

Desafíos, alternativas administrativas y las TIC para mejoramiento de los negocios y emprendimientos durante la pandemia covid-19, segmento de mercado: Changuinola provincia de Bocas del Toro

Challenges, administrative alternatives and ICT for the improvement of businesses and ventures during the covid-19 pandemic, market segment: Changuinola province of Bocas del Toro

¹ Ariel Alexis Kapell González, ² Carmen Cecilia Rodríguez de Tyler, ³

Francisco Javier Campines Barría, ⁴ Roberto Daniel Gordon Graell

¹ Universidad de Panamá. Centro Regional Universitario de Bocas del Toro. Panamá.
ariel.kapell@up.ac.pa, [https:// orcid.org/000-0001-9972-3898](https://orcid.org/000-0001-9972-3898)

² Universidad de Panamá. Centro Regional Universitario de Veraguas.
Panamá.carmen.rdet Tyler@up.ac.pa, [https:// orcid.org/0000- 0003-4784-8394](https://orcid.org/0000-0003-4784-8394)

³ Universidad de Panamá. Centro Regional Universitario de Veraguas. Panamá.
francisco.campines@up.ac.pa, [https:// orcid.org/0000- 0002-9331-7562](https://orcid.org/0000-0002-9331-7562)

⁴ Universidad de Panamá. Centro Regional Universitario de Coclé. Panamá.
roberto.gordon@up.ac.pa, <https://orcid.org/0000-0001-8468-4910>

Recibido: 25/1/2024 - Aceptado: 15/2/2024

DOI: <https://doi.org/10.48204/j.guacamaya.v8n2.a5022>

Resumen

El objetivo de esta investigación es identificar los desafíos que enfrentan los negocios y emprendimientos en Changuinola, Bocas del Toro, analizando las alternativas administrativas y el uso de las TIC que han servido de apoyo para mejorar la situación de las empresas locales durante y después de la pandemia COVID-19. La investigación aplicada es de carácter mixto, con un enfoque descriptivo. Para recabar la información se empleó un cuestionario, compuesto por preguntas cerradas y abiertas. Este estudio se desarrolló con las Pequeñas y medianas empresas del distrito de Changuinola, provincia de Bocas del Toro, Panamá, región noroccidental fronteriza con Costa Rica en donde funcionan, actualmente, 162 PYMES, de las cuales a través de un nivel confianza del 95% y un margen de error de 5%, se obtuvo una muestra de 114 empresas a estudiar. Para garantizar presencia de pequeñas y medianas empresas de todos los corregimientos del distrito de Changuinola, se procedió a realizar un muestreo estratificado por conglomerado. Los resultados destacan que el 85% de los encuestados afirmaron que sí, indicando que la incorporación de las TIC ha tenido un impacto positivo en el desarrollo de sus actividades comerciales, por otra parte, el 50% indicaron que la pandemia tuvo un impacto negativo en el desarrollo de sus actividades, de igual manera, el 30% de los participantes expresaron que el impacto fue moderado en el desarrollo de sus actividades.

Palabras clave: Empresas, pandemia, comercio electrónico, administración de empresas, tecnología de la información

Abstract

The objective of this research is to identify the challenges faced by businesses and enterprises in Changuinola, Bocas del Toro, analyzing the administrative alternatives and the use of ICT that have served as support to improve the situation of local companies during and after the COVID-19 pandemic. Applied research is mixed in nature, with a descriptive approach. To collect the information, a questionnaire was used, consisting of closed and open questions. This study was developed with small and medium-sized businesses in the district of Changuinola, province of Bocas del Toro, Panama, a northwestern region bordering Costa Rica, where 162 SMEs currently operate, of which, through a confidence level of 95 % and a margin of error of 5%, a sample of 114 companies to be studied was obtained. To guarantee the presence of small and medium-sized companies from all the townships of the Changuinola district, a stratified sample was carried out by conglomerate. The results highlight that the

85% of those surveyed affirmed yes, indicating that the incorporation of ICT has had a positive impact on the development of their commercial activities, on the other hand, 50% indicated that the pandemic had a negative impact on the development of their activities. Likewise, 30% of the participants expressed that the impact was moderate on the development of their activities.

