

## Gestión de negocios y covid: un análisis bibliométrico

**Andrea Alejandra Rendón Higuera**  
[andrea.rendon205501@potros.itson.edu.mx](mailto:andrea.rendon205501@potros.itson.edu.mx)

**Guadalupe Briceño Romero**  
[guadalupe.briceno206156@potros.itson.edu.mx](mailto:guadalupe.briceno206156@potros.itson.edu.mx)

**Sergio Ochoa Jiménez**  
[sergio.ochoa@itson.edu.mx](mailto:sergio.ochoa@itson.edu.mx)  
<https://orcid.org/0000-0003-1848-3760>

**Luis Alberto Limón Valencia**  
[alimon@itesca.edu.mx](mailto:alimon@itesca.edu.mx)  
<https://orcid.org/0000-0002-9533-602X>

Instituto Tecnológico de Sonora  
Instituto Tecnológico Superior de Cajeme  
Ciudad Obregón, Sonora; México.

### RESUMEN

El objetivo del estudio es identificar cuáles son las principales aportaciones teóricas en el estudio de COVID-19 en relación con los negocios a través de un estudio bibliométrico. Para lograr lo anterior, se hizo una búsqueda por medio de Web of Science a través de palabras claves para facilitar y delimitar esta información; se obtuvieron 1,419 artículos integrados en archivo .txt, utilizado en la aplicación VOSviewer para la realización de análisis bibliométrico, del cual se obtuvieron cinco distintos tipos de análisis. Los resultados obtenidos permiten identificar el impacto en los negocios durante esta pandemia, en el sector industrial, de comercio y turismo. Se obtuvieron datos relacionados con las fuentes bibliográficas, destacando Estados Unidos como el país con más artículos publicados de esta temática. Dentro de los autores principales: Gustafsson fue el de mayor aportación; por parte de las universidades, Georgia State University fue la institución con más artículos publicados. Los temas más destacados tienen relación con resiliencia, innovación, turismo, entre otros. El estudio en general cuenta con aportaciones que ayudan a ampliar el conocimiento del COVID-19 en los negocios, sobre todo en esta etapa distintiva del siglo XXI.

**Palabras clave:** covid; negocio; bibliométrico; pandemia; empresas

Correspondencia: [andrea.rendon205501@potros.itson.edu.mx](mailto:andrea.rendon205501@potros.itson.edu.mx)

Artículo recibido 15 setiembre 2022 Aceptado para publicación: 15 octubre 2022

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Rendón Higuera, A. A., Briceño Romero, G., Ochoa Jiménez, S., & Limón Valencia, L. A. (2022). Gestión de negocios y covid: un análisis bibliométrico. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 1615-1634. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i6.3615](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3615)

## Business management and covid: a bibliometric analysis

### ABSTRACT

The objective of the study is to identify the main theoretical contributions in the study of COVID-19 in relation to business through a bibliometric study. To achieve the above, a Web of Science search was carried out using keywords to facilitate and delimit this information. A total of 1,419 articles integrated in a .txt file were obtained, used in the VOSviewer application for bibliometric analysis, from which five different types of analysis were obtained. The obtained results identify the impact on business during this pandemic in the industrial, commerce and tourism sectors. Among the main authors, Gustafsson was the one with the greatest contribution; on the university side, Georgia State University was the institution with the most articles published; the most outstanding topics are related to resilience, innovation, tourism, among others. The study in general has contributions that help to broaden the understanding of COVID-19 in business, especially at this distinctive stage of the 21st century.

**Keywords:** *covid; business; bibliometric; pandemic; enterprises*

## INTRODUCCIÓN

El resultado de la contingencia por el COVID-19 anticipa una crisis enorme la cual no mostraba precedentes, afectando mayormente a las micro, pequeñas y medianas (MIPYMES) que se dedican al comercio, los servicios de alimentos y bebidas, las actividades manufactureras ya que son las que mayormente dan trabajo a la población y son las que tendrán más complicaciones al momento de querer salir de esta crisis (Chiatchoua y Lozano, 2021; FMI, 2020).

Por lo tanto, hay empleos que tienen un riesgo bajo de pérdida en los cuales destacan los puestos de trabajo de gobierno, que está conformado por más de 2.4 millones de personas a diferencia del ámbito agropecuario, los empleados no tienen un riesgo tan alto de pérdida de trabajo y siendo la gran mayoría de empleos en unidades (MIPYMES) lo cual es más complicado que se recuperen en un plazo corto de los estragos de esta pandemia (Luque Zúñiga et al., 2021). De igual manera, la reducción de las actividades económicas y restricciones de circulación de personas afectaron el sector industrial como el de servicios, y los más afectados fueron los que tenían poco tiempo de antigüedad, algunas micro empresas se vieron en la necesidad de cerrar sus negocios debido a la falta de ventas e incremento de costos por parte de los proveedores (Torres, 2021).

El sector más afectado ha sido el económico porque repercutió principalmente a todo tipo de empresas ya se generó paro temporal de algunas actividades y negocios lo cual generó una desaceleración económica y las consecuencias de este suceso afectan a la economía global, uno de los más afectados ha sido el turismo, ya que no se puede vacacionar y solo se están haciendo viajes emergentes, a diferencia de las telecomunicaciones, estas resultan un poco favorables ya que se implementó el trabajo desde casa y se tuvo que contratar servicios de internet y teléfono de casa (Valero, 2020). Los riesgos de pérdidas de empleos son ubicados principalmente en los sectores, industria manufacturera, comercio, restaurantes y servicios de alojamiento, los empleos que presentan un riesgo mayor a sufrir pérdidas, son los de transportes, comunicaciones, correo, almacenamiento y otros servicios, esto es conformado por 8.6 millones de empleos (Guardado, 2020).

