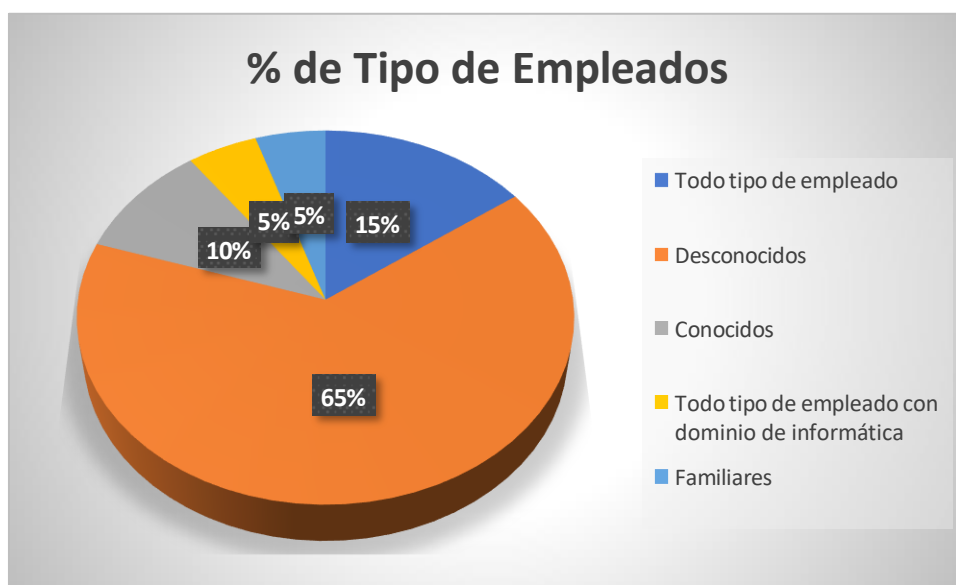
conocidos, 5% todo tipo de empleados con dominio de informática y 5%son familiares. Como se puede observar en la “Tabla 6” y “Gráfica 16” la mayoría de las Pymes contrata personal desconocido, mientras que el 5% solo contrata personal familiar y con experiencia en informática.

Tabla 6. Número de tipo de Empleados

Tipo de empleados	Numero de tipo de empleados en las Pymes
Todo tipo de empleado	3
Desconocidos	13
Conocidos	2
Todo tipo de empleado con dominio de informática	1
Familiares	1

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfica 16. Porcentaje de Número de Tipo de Empleados



Fuente: Elaboración propia, 2023.

De las veinte entrevistas realizadas 13 fueron mujeres y 8 hombres. Con un porcentaje de 65% mujeres y 35% hombres como se muestra en la “Tabla 7” y “Gráfica 18”.

Tabla 7. Número de Entrevistados por Género

Genero	Entrevistados
Hombres	7
Mujeres	13
Total	20

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfica 18. Porcentaje Numero de Entrevistados por Género



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Siguiendo con lo anterior en cuanto al tipo de cargo de los 20 entrevistados, 60% tienen el cargo de gerente, 25% encargado, 10% supervisora, 5% empleado dándonos un total del 100% de los entrevistados. Como podemos observar en la “Tabla 8” y “Gráfica 19” siguiente el mayor número de tipo de cargo de entrevistados fue de gerente, por ser quienes más antigüedad poseen en los negocios/empresas. Sin embargo, el 5% de tipo de cargos lo tienen los empleados (general), por la poca antigüedad dentro de las Pymes.

Tabla 8. Tipo de Cargo por Entrevistado

Entrevistado	Tipo de Cargo
1	Gerente
2	Gerente
3	Encargado
4	Gerente
5	Encargado

6	Gerente
7	Gerente
8	Gerente
9	Encargada
10	Gerente
11	Encargada
12	Empleado
13	Gerente
14	Supervisora
15	Gerente
16	General
17	Gerente
18	Encargada
19	Supervisora
20	Gerente

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfica 19. Porcentaje de Tipo de Cargo



Fuente: Elaboración propia, 2023.

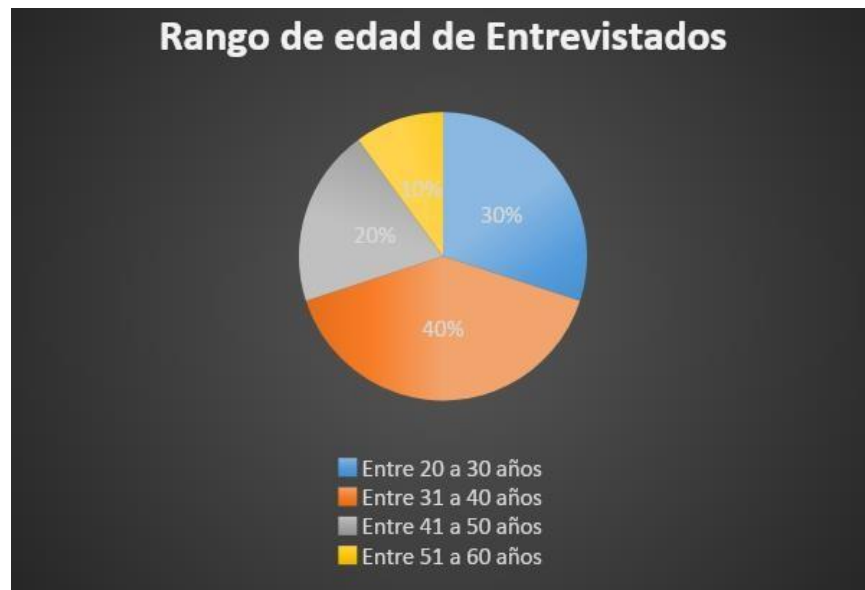
Por otra parte, de los 20 entrevistados, 40% tienen la edad entre 31 a 40 años, 30% entre 20 a 30 años, 20% entre 41 a 50 años y 10% entre 51 a 60 años. Si se analiza la gráfica el rango de mayor entrevistados es entre 31 a 40 años, sin en cambio el menor rango se encuentra entre 51 a 60 años como bien se muestra en la “Tabla 9” y “Gráfica 20” siguiente.

Tabla 9. Rango de edad de Entrevistados

#Entrevistados	Edad
6	Entre 20 a 30 años
8	Entre 31 a 40 años
4	Entre 41 a 50 años
2	Entre 51 a 60 años
20	

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfica 20. Porcentaje de Rango de edad de Entrevistados



Fuente: Elaboración propia, 2023.

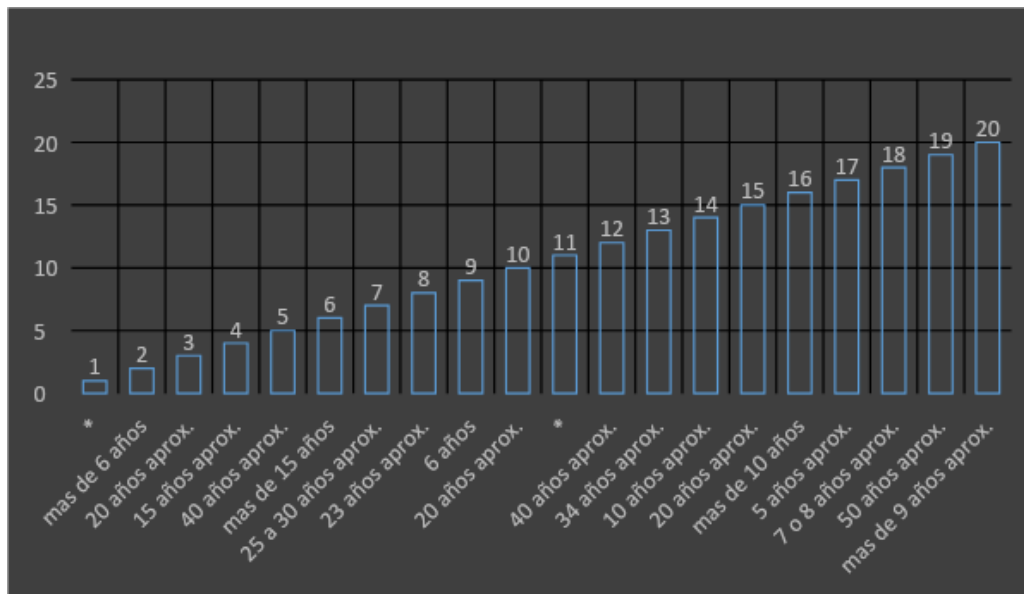
Algo también importante dentro del perfil de las Pymes es la antigüedad de estas empresas/negocios. De los 20 entrevistados las Pymes menos antiguas es de 5 años y con mayor antigüedad es de 50 años aproximadamente como se observa en la “Tabla 10” y “Gráfica 21”.

Tabla 10. Antigüedad de MIPYMES por entrevistado

Entrevistado	Antigüedad
1	*
2	más de 6 años
3	20 años aprox.
4	15 años aprox.
5	40 años aprox.
6	más de 15 años
7	25 a 30 años aprox.
8	23 años aprox.
9	6 años
10	20 años aprox.
11	*
12	40 años aprox.
13	34 años aprox.
14	10 años aprox.
15	20 años aprox.
16	más de 10 años
17	5 años aprox.
18	7 o 8 años aprox.
19	50 años aprox.
20	más de 9 años aprox.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfica 21. Rango de Antigüedad de Pyme por Entrevistado



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Las 20 entrevistas realizadas, las estructure de manera que englobaran las principales preguntas que respondan a la investigación. Los puntos importantes tomados para realizar la guía de entrevista fueron:

1.- Antecedentes y caracterización de la MIPYME: En este primer apartado se engloba principalmente en los antecedentes históricos del negocio/empresa, expresando una explicación breve sobre el negocio para tener un contexto de primer acercamiento del negocio/empresa

2.-Afectaciones realizadas por la pandemia: En ese segundo apartado el entrevistado responde preguntas que argumentan todo el desarrollo de la investigación. Este apartado es fundamental para entender el impacto que tuvo la pandemia en las Pymes, se podría considerar como las preguntas más importantes ya que en ellas también se responde a la pregunta principal de esta Tesis.

3.- Cambios derivados de la pandemia: Por último, en el apartado tres va dirigido a los efectos y los cambios post pandemia que dejó durante todo el periodo pandémico (causas, consecuencias, opiniones, perspectivas).

Una vez teniendo claro los tres ejes principales para la estructuración de la guía de entrevista Tabla 11 (Guía de entrevista). Procedí a la realización de la entrevista entre el mes de junio y octubre del actual año 2023.

Tabla 11. Guía de entrevista

Rubro	Preguntas
Antecedentes y caracterización de la MIPYME	¿Desde cuándo existe esta empresa/negocio? ¿Sabe cuál es la historia de la empresa/negocio? Podría platicar sobre eso. ¿Quiénes trabajan aquí (familiares, amigos, etc.)? ¿Cuántos trabajadores tiene? ¿Cómo eran las ventas antes de la pandemia?
Afectaciones realizadas por la pandemia	¿La empresa/negocio tuvo que cerrar durante la pandemia o siguió funcionando? En caso de que haya cerrado: ¿Por qué cerró?

	<p>¿Qué hicieron los dueños y trabajadores mientras estuvo cerrada la empresa/negocio?</p> <p>En caso de que haya seguido en funcionamiento:</p> <p>¿Cómo funcionó la empresa/negocio durante la pandemia?</p> <p>¿Cómo afectó esto a su ingreso económico?</p> <p>¿Cómo afectó eso a sus actividades diarias?</p>
Cambios derivados de la pandemia	<p>¿Qué cosas de la empresa/negocio cambiaron después de la pandemia?</p> <p>¿Usted fue consultado para la realización de los cambios?</p> <p>¿Usted considera que los cambios fueron para bien o para mal?</p> <p>¿Por qué?</p> <p>¿A qué se debe que la empresa/negocio haya sobrevivido a la pandemia?</p> <p>¿Usted considera que la empresa/negocio tiene un largo futuro después de la pandemia? ¿Por qué?</p>

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos se esbozan y analizan en el siguiente capítulo.

3.6. Proceso de categorización de las entrevistas

Para la investigación cualitativa la categorización constituye una parte fundamental para el análisis e interpretación de los resultados. Como bien señala la autora Romero en su *Revista de Investigaciones Cesmag* el proceso consiste en “la identificación de regularidades, de temas sobresalientes, de eventos recurrentes y de patrones de ideas en los datos provenientes de los lugares, los eventos o las personas seleccionadas para un estudio” (Romero, 2005:1). En pocas palabras, dentro de la información recolectada se debe identificar patrones que guíen las preguntas de investigación y darle un mejor enfoque proactivo a la investigación. Además, se deben agrupar datos con significados similares, por ello se debe clasificar la información por categorías de acuerdo con criterios temáticos referidos a la búsqueda de significados en este caso a las preguntas de la investigación principalmente.

Por otra parte, para la autora Gomes citada por Romero (2005), menciona que la palabra categoría “se refiere en general a un concepto que abarca elementos o aspectos con características comunes o que se relacionan entre sí. La palabra está relacionada a la idea de

clase o serie y las categorías son empleadas para establecer clasificaciones” (Romero, 2005:1).

En este sentido trabajar con ellas implica agrupar elementos, ideas y expresiones en torno a un concepto capaz de abarcar todo. Se podría decir que es una forma de clasificación de la que derivan otras unidades más pequeñas llamadas subcategorías. Un ejemplo podría ser la categoría Animales y de ahí se desprenden dos subcategorías Domésticos-Salvajes en ambas subcategorías se puede clasificar información de diferente tipo, pero finalmente similar.

Cabe señalar, las categorías son diferentes valores o alternativas de clasificar conceptuar, codificar un término o expresión de forma clara que no se preste para confusiones a los fines de determinada investigación.

Según Straus y Corbin citados por Romero (2005), “la categorización consiste en la asignación de conceptos a un nivel más abstracto., las categorías tienen un poder conceptual puesto que tienen la capacidad de reunir grupos de conceptos o subcategorías. En el momento en el que el investigador empieza a agrupar los conceptos, también inicia el proceso de establecer posibles relaciones entre conceptos sobre el mismo fenómeno” (Romero, 2005:2).

Estos mismos autores argumentan que las categorías son conceptos derivados de los datos que representan fenómenos, los cuales son ideas analíticas pertinentes que emergen de nuestros datos. Una vez establecido en qué consiste el análisis por categorización, se procede a explicar cómo se obtuvieron las categorías para esta investigación.

De esa forma, realizadas las entrevistas se procedió a la transcripción en formato Word. Una vez transcritas, se realizó un análisis por categorías las cuales se obtuvieron por codificación abierta. La codificación abierta consiste en “etiquetar fragmentos de las respuestas de acuerdo con las temáticas que se abordan y que se van encontrando en el texto” (Saldana, 2013).

Así, para el proceso de la categorización, los fragmentos de las respuestas de los entrevistados fueron etiquetados con comentarios en Word, dependiendo del tema que abordaban. Dichos fragmentos fueron ordenados por tema en una matriz de Excel, de la cual se extrajeron las

tablas que se muestran en los Anexos. Esto con la intención de ordenar las categorías y las respuestas que dan sustento a cada una.¹

Las primeras categorías que surgieron fueron datos del entrevistado y las empresas como lo son: edad, cargo, antigüedad, tipo de empleados, número de empleados, conocimiento histórico de la empresa, participación de los empleados en la toma de decisiones que básicamente es información primordial para conocer y tener una perspectiva de primera intención sobre su estructura organizacional del negocio de cómo es que se conforma y ¿quiénes?, ¿cuántos? laboran ahí y cuánto tiempo lleva el negocio de haber abierto sus puertas, para así conocer a más detalle el posible impacto que tuvo por la pandemia.

Estas categorías también permitieron conformar el perfil de los entrevistados, el cual se detalló en el apartado anterior. Cabe mencionar que este tipo de información no fue difícil de conseguir, ya que los 20 entrevistados colaboraron abiertamente con toda la información personal y del negocio, esto fue bueno para poder desarrollar estas primeras categorías.

Una vez establecidas las categorías del perfil de los entrevistados, así como los antecedentes y caracterización de las MIPYMES, fueron surgiendo categorías con base a las afectaciones causadas por la pandemia como lo son: afectaciones económicas, afectaciones físicas, afectaciones psicológicas, afectaciones laborales, afectaciones (cuidado de salud), afectaciones por remodelación de mercado (cierre temporal), tiempo de cierre de negocio (medidas preventivas de gobierno). Este tipo de categorías representan el daño ocasionado por la pandemia desde lo económico, salud, laboral que a su vez se convierten en indicadores del impacto por la pandemia.

De esta manera los entrevistados nos mencionaron sus principales afectaciones por la pandemia y al tratarse de trabajadores de MIPYMES su principal temor es su ingreso económico, ya que de eso derivan las demás afectaciones como lo es psicológicas en el sentido de estrés por un sueldo que quizás será bajo o por un posible despido por parte de la empresa.

¹ Para complementar la información presentada en los Anexos, en el siguiente link se podrá encontrar una carpeta con las transcripciones de las entrevistas, el proceso de categorización y la matriz completa en Excel. https://drive.google.com/drive/folders/1L9deqeMhUN0WK_WHwSU4kV3TgilYiJjy?usp=drive_link

Siguiendo con lo anterior analizando los demás resultados surgieron categorías como acciones preventivas (cuidado de salud) que prácticamente son las medidas tomadas para resguardar la salud una de ellas es el cierre temporal del negocio o manejo de todos los insumos de salud necesarios para evitar el contagiarse.

Por otro lado, surgieron categorías como: acciones preventivas (capacitación en línea de los empleados), acciones de emergencia (buscar la manera de seguir laborando el negocio para evitar un bajo impacto por la pandemia), acciones laborales (medidas sanitarias, cierre temporal del negocio).

Dicho lo anterior, conforme avanzaron los resultados de los entrevistados surgieron categorías de cambios y efectos: Ventas anteriores (comparación post pandemia), rutina laboral en pandemia (cambios en la rutina) , principales clientes en pandemia (cambios en los clientes) , promedio de venta de calzado por un día (comparación de ventas antes y después), supervivencia al cambio (modo de trabajo), adaptación al cambio (cambios positivos o negativos), medidas sanitarias (cuidados de salud, de trabajadores y clientes), ventas durante la pandemia (comparación post pandemia), efectos en actividad diarias (cambios de rutina), ventas post pandemia (recuperación económica), efectos en el ingreso económico (reducción de salario), reducción de actividades (afectación física) reducción de clientela (baja venta, por el impacto económico en la sociedad). Como observamos las categorías de cambios y efectos tanto positivos como negativos son consecuencias del impacto por la pandemia. Durante los cambios y efectos hubo pymes que supieron controlar estos cambios como otros no los supieron controlar favorablemente.

Las últimas categorías que pudimos rescatar de los resultados de los entrevistados fueron: respaldo económico (monto de ahorro por parte de los dueños ante una emergencia), venta en línea (estrategia de ingreso a la pyme), apoyo económico (por parte del gobierno). En cuanto a las categorías post pandemia surgentes fueron recuperación económica (aumento en ventas, recuperación del 100% del sueldo), recuperación salud (disminución de contagios por coronavirus), recuperación laboral (regreso de actividades normales, aumento en ventas), clientes leales (recuperación de clientes). Las categorías post pandemia reflejan la recuperación tanto de los trabajadores como de las pymes.

Finalmente, las categorías de perspectiva, expectativa y opinión las realice con la intención de ver los puntos de vista de los entrevistados, para tener una segunda opinión y así tener un mejor análisis de los resultados y ver qué tan familiarizado está el entrevistado con el tema. Aunque quiero destacar que la mayor parte de los entrevistados no aportaron una opinión ya que prefirieron reservar su opinión.

Como observamos surgieron bastante categorías relacionadas con la investigación, debo decir que al principio me fue un poco complicado identificar la categoría por la confusa respuesta del entrevistado, pues había preguntas donde podían salir 2 o 3 categorías entonces solo quedaba en mi analizar a detalle la respuesta y elegir la más apta que responda a la pregunta de la entrevista. En el siguiente capítulo se detallan y explican los resultados encontrados por cada categoría identificada.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se expondrán los resultados de la investigación, identificados a partir de la triangulación metodológica de análisis de documentos, observación y aplicación de las entrevistas. Los resultados se presentan siguiendo las categorías identificadas específicamente en el análisis de las entrevistas, las cuales consisten en: efectos, afectaciones, elementos de sostenimiento durante la pandemia, acciones preventivas, estrategias y escenario postpandemia. En conjunto, éstas representan las repercusiones que la pandemia tuvo sobre las MIPYMES analizadas.

4.1. Efectos

Los efectos hacen referencia a las repercusiones que tuvo la pandemia en elementos específicos de las MIPYMES donde se realizaron las entrevistas, en este caso se identificaron: efectos en actividades diarias, en la competencia de MIPYMES y en el ingreso económico.

