



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), septiembre-octubre 2024,
Volumen 8, Número 5.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES DE EGRESADOS DE LA UNAD EN EL CCAV DE NEIVA DURANTE EL CONFINAMIENTO DEBIDO AL COVID 19 EN EL ÁMBITO SOCIAL Y ECONÓMICO

**BUSINESS STRATEGIES OF UNAD GRADUATES IN
NEIVA DURING THE COVID-19 LOCKDOWN:
A SOCIOECONOMIC PERSPECTIVE**

Mtra. Martha Elena Garcia Salaya

Secretaría de Educación Pública de Tabasco México

Dr. Luis Gaspar Avila Soliz

Secretaría de Educación Pública de Tabasco México

Dr. Miguel de la Cruz Hernandez

Escuela Normal Rosario María Gutiérrez Eskildsen, México

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14037

Estrategias Empresariales de Egresados de la UNAD en el CCAV de Neiva Durante el Confinamiento Debido al Covid 19 en el Ámbito Social y Económico

Mélida Cerquera Polo¹melida.cerquera@unad.edu.co<https://orcid.org/0000-0001-8422-1019>Universidad Nacional Abierta
y a Distancia-UNAD
Colombia**Sandra Migdonia Tovar Trujillo**sandra.tovar@unad.edu.co<https://orcid.org/0009-0006-7278-3237>Universidad Nacional Abierta
y a Distancia-UNAD
Colombia**Dagoberto Valencia Ortiz**dagoberto.valencia@unad.edu.co<https://orcid.org/0009-0006-0908-1697>Universidad Nacional Abierta
y a Distancia-UNAD
Colombia**Shyrley Rocio Vargas Paredes**shyrley.vargass@unad.edu.co<https://orcid.org/0009-0003-3852-8599>Universidad Nacional Abierta
y a Distancia-UNAD
Colombia

RESUMEN

El presente estudio cualitativo, bajo un diseño etnográfico descriptivo, buscó comprender las estrategias de adaptación empresarial implementadas por egresados de la UNAD durante el confinamiento por COVID-19. A través de entrevistas semiestructuradas a 12 empresarios, se identificaron las principales dificultades (disminución de ventas, alteraciones en la cadena logística, incremento de costos y cambios en los hábitos de consumo) y las estrategias adoptadas (venta en línea, marketing digital, atención virtual y reajustes de catálogos). Los resultados revelan que los empresarios Unadistas respondieron a la crisis priorizando estrategias competitivas y funcionales, lo cual, si bien fortaleció su resiliencia, evidenció la necesidad de fortalecer competencias digitales, de gestión estratégica y comportamentales. Se concluye que la pandemia aceleró la transformación digital de las empresas y subrayó la importancia de la formación continua para afrontar futuros desafíos.

Palabras clave: covid 19, unidades productivas, estrategias empresariales, innovación

¹ Autor principal

Correspondencia: melida.cerquera@unad.edu.co

Business Strategies of UNAD Graduates in Neiva During the Covid-19 Lockdown: A Socioeconomic Perspective

ABSTRACT

This qualitative study, employing an ethnographic descriptive design, aimed to understand the business adaptation strategies implemented by UNAD graduates during the COVID-19 lockdown. Through semi-structured interviews with 12 entrepreneurs, the study identified the main challenges faced (decreased sales, disruptions in the supply chain, increased production costs, and changes in consumer habits) and the strategies adopted (online sales, digital marketing, virtual customer service, and catalog adjustments). The results reveal that UNAD entrepreneurs responded to the crisis by prioritizing competitive and functional strategies, which, while strengthening their resilience, highlighted the need to enhance digital, strategic management, and behavioral competencies. It is concluded that the pandemic accelerated the digital transformation of businesses and underscored the importance of ongoing training to address future challenges.