Donde existe menor riesgo de pérdida de empleo es en la agricultura, ganadería, caza, pesca, servicios sociales, gobiernos e instituciones internacionales, lo cual conforma 14 millones de empleos y por otra parte la industria manufacturera, es la que presenta

mayor riesgo frente a esta crisis causada por el COVID-19, debido a que se presenta una baja en la demanda mundial, además que hay una posibilidad de que los capitales manufactureros extranjeros se retiren del país, informa Miller y Chico (2020).

El coronavirus por diversas razones, en los últimos meses pasó a ser un tema controversial para los medios audiovisuales, otro medio por el cual se difunde arduamente esta situación son las redes sociales y son las que causan mayor impacto en la sociedad y a consecuencia de esto se le denomina como infodemia, además va acompañada del mal uso de términos científicos que las personas acuden a ello con tal de combatir la pandemia con facilidad (Pidone, 2020). Por lo anterior, el estudio se enfocó en identificar las principales aportaciones teóricas de investigaciones de COVID-19 en relación con los negocios durante el inicio de la pandemia en el año 2020 e inicios del año 2022. Para ello, se considero a la metodología bibliometrica, ya que sustenta un método científico utilizado por los investigadores que deseen realizar una retrospectiva en el área de negocios (Kumar, 2021).

### **METODOLOGÍA**

Para realizar el estudio, se ingresó a la base de datos Web Of Science, posteriormente se seleccionó el campo donde se podía buscar información de las publicaciones, se eligió buscar por título, así mismo, se agregaron palabras clave en inglés que tenían un enfoque hacia el Covid 19 y los negocios, las palabras fueron: pandemic, Covid 19, coronavirus, Sars, Respiratory syndrome y por último se seleccionó el rango de fechas que fue del 1 de enero de 2020 al 21 de febrero de 2022.

Los resultados obtenidos se delimitaron por áreas de investigación de las cuales, solamente se eligió: negocios. Se prosiguió a refinar dichos resultados por medio de categorías de la base de datos, en las cuales, se seleccionó solamente administración y negocios. Finalmente, se realizó la última depuración por tipo de publicaciones de las cuales solamente se optó por artículos, publicaciones rápidas y capítulos de libros, excluyendo el resto. Como resultado, se obtuvieron 1,419 registros y se exportaron en formato plain textfile, descargando el contenido completo incluyendo referencias.

Para realizar el análisis de datos se eligió VoSViewer, debido a que es una de las herramientas utilizadas para construir y visualizar las distintas redes bibliométricas, a través de la creación de mapas, así como su visualización y exploración (Gonzalez, 2020). En el software, 1) se seleccionó la opción de crear un mapa basado en los datos

bibliográficos, 2) posteriormente se seleccionó el archivo plain textfile que contiene los datos bibliográficos, 3) seleccionando la base de datos Web of Science. Después 4) se hizo la selección del tipo de análisis: coautoría, 5) en método de conteo se hizo por autor, 6) se agregó conteo total y 7) se prosiguió a subir el tesauro, 8) reduciendo los primeros nombres por sus iniciales, así mismo, 9) se capturó cantidad mínima de documentos por autor: uno y la cantidad mínima de citas por autor: ochenta; 10) se eligieron los autores seleccionados: 61 y 11) se finalizó la corrida, obteniendo como resultado el mapa.

Para la corrida de citación por documentos se realizaron los mismos primeros tres pasos que se mencionaron anteriormente, después, se seleccionó el tipo de análisis el cual fue citación y la unidad de análisis fue por documentos, el método de conteo fue total, la cantidad mínima de citas por documento se hizo de 22, y el número de documentos seleccionados fue de 92, posteriormente, se realizó la verificación de que los documentos fueran los correctos para finalizar la corrida, se modificó la visualización del mismo.

En la corrida de citación por fuentes se seleccionó el tipo de análisis el cual fue citación y la unidad de análisis fue por fuentes, el método de conteo fue total y la cantidad mínima de documentos por búsqueda fue de cinco, así mismo, la cantidad mínima de citas por búsqueda fue por 35, después se hizo la verificación de los elementos seleccionados y se finalizó la corrida, obteniendo como resultado el mapa.

Para la citación por organización en el tipo de análisis se seleccionó citación y la unidad de análisis fue por organización, se utilizó método de conteo total, posteriormente en las cantidades mínimas de números de documentos por organización se seleccionaron cinco y la cantidad mínima de citas fue de 55, se hizo la verificación de la selección de organizaciones y como resultado, se obtuvo el mapa de redes.

Para la citación por países se seleccionó nuevamente el apartado de citación como tipo de análisis y la unidad de análisis fue por países, en esta corrida las cantidades mínimas de documentos por países fueron cinco y la cantidad mínima de citas fue de 50, en total fueron 36 países seleccionados, por último, se realizó la verificación de los datos y se obtuvo el mapa de redes.

En la co-ocurrencia por todas las palabras, para el tipo de análisis se utilizó por co-ocurrencia y la unidad de análisis fue por todas las palabras, se seleccionó el método de conteo total, posteriormente se anexó el tesauro y para la cantidad mínima de

ocurrencias se eligió la cantidad de 25, así mismo, se hizo la verificación de palabras seleccionadas para dar fin a la corrida y se obtuvo el mapa.