4.1.1. Efectos en actividades diarias

Durante la pandemia uno de los efectos surgidos, fue en las actividades diarias del personal de las MIPYMES, especialmente de las mujeres. De acuerdo con algunos de los entrevistados, el tener a los hijos en la casa por el cierre de las escuelas implicó que tuvieran que estar más pendiente de ellos y un mayor gasto en comida, así como tener el tiempo disponible para cuidarlos y darles la atención que necesitan. Sin mencionar el aburrimiento que los integrantes de la familia sufrían por los meses de encierro. Así lo narran dos de las entrevistadas:

“Si, sí afectó, porque también tener ya a los hijos en casa y eso pues también otro gasto, ya no es lo mismo gastar cuando van a la escuela que cuando estamos todos en la casa comes más, hacemos más cosas y pues cuidarnos más tantito, no nos podíamos descuidar porque si te enfermabas tenías que correr al doctor y antes era como más caro, porque ahorita el covid ya no esta tan fuerte. Porque por ejemplo antes una prueba estaba en tres mil cuatro mil pesos y pues a lo mejor ahorita ya no...”
(Entrevistada 6).

“En mis actividades diarias, m... yo no considero que haya afectado mucho solamente en lo laboral. ¡Ah fijate que pensándolo bien sí! me afecto bastante porque las escuelas cerraron y no tenía quien

cuidara a mis niños y eso fue un poco complicado porque había veces en las que a ellos me los llevaba al trabajo y era como trabajo doble” (Entrevistado 16).

Sin embargo, para otros empleados, el efecto de la pandemia en el trabajo resultó positivo porque el cierre temprano del negocio les permitía salir más temprano y poder dedicarles más tiempo a las labores del hogar, sin mencionar la convivencia familiar que antes no la tenían. Pues muchos de los empleados trabajan de 9:00 am a 8:00 pm que prácticamente es todo el día. “En las actividades diarias no hubo mucha afectación porque salíamos más temprano y podíamos descansar más tiempo” (Entrevistada 15).

Así como hubo problemáticas dentro del hogar, también se presentaron dificultades en la compra de despensa para el hogar, ya que la emergencia sanitaria obligó implementar protocolos de seguridad de salud dentro de los supermercados con el objetivo de tener mejor seguridad dentro del supermercado y evitar la propagación del virus. Al igual los centros recreativos y deportivos cerraron temporalmente, obligando a los niños a quedarse sin actividades deportivas así lo indica otro entrevistado. “En mis actividades diarias sí me afectó, porque, para comprar la despensa se tenía uno que formar para entrar y había veces en las que te tardabas más de una hora en entrar y mis hijos iban a la natación y no los llevaba por lo mismo de que no había servicio” (Entrevista 18).

Finalmente, otra de las afectaciones de las actividades diarias, fueron cambios dentro del personal y la implementación de medidas sanitarias. Hay que recordar que la pandemia provocó cambios en el personal como despidos. A causa de la crisis económica los comercios despidieron personal y otros cuantos renunciaron por la disminución del salario a causa de los bajos ingresos de los comercios así lo menciona una entrevistada “El personal podría ser, hubo compañeros que se fueron por el bajo sueldo. También la medida sanitaria esa fue otro cambio y nada más” (Entrevistado 20).

4.1.2. Efectos en la competencia

Otro de los efectos surgidos dentro de la pandemia fue el efecto en la competencia de MIPYMES. El calzado es uno de los productos más demandados del mercado pues la gran mayoría de población requiere de un calzado. Pero la competencia entre calzado del

municipio ha crecido pues establecimientos pequeños copian marcas de las empresas grandes lo que facilita al consumidor a comprar el mismo producto a un menor precio. Lo que significa que marcas como PANAM son copiadas por microempresas y esta se vuelve una competencia dura. Por ello en el municipio la competencia de las MIPYMES de tipo textil está creciendo y tanto pequeñas, medianas y grandes empresas van en aumento el nivel competitivo lo que ha provocado que durante la pandemia esta competitividad afecte en el ingreso económico de las MIPYMES. Así lo menciona un entrevistado.

“Pues es que no hubo tantos cambios entonces pues yo creo que sigue funcionando y obviamente las ventas han bajado, pues porque tenemos ya más competencia con las zapaterías normales como es VAZZA, como es Luna, tenemos calzado de la marca entonces pues es por eso, igual es porque hemos abierto muchas sucursales bueno han abierto la empresa, ha abierto demasiadas sucursales” (Entrevistada 9).

“Si a nosotros realmente cuando empezamos abrir, después de que nos dejaron abrir pues se seguía vendiendo prácticamente lo mismo y ahorita si han bajado las ventas yo creo que más que por la pandemia, es porque te digo que ha salido mucho la marca en otras zapaterías y pues ya no solo es aquí” (Entrevistada 9). “Durante la pandemia si bajaron bastante pues aparte de que no había mucha gente en las calles, tenemos mucha competencia. Pues aquí en el municipio además hay muchas zapaterías y entonces se volvía un poco más difícil” (Entrevistada 16).

4.1.3. Efectos en el ingreso económico

Los ingresos económicos son necesarios para subsistir en cualquier MIPYME pues son el sustento para ir creciendo en un futuro. En cuanto a los ingresos económicos por la pandemia la mayoría de los entrevistados se encontraban en un contexto catastrófico dentro de las Mipyme, pues los ingresos económicos disminuían cada mes por todas las repercusiones que surgieron en ese momento.

Sin embargo, para el caso de un entrevistado él nos narró que la empresa no tuvo afectaciones por la demanda que tiene las MIPYMES textiles en el mercado, pues estos son considerados como uso de primera necesidad. Así lo señala el entrevistado 12. “Pues bueno no hubo mucha disminución debido a que son productos básicos digamos el calzado” (Entrevistado 12).

Yo como entrevistador si me sorprendí al escuchar esta respuesta, ya que el calzado si es de primera necesidad, pero ante esta crisis era difícil comprar un calzado por la baja economía

y los miles de desempleos que surgieron en ese periodo, sin mencionar todos los cambios surgidos.

4.2. Afectaciones

Por otra parte, mientras que los efectos provienen del vocablo latino *effectus* y su principal acepción que se usa en artículos de investigación es aquello que sigue por virtud de una causa. El verbo afectar proviene del vocablo latino *affectāre* y una de sus acepciones que se usa con fines académicos es: producir alteración o mudanza en algo.

Las afectaciones hacen referencia a las repercusiones económicas, físicas o de salud, psicológicas y laborales en las MIPYMES, que fueron surgiendo a medida que fue avanzando la pandemia. Dentro de los entrevistados principalmente se encontraron estas problemáticas antes mencionadas.

4.2.1. Afectaciones económicas

La mayoría de los entrevistados se vieron afectados económicamente pues a una entrevistada la comisión fue un factor fundamental para su estabilidad económica. “Pues un poco, porque pues no se ganaba la comisión, nosotros trabajamos bajo una comisión que es lo que nos ayuda un poquito más y ahorita apenas se está recuperando ese rubro” (Entrevistado 1). “No, pero en lo que es en la venta de fin del mes si se redujo la comisión o no había comisión de plano” (Entrevistada 4). “Si un poquito, porque nosotros ganamos comisión y por no tener ventas pues no obtuvimos comisión” (Entrevistada 7). “Funcionó con muchas dificultades pues había ocasiones donde no se vendían casi nada y pues a nosotros también nos pagan por comisión y yo como trabajadora sí me ayudaba el hecho de vender más” (Entrevistada 16).

De igual manera la económica se vio afectada con las bajas ventas de calzado pues hubo una disminución en ventas importantes. Así lo indica una entrevistada. “Mmm pues un aproximado unos 20 y ahorita como unos 15 poco a poco vamos a tener el incremento que teníamos antes” (Entrevistado 1).

También el miedo al contagio por el virus, obligó a la población a permanecer en sus viviendas lo que provocó afectaciones en las MIPYMES textiles por las bajas ventas, ya que al estar encerradas las personas no consumían calzados provocando crisis económicas. Así lo indica una de las entrevistadas.

“Antes de la pandemia era un poco más libre, la gente entraba, era más el flujo de gente porque como que no tenían miedo de salir, miedo de tocar las cosas de interactuar con la gente y ahorita si como que les da miedo ya están las ventas en línea entonces también eso es lo que ha bajado un poco lo que es la afluencia de gente” (Entrevistado 1). “Si siguió funcionando, pero a mitad de tiempo; pues con muchos problemas porque la gente no salía tenía miedo, entonces venía poca gente. Afecto muchísimo porque teníamos unas ventas de un 100%, viene la pandemia tuvimos un 20% un 30% nada más de entradas económicas de dinero” (Entrevistada 11).

Cabe señalar que la crisis económica no solo afectó a las MIPYMES sino, también al personal que labora, pues al cierre temporal de los negocios los trabajadores fueron mandados a sus casas sin goce de sueldo provocando una crisis económica. “Los dueños no sabría decirte y los trabajadores nos tuvimos que ir a descansar sin goce de sueldo (Entrevistado 2)”. Antes de la pandemia, “pues este había bueno como todo, días buenos días malos, pero no tan malos como cuando llego la pandemia, digamos porque se cerraban mucho los negocios bajaron las ventas un 70% -60%” (Entrevistada 4).

Del mismo modo al no haber un sueldo no se cubrieron los gastos primarios tanto para el hogar como para la familia, ya que al tener a los hijos en casa se generó más gasto. “Ah, pues mucho, demasiado porque pues todos los gastos y todo lo que tenemos pues no se pudo solventar” (Entrevistado 2).

Habría que decir también que las bajas ventas dentro de la empresa disminuyeron bastante y los pares de calzado que se vendían antes de la pandemia se redujeron al 50% de las ventas durante la pandemia. Así lo señalan los siguientes entrevistados.

“Pues en primera las ventas se bajaron mucho” (Entrevistado 2). “Ahorita son como 15 pares, si bajo, por eso digo que más o menos un 50% bajo” (Entrevistado 2). “Por día, en un año normal llegamos a vender de 65 a 70 pares diarios, y durante la pandemia 20 a 30 pares más o menos era el promedio” (Entrevistada 4). “Pues si había más venta, ahorita si bajo mucho, mucho demasiado en las ventas. Casi 50%” (Entrevistado 2).

Hay que mencionar, además que algunas MIPYMES siguieron trabajando a puerta cerrada, lo que complico las ventas y por consecuencia un ingreso económico menor. “Pues para empezar como te comentaba teníamos que estar trabajando a puerta cerrada, la cantidad que se percibía de venta era menor” (Entrevistado 3).

Igualmente, ante esta crisis por la pandemia lo que buscaban las MIPYMES era principalmente no quebrar ya que eso implicaría perder todo lo antes construido. Pero poco a poco la quiebra estaba llegando con las bajas ventas de calzado puesto que hubo una gran diferencia con las ventas anteriores y actuales.

“Pues en ese momento yo creo que lo que se trataba era de que pues, que la empresa no se fuera totalmente a la quiebra. Antes yo creo que se vendían alrededor de sesenta o setenta diarios y en pandemia unos veinte cinco, yo creo o treinta” (Entrevistado 3). “Bueno la venta era más consistente y más regular” (Entrevistado 3).

No obstante, los ingresos mensuales y anuales económicamente disminuyeron por todos los cambios y efectos que trajo consigo la pandemia. “Bastante, por ya no era la mismo, cómo te dije ya no entraban los mismos ingresos que en un mes o año normales sin pandemia” (Entrevistada 4).

Otro de los sucesos importantes por la crisis económica por la pandemia, fue la desaparición de muchas MIPYMES de tipo textil, pues hubo negocios que cerraron y jamás volvieron abrir, así como los sueldos de los empleados los bajaron. Así nos señala una entrevistada. “Estaban muy bien, pero cuando empezó la pandemia se cayó mucho los negocios” (Entrevistada 5). “Pues si nos bajaron el sueldo a todos los empleados. Pues sí, porque era el ingreso que teníamos para sobrellevar cada persona” (Entrevistada 5).

Por si fuera poco, actualmente existen miles de madres solteras que no cuentan con el sustento económico de su expareja y con el bajo sueldo implica tener que estirar el dinero lo más que se pueda y vivir al día como muchos lo hacen. “Pues sí, sí afectó, porque por ejemplo aquí trabajamos más madres de familia, algunas no tienen a su esposo, entonces nada más cuentan con ese sueldo y nadamos con eso te la llevas” (Entrevistado 6).

Por otra parte, en la mayoría de los entrevistados la afectación económica con el bajo sueldo, las bajas ventas por no tener comisiones, el cierre de pymes. “Si, este estaba más o menos la verdad es que si se vendía un poquito más antes de la pandemia, ya cuando inicio la pandemia

si bajo y se tuvo que cerrar” (Entrevistada 7). “He, por la poca venta que teníamos y por protocolos de salud” (Entrevistado 8). “Afecto bastante ya que nos redujeron el sueldo” (Entrevistado 18).

“Eran buenas ventas, pero a partir de la pandemia bajo mucho” (Entrevistado 10). “Pues mucho porque yo ya estaba acostumbrada a mi sueldo y pues venía y trabajaba y sabía que tenía algo seguro, pero en el momento que llegó eso de improviso si me afectó bastante” (Entrevistado 10). “He, nada más fue en las ventas, nada más, tanto en la bolsa económica. Pues en el gasto que doy en mi casa” (Entrevistado 8). “Pues eran muy buenas porque realmente los clientes no carecían económicamente de mucho dinero, teníamos más ventas que ahora” (Entrevistado 8).

Por otro lado, las afectaciones también se dan con la reducción de clientes ya que sin clientes no hay venta y sin venta comienza la crisis económica. Además, la marca del calzado no siempre va a ser sonada, otras empresas producen calzados modernos y de moda dejando atrás a las demás marcas. “Durante la pandemia sí, pues prácticamente los clientes se redujeron más” (Entrevistado 8). “Pues había mucha venta, hoy sí ha bajado mucho, aparte hoy la marca ha vuelto a oírse mucho y pues ya se puso de moda se podría decir” (Entrevistado 9). “En el mío no mucho, en el de la empresa pues bastante porque obviamente no había ventas, no había entradas solo salidas, porque nos seguían pagando” (Entrevistada 9). “Durante la pandemia si había bajas ventas pues antes las ventas eran regulares, pero en la pandemia de plano si se ponía muy difícil había días en los que no teníamos nada de gente y pues eso si afecto al negocio” (Entrevistado 20).

Sin embargo, las empresas que tuvieron que cerrar temporalmente por protocolo de seguridad de salud, implementado por el gobierno no tuvieron ventas durante ese lapso y cuando reabrieron sus puertas las ventas empezaron lentas y por ende la economía no crecía rápidamente. Así lo señala una entrevistada

“Este durante la pandemia no te puedo decir porque estaba cerrado, pero digamos un poquito después de la pandemia porque abrimos apenas hace un año por decir no, entonces si empezó muy lento muy, muy lento y antes de la pandemia pues si a lo mejor vendíamos diez pares diarios” (Entrevistado 10).

Siguiendo con lo anterior muchas MIPYMES funcionaron a mitad de tiempo como protocolo de seguridad de salud implementado por el gobierno, también influyo las bajas ventas y la baja influencia de gente en la calle. Así lo señala una entrevistada.

“Si siguió funcionando, pero a mitad de tiempo; pues con muchos problemas porque la gente no salía tenía miedo, entonces venía poca gente. Afecto muchísimo porque teníamos unas ventas de un 100%, viene la pandemia tuvimos un 20% un 30% nada más de entradas económicas de dinero” (Entrevistada 11). “Un poquito este con más fluidez como de un, después de la pandemia se vio como un 80% ya nada más de lo que antes era un 100%” (Entrevistada 11).

Igualmente, el bajo sueldo afectó económicamente a la población y sus familias ya que se vieron obligados a estirar el dinero para poder solventar los gastos cotidianos que se presentan al día. “Pues si me afectó como me bajaron el sueldo ya no me podía comprar todo lo que me compraba anteriormente y ahora tenía que tratar de estirar el dinero” (Entrevistado 13).

Por si fuera poco, el aumento de precios en la canasta básica y al no ir los niños a la escuela obligaba a los padres a gastar más, pues los antojos que presenta un niño a su temprana edad son muchos y el estrés y la ansiedad para los padres crece más. “Afecto mucho más que nada por el aumento de los precios en la canasta básica y como cerraron las escuelas mis hijos pedían más cosas y por el aburrimiento de estar encerrados generaba estrés y ansiedad” (Entrevistado 14).

Además, una de las problemáticas que se les presentó a uno de los entrevistados es el cierre de fábricas por la pandemia, ya que al no estar abiertas no habría forma de invertir en calzado. “En la pandemia si bajaron mucho las ventas, cayeron más de un 50% más o menos incluso en las temporadas buenas no se vendían. Aparte las fábricas cerraron y no había forma de invertir en calzado” (Entrevistado 15).

El pago de los empleados durante la pandemia fue otra de las afectaciones económicas fuertes, pues las bajas ventas no permitían obtener los ingresos necesarios para poder solventar el sueldo de los empleados y en algunos casos las empresas optaron por reducir el sueldo a los empleados.

“Pues no funcionó muy bien porque casi no había venta y las calles estaban desiertas. Afecto mucho, si afecto mucho porque no se vendía mucho y teníamos que seguir pagando a los empleados entonces no salían las cuentas” (Entrevistado 15). “Afecto bastante, pues la reducción del sueldo era mucho y casi no, nos alcanzaban para nada” (Entrevistada 16).

Por otra parte, los entrevistados mencionan que las ventas anteriores a la pandemia eran buenas, y más aún cuando se acercaban temporadas buenas como era agosto con el regreso a

clases o diciembre con la navidad. Además, las personas no tenían el miedo de salir a la calle, pero al empezar la pandemia todo empezó a empeorar y más con la pérdida de clientes. “Eran ventas buenas o normales por así decirlo, si teníamos clientes y había influencia de personas” (Entrevistada 16).

“Eran buenas las ventas la gente salía a las calles sin temor a nada. Además, que en temporadas buenas la venta aumentaba mucho. Y en cuanto llego la pandemia perdimos muchos clientes y en temporadas no había venta estuvo muy feo la verdad. Sumámosle que la economía bajo por que la mayor parte de los negocios cerraron y ocasiono desempleo, pobreza” (Entrevistada 17).

Finalmente, las bajas ventas fue la principal afectación económica durante la pandemia por la baja influencia de gente por el temor al contagio, por consecuencia las calles se quedaban desiertas, los sueldos se redujeron, los días buenos ya no eran frecuentes al contrario todos eran días malos. Así lo indica un entrevistado. “Durante la pandemia, este si bajaron mucho las ventas, los clientes, se redujo el sueldo y la verdad si el pase mal por esas cuestiones, porque si me preocupaba el que hare el día de mañana si me entiendes” (Entrevistado 18). “Si, mira es que como todo negocio no, puede haber días buenos como días malos, pero si la mayoría de los días eran buenos principalmente fines de semana era donde más se vendía” (Entrevistado 20).

4.2.2. Afectaciones físicas o de salud

Durante la pandemia por el covid-19 muchas MIPYMES cerraron sus establecimientos por órdenes de gobierno, bajas ventas o por la baja influencia de gente en las calles, debido a esto todo el personal fue mandado a sus casas a descansar, esto provoco que el personal ya en sus hogares tuviera inquietudes, estrés, desesperación, sedentarismo, angustia, fatiga, incomodidad y miedo. Como es el caso de un entrevistado el cual nos narra lo duro que fue estar en casa y no tener nada que hacer solo recostarse en su cama y ver televisión provocando sedentarismo provocando afectaciones tanto físicas como de salud. “Mmmm pues sí un poco porque se queda uno en casa y empieza uno con sedentarismo de estar hay nada más acostados o viendo tele” (Entrevistado 1).

De igual forma la incomodidad de estar encerrado en tu hogar todo el día genera una incomodidad y ansiedad de qué hacer. Pues además de estar encerrada entras en una rutina totalmente diferente a la que tenías anteriormente incluso me tocó notas periodísticas

señalando que mientras nos mantuviéramos en cuarentena comer sanamente para evitar la obesidad y aunado con el estrés muchas personas tienden a comer demasiado dañando fuertemente su salud física. Así no los narra una entrevistada: “Pues si todo fue un cambio, pues es que estar encerrada todo el tiempo no es nada cómodo” (Entrevistada 2). “Yo pues estar en mi casa, porque al no estar abierto el negocio y luego con la cuarentena no tenía nada que hacer más que quedarme en mi casa” (Entrevistado 9).

Por otra parte, el no poder salir a ningún lado por temor al contagio generaba cierta angustia y miedo. “También porque no nos dejaban salir, bueno en mi casa no me dejaban salir a ningún lado” (Entrevistado 10).