Keywords: covid 19, productive units, business strategies, innovation

Artículo recibido 10 agosto 2024

Aceptado para publicación: 15 septiembre 2024



INTRODUCCIÓN

El 30 de enero de 2020, un día que inicialmente parecía ordinario, fue cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró la pandemia de COVID-19, marcando un punto de inflexión global. Esta crisis no solo puso en evidencia la fragilidad de los sistemas de salud en todo el mundo y las profundas desigualdades sociales exacerbadas por un modelo globalizado y capitalista, caracterizado por un acelerado ritmo de transformación –social, cultural, tecnológico, entre otros–, sino que también reveló enormes desafíos para las economías globales, impactando directamente al sector empresarial.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2022), para el año 2023 se proyecta una reducción de aproximadamente 52 millones de empleos en comparación con los niveles previos a la pandemia. Aún más alarmante es que las expectativas de recuperación de estos empleos representan un reto formidable, especialmente para las economías emergentes y en desarrollo. El sector empresarial ha sido identificado como uno de los más afectados por la emergencia sanitaria, debido en gran parte a las medidas adoptadas para controlar la crisis, como el confinamiento y el distanciamiento social.

Diversos autores han estudiado los efectos de estas medidas y han concluido que las micro, pequeñas y medianas empresas han sido las más perjudicadas por las consecuencias económicas y sociales derivadas de la pandemia (Cueva y Erazo, 2021; CEPAL, 2020; Giles, 2020; Bartik, et al., 2020; Coibion, et al., 2020). Entre las principales consecuencias identificadas se encuentran: cierres temporales y permanentes debido a las restricciones gubernamentales y al distanciamiento social (Giles, 2020); reducción de la demanda como resultado de la disminución del gasto del consumidor y la incertidumbre económica (Coibion, et al., 2020); interrupciones en la cadena de suministro, provocando retrasos, cancelaciones de pedidos y dificultades para obtener materias primas (Giles, 2020; Bartik, et al., 2020); la necesidad de adaptarse al trabajo remoto y a la digitalización de procesos, lo que ha generado tanto desafíos como oportunidades (Cueva y Erazo, 2021); y los costos adicionales asociados a inversiones en medidas de seguridad, como equipos de protección personal y desinfección, que han incrementado los costos operativos (Cueva y Erazo, 2021; Coibion, et al., 2020).

En el contexto colombiano, Serna et al. (2020) analizaron el impacto de la pandemia en el empleo de pequeñas y microempresas en las principales trece ciudades del país, concluyendo que alrededor de 1.825.954 trabajadores en sectores como transporte, comunicaciones, actividades inmobiliarias,

construcción y comercio estaban en riesgo de perder su empleo. De manera similar, Ochoa et al. (2020) evaluaron el impacto económico de la emergencia sanitaria en las empresas de Boyacá, hallando que un tercio del 45% de las empresas que reportaron disminuciones en ventas, experimentaron caídas superiores al 70%.

Desde una perspectiva más optimista, se reconoce que la crisis sanitaria también propició oportunidades para que las empresas desarrollaran e implementaran estrategias para superar los retos impuestos por las medidas gubernamentales. Araujo (2021) sugiere que las estrategias y lecciones aprendidas se centran en los ámbitos estratégicos, de cadena de suministro y operaciones, y de transformación digital (p. 91-92). Estas lecciones incluyen la implementación de tecnología e innovación, presentes en gran parte de las estrategias adoptadas por las empresas, así como otras acciones sugeridas para el periodo post-pandemia, tales como políticas de financiamiento y abastecimiento (Araujo, 2021, p. 89). En resumen, Kuckertz et al. (2020, citado en Araujo, 2021, p. 90), afirman que los empresarios ven la oportunidad empresarial como una forma positiva de enfrentar los problemas actuales a través de estrategias adecuadas.

De acuerdo con la clasificación propuesta por Cuervo (1999) en su obra "Dirección Estratégica de la Empresa: Reflexiones desde la economía de la empresa", existen tres niveles de formulación de estrategias empresariales:

Estrategias corporativas: Estas buscan vincular a la empresa con su entorno, decidiendo en qué negocios y sectores operar, y orientando su desarrollo en aspectos como la integración vertical, diversificación y adquisiciones (Cuervo, 1999, p. 35).

Estrategias de negocio o competitivas: Relacionadas con la construcción de ventajas competitivas, estas estrategias buscan posicionar a la empresa de manera ventajosa frente a sus competidores mediante decisiones sobre costos o diferenciación (Cuervo, 1999, p. 36).

Estrategias funcionales: Se enfocan en cómo utilizar los recursos y habilidades en cada área funcional (aprovisionamiento, producción, distribución, finanzas, personal) para maximizar su productividad y apoyar la obtención de ventajas competitivas (Cuervo, 1999, p. 36).

