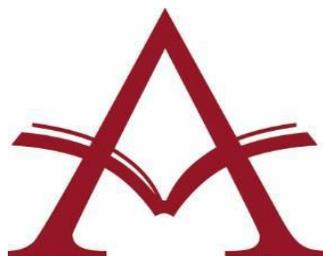


UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



**UNIVERSIDAD
PERUANA DE
LAS AMÉRICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y GESTIÓN DE
EMPRESAS**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**“LA REINVENCION DE LAS PYMES EN EL
SECTOR SERVICIO POST- PANDEMIA”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION Y GESTION DE EMPRESAS**

AUTOR:

BRINGAS GAVIDIA MARIA LUISA
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-6915-1574

ASESOR: Mg.

FLORES CERON VILMA EUDOCIA
CÓDIGO ORCID: 0000-0003-2426-680X

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y
DESARROLLO INSTITUCIONAL**

LIMA, PERÚ

ABRIL, 2022

RESUMEN

Debido a los niveles alarmantes de propagación del virus SARS-CoV-2.78 conocido como Covid -19 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró pandemia a nivel mundial el 11 Marzo de 2020; por lo tanto el Gobierno Español puso en marcha medidas de prevención, las cuales tuvieron como consecuencia un impacto desfavorable en las pequeñas empresas. El descenso de utilidades que experimentaron las empresas en el 2021, tuvo un mayor efecto en las empresas de menos de 50 trabajadores y las que tenían poco tiempo en el mercado.

El sector de Servicios fue uno de los más dañados por el contacto estrecho que mantienen con el consumidor. Sin embargo al cierre del año antes mencionado no todas las empresas tuvieron que bajar sus persianas y a consecuencia de ello no tomar otras alternativas.

Muchas Empresas tuvieron que optar por la reinversión en sus negocios, algunas de ellas decidieron reestructurarse con un plan estratégico que tenía que ir a la medida y personalidad de cada uno de ellos, considerando las medidas higiénico–sanitarias.

El objetivo de cada empresa no tendrá que ser otro que adaptarse a la realidad que vivimos en estos tiempos y que posiblemente seguirán existiendo posteriores al fin de la pandemia.

Palabras Claves: Pandemia, pequeña empresa, medidas de prevención, utilidades, reinversión, reestructura, plan estratégico.

ABSTRACT

Due to the alarming levels of spread of the SARS-CoV-2.78 virus known as Covid -19, the World Health Organization (WHO) declared a global pandemic on March 11, 2020; therefore, the Spanish Government implemented preventive measures, which had as a consequence an unfavorable impact on small businesses.

The drop in profits that companies experienced in 2021 had a greater effect on companies with fewer than 50 workers and those that had been in the market for a short time. The Services sector was one of the most damaged by the close contact they maintain with the consumer. However, at the end of the aforementioned year, not all companies had to lower their blinds and as a result opt for other alternatives.

Many companies had to opt for reinvention in their businesses, some of them decided to restructure themselves with a strategic plan that had to be tailored to the personality of each one of them, considering hygienic-sanitary measures.

The objective of each company will not have to be other than to adapt to the reality that we live in these times and that will possibly continue to exist after the end of the pandemic.

Keywords: Pandemic, Small Company, preventive measures, utilities, reinvention, restructuring, strategic plan.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	iii
ABSTRACT	iv
INTRODUCCION	1
ANTECEDENTES INTERNACIONALES Y NACIONALES	2
DESARROLLO DEL TEMA	5
CONCLUSIONES	16
APORTE A LA INVESTIGACION	17
RECOMENDACIONES	18
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	19

INTRODUCCION

La Covid – 19 conocida también como Coronavirus enfermedad derivada del virus SARS-CoV-2.78, los primeros casos de dieron a conocer en la ciudad de Wuhan (China) en diciembre de 2019.

La (OMS) Organización Mundial de la Salud el 30 enero de 2020 declaró emergencia de salud pública internacional y debido al aumento de casos de contagios y muertes, el 11 de marzo de 2020 la OMS declaró como pandemia a nivel mundial.

La pandemia provocó que muchas pequeñas empresas se vean afectadas sobre todo en el rubro de servicio, ya que se tuvo que detener las diferentes actividades que sostenía este rubro, algunas de ellas tuvieron que cerrar, hacer un traspaso y otras reinventarse por lo cual muchas de ellas han tenido que optar por un nuevo plan estratégico que tendrá que adaptarse a cada uno de ellos de acuerdo a su personalidad pero considerando las medidas sanitarias implementadas para su reinvención.