Keyword: Companies, pandemic, e-commerce, business administration, information technology

Introducción

En Ginebra, el 11 de marzo de 2020 el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), (Adhanom Ghebreyesus, 2020) afirmó, “que la nueva enfermedad por el coronavirus 2019 (COVID-19) puede caracterizarse como una pandemia”.

En Panamá, el primer caso se confirmó el 9 de marzo de 2020 (OPS, 2020, p.1). Debido a la rápida propagación del virus, el Gobierno de Panamá, por medio del Ministerio de Salud (MINSAs), desarrolla el Decreto Ejecutivo N°500 “Que aprueba las medidas sanitarias adicionales para reducir, mitigar y controlar la propagación de la pandemia por la enfermedad coronavirus, COVID-19 en el país”, señalando en el artículo 1 la siguiente descripción: “se ordena el cierre temporal de establecimientos comerciales y empresas de personas naturales o jurídicas en todo el territorio nacional”. Las medidas de confinamiento y restricciones implementadas por el MINSAs “produjeron cambios importantes en los hábitos de las personas, cambios que a su vez han repercutido de forma directa en las diferentes organizaciones empresariales” (Campines, 2023, p.39).

Desde su surgimiento del COVID-19 los escenarios del entorno han cambiado día a día, transformándose potencialmente en una de las mayores amenazas en nuestra vida para la economía global, imponiendo dificultades a todas las transacciones de negocios y empresas nivel mundial, Panamá no escapó de esa realidad. La pandemia provocada por el Covid-19 ha tenido un impacto significativo en la economía, con una caída del 17.9% en el PIB en

2020, según datos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) (Piper et al., 2021). Este impacto ha sido particularmente fuerte en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME), que son la columna vertebral de la economía panameña y representan el 80% del total de empresas registradas en el país. En particular, las MIPYME de Changuinola, Bocas del Toro. A parte de todo esto las empresas de este sector también han experimentado dificultades significativas debido a factores como el mercado pequeño, el bajo nivel de ingresos de la población, los altos costos de transporte desde y hacia otras ciudades de la provincia, las carreteras en malas condiciones y la falta de atención por parte del estado y los gobiernos. De acuerdo a Zulema (2020, párr.1) “El 49% de las micro y pequeñas empresas cerraron temporal o definitivamente”.

(Cavallo et al., 2022) Debido a la pandemia de la COVID-19, la región sufrió una triple parada súbita: los movimientos de capitales internacionales cesaron, la movilidad se detuvo y el comercio colapsó. Como se señalaba en el Informe macroeconómico de América Latina y el Caribe 2021, los gobiernos reaccionaron rápida y decisivamente con apoyo fiscal, así como con políticas monetarias y financieras activas para mitigar la crisis. Aunque la pérdida del PIB fue la más grande registrada en la historia en un solo año, estas políticas, junto con los éxitos en la lucha contra el virus, crearon el escenario para una recuperación más rápida.

(Arreaza et al., 2021) La pandemia del COVID-19 ha tenido un severo impacto socioeconómico en América Latina y el Caribe. La caída sin precedentes de la actividad económica y del empleo ocasionó un marcado deterioro de indicadores de bienestar social como la pobreza y la desigualdad. Este trabajo describe estos efectos de la pandemia y muestra los avances de la recuperación hasta el momento, así como los desafíos para las políticas públicas que representa para la región.

En los últimos dos años, 2022-2023, y lo que va es este 2024, todos los problemas anteriormente mencionados, y muchos otros, se han agravado en Changuinola y en el resto de la provincia de Bocas del Toro, por la crisis en la que la pandemia mundial COVID-19 ha sumido al mundo y a este país.

Esto llevó a buscar e implementar urgentemente alternativas para seguir diseñando, produciendo, comercializando, promocionando, transportando, y entregado sus bienes y servicios de calidad a los clientes finales. Tal fue el caso de la implementación del comercio electrónico, que no es más que “la distribución, mercadeo, venta o entrega de bienes y/o servicios realizada a través de medios electrónicos” (Organización Mundial del Comercio, 2020, p.1).

Por otra parte, Martín (2020) explica lo siguiente “el comercio electrónico o e-commerce consiste en la compra y venta de información, productos y servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas, es decir, empleando las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)” (p.131).

