RECAI

RECAI Revista de Estudios
en Contaduría, Administración e Informática

ISSN: 2007-5278

Universidad Autónoma
del Estado de México

https://recai.uaemex.mx

Publicación: cuatrimestral

Mayo / agosto 2024

Año: 13 No: 37

Impacto de la postpandemia en las MiPyMEs mexicanas

Post-pandemic impact on mexican MSMEs

Autores:

Julio César Macías Villarreal *
Universidad Autónoma de Tamaulipas
ORCID: 0000-0002-8636-0570

Juan Daniel Almanza Zurita
Universidad Autónoma de Tamaulipas
ORCID: 0009-0001-3483-8747

Enrique Nicolás Franco Mendez
Universidad Autónoma de Tamaulipas
ORCID: 0009-0009-0646-8521

Fecha recepción:
16 de enero de 2024.

Fecha aceptación:
16 de abril de 2024

Fecha publicación:
1 de mayo de 2024

Páginas: 46 – 60

* Autor de correspondencia:
jcmacias@docentes.uat.edu.mx

Resumen

La pandemia ha impactado profundamente a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) en México, enfrentando retos como la pérdida de empleo y disminución del Producto Interno Bruto (PIB). Sin embargo, la resiliencia empresarial se ha forjado a través de la adopción de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), el comercio electrónico y social.

El home office y las TIC han sido fundamentales para la resiliencia, permitiendo rediseñar formas de trabajo y reducir costos operativos. El aumento exponencial del uso de internet y redes sociales ha respaldado la transición hacia el comercio digital. La adopción de estrategias, como el incremento del comercio electrónico, ha contribuido a mantener activas las MiPyMEs. Las proyecciones económicas indican una recuperación gradual, impulsada por la vacunación y mejoras en el mercado laboral, donde las MiPyMEs representan el 99.8% de los establecimientos en México.

El estudio revela que el comercio electrónico, con cifras destacadas en 2021, se ha convertido en una herramienta esencial para las MiPyMEs. Además, el comercio social, aprovechando plataformas como Facebook e Instagram, ha ganado relevancia, generando una interacción dinámica con clientes.

El uso de TIC, el comercio electrónico y social ha contribuido a la resiliencia empresarial, permitiendo a las MiPyMEs adaptarse a las nuevas condiciones del mercado global.

Palabras clave: Postpandemia, MiPyMEs, Resiliencia, TIC, Comercio electrónico.

Abstract

The pandemic had a deep impact on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Mexico, facing challenges such as job loss and a decrease in the Gross Domestic Product (GDP). However, business resilience has been forged through the adoption of Information and Communication Technologies (ICT), e-commerce and social commerce. Home office and ICT have been fundamental to resilience, allowing to redesign ways of working and reduce operating costs. The exponential increase in the use of the internet and social media has supported the transition to digital commerce. The adoption of strategies, such as the increase in e-commerce, has helped to keep MSMEs active. Economic projections indicate a gradual recovery, driven by vaccination and improvements in the labor market. MSMEs represent 99.8% of establishments in Mexico. The study reveals that e-commerce, with outstanding figures in 2021, has become an essential tool for MSMEs. In addition, social commerce, taking advantage of platforms such as Facebook and Instagram, has gained relevance, generating dynamic interaction with customers. The use of ICT, e-commerce and social commerce has contributed to business resilience, enabling MSMEs to adapt to the new global market conditions.

Keywords: Post-pandemic, MSMEs, Resilience, ICT, E-commerce.

Este es un artículo de acceso abierto bajo la licencia de Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional – https://creativecommons.org/licence/by-nc/4.0

1. Introducción

El presente trabajo pretende destacar el impacto de la pandemia en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) mexicanas considerando la construcción de la resiliencia empresarial basándose en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), el comercio electrónico y social. La pandemia trajo consigo innumerables retos para la sociedad, el caso de las MiPyMEs no es la excepción, debieron adaptarse de la noche a la mañana a una nueva realidad donde las operaciones comerciales se llevaron a cabo de manera remota o digital y de esta forma mitigar el impacto de las medidas sanitarias impuestas por el gobierno, en ese sentido, buscando contener la acelerada y exponencial propagación del COVID-19, siendo que en un inicio las empresas nacionales debieron luchar para revertir la pérdida de 647,710 empleos formales, según cifras reportadas por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) a través de la Gaceta Económica (2021).

De acuerdo con cifras del Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2022) el Producto Interno Bruto (PIB) nacional disminuyo en un 8.2%. Siendo que en los años 2021 y 2022 el PIB alcanzo cifras de 5.3% y 2.3% respectivamente, se estima que en 2023 tenga un crecimiento cercano a 2.6% con lo cual se puede establecer que las estrategias que se han implementado desde el inicio de la pandemia favorecieron a mantener a flote al sector empresarial.

El home office y el uso de las TIC han jugado un papel trascendental hacia la resiliencia de las MiPyMEs, por un lado, el trabajo en casa permitió que se rediseñara la forma de trabajar permitiendo a las empresas mantener operaciones, ampliar horarios de atención e incluso en algunos casos reducir costos de operación, por su parte el uso de las TIC se convirtió en una herramienta fundamental para la operación del comercio electrónico y social. En cuanto a la demanda de servicios de internet, el uso de redes sociales y medios digitales se reportaron incrementos de manera exponencial en los últimos años, de acuerdo con estadísticas del Instituto Federal de Telecomunicaciones (2021), entre diciembre de 2019 y diciembre 2020 la cifra de accesos a internet se acrecentó en 2.6 millones de usuarios, por lo que representó un incremento anual del 13.3%.