ANTECEDENTES INTERNACIONALES Y NACIONALES

Antecedentes Internacionales:

- **Autor:** Ana Catalina Morales Castro
- **Tesis:** “Impacto Organizacional que ha tenido la pandemia COVID-19 sobre las estrategias empresariales de la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica de marzo a octubre de 2020”.

Tanto los Restaurantes como Hoteles confirmaron que la pandemia tuvo un gran impacto organizacional pero que a la vez los colaboradores tomaron mayor conciencia a la hora de utilizar los recursos del negocio, muchos de los establecimientos presentan una nueva cultura de innovación y toma de riesgos, la industria hotelera presento un cambio de clima organizacional esto debido al diferente ambiente laboral, estrés e incertidumbre por el miedo a la pérdida del trabajo y contagio. Sin embargo para combatir esta molestia se está aplicando una estrategia informativa con los colaboradores para que estén informados acerca de lo que ocurre dentro de la organización.

- **Autor:** Micaela Pisacane – Nestor Lopez
- **Tesis:** “Pymes: Oportunidades y Amenazas del Impacto de Covid en la Economía – de la transformación digital por medio de la omnicalidad”

El análisis que se realizo a diferentes pymes y que fue basada en la implementación de la omnicalidad como impacto en las ventas y al proceso de adaptación a todos estos cambios ocasionados por la pandemia, se determino que las pymes que contaban con la experiencia previa tuvieron un mejor desarrollo a comparación de las organizaciones que no tenían este canal implementado, experimentaron caídas en sus ingresos lo cual los obligo a replantearse una nueva

estrategia. Finalmente se concluye que la omnicalidad es una experiencia que tiene que aplicarse en todas las empresas considerando las necesidades del nuevo cliente.

Antecedentes Nacionales:

- **Autor:** Maria Efigenia Acosta
- **Tesis:** “Efectos del Covid – 19 sobre las Pymes. ¿Cómo superarlos y hacerlas más productivas?”

El impacto que tienen las pequeñas y medianas empresas en la economía del país es de gran consideración, la investigación de este trabajo de fin de curso fue tener el punto de vista de empresarios y consumidores frente a la pandemia; el resultado que obtuvieron fue que las medidas seguridad impuestas por el gobierno no eran tan representativas a diferencia de las medidas e-commerce y actividades de ocio seguras ya que las medidas de bioseguridad han tenido un impacto negativo disminuyendo el 50% de su actividad económica, los consumidores se sienten agobiados debido a las medidas que los cohiben a un disfrute de los servicios, el aporte que tuvo esta tesina fue realizar un plan de empresa a través de una plataforma dirigida al sector de la restauración de la mano de la Fundación General de la Universidad de la Laguna.

Autor: Julio Alberto Sacristán González

Tesis: “Alternativas de Financiación para las Pymes”

Para muchas pymes españolas la única opción de financiación siempre ha sido un crédito bancario, pero debido a la experiencia en la crisis económica del 2008 y a la coyuntura actual que se tiene por el impacto de la covid -19 es necesario contar con otras alternativas por ejemplo: **“Business Angel”** y **“Crowdfunding”** que se recomiendan a ser usadas al inicio del negocio ya que al ser nuevos su nivel de riesgo para acceder a un préstamo bancario es alto, y a las empresas que están mejor consolidadas y tienen como visión la expansión de su mercado se les puede

recomendar **“MAB”** y por último tenemos a las **“SGR”** que son entidades financieras sin ánimo de lucro en que su objetivo es facilitar a las pymes y autónomos el acceso bajo mejores condiciones. Se debe considerar que no existe una financiación de alternativa perfecta sino que debemos tener en claro las características y su situación actual para así tomar una mejor decisión.

DESARROLLO DEL TEMA

Reinvención de una Empresa:

La reinvención de una empresa significa darse una nueva oportunidad en el mercado, todas las decisiones que se tomen en el presente son el futuro definitivo de toda organización por tal motivo se debe tener la predisposición de adaptarse a nuevos cambios, eliminar o modificar lo que sea necesario para lograr su visión, el mundo desde marzo de 2020 sufrió una alteración por la pandemia del covid-19 teniendo una transformación, con nuevos protocolos, limitaciones, pero también con nuevos desafíos, nuevas oportunidades, el objetivo que tiene toda empresa es mantenerla sostenible en el tiempo de una manera natural y beneficiosa.