El objetivo de este estudio es identificar los desafíos enfrentados por los empresarios Unadistas durante el confinamiento por COVID-19, y analizar y categorizar las estrategias empresariales implementadas

de acuerdo con la tipología propuesta por Cuervo (1999), además de reconocer las lecciones aprendidas en medio de la crisis.

Este análisis ofrece una visión detallada de los retos y respuestas estratégicas de los empresarios Unadistas durante el confinamiento, brindando valiosas lecciones para el desarrollo empresarial en contextos de crisis.

METODOLOGÍA

Para alcanzar el objetivo planteado, se llevó a cabo un estudio con enfoque cualitativo y diseño etnográfico. De acuerdo con Duranti (2000, citado en Peralta, 2009), el diseño etnográfico se define como “la descripción escrita de la organización social de las actividades, los recursos simbólicos y materiales, y las prácticas interpretativas que caracterizan a un grupo particular de individuos” (p. 126).

La recolección de datos se realizó a través de entrevistas semiestructuradas, aplicadas telefónicamente a 12 empresarios Unadistas egresados, quienes se encuentran registrados en la base de datos de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN), Zona Sur.

Durante las entrevistas, además de recopilar datos de caracterización, se obtuvo información sobre las dificultades y retos que enfrentaron en sus unidades productivas en el contexto del confinamiento por la pandemia de COVID-19. También se indagó sobre las estrategias que implementaron para hacer frente a dichos retos y las lecciones aprendidas a lo largo de la crisis. El tratamiento de los datos se llevó a cabo mediante un análisis de contenido cualitativo, lo que permitió caracterizar las respuestas en torno a tres categorías:

- Estrategias empresariales de negocio o competitivas,
- Estrategias empresariales funcionales o cooperativas, y
- Estrategias empresariales corporativas, conforme a la tipología propuesta por Cuervo (1999).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como se muestra en la Tabla 1, de los 12 empresarios entrevistados, 5 son mujeres y 7 son hombres. En cuanto a la edad, el 58.3% (7 empresarios) tienen entre 18 y 35 años, mientras que el 33.3% (4 empresarios) se encuentran entre 36 y 50 años, y solo el 8.4% (1 empresario) tiene más de 50 años. Además, 1 es mediano empresario, 2 son pequeños empresarios, y 9 reportan ser microempresarios. En cuanto al sector, el 16.6% de los empresarios se dedican a la prestación de servicios, mientras que el 83.4% restante se dedica al comercio de bienes. En relación con su vínculo con la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN), 8 son egresados y 4 estudiantes activos, con la mayoría de ellos distribuidos entre la ECACEN y otras escuelas como la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades (ECSAH) y la Escuela de Ciencias Jurídicas y Políticas (ECJP). En cuanto a los retos experimentados en el contexto de la pandemia de COVID-19, la Figura 1 destaca la disminución de las ventas como la dificultad más reportada por todos los empresarios, quienes señalaron que sus ingresos se redujeron entre un 60% y 70% en comparación con el año 2019. Además, 11 de los 12 empresarios enfrentaron problemas en la cadena logística debido a las restricciones de movilidad, lo que afectó tanto la recepción de materias primas como la entrega de productos. Otros retos importantes fueron la pérdida de visibilidad física y el aumento de los costos de producción, los cuales fueron reportados por el 75% de los empresarios.

Los cambios en los hábitos de consumo también jugaron un papel significativo en las dificultades empresariales, ya que el 67% de los entrevistados enfrentaron un cambio en la demanda hacia productos de salud, afectando la oferta de bienes no esenciales. Asimismo, el aumento en los costos de materia prima y la pérdida de poder adquisitivo de los clientes afectaron negativamente las ventas, especialmente en aquellos negocios que se vieron obligados a subir precios para enfrentar los nuevos costos. Aunque la gestión del talento humano no fue un reto mayoritario, el 42% de los empresarios que lo mencionaron señalaron dificultades relacionadas con la nómina y la gestión de empleados trabajando desde casa.