No cabe, la menor duda que la transformación digital por medio del comercio electrónico, antes era considerada por algunas empresas como un simple valor agregado, pero actualmente este medio representa un requisito fundamental para su subsistencia y contrarrestar, el impacto negativo en la cual se han visto afectadas ante la crisis sanitaria.

(Campines et. al., 2021).

Con el apoyo a través del comercio electrónico por parte de las empresas, se implementaron modelos de negocio que existían hace mucho, pero, con la pandemia se intensificó su uso y aún permanece, nos referimos específicamente al servicio delivery, que no es más que “aquel que ofrecen las empresas para hacer las entregas a domicilio de los productos que los clientes compran vía online o por medios telefónicos” (Beetrack, sf, p.1).

Alves (2020) afirma que “la pandemia impulsó la demanda del servicio de entrega, ya que esta ha sido una opción para evitar salir de casa y también porque establecimientos como los restaurantes solo sirven con este método” (p.38).

En definitiva, los principales beneficiarios del servicio a domicilio y el comercio electrónico, son las MIPYMES, quienes pueden impulsar su oferta, permanecer en el negocio, mantener su fuerza laboral y el empleo pleno, para superar el desempleo, además de permitir la satisfacción máxima de los clientes, que reciben los productos de su predilección, para colmar sus necesidades y expectativas (Estéfano et. al., 2021, p.26).

Ya conociendo el contexto de la realidad problemática a estudiar, el objetivo de esta investigación es identificar los desafíos que enfrentan los negocios y emprendimientos en Changuinola, Bocas del Toro, analizando las alternativas administrativas y el uso de las TIC que han servido de apoyo para mejorar la situación de las empresas locales durante y después de la pandemia COVID-19.

Materiales y Métodos

La investigación aplicada es de carácter mixto es de carácter mixto, la cual conlleva un conjunto de procesos sistemáticos, implicando la obtención e interpretación de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, de toda la información alcanzada y lograr para un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández et al, 2014). La misma posee un enfoque descriptivo, “siendo un tipo de investigación concluyente que tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo regular las características y funciones del mercado”. (Malhotra, 2008, p.82) Para recabar la información se empleó un cuestionario, el cual es explicado por Arias (2012, p.72) como “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos o en relación con un tema en particular”. El mismo estuvo compuesto por preguntas cerradas y abiertas, con el fin de conocer los datos necesarios para lograr tener respuesta al objetivo de la investigación.

Este estudio se desarrolló con las Pequeñas y medianas empresas del distrito de Changuinola, provincia de Bocas del Toro, Panamá, región noroccidental fronteriza con Costa Rica en donde funcionan, actualmente, 162 PYMES, con ingresos que van desde los 70,000.00 hasta los 2,500,000.00 de dólares, saliendo una muestra de 114 con un nivel confianza del 95% y un margen de error de 5%.

Para garantizar la presencia de pequeñas y medianas empresas de todos los corregimientos del distrito de Changuinola, se procedió a realizar un muestreo estratificado por conglomerado, como se muestra en la figura 1.

Figura 1.

Corregimientos del distrito de Changuinola con cantidad del Pymes.

Estrato	Identificación	Sujetos	Proporción	Muestra
1	Centro	64	39,5%	45
2	Cuadrante	6	3,7%	4
3	El Empalme	31	19,1%	22
4	Finca 11	15	9,3%	11
5	Finca 4	6	3,7%	4
6	Finca 6	9	5,6%	6
7	Finca 8	5	3,1%	4
8	Guabito	17	10,5%	12
9	Las 60 y 30	9	5,6%	6
		162	100,0%	114

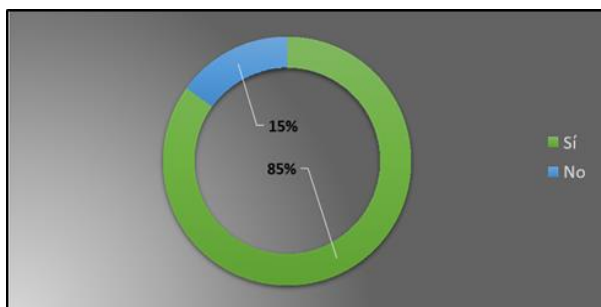
Nota. Esta figura presenta por medio de un muestreo estratificado la población de Mypimes por corregimiento y la muestra total a estudiar en cada uno para alcanzar el objetivo del estudio propuesto.