Para la coautoría por autores el tipo de análisis fue por coautoría y su unidad de análisis fue de autores, se seleccionó el conteo total y posteriormente se agregó el tesauro, se redujeron los nombres de los autores por las iniciales, una vez que se seleccionó esas opciones se prosiguió a agregar solamente dos documentos por autor como cantidad mínima y como cantidad mínima de citas fueron ocho, se realizó la verificación de información nuevamente para obtener el mapa, por último, se hicieron ajustes en cuando a la visualización del mapa, se le agregó mayor densidad e ítems para una mejor visualización de autores. En este apartado se espera que los autores desarrollen una descripción breve de la metodología utilizada: Por ejemplo, dando a conocer si el enfoque es cuantitativo o cualitativo, o quizás mixto.

## RESULTADOS

En la tabla 1 se puede observar que existen diversos autores, de los cuales Gustafsson fue el autor más destacado por tener 420 citas con dos documentos publicados, así mismo, existen diversos autores que solamente con un documentos tienen un número importante de citas, de tal manera que el primero y segundo autor que son Sigala y Donthu fueron los más citados, cada uno con un solo documento.

Posteriormente Ratten es el único autor que tiene 11 documentos, se acercan Kim con 9, Khan y Cowlin con 7 cada uno, sin embargo, ninguno de estos últimos se encuentran dentro de los primeros 20 autores más citados. Es decir, no necesariamente quien tenga un número mayor de documentos publicados tienen más citas de sus publicaciones, ya que se puede visualizar que incluso solo con una, puede tenerse mayor impacto en otros estudios.

**Tabla 1.** Citas por autores

Autor	Link	Documentos	Citas	Autor	Link	Documentos	Citas
Gustafsson, A	18	2	420	Zardini, A	5	1	130
Sigala, M	4	1	326	Chesbrough, H	11	2	125
Donthu, N	5	1	284	Chowdhury, P	5	3	121
Sheth, J	4	2	240	Cowling, M	3	7	116
Harris, I	6	1	230	Sharma, A	5	5	113
He, H	6	1	230	Borah, Sb	5	2	108

Dhir, A	4	3	198	Akhtar, N	7	3	107
Paul, Sk	7	6	180	Brown, R	3	3	106
Ratten, V	27	11	177	Sharma, P	3	4	100
Wang, Y	12	6	160	Rocha, A	5	4	99
Van Hoek, R	2	5	152	Dyason, D	6	1	96
Farooq, A	2	2	147	Fieger, P	6	1	96
Islam, Akmn	2	2	147	Hall, Mc	6	1	96
Laato, S	2	2	147	Leung, Ty	3	2	96
Carnevale, Jb	4	1	145	Prayag, G	6	1	96
Hatak, I	4	1	145	Prentice, C	3	2	93
Kirk, Cp	4	1	142	Khan, Z	19	7	90
Rifkin, Is	4	1	142	Kim, J	19	9	86
Pantano, E	17	2	137	Adhikary, A	3	1	85
Pizzi, G	17	2	137	Amankwah- Amoah, J	16	4	84
Verma, S	17	1	136	Crick, D	11	2	82
Clauss, T	7	3	132	Crick, Jm	11	2	82
Dennis, C	14	1	132	Li, X	2	3	81
Scarpi, D	14	1	132	Addo, Pc	4	1	80
Breier, M	7	2	131	Fang Jiaming	4	1	80
Kraus, S	7	3	131	Kulbo, Nb	4	1	80
Gast, J	5	1	130	Li Liangqiang	4	1	80
Tiberius, V	5	1	130				

**Fuente:** Elaboración propia con base en información de VOSviewer

Como se puede observar en la tabla 2, el documento más citado fue “Factores que contribuyen a la supervivencia del sector turismo a partir del impacto del covid-19” con 326 citas y solamente se relacionó con un autor, por otro lado, el documento llamado “Efectos del COVID-19 en los negocios y la investigación” obtuvo 284 citas pero se relacionó con 3 autores más, así mismo, el documento “El efecto de COVID-19 en el comportamiento de compra del consumidor: perspectiva de cohorte generacional” a pesar de que fue el único con más relación de autores únicamente tiene 45 citas.

Tabla 2. Citas por documentos

Documento	Citas	Link	Documento	Citas	Link
Factores que contribuyen a la supervivencia del sector turismo a partir del impacto del covid-19	326	1	El efecto de COVID-19 en el comportamiento de compra del consumidor: perspectiva de cohorte generacional	45	9
Efectos del COVID-19 en los negocios y la investigación	284	3	Respuesta de los clientes a los servicios de entrega de alimentos en línea durante el brote de COVID-19 mediante regresión logística binaria	44	3
El impacto de la pandemia de Covid-19 en la responsabilidad social corporativa y la filosofía de marketing	230	4	COVID-19 y fracasos empresariales: las paradojas de la experiencia, la escala y el alcance de la teoría y la práctica	43	1
Impacto del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: ¿Volverán o morirán los viejos hábitos?	212	3	COVID-19 y trabajo no declarado: impactos y respuestas políticas en Europa	43	1
Comportamiento de compra inusual durante las primeras etapas de la pandemia de COVID-19: el enfoque de estímulo-organismo-respuesta	147	3	Una respuesta transformadora de la cadena de suministro al COVID-19	40	4
Ajuste y bienestar de los empleados en la era del COVID-19: Implicaciones para la gestión de recursos humanos	145	3	Impacto de la amenaza percibida de COVID-19 en la búsqueda de variedades	39	1
Te cambio diamantes por papel higiénico: comportamientos de reacción, afrontamiento y adaptación de los consumidores en la pandemia de COVID-19	142	4	El bombardeo de ideas virtuales de COVID-19: organizar el espíritu empresarial social para responder rápidamente a los grandes desafíos urgentes	37	1
Investigando las tendencias de investigación emergentes de COVID-19 en el campo de los negocios y la gestión: un enfoque de análisis bibliométrico	136	7	Estrategias para mitigar el impacto de COVID-19 en las interrupciones de la cadena de suministro: un análisis de casos múltiples de compradores y distribuidores	36	1
¿Competir durante una pandemia? Los altibajos de los minoristas durante el brote de COVID-19	132	8	Enfermedad por coronavirus (COVID-19) y emprendimiento deportivo	36	7