En respuesta a estos retos, las estrategias empresariales implementadas con mayor frecuencia fueron el marketing digital, los canales de atención virtual, y las ventas en línea, tal como se muestra en la Figura 2. Los empresarios destacaron el uso de Instagram, Facebook, y WhatsApp como plataformas clave

para mantener las ventas. Además, 11 de los 12 empresarios implementaron la entrega de productos a domicilio, estrategia que consideran fundamental. Un 75% de los empresarios optó por reajustar catálogos de productos y servicios, y migrar a portafolios digitales, adaptándose a las necesidades cambiantes del mercado.

El uso de medios de pago digital y la inserción en nuevos segmentos de mercado también fueron estrategias clave, con el 58% y el 50% de los empresarios, respectivamente, implementándolas. Estas estrategias facilitaron el flujo de ventas y permitieron la expansión a nuevos clientes y mercados, lo cual fue vital para algunos negocios. En la Tabla 2, se categoriza estas estrategias de acuerdo con la propuesta de Cuervo (1999), destacándose que la mayoría de ellas corresponden a niveles funcionales y competitivos, lo que indica un enfoque en la toma de decisiones operativas dentro de áreas específicas de las empresas.

Los resultados coinciden con estudios previos sobre las dificultades y estrategias empresariales emergidas durante la pandemia, como el trabajo de Rodríguez et al. (2020), quien en la industria curtidora de León, México, encontró que la disminución de producción y ventas fue uno de los retos principales, y que la implementación de tecnologías facilitó la comercialización de productos. Estos hallazgos subrayan la importancia del uso de herramientas tecnológicas para enfrentar crisis empresariales, un factor también resaltado por otros autores como Ávila (2020) y Jiménez et al. (2022). En la discusión sobre las lecciones aprendidas, es crucial reconocer la capacidad de adaptación y la flexibilidad empresarial como elementos esenciales para la resiliencia en tiempos de crisis. La digitalización jugó un papel determinante no solo en la adopción de tecnologías para ventas en línea, sino también en el cambio cultural dentro de las empresas, evidenciando la importancia de la capacitación en competencias digitales. Las empresas que aprovecharon esta oportunidad lograron mantenerse operativas, mientras que aquellas que no lo hicieron enfrentaron mayores desafíos.

Asimismo, se destaca el valor de la colaboración entre empresas para enfrentar los retos comunes, lo que fortaleció tanto a las unidades productivas individuales como al tejido empresarial en general.

La crisis también abrió oportunidades para la innovación y la exploración de nuevos segmentos de mercado, lo que permitió a algunas empresas no solo sobrevivir, sino prosperar.

A pesar de las limitaciones estructurales y de recursos, los empresarios Unadistas mostraron un enfoque pragmático al centrarse en estrategias funcionales y de negocio, en lugar de estrategias corporativas más complejas. Las Tablas 2 y 3 proporcionan una visión más detallada de estas estrategias y las lecciones aprendidas, que incluyen la necesidad de fortalecer competencias blandas y habilidades tecnológicas, áreas donde la academia, particularmente la ECACEN, puede desempeñar un papel clave en el futuro del emprendimiento.