Para otros entrevistados tener que estar en casa implica tener que cuidar todo el día a los hijos, provocando estrés por la inquietud de estar encerrados y al mismo tiempo los niños suelen ser imperativos por su corta edad. “Simplemente era quedarme en mi casa, por que como todo estaba cerrado no había nada que hacer solo cuidar a mis hijos” (Entrevistado 13).

Sin embargo, para una persona activa debió afectarle bastante por todas las actividades físicas que realiza en su rutina cotidiana. Además, las actividades de deporte te ayudan a bajar los niveles de estrés que traes por la jornada laboral de trabajo y aunado con quedarse en casa sin hacer nada provoca subir de peso rápidamente. “Me afecto a mí mucho porque soy una persona activa, voy a la zumba a quitarme el estrés del trabajo y al quedarme encerrada en casa me desesperaba y luego uno engorda si no se cuida por lo mismo de que no hacemos nada” (Entrevistado 14). “Si me afectaron mucho porque ya no podía hacer las actividades que regularmente hacía. Como salir a correr y asistir a otros lugares” (Entrevistado 17).

4.2.3. Afectaciones psicológicas

Las afectaciones psicológicas fueron complicadas por el surgimiento de la “*Nueva Normalidad*”, por todos los cambios que se dieron de un día a otro, empezar una nueva rutina, acoplarte nuevamente a la vida laboral con una jornada laboral de tiempo completo o 8 horas atendiendo a los clientes, esto provoco afectaciones psicológicas pues mucho no pudieron adaptarse a la nueva normalidad. Así lo narra una de las entrevistadas. “Ahorita nos estamos acoplando a lo que es la vida laboral de estar aquí, venir diario, estar aquí las ocho o nueve horas para atender al cliente” (Entrevistado 1).

4.2.4. Afectaciones laborales

Durante la pandemia se suscitaron diferentes afectaciones laborales dentro del personal. Una de las afectaciones laborales más fuertes o duras por así decirlo fue el despido de personal, pues ante una crisis económica en todos los sectores por la pandemia quedarse sin empleo es quedarse sin sueldo y sin un sustento económico para sobrevivir durante la cuarentena que duro aproximadamente 6 meses que estuvieron cerradas las MIPYMES y los empleados con bajo sueldo. Así no los narran algunos entrevistados.

“Pues bueno el personal porque se tuvo que despedir personal (Entrevistado 2). “La plantilla, antes teníamos actualizados doce personas, ahora laboramos nada más nueve” (Entrevista 3). “El personal podría ser, hubo compañeros que se fueron por el bajo sueldo. También la medida sanitaria esa fue otro cambio y nada más” (Entrevistado 20).

Otro de los sucesos que se presentaron fue el cierre del negocio esto provocó afectaciones laborales ya que algunas MIPYMES optaron por seguir laborando, pero a puerta cerrada. Sin embargo, no era lo mismo laborar a una sola puerta a tener todo el local abierto con más visibilidad en los zapatos, por consecuencia esto provoco bajas ventas en el local. “Las sucursales del centro si llegaron a cerrar y las que se encuentran aquí en la zona de Texcoco laborábamos, pero a puerta cerrada” (Entrevista 3). “Si nada más se cerró dos semanas y el demás tiempo siguió funcionando a puerta cerrada” (Entrevistado 4). “La verdad como por tres meses y estábamos trabajando también a puerta cerrada” (Entrevistada 6).

Mientras tanto mandar a descansar al personal a su casa por algunos días, implicaba en algunos casos reducirles el salario por los días de descaso. Esto provocó una afectación laboral económicamente hablando, pues ya no reciben el 100% del sueldo que comúnmente tienen.

Así mismo los días de descanso fueron en aumento y las tareas eran el doble ya que los días que la personal trabajaba tenía que realizar las tareas de los días que no asistieron, entonces era trabajar el doble.

“Pues sí afecto por que nos mandaron a descansar hasta cuatro días por quincena, entonces pues el salario se percibía” (Entrevista 3). “Por el hecho de que descansábamos más días de los que nos presentábamos a trabajar pues teníamos que hacer más tareas” (Entrevista 3).

El aburrimiento durante la jornada laboral fue otra de las afectaciones laborales, ya que el horario se recorrió y la hora de entrada era más tarde aparte con la baja influencia de gente en las calles, bajaron los clientes. “Si, este llegábamos hacer las labores, llegamos más tarde de lo que normalmente entramos por la reducción del horario y este pues era aburrido hasta cierto punto porque no había clientes” (Entrevistado 4). “La verdad que si afecto por qué pues no podíamos hacer lo que hacíamos normalmente, pues salir atender a la gente, que la gente viniera a comprar, si afecto en todo, en lo económico si afecto mucho” (Entrevistada 7). “Ah pues porque la gente ya conoce el mercado ya sabía venía y compraba, pero también hubo una remodelación y todo eso nos afectó” (Entrevistada 10).

Los cambios de horarios afectaron laboralmente al personal, en el municipio de Texcoco los establecimientos que no fueran de primera necesidad solo podían trabajar en horario de hasta las 5 de la tarde. Para algunos trabajadores esto afecto ya que los establecimientos empezaron abrir más temprano y por consecuencia los empleados trabajaban más temprano perjudicando su horario laboral.

“Pues mucho porque tenía, tenía que estar más temprano porque mi hora entrada para mí son ocho horas que eran de doce a ocho y media de la noche, y en la pandemia pues trabajaba de diez a cinco de la tarde entonces como que, si era, era un horario diferente a mi si me causaba problemas” (Entrevistada 11). “Pues nada irnos a nuestra casa y unos ya no regresaron por que como estuvo cerrado nos pagaban la mitad del sueldo y no nos alcanza, yo como soy gerente gano un poco más fue por eso por lo que no me fui, pero si hubo varios que si se fueron” (Entrevistada 13).

Por otra parte, mediante el cierre de las MIPYMES algunas implementaron estrategias para enfrentar la afectación laboral suscitada, esto por medio de implementar una plataforma de red de ventas en línea dando más seguridad a sus clientes “Que los clientes en línea era el sustento” (Entrevistado 14).

Finalmente, para las MIPYMES que se encuentran dentro del mercado San Antonio ubicado en el centro de Texcoco tuvieron afectaciones laborales por la remodelación del mercado, ya que durante toda la pandemia que fueron alrededor de un año y medio a dos años solo abrieron seis meses, por que justamente la remodelación del mercado inicio poco después de la pandemia. Esto afecto laboralmente a los trabajadores pues se quedaron mucho tiempo sin

poder trabajar incluso como bien lo menciona un entrevistado tuvo que recurrir a buscar otro trabajo para poder solventar sus gastos cotidianos.

“Durante la pandemia solo trabajamos como un mes por la remodelación y entraba de 9 am a 5 pm, pero estaba todo muy relajado porque no había gente y solo tenía que acomodar la mercancía y limpiar más que nada por higiene. Pues en mis actividades diarias sí afecto por que el tianguis estaba lejos de mi casa entonces tenía que levantarme más temprano para llegar a tiempo y luego el tráfico. Y pues el mercado me quedaba muy cerca de mi casa” (Entrevistada 19). “No durante la pandemia si tuvimos malas ventas, aparte que la pandemia se topó con la remodelación del mercado, lo que provocó que estuviera el mercado cerrado por las construcciones que se estaban realizando. Por la remodelación prácticamente cerramos por seis meses que fue poquito después de empezar la cuarentena” (Entrevistada 19). “Cerro, pero no por la pandemia si no por la remodelación” (Entrevistada 19).

4.3. Elementos de sostenimiento durante la pandemia

Los elementos de sostenimiento durante la pandemia hacen referencia a las acciones que se llevaron a cabo para mantener vivas a las MIPYMES durante la pandemia. Como es el caso de la rutina laboral en pandemia, principales clientes, promedio de venta de calzado por día, acciones preventivas, acciones de emergencia.

4.3.1. Rutina laboral en pandemia

Durante la pandemia muchas MIPYMES cerraron sus establecimientos temporalmente por protocolo de salud sanitaria implicando que todo el personal se fuera a sus hogares. Pero para algunas MIPYMES el reabrir su negocio significaba implementar todas las medidas de seguridad para un regreso seguro y evitar la propagación del virus. Esto lo hacían mediante la capacitación en línea del personal, dejándole algunas actividades, debates de propuestas entre otras actividades. Así lo narra una entrevistada. “Eh, pues era capacitación en línea de una a dos horas y actividades que nos dejaban para este para mmm, hacer propuesta de algunas actividades o algunos diseños era más creativo lo que nos dejaban” (Entrevistado 1).

Así mismo, una vez reabriendo las puertas del negocio, ya una vez capacitados los empleados empezaban a usar todas las medidas sanitarias, esto se llevaría diariamente en su rutina

laboral en pandemia. “Pues llegar abrir, hacer el aseo, limpiar todo, sanitizar y pues cada vez que iba uno al baño teníamos que echarnos gel antibacterial” (Entrevistado 2).

Por otra parte, durante la rutina laboral en pandemia lo primero que hacía el personal era limpiar por completo el negocio, tanto había personal adentro como afuera para una mejor atención del cliente y se les iba dando acceso poco a poco manteniendo la sana distancia y el orden. Pero a pesar de a ver implementado las medidas sanitarias la ciudadanía seguía con el temor de salir y preferían quedarse en sus hogares, esto provoco que no tuviera clientes la tienda creando una rutina laboral aburrida por la baja influencia de gente en la calle.

“Pues llegábamos a las diez, no abría, se realizaba limpieza, dos vendedores se encontraban en la parte de afuera permitiendo el acceso a la gente que quería comprar y se les daba ingreso, y los demás pues tratábamos de vender lo que es en la parte de aquí adentro” (Entrevistada 3). “Pues entrábamos de nueve de la mañana a cinco y madamas eran como tres o cuatro personas las que compraban, y las demás pues era muy poca la afluencia de gente” (Entrevistado 5).

“Pues un día de trabajo era llegar sanitizar, este darles gel a la gente que entraba, entraba muy poca, porque este pues, mucha gente estaba en su casa, no salían a comprar, las ventas eran muy bajas” (Entrevistado 7). “Pues normal solamente con las medidas de sanitación” (Entrevistado 9).

Por otra parte, el horario laboral fue recortado durante la pandemia, ya no se tenía el horario comúnmente establecido, si no ya el personal solo trabajaba unas cuentas horas lo que provoco bajas ventas por las pocas horas de trabajo.

“Bueno durante la pandemia vez que nada más nos dejaron estar aquí hasta las cinco de la tarde y eso lo sé por mis compañeros, porque como te digo aquí estaba cerrado igual lo veía yo en los negocios de afuera nada más hasta las cinco de la tarde, entonces abrir a las diez de la mañana y cerrar a las cinco de la tarde entonces durante ese tiempo pues si era difícil que la gente viniera y comprara como antes no” (Entrevistada 10).

Por si fuera poco, el estar abriendo y cerrando el negocio era desesperante por que abrían un mes y de repente se tenía que cerrar. Hay que recordar que durante la pandemia el secretario de Salud Hugo López Gatell diseño el semáforo epidemiológico y de acuerdo con ese semáforo se van estableciendo el tipo de MIPYMES que pueden ir abriendo. Así lo narra un entrevistado.

“Si pues era abrir normal como todo día, aun no se colocaban las medidas de sanitación y el cuidado de todos, por que como te digo que solo abrimos el primer mes de desde que empezó la pandemia no

había mucho contagio, ya cuando había mucho contagio cerramos por órdenes del gobierno” (Entrevistado 13).

Hay que mencionar, además el tipo de rutina que se llevaba a cabo en cada MIPYMES variaba y más durante la pandemia porque MIPYMES que cerraron otras funcionaron a puerta cerrada, claro sin perder la atención al cliente y que es primordial para las ventas. Pero en cuanto a las medidas sanitarias todas funcionaron por igual principalmente (uso de cubrebocas, gel, sanitizante y en algunos casos caretas y lentes).

“Si, pues solo abríamos la puerta pequeña, por que como tal no teníamos permiso de abrir y seguíamos trabajando con las medidas sanitarias, atendíamos por persona y antes salíamos a las 9 pm y recortamos el horario a las 5 pm y prácticamente todos seguían realizando su trabajo” (Entrevistado 15). “Si, entrábamos a las 9 de la mañana y limpiábamos toda la zapatería y nos colocábamos nosotros como trabajadores caretos, guantes, lentes, cubrebocas y así recibíamos a las personas una por una hasta que fueran las 5 de la tarde ya que el municipio recorto el horario laboral para los establecimientos que no fueran de primera necesidad” (Entrevistada 16).

A su vez, las MIPYMES abrían en sus diferentes horarios, lo que si es que todas debían cerrar a las 5 pm por órdenes de gobierno. “Sí, claro abríamos desde las 8:30, limpiábamos el piso, muebles y el calzado que se ve sucio y como los contagios avanzaron muy rápido trabajábamos a puerta cerrada por protección de salubridad. Y eso era todo lo que hacemos claro sin perder de cuenta la atención al cliente” (Entrevistado 18).

Cabe señalar que el personal del negocio al termino de limpiar por completo, vidrios, piso, calzado pasaban a abrir una pequeña puerta donde solo podía ir ingresando una persona manteniendo el orden y la seguridad de los clientes y de los trabajadores. Así lo narra un entrevistado

“Si, primero abrimos a las 9 de la mañana, se limpiaba todo el establecimiento principalmente los vidrios y el piso, ya atendíamos uno por uno a los clientes, les dábamos gel, y los hacíamos mantener la sana distancia, pero como el municipio estaba en estado de cuarentena no había mucha gente en las calles y esos poquitos que salían era para surtir la despensa” (Entrevista 20).

4.3.2. Principales clientes

En cuanto a los principales clientes que tuvieron las MIPYMES durante la pandemia variaron distintamente por la gran variedad de tipo de calzado que existen tanto para niños, jóvenes, adultos, personas de la 3ra edad.

Por una parte, las personas que trabajan usan algún tipo de calzado en específico como son zapatos normales o botas de construcción que generalmente utilizan las personas que trabajan en áreas de construcción. Para el caso de una entrevistada durante la pandemia sus principales clientes eran personas mayores que requerían calzado formal para el trabajo. “Pues hubo un poco de todo, tanto ahora sí que las personas mayores que son los que buscaban zapato o los trabajadores que buscaban mucho el zapato de trabajo” (Entrevistada 2).

En otros casos las MIPYMES en la pandemia tenían todo tipo de clientes (niños, jóvenes, adultos), no hubo un cliente en específico. Esto se debe a la gran variedad de calzado que tiene el negocio ya que si el negocio solo tuviera calzado para niños los principales clientes serían ventas en calzado para niños. “Pues siempre ha entrado de todo no ha habido, así como un mercado por decirlo así especial” (Entrevistado 3). “Las mujeres porque principalmente vendo zapatos de trabajo para mujeres” (Entrevistada 19).

Habría decir también que el calzado es un producto útil para la población y tarde o temprano los zapatos se desgastan como cualquier producto y se vuelven desechables. Esto provoca que las personas compren nuevamente otro par de calzado. Un ejemplo claro es el inicio escolar la mayoría de los niños estrenan zapatos nuevos y una vez que acabe el ciclo escolar el calzado está desgastado lo que implicaría comprar otro par para el próximo ciclo escolar. “Pues la gente, pues la gente que venía de vez en cuando a comprar la que tenía necesidad de comprar zapatos” (Entrevistado 5).

Cabe señalar que las madres solteras también son principales clientes pues la mayoría de ellas no compra calzado para ellas mismas si no para sus hijos. Así lo narra una entrevistada. “Bueno mis principales clientes son amas de casa, son mujeres por los zapatos de niño que vendo, la mujer es la que más viene” (Entrevistado 10). “Mmm. pues las mamás de los niños eran las que venían a comprar calzado para niños, así que se podría decir que ella” (Entrevistado 16).

De la misma forma los hombres fueron los más frecuentes en comprar durante la pandemia ya que para algunas MIPYMES así lo consideran.

“Los caballeros eran los que más compraban calzado, se llevaban más que nada los zapatos formales y las botas” (Entrevistado 20). “Calzados para niños y los adultos mayores por el zapato que se llevaban” (Entrevistada 6). “El calzado para caballero siempre ha sido el que más se venden entonces ellos” (Entrevistada 13). “Yo creo que más compraban para los niños, para los jóvenes, mejor dicho, por que las personas adultas casi no salían, para los jóvenes” (Entrevistado 7). “Siempre han sido más hombres” (Entrevistado 9). “Los hombres eran los más frecuentes en la tienda” (Entrevistada 18).

Como vimos anteriormente la mayoría de los clientes durante la pandemia fueron los hombres, aunque cabe señalar, que tanto el calzado para niño y niña también se vendía durante la pandemia. Así lo indica un entrevistado “los zapatos para niña y niño era lo que más se vendía” (Entrevistada 15).

Por último, no hay que olvidar que el cierre de las MIPYMES provocó que muchas de ellas implementaran una plataforma de ventas en línea para seguir manteniendo los gastos del negocio. Debido a esto durante la pandemia hubo muchos clientes que compraron en línea. Así lo narran tres entrevistados. “Compradores en línea” (Entrevista 12). “Los clientes en línea era el sustento” (Entrevistado 14). “Todo tipo de clientes en línea, pero más mujeres” (Entrevistado 17).

4.3.3. Percepción de venta de calzado por día

Las ventas por día varía de cada MIPYMES, pues hay MIPYMES más grandes que otras y es probable que unas tengan más ventas que otras. Además, durante la pandemia las ventas bajaron considerablemente en todos los negocios si se hace una comparación con las ventas anteriores y durante la pandemia son totalmente diferentes.

“Pues yo creo que se vendían unos treinta pares anteriormente o hasta más” (Entrevistado 2). “Yo digo como unos veinte, ahora vendemos como unos cuarenta o cincuenta pares al día” (Entrevistado 5). “Por día 45 en un día entre semana de lunes a viernes, fines de semana 55 – 60 pares antes” (Entrevistada 6).

Igualmente existen casos donde las ventas son impredecibles y varían constantemente de un día para otro. Así lo narra un entrevistado.” No la verdad no te podría decir, porque las ventas

son impredecibles, así como un día podríamos vender 50 pares, un día podríamos vender dos pares” (Entrevistada 9).

De igual importancia en Texcoco hay MIPYMES más reconocidas que otras como es el caso de VAZZA, PANAM que dominan el mercado de calzado en ventas y son las que cuentan con más clientes.

” Antes como 20 o más porque es una zapatería reconocida. Durante la pandemia este, como 8 o 10 máximo es que cerramos por casi 6 meses y solo estuvo abierto el primer mes desde que empezó el covid entonces si como 8 y10 aproximadamente” (Entrevistado 13).

Sin embargo, las ventas en línea anteriormente generaban muchas ventas, principalmente por que la tienda vende calzado por mayoreo. “Antes se vendían como en el local 12 o 15 y en línea se vendían más porque eran por pedidos de mayoreo entonces si eran bastantes” (Entrevistada 14).

La diferencia de ventas anteriores con las posteriores a la pandemia es abismal, pues antes de la pandemia a la mayoría de los negocios les iba bien y con el inicio de la pandemia las ventas se vinieron abajo, esto por la crisis económica por la que estaba pasando la población. “Antes de la pandemia entre 15 a 20 pares más o menos y cuando llego el covid como 10 incluso hubo días donde solo se venían tres o cuatro pares a lo mucho” (Entrevistada 15).

“Antes como unos 15 más o menos. Y durante la pandemia como 3 es que la gente dejo de comprar calzado” (Entrevistado 17). “Uy antes se vendían como 14 pares de calzado, pero como te dije la pandemia si nos afectó las ventas cayeron a 5 o 6 pares al día” (Entrevistada 18).

Por otro lado, las temporadas de ventas buenas también cambiaron con las actuales, pues antes se vendían más pares de zapatos que actualmente con la pandemia, incluso hubo días donde no se vendía ningún calzado cosa que antes de la pandemia no ocurría y con la remodelación del mercado San Antonio mucho menos se vendía, pues la gente no entraba al mercado.

“Antes de la pandemia se vendían de 10 a 13 pares por día ya en temporadas buenas se vendían más, y durante la pandemia pues prácticamente dos o tres o había veces que no vendíamos nada y como te comenté no duramos mucho tiempo abierto por la remodelación del mercado” (Entrevistada 19). “Antes de la pandemia si se vendían como unos 20 pares de zapatos más o menos, ya cuando llegó la pandemia vendíamos 8 o hasta menos pares de calzado” (Entrevistada 20).