De acuerdo con García-Contreras (2021) puntualiza que las PyMEs representan el 90% del total de empresas a nivel mundial y por ende son las que aportan de manera importante al PIB de los países, por tal razón, son una de las principales fuentes de empleo.

2. Material y Métodos

El presente documento está basado en una investigación descriptiva de tipo no experimental, tomando como referencia los datos estadísticos proporcionados por sitios oficiales como Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) entre otros, de igual forma se estudió y analizó información de artículos de revistas indexadas de alto impacto.

La metodología está establecida por técnicas y métodos congruentes al análisis crítico, por lo que al ser aplicados con un proceso sistemático permiten alcanzar un mayor conocimiento científico (Toala-Toala, Mendoza Briones, & Moreira-Moreira, 2019)

La bibliografía se seleccionó de manera pertinente y constituye una exploración sistemática de información sobre la situación actual de las MiPyMEs y el impacto de la pandemia de COVID-19 en este sector.

3. Resultados y Discusión

La pandemia tuvo un impacto significativo en las MiPyMEs en todo el mundo, y México no fue la excepción. Las MiPyMEs mexicanas se vieron afectadas por la pandemia en diversos aspectos, siendo algunos de estos la disminución de las ventas, la interrupción de la cadena de suministros, la falta de liquidez, decremento en la productividad y la pérdida de empleos, por mencionar algunos. Al respecto el Gobierno de México mediante el portal de la Gaceta Económica (2021) publicó los datos reportados por el IMSS en cuanto al empleo formal durante el año 2020, el cual se vio disminuido en un 3.2%, es decir, cifras que representan 647,710 empleos directos, siendo la primera cifra de estas magnitudes desde el año 2009.

Durante el primer cuatrimestre del 2023, aún seguía vigente la emergencia sanitaria por Covid-19, finalmente después de cumplir con las características y requisitos señalados por el Organización Mundial de la Salud (OMS), el Gobierno mexicano emitió el decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación (2023) por el cual se declara terminada la acción extraordinaria en materia de salubridad general que tuvo por objeto prevenir, controlar y mitigar la enfermedad causada por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19). Como ya se mencionó, en un principio las condiciones para las MiPyMEs mexicanas no fueron las mejores, sin embargo la capacidad de adaptación para afrontar las condiciones generadas por la pandemia mejoró significativamente, de acuerdo al estudio económico para México realizado por la OCDE (2022), la economía se está recuperando (ver Tabla 1) y seguirá en este rumbo en los próximos años, esto en gran medida al aumento de la población vacunada y una mejora gradual en el mercado laboral, lo que traerá consigo un incremento en el consumo de productos, así mismo se prevé una disminución de la inflación a comparación del año 2021.

Tabla 1: La economía se está recuperando.

	2020	2021	2022	2023
Producto interno bruto	-8,2	5,3	2,3	2,6
Consumo privado	-10,5	7,3	2,0	2,3
Formación bruta de capital fijo	-17,8	10,4	4,4	4,5
Exportaciones	-7,3	5,9	6,5	5,3
Importaciones	-13,7	14,6	6,0	5,8
Tasa de desempleo	4,4	4,1	4,0	3,9
índice de precios al consumidor	3,4	5,7	5,4	3,4
Balance presupuestario (% del PIB)	-2,9	-2,9	-3,2	-3,0
Deuda pública (neta, % del PIB)	51,5	49,9	50,0	49,7

	2020	2021	2022	2023
Cuenta corriente (% del PIB)	2,3	-0,7	-0,8	-0,9

Fuente: Elaboración propia.

Así mismo México pasó de ser un país dependiente del petróleo en la década de los 90 ha ser hoy en día un gran centro manufacturero, integrándose así a las cadenas de valor a nivel mundial y aprovechando la cercanía con su vecino comercial los Estados Unidos, por otro lado, los tratados internacionales en materia comercial representan un factor detonante en la recuperación económica y particularmente en las MiPyMEs.

De acuerdo con datos reportados por la OCDE (2022), México figura dentro de los primeros lugares en cuanto a pobreza y desigualdad de ingresos, esto en gran medida debido al impacto de la pandemia en las familias mexicanas, representando un incremento en la vulnerabilidad de los hogares y en consecuencia un impacto negativo en su economía.

Por su parte el Banco Mundial (2023) respaldó a México al proporcionar una ampliación en la accesibilidad a esquemas de financiamiento en el ámbito de la inclusión financiera. Esta acción tuvo como resultado el impulso al crecimiento económico de sectores vulnerables, como las poblaciones rurales, mujeres, jóvenes y las MiPyMEs.

El Consejo Consultivo Nacional Financiera (2021) señala que PyMEs son un elemento clave en la recuperación económica en la época postpandémica, en este mismo sentido el INEGI (2021) apunta que el 99.8% de los establecimientos del país pertenecen al rubro de las MiPyMEs, destacando que entre 2020 y 2021 se duplicó la apertura de ellos, lo que representa una recuperación de la economía comparando con los periodos mayo de 2019, septiembre-octubre de 2020 y julio de 2021.

Datos del Banco Mundial (2023), muestran el comportamiento de la economía en México en los años 2020-2022 (ver Tabla 2), periodos en los cuales las empresas mexicanas lograron recuperar los niveles de empleo y el PIB en relación con los datos registrados previos a la pandemia.