Si las empresas se resisten a esta transformación corren el riesgo de desaparecer, perder a sus consumidores y de generar grandes consecuencias a todas las personas que conforman su organización.

Las Pequeñas y Medianas Empresas en España están compuestas:

Microempresa:

Dentro de los tipos de empresa PYME, la más pequeña de ella es la microempresa, tiene que contar con menos de 10 trabajadores, ya sean socios, trabajadores temporales o propietarios, no se considera dentro de ellas a las personas que tengan un contrato de prácticas o formación profesional, otro requisito que debe tener la microempresa es que debe registrar un volumen menor de 2 millones de euros anuales.

Pequeña Empresa:

Es un tipo de organización que presenta dimensiones reducidas, en Europa su plantilla debe poseer un máximo de 50 trabajadores y en cuanto a su volumen de facturación anual es de 10 millones de euros (12.1 millones de dólares).

Medianas Empresas:

Esta se considera como la empresa más grande dentro de las PYMES. Para que se considerada como tal tiene que contar con un máximo de 249 trabajadores. En este tipo de empresa el volumen anual debe estar situación por debajo de los 50 millones de euros anuales.

La planeación estratégica es una herramienta muy necesaria que toda empresa tiene que desarrollar, porque les permitirá definir y ejecutar un conjunto de acciones para lograr sus propósitos tanto a corto, mediano y largo plazo mediante un análisis de entorno interno y externo.

Este plan estratégico va a permitir que los altos mandos puedan definir objetivos para desarrollar la misión y cumplir la visión de la organización, toda empresa debe contar con una hoja de ruta que les permita trabajar de forma eficiente. Comprometiendo a todo el grupo de trabajo a manejar el mismo lenguaje para así cumplir los objetivos trazados, tomando un sentido de responsabilidad y motivación.

Planes Estratégicos de Autónomos y Pymes:

Se sabe que muchos autónomos y pymes no llegan a desarrollar algún tipo de plan estratégico, algunos de ellos solo tienen la referencia en su mente que en el camino podría generar algún traspie, la mejor forma de plantearse un plan es tenerlo escrito en un papel sobre todo porque este documento va a ser compartido con las otras personas que conforman la organización. Y también para llevar un control anual del progreso.

Ventajas de un plan estratégico para un Autónomo o Pyme:

- Determinar un proyecto a futuro en donde se fije una meta y se guie a todo el personal.
- El desarrollo del negocio de una forma eficiente y profesional basado en objetivos.
- Seguimiento continuo para verificar el desarrollo del plan.
- El plan hará que toda la organización sea participe del proceso, involucrar al personal tiene muchas veces un impacto positivo porque los hace sentirse parte del desarrollo de la empresa.

Método de la Planificación:

A diferencia de las grandes empresas que tienen que trazarse planes estratégicos a largo plazo, las pymes y autónomos tienen que trazarse planes a corto y mediano plazo.

Componentes de un Plan Estratégico:



Planteamiento del Problema:

La Covid – 19 conocida también como Coronavirus enfermedad derivada del virus SARS-CoV-2.78, los primeros casos de dieron a conocer en la ciudad de Wuhan (China) en diciembre de 2019. La Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el 11 de marzo de 2020 pandemia a nivel mundial.

La pandemia provocó que las pequeñas compañías de nuestro país se vean afectadas, ellas fueron las grandes pagadoras de esta crisis económica, un 99,7% de las casi 68.000 se han destruido, sobre todo las que cuenta con un plantilla menor de 50 trabajadores (hostelería, restauración, pequeños comercios).

Desde la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos, se advirtió que durante el mes de noviembre de 2020, perdió 3.152 afiliados autónomos a la Seguridad Social y lo que iba desde agosto ya tenían 12.000 pequeños establecimientos cerrados. Otro sector castigado por la crisis sanitaria fue el comercio, en noviembre de 2020 también perdió 210 autónomos y la industria manufacturera se redujo en 187.