Fuente: Elaboración propia con base en información de VOSviewer

**Tabla 3.** Citas por Fuentes

Fuentes	L	D	C	Fuentes	L	D	C
Journal Of Business Research	24	39	2122	Journal Of Industrial Integration And Management-Innovation And	1	14	109
Journal Of Retailing And Consumer Services	11	30	529	R & D Management	6	29	100
Industrial Marketing Management	15	16	491	Global Business Review	3	17	83
Journal Of Service Management	10	10	390	Management & Marketing-Challenges For The Knowledge Society	6	10	78
Journal Of Asian Finance Economics And Business	12	92	339	Journal Of Enterprising Communities-People And Places In The Global	6	7	72
International Journal Of Operations & Production Management	7	10	245	Cogent Business & Management	7	17	67
Service Industries Journal	7	11	221	Journal Of Entrepreneurship In Emerging Economies	10	12	67
Human Resource Development International	2	11	191	Entrepreneurship And Sustainability Issues	6	25	57
International Small Business Journal-Researching Entrepreneurship	8	10	187	Management Research-The Journal Of The Iberoamerican Academy Of	2	7	57
International Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research	12	7	171	Business Horizons	6	9	53
Journal Of Management Studies	6	14	166	Journal Of Contingencies And Crisis Management	3	20	47
Operations Management Research	7	14	160	Journal Of Theoretical And Applied Electronic Commerce Research	9	10	40
International Journal Of Logistics-Research And Applications	8	16	149	Knowledge And Process Management	3	12	37
International Journal Of Consumer Studies	4	7	145	Journal Of Islamic Marketing	7	17	36
International Journal Of Logistics Management	12	33	114	Journal Of Services Marketing	5	5	36
Leadership	1	7	112				

**Fuente:** Elaboración propia con base en información de VOSviewer

**Nota:** L= Link, D=Documento, C= Citas

En la tabla 3 se observa que Journal Business Research es una de las fuentes más importantes ya que cuenta con 2,122 citas en 39 documentos y se relaciona con 24 autores, por otra parte, Journal of Retailing and Consumer Services solamente cuenta con

30 documentos y se relaciona con 11 autores, ocupando el segundo lugar con 529 citas, por último, Journal of Retailing and Consumer Industrial Marketing Management a pesar de que cuenta con solo 16 documentos tiene 491 citas y se relaciona con 15 autores. Por último, Journal of Asian Finance Economics and Business a pesar de que es la única fuente que tiene más documentos de todas, solamente cuenta con 339 citas, esto no quiere decir que por más documentos que tenga, obtendrá más citas.

En la tabla 4 se muestran las organizaciones que fueron más citadas en las cuales Georgia State Univ de USA, cuenta con 9 documentos y 372 citas, relacionándose con 12 autores, sin embargo, Univ Southern de Dinamarca, con solo cinco documentos también se relacionó con 12 autores pero cuenta con 314 citas, así mismo La Trobe Univ de Australia a pesar de que cuenta con 12 documentos, solamente se relacionó con ocho autores, obteniendo 178 citas, finalmente Univ Johannesburg en Sudáfrica es la única organización que tiene más de 10 documentos pero se encuentra en los últimos cinco lugares con menos citas.

**Tabla 4.** Citas por organización

Organización	L	D	C	Organización	L	D	C
Georgia State Univ	12	9	372	Univ Padua	5	7	93
Univ Southern Denmark	12	5	314	Copenhagen Business Sch	13	10	91
North West Univ	7	5	297	Univ Aberdeen	10	7	90
Hanken Sch Econ	9	6	233	Univ Sussex	10	7	80
Texas A&M Univ	14	7	205	Univ Technol Sydney	8	6	79
Univ Stavanger	3	5	201	Univ Melbourne	8	6	77
La Trobe Univ	8	12	178	Univ Dhaka	7	6	75
Univ Turku	7	9	172	Univ Reading	7	9	73
Rmit Univ	8	9	156	Western Univ	5	5	66
Univ Canterbury	11	5	154	Edhec Business Sch	4	6	64
Lut Univ	9	6	152	Univ Valencia	5	5	63
Luiss Univ	11	6	138	Auckland Univ Technol	1	5	61
Univ Derby	6	10	124	Univ Johannesburg	5	13	61
Griffith Univ	3	6	116	Univ Portsmouth	3	7	56
Curtin Univ	11	5	105	Univ Bath	9	11	55
Univ Kent	9	8	94				

**Fuente:** Elaboración propia con base en información de VOSviewer

**Nota:** L= Link, D=Documento, C= Citas

Como se puede observar en la tabla 5, USA es el primer país con mayor cantidad de documentos y 2,785 citas posicionándose en el primer lugar, seguido se encuentra Inglaterra con 175 documentos y 1,803 citas, por otro lado, Australia y China a pesar de que tienen la misma cantidad de documentos que son 77, la primera le lleva ventaja con 1,277 citas, finalmente India a pesar de que fue el segundo país con más documentos, solamente tiene 818 citas.