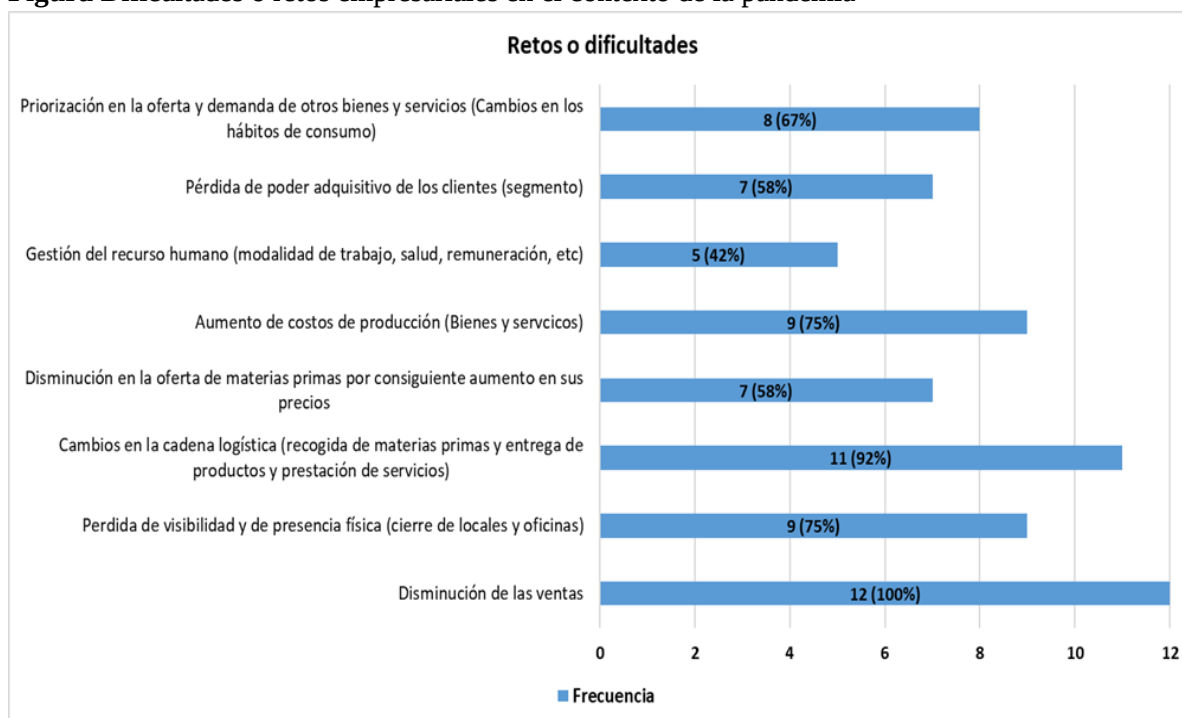
Ilustraciones, Tablas, Figuras

Tabla 1. Caracterización de los empresarios entrevistados

Variable	Categoría	Número de Empresarios	Representación de la Muestra
Sexo	Hombre	5	58,30%
	Mujer	7	41,70%
Edad	18-35	7	58,30%
	36-50	4	33,30%
	>50	1	8,40%
Tipo de Unidad Productiva	Micro	9	75%
	Pequeña	2	16,60%
	Mediana	1	8,40%
Sector	Prestación de Servicios	2	16,60%
	Comercio de Bienes	10	83,40%
Estatus del Empresario	Estudiante	4	33,30%
	Egresado	8	66,70%
Escuela	ECACEN	5	58,30%
	ECSAH	3	8,40%
	ECJP	4	33,30%

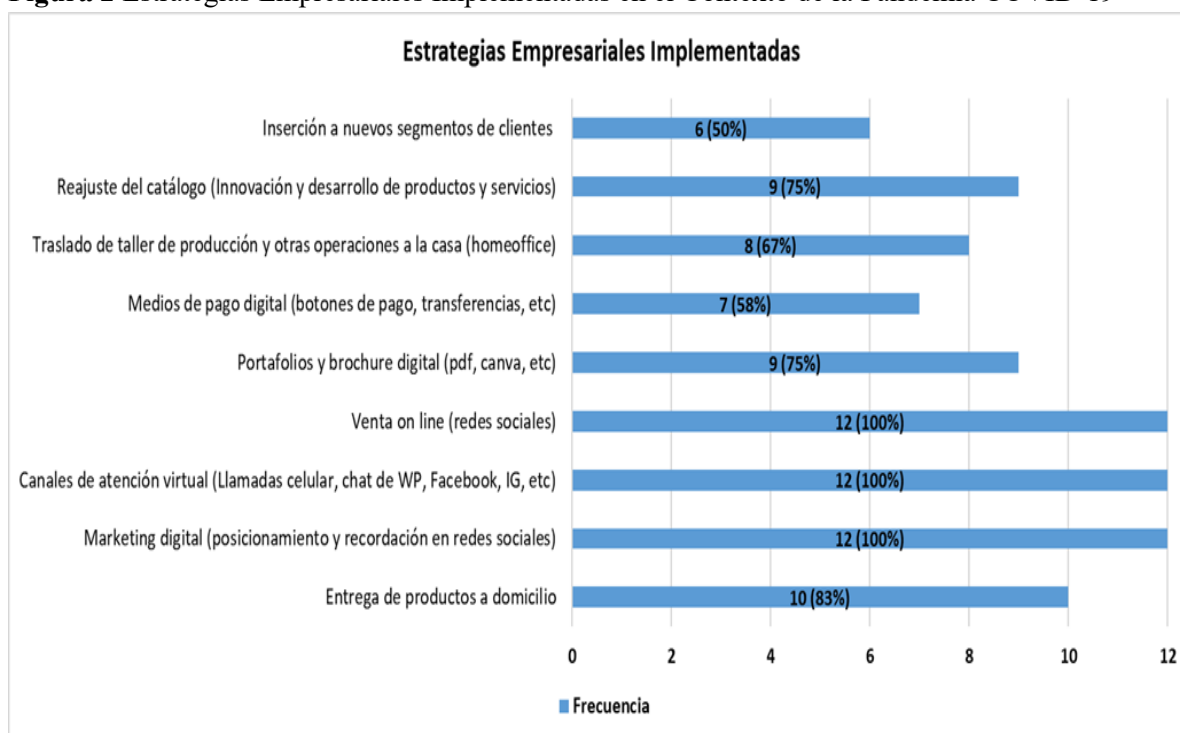
Fuente: Elaboración propia.