La seguridad social fue un reflejo de estas tendencias para las asociaciones de autónomos. A inicios de 2020 el sistema tenía inscrita 1.468.620 empresas mientras que en octubre registro un pérdida de 68.228, quedando con un volumen total de 1.400.332.

En el caso de las empresas individuales la Seguridad Social tenía a inicio de 2020 un registro de 543.907 empresas con un solo trabajador a finales del mes de octubre se contabilizaron 496.119 entonces podemos decir que casi un 48.000 empresas desaparecieron durante los meses que va de pandemia, sería un 9,6% menos que a inicios de año.

Del mismo modo, en enero de 2020 en nuestro país teníamos 560.007 empresas activas con una plantilla de entre dos y cinco trabajadores, de las cuales disminuyeron un 11.593 a lo largo del año situándose en un total de 548.468, un 2,1% menos.

Mientras que las organizaciones que cuentan con una plantilla de entre 6 y 50 tuvieron una caída a lo largo del año de casi el 3%, pasaron de 326.515 a 317.820 quiere decir 8,695 menos en el registro de la seguridad social

La alerta que manifiesto en Banco España en su momento sobre la economía y el impacto productivo en el país fue que el 40% de las empresas sufrirán una presión financiera peligrosa esto a consecuencia de la crisis sanitaria que se vive, porque terminara provocando problemas de liquidez e insolvencia. A la vez que las simulaciones de este organismo elevan hasta el 10% de las empresas se verán en la obligación de desaparecer.

El Banco de España resalta también que la presión financiera elevada que tendrán las empresas para la devolución de su deuda será preocupante, teniendo en cuenta su estimación de beneficios se incrementara en casi 27 puntos porcentuales entre el 2019 y 2020, hasta situarse en el 40%. El desglose por tamaños de empresa nos demuestra que el ascenso seria mayor en el caso de las PYMES pero sobre todo en los sectores más afectados por la crisis sanita como el de la hostelería, restauración y ocio, que serian los más necesitados de las ayudas públicas para su funcionamiento en el siguiente año.

El 48,5 de empresas ha detectado un descenso de su facturación en este último trimestre en curso y mientras que el 23,9% afirma que este retroceso de ventas está siendo significativo, esto fue según una encuesta realizada por el Banco de España a casi 12.500 empresas para conocer la evolución de la crisis sanitaria en sus empresas. El lado positivo que se detecto fue que muchas empresas se habían mantenido estables e incluso tuvieron un aumento leve de personal.

En el cuarto trimestre la actividad y el empleo en la hostelería, actividades de ocio, entretenimiento y comercio están evolucionando de forma negativa, el Banco de España manifiesta que los descensos de la facturación sufrirán un deterioro económico tras el periodo posterior a desescalada de la crisis sanitaria.

Las fuentes nos demuestran que el 36,3% de las empresas tendrán descenso en su facturación superior al 15% en el 2020 frente a la facturación de 2019 a causa del fuerte impacto de la pandemia, mientras que el descenso medio de facturación total de las empresas fue del 10%.

En cuanto a la tasa de empleo, la hostelería pronostica un descenso del 40% seguido por el sector del ocio y entretenimiento, donde se estima que bajara alrededor del 23% y la construcción, donde el empleo retrocederá el 8% a comparación del año anterior.

La fuerte caída de empresas experimentada en el 2021 tiene algunas características muy notables: Afectaba más a las microempresas de menos de 10 trabajadores y los Servicios son el sector más afectado acumulando un 99,3% del total de la productividad desaparecida. En este sentido, si vamos al detalle de las áreas de actividad, según los datos de Cepyme (**Confederación Española de la pequeña y mediana empresa**) el 63,4% de las 44.640 empresas cerradas entre el mes de enero y julio de 2021 en comparación con el mismo periodo de 2019, corresponden al Comercio y la Hostelería.

De cara al 2021 las empresas adelantan que el volumen de sus trabajadores será muy similar al último trimestre de 2020. Sin embargo al cierre del de este año no todas las empresas tuvieron que cerrar sus negocios, el país cuenta con 1.411.902 empresas dadas de alta en la seguridad social, frente a las 1.489.733 que había a inicios del año 2020 antes de que la pandemia interrumpiera.

La Recuperación de las Pequeñas Empresas:

La Resiliencia:

Es el objetivo de adoptar las medidas necesarias para apuntar la situación financiera a corto plazo, es fundamental para los sectores más afectados por la crisis sanitaria.