**Tabla 5.** Citas por Países

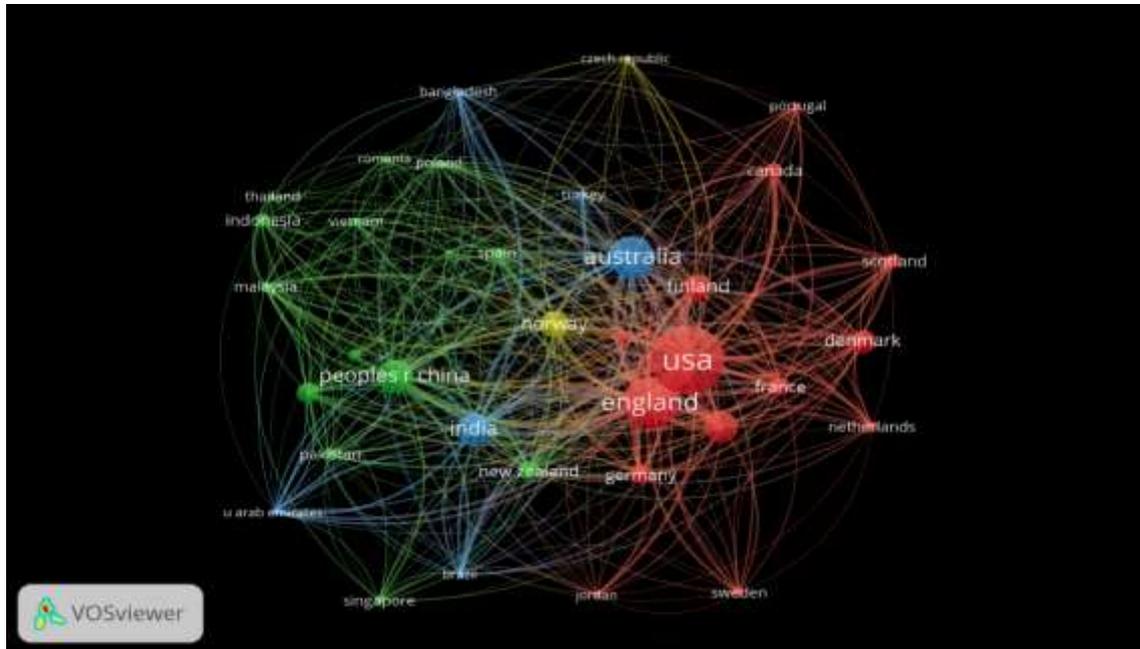
Países	Link	Documentos	Citas	Países	Link	Documentos	Citas
Usa	34	245	2785	Switzerland	24	13	178
England	35	175	1803	Tunisia	17	11	170
Australia	34	77	1277	Netherlands	23	25	140
Peoples R China	35	77	910	Malaysia	27	60	133
India	33	204	818	Sweden	21	20	131
Italy	32	63	786	Singapore	20	11	129
Norway	31	12	624	Turkey	22	27	116
Finland	32	30	563	Bangladesh	23	19	100
Denmark	30	26	496	Vietnam	27	33	92
South Africa	28	34	408	Thailand	14	20	84
Germany	31	45	357	Portugal	19	29	81
New Zealand	31	24	347	Poland	28	41	65
France	32	40	346	Czech Republic	17	9	63
Canada	27	37	278	South Korea	21	27	60
Scotland	25	22	231	U Arab Emirates	24	29	60
Indonesia	23	70	221	Brazil	25	66	60
Pakistan	25	33	194	Romania	19	12	59
Spain	31	45	181	Jordan	20	13	57

**Fuente:** Elaboración propia con base en información de VOSviewer

En la figura 1 se puede observar que USA tiene el círculo más grande que los demás ya que fue el primer país con 2,785 citas, esto posicionándolo en el primer lugar, de ahí se encuentra Inglaterra con 1,803 citaciones y Australia con 1,277, esto quiere decir que fueron los tres primeros países que destacaron con un número mayor de citas que los

demás y las figuras que se encuentran de menor tamaño son las que cuentan con un número menor de citas como Jordania con 57 citas y Rumania con 59.

**Figura 1.** Los países con mayor número de citas



**Fuente:** Elaboración propia a través de VOSviewer

En la tabla 6 se puede observar que el coautor que tiene más documentos fue Kumar, así mismo se puede observar que se relacionó con otros autores, entre ellos: Mangla, Frederico, Garza-Reyes, Joshi, Luthra, Sharma y Wang, por otro lado, Guanasekaran, hizo coautoría con seis autores más, posicionándose en el segundo lugar a pesar de que solo cuenta con cuatro documentos, finalmente Wang Y., a pesar de que fue el autor con mayor número de citas, no se encuentra en los primeros lugares de coautoría.