Tabla 2: Comportamiento de la economía en México según PIB (2020-2022).

2020	2021	2022
-8%	4.7%	3.1%

Fuente: Elaboración propia.

La recuperación de las MiPyMEs se ha gestado en gran medida gracias a las acciones emprendidas por el Gobierno Federal tendientes a reducir la brecha de desigualdad e incrementar la cobertura de los programas sociales para la población y aquellos destinados al financiamiento, la exención de pagos en materia tributaria y la capacitación para el empleo, lo cual ha impulsado el ánimo de los empresarios por reabrir sus negocios o invertir en nuevas alternativas, todas estas acciones impulsan la búsqueda de reactivar la economía del país. Algunas de las estrategias implementadas por las MiPyMEs han sido el incremento del comercio en

línea por parte de las propias empresas, el uso de plataformas de comercio o distribución, el home office, los turnos quebrados o por roles, por mencionar algunos, sin duda estas estrategias permiten a las empresas mexicanas mantenerse vigentes a pesar de los estragos de la pandemia. En este sentido, la OIT (2020) señala que esta generación adoptó la forma más inusual de trabajo, los gobiernos de todo el mundo en su tarea de salvaguardar la integridad y salud de la población optó por cerrar operaciones presenciales en aquellos sectores catalogados como no esenciales, lo que obligo a empresas y trabajadores a tomar acciones inmediatas y adaptar el trabajo desde casa, estas estrategias en un principio se vieron como medidas desesperadas para contribuir a la disminución de los contagios y prevenir una catástrofe sanitara aun mayor, con el paso de los meses las empresas comenzaron a convencerse que el home office, teletrabajo o trabajo a distancia es una herramienta útil que permite reducir costos, aumentar la productividad y satisfacción de los empleados. Esta situación representa un enorme reto para las empresas y sus directivos, toda vez que por cerca de tres años (2020-2023) la flexibilidad y libertad conferida a los empleados para que continúen sus actividades desde casa se ha vuelto una apuesta constante en busca de la resiliencia en medio de un ambiente que pone en riesgo la calidad del trabajo y el prestigio de las empresas.

Las MiPyMEs y el uso de las TIC ante la pandemia

Las TIC desde hace décadas han representado una herramienta fundamental para la comunicación, el desarrollo de las actividades diarias de las personas, el hecho de vivir en una sociedad globalizada implica una evolución permanente, tal es el caso de las TIC, como antecedentes podemos remontarnos a las épocas donde se escribía en piedra, en papel, el uso de jeroglíficos, pergaminos entre otros, con el paso de los años podemos ver la evolución al uso del telégrafo, el teléfono, los celulares, el internet y hoy en día el uso de la inteligencia artificial, sin duda, las TIC han marcado el comienzo de lo que conocemos como sociedad de la información impulsando la evolución de lo social, económico y cultural (Ávila Díaz, 2013).

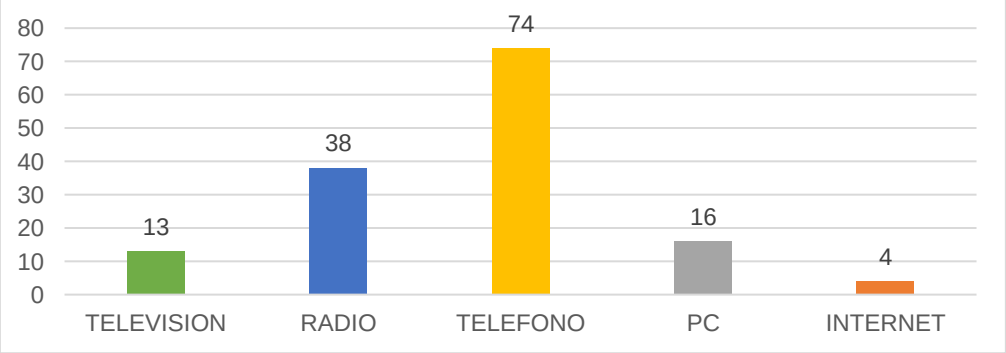
De acuerdo con datos publicados en el Boletín UNAM-DGCS-419 (2021), la pandemia provocó un aumento acelerado de diez años en el uso de las tecnologías, lo anterior obedece a la necesidad del uso de internet, equipo de cómputo y dispositivos electrónicos con conectividad para realizar las actividades propias de las organizaciones, la educación e incluso el hogar, en este sentido es importante destacar que a raíz de la pandemia durante 2020 y 2021 se observó aún más la demanda en el uso de la tecnología y dispositivos electrónicos con el propósito de favorecer el comercio electrónico y de esta manera buscar mitigar el impacto de la pandemia en las MiPyMEs.

Otras herramientas que han tomado trascendencia en los últimos años han sido las redes sociales, los servicios de almacenamiento en la nube y las aplicaciones para trabajo remoto y video conferencia. Con el apoyo de estas herramientas ha sido posible que las empresas y el sector educativo mantengan su operatividad e incluso han favorecido el aumento de los clientes y la diversificación de nuevos canales de suministros, a pesar de las restricciones de horario, movilidad y distanciamiento social que imperaron durante el momento más crítico de la pandemia.

El aumento del uso del comercio electrónico y redes sociales ha obligado a las organizaciones de los diferentes sectores a pensar de manera seria en brindar ciberseguridad a sus clientes y usuarios, de acuerdo con Ortiz (2021), esta es fundamental en cualquier organización si se desea mantener la competitividad y brindar confianza a los usuarios y clientes.