Las empresas deben centrarse en estimular sus fuentes de ingresos, mantener estable su cadena de suministro ya la vez optimizando sus modelos operativos. A consecuencia de la pandemia los canales digitales se volvieron de un elemento clave para incrementar los niveles de ingreso a corto plazo.

Retorno:

En esta etapa el regreso paulatino en los niveles de negocio y empleos previos a la crisis, podría ser adoptar las tendencias que cambiaron o aceleraron durante el confinamiento y que no volverán a ser lo mismo que antes. En esta fase tuvo que ser importante que todas las empresas aceleren la migración a servicios de ventas digitales y que se renueven la cartera de productos para adaptarla a la nueva necesidad del cliente.

La digitalización beneficia al tejido empresarial que está formando mayoritariamente de pequeñas empresas, estas nos permiten diseñar un modelo de negocio más flexible que facilitan el retorno, como por ejemplo los centros de servicios compartidos o las estrategias de aprovisionamiento conjuntos que pueden generar eficiencias y mejoras en números sectores.

La Reinención:

En esta tercera etapa de la reinención, las empresas deben determinar si continúan o no con sus modelos tradicionales o explorar otros nuevos, considerando las necesidades y

preferencias de sus clientes. Esto podría desembocar en una ola de fusiones y adquisiciones de alianzas y colaboraciones.

Es la clave para que las empresas consigan resultados ganadores. Los negocios, en muchos casos se tienen que realizar un plan estratégico que tiene que ir a la medida y personalidad de cada uno de ellos, considerando las medidas higiénico–sanitarias. El Objetivo no será otro que adaptarse a la realidad que vivimos en estos tiempos y que seguirá existiendo posterior al fin de la pandemia.

Puntos a considerar para una reinención exitosa:

1. Mejorar los ratios de eficiencia: Se tiene que elaborar un plan de negocio basado a nivel de ocupación, este tiene que ser tanto administrativo como operativo.

2. Reestructura organizativas – Más con Menos: Evaluación de cuál será el coste de personal y como se va a sostener el negocio, ya que necesario que la parte operativa haga más con recurso humano.

3. Buscar la Simplificación: Se tiene que hacer una revisión del producto con más movimiento versus el de menos movimiento y de ser posible retirarlos, teniendo en consideración que tendré un grupo de trabajo reducido.

4. Observar la Competencia: Se tiene que considerar las nuevas oportunidades y ventajas competitivas presentadas por la competencia que también tendrá que hacer cambios. Solo conociéndolas podremos tomar decisiones que sean en beneficio nuestro.

5. Reparto a domicilio y comida para llevar: Esta modalidad será el autentico salvavidas de la hostelería para los que lo tenían debidamente implementado.

6. Marketing: Mostrar en las redes sociales los protocolos de seguridad e higiene con los que se viene trabajando. El marketing online tiene que ser dirigido en primer lugar a la zona donde se encuentra nuestro negocio.

7. Apuesta por el buzono: Al primer publico que tiene que dirigirse el negocio es a nuestros vecinos, el tiene que enterarse que en su barrio puede tener opciones.

8. Diversifica tu marca: Siempre que la operativa lo permita puede funcionar una marca que un futuro nos permita un diversificación formal.

9. Asociación con otros negocios: Trabajar promociones, mayor poder de compra y otras acciones comerciales.

10. Recomendaciones: Se debe tener en consideración que el marketing de boca a boca es muy poderoso, por ello nuestras atención tienen que ser eficientes para tener fidelidad del cliente.

Testimonios de Autónomos:

A continuación se va a mencionar dos testimonios que nos cuentan cómo se fueron desarrollando durante la pandemia y la reinención que tuvieron que hacer para salir adelante en sus negocios.

- **Angels Xena:** El caso de una terapeuta dedicada a la Kinesiología que es la disciplina que estudia la actividad muscular del cuerpo humano, esta es tratada para personas de seis años para adelante y serian con terapias presenciales, el primer confinamiento obligaron a Angels a reinventarse dando un salto a la digitalización, inicialmente fue algo my complejo para ella porque pensaba que no iba a tener la suficiente interacción directa con sus pacientes, sin embargo este nuevo canal de atención por web cam con sus clientes funciono, explica que las personas aprendieron y que se pudo crear un vinculo muy

especial, que comenzó a ser un experiencia muy beneficiosa y sorprendente para todos y sobre todo porque ella podía seguir avanzando de forma profesional.