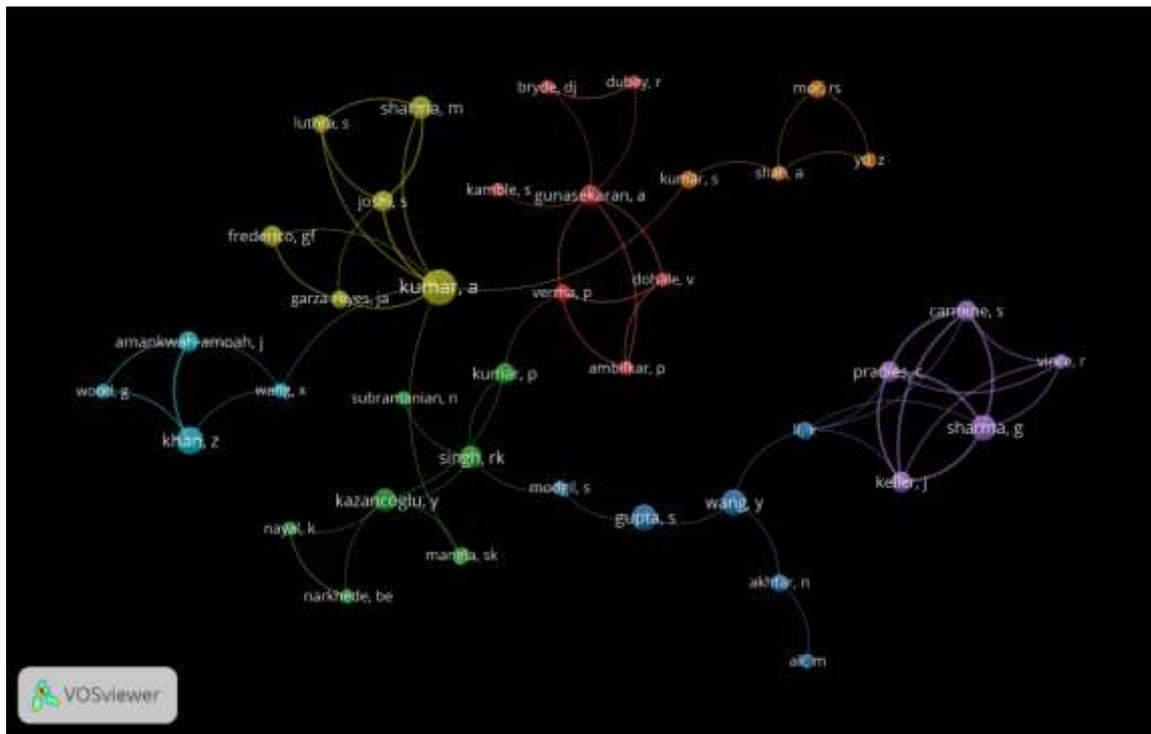
**Tabla 6.** Co-Autoría Por Autor

Autores	Link	Documentos	Citas	Autores	Link	Documentos	Citas
Kumar, A	8	12	52	Amankwah-Amoah, J	3	4	84
Gunasekaran, A	6	4	58	Ambilkar, P	3	2	14
Carmine, S	5	4	20	Dohale, V	3	2	14
Kazancoglu, Y	5	5	11	Garza-Reyes, Ja	3	3	8
Keller, J	5	4	20	Khan, Z	3	7	90
Li, X	5	3	81	Kumar, P	3	4	21
Pradies, C	5	4	20	Luthra, S	3	3	36
Sharma, G	5	6	35	Shah, A	3	2	46
Joshi, S	4	4	43	Sharma, M	3	5	36
Singh, Rk	4	5	27	Wang, X	3	2	26
Verma, P	4	3	14	Wang, Y	3	6	160
Vince, R	4	2	10				

NOTA: L: Link, D: documentos, C: cita

En la Figura 2 se puede observar que Kumar, tiene la figura más grande por lo que fue el autor con mayor coautoría, así mismo se puede apreciar que el grupo amarillo es el más grande porque tiene ochos autores, en segundo lugar está el grupo de color rojo y el color verde con siete autores; el color que existe entre cada grupo se puede interpretar como el vínculo de autores que conforman un grupo.

**Figura 2.** Co-Autoría por autores



**Fuente:** Elaboración propia a través de VOSviewer

En la figura 3 se puede observar que la palabra “Coronavirus (Covid-19)” fue la más utilizada y es la palabra de mayor tamaño, así mismo, está relacionada con el comportamiento de las personas durante la cuarentena y como la pandemia afectó su salud llevándolas a confiar en la tecnología para poder satisfacer sus necesidades.

En el clúster de color azul se puede deducir como fue afectado el turismo y la manera en la que vivió, la incertidumbre que se generó, el uso que hizo de las redes sociales, la comunicación y el conocimiento que se brindó, es decir, como emigró de la parte presencial a la parte virtual, mientras que en el clúster amarillo, el coronavirus generó retos para los líderes ya que tenían que implementar estrategias para salir adelante ante crisis administrativas y poner a prueba sus capacidades.



innovaciones alrededor del mundo tanto como para salir adelante con esta enfermedad, como para salir adelante en la vida cotidiana y seguir con el día a día, incluso facilitando de alguna manera las actividades que ya se realizaban.

He y Harris (2020) informan en su investigación que la pandemia ofrece grandes oportunidades a las empresas para que participen en innovaciones durante la crisis, reflejando cambios en las mismas, por parte de este estudio, también se menciona que la pandemia ha traído grandes cambios para las empresas ya que estas se tienen que adaptar e innovar sus actividades para poder seguir laborando y no verse afectados, por lo cual, coincide con esta investigación ya que la parte de los negocios que fueron afectados se tuvieron que cerrar por los primeros meses que inicio esta pandemia en lo que se buscaba una manera de satisfacer las necesidades de los clientes, sin arriesgarse tanto los trabajadores como los consumidores.

La propagación del Covid 19 en todo el mundo causó incertidumbre, afectando a la economía global sobre todo la industria hoteleras, de servicio y turismo, por lo tanto, han utilizado los medios digitales para poner en marcha nuevas ideas (Verma y Gustafsson, 2020). El turismo sufrió una caída rápida y su demanda bajó pronunciadamente, por lo tanto, es probable que este impacto dure más tiempo para este sector (Donthu y Gustafsson, 2020), en esta investigación el turismo emerge como un tema tratado de forma reiterada ya que tuvo que implementar estrategias virtuales de manera significativa, para poder seguir en marcha y estar en comunicación.