Un estudio realizado por las Naciones Unidas y la Comisión Económica para América Laina y el Caribe (2021), señala un crecimiento en la demanda de pedidos online durante el primer trimestre de 2020, en Europa esta modalidad incremento en un 50%, para Norteamérica el aumento fue del 120%. En el caso particular de México durante este periodo, el tráfico de internet aumento en un 70%. Si bien durante el 2020 el comercio electrónico creció de manera exponencial y la demanda en el uso de las TIC y dispositivos electrónicos también creció de manera significativa. A manera de referencia histórica y con el propósito de ilustrar la funcionalidad del internet como herramienta tecnológica para el desarrollo de la sociedad y sobre todo el fortalecimiento de las MiPyMEs, se presenta la Grafica 1, la cual presenta el número de años que tardaron las diferentes TIC en alcanzar los 50 millones de usuarios.

Gráfica 1: Años en alcanzar los 50 Millones de Usuarios.



Fuente: Elaboración propia a partir de Malca (2001).

La grafica anterior permite identificar que el uso internet tardó solo 4 años en alcanzar los 50 millones de usuarios lo que representa tres veces más rápido que la PC y prácticamente 19 veces más rápido que el teléfono. Lo anterior obedece a que el uso del internet hoy en día es prácticamente indispensable para las MiPyMEs y la sociedad en general, aunado a ello la llegada de la pandemia y la necesidad de continuar con el trabajo fueron los dos factores determinantes en la aceleración en la demanda de servicios de internet y el comercio electrónico, al respecto Malca (2001) Señala que el comercio electrónico es aquel que se basa en el uso de las tecnologías y telecomunicaciones para realizar transacciones de productos y servicios entre empresas, personas y entes gubernamentales.

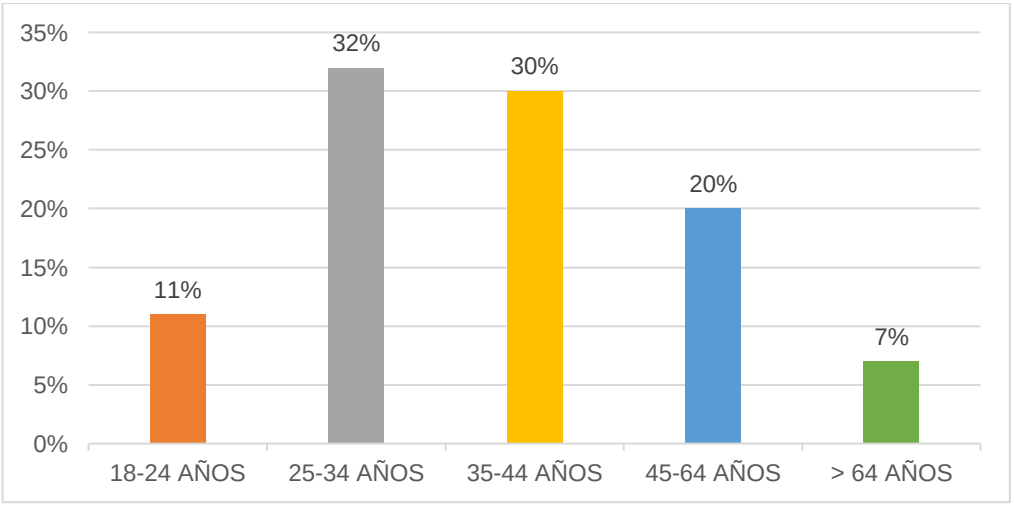
El comercio electrónico y comercio social, dos alternativas ante la pandemia.

Durante la pandemia el uso del comercio electrónico se consolido como una de las principales estrategias de las empresas, teniendo que implementar o bien favorecer el desarrollo de esta modalidad para ofertar productos y servicios a sus clientes y trascender no solo de forma local sino regional, nacional e incluso

internacional, con la implantación de esta estrategia de comercialización, las empresas mexicanas se han visto obligadas a invertir en equipamiento, infraestructura y a generar en algunos caso alianzas operativas y comerciales para mantenerse activas en un entorno de incertidumbre a consecuencia de los impactos de la pandemia. Al respecto el sitio de internet STATISTA (2023) reportaba que el comercio electrónico en México para el año 2021 alcanzaba cifras cercanas a los 38 millones de dólares, convirtiendo a nuestro país en el segundo lugar en América Latina solo por debajo de Brasil.

En tal sentido, es de relevancia analizar los rangos de edades de los usuarios del comercio electrónico en México durante el año 2021, donde se muestra el resultado de 11 mil encuestados mayores de edad que compraron algún producto por internet, destacando con un 32% las personas entre 25 y 34 años de edad como aquellas que compraron al menos un producto por internet durante 2021, por su parte los mayores de 64 años de edad representan un 7% de la población que adquirió productos a través de la red.

Gráfica 2: Distribución de los usuarios de internet que compraron algún producto en línea en México en 2021, por grupo de edad.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de STATISTA (2021).