4.4 . Acciones preventivas

La acción preventiva que tomo la gran mayoría de las MIPYMES de Texcoco fue cerrar el negocio temporalmente como medida preventiva para cuidar a sus, empleados del contagio del virus. A pesar de haber cerrado los dueños seguían apoyando a sus trabajadores con el sueldo, pues ellos saben que quizás estar en la zapatería podría ser su única fuente de ingreso para él y en algunos casos para su familia por ello fue fundamental este apoyo para los trabajadores durante la pandemia. Así no los narra un entrevistado. “Si cerramos, cerramos casi un año porque ahora sí que la empresa es muy humana y ahora sí que en este caso cuida mucho a lo que es su personal, nos siguió pagando, pero si cuida la integridad y la salud de los trabajadores” (Entrevistado1). “Con dos cortinas abiertas únicamente, porque no nos permitían abrir, pero pues tampoco teníamos permitido que cerráramos” (Entrevistada 4). “Porque aquí es un lugar cerrado y pues había muchos contagios y este nosotros por precaución decidimos cerrar” (Entrevistada 10).

Cabe mencionar que además de cerrar temporalmente los negocios como medida preventiva para evitar el contagio, al reabrir nuevamente los establecimientos se implementaron filtros de sanitización en los negocios con el fin de cuidar a sus clientes. Pues comenzaron a colocar gel antibacterial, sanitizante en spray, era obligatorio el uso de cubre bocas para ingresar y además se debía ingresar por el tapete sanitizante. Todas estas medidas fueron implementadas en su momento por el sector salud. “Como te comentaba la modalidad de ventas en línea, igual las medidas de seguridad que ahorita ya se están poco a poco retirando, pero había aplicación de gel, cubre bocas, careta, he la sana distancia todos los lineamientos que marcaba el sector salud” (Entrevistado1).

Por otro lado, las tiendas comerciales siguieron funcionando durante la pandemia por ser consideradas MIPYMES de primera necesidad ya que la mayoría de los centros comerciales venden todo tipo de alimentos básicos y principalmente necesarios para la población. Pero a pesar de esto las sucursales tuvieron que implementar medidas preventivas para proteger a los ciudadanos, una de las más afectadas fue que solo una persona por familia podía ingresar al establecimiento. Esto provocó largas filas de clientes esperando entrar pues no solo podía ingresar una persona por familia, también el establecimiento tenía que estar lleno al 30% de

su capacidad, esto afecto perdida de espera de los clientes y cambios en su rutina diaria. Así lo narra una entrevistada.

“En mis actividades diarias si me afecto, porque, para comprar la despensa se tenía uno que formar para entrar y había veces en las que te tardabas más de una hora en entrar y mis hijos iban a la natación y no los llevaba por lo mismo de que no había servicio” (Entrevistado 7). “En mis actividades diarias si me afecto, porque, para comprar la despensa se tenía uno que formar para entrar y había veces en las que te tardabas más de una hora en entrar y mis hijos iban a la natación y no los llevaba por lo mismo de que no había servicio” (Entrevistado 18).

Sin embargo, las medidas sanitarias sirvieron de mucha ayuda para prevenir el contagio del virus, pues con el simple hecho de colocarse cubre bocas, guantes, careta, tapete sanitizante y la sana distancia funcionaron de gran ayuda al reabrir su puerta para mantener a los clientes protegidos en todo momento y puedan comprar a gusto sin el temor a contagiarse.

“Pues se tomaron algunas precauciones, como las medidas de este las personas hicieron una fila y no estuvieran juntas no también, pero pues en si algo más drástico no” (Entrevistado 12). “Se implementaron filtros de sanitización y teníamos que tener más cuidado al contacto con la gente que entraba, nos protegíamos más por así decirlo” (Entrevistada 14). “Pues simplemente cambiamos un poco la manera de los cuidados más que nada de limpieza, más higiene” (Entrevistado 12). “Por qué los patrones así no los dijeron, supongo que fue por seguridad de todos nosotros para no contagiarnos. (Entrevistada 14). “Yo considero que para bien porque el bicho se soltó muy feo entonces las medias sanitarias eran para cuidarnos del bicho” (Entrevistada 15).

4.4.1. Acciones de emergencia

Durante la pandemia las MIPYMS tuvieron que buscar los medios necesarios para poder subsistir ante este fenómeno pandémico que ocasiono esta crisis a nivel mundial. Las acciones de emergencia son precisamente estos medios que utilizaron los dueños para mantener a pie el negocio. Por una parte, algunas MIPYMES por ser grandes empresas y contar no con una solo sucursal si no con varias utilizaron los recursos de todas las sucursales para poder solventar los gastos de cada una. Un ejemplo es que si una sucursal se ve muy afectada las demás la poyarían económicamente. Así lo menciona un entrevistado “Híjole pues yo creo que, ahora sí que el dueño tiene otras zapaterías y de ahí fue solventando los gastos” (Entrevistado 2). “Mmm los dueños venden calzado en varios tianguis de otros

municipios y de ahí sobrellevar la situación y a mí me dieron trabajo en uno de los tianguis para que no perdiera mi trabajo” (Entrevistada 19).

A pasar de esta situación otras MIPYMES decidieron seguir abriendo a puerta cerrada con la emergencia sanitaria a pie y lo que se busca era tratar de vender lo más que se pudiera, aprovechar prácticamente el día a pesar de no vender nada por la baja influencia de gente en las calles. Así lo narra una entrevistada.

” Pues prácticamente era vender lo que se podía, porque no, las ventas no se comparan en nada a como se vendían anteriormente” (Entrevistado 3). “Pues a las medidas que optó por seguir no, por ejemplo, lo de vender a puerta cerrada, aunque no estaba totalmente permitido pues de cierto modo ayudo a sobrellevar un poco lo de la pandemia” (Entrevistado 3). “Muy poquita, pero la poquita que entraba la aprovechamos” (Entrevistado 5).

“Durante la pandemia ¿cuándo trabajábamos a puerta cerrada?., Porque trabajamos a puerta cerrada durante la pandemia entonces no se levantaban cortinas , lo único que hacíamos era pues que a lo mejor una persona estuviera afuera y desde ahí los podíamos atender; por ejemplo para lo que es en ventas para nosotros en diciembre muchos llegaban, algunos si llegaban a salir y compraban pero pues no sabían que estaba abierto entonces teníamos que estar allí afuera, no todas unos aquí haciendo normal nuestro trabajo, teníamos cosas que hacer en la bodega, en el aparador y ya entraba un cliente y pues ya atenderlo no, y estar al pendiente, más al pendiente para que se pudiera llevar un calzado, porque no vendíamos lo que era” (Entrevistada 6).

Por otra parte, la pandemia ocasiono grandes daños tanto a la como a los empleados. Algunos de ellos tuvieron que buscar otros medios como buscar otro trabajo, pedir prestado entre otras cosas para poder sustentar la economía, ya que algunas empresas les redujeron el sueldo por el bajo ingreso que estaba recibiendo la empresa. “Bueno los dueños no sé, pero yo tuve que buscar otra alternativa y ellos nada más nos pagaban medio sueldo, bueno me pagaban a mí” (Entrevistado 10). “No se la verdad no sé, ahora sí que eso es del dueño no sé, que otras alternativas habrá buscado el, pero a lo mejor y si busco en línea pues yo en lo personal pues tenía que buscar trabajos en casa” (Entrevistado 10).

Sin embargo, hubo negocios que no siguieron las indicaciones del gobierno y cerraron temporalmente, pero a pesar de haber cerrado siguieron trabajando en línea para no dejar en cero los ingresos económicos. Así lo narra una entrevistada.

“Durante la pandemia no sabría decirte porque cerramos, solo seguimos vendiendo en línea por la plataforma que te digo y ahí si se vendían, aunque igual bajo la venta por la economía más quenada” (Entrevistada 14). “Los dueños siguieron administrando las ventas en línea y los trabajadores nos fuimos a casa y solo siguieron laborando el personal encargado de la plataforma de las ventas en línea” (Entrevistado 14).

No obstante, hubo casos donde los dueños, tenían ahorros guardados eso les permitió seguir manteniendo los gastos de la empresa y salir adelante. Ya que este ahorro fue de gran utilidad en caso de que cerraran el negocio pues al cerrar se pierde totalmente el ingreso económico tanto de la empresa como pudiera ser del hogar. “Más que nada porque mis padres tenían un ahorro y con eso les permitió salir adelante” (Entrevistada 15).

Finalmente considero que gran parte de las MIPYMES optaron como medida de emergencia laborar a puerta cerrada a pesar de todas las dificultades que eso implicaría por la baja influencia gente en las calles, el posible contagio, a que el gobierno los suspendiese temporalmente, a no tener nada de ventas entre otras cosas que pudieran surgir en ese contexto. Así lo mencionan tres entrevistados.

“A pesar de que el gobierno ordeno cerrarlos, nosotros seguimos trabajando, pero a media cortina solamente y con poca gente adentro” (Entrevistado 16). “Siguió funcionando, pero a puerta cerrada por lo mismo que aumentaron los números de contagios y por seguridad teníamos que cerrar, pero preferimos seguir laborando a puerta cerrada con un aforo máximo de tres clientes” (Entrevistado 18). “A, que no cerramos como otros negocios, seguimos abriendo solo que con poca venta” (Entrevistada 20).

4.4.2. Medidas sanitarias

Durante la pandemia por el covid-19 el gobierno de Texcoco decreto con ayuda de la Secretaría de Salud las medidas sanitarias que cada MIPYME debe tener. En dado caso de no obedecer el establecimiento se debía cerrar y que, ante una emergencia sanitaria como esta, las medidas sanitarias era lo único que combatía la propagación del contagio.

“Tenemos el gel anti bacterial todavía y bueno usamos cubre bocas, pero bueno ahorita ya no lo usamos totalmente como antes, pero si lo utilizamos cuando hay constantemente gente” (Entrevistado 5). “Las medidas, como el satirizante, echarnos gel a la hora de salir y ponernos gel y utilizar mascarilla, lentes para cubrirnos del virus” (Entrevistada 6). “Sí, tomar la temperatura, el gel

antibacterial, el tapete pues lo básico” (Entrevistado 9). “Como destacable las medidas sanitarias gel, cubre bocas, guantes, sanitizante” (Entrevistada 15).

En la pandemia el uso de gel antibacterial, cubrebocas, guantes, mantener la sana distancia todas estas medidas son obligatorias. “En la pandemia toda, el uso de careta gel antibacterial, guantes, lo de la sana distancia, la afluencia de la gente, todo eso era lo que se respetaba en el tiempo de pandemia” (Entrevistada 3). “Por ejemplo, pues a todo lo que era la sana distancia, el uso de gel, cubre bocas, pues eso es lo más destacable” (Entrevistado 4).

Así mismo a pesar de haber pasado lo peor por la pandemia algunos establecimientos hasta la fecha siguen manteniendo las medidas sanitarias. Sin embargo, hay otros establecimientos que al pasar el tiempo han ido quitando estas medidas sanitarias pues al estar vacunada toda la población el miedo ha ido desapareciendo.

“Pues solo remodelaron un poco la zapatería para adaptar las medidas sanitarias” (Entrevistado 16). “Yo considero que se debió a que no cerró totalmente el negocio como paso con otras zapaterías, si no que con eso poco que se vendía se sustentaba el negocio para sobrellevarlo al día” (Entrevistado 16). “Funciono normal solo se añadieron las medidas sanitarias” (Entrevistada 17). “Este, pues cambio un poco el negocio por la remodelación, aparte nosotros implantamos las medidas de gobierno que solicitaron” (Entrevistado 19).

4.4.3. Respaldo económico

La pandemia por el nuevo coronavirus trajo consigo bastantes afectaciones económicas. Hubo MIPYMES que supieron controlar las afectaciones tanto otras que no actuaron de mejor manera ante la crisis y que fueron las más afectadas. Para algunos dueños fue importante tener un ahorro o respaldo económico ya que ante esta crisis se necesitó todos los recursos posibles para mantener la empresa de pie y no caer en una quiebra total como ocurrió con muchas MIPYMES no solo en Texcoco si no en todo el país.

Además, los locatarios del mercado San Antonio ya tenía prevista la remodelación del mercado, esto les permitió ahorrar y tener un respaldo económico por cualquier emergencia que pudiera surgir más adelante. Así lo menciona una entrevistada.

“Si siempre, bueno esa es la ventaja de los dueños de este establecimiento que siempre ha habido un respaldo entonces siempre están, porque aparte de la pandemia tuvimos que vivir la remodelación del mercado, entonces este siempre hubo como un respaldo económico tuvimos que sacar, tuvieron que

sacar ellos para eso la pandemia y la remodelación del mercado” (Entrevistado 11). “Yo pienso que, a los ahorros de los patrones, ya que debieron tener un sustento de emergencia para estas situaciones” (Entrevistada 17).

Por otro lado, también los patrones al contar con un respaldo económico no solo les permitieron seguir manteniendo la MIPYMES de pie si no también mantener el sueldo de sus trabajadores, más a parte las ventas a puerta cerrada permitían que los pocos ingresos económicos que se generaban estuvieran destinados solamente para solventar los gastos del establecimiento y de los trabajadores. “Hay no sabría decirle, pero yo supongo que los patrones contaron con un financiamiento y más aparte las ventas a puerta cerrada ayudaron un poco a respaldar el sueldo de ellos trabajadores” (Entrevistado 18).

4.4.4. Medidas preventivas del gobierno

Las medidas preventivas del gobierno se establecieron con el fin de proteger del virus a los ciudadanos del Municipio. Como en todos los casos hubo personas que no estuvieron de acuerdo con las medidas implantadas. Una de las medidas que más afectó a las MIPYMES fue el cierre total del negocio por casi 4 meses, ya que las empresas textiles no eran productos de primera necesidad por ello el gobierno optó por cerrar los establecimientos temporalmente. Así lo narra un entrevistado. “Pues por la pandemia no nos permitían tener abierto el negocio y teníamos que cerrar obligatoriamente” (Entrevistado 9). “Por el gobierno principalmente por órdenes de ellos se tuvo que cerrar el negocio” (Entrevistada 13).

“Durante la pandemia si, los primeros meses de la pandemia las ventas seguían normales, pero después de 2 meses bajaron drásticamente las ventas, prácticamente fue desde que la gobernadora de Texcoco ordenó el cierre de todo el negocio que no fueran de primera necesidad” (Entrevistada 17).

Finalmente, el gobierno decretó estado de cuarentena y toque de queda a partir de las 6 de la tarde esto provocó que todos los negocios que no fueran de primera necesidad cerraran, lo únicos negocios que podían abrir son los establecimientos que vendan alimentos. Esta medida afectó mucho a la población y principalmente a las MIPYMES. Por una parte, los trabajadores se vieron afectados, algunos por diferentes contextos principalmente sueldo, desempleo etc. mientras que las MIPYMES durante la cuarentena no tuvieron ingresos económicos ocasionando una posible quiebra. “Si, en general funcionó bien por todas las medidas que implantamos, pero a pesar de eso si bajó muchísimo la influencia de la gente

pues el decreto de la cuarentena obligó a todos a resguardarnos en nuestras casas” (Entrevistada 18).

4.4.5. Otras acciones preventivas

Finalmente, otra de las medidas implantadas fue seguir laborando desde dentro del negocio. se realizaban las actividades diarias la única diferencia es que el negocio se enfoca más en la limpieza para brindar mejor seguridad a los clientes a la hora de sus compras.

“Seguimos trabajando adentro con precaución, cerrada la tienda adentro nosotros estuvimos acomodando bodegas, limpiando zapatos y así lo que se podía hacer” (Entrevistada 6). “Durante la pandemia no trabajamos, nos mandaron a descansar por lo mismo que cerraron” (Entrevistada 14).

4.5. Estrategias

Las estrategias hacen referencia a las acciones tomadas por las MIPYMES para sobrellevar la crisis por la pandemia, a pesar de todas las problemáticas presentes como lo fueron las bajas ventas, medidas sanitarias, medidas preventivas del gobierno entre otras, con a fin de que el negocio no sufra un fuerte impacto principalmente económico.

4.5.1. Participación de los empleados en la toma de decisiones

La participación de los empleados es fundamental dentro de las MIPYMES pues el personal es quien más interactúa con los clientes y se encargan de acomodar, limpiar y sobre todo darle una buena atención al cliente. Por ello consideró que la participación de empleados es fundamental ante una crisis sanitaria ya que muchos de ellos pueden aportar grandes ideas innovadoras a la empresa.

Sin embargo, durante la pandemia no fue así, pues muchas MIPYMES no tomaron en cuenta al personal en la toma de decisiones dejándolos a un lado sin importar los riesgos y los efectos que pudieran traer consigo los nuevos cambios como lo son: cambio de horario, medidas sanitarias, formas de trabajo., el personal tuvo que seguir las indicaciones y realizarlas. “No solo seguí indicaciones por parte de mi superior en la empresa, y ya eso fue todo” (Entrevistado 2). “No, no me tomaron en cuenta para la realización de los nuevos cambios, se me hizo raro por ser yo el gerente” (Entrevistado 3). “No, solo seguí indicaciones y las

seguí” (Entrevistado 12). “No, no me tomaron en cuenta” (Entrevistado 13). “No me tomaron en cuenta en las decisiones de los cambios, solo seguí órdenes” (Entrevistada 15).

El cambio de horario también representa un cambio importante, ya que, al no tener en cuenta a los empleados en las decisiones, los jefes modificaban los horarios sin saber que los empleados cuentan con una rutina diaria y al modificar repentinamente el horario afectaba su rutina diaria. “No, solamente nos dieron una orden los dueños y ya entramos de 9.30 am hasta el cierre 9:00 pm” (Entrevistada 5).

Sin embargo, después de reabrir sus puertas por a ver cerrado temporalmente por las medidas preventivas del gobierno, los empleados se encontraban con cambios que desconocían anteriormente teniéndose que adaptar a los cambios como era el caso de las medidas de protección civil. “No, yo cuando llegue el patrón ya había colocado todo eso” (Entrevistado 16). “Consultada no, nada más nos dijeron se va a hacer esto, se va a tomar las medidas que dice protección civil y nada más” (Entrevistado 6).

Cabe señalar que en otros casos los dueños incluyeron a los empleados en la toma de decisiones que se iban a realizar, incluso escuchando algunas propuestas que ellos tenían con el fin de fomentar la participación. “Si, el patrón nos habló de que podíamos hacer y podíamos decirle alguna propuesta” (Entrevistada 14).

De igual manera hubo gerentes quienes se acercaron a platicar con los jefes para crear un acuerdo en el cual no perjudique a nadie por los cambios se realizaron posteriormente. “Si, de hecho, yo como gerente tuve una plática con el jefe quien me dio instrucciones de cómo se iba a trabajar y lo que iba a cambiar en mejora de las ventas” (Entrevistado 17). “Si, mis jefes me llamaron y me platicaron todo lo que se iba a ser y yo estuve de acuerdo” (Entrevistado 19).

No obstante, los gerentes tienen una responsabilidad importante, ya que ellos son los que principalmente llevan a cabo estos cambios con ayuda de su demás personal una vez que su superior le autorice se realizan estos cambios. “Si yo como gerente tenía que hacerme cargo de los cambios que e iba a realizar e informales a mis demás compañeros” (Entrevistado 20).

4.5.2. Apoyo salarial

Con relación a lo anterior, el apoyo salarial para los empleados es de suma importancia y más durante la pandemia, ya que muchos se quedaron sin empleo mientras que otros fueron mandados a sus hogares por la emergencia sanitaria y el cierre de negocios.

No obstante, durante la pandemia hubo MIPYMES que apoyaron a sus empleados con su sueldo mientras pasaba la emergencia sanitaria, pero, así como hubo quienes seguían pagándoles hubo quienes les redujeron el sueldo y en los peores de los casos no recibían nada de sueldo. Como era el caso de un entrevistado el cual nos narra, que en la zapatera donde el labora cerro durante la pandemia, pero aun así los jefes siguieron apoyándolos con más de la mitad del sueldo que recibían anteriormente.

“Ellos nos apoyaron con los sueldos, porque muchas empresas pues no apoyaban al trabajador, pero a nosotros si nos apoyaban en el tiempo que estuvo cerrado, nos daban no todo lo que era nuestro sueldo, pero si nos daban un poquito más de la mitad y lo que únicamente hacíamos era venir a cobrar cada ocho días” (Entrevistado 6).

A pesar de todas las afectaciones que estaban sufriendo las MIPYMES en ese momento los dueños de algunas MIPYMES les pagaron el 100% del sueldo a sus empleados, lo que para muchos significó un alivio porque uno podría pensar que al no trabajar y estar cerrado el negocio el sueldo podría desaparecer o mínimo reducirse. Así lo narra un entrevistado. “Pues los dueños no sabrían decirte, solamente te podría decir que nos siguieron pagando” (Entrevistado 9).

Por último, cabe señalar que para el caso del mercado San Antonio, recordar que cerró por la remodelación de este. El gobierno del municipio ya tenía destinado un presupuesto de apoyo para los locatarios de este mercado por el tiempo que iban a estar cerrados los negocios.