Figura Dificultades o retos empresariales en el contexto de la pandemia



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2 Estrategias Empresariales Implementadas en el Contexto de la Pandemia COVID-19



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2 Caracterización de estrategias empresariales según nivel de formulación

Estrategia implementada	Competitiva Funcional	Negocio	Corporativa
Entrega de productos a domicilio	x	x	x
Marketing digital (posicionamiento y recordación en redes sociales)	x	x	
Canales de atención virtual (Llamadas celular, chat de WP, Facebook, IG, etc.)	x	x	
Venta on line (redes sociales)	x	x	x
Portafolios y brochure digital (pdf, canva, etc.)	x		
Medios de pago digital (botones de pago, transferencia, etc.)		x	x
Traslado de taller de producción y otras operaciones de la casa (home office)	x		x
Reajuste del catálogo (innovación y desarrollo de productos y servicios)	x	x	x
Inserción a nuevos segmentos de clientes	x	x	x

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3 Lecciones aprendidas y acciones de mejora desde la ECACEN

Experiencias y Lecciones Aprendidas	Acciones de mejora desde la ECACEN
“No hay que tenerle miedo a la tecnología, porque es una buena aliada en nuestros negocios. Lo que pasa es que el miedo es en realidad falta de conocimiento, más que cualquier otra cosa” (Empresario 1)	Fortalecimiento de competencias digitales aplicadas al contexto empresarial a estudiantes de la escuela.
“Uy no, a mí me dio muy duro porque yo consideraba que a mis 22 años manejaba muy bien la tecnología, pero no que va. A la hora de hacer publicidad y muchas otras cosas quede colgada” (Empresario 11)	Seguimiento desde el programa de egresados emprendedores para la oferta de formación continua en competencias digitales aplicadas al contexto empresarial.
“Esta situación dejó en evidencia que como empresario me falta mucha preparación y conocimiento en temas tecnológicos” (Empresario 3)	Espacios académicos de intercambio de experiencias exitosas entre empresarios Unadistas sobre el uso y aplicación tecnológica empresarial.

“Como experiencia me queda que la tecnología es una herramienta indispensable para cualquier negocio, por eso las empresas que ya estaban avanzadas en esos temas, nos cogieron mucha ventaja” (Empresario 6)	Articulación con la ECBTI para fortalecer el desarrollo de proyectos aplicados a soluciones tecnológicas en el contexto empresarial.
“Yo creo que uno se confía de que su emprendimiento es pequeño y entonces no busca capacitarse en nada de eso de estrategias empresariales ni nada, hasta que llega una situación como esta” (Empresario 4)	Fortalecimiento de competencias en gestión estratégica empresarial a estudiantes de la escuela. Seguimiento desde el programa de egresados emprendedores para la oferta de formación continua en gestión estratégica empresarial.
“A mí me deja una gran experiencia ya que ni siquiera siendo administrador de empresas me sentí seguro en la elección de estrategias para sostener mi empresa” (Empresario 2)	Espacios académicos de intercambio de experiencias exitosas entre empresarios Unadistas sobre gestión estratégica empresarial. Articulación con entidades del sector empresarial como la Cámara de Comercio, para fortalecer el desarrollo de proyectos de gestión estratégica empresarial.
“Yo creo que la pandemia nos enseñó a todos los empresarios que las crisis pueden verse como oportunidades, por ejemplo, si esta situación no nos hubiera presentado, yo no hubiera ni siquiera pensado en implementar botón de pagos, ni nada de eso” (Empresaria 9)	Fortalecimiento de competencias blandas aplicadas al contexto empresarial en estudiantes de la escuela. Seguimiento desde el programa de egresados emprendedores para la oferta de formación continua en competencias blandas aplicadas al contexto empresarial.
“La mejor lección que me deja esta situación es que el daño más grande que le podemos hacer a nuestros emprendimientos es tener una actitud negativa. Conocí muchas amigas que cerraron sus negocios por que se negaron a hacer cambios como por ejemplo los domicilios” (Empresaria 10)	Articulación con la ESCAH para fortalecer el desarrollo de proyectos aplicados al fortalecimiento de competencias blandas en el contexto empresarial.