Resultados y Discusión

A continuación, en el presente apartado, se detallarán los resultados obtenidos una vez aplicado el instrumento a la muestra seleccionada.

Figura 2.

Uso de las TIC para el desarrollo de las actividades comerciales Post Covid.

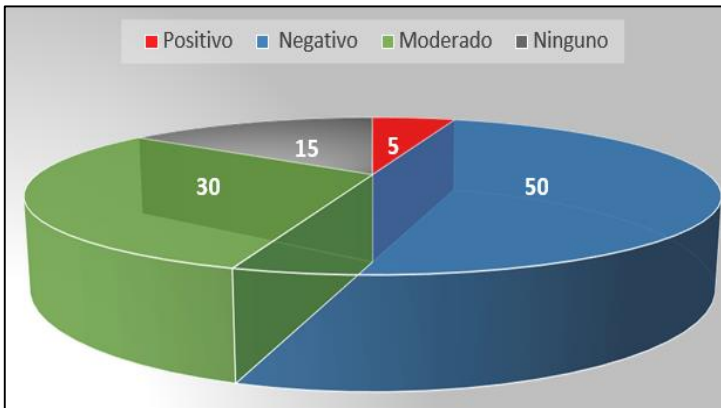


Según la presente representación gráfica, un notable 85% de los encuestados afirmaron que sí, indicando que la incorporación de las TIC ha tenido un impacto positivo en el desarrollo de sus actividades comerciales. Por otro lado, un 15% (15) de los participantes expresaron

que no perciben una influencia positiva en el desarrollo de sus respectivas actividades a raíz del uso de estas tecnologías. Esta reveladora información sugiere una tendencia mayoritaria hacia la percepción positiva de los beneficios de la Tecnología de la Información y las Comunicaciones en el ámbito empresarial y emprendedor, señalando un cambio significativo en la dinámica post-COVID-19.

Figura 3.

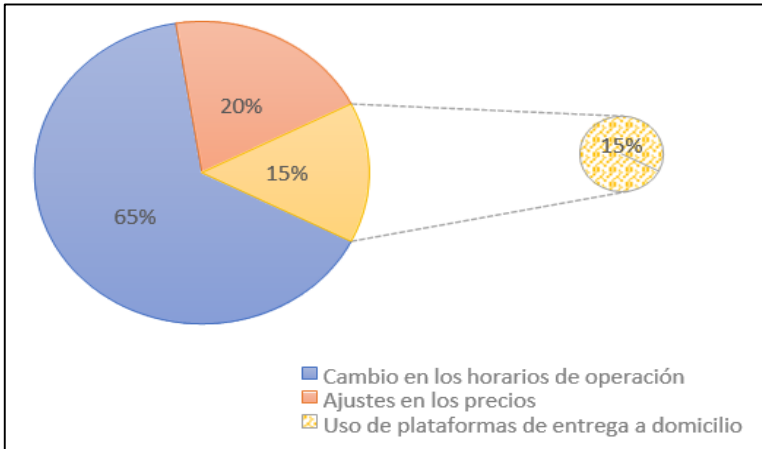
Impacto del COVID-19 en los Negocios y/o Emprendimiento.



Este gráfico presenta las respuestas obtenidas de empresarios, negociantes y/o emprendedores acerca del *impacto del COVID-19 en sus negocios y/o emprendimientos*, clasificándolo en categorías de positivo, negativo, moderado o nulo. Observando detalladamente la representación gráfica, se destaca que el 50% de los encuestados indicaron que la pandemia tuvo un impacto negativo en el desarrollo de sus actividades, de igual manera, el 30% de los participantes expresaron que el impacto fue moderado en el desarrollo de sus actividades, mientras que un 15% sostuvo que no experimentaron impacto alguno en el desarrollo de sus labores y por último, un 5% de los encuestados señaló que la situación generada por el COVID-19 influyó de manera positiva en el desarrollo de sus actividades. Este análisis proporciona una visión diversa de cómo los diferentes sectores empresariales han enfrentado y percibido los desafíos derivados de la pandemia.