Entonces para ellos fue una ventaja que el gobierno los haya apoyado así podrían solventar los sueldos de los empleados. Cabe mencionar que varios locatarios poseen puestos en los tianguis lo que les sirvió de gran ayuda para mantener sus gastos principalmente familiares. “Tengo entendido que el municipio les otorgo apoyos económicos a los puestos del mercado durante la remodelación, creo que esa fue una gran ventaja que los apoyaran. Aparte los puestos que tenía en otros tianguis podrían ser igual un sustento” (Entrevistada 19).

4.5.3. Otras estrategias implementadas por los dueños

Una de las estrategias más comunes que se dio durante la pandemia fue implementar una red de venta en línea con a fin de proteger a sus clientes de no contagiarse por el coronavirus. Las MIPYMES al enterarse de las medidas preventivas que iba establecer el gobierno como el cierre temporal de las zapaterías por no ser negocios de primera necesidad, empezaron a crear diferentes estrategias para no ser afectados económicamente y una de las principales estrategias fueron las ventas en línea. Así lo narra un entrevistado. “Si de hecho nosotros tenemos una plataforma de cómo se llama de línea” (Entrevistado 5). “Si, bueno es que de hecho siempre ha está una plataforma en línea” (Entrevistado 9).

Otra estrategia que se implementó, pero a gran escala es el caso de las grandes zapaterías como lo es la zapatería Panam que además de ser una marca reconocida tiene sucursales no solo en un Estado si no en varios. En este caso en cada Estado se manejó de distinta forma la pandemia de acuerdo con el semáforo epidemiológico mientras algunas zapaterías seguían abriendo otras más cerraron y esto era como un balanceo las abiertas sustentaban a las cerradas y viceversa cuando las cerradas abrían y cerraban las abiertas se apoyaban de la misma forma con el fin de que no quebrara ninguna sucursal. Así lo narra un entrevistado.

“No es tanto eso, yo creo que más que nada pues supo, yo creo como se dice ver sus necesidades económicas, porque no es la única que tiene existen como 45 zapaterías más entonces en todas esas en cada Estado era diferente unos cerraron antes, otros cerraron después, otros no cerraron para nada, entonces de una tienda a lo mejor sacaban poquito para las de más en unas, nosotros cerramos tres meses otros cerraron medio año, en la CDMX cerraron más tiempo” (Entrevistado 6).

Finalmente, una de las estrategias más crueles por así decirlo fue optar por despedir personal para minorizar los gastos y trabajar de manera en línea. Ya que si el negocio permanecía cerrado no tenía caso mantener el sueldo de todo el personal por ello recortaron al personal para ahorrar un poco de dinero. “Cambio el personal y algunas formas de trabajar en la plataforma en línea. Porque fueron estrategias para no quebrara el necio y siguiera sobreviviendo” (Entrevistada 17).

4.6. Escenario postpandemia

El escenario postpandemia se refiere al contexto actual después de la pandemia. Por ejemplo: si las ventas están volviendo a la normalidad, las personas vuelven a salir como antes sin temor al contagio, las expectativas a futuro en las MIPYMES si sobrevivió al impacto económico o tuvo que cerrar definitivamente y cómo es que ha evolucionado el negocio después de la pandemia, también como va avanzando la recuperación económica si es lenta o rápida, si siguieron con las ventas en línea o ya cerraron la plataforma después de reabrir de nuevo el negocio.

4.6.1. Ventas post pandemia

Las ventas post pandemia tardaron en recuperarse, pues poco a poco la reactivación económica fue mejorando. Claro que para unas personas la economía mejoro rápidamente mientras que para otras personas la economía tardo bastante en recuperarse.

Sin embrago, la recuperación de ventas en las MIPYMES después de la pandemia disminuyo mucho a las ventas que se tenían anteriormente de la pandemia, ahora después de la crisis sanitaria solo hemos alcanzado de ventas la mitad del 100% de las ventas que teníamos anteriormente. Así lo narra un entrevistado. “Ajá y ahora ya no ahora vendemos la mitad o a veces menos entonces si disminuyó bastante” (Entrevistado 11).

Mientras tanto, no solo las ventas siguieron bajas después de la pandemia, también algunas MIPYMES esperaban las temporadas buenas para aprovechar las ventas esto con la esperanza de que todos sus clientes vuelvan después de un largo periodo de pandemia.

“Que crees que el establecimiento tiene varias temporadas de hecho todo el año porque si empezamos, por ejemplo; no se primero vienen tenemos entradas de diez de mayo, ventas día del papa, salida de escuelas, entrada de escuelas y luego de fin de año ósea todo el año tiene entradas” (Entrevistado 11). “Aja frecuentes, que serán ósea las ventas malas serian enero y febrero iniciando el año, pero hubo diciembre estuvo muy bueno” (Entrevistado 11).

4.6.2. Recuperación económica

Posteriormente a la pandemia las MIPYMES empezaron a recuperarse poco a poco. La influencia de la gente en las calles aumentó y la mayoría de las personas volvieron a sus

rutinas y actividades diarias. Además, muchos de los empleados recuperaron su sueldo o aumentaron, recordar que durante la pandemia a muchos empleados les redujeron el sueldo por la crisis económica que estaban pasando en ese momento las MIPYMES.

“Pues este, ya hubo más afluencia de gente y pues ya nuestro sueldo no los aumentó y nos dieron más horas para trabajar” (Entrevistado 5). “Si porque, poco a poco se está recuperando la economía y los clientes están empezando a volver a venir entonces yo creo que si” (Entrevistada 18)

Cabe señalar, que conforme pasaba el tiempo el virus pierde su punto más fuerte en la pirámide epidemiológica esto se debió a las vacunas, las medidas sanitarias para prevenir contagios entre otras medidas que ayudaron a mitigar el virus. Estos sucesos posteriores a la pandemia abrieron paso a la nueva normalidad y con ello la recuperación de las ventas en las MIPYMNES. Así lo narra una entrevistada. “Sí, porque ahorita el virus ya perdió fuerza y todo está volviendo a la normalidad incluso las ventas han mejorado conforme pasa el tiempo” (Entrevistada 13).

Así mismo otras personas posteriormente a la pandemia usaron sus ahorros guardados para invertir y reabrir sus negocios y salir adelante como muchas otras empresas, el ahorro guardado es lo que les permitió no quebrar. “Más que nada porque mis padres tenían un ahorro y con eso les permitió salir adelante” (Entrevistada 15).

Sin embargo, para algunos la pandemia no impactó demasiado como a otros, ya que pocas personas mantuvieron el mismo sueldo durante la pandemia y no se vieron muy afectados, quizás la única afectación pudiera ser quedarse en casa y cómo consecuencia el aumento de los gastos diarios, pero hasta ahí. Y actualmente con la recuperación económica, la pandemia se está estabilizando, el número de contagios disminuye y la reactivación económica subió por el aumento de ventas en las MIPYMES.

“Pues no me afectó mucho porque el sueldo siempre se mantuvo así que por esa parte no me afectó. Lo que si es que la cuarentena provocó que todos nos quedáramos en la casa y eso provocó gastos. Si, porque ya pasó la pandemia, la economía se está estabilizando y eso genera ingresos” (Entrevistada 17).

4.6.3. Ventas en línea

Durante la pandemia las ventas en línea fueron fundamentales para muchas Pymes, ya que al mantener cerrados los negocios y la baja afluencia de personas en las calles provocó que las ventas bajen demasiado. Como consecuencia las MIPYMES optaron por implementar una estrategia de venta en línea por medio de catálogos virtuales con el fin de seguir generando ingresos para el negocio.

Y así como no lo narra un entrevistado las ventas en línea fueron eficientes durante la pandemia.

“Eran buenas se vendía bien aparte tenemos una plataforma de venta en línea y de ahí son principalmente las ventas” (Entrevistado 13). “Si pues nada más era abrir normal desde las nueve de la mañana y como la venta de tenis es por medio de catálogos virtuales las personas podían ver los zapatos desde internet” (Entrevistada 17).

4.6.2. Expectativas

Referente a las expectativas que tienen los entrevistados a futuro sobre las MIPYMES son positivas a pesar del fuerte impacto económico que sufrieron, ya que las personas están volviendo a sus trabajos y la economía está recuperándose poco a poco lo que significa que las ventas van en aumento a comparación de cuando comenzó la pandemia. “Pues esperemos que sí, esperemos que, si porque si está muy este, ya se vino abajo a comparación de algunos años, sí, pero esperemos que sobreviva todavía algunos años” (Entrevistado 2). “Yo pienso que, si porque ahorita las ventas ya se recuperaron y la economía ha ido creciendo, yo por eso digo que sí” (Entrevistada 20).

Además, conforme avanzan los años las ventas han ido en aumento, cada año sube un porcentaje considerado, lo que les hace pensar que a los entrevistados que las MIPYMES tienen un largo futuro por el aumento de la económica. Cabe señalar que para el periodo pospandemia hubo un cierto número de MIPYMES que no sobrevivieron al impacto por la economía y tuvieron que cerrar definitivamente. Pero a los empleados no los dejaban solos, la empresa busco otros establecimientos para reubicarlos y no se quedarán sin empleo. Así lo narro una entrevistada.

“Si, considero porque ahorita a lo mejor no es lo mismo de las otras ventas pasadas, pero yo siento que, si está subiendo poco a poco, por cada año sube un poquito sube un poquito y uno se va dando cuenta que realmente si tiene un futuro no, nosotros tenemos un cierto, así como si vendes tanto esa tienda sobrevive si no vendes tanto también se cierra, en la pandemia también se cerraron una que otra tienda, pero a los trabajadores no los dejaban así, ¡ya gracias adiós! Si no que les buscaron un lugar, otra banca, pero si, si de que sobrevive sí” (Entrevistado 6).

Por otra parte, otros piensan que la pandemia fue una forma de probar de alguna forma a las MIPYMES y ver si estas, están organizadas estructuralmente para afrontar una situación como la pandemia que no solo en México causo varios daños si no en todo el mundo. “Porque yo creo que fue una prueba de fuego, ¿no? para ver qué empresas eran las que sobrevivían y de cierto modo se adaptan a este tipo de cambios” (Entrevistado 3).

Es importante señalar, que actualmente existen muchas empresas grandes reconocidas Nacionalmente que cuentan con sucursales no solo en Texcoco, Estado de México si no en otros Estados de la República Mexicana. Si nos ponemos a analizar es casi imposible que una empresa de esta talla quiebre pues cuenta con los ingresos de otras sucursales en otros Estados. Como bien mencione anteriormente el semáforo epidemiológico variaba en todos los Estados, algunas MIPYMES siguieron abriendo mientras que en otros Estados se mantuvieron cerradas de acuerdo con el semáforo epidemiológico. Con ello esto provocó que las empresas abiertas sustentaran los gastos de las empresas que se mantuvieron cerrados con el fin de sobrellevar la pandemia “Pues sigue abierta y no creo que cierren al contrario siguen abriendo en otros estados” (Entrevistado 9).

Habría que decir también que los clientes forman parte de la recuperación económica, ya que muchos de ellos no lo abandonaron y después de la pandemia regresaron a consumir los productos, lo que generó buenas expectativas en el negocio y en los empleados que laboran, pues no hay nada mejor que ver a tus clientes de años regresar, ya con todas las medidas sanitarias para un mejor cuidado. “Bueno a que ya tiene muchos años, hay gente que, aunque nos abandonó otra tanta que, si han sido nuestros clientes y si han venido, si han regresado” (Entrevistada 10). “Pues si fueron para bien porque si ayudo a que todos empezaran a usar cubre bocas para que se quitara un poquito más rápido la pandemia” (Entrevistado 12).

También el haber sobrevivido durante la pandemia y no haber quebrado, lleno de expectativas positivas a los entrevistados más parte el aumento de las ventas pospandemia

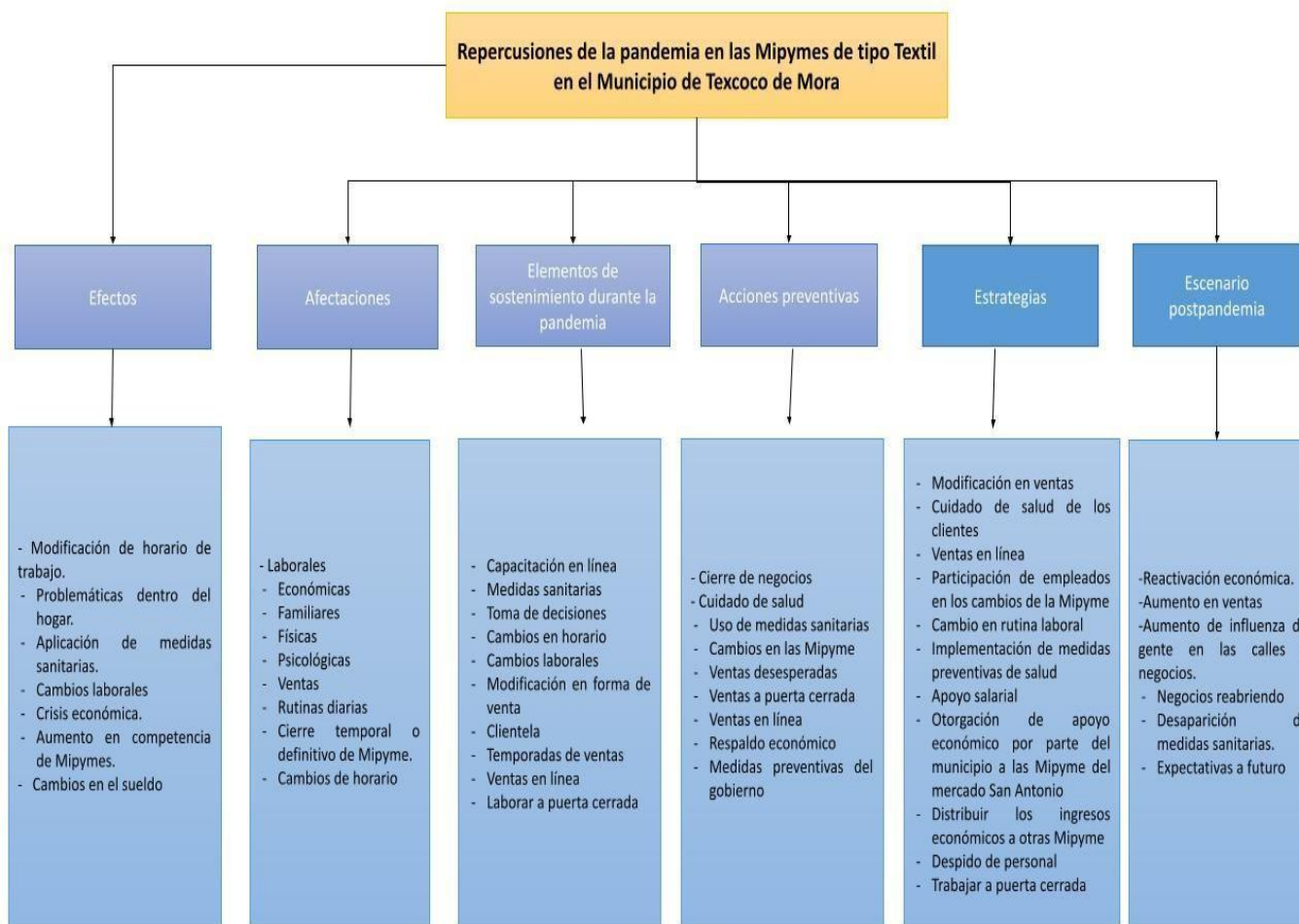
provoca pensamientos positivos a futuro sobre el negocio. “Por qué no quebró como otras zapaterías y sin en cambio poco está creciendo los ingresos que habitualmente tenía” (Entrevistado 16). “Por qué este no cayó al pique y pues nos han seguido manteniendo el sueldo como a los empleados, como a toda la gente que laboramos aquí” (Entrevista 5).

Es necesario recalcar que para las MIPYMES dentro del mercado San Antonio las expectativas fueron diferentes ya que al terminar la remodelación del mercado los negocios volvieron a reabrir sus puertas. Como bien nos narra un entrevistado cuando reabrió su negocio al término de la remodelación la gente comenzó a entrar al mercado, esto provoca buena impresión ya que representaba algo bueno, pues podía tener buenas ventas a lo largo del día. “Si yo creo que si ahorita ya remodelado el mercado los puestos volvieron abrir y ya la gente está viniendo de nuevo entonces yo pienso que sí” (Entrevistado 19).

4.7. Discusión de los resultados

Cómo puede verse en la figura (3) los resultados muestran que las repercusiones de la Pandemia en las MIPYMES de calzado del Municipio de Texcoco fueron de diversa índole, aunque también demuestran que aquellas tienen una gran capacidad de sobreponerse a efectos como: Modificación de horario de trabajo, problemáticas dentro del hogar, aplicación de medidas sanitarias, cambios laborales, crisis económica, aumentó en competencia de MIPYMES y por último cambios en el sueldo. Que además algunas tienen la cualidad de subsistir ante crisis como estas, por la buena organización, toma de decisiones y la jerarquía que se tiene dentro de esta empresa. Sin embargo, no ignoro que existen empresas pequeñas que por el simple hecho de ser pequeñas se basan en una forma de organización formada propiamente.

Figura 3. Repercusiones de la pandemia en las MIPYMES textil del municipio de Texcoco de Mora



Fuente: Elaboración propia.

La importancia de estudiar a las MIPYMES, especialmente en el contexto postpandemia radica en que este tipo de organizaciones fueron de las más afectadas a nivel local, nacional y mundial durante la contingencia sanitaria. Esto debido a que, como pudo apreciarse en las entrevistas, no tienen una gran infraestructura material o económica que las proteja en tiempos de crisis. Esto se reflejó en las afectaciones detectadas como laborales, económicas, familiares, físicas, psicológicas, ventas, rutina diaria, cierre temporal o definitivo de MIPYMES y cambios de horario que afectaron directamente a la empresa y el cuerpo laboral de esta, ya que al no tener un plan por así decirlo ante esta emergencia sanitaria muchas improvisaron estrategias algunas eficientes otras no tanto pero que al final se implementaron para sobresalir ante esta crisis por pandemia que nadie se esperaba.

El Gobierno del municipio de Texcoco lanzó un comunicado proveniente del Gobierno Federal en el cual el municipio entra en estado de cuarentena y solo podían laborar comercios de primera necesidad (alimentos), por lo que las MIPYMES de calzado y textiles tuvieron que cerrar temporalmente. De acuerdo con las entrevistas, puede verse que hubo algunas que no siguieron el comunicado y realizaron distintos elementos para sobrellevar la crisis en este periodo de cuarentena. Por ello se concluyó que las medidas implementadas principalmente del gobierno afectaron en todos los aspectos a las MIPYMES, su principal afectación fue la economía ya que al no poder abrir el ingreso económico se perdió.

Aunado a ello, también pudo observarse que los dueños de las MIPYMES no cuentan con una planeación que prevenga la estabilidad del negocio en posibles crisis, lo cual se reflejó en la pérdida de trabajadores y clientela. No obstante, también pudieron observarse algunos elementos de sostenimiento que ayudaron a evitar la desaparición de las MIPYMES estudiadas, entre ellas se identificaron capacitación en línea, medidas sanitarias, toma de decisiones, cambios en horario, cambios laborales, modificación en forma de venta, clientela, temporadas de ventas, ventas en línea y finalmente laborar a puerta cerrada. Estos elementos no permitieron la desaparición de las MIPYMES y fue la forma de enfrentar la pandemia poniendo en práctica todos estos elementos.

De la misma forma, se identificaron acciones preventivas y estrategias que las MIPYMES lograron implementar, no sólo para evitar su desaparición, sino también para ver a la crisis como un área de oportunidad para cambiar o mejorar algunos aspectos. Entre las acciones

preventivas destacan el cierre de negocios, cuidado de salud, uso de medidas sanitarias, cambios en MIPYMES, ventas desesperadas, ventas a puerta cerrada, ventas en línea, respaldo económico y medidas preventivas del gobierno. Dichos elementos componen las medidas tanto para salvaguardar el cuidado del personal como la clientela, claro cada MIPYME maneja los elementos adecuados a su contexto pandémico ya que hubo MIPYMES que sufrieron más que otras.

En cuanto a las estrategias cabe mencionar las más recurridas como modificación en ventas, cuidado de salud de los clientes, ventas en línea, participación de los empleados en los cambios de la MIPYME, cambios en rutina laboral, implementación de medidas preventivas de salud, apoyo salarial, otorgación de apoyo económico por parte del municipio a las MIPYMES del mercado San Antonio, distribuye los ingresos económicos a otras MIPYMES, despido de personal y por último trabajar a puerta cerrada.