De acuerdo con datos de la AMVO (2023), durante el año 2022 el valor del mercado del comercio electrónico al por menor en México llego a la cifra de los 528 millones de pesos, representando así un crecimiento anual del 23%. De lo anterior las MiPyMEs han incrementado sus ventas, su presencia en redes sociales e intensificado el uso de estrategias de marketing digital para promocionar sus productos y servicios. El uso de las redes sociales se ha convertido en los últimos años en un canal importante de comunicación, el cual favorece la interacción con los clientes. De igual forma las herramientas de comunicación digital, como videollamadas, correos electrónicos y mensajería instantánea, se han vuelto fundamentales para mantener el contacto con proveedores, socios comerciales y clientes. Estas herramientas le han permitido a las MiPyMEs realizar reuniones virtuales, atender temas de logística y brindar atención al cliente de una manera óptima reduciendo tiempos, costos y sobre todo contribuyendo a atender las medidas de sana distancia que se impusieron durante la pandemia. Hoy en día estas estrategias y herramientas han prevalecido y forman parte importante dentro del esquema comercial y de servicios de las empresas mexicanas.

Es importante destacar que los millones de usuarios de redes sociales, teléfonos inteligentes, aplicaciones de comercio electrónico y cuentas de correo suministran a diario información que se convierte en datos de interés para las empresas a la hora de analizar su estrategia y orientar sus esfuerzos para mantener y alcanzar nuevos clientes. Al respecto García (2015) señala que para las organizaciones es imprescindible desarrollar estrategias de marketing online para sobrevivir en el mercado actual.

De acuerdo con datos publicados por INEGI (2020), prácticamente el 30% de las empresas implementó el comercio electrónico como medio de respuesta ante la crisis sanitaria, sin duda esta estrategia permitió a las empresas evitar un impacto mayor como el cierre de operaciones o el despido masivo de empleados. Resulta interesante el análisis de la información realizado dentro del estudio "Los Negocios en la Economía de Internet", el cual categoriza a las empresas objeto de análisis en seis categorías. (Ver tabla 3)

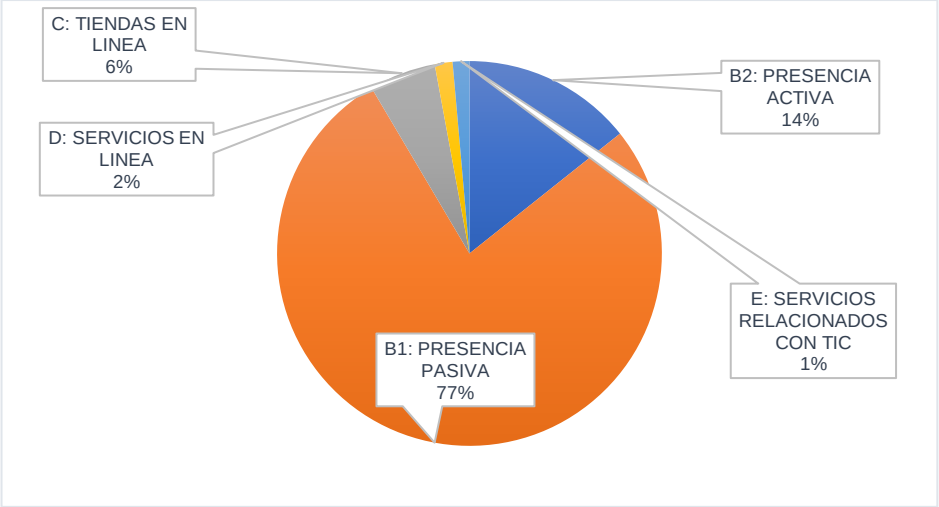
Tabla 3: Uso del Comercio Electrónico en las Empresas durante 2020.

CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	ANÁLISIS
A	Empresa sin sitio Web	No cuenta con sitio de internet
B	Ingresos generados indirectamente a través de Internet (presencia pasiva)	El sitio web es de carácter informativo y no transaccional.
B1	Ingresos generados indirectamente a través de Internet (presencia activa)	El sitio web es transaccional pero la actividad principal de la empresa se realiza de forma presencial.
C	Ingresos generados directamente a través de Internet (tiendas en línea)	El sitio web es transaccional y la actividad de la empresa no podría existir sin Internet.
D	Ingresos generados directamente a través de Internet (servicios en línea)	El sitio web es transaccional y la actividad de la empresa no podría existir sin Internet.
E	Ingresos generados directamente a través de Internet por servicios de Tecnologías de Internet y Comunicaciones	Empresas que generan ingresos directamente de Internet mediante la venta de servicios relacionados con las TIC.

Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI (2020).

Para el año 2020 de acuerdo con los datos arrojados por el estudio el 77% de las empresas eran del tipo B1 presencia pasiva y solo el 3% engloba a las categorías D y E en cuanto al uso de Internet. (Ver grafica 3)

Gráfica 3: Distribución de las empresas según categoría de uso de Internet, septiembre 2020.



Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI (2020).

Las MiPyMEs han aprendido a construir un entorno de resiliencia a partir de la pandemia, basado en una comunicación efectiva con clientes y proveedores, la innovación en el entorno laboral, la implementación de tecnología, la adopción del home office y sobre todo el desarrollo de estrategias financieras que les permitan sobreponerse a la crisis financiera presente desde 2020, aunado a esto se implementaron medidas de seguridad y salud en los lugares de trabajo para proteger a los empleados y minimizar así el riesgo de contagio, sin embargo las MiPyMEs aún enfrentan importantes desafíos para garantizar una recuperación integral en esta denominada postpandemia.