Figura 4.

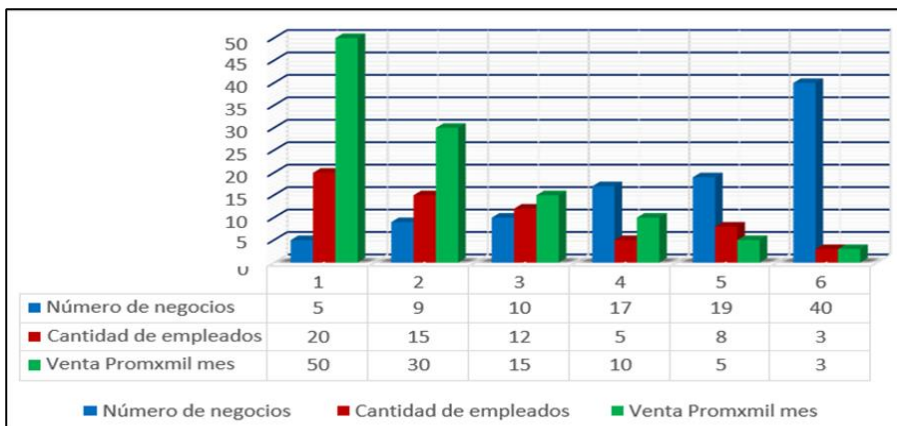
Relación entre diferentes Alternativas Administrativas.



Este gráfico proporciona las respuestas recopiladas de empresarios, negociantes y/o emprendedores en relación con la relación entre diversas alternativas administrativas, tales como cambios en los horarios de operación, ajustes en los precios y el uso de plataformas de entrega a domicilio. En la presente representación visual, resalta que el 65% de los encuestados identificó que los cambios en los horarios de operación son la actividad administrativa principal para el desarrollo de sus actividades. Por otro lado, el 20% de los participantes señaló que los ajustes en los precios son su principal estrategia alternativa para el sostenimiento de la empresa. Asimismo, para un 15% de los encuestados, el uso de plataformas de entrega a domicilio influyó de manera positiva en el desarrollo de sus actividades ante la situación generada por el COVID-19. Estos resultados ofrecen una visión detallada de las estrategias adoptadas por los negocios para adaptarse y prosperar en medio de los desafíos planteados por la pandemia.

Figura 5.

Información de Negocios.



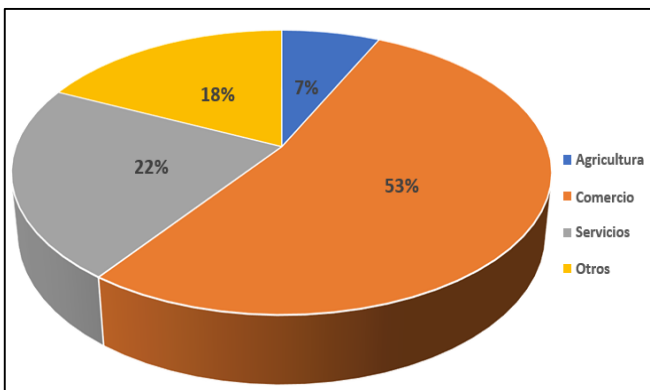
Este gráfico proporciona la Información sobre los Negocios de empresarios, negociantes y/o emprendedores en relación con la post COVID-19.

Estos cálculos ofrecen una visión detallada de la distribución de empresas, empleados y ventas en cada Grupo, permitiendo un análisis más profundo de los resultados.

- Porcentaje de Empresas respecto al Total: *Grupo 1: 5%; Grupo 2: 9%; Grupo 3: 10%; Grupo 4: 17%; Grupo 5: 19%; Grupo 6: 40%*
- Porcentaje de Empleados respecto al Total: *Grupo 1: 24.63%; Grupo 2: 16.63%; Grupo 3: 14.78%; Grupo 4: 10.47%; Grupo 5: 18.72%; Grupo 6: 14.78%*
- Porcentaje de Ventas respecto al Total: *Grupo 1: 15.15%; Grupo 2: 27.27%; Grupo 3: 15.15%; Grupo 4: 18.18%; Grupo 5: 9.09%; Grupo 6: 15.15%*

Figura 6.