De esa forma, a pesar de los fuertes efectos y afectaciones que la crisis ocasionada por la Pandemia dejó para las MIPYMES analizadas, las acciones preventivas y estrategias que fueron capaces de implementar permitieron que aquellas sobrevivieran y que puedan tener continuidad en un escenario postpandemia, en el cual se detectó la importancia de los siguientes elementos para las MIPYMES estudiadas: reactivación económica, aumento en ventas, aumento de influencia de gente en las calles y negocios reabriendo, desaparición de medidas sanitarias y expectativas a futuro que al final del día cada MIPYME sobreviviente tiene expectativas a futuro como todo el negocio, el hecho de recuperarse de la pandemia y crecer económicamente.

Así, el presente estudio ha buscado mostrar la importancia de realizar estudios locales sobre las repercusiones de la Pandemia en las MIPYMES mexicanas, lo cual es de gran relevancia ya que, de acuerdo con Arasti, Zandi y Talebi (2012), estas organizaciones son las que sostienen las economías nacionales, ya que son generadoras de empleos, ingresos, servicios y productos no solamente a nivel local sino también internacional (Dang, Dung, Phuong & Vihn, 2018).

Ahí, resulta relevante hacer este estudio a nivel local, para mostrar la forma en que la Pandemia trastocó a estas organizaciones tan importantes para la economía del país. Se considera que la elaboración de estudios locales es imprescindible para poder conocer la

realidad que viven este tipo de organizaciones y, con base en ello, poder proponer opciones de mejora o estrategias que permitan una mejor elaboración de políticas públicas destinadas a las MIPYMES mexicanas. Para Díaz (1998), las políticas públicas más eficientes resultan de análisis locales previos que ayudan a contextualizar el ámbito en que se quiere intervenir y que permiten tener un acercamiento con las problemáticas y necesidades reales de las organizaciones y los actores que las integran.

De esa forma, se espera que los resultados obtenidos en el presente estudio contribuyan a futuras estrategias en la elaboración o mejoramiento de las políticas públicas destinadas al sector de las MIPYMES.

CONCLUSIONES GENERALES

El objetivo de la tesis es analizar las repercusiones que trajo consigo la pandemia en las MIPYMES de tipo textil en Texcoco. Se considera que este objetivo se ha cumplido porque a lo largo de la investigación se recabaron datos cuantitativos y se generaron datos cualitativos que permitieron generar y analizar un panorama sobre dichas repercusiones.

Del mismo modo, se considera que el objetivo de la investigación se cumplió porque al revisar los datos estadísticos encontrados en la literatura, el contexto a nivel nacional y la información recabada en las entrevistas, se concluyó que en efecto la pandemia ocasionó graves daños internos y externos en las estructuras de las MIPYMES analizadas.

La investigación permite ver que cada MIPYME cuenta con una forma de organización diferente y depende de esta el poder afrontar y superar este tipo de situaciones como lo fue la pandemia. Dado las MIPYMES tienen una estructura diferente a la gran empresa, el impacto económico y social que experimenten es distinto para cada una, no es lo mismo la afectación en una empresa grande que en un establecimiento pequeño, pues sus estructuras internas y externas son totalmente diferentes.

Para cumplir con el objetivo de la investigación, se realizó un estudio de caso en veinte establecimientos de calzado dentro del municipio de Texcoco, para analizar, observar e interpretar si en realidad el impacto económico fue muy duro como no los comenta los datos estadísticos por parte del gobierno Federal y Municipal.

Los argumentos expuestos por cada uno de los 20 entrevistados en la investigación de campo sustentan el objetivo principal de la investigación, porque los actores involucrados corroboran sobre el impacto económico que la pandemia provocó en las MIPYMES del municipio en las que laboran y argumentan también que no solo afectaron fuertemente las estructura de la MIPYME si no el personal que labora dentro fue la más afectación ya que su sueldo es su principal fuente de ingreso económicamente.

Por otra parte, la relevancia de analizar a las MIPYMES desde la carrera de Ciencia política y administración urbana porque, por una parte, la carrera ofrece los aportes teóricos sobre el estudio organizacional que permiten analizar y comprender la naturaleza particular de las MIPYMES. Roy y Raymond (2008) argumentan que este tipo de organizaciones tienen una

naturaleza y características particulares que la diferencia de la gran empresa, por lo que requieren de estudios y análisis que ayuden a su comprensión y abordaje, especialmente en este contexto de Globalización.

En el caso de las MIPYMES de calzado y textiles, la globalización ha jugado un papel importante al haber creado un mercado global abiertamente hablando, llega al país todo tipo de calzado y no solo eso las empresas se asientan en todos los Estados de la República como es el caso de marcas como Reebok, Jordán, Nike que son marcas extranjeras internacionales pero que han provocado gran popularidad por el diseño, textura, comodidad del calzado en nuestro país.

Por otra parte, la carrera aporta los elementos metodológicos para realizar un estudio cualitativo que busca comprender la realidad de las MIPYMES, a partir del acercamiento con sus actores. De esa forma, en este estudio se ha buscado conocer directamente las percepciones de los actores involucrados, con la intención de hacer un acercamiento fiel a la realidad vivida en el contexto de pandemia.

Se considera importante realizar estudios de esta índole desde la carrera de Ciencia Política y Administración Urbana, ya que a partir de ellos se pueden generar estrategias que contribuyan a mejorar las políticas públicas que se realizan en torno a las MIPYMES. Cabe mencionar que se pretende continuar con esta investigación en futuras investigaciones de posgrado para poder contribuir a la generación de dichas estrategias.

El principal aporte de la investigación consiste en que se presentó un panorama de la realidad que vivieron las MIPYMES durante la pandemia y el escenario post pandemia que les ha tocado enfrentar. Este escenario se conformó a partir de los testimonios de los dueños y trabajadores, quienes en las entrevistas expresaron sus puntos de vista, necesidades y deseos; lo que ofrece una visión intra organizacional y realista de las afectaciones que tuvieron por la Pandemia.

Así como aquel aporte, no debe negarse que el estudio puede tener limitaciones como el número de MIPYMES incluidas en el análisis o, para algunos, el diseño descriptivo y exploratorio de la investigación. Ante ello, se abre una futura agenda de investigación donde los hallazgos encontrados en esta investigación sirvan para generar y proponer estrategias

que contribuyan a mejorar las políticas públicas destinadas al sector de las MIPYMES mexicanas.

BIBLIOGRAFIA FINAL

Arasti, Z., Zandi, F., & Talebi, K. (2012). Exploring the effect of individual factors on business failure in Iranian new established small businesses. *International Business Research*, 5(4). doi: <http://dx.doi.org/10.5539/ibr.v5n4p2>

Arias Valencia, María Mercedes (2000). La triangulación: sus principios, alcances y limitaciones. *Investigación y Educación en Enfermería*, vol. XVIII, núm. 1, pp. 13-26. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1052/105218294001.pdf>

Balcázar Patricia (2013). Investigación cualitativa. Universidad Autónoma del Estado de México, 2013. Disponible en: https://doc-10-1g-prod-03-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer2/prod03/pdf/5gq25o1bbn96fdonv0uihaubn8mk4vhd/96uvrm07a0o29r6hp8h70mv29afb8kdv/1680849225000/3/103748467633930867388/APznzaaT36HecjTgWUpjGWAQ8SZ2FiyNUOBuKoDAGH1CSyuEMSSIyg3UmyyIx9ajUfl8CRegWW7Wv0FkhyzHMytdfkItTytBbb9Qdm86I04RdXfX0WDkPGcc8l6lJO0Bce5AqxOySl_zqFbId6l0vRjEQttIySlS3U61YPSiTOyNpaBNH7Vv43K2vJfZLRxccQxwlIH6yaXuCXezYSE5DWrOjX6aynlpCaob2GkYbTh5OWHTalAy5aIkzaCke31Iz8hUbol_hCK5SFa6Qkbvm9mo8GARb5jLXKH7LNBIcP7AIDIfRfL6zWv7E9n9mDUD_y5jjz31qmEladQ_rrXwx6F8WY0nOc7thqWUkYwdlC6Q9zJ58YVWp9ZoLSJ2hnBCEgDoNp2llwruw7aB5P9mngzAA==?authuser=0&nonce=mr7iams176476&user=103748467633930867388&hash=o4i7vd288v0m7foahvjqj33kk95p4joq

Cardozo Edyamira (2006). “La conceptualización de microempresa, microemprendimientos y unidad productiva de pequeña escala”. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria*, 2006. Disponible en: <https://doc-08-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3>

p5chl/dh2n3nbh4npj7c7mc1nsc1jneas0dpsn/1669786425000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgBO35U_a-RI_XolTU29QJtY38snL-HpCP_8mtJPg2dsvofS-g8BqZvCcjoRekE3xsAlpp2T3zq9nPl2jg8Toc_4H5YUTQBTTDsOcjFB42NAFHXNguHiCHY3I7A=?print=true&nonce=m8f4mcepcv6ne&user=05423400351190616585&hash=67rvrnvg7i9mpmvcejluruf89gg934m2

Dang, T., Dung, T. T., Phuong, V. T., & Vinh, T. D. (2018). Human resource management practices and firm outcomes: evidence from Vietnam. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 25(2), 221-238. doi: <https://doi.org/10.1108/JABES-10-2018-0076>

Díaz, C. (1998). El ciclo de las políticas públicas locales. Notas para su abordaje y reconstrucción: Notas para su abordaje y reconstrucción. Políticas públicas y desarrollo local, S/N. Disponible en: <https://blogs.ead.unlp.edu.ar/introdsocio3/files/2017/10/Cristina-Diaz-El-ciclo-de-las-politicas-publicas-locales.pdf>

Diario Independencia de Contenido Enfermero (DICEN) (2021). Disponible en: <https://www.enfermeria21.com/diario-dicen/la-oms-y-china-concluyen-que-el-origen-de-la-pandemia-es-de-origen-animal-y-surgio-en-diciembre-en-wuhan>. Consultado 02/03/2022

Dini Marco, Stumpo Giovanni (2016).” MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento”, 2016. Disponible en: https://doc-0o-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/utcf7jikj2kahn2bbealqfpo7gj75mh/1669786725000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgDIY0n1cNvEEXlhMbfq0yN_HtfLdrP_bN3W8_MDJaUPnXuuWwqw_oJ0ATu9dshYkRiz_W1nnj6BWPCIFkSBSIUWzSXtP_d_oKC8eLoK7W7WNRkV0r4PplqKPVUw=?print=true&nonce=n7ula0ta983qe&user=05423400351190616585&hash=gl26geiei6bddh50oj6rlohk4jr8eb9r

Dr. Francisco Torres Noyola (2020). “CALZADO”, 2020. Disponible en: http://www.contactopyme.gob.mx/estudios/docs/calzado_edomex.PDF

Enciclopedia Económica 2020. Disponible en:
<https://enciclopediaeconomica.com/economia/>. Consultado el 18/02/2022

Ferraro, Carlos (2011). Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina. LC/R.2179, Copyright © Naciones Unidas, noviembre de 2011. Disponible en: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/7336fcfb-b028-4188-b089-68107c721da6/content>

González Alvarado, Tania E. (2005). “Problemas en la definición de microempresa”. Revista Venezolana de Gerencia, 2005. Disponible en: https://doc-0k-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/s1emt5a9td6ivaefrbcrbijfe7m4t6nh/1669787250000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgAkxjFYRE70SAjueRhNOpS_9CWztO5jVKAw7nxMd3I065dyPg7hOHY8CQALSOTWahLqpbu6l2cunMiS8MZ0jBS38W9786ruJ6jriLBZVmnTT732j8wITOXsRI=?print=true&nonce=iaInn37n9s5oo&user=05423400351190616585&hash=otn28c5ldpc8bekf7s7eudjqc1u15ed0

González, Edelmira (2005). La observación directa base para el estudio del espaciolocal. Geoenseñanza, 10-2005(1), 101-105. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/pdf/360/36010107.pdf>

H. Ayuntamiento de Texcoco (2013-2015). Dirección de Planeación. Delimitación y Estructura Territorial. Disponible en:
https://www.ipomex.org.mx/recursos/ipo/files_ipo/2013/33/6/7ada9be8c53a45aa1b08df593236c331.pdf. Consultado 23/03/2022

Ileana Vargas Jiménez “La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos” Centro de Investigación y Docencia en Educación Universidad Nacional, Costa Rica, 2012. Disponible en:
https://doc084cappsviewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/ntco5rr7u9urp5h9dg6vtnl3th17d05s/1680848700000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgCAXZ9vMamvwSs_AptjVJB3SNZV8qXh7l_eq4XpIv4Qd28w6F2gaivYeF0V5gaj3Bi6g3EXEcYZbsGzKagdIfYyeGMIzyXbosBk1Mf9

ZsuTORTIDO1FKwkVA=?print=true

INEGI (2018). Calculadora censal de los Censos Económicos, 2018. Disponible en : <https://www.inegi.org.mx/app/calcen/default.html?p=2018>. Consultado el 18/03/2022

INEGI, 2020. Panorama Sociodemográfico de México 2020. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/tableros/panorama/>. Consultado 13/05/2022

Información Socioeconómica Básica Regional del Estado de México (2020). Datos disponibles en https://igecem.edomex.gob.mx/sites/igecem.edomex.gob.mx/files/files/ArchivosPDF/Productos-Estadisticos/Indole-Social/ISBR/INF_SOC_ECO_BAS%202020.pdf. Consultado el 10/05/2022

Ingrid Sánchez, Flor Ibáñez (2006). Investigación Cualitativa en educación. Hacia la generación de teoría a través del proceso analítico. Estudios Pedagógicos XXXII, N°1, pp. 119-133. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052006000100007>

Instituto de Información e Investigación Geográfica (2022), Estadística y Catastral del Estado de México IGECEM, 2022. Estadística Básica Municipal. Disponible en https://igecem.edomex.gob.mx/indole_social. Consultado el 16/05/2022

Isabel Rovira (2018). Estudio de caso: características, objetivos y metodología. Actualizado 31 julio, 2023 - 20:00 CEST. Disponible en: <https://psicologiymente.com/psicologia/estudio-de-caso>

Lizarazo Carolina (2022). Las Mipymes en México retos e importancia. Conekta, 26 de octubre de 2022. Disponible en: <https://www.conekta.com/blog/las-pymes-en-mexico-retos-e-importancia#:~:text=Las%20PyMEs%20promueven%20el%20desarrollo,como%20se%20ver%C3%A1%20a%20continuaci%C3%B3n>

López-Noguero, Fernando (2005). El análisis de contenido como método de investigación. Revista Educación, 4(2002), 167-179. Disponible en: <http://uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/xxi/article/view/610>

Martínez Carazo (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. Pensamiento y gestión, 2006, pp. 165-193. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602005.pdf>

Millán Mario, Valdez Omar (2017). Impacto económico de las Mipymes en la plaza comercial puerta Texcoco. Periodo 2005-2015, Centro Universitario UAEM Texcoco. Disponible en: <https://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/68976/OMAR%20Y%20MARI%20O.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Neira, Fernando (2006) “Elementos para el estudio de la microempresa latinoamericana”. Economía, 2006. Disponible en: [https://doc-10-4c-apps-NewsCenter.Microsoft.Latinoamerica\(2021\).PYMES.mexicanas:83%realizaron.un.cambio.en.su.negocio.debido.al.COVID-19,2021.Disponible.en:https://news.microsoft.com/es-xl/pymes-mexicanas-83-realizaron-un-cambio-en-su-negocio-debido-al-covid-19/](https://doc-10-4c-apps-NewsCenter.Microsoft.Latinoamerica(2021).PYMES.mexicanas:83%realizaron.un.cambio.en.su.negocio.debido.al.COVID-19,2021.Disponible.en:https://news.microsoft.com/es-xl/pymes-mexicanas-83-realizaron-un-cambio-en-su-negocio-debido-al-covid-19/)

Revista Digital Universitaria (2014). Entrevista. Universidad Nacional Autónoma de México. 2014. Disponiblen: <https://www.revista.unam.mx/vol.15/num10/art78/art78.pdf> Robert E. STAKE. Investigación con estudio de casos, 1999. Disponible en: https://dail/05423400351190616585/ACFrOgCTJ9GAbSoLOtTUE1WOPGdhjfh2FxS83k4jOfn7Wik2uHc5jHA4IJusdLFmltAia43qYwarAWWH5OQD_8n2DDmYq3OHRSDYe3XvznRtZe2TycqdF4twA=?print=true&nonce=15ikbc5g4d23q∓user=05423400351190616585&hash=vs8d8bajrlfghn0r7mdbp2ibr0koaov4

Rivero Hernández y Velázquez Martínez (2021). Las MIPYMES y el COVID19 en la Región XV Texcoco: A un año de la pandemia. Instituto de Investigaciones

Económicas UNAM. Disponible en: <http://ru.iiec.unam.mx/5596/1/115-Vel%C3%A1lquez-Rivero.pdf>

Robert K. Yin (1994). *Case Study Research*. Disponible en: https://doc-08-4c-appsviewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kj3p5chl/ntco5rr7u9urp5h9dg6vtnl3th17d05s/1680848700000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgCAXZ9vMamvwSs_AptjVJB3SNZV8qXh7l_eq4XpIv4Qd28w6F2gavYeF0V5gaj3Bi6g3EXEcYZbsGzKagd1fYyeGMIzyXbosBk1Mf9ZsuT0RT1DO1FKwkVA=?print=true

Rojas, E. E. y Bustios, M. M. (2022). La situación de las PYMEs en un contexto de post pandemia. *FIPCAEC* (Edición 23), 6(1), pp. 996-1012. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.386>

Romero Cristina (2005). La categorización un aspecto crucial en la investigación cualitativa. *Revista de Investigaciones Cesmag* Vol. 11 No. 11 (JUN. 2005) p113 -118. Disponible en: https://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos_virtuales/posgrado/maestria_asesoria_familiar/Investigacion%20I/Material/37_Romero_Categorizaci%C3%B3n_Inv_cu_alitativa.pdf

Saavedra María, Moreno Heriberto, Hernández Yolanda. (2008). “Caracterización de las MIPYMES en Latinoamérica: un estudio comparativo”. *Revista Internacional La Nueva Gestión Organizacional*, 2008. Disponible en: https://doc-14-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/s29epp5mueq0focd4q6l6o2mk748fnit/1669788225000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgAnh27C1vbuk_ULB7ia20JR_9W5Egmr9HzKxbyUvcJg5QYZ_zc65YwjFHFdZjCmraXQbkJ-zZ9nvWz-0MpJy4XsmEx9wcYsE_lOP_aXqUKBRZFxmTbfd60OLY=?print=true&nonce=8dt5q58vp3coi&user=05423400351190616585&hash=t80081nqon9ppafm7rvmh5hfgg2rveko

Sampieri Roberto (2017). Metodología de la Investigación, 2017. Disponible en:

https://doc0o4cappsviewer.googleusercontent.com/viewer/selaAsUmvagA_00aaC3nkPkzTz4O8PiqRZYbIIIj1QiWKTNIad0KM3trdM=?print=true&nonce=7jejuq94td4ku&user=05423400351190616585&hash=q2tl3ra7pgd67q1t5jopge7p61a85a3l

SciELO (2019). Revista Universidad y Sociedad, 2019. Disponible en:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202019000100272&script=sci_arttext&tlng=en. Consultado el 20/05/2022

Secretaria de gobierno de México (SEGOB), 2023. Disponible en:

<https://www.gob.mx/se/articulos/la-industria-del-calzado-en-mexico>

Solunion. “MIPYMES mexicanas y su impulso para la recuperación económica”. 2021.

Disponible en: <https://www.solunion.mx/blog/MIPYMES-mexicanas-y-su-impulso-para-la-recuperacion-economica/>

Tapia Frade, Alejandro Hernández de la Casa, José María; García González, Javier.

Secretaria de gobierno de México (SEGOB) ,2023. Disponible en: <https://www.gob.mx/se/articulos/la-industria-del-calzado-en-mexico>

Tapia Frade, Alejandro, Herranz de la Casa, José María, García González, Javier (2010). El

uso de las TICs en la comunicación interna de la universidad: el caso de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, UAM. Departamento de Filología Española, CEU Ediciones, 2010. Disponible en: <https://repositorio.uam.es/handle/10486/665096>

Valdés Jesús, Sánchez Armando. “Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México”. Disponible en: <https://doc-0g-4c-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer/secure/pdf/mj2od1m5t31rpuumah4tt85kjm3p5chl/v4i8gfk92jcafct5d4k9aq37e27jnndi/1669787925000/gmail/05423400351190616585/ACFrOgD1fFsKCPD5YhtAUoIE2ricMkWrer3t73ZDrJ5e79L3JNiWsEg6WG>

N-

[OkYB45fl3uHziqMyUlT38fAEArSREaDl7Xpk0SKTo2enK9MD7v055VdX7FroAeX
m
UOU=?print=true&nonce=gpn79linaf18e&user=05423400351190616585&hash=
9jmsjvkpf2ugtrg57r9293vpdd19sh73](#)

Velázquez María de los Ángeles, Martínez Melesio, Rivero Hernández (2020). “Las MIPYMES y el COVID19 en la Región XV Texcoco: A un año de la pandemia”, 2020. Disponible en: <http://ru.iiec.unam.mx/5596/1/115-Vel%C3%A1zquez-Rivero.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Efectos durante la pandemia.