Fuente: Elaboración propia.



CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos y analizados, se concluye que las medidas adoptadas durante la emergencia sanitaria por COVID-19 representaron desafíos significativos para los empresarios Unadistas. La transformación repentina en los hábitos de consumo y el estilo de vida social generó dificultades importantes en la gestión estratégica de sus unidades productivas. En particular, la disminución de ventas, la pérdida de presencia física y las interrupciones en la cadena logística fueron factores clave que pusieron a prueba su capacidad de respuesta y resiliencia.

Los empresarios demostraron creatividad e innovación, adoptando estrategias funcionales y competitivas que les permitieron mantener sus operaciones en marcha. Entre estas estrategias, la integración de tecnología en áreas como marketing digital, finanzas y operaciones logísticas, así como la innovación en productos y servicios, fueron fundamentales para enfrentar la crisis. Además, el fortalecimiento de los canales de venta en línea y los servicios a domicilio surgieron como soluciones clave para sostener la oferta comercial en un contexto de confinamiento y restricciones de movilidad.

A pesar del éxito relativo de estas estrategias, los empresarios reconocen la necesidad de fortalecer sus competencias digitales, de gestión estratégica y comportamentales. La crisis evidenció vacíos en estos aspectos, lo que refuerza la importancia de la formación continua en estas áreas para enfrentar futuros desafíos. En este sentido, se destaca el papel crucial que la ECACEN puede desempeñar, ofreciendo apoyo y acompañamiento a sus emprendedores a través de programas de capacitación y recursos enfocados en la mejora de estas competencias.

El estudio resalta el valor de la innovación y la adaptación en la gestión empresarial durante períodos de crisis, como el provocado por la pandemia. Los egresados de la UNAD en el CCAV de Neiva han demostrado una notable capacidad para enfrentar estos retos, aprovechar las oportunidades y contribuir al desarrollo económico y social de sus comunidades. Asimismo, la colaboración entre diferentes actores del ecosistema empresarial, así como el intercambio de conocimientos, emergen como factores clave para fortalecer la resiliencia y sostenibilidad empresarial.

En resumen, este estudio proporciona importantes lecciones para la gestión empresarial en tiempos de crisis.



La capacidad de adaptación, la digitalización, la colaboración y la identificación de nuevas oportunidades resultan esenciales para asegurar la continuidad y el crecimiento empresarial en un entorno de incertidumbre. Al comprender y aplicar estas lecciones, las empresas no solo pueden superar la crisis, sino también posicionarse de manera más sólida para contribuir al desarrollo económico y social de sus entornos.

Además, se subraya la necesidad de fortalecer las competencias digitales y estratégicas de los empresarios para estar mejor preparados frente a los desafíos futuros. Estas conclusiones ofrecen información valiosa tanto para la academia como para el sector empresarial, proporcionando una hoja de ruta para la gestión efectiva durante tiempos de crisis.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Araujo-Aguirre, W. E. (2021). Lecciones aprendidas y futuras estrategias empresariales a un año de la pandemia. *Quipukamayoc*, 29(60),89–96. <https://doi.org/10.15381/quipu.v29i60.19975>

Ávila Quintero, O.C. (2020). Estrategias de innovación de la gestión empresarial durante la COVID-19. [Tesis de Maestría, Universidad Militar Nueva Granada].
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/37023/AvilaQuinteroOscarCamilo2020.pdf?sequence=1>

Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z. B., Glaeser, E. L., Luca, M., y Stanton, C. T. (2020). How are small business adjusting to COVID-19? Early evidence from a survey.
https://www.nber.org/system/files/working_papers/w26989/w26989.pdf