Sector a los que pertenece el negocio objeto de estudio.



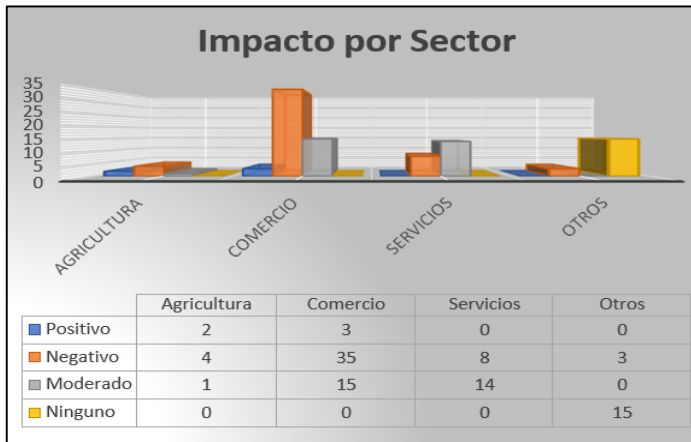
Este gráfico proporciona la Información sobre los Sectores de Negocios de empresarios, negociantes y/o emprendedores en relación con la post COVID-19.

Estos cálculos ofrecen una visión detallada de la distribución de empresas, empleados y ventas encada sector, permitiendo un análisis más profundo de los resultados

- *Porcentaje de Empresas respecto al Sector Agricultura: 7%*
- *Porcentaje de Empresas respecto al Sector Comercio: 53%*
- *Porcentaje de Empresas respecto al Sector Servicio: 22%*
- *Porcentaje de Empresas respecto al Sector otros: 18%*

Figura 7.

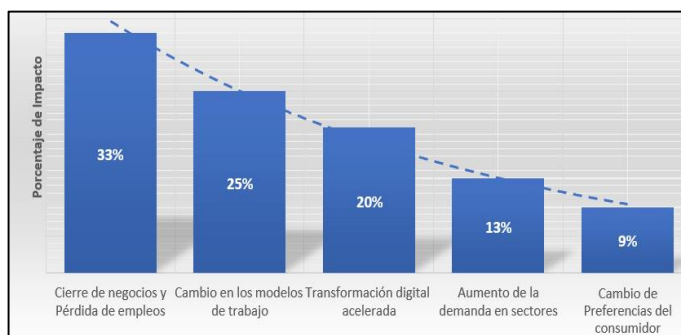
Impacto del COVID-19 por sector en los emprendimientos.



Este gráfico presenta las respuestas obtenidas de empresarios, negociantes y/o emprendedores acerca del *impacto del COVID-19 por Sectores de sus negocios y/o emprendimientos*, clasificándolo en categorías de positivo, negativo, moderado o nulo. Observando detalladamente la representación gráfica, se destaca que el 50% de los encuestados indicaron que la pandemia tuvo un impacto negativo en el desarrollo de sus actividades, de igual manera, el 30% de los participantes expresaron que el impacto fue moderado en el desarrollo de sus actividades, mientras que un 15% sostuvo que no experimentaron impacto alguno en el desarrollo de sus labores y por último, un 5% de los encuestados señaló que la situación generada por el COVID-19 influyó de manera positiva en el desarrollo de sus actividades. Este análisis proporciona una visión diversa de cómo los diferentes sectores empresariales han enfrentado y percibido los desafíos derivados de la pandemia.

Figura 8.

Estimación de afectación significativa en los negocios.



La estimación de la afectación de acuerdo a la figura 8 se agrupa en 5 grupos significativos, que a continuación se detallan en la siguiente figura:

Figura 9.

Explicación de la estimación de afectación significativa en los negocios.