Efectos		
<i>Efectos en actividades diarias</i>	<i>Efectos en la competencia</i>	<i>Efectos en el ingreso económico</i>
<p>“Si, si afecto, porque también tener ya a los hijos en casa y eso pues también otro gasto, ya no es lo mismo gastar cuando van a la escuela que cuando estamos todos en la casa comes más, hacemos más cosas y pues cuidarnos más tantito, no nos podíamos descuidar porque si te enfermabas tenías que correr al doctor y antes era como más caro, porque ahorita el covid ya no esta tan fuerte. Porque por ejemplo antes una prueba estaba en tres mil cuatro mil pesos y pues a lo mejor ahorita ya no...” (Entrevistada 6)</p>	<p>“Pues es que no hubo tantos cambios entonces pues yo creo que sigue funcionando y obviamente las ventas han bajado, pues porque tenemos ya más competencia con las zapaterías normales como es Vazza, como es Luna, tenemos calzado de la marca entonces pues es por eso, igual es porque hemos abierto muchas sucursales bueno han abierto la empresa, ha abierto demasiadas sucursales” (Entrevistada 9).</p>	<p>. “Pues bueno no hubo mucha disminución debido a que son productos básicos digamos el calzado” (Entrevistado 12).</p>
<p>“En mis actividades diarias, m... yo no considero que haya afectado mucho solamente en lo laboral. A fíjate que pensándolo bien si me afecto bastante porque las escuelas cerraron y no tenía quien cuidara a mis niños y eso fue un poco complicado porque había veces en las que a ellos me los llevaba al trabajo y era como trabajo doble” (Entrevistado 16)</p>	<p>“Si a nosotros realmente cuando empezamos abrir, después de que nos dejaron abrir pues se seguía vendiendo prácticamente lo mismo y ahorita si han bajado las ventas yo creo que más que por la pandemia, es porque te digo que ha salido mucho la marca en otras zapaterías y pues ya no solo es aquí” (Entrevistada 9)</p>	

“En las actividades diarias no hubo mucha afectación porque salíamos más temprano y podíamos descansar más tiempo” (Entrevistada 15).

“Durante la pandemia si bajaron bastante pues aparte de que no había mucha gente en las calles, tenemos mucha competencia. Pues aquí en el municipio además hay muchas zapaterías y entonces se volvía un poco más difícil” (Entrevistada 16).

“En mis actividades diarias si me afecto, porque, para comprar la despensa se tenía uno que formar para entrar y había veces en las que te tardabas más de una hora en entrar y mis hijos iban a la natación y no los llevaba por lo mismo de que no había servicio” (Entrevista 18).

“El personal podría ser, hubo compañeros que se fueron por el bajo sueldo. También la medida sanitaria esa fue otro cambio y nada más” (Entrevistado 20)

Anexo 2. Afectaciones durante la pandemia.

Afectaciones			
Afectaciones económicas	Afectaciones físicas o de salud	Afectaciones psicológicas	Afectaciones laborales
<p>“Pues un poco, porque pues no se ganaba la comisión, nosotros trabajamos bajo una comisión que es lo que nos ayuda un poquito más y ahorita apenas se está recuperando ese rubro” (Entrevistado 1)</p>	<p>“Mmmm pues si un poco porque se queda uno en casa y empieza uno con sedentarismo de estar hay nada más acostados o viendo tele” (Entrevistado 1).</p>	<p>“Ahorita nos estamos acoplando a lo que es la vida laboral de estar aquí, venir diario, estar aquí las ocho o nueve horas para atender al cliente” (Entrevistado 1).</p>	<p>“Pues bueno el personal porque se tuvo que despedir personal (Entrevistado 2).</p>
<p>“No, pero en lo que es en la venta de fin del mes si se redujo la comisión o no había comisión de plano” (Entrevistada 4).</p>	<p>“Pues si todo fue un cambio, pues es que estar encerrada todo el tiempo no es nada cómodo” (Entrevistada 2)</p>		<p>“La plantilla, antes teníamos doce actualizados doce personas, ahora laboramos nada más nueve” (Entrevista 3).</p>
<p>“Si un poquito, porque nosotros ganamos comisión y por no tener ventas pues no obtuvimos comisión” (Entrevistada 7).</p>	<p>Yo pues estar en mi casa, porque al no estar abierto el negocio y luego con la cuarentena no tenía nada que hacer más que quedarme en mi casa” (Entrevistado 9)</p>		<p>El personal podría ser, hubo compañeros que se fueron por el bajo sueldo. También la medida sanitaria esa fue otro cambio y nada más” (Entrevistado 20)</p>
<p>“Funciono con muchas dificultades pues había ocasiones donde no se vendían casi nada y pues a nosotros también nos pagan por comisión y yo como trabajadora si me ayudaba el hecho de vender más” (Entrevistada 16).</p>	<p>“También porque no nos dejaban salir, bueno en mi casa no me dejaban salir a ningún lado” (Entrevistado 10).</p>		<p>“Las sucursales del centro si llegaron a cerrar y las que se encuentran aquí en la zona de Texcoco laborábamos, pero a puerta cerrada” (Entrevista 3).</p>

<p>“Mmm pues un aproximado unos 20 y ahorita como unos 15 poco a poco vamos a tener el incremento que teníamos antes” (Entrevistado 1).</p>	<p>“Simplemente era quedarme en mi casa, por que como todo estaba cerrado no había nada que hacer solo cuidar a mis hijos” (Entrevistado 13)</p>	<p>“Si nada más se cerró dos semanas y el demás tiempo siguió funcionando a puerta cerrada” (Entrevistado 4)</p>
<p>“Antes de la pandemia era un poco más libre, la gente entraba, era más el flujo de gente porque como que no tenían miedo de salir, miedo de tocar las cosas de interactuar con la gente y ahorita si como que les da miedo ya están las ventas en línea entonces también eso es lo que ha bajado un poco lo que es la afluencia de gente” (Entrevistado 1).</p>	<p>“Me afecto a mí mucho porque soy una persona activa, voy a la zumba a quitarme el estrés del trabajo y al quedarme encerrada en casa me desesperaba y luego uno engorda si no se cuida por lo mismo de que no hacemos nada” (Entrevistado 14).</p>	<p>“La verdad como por tres meses y estábamos trabajando también a puerta cerrada” (Entrevistada 6)</p>
<p>“Si siguió funcionando, pero a mitad de tiempo; pues con muchos problemas porque la gente no salía tenía miedo, entonces venia poca gente. Afecto muchísimo porque teníamos unas ventas de un 100%, viene la pandemia tuvimos un 20% un 30% nada más de entradas económicas de dinero (Entrevistada 11)”</p>	<p>“Si me afectaron mucho porque ya no podía hacer las actividades que regularmente hacía. Como salir a correr y asistir a otros lugares” (Entrevistado 17).</p>	<p>“Pues si afecto por que nos mandaron a descansar hasta cuatro días por quincena, entonces pues el salario se percibía2 (Entrevista 3).</p>
<p>“Los dueños no sabría decirte y los trabajadores nos tuvimos que ir a descansar sin goce de sueldo (Entrevistado 2)”.</p>		<p>“Por el hecho de que descansábamos más días de los que nos presentábamos a trabajar pues teníamos que hacer más tareas” (Entrevista</p>

	3)
<p>“pues este había bueno como todo, días buenos días malos, pero no tan malos como cuando llego la pandemia, digamos porque se cerraban mucho los negocios bajaron las ventas un 70% -60% (Entrevistada 4</p>	<p>“Si, este llegábamos hacer las labores, llegamos más tarde de lo que normalmente entramos por la reducción del horario y este pues era aburrido hasta cierto punto porque no había clientes” (Entrevistado 4).</p>
<p>“Ah, pues mucho, demasiado porque pues todos los gastos y todo lo que tenemos pues no se pudo solventar” (Entrevistado 2).</p>	<p>“La verdad que si afecto por qué pues no podíamos hacer lo que hacíamos normalmente, pues salir atender a la gente, que la gente viniera a comprar, si afecto en todo, en lo económico si afecto mucho” (Entrevistada 7).</p>
<p>“Pues en primera las ventas se bajaron mucho (Entrevistado 2)”.</p>	<p>“A pues porque la gente ya conoce el mercado ya sabía venía y compraba, pero también hubo una remodelación y todo eso nos afectó” (Entrevistada 10).</p>
<p>“Ahorita son como 15 pares, si bajo, por eso digo que más o menos un 50% bajo (Entrevistado 2)”</p>	<p>“Pues mucho porque tenía, tenía que estar más temprano porque mi hora entrada para mí son ocho horas que eran de doce a ocho y media de la noche, y en la pandemia pues trabajaba de diez a cinco de la tarde</p>

	<p>entonces como que, si era, era un horario diferente a mi si me causaba problemas” (Entrevistada11).</p>
<p>“Por día, en un año normal llegamos a vender de 65 a 70 pares diarios, y durante la pandemia 20 a 30 pares más o menos era el promedio”</p>	<p>“Pues nada irnos a nuestra casa y unos ya no regresaron por que como estuvo cerrado nos pagaban la mitad del sueldo y no nos alcanza, yo como soy gerente gano un poco más fue por eso por lo que no me fui, pero si hubo varios que si se fueron” (Entrevistada 13)</p>
<p>“Pues si había más venta, ahorita si bajo mucho, mucho demasiado en las ventas. Casi 50% (Entrevistado 2)”</p>	<p>“Que los clientes en línea era el sustento” (Entrevistado 14)</p>
<p>“Pues para empezar como te comentaba teníamos que estar trabajando a puerta cerrada, la cantidad que se percibía de venta era menor (Entrevistado 3).</p>	<p>“Durante la pandemia solo trabajamos como un mes por la remodelación y entraba de 9 am a 5 pm, pero estaba todo muy relajado porque no había gente y solo tenía que acomodar la mercancía y limpiar más que nada por higiene. Pues en mis actividades diarias si afecto por que el tianguis estaba lejos de mi casa entonces tenía que levantarme más temprano para llegar a tiempo y luego el tráfico. Y</p>

	<p>pues el mercado me quedaba muy cerca de mi casa” (Entrevistada 19).</p>
<p>“Pues en ese momento yo creo que lo que se trataba era de que pues, que la empresa no se fuera totalmente a la quiebra. Antes yo creo que se vendían alrededor de sesenta o setenta diarios y en pandemia unos veinte cinco, yo creo o treinta (Entrevistado 3)”.</p>	<p>“No durante la pandemia si tuvimos malas ventas, aparte que la pandemia se topó con la remodelación del mercado, lo que provocó que estuviera el mercado cerrado por las construcciones que se estaban realizando. Por la remodelación prácticamente cerramos por seis meses que fue poquito después de empezar la cuarentena” (Entrevistada 19).</p>
<p>Bueno la venta era más consistente y más regular (Entrevistado 3).</p>	<p>“No durante la pandemia si tuvimos malas ventas, aparte que la pandemia se topó con la remodelación del mercado, lo que provocó que estuviera el mercado cerrado por las construcciones que se estaban realizando. Por la remodelación prácticamente cerramos por seis meses que fue poquito después de empezar la cuarentena” (Entrevistada 19).</p>

“Bastante, por ya no era la mismo, cómo te dije ya no entraban los mismos ingresos que en un mes normal o año normal sin pandemia” (Entrevistada 4).

“Estaban muy bien, pero cuando empezó la pandemia se cayó mucho los negocios” (Entrevistada 5)

“Pues si nos bajaron el sueldo a todos los empleados. Pues sí, porque era el ingreso que teníamos para sobrellevar cada persona” (Entrevistada 5).

“Pues sí, sí afectó, porque por ejemplo aquí trabajamos más madres de familia, algunas no tienen a su esposo, entonces nada más cuentan con ese sueldo y nadamos con eso te la llevas (Entrevistado 6).

“Si, este estaba más o menos la verdad es que si se vendía un poquito más antes de la pandemia, ya cuando inicio la pandemia si bajo y se tuvo que cerrar” (Entrevistada 7).

“He, por la poca venta que teníamos y por protocolos de salud” (Entrevistado 8).

“Afectó bastante ya que nos redujeron el sueldo” (Entrevistado 18).

“Eran buenas ventas, pero a partir de la pandemia bajo mucho” (Entrevistado 10).

“Pues mucho porque yo ya estaba acostumbrada a mi sueldo y pues venía y trabajaba y sabía que tenía algo seguro, pero en el momento que llegó eso de imprevisto si me afectó bastante” (Entrevistado 10).

“He, nada más fue en las ventas, nada más, tanto en la bolsa económica. Pues en el gasto que doy en mi casa (Entrevistado 8)”.

“Pues eran muy buenas porque realmente los clientes no carecían económicamente de mucho dinero, teníamos más ventas que ahora (Entrevistado 8)”.

“Durante la pandemia sí, pues prácticamente los clientes se redujeron más (Entrevistado 8)”.

“Pues había mucha venta, hoy sí ha bajado mucho, aparte hoy la marca ha vuelto a oírse mucho y pues ya se puso de moda se podría decir (Entrevistado 9)”.

“En el mío no mucho, en el de la empresa pues bastante porque obviamente no había ventas, no había entradas solo salidas, porque nos seguían pagando (Entrevistada 9)”.

“Durante la pandemia si había bajas ventas pues antes las ventas eran regulares, pero en la pandemia de plano si se ponía muy difícil había días en los que no teníamos nada de gente y pues eso si afecto al negocio” (Entrevistado 20).

“Este durante la pandemia no te puedo decir porque estaba cerrado, pero digamos un poquito después de la pandemia porque abrimos apenas hace un año por decir no, entonces si empezó muy lento muy, muy lento y antes de la pandemia pues si a lo

<p>mejor vendíamos diez pares diarios” (Entrevistado 10)</p>
<p>“Si siguió funcionando, pero a mitad de tiempo; pues con muchos problemas porque la gente no salía tenía miedo, entonces venía poca gente. Afecto muchísimo porque teníamos unas ventas de un 100%, viene la pandemia tuvimos un 20% un 30% nada más de entradas económicas de dinero” (Entrevistada 11).</p>
<p>“Un poquito este con más fluidez como de un, después de la pandemia se vio como un 80% ya nada más de lo que antes era un 100%” (Entrevistada 11)</p>
<p>“Pues si me afecto como me bajaron el sueldo ya no me podía comprar todo lo que me compraba anteriormente y ahora tenía que tratar de estirar el dinero” (Entrevistado 13).</p>
<p>“Afecto mucho más que nada por el aumento de los precios en la canasta básica y como cerraron las escuelas mis hijos pedían más cosas y por el aburrimiento de estar encerrados generaba estrés y ansiedad” (Entrevistado 14).</p>
<p>“En la pandemia si bajaron mucho las ventas, cayeron más de un 50% más o menos incluso en las temporadas buenas no se vendían. Aparte las fábricas cerraron y no había forma de invertir en calzado” (Entrevistado 15).</p>
<p>” Pues no funcionó muy bien porque casi no había venta y las calles estaban desiertas. Afecto mucho, si afecto</p>

mucho porque no se vendía mucho y teníamos que seguir pagando a los empleados entonces no salían las cuentas” (Entrevistado 15).

Afecto bastante, pues la reducción del sueldo era mucho y casi no, nos alcanzaban para nada (Entrevistada 16)

“Eran ventas buenas o normales por así decirlo, si teníamos clientes y había influencia de personas” (Entrevistada 16).

“Eran buenas las ventas la gente salía a las calles sin temor a nada. Además, que en temporadas buenas la venta aumentaba mucho. Y en cuanto llego la pandemia perdimos muchos clientes y en temporadas no había venta estuvo muy feo la verdad. Sumámosle que la economía bajo por que la mayor parte de los negocios cerraron y ocasiono desempleo, pobreza” (Entrevistada 17).

“Durante la pandemia, este si bajaron mucho las ventas, los clientes, se redujo el sueldo y la verdad si el pase mal por esas cuestiones, porque si me preocupaba el que hare el día de mañana si me entiendes” (Entrevistado 18).

“Si, mira es que como todo negocio no, puede haber días buenos como días malos, pero si la mayoría de los días eran buenos principalmente fines de semana era donde más se vendía” (Entrevistado 20).

Anexo 3. Elementos de sostenimiento durante la pandemia

Elementos de sostenimiento durante la pandemia		
<i>Rutina laboral en pandemia</i>	<i>Principales clientes</i>	<i>Promedio de venta de calzado por día</i>
<p>“He, pues era capacitación en línea de una a dos horas y actividades que nos dejaban para este para mmm, hacer propuesta de algunas actividades o algunos diseños era más creativo lo que nos dejaban” (Entrevistado 1).</p>	<p>“Pues hubo un poco de todo, tanto ahora sí que las personas mayores que son los que buscaban zapato o los trabajadores que buscaban mucho el zapato de trabajo” (Entrevistada 2).</p>	<p>“Pues yo creo que se vendían unos treinta pares anteriormente o hasta más” (Entrevistado 2).</p>
<p>“Pues llegar abrir, hacer el aseo, limpiar todo, sanitizar y pues cada vez que iba uno al baño teníamos que echarnos gel antibacterial” (Entrevistado 2)</p>	<p>“Pues siempre ha entrado de todo no ha habido, así como un mercado por decirlo así especia” (Entrevistado 3).</p>	<p>“Yo digo como unos veinte, ahora vendemos como unos cuarenta o cincuenta pares al día” (Entrevistado 5).</p>
<p>“Pues llegábamos a las diez, no habría, se realizaba limpieza, dos vendedores se encontraban en la parte de afuera permitiendo el acceso a la gente que quería comprar y se les daba ingreso, y los demás pues tratábamos de vender lo que es en la parte de aquí adentro” (Entrevistada 3).</p>	<p>“Las mujeres porque principalmente vendo zapatos de trabajo para mujeres” (Entrevistada 19).</p>	<p>“Por día 45 en un día entre semana de lunes a viernes, fines de semana 55 – 60 pares antes” (Entrevistada 6).</p>
<p>“Pues entrábamos de nueve de la mañana a cinco y madamas eran como tres o cuatro personas las que compraban, y las demás pues era muy poca la afluencia de gente (Entrevistado 5).</p>	<p>“Pues la gente, pues la gente que venía de vez en cuando a comprar la que tenía necesidad de comprar zapatos” (Entrevistado 5).</p>	<p>.” No la verdad no te podría decir, porque las ventas son impredecibles, así como un día podríamos vender 50 pares, un día podríamos vender dos pares” (Entrevistada 9).</p>
<p>“Pues un día de trabajo era llegar sanitizar, este darles gel a la gente que entraba, entraba muy poca, porque este pues, mucha gente estaba en su casa, no salían a comprar, las ventas eran muy bajas” (Entrevistado 7).</p>	<p>“Bueno mis principales clientes son amas de casa, son mujeres por los zapatos de niño que vendo, la mujer es la que más viene” (Entrevistado 10)</p>	<p>” Antes como 20 o más porque es una zapatería reconocida. Durante la pandemia este, como 8 o 10 máximo es que cerramos por casi 6 meses y solo estuvo abierto el primer mes desde que empezó el covid entonces si como 8 y10</p>

		aproximadamente” (Entrevistado 13).
“Pues normal solamente con las medidas de sanitación” (Entrevistado 9).	“Mmm. pues las mamás de los niños eran las que venían a comprar calzado para niños, así que se podría decir que ella.” (Entrevistado 16)	“Antes se vendían como en el local 12 o 15 y en línea se vendían más porque eran por pedidos de mayoreo entonces si eran bastantes” (Entrevistada 14)
“Bueno durante la pandemia vez que nada más nos dejaron estar aquí hasta las cinco de la tarde y eso lo sé por mis compañeros, porque como te digo aquí estaba cerrado igual lo veía yo en los negocios de afuera nada más hasta las cinco de la tarde, entonces abrir a las diez de la mañana y cerrar a las cinco de la tarde entonces durante ese tiempo pues si era difícil que la gente viniera y comprara como antes no”. (Entrevistada 10)	“Los caballeros eran los que más compraban calzado, se llevaban más que nada los zapatos formales y las botas” (Entrevistado 20).	“Antes de la pandemia entre 15 a 20 pares más o menos y cuando llegó el covid como 10 incluso hubo días donde solo se venían tres o cuatro pares a lo mucho” (Entrevistada 15).
“Si pues era abrir normal como todo día, aun no se colocaban las medidas de sanitización y el cuidado de todos, por que como te digo que solo abrimos el primer mes de desde que empezó la pandemia no había mucho contagio, ya cuando había mucho contagio cerramos por órdenes del gobierno”. (Entrevistado 13)	“Calzados para niños y los adultos mayores por el zapato que se llevaban” (Entrevistada 6).	“Antes como unos 15 más o menos. Y durante la pandemia como 3 es que la gente dejó de comprar calzado” (Entrevistado 17).
“Si, pues solo abríamos la puerta pequeña, por que como tal no teníamos permiso de abrir y seguíamos trabajando con las medidas sanitarias, atendíamos por persona y antes salíamos a las 9 pm y recortamos el horario a las 5 pm y prácticamente todos seguían realizando su trabajo. (Entrevistado 15).	“El calzado para caballero siempre ha sido el que más se venden entonces ellos” (Entrevistada 13).	“Uy antes se vendían como 14 pares de calzado, pero como te dije la pandemia si nos afectó las ventas cayeron a 5 o 6 pares al día” (Entrevistada 18).
“Si, entrabamos a las 9 de la mañana y limpiábamos toda la zapatería y nos colocábamos	“Yo creo que más compraban para los niños, para los jóvenes,	“Antes de la pandemia se vendían de 10 a 13 pares por día ya en temporadas buenas