Uno de estos desafíos es la reinserción integral al mercado laboral de aquellas personas que perdieron su empleo durante la parte más crítica de la crisis, en muchos de los casos se requiere de atención de tipo psicoemocional para garantizar que el recurso humano se sienta seguro y pueda desempeñar sus actividades de manera óptima en la época postpandemia. Al respecto Sagawa (2021) señala que las transformaciones tecnológicas, el comercio electrónico y las nuevas condiciones laborales obliga a las áreas de recursos humanos (RRHH) a emerger como un área esencial dentro de las organizaciones. En la adaptación postpandemia, las MiPyMEs, demandan especialistas en Psicología, Recursos Humanos y manejo de las TIC, que sean capaces de hacer sinergia y brindar a asesoría y acompañamiento en la transición a la nueva normalidad.

Como se ha mencionado anteriormente, durante la pandemia las MiPyMEs se vieron obligadas a adoptar medidas extraordinarias para salvaguardar la integridad de sus trabajadores y lograr mantenerse en operación en medio de un entorno de incertidumbre económica, política y social como consecuencia de la pandemia de COVID-19, una de las principales acciones de la mayoría de las MiPyMEs en México fue el Home Office, al respecto, la Ley Federal del Trabajo (2021) en su artículo 311 señala: “Trabajo a domicilio

es el que se ejecuta habitualmente para un patrón, en el domicilio del trabajador o en un local libremente elegido por él, sin vigilancia ni dirección inmediata de quien proporciona el trabajo".

Este contexto resulta adecuado para hablar del uso de las TIC como herramienta fundamental para el desarrollo del home office, las MiPyMEs han recurrido al uso de plataformas de video conferencia (ver figura 1) para mantener contacto con sus empleados, clientes y proveedores, sin duda el uso de estos recursos es ya una solución que permite optimizar tiempos, recursos e infraestructura, además brindan la posibilidad de sostener múltiples reuniones en un día sin importar la ubicación geográfica de los participantes BREVO (2022).

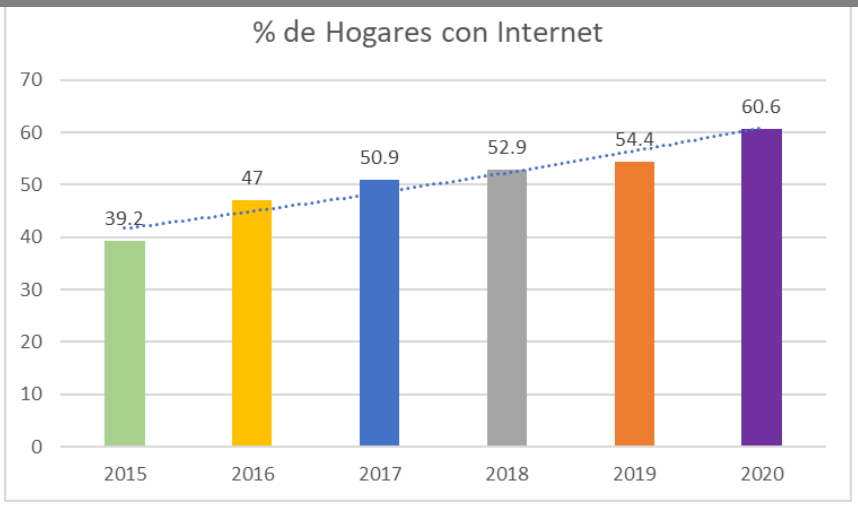
Figura 1: Principales Plataformas de Videoconferencia.



Fuente: Elaboración propia a partir de Brevo (2022).

Los dispositivos electrónicos como celulares, tablets y equipo de cómputo también son fundamentales en el éxito del home office, de acuerdo con datos reportados por el INEGI (2021) a través de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de Tecnologías de la información en los hogares, para el año 2020, se reportó que en nuestro país había un 84.1 millones de usuarios de internet y 88.2 millones de usuarios de teléfono celular, en este mismo sentido el 38% de la población usaba equipo de cómputo este dato ascendía a 44 millones de usuarios. Estos datos sin duda han aumentado en los últimos años como consecuencia del confinamiento, el home office y las clases en modalidad híbrida o a distancia, los proveedores de servicio de telefonía e internet han visto un incremento en la demanda de servicios, al respecto el mismo estudio señala que en el año 2020 el 60.6% del total de hogares del país disponen de algún tipo de conexión a internet

Gráfica 4: Hogares con Internet 2015-2020.



Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI (2021).

Durante la revisión de la literatura destaca el comercio social, el cual es definido por Duro (2021) como una forma de comercio online que utiliza las redes sociales como un canal más de ventas, tanto de productos como de servicios. Teniendo como principales ejemplos de estas Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, así mismo podrían incluirse foros, plataformas digitales y canales virtuales para realizar la comercialización de productos y servicios. A continuación, se presentan las principales diferencias entre comercio electrónico y social. (Ver tabla 4)

Tabla 4: Diferencias entre Comercio Electrónico y Comercio Social.

Comercio Electrónico	Comercio Social
La venta es directa a través del sitio o plataforma del negocio	La venta se da a través de la interacción en redes sociales de los usuarios.
La atención es personalizada (individual)	Interacción directa con los clientes
Relación estática	Relación dinámica
Atrae clientes o consumidores	Genera una comunidad basada en intereses
Se pueden generar ventas grandes sin tener muchos seguidores	Puede tener miles de seguidores y no cerrar ninguna venta
Seguridad en las transacciones	Transacciones inseguras (en algunos casos)

Fuente: Elaboración propia a partir de (Duro Limia, 2021) y (Guzman & Abreo, 2017).

El uso de las TIC, el Comercio electrónico y Social un camino a la resiliencia de las MiPyMEs mexicanas.