Criterios de Estimación de Afectación	Explicación
Cierre de negocios y pérdida de empleos	Una de las consecuencias más evidentes de la pandemia ha sido el cierre obligatorio de muchos negocios, especialmente aquellos en sectores como la hostelería, turismo y entretenimiento. Esto ha llevado a una disminución significativa en los ingresos y a la pérdida de empleos, lo que ha generado una profunda crisis económica a nivel global.
Cambio en los modelos de trabajo	El distanciamiento social y las medidas de confinamiento han obligado a muchas empresas a adoptar el trabajo remoto. Esta transición abrupta ha supuesto tanto desafíos como oportunidades. Por un lado, algunas empresas han logrado adaptarse de manera efectiva a esta modalidad, manteniendo su productividad y reduciendo costos operativos. Por otro lado, los sectores que dependen de la interacción física, como el comercio minorista tradicional, han enfrentado dificultades para mantener sus operaciones.
Aumento de la demanda en ciertos sectores	La pandemia ha generado un aumento significativo en la demanda de productos y servicios relacionados con la salud y la seguridad, como equipos de protección personal, tecnología de teletrabajo, servicios de entrega a domicilio y plataformas de streaming. Las empresas que han sabido adaptarse rápidamente a esta demanda han experimentado un crecimiento considerable, demostrando la importancia de la agilidad y la capacidad de respuesta en tiempos de crisis.
Transformación digital acelerada	La pandemia ha acelerado la adopción de soluciones digitales en todos los aspectos de los negocios. Las empresas que ya contaban con una sólida presencia en línea han tenido una ventaja competitiva, mientras que aquellas que no han logrado adaptarse han quedado rezagadas. La digitalización se ha convertido en una necesidad para sobrevivir y competir en el actual entorno empresarial.
Cambio en las preferencias y comportamientos del consumidor	La pandemia ha alterado las prioridades y comportamientos de los consumidores. La preocupación por la salud y la seguridad ha llevado a una mayor preferencia por las compras en línea, el comercio local y los productos y servicios sustentables. Las empresas han tenido que ajustar sus estrategias de marketing y adaptar sus ofertas para satisfacer estas nuevas demandas.

Conclusión

La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en los negocios y emprendimientos a nivel global. Muchas empresas se han enfrentado a cierres, desafíos económicos y pérdidas de empleo, mientras que otras han encontrado oportunidades en la transformación digital y la adaptación a las nuevas necesidades del consumidor. En este contexto, la resiliencia, la capacidad de adaptación y la innovación se han vuelto fundamentales para la supervivencia y el éxito empresarial. A medida que el mundo se recupera de la pandemia, es esencial aprender de estas experiencias y construir un futuro empresarial más sólido y resiliente.

Es importante recordar que estos porcentajes son aproximados y están basados en datos disponibles hasta septiembre de 2021. Además, el impacto puede variar en diferentes regiones y sectores económicos. La situación económica y las tendencias pueden haber cambiado después de esa fecha.

Cierre de negocios y pérdida de empleos: Aproximadamente 33%. Las restricciones impuestas por la pandemia, como los bloqueos y cierres de empresas, han llevado a una pérdida significativa de empleos en diversos sectores económicos, especialmente en las industrias relacionadas con el turismo, la hostelería y el entretenimiento.

Cambio en los modelos de trabajo: Alrededor del 25%. La pandemia ha acelerado la adopción del trabajo remoto y los modelos de trabajo flexibles. Muchas empresas tuvieron que adaptarse rápidamente a nuevas formas de operar para garantizar la continuidad del negocio, lo que ha llevado a una transformación en la forma en que se aborda el trabajo.

Transformación digital acelerada: Alrededor del 20%. La pandemia aceleró drásticamente la adopción de soluciones digitales en muchas industrias. Las empresas tuvieron que adaptarse rápidamente a plataformas en línea y soluciones digitales para mantener la operatividad y llegar a sus clientes de nuevas formas.

Aumento de la demanda en ciertos sectores: Cerca del 13%. Algunos sectores, como el comercio electrónico, la tecnología médica, el suministro de alimentos y la industria farmacéutica, experimentaron un aumento significativo en la demanda debido a la pandemia, lo que impulsó su crecimiento económico en este período.

Cambio en las preferencias y comportamientos del consumidor: Aproximadamente 9%. La pandemia cambió las preferencias de los consumidores, impulsando una mayor adopción de compras en línea, servicios de entrega a domicilio, y una mayor conciencia sobre temas como la sostenibilidad y la salud. Estos cambios en el comportamiento del consumidor han afectado las ventas y la rentabilidad de muchas empresas.