<p>nosotros como trabajadores mejor dicho, por que se vendían más., y durante la caretos, guantes, lentes, cubre las personas adultas pandemia pues prácticamente bocas y así recibíamos a las casi no salían, para los dos o tres o había veces que no personas una por una hasta que jóvenes” (Entrevistado vendíamos nada y como te fueran las 5 de la tarde ya que el 7). “Siempre han sido comenté no duramos mucho municipio recorto el horario más hombres” tiempo abierto por 1 laboral para los establecimientos (Entrevistado 9). remodelación del mercado” que no fueran de primera (Entrevistada 19). necesidad” (Entrevistada 16).</p>	<p>mejor dicho, por que se vendían más., y durante la pandemia pues prácticamente casi no salían, para los dos o tres o había veces que no jóvenes” (Entrevistado vendíamos nada y como te fueran las 5 de la tarde ya que el 7). “Siempre han sido comenté no duramos mucho municipio recorto el horario más hombres” tiempo abierto por 1 remodelación del mercado” laboral para los establecimientos (Entrevistado 9). (Entrevistada 19).</p>	<p>se vendían más., y durante la pandemia pues prácticamente dos o tres o había veces que no vendíamos nada y como te comenté no duramos mucho tiempo abierto por 1 remodelación del mercado” (Entrevistada 19).</p>
<p>“Sí, claro abríamos desde las 8:30, limpiábamos el piso, muebles y el calzado que se ve sucio y como los contagios avanzaron muy rápido trabajábamos a puerta cerrada por protección de salubridad. Y eso era todo lo que hacemos claro sin perder de cuenta la atención al cliente.” (Entrevistado 18)</p>	<p>“Siempre han sido más hombres” (Entrevistado 9).</p>	<p>“Antes de la pandemia si se vendían como unos 20 pares de zapatos más o menos, ya cuando llegó la pandemia vendíamos 8 o hasta menos pares de calzado” (Entrevistada 20).</p>
<p>“Si, primero abrimos a las 9 de la mañana, se limpiaba todo el establecimiento principalmente los vidrios y el piso, ya atendíamos uno por uno a los clientes, les dábamos gel, y los hacíamos mantener la sana distancia, pero como el municipio estaba en estado de cuarentena no había mucha gente en las calles y esos poquitos que salían era para surtir la despensa” (Entrevista 20).</p>	<p>“Los hombres eran los más frecuentes en la tienda” (Entrevistada 18).</p>	
	<p>“los zapatos para niña y niño era lo que más se vendía” (Entrevistada 15).</p>	
	<p>“Compradores en línea” (Entrevista 12).</p>	
	<p>” Los clientes en línea era el sustento” (Entrevistado 14).</p>	
	<p>“Todo tipo de clientes en línea, pero más mujeres” (Entrevistado 17).</p>	

Anexo 4. Acciones preventivas durante la pandemia

Acciones preventivas					
Acciones Preventivas	Acciones de emergencia	Medidas sanitarias	Respaldo económico	Medidas preventivas de gobierno	Otras acciones preventivas
<p>“Si cerramos, cerramos casi un año porque ahora sí que la empresa es muy humana y ahora sí que en este caso cuida mucho a lo que es su personal, nos siguió pagando, pero si cuida la integridad y la salud de los trabajadores” (Entrevistado 1).</p>	<p>“Híjole pues yo creo que, ahora sí que el dueño tiene otras zapaterías y de ahí fue solventando los gastos” (Entrevistado 2).</p>	<p>“Tenemos el gel anti bacterial y todavía bueno usamos cubre bocas, pero bueno ahorita ya no lo usamos totalmente como antes, pero si lo utilizamos cuando hay constante gente” (Entrevistado 5). “Las medidas, como el satirizante, echarnos gel a la hora de salir y ponernos gel y utilizar mascarilla, lentes para cubrirnos del virus” (Entrevistado 6).</p>	<p>“Si siempre, bueno esa es la ventaja de los dueños de este establecimiento que siempre ha habido un respaldo entonces siempre están, porque aparte de la pandemia tuvimos que vivir la remodelación del mercado, entonces este siempre hubo como un respaldo económico o tuvimos que sacar, tuvieron</p>	<p>“Pues por la pandemia no nos permitían tener el negocio y teníamos que cerrar obligatoriamente” (Entrevistado 9).</p>	<p>“Seguimos trabajando adentro con precaución, cerrada la tienda adentro nosotros estuvimos acomodando bodegas, limpiando zapatos y así lo que se podía hacer” (Entrevistado 6).</p>

			que sacar ellos para eso la pandemia y la remodelación del mercado” (Entrevistado 11).
“Con dos cortinas abiertas únicamente, porque no nos permitían abrir, pero pues tampoco teníamos permitido que cerráramos” (Entrevistada 4).	“Mmm los dueños venden calzado en varios tianguis y de ahí sobrellevar la situación y a mí me dieron trabajo en uno de los tianguis para que no perdiera mi trabajo” (Entrevistada 19).	“Sí, tomar la temperatura, el gel antibacterial, el tapete pues lo básico” (Entrevistado 9).	“Yo pienso que, a los ahorros de los patrones, ya que debieron tener un sustento de emergenci a para estas situaciones” (Entrevistada 17).
“Porque aquí es un lugar cerrado y pues había muchos contagios y este nosotros por precaución decidimos cerrar” (Entrevistada 10).	” Pues prácticamente era vender lo que se podía, porque no, las ventas no se comparan en nada a como se vendían anteriormente” (Entrevistado 3).	“Como destacable las medidas sanitarias gel, cubre bocas, guantes, sanitizante” (Entrevistada 15).	“Hay no sabría decirle, pero yo supongo que los patrones contaron con un financiamiento y más aparte las ventas a puerta cerrada ayudaron un poco a respaldar
			“Por el gobierno principalmente por órdenes de ellos se tuvo que cerrar el negocio” (Entrevistada 13).
			“Durante la pandemia no trabajamos, nos mandaron a descansar por lo mismo que cerraron” (Entrevistada 14).
			“Durante la pandemia si, los primeros meses de la pandemia las ventas seguían normales, pero después de 2 meses bajaron drásticamente las ventas, prácticamente fue

	<p>el sueldo de ellos trabajador es” (Entrevistado 18).</p> <p>desde que la gobernador de Texcoco ordenó el cierre de todo el negocio que no fueran de primera necesidad” (Entrevista da 17).</p>
<p>“Como te comentaba la modalidad de ventas en línea, igual las medidas de seguridad que ahorita ya se están poco a poco retirando, pero había aplicación de gel, cubre bocas, careta, he la sana distancia todos los lineamientos que marcaba el sector salud” (Entrevistado 1).</p>	<p>“Pues a las medidas que optó por seguir no, por ejemplo, lo de vender a puerta cerrada, aunque no estaba totalmente permitido pues de cierto modo ayudo a sobrellevar un poco lo de la pandemia” (Entrevistado 3)</p> <p>“En la pandemia toda, el uso de careta gel antibacterial, guantes, lo de la sana distancia, la gente, todo eso era lo que se respetaba en el tiempo de pandemia” (Entrevistado 3)</p> <p>“Si, en general funcionó bien por todas las medidas que implantamos, pero a pesar de eso si bajó muchísimo la influencia de la gente pues el decreto de la cuarentena obligó a todos a resguardarnos en nuestras casas” (Entrevista da 18).</p>
<p>“En mis actividades diarias si me afecto, porque, para comprar la despensa se</p>	<p>” Muy poquita, pero la poquita que entraba la aprovechamos” (Entrevistado 5)</p> <p>“Por ejemplo, pues a todo lo que era la sana distancia, el</p>

<p>tenía uno que formar para entrar y había veces en las que te tardabas más de una hora en entrar y mis hijos iban a la natación y no los llevaba por lo mismo de que no había servicio” (Entrevistado 7).</p>	<p>uso de gel, cubre bocas, pues eso es lo más destacable” (Entrevistado 4).</p>
<p>“En mis actividades diarias si me afecto, porque, para comprar la despensa se tenía uno que formar para entrar y había veces en las que te tardabas más de una hora en entrar y mis hijos iban a la natación y no los llevaba por lo mismo de que no había servicio” (Entrevistado 18).</p>	<p>“Durante la pandemia ¿cuándo trabajábamos a puerta cerrada?., Porque trabajamos a puerta cerrada durante la pandemia entonces no se levantaban cortinas , lo único que hacíamos era pues que a lo mejor una persona estuviera afuera y desde ahí los podíamos atender; por ejemplo para lo que es en ventas para nosotros en diciembre muchos llegaban, algunos si llegaban a salir y compraban pero pues no sabían que estaba abierto entonces teníamos que estar allí afuera, no todos unos aquí haciendo normal nuestro trabajo, teníamos cosas que hacer en la bodega, en el aparador y ya entraba un cliente y pues ya</p> <p>“Pues solo remodelaron un poco la zapatería para adaptar las medidas sanitarias” (Entrevistado 16)</p>

	atenderlo no, y estar al pendiente, más al pendiente para que se pudiera llevar un calzado, porque no vendíamos lo que era” (Entrevistada 6).	
“Pues se tomaron algunas precauciones, como las medidas de este personas hicieron una fila y no estuvieran juntas no también, pero pues en si algo más drástico no” (Entrevistado 12).	“Bueno los dueños no sé, pero yo tuve que buscar otra alternativa y ellos nada más nos pagaban medio sueldo, bueno me pagaban a mí” (Entrevistado 10)	“Yo considero que se debió a que no cerró totalmente el negocio como paso con otras zapaterías, si no que con eso poco que se vendía se sustentaba el negocio para sobrellevarlo al día” (Entrevistado 16).
“Se implementaron filtros de sanitización y teníamos que tener más cuidado al contacto con la gente que entraba, nos protegíamos más por así decirlo” (Entrevistada 14).	“No se la verdad no sé, ahora sí que eso es del dueño no sé, que otras alternativas habrá buscado el, pero a lo mejor y si busco en línea pues yo en lo personal pues tenía que buscar trabajos en casa” (Entrevistado 10).	“Funciono normal solo se añadieron las medidas sanitarias” (Entrevistada 17).
“Pues simplemente cambiamos un poco la manera de los cuidados	“Durante la pandemia no sabría decirte porque cerramos, solo seguimos vendiendo en línea	“Este, pues cambio un poco el negocio por la

<p>más que nada de limpieza, más higiene” (Entrevistado 12).</p>	<p>por la plataforma que te digo y ahí si se vendían, aunque igual bajo la venta por la economía más queneda” (Entrevistada 14).</p>	<p>remodelación, aparte nosotros implantamos las medidas de gobierno que solicitaron” (Entrevistado 19).</p>
<p>“Por qué los patrones así no los dijeron, supongo que fue por seguridad de todos nosotros para no contagiarnos. (Entrevistada 14).</p>	<p>“Los dueños siguieron administrando las ventas en línea y los trabajadores nos fuimos a casa y solo siguieron laborando el personal encargado de la plataforma de las ventas en línea” (Entrevistado 14)</p>	
<p>“Yo considero que para bien porque el bicho se soltó muy feo entonces las medias sanitarias eran para cuidarnos del bicho” (Entrevistada 15).</p>	<p>“Más que nada porque mis padres tenían un ahorro y con eso les permitió salir adelante” (Entrevistada 15).</p>	
	<p>“A pesar de que el gobierno ordeno cerrarlos, nosotros seguimos trabajando, pero a media cortina solamente y con poca gente adentro” (Entrevistado 16).</p>	
	<p>“Siguió funcionando, pero a puerta cerrada por lo mismo que</p>	

aumentaron los números de contagios y por seguridad teníamos que cerrar, pero preferimos seguir laborando a puerta cerrada con un aforo máximo de tres clientes” (Entrevistado 18).

“A, que no cerramos como otros negocios, seguimos abriendo solo que con poca venta” (Entrevistada 20).

Anexa 5. Estrategias durante la pandemia

Estrategias		
<i>Participación de los empleados en la toma de decisiones</i>	<i>Apoyo salarial</i>	<i>Otras estrategias implementadas por los dueños</i>
<p>“No solo seguí indicaciones por parte de mi superior en la empresa, y ya eso fue todo” (Entrevistado 2).</p>	<p>“Ellos nos apoyaron con los sueldos, porque muchas empresas pues no apoyaban al trabajador, pero a nosotros si nos apoyaban en el tiempo que estuvo cerrado, nos daban no todo lo que era nuestro sueldo, pero si nos daban un poquito más de la mitad y lo que únicamente hacíamos era venir a cobrar cada ocho días” (Entrevistado 6).</p>	<p>“Si de hecho nosotros tenemos una plataforma de cómo se llama de línea” (Entrevistado 5).</p>
<p>“No, no me tomaron en cuenta para la realización de los nuevos cambios, se me hizo raro por ser yo el gerente” (Entrevistado 3).</p>	<p>“Pues los dueños no sabrían decirte, solamente te podría decir que nos siguieron pagando” (Entrevistado 9).</p>	<p>“Si, bueno es que de hecho siempre ha está una plataforma en línea” (Entrevistado 9).</p>
<p>“No, solo seguí indicaciones y las seguí” (Entrevistado 12). “No, no me tomaron en cuenta” (Entrevistado 13).</p>	<p>“Tengo entendido que el municipio les otorgo apoyos económicos a los puestos del mercado durante la remodelación, creo que esa fue una gran ventaja que los apoyaran. Aparte los puestos que tenía en otros tianguis podrían ser igual un sustento” (Entrevistada 19).</p>	<p>“No es tanto eso, yo creo que más que nada pues supo, yo creo como se dice ver sus necesidades económicas, porque no es la única que tiene existen como 45 zapaterías más entonces en todas esas en cada Estado era diferente unos cerraron antes, otros cerraron después, otros no cerraron para nada, entonces de una tienda a lo mejor sacaban poquito para las de más en unas, nosotros cerramos tres meses otros cerraron medio año, en la CDMX cerraron más tiempo” (Entrevistado 6).</p>

<p>“No me tomaron en cuenta en las decisiones de los cambios, solo seguí órdenes” (Entrevistada 15).</p>	<p>“Cambio el personal y algunas formas de trabajar en la plataforma en línea. Porque fueron estrategias para no quebrara el necio y siguiera sobreviviendo” (Entrevistada 17).</p>
<p>“No, solamente nos dieron una orden los dueños y ya entrabamos de 9.30 am hasta el cierre 9:00 pm” (Entrevistada 5).</p>	
<p>“No, yo cuando llegue el patrón ya había colocado todo eso” (Entrevistado 16).</p>	
<p>“Consultada no, nada más nos dijeron se va a hacer esto, se va a tomar las medidas que dice protección civil y nada más” (Entrevistado 6).</p>	
<p>“Si, el patrón nos habló de que podíamos hacer y podíamos decirle alguna propuesta” (Entrevistada 14).</p>	
<p>“Si, de hecho, yo como gerente tuve una plática con el jefe quien me dio instrucciones de cómo se iba a trabajar y lo que iba a cambiar en mejora de las ventas” (Entrevistado 17).</p>	
<p>“Si, mis jefes me llamaron y me platicaron todo lo que se iba a ser y yo estuve de acuerdo” (Entrevistado 19).</p>	
<p>” Si yo como gerente tenía que hacerme cargo de los cambios que e iba a realizar e informales a mis demás compañeros” (Entrevistado 20).</p>	

Anexo 6. Escenario Pospandemia durante la pandemia

Escenario Pospandemia			
<i>Ventas post pandemia</i>	<i>Recuperación económica</i>	<i>Ventas en línea</i>	<i>Expectativas</i>
<p>“Ajá y ahora ya no ahora vendemos la mitad o a veces menos entonces si disminuyó bastante” (Entrevistado 11).</p>	<p>“Pues este, ya hubo más afluencia de gente y pues ya nuestro sueldo no los aumentó y nos dieron más horas para trabajar” (Entrevistado 5)</p>	<p>“Eran buenas se vendía bien aparte tenemos una plataforma de venta en línea y de ahí son principalmente las ventas” (Entrevistado 13).</p>	<p>“Pues esperemos que sí, esperemos que, si porque si está muy este, ya se vino abajo a comparación de algunos años, sí, pero esperemos que sobreviva todavía algunos años” (Entrevistado 2).</p>
<p>“Que crees que el establecimiento tiene varias temporadas de hecho todo el año porque si empezamos, por ejemplo; no se primero vienen tenemos entradas de diez de mayo, ventas día del papa, salida de escuelas, entrada de escuelas y luego de fin de año ósea todo el año tiene entradas” (Entrevistado 11).</p>	<p>“Si porque, poco a poco se está recuperando la economía y los clientes están empezando a volver a venir entonces yo creo que si” (Entrevistada 18)</p>	<p>“Si pues nada más era abrir normal desde las nueve de la mañana y como la venta de tenis es por medio de catálogos virtuales las personas podían ver los zapatos desde internet” (Entrevistada 17).</p>	<p>“Yo pienso que, si porque ahorita las ventas ya se recuperaron y la economía ha ido creciendo, yo por eso digo que sí” (Entrevistada 20).</p>
<p>“Aja frecuentes, que serán ósea las ventas malas serian enero y febrero iniciando el año, pero hubo diciembre estuvo muy bueno” (Entrevistado 11).</p>	<p>“Sí, porque ahorita el virus ya perdió fuerza y todo está volviendo a la normalidad incluso las ventas han mejorado conforme pasa el tiempo” (Entrevistada 13).</p>		<p>“Si, considero porque ahorita a lo mejor no es lo mismo de las otras ventas pasadas pero yo siento que si está subiendo poco a poco, por cada año sube un poquito sube un poquito y uno se va dando cuenta que realmente si tiene un futuro no, nosotros</p>

	<p>tenemos un cierto, así como si vendes tanto esa tienda sobrevive si no vendes tanto también se cierra, en la pandemia también se cerraron una que otra tienda pero a los trabajadores no los dejaban así, ¡¡ ya gracias adiós !! si no que les buscaron un lugar, otra banca pero sí, si de que sobrevive sí. (Entrevistado 6)</p>
<p>“Más que nada porque mis padres tenían un ahorro y con eso les permitió salir adelante” (Entrevistada 15).</p>	<p>“Porque yo creo que fue una prueba de fuego, ¿no? para ver qué empresas eran las que sobrevivían y de cierto modo se adaptan a este tipo de cambios” (Entrevistado 3).</p>
<p>“Pues no me afectó mucho porque el sueldo siempre se mantuvo así que por esa parte no me afectó. Lo que si es que la cuarentena provocó que todos nos quedáramos en la casa y eso provocó gastos. Si, porque ya pasó la pandemia, la economía se está estabilizando y eso genera ingresos” (Entrevistada 17).</p>	<p>“Pues sigue abierta y no creo que cierren al contrario siguen abriendo en otros estados” (Entrevistado 9).</p>
	<p>“Bueno a que ya tiene muchos años, hay gente que, aunque nos abandonó otra tanta que, si han sido nuestros clientes y si han venido, si han regresado” (Entrevistada 10).</p>
	<p>“Pues si fueron para bien porque si ayudo a que</p>

	<p>todos empezaran a usar cubre bocas para que se quitara un poquito más rápido la pandemia” (Entrevistado 12).</p>
	<p>“Por qué no quebró como otras zapaterías y sin en cambio poco está creciendo los ingresos que habitualmente tenía” (Entrevistado 16).</p>
	<p>“Por qué este no cayó al pique y pues nos han seguido manteniendo el sueldo como a los empleados, como a toda la gente que laboramos aquí” (Entrevista 5).</p>
	<p>“Si yo creo que si ahorita ya remodelado el mercado los puestos volvieron abrir y ya la gente está viniendo de nuevo entonces yo pienso que sí” (Entrevistado 19).</p>