Ante la situación que se vivió en los últimos tres años a consecuencia de la pandemia las MiPyMEs se vieron en la necesidad de adaptarse al entorno para seguir operando a pesar de las restricciones sanitarias que imperaron durante gran parte de los años 2020 y 2021.

Piñeiro Chousa y Romero Castro (2011) señalan que la resiliencia ha crecido en aceptación durante los últimos años al ser una capacidad necesaria para que las empresas puedan garantizar su supervivencia,

esto mediante la renovación, reorganización y aprovechamiento de los cambios como una oportunidad para generar y defender ventajas competitivas mediante la innovación.

La resiliencia empresarial es definida por la empresa especialista en TIC IKUSI (2023) como la capacidad de adaptación que mantiene una organización para el cambio, es decir, la forma que tiene de afrontarlo. De esta manera, al aplicar acciones empresariales con la intención de resistir, será posible garantizar la continuidad del negocio.

Para el año 2023 la demanda de internet, equipos de cómputo, herramientas tecnológicas y el uso de redes sociales ha crecido de manera exponencial, es por ello por lo que las MiPyMEs mexicanas pueden cimentar de manera sólida su recuperación en el uso de las TIC, así como en el comercio electrónico y social. En este sentido, el comercio social se define como el proceso de compra y venta de bienes de manera electrónica mediante el uso de internet, redes y tecnologías digitales, así lo menciona Laudon (2012). De acuerdo OLIST (2023) el comercio electrónico se vuelve cada vez más importante y dinámico como resultado de su aceptación en el entorno empresarial, es en este punto donde la MiPyMEs han visto obligadas a invertir en tecnología y capacitación del capital humano para estar en posibilidad de mantenerse vigentes ante la nueva realidad donde las transacciones electrónicas predominan en el mercado. Por ello como parte de la resiliencia empresarial las MiPyMEs deben establecer una estrategia que les permita competir en el mercado global y seguir siendo parte importante de la recuperación económica del país.

Las empresas tienen una relación muy estrecha con sus clientes, y una buena comunicación entre ellos dará lugar, en muchos casos, al éxito y crecimiento de las organizaciones. En este entendido, las actividades empresariales no están ajenas al uso del computador ni del internet y la presente investigación pretende mostrar los beneficios que podemos obtener del uso del internet en las operaciones de comercio que realizan las empresas.

4. Conclusiones

Podemos concluir que el impacto de la pandemia en las MiPyMEs mexicanas ha sido significativo, pero a lo largo del periodo postpandémico, se evidencia una resiliencia empresarial basada en la adaptación a nuevas formas de trabajo y la implementación de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). La rápida transición al home office ha permitido a las empresas mantener operaciones, ampliar horarios y reducir costos. El uso de las TIC se ha convertido en una herramienta fundamental, especialmente en el impulso del comercio electrónico y social.

Durante los primeros meses de la pandemia, las MiPyMEs enfrentaron desafíos como la pérdida de empleo y la disminución del Producto Interno Bruto (PIB), pero a medida que se implementaron estrategias y medidas gubernamentales, se observa una recuperación económica. La flexibilidad y adaptabilidad de las MiPyMEs han sido fundamentales para enfrentar los retos planteados por la crisis sanitaria.

El comercio electrónico y social han surgido como estrategias clave para las MiPyMEs, permitiéndoles llegar a nuevos mercados y mantener la operación en un entorno de distanciamiento social. El uso de redes

sociales, plataformas de videoconferencia y otras herramientas digitales ha impulsado la interacción con clientes, proveedores y socios comerciales.

La resiliencia empresarial se ha manifestado en la capacidad de adaptación de las MiPyMEs a las nuevas condiciones, aprovechando las oportunidades que ofrecen las TIC. La inversión en tecnología, la formación del personal y la participación en el comercio electrónico son elementos clave para la supervivencia y el crecimiento de estas empresas en la era postpandémica.

En este contexto, las MiPyMEs mexicanas se enfrentan a desafíos continuos, como la reinserción integral al mercado laboral, pero la resiliencia demostrada hasta ahora sienta las bases para una recuperación sostenible. La capacidad de adaptarse a las transformaciones tecnológicas, el cambio en las condiciones laborales y el enfoque en la inclusión financiera son aspectos esenciales para consolidar el papel de las MiPyMEs en la recuperación económica del país.

5. Referencias

AMVO Asociación Méxicana de Ventas Online. (Febrero de 2023). AMVO. Obtenido de https://www.amvo.org.mx/estudios/estudio-sobre-venta-online-en-mexico-2023/

Ávila Díaz, W. D. (2013). Hacia una reflexión histórica de las TIC. Hallazgos. Hallazgos, 213-233.

BANCO MUNDIAL. (04 de ABRIL de 2023). BANCO MUNDIAL. Obtenido de https://www.bancomundial.org/es/country/mexico/overview#3

BANCO MUNDIAL. (ABRIL de 2023). BANCO MUNDIAL. Obtenido de https://www.bancomundial.org/es/country/mexico/overview#1

BREVO. (14 de OCTUBRE de 2022). Brevo antes sendinblue. Obtenido de https://es.sendinblue.com/blog/mejores-plataformas-para-videoconferencia/

Diario Oficial de la Federación. (11 de enero de 2021). Ley Federal del Trabajo. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5609683&fecha=11/01/2021#gsc.tab=0

Diario Oficial de la Federación. (09 de Mayo de 2023). Obtenido de https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5688265&fecha=09/05/2023#gsc.tab=0

Duro Limia, S. (12 de MARZO de 2021). ¿Qué es el social commerce y cómo se aplica en las redes sociales? Obtenido de https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/social-commerce#:~:text=El%20social%20commerce%20es%20una%20forma%20de%20comercio%20online%20que,de%20productos%20como%20de%20servicios.