Ratten (2020) explica en su trabajo que los emprendedores proporcionan esperanzas para muchos ya que son los principales en brindar soluciones a los problemas en los que se enfrenta el mercado, en los resultados temáticos de este trabajo, se visualiza que los emprendedores tuvieron que pensar de manera precisa que solución podrían implementar para seguir dentro del mercado, así mismo, la mayoría se sigue encargando de adaptarse de manera online ya que muchos sectores están haciendo lo mismo.

Islam (2021) señala que su objetivo era examinar el mecanismo subyacente de los comportamientos de las compras de pánico durante la pandemia sin precedentes de COVID-19 y como resultado, observó que los países más afectados con este tema generaron compras compulsivas creando miedo a los pobladores por la escasez, lo que aumento el nivel de excitación percibido y, en última instancia, la conducción de comportamientos de compra impulsivos y obsesivos.

La pandemia de COVID -19 ha cambiado los contactos sociales habituales, nuestro trabajo, la escuela, el tiempo libre y también el comportamiento de compra, se dice que las personas viven de manera diferente, compran de manera diferente y, en muchos sentidos, piensan de manera diferente, por lo tanto, a medida que los consumidores se adaptan a la cuarentena domiciliaria durante un período prolongado, están adoptando no solo nuevas tecnologías que facilitan el trabajo, el estudio y las actividades de tiempo libre, sino también el consumo de una manera nueva y relevante (Eger, 2021).

El coronavirus ha generado grandes desafíos para las organizaciones ya que solamente tenían dos alternativas, la primera fue seguir con sus ventas por medio de redes sociales, aplicaciones móviles, entre otros medios de comunicación utilizados en la actualidad y la segunda opción era cerrar los negocios en su totalidad ya que llegaban al punto de quiebra si no operaban con un intermediario de los mencionados anteriormente. Dicho problema mundial lamentablemente no se anticipó y está generando desafíos inmediatos, de gran alcance y graves para las organizaciones y las fuerzas de ventas, pero la naturaleza de estos, apunta a la importancia de que las organizaciones respondan de una manera que reconozca los factores sociológicos, tecnológicos y estructurales (Hartmann y Lussier, 2020).

Carnevale y Hatak (2020) en su artículo llamado "Ajuste y bienestar de los empleados en la era del COVID-19: Implicaciones para la gestión de recursos humanos" brinda una discusión acerca de las implicaciones de COVID-19 ya que menciona que es un gran desafío que enfrentamos y que debemos tomar como una nueva realidad, en la cual se presentan nuevas oportunidades por lo que todos, sector empresarial y académico debe estar atento, por lo que este estudio congenia con el nuestro, ya que también se menciona que las personas se deben adaptar ante esta situación que estamos presentando porque es algo que no cuenta con un fin, sin embargo se busca la manera de cómo evadirla y seguir con las actividades de la vida cotidiana.

Por otra parte, Laato (2020) en su artículo llamado "Comportamiento de compra inusual durante las primeras etapas de la pandemia de COVID-19: el enfoque de estímulo-organismo-respuesta" informa de las compras inusuales que se presentaron al inicio de la pandemia cuando las personas decidieron auto aislarse, y tomar por su cuenta el prepararse a nivel mundial para la cuarentena, por lo que se menciona en el estudio acerca de cómo las personas se prepararon para la pandemia ya que no había una fecha

exacta en la cual culminaría por lo que entraron en pánico y acudieron a realizar este tipo de compras masivas.

## **CONCLUSIONES**

El estudio realizado tiene aportaciones para ampliar el conocimiento del COVID-19 y su relación con la gestión de negocios, ya que han sido temas de los que se han hablado con frecuencia durante los últimos dos años. El COVID-19 ocasionó que las personas permanecieran en cuarentena cuando fueron contagiados durante un periodo de tiempo sin embargo, estos seguían trabajando desde su casa o se les pagaba su sueldo sin realizar actividad alguna. Este punto fue de suma importancia alrededor del mundo ya que fue como las personas fueron concientizando acerca de que las actividades podían seguir desde la comodidad del hogar sin temer a ser contagiados al acudir a la escuela o al trabajo, por lo que implementaron el home office y las clases virtuales. Siendo así como se comenzaba a ver una luz al final de esta enfermedad ya que se regresaban las labores poco a poco de manera presencial, usando las medidas sanitarias adecuadas por lo que la economía empezó a relucir de nuevo después de un lapso de tiempo en detenimiento parcial o total.

Todo esto ha dejado grandes enseñanzas para el sector empresarial ya que se encontró la manera de seguir con las labores e implementar nuevos negocios para la continuación de labores y para buscar la manera de como recibir ingresos de alguna u otra manera, ayudando a todas las personas. Sin embargo, se conoce que al finalizar la pandemia, estos negocios seguirán adelante con sus funciones, ya que las personas demandan estas aplicaciones o negocios.

Como recomendación es que las empresas estén más apegadas a los posibles cambios que puedan surgir en un futuro, ya que si pudieron sobrevivir a esta pandemia que se ha extendido durante un largo periodo, pueden sacar adelante problemáticas que se les presenten sin necesidad de cerrar sus negocios o de que estos lleguen a la quiebra.