Bartik, A., Bertrand, M., Cullen, Z., Glaeser, E., Luca, M., & Stanton, C. (2020). How are small businesses adjusting to COVID-19? Early evidence from a survey. National Bureau of Economic Research
[¿Cómo se están adaptando las pequeñas empresas al COVID-19? Evidencia temprana de una encuesta | NBER](https://www.nber.org/papers/w26989)

Chiriboga Molina, J.I. (2020). Impacto y estrategias en las empresas en respuesta al coronavirus. *RECIAMUC*; Editorial Saberes del Conocimiento, 4(4), 273-284.
[https://doi.org/10.26820/reciamuc/4.\(4\).no.viembre.2020.273-284](https://doi.org/10.26820/reciamuc/4.(4).no.viembre.2020.273-284)



Coibion, O., Gorodnichenko, Y., & Weber, M. (2020). Labor markets during the COVID-19 crisis: A preliminary view. National Bureau of Economic Research.

[Labor Markets During the COVID-19 Crisis: A Preliminary View \(nber.org\)](https://www.nber.org/papers/w26867)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. (2020). Informe Especial COVID-19. CEPAL.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46070/96/EE2020_Colombia_es.pdf –

Económicos y sociales, E. (s/f). América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19. Cepal.org.

Recuperado el 12 de junio de 2024, de

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/82414c93-33bf-4a64-af1e-b26e28e1437e/content>

La dirección estratégica de la empresa. Reflexiones desde la economía de la empresa. (1999, enero 2).

Funcas; Funcas - Fundación de las Cajas de Ahorros.

<https://www.funcas.es/articulos/la-direccion-estrategica-de-la-empresa-reflexiones-desde-la-economia-de-la-empresa/>

Rivera, C., & Erazo Álvarez, X. E. (2021). Impacto socioeconómico del COVID-19 en las micro, pequeñas y medianas empresas. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 6(12), 77–113.

<https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1275>

Navarro, G. (2020). Recomendaciones para las MIPyME ¿Qué hacer para sobrevivir a la pandemia del Covid-19? Notas estratégicas Número 86. Instituto Belisario Domínguez, Senado de la República.

http://www.bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/4845/Nota86_RecomendacionesMipymePdf.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Jiménez Arias, M. L., Arce Gutiérrez, S., & Faith-Vargas, M. (2022). Cambios causados por la pandemia por COVID-19 en la estrategia de mercadeo digital en pymes exportadoras de Costa Rica. Innovar, 32(86), 75–87.

<https://doi.org/10.15446/innovar.v32n86.104662>



Ochoa, C., Suárez, L., Suárez, H., Ramírez, E., Valderrama, A., Castillo-Reina, M., Castro, H., & Matallana, O. (2020). *Efectos y expectativas de recuperación económica frente a la pandemia COVID-19*. SSRN.

[Efectos y expectativas de recuperación económica frente a la pandemia COVID-19 en el departamento de Boyacá por Claudia Ochoa, Luis Suárez, Harold Suárez, Edna Ramírez, Andrés Valderrama, Miguel Castillo-Reina, Hermes Castro, Olga Matallana :: SSRN](#)

OIT (17 de enero de 2022). La pérdida de empleo se duplica en todo el mundo por la pandemia [OIT: la pérdida de empleo se duplica en todo el mundo por la pandemia - Economía \(france24.com\)](#)

Organización Mundial de la Salud – OMS (27 de abril de 2020). COVID-19: cronología de la actuación de la OMS. <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>

Peralta Martínez, C., (2009). Etnografía y métodos etnográficos. Análisis. *Revista Colombiana de Humanidades*, (74),33-52.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=515551760003>

Rodríguez González, J. A., Tagle Zamora, D., y Granados Márquez, G. (2020). Estrategias empresariales ante la COVID-19: el caso de la industria curtidora de León, Guanajuato. *Entre ciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*, 8(22).

<https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2020.22.76844>

Serna Gómez, H., Barrera Escobar, A., y Castro-Escobar, E. (2020). Efectos en el empleo en las micro y pequeñas empresas generados por la emergencia del COVID-19: Caso Colombia. ERN: Other Institutions & Transition Economics: Microeconomic Issues (Topic).

https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID3609574_code2435030.pdf?abstractid=3609574&mirid=