Gaceta Economica. (30 de julio de 2021). Obtenido de https://www.gob.mx/shcp%7Cgacetaeconomica/articulos/el-empleo-formal-disminuyo-3-2-en-2020

Guzman, A., & Abreo, C. (2017). Del comercio electronico al comercio social; la innovación al alcance de las organizaciones. Estudio para el sector calzado Bucaramanga, Colombia. Contabilidad y Negocios.

IKUSI. (2023). IKUSI.COM. Obtenido de https://www.ikusi.com/mx/blog/resiliencia-empresarial-como-potenciarla-en-tiempos-de-

crisis/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20resiliencia%20empresarial,garantizar%20la%20continuidad%20del%20negocio.

INEGI. (2020). LOS NEGOCIOS DE LA ECONOMIA DE INTERNET. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/investigacion/nei/doc/Pres_NegociosEcon.pdf

INEGI. (2021). ENCUESTA NACIONAL SOBRE DISPONIBILIDAD Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACION EN LOS HOGARES 2020. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH_2020.pdf

INEGI. (2021). INEGI. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN_2021.pdf

INSTITUTO FEDERAL DE TELECUMUNICACIONES. (12 de OCTUBRE de 2021). INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. Obtenido de ANÁLISIS DE LOS SECTORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN EN 2020: VALORACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA EMERGENCIA SANITARIA: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/analisistyr2020acc.pdf

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). Sistemas de Información Gerencial. México: Pearson Educación.

Malca, O. (2001). Comercio Electronico. Lima: Universidad del Pacífico.

NAFIN. (2021). NAFIN. Obtenido de https://www.nafin.com/portalnf/files/secciones/regionales/gaceta-nacional/nuevo-leon/documentos/OCT-21/Nuevo_Leo_769_n_CC_VF.pdf

NU. CEPAL. (2021). Recuperación económica tras la pandemia COVID-19: empoderar a América Latina y el Caribe para un mejor aprovechamiento del comercio electrónico y digital. Panamá, Panamá: CEPAL.

OCDE. (08 de marzo de 2022). Estudios Económicos de la OCDE: México 2022. Paris: OCDE. Obtenido de ocde.org: https://read.oecd-ilibrary.org/economics/estudios-economicos-de-la-ocde-mexico-2022_8b913f19-es#page11

OLIST. (Mayo de 2023). OLIST. Obtenido de https://olist.com/blog/es/como-emprender-un-negocio/e-commerce-es/ecommerce-para-pequenas-empresas-como-digitalizarse-en-un-gran-mercado/

ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT). (2020). El Teletrabajo durante la pandemia de COVID-19 y después de ella. Guia Practica. Ginebra, GINEBRA: OIT. Obtenido de ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_758007.pdf

Ortiz, M. (2021). IMPORTANCIA DE LAS BUENAS PRÁCTICAS EN CIBERSEGURIDAD EN EL TRABAJO REMOTO DE ENTIDADES PÚBLICAS DE COLOMBIA EN ÉPOCA DE PANDEMIA. BOGOTA D.C.: UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD.

Piñeiro Chousa, J., & Romero Castro, N. (2011). Responsabilidad Social Empresarial y resiliencia. Revista Galega de Economía, 20(2), 1-34. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39121262006

Rigoberto García-Contreras, D. V.-C.-G. (2021). Selección organizacional: resiliencia y desempeño de las pymes en la era de la COVID-19. Estudios Gerenciales, vol. 37, núm. 158, pp. 73-84,.

Sagawa, C. (25 de noviembre de 2021). RRHH 8 retos post-pandemia que definirán los próximos años. DAY.IO. Recuperado el 15 de octubre de 2023, de DAY.IO: https://day.io/es/blog/rrhh-retos-post-pandemia-definiran-proximos-anos/

Sixto Garcia, J. (2015). DESARROLLO DE LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE MARKETING. ESTADO DE LA CESTION HASTA 2015. ANAGRAMAS TUMBOS Y SENTIDOS DE LA COMUNICACION, 179-196.

STATISTA. (2021). Obtenido de https://es.statista.com/estadisticas/1115116/mexico-porcentaje-usuarios-ecommerce-edad/

STATISTA. (13 de MARZO de 2023). STATISTA. Obtenido de https://es.statista.com/temas/6370/el-comercio-electronico-en-mexico/?kw=&crmtag=adwords&gclid=CjwKCAjw9pGjBhB-EiwAa5jl3H3Etafb_EqEuxZYR-yw3X5Q0ZKn_FnN4WpazX6P5-5HXj4j8MLbxRoCu7gQAvD_BwE#topicOverview

Toala-Toala, G. M., Mendoza Briones, A. A., & Moreira-Moreira, L. M. (05 de ABRIL de 2019). Importancia de la enseñanza de la metodología de la investigación científica en las ciencias administrativas. Dominio de las Ciencias, 56-70. Obtenido de https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/889

UNAM-DGCS-419, b. (2021). PANDEMIA ACELERA 10 AÑOS EL USO DE TECNOLOGÍAS DIGITALES. México: Dirección General de Comunicació Social UNNAM. Obtenido de https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2021_419.html

RECAI