En cuanto a las personas se les recomienda que tomen conciencia en estar preparados ante cualquier situación sin que éstas lleguen a afectarlos como se ha conocido en la actualidad. De la misma manera se recomienda que estén al tanto de las innovaciones y de las redes sociales ya que son las que impactan en la actualidad y es el medio de comunicación mas utilizado para brindar publicidad a cerca de los servicios que ofrecen

los negocios, incrementar las ventas incluso realizar actividades escolares o laborales por medio de estas ya que en la modernidad la tecnología es de suma relevancia.

Por otro lado, en referencia a los estudios bibliométricos, se recomienda realizar búsquedas constantes ya que es una manera mas practica de revisar e informar a cerca de los avances de la pandemia y de cualquier tema de interés, el cambio que ha ocasionado y sobre todo el impacto que sigue causando día con día. Así mismo, mediante dichos estudios se pueden analizar las áreas mas afectadas y como evolucionaron para seguir adelante a pesar de dicho problema, de igual manera te permite conocer las relaciones entre autores, países de donde se han realizado investigaciones, etcétera.

Así mismo, la utilización de VosViewer permite conocer mediante corridas, la evolución de diferentes sectores y poder comprender por medio de mapas como el área de los negocios va superando problemas, en nuestro caso, se pudo percibir de manera clara la afectación del sector turismo e incluso se puede utilizar dicho software para cualquier tipo de investigación porque los mapas se adecuan dependiendo de las necesidades.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carnevale, J. B., & Hatak, I. (2020). Employee adjustment and well-being in the era of COVID-19: Implications for human resource management. *Journal of Business Research*, *116*, 183–187. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2020.05.037>
- Chaviano, O., Limaymanta, C. H., & Lopez-Mesa, E. K. (2020). Análisis bibliométrico de la producción científica latinoamericana sobre COVID-19. *Biomédica*, *40*(Supl. 2), 104–115. <https://doi.org/10.7705/BIOMEDICA.5571>
- Chiatchoua y Lozano. (2021). Mecanismos de ajuste y digitalización de las micro y pequeñas empresas ante el COVID-19 en México. *Nova Scientia*, *13*. <https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2733>
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, *117*, 284–289. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2020.06.008>
- Eger, L., Komárková, L., Egerová, D., & Mičík, M. (2021). The effect of COVID-19 on consumer shopping behaviour: Generational cohort perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *61*, 102542. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2021.102542>
- FMI. (2020). Los mercados de trabajo de América Latina durante la pandemia de COVID-

19. *Perspectivas Económicas: Las Américas.*

- Gonzalez, B. (2020). *VOSviewer es una herramienta gratuita de software para construir y visualizar redes bibliométricas.* - *Anabad*. <https://www.anabad.org/vosviewer-es-una-herramienta-gratuita-de-software-para-construir-y-visualizar-redes-bibliometricas/>
- Guardado López, S. C., Martínez Flores, J., & Tapia Torres, D. E. (2020). COVID-19 en México: repercusiones y retos del factor humano, financiero y fiscal. *Ciencia, Economía y Negocios*, 4(2), 5–32. <https://doi.org/10.22206/ceyn.2020.v4i2.pp5-32>
- Hartmann, N. N., & Lussier, B. (2020). Managing the sales force through the unexpected exogenous COVID-19 crisis. *Industrial Marketing Management*, 88, 101–111. <https://doi.org/10.1016/J.INDMARMAN.2020.05.005>
- He, H., & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176–182. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2020.05.030>
- Islam, T., Pitafi, A. H., Arya, V., Wang, Y., Akhtar, N., Mubarik, S., & Xiaobei, L. (2021). Panic buying in the COVID-19 pandemic: A multi-country examination. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102357. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2020.102357>
- Kumar, D. (2021). Centro de ciencia | Cómo realizar un análisis bibliométrico: una descripción general y pautas. *Revista de Investigación Empresarial*, 133, 285–296 | [10.1016/j.jbusres.2021.04.070](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070). *Jorunal Homepage*. <https://sci-hub.hkvisa.net/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Farooq, A., & Dhir, A. (2020). Unusual purchasing behavior during the early stages of the COVID-19 pandemic: The stimulus-organism-response approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102224. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2020.102224>
- Luque Zúñiga, B. G., Moreno Salazar Calderón, K. A. B., & Lanchipa Ale, T. M. (2021). Impactos del COVID-19 en la agricultura y la seguridad alimentaria. *Centro Agrícola*, 48(1).
- Miller, J. L. C., & Chico, J. S. M. (2020). Posibles efectos del Coronavirus en la economía mundial. *Instituto Ricardo Dominguez Belisario Senado de La República*, 0.

- Pidone, C. L. (2020). COVID-19: entre el desconocimiento y la desinformación. In *Repositorio Institucional - UMAZA*.
- Ratten, V. (2020). Coronavirus and international business: An entrepreneurial ecosystem perspective. *Thunderbird International Business Review*, 62(5), 629–634. <https://doi.org/10.1002/TIE.22161>
- Torres Soto, N. Y., Carrasco Escalante, J. C., Rojas Méndez, D., & Leyva León, E. (2021). Efectos de las medidas sanitarias COVID-19 en la acuicultura de la región noroeste de México. *Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*, 9(23). <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2021.23.78825>
- Valero, N., Velez, M., Duran, A., & Torres, M. (2020). Afrontamiento del COVID-19: estres,miedo,ansiedad y depresion. *Enfermeria Investiga. Investigacion, Vinculacion, Docencia y Gestion*, 5(3).
- Verma, S., & Gustafsson, A. (2020). Investigating the emerging COVID-19 research trends in the field of business and management: A bibliometric analysis approach. *Journal of Business Research*, 118, 253–261. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2020.06.057>