Es esencial tener en cuenta que estos porcentajes son solo una estimación general y que la situación económica puede haber evolucionado. Es probable que el impacto completo de la pandemia en la economía global se siga evaluando y comprendiendo a medida que haya más datos disponibles a lo largo del tiempo.

Referencias Bibliográficas

- Adhanom Ghebreyesus, T. (11 de 3 de 2020). Alocución de apertura del Director General de la OMS en la rueda de prensa sobre la COVID-19 celebrada el 11 de marzo de 2020. Obtenido de Organización Mundial de la Salud (OMS):
<https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Alves, J. (2020). Un análisis de las prácticas de entrega de alimentos en tiempos pasados de la pandemia COVID-19. Vol. 7(2), 25-45
- Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica (Sexta ed.). Caracas: Episteme
- Arreaza, A., López, O., & Toledo, M. (2021). La pandemia del COVID-19 en América Latina: impactos y perspectivas. <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/1788>
- Beetrack (s.f). Entregas a Domicilio: Como funciona el servicio de delivery.
<https://www.beetrack.com/es/blog/entregas-a-domicilio-retos-del-delivery-en-distribuci%C3%B3n-urbana>
- Campines, F. (2023). Servicio delivery como vínculo del canal de distribución de productos durante la pandemia del covid-19. Revista Colegiada de Ciencia, 4 (2), 38-48. <https://revistas.up.ac.pa/index.php/revcolciencia/article/view/3721>
- Campines, F., Tyler, C., González, T. (2021). Comercio Electrónico como Estrategia de Venta de la Administración Empresarial en Tiempos de Pandemia del Covid-19. Revista científica Guacamaya., 5 (2), 58–71.
<https://revistas.up.ac.pa/index.php/guacamaya/article/view/2058>
- Cavallo, E., Galindo, A., Nuguer, V., & Powel, A. (2022). De la recuperación a la renovación Transformar la crisis en oportunidad. Informe macroeconómico de América Latina y el Caribe, banco interamericano de desarrollo:
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Informe-macroeconomico-de-America-Latina-y-el-Caribe-2022-De-la-recuperacion-a-la-renovacion-Transformar-la-crisis-en-oportunidad.pdf>
- Decreto de Ejecutivo N°500, Que aprueba medidas sanitarias adicionales para reducir, mitigar y controlar la propagación de la pandemia por la enfermedad coronavirus COVID-19 en el país. Gaceta Oficial 28985-A. Panamá, República de Panamá. 19 de marzo de 2020
- Estéfano, M., Llerena, E., Morales, P. & Quiroz, J. (2021). Estrategia del servicio a domicilio y permanencia de negocios en tiempos de COVID–19. Alpha Publicaciones, 3 (3), p.23-39.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill Education
- Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados. (5º Edición). Pearson Educación
- Martín, P. (2020). Teletrabajo y Comercio Electrónico. Ministerio de Educación de España.
<https://elibro.net/es/lc/upanama/titulos/49474/>

OPS (2020). Panamá confirma primer caso de Covid-19.

https://www.paho.org/pan/index.php?option=com_content&view=article&id=1349:panama-confirma-primer-caso-de-covid-

Organización Mundial del Comercio. (2020). Un informe de la OMC examina el papel del comercio electrónico durante la pandemia de COVID-19.

https://www.wto.org/spanish/news_s/news20_s/rese_04may20_s.htm#:~:text=El%20Programa%20de%20Trabajo%20de,y%20servicios%20por%20medios%20electr%C

Piper, R., Quintero de Sanfilippo, E., Tam, N., Martez, M., Durán, R., González, E., Vergara, G. (2021). Impacto económico de la crisis COVID-19 sobre la MIPYME en Panamá. Panamá. UTP-RIDDA2.

<https://ridda2.utp.ac.pa/handle/123456789/13428>

Zulema, E. (11 de agosto de 2020). Encuesta revela que el 49% de las MiPymes en Panamá han cerrado. <https://www.metrolibre.com/econom%C3%ADa/178976-encuesta-revela-que-el-49-de-las-mipymes-en-panam%C3%A1-han-cerrado.html>