- **Núria Font:** Los padres de Núria inauguraron en 1987 la casa de colonias llamada “**Can Mas**” también la podemos conocer como casas rurales y su intención era que esta perdure muchos años pero debido al confinamiento de 2020 hizo que muchas personas no tengan una temporada de verano, lo que hizo que la facturación de esta colonia caiga en un 85%. Comenta Nuria que sin trabajo una estructura tan grande como es una casa de colonias era muy difícil de mantenerla, sin embargo el gobierno brindo **un crédito ICO** (este puede ser solicitado para autónomos que tengan la actividad en el sector de servicio), para mantener un mínimo de liquidez durante la pandemia, lo que hizo que Nuria considere otras opciones para nuevos ingresos desarrollado un “Plan B” este plan hizo que utilizaran su infraestructura para organizar bodas y banquetes dándole un resultado favorable y esperando que ha medida se vaya disminuyendo las medidas de seguridad impuestas, el negocio pueda ir regresando a la normalidad.

CONCLUSIONES

1. Las empresas tienen que adaptarse a un nuevo modelo de negocio bajo un plan estratégico necesario para superar este desafío que muchas de ellas enfrentan, con nuevas alternativas de servicios y beneficios tanto para ellas como para sus nuevos clientes.

2. La época de la digitalización llegó para quedarse y no ser más solo una opción para que un negocio se pueda desarrollarse, la crisis sanitaria (Covid – 19) nos ha traído un antes y un después de la implementación del uso de las nuevas tecnologías digitales, es más podríamos decir que este proceso tuvo que acelerarse, entre los desafíos que se presentaron en la implementación de la nueva tecnología tiene que tener una garantía de conexión estable, confiable y segura a prueba de ataques cibernéticos cuidando la información de sus usuarios.

3. La reinención laboral, la crisis sanitaria no solo afecta a las pequeñas empresas, la pandemia nos trajo nuevos escenarios en el mercado laboral, muchas de ellas implementaron el teletrabajo, considerar una flexibilidad laboral por el distanciamiento social para evitar la propagación del virus, el teletrabajo supone beneficios para una organización si se sabe articular con efectividad. La comunicación es vital para mantener la fidelización de los trabajadores, fomentando la motivación del personal, que se sienta apoyado y comprendido en todo momento, ya que lo que se busca es el bienestar físico y emocional para seguir desarrollando un trabajo óptimo en beneficio para toda la organización.

APORTE A LA INVESTIGACION

De acuerdo a los conceptos e investigación hecha, las pequeñas y medianas empresas españolas están pasando por un proceso de resiliencia, retorno y reinvención en el cual tienen que tomar la decisión de seguir con su negocio tradicional o plantearse alternativas que les permita salir adelante, el aporte que daría a los negocios de mi localidad seria facilitarles información de cómo ellos de cara a esta nueva normalidad van a poder surgir, con una pequeña guía que va a contener conceptos, estrategias, razones para reiventarse y sacar adelante el proyecto que empezaron en su momento con mucha ilusión, se creará un grupo enfocado a ellos, donde los interesados enviarán una solicitud para poder obtener todo el contenido, todo esto será través de una aplicación que se maneja por localidades y a la cual todos los vecinos tenemos acceso.

RECOMENDACIONES

1. Realizar un plan estratégico a corto plazo que involucre a la organización y puedan todos guiarse siguiendo un mismo camino.
2. Respetar los lineamientos impuestos por los Gobiernos para combatir la crisis sanitaria para así cuidar de la salud tanto de los trabajadores como de los clientes.
3. Adaptarse a la nueva era digital creando publicidad por las redes sociales que les va a permitir acortar la brecha que hay entre el cliente y la empresa teniendo un impacto positivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adrian j. Romero (2022) – *Grupo Consultor Efe “Planeación Estratégica de una Empresa”*

<https://grupoconsultorefe.com/index.php/recursos/articulo/planeacion-estrategica-de-una-empresa#:~:text=La%20planeaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20es%20un,aprovechar%20oportunidades%20y%20mitigar%20riesgos.>

Tarracogest (2020) – *“Ideas para la reinención de una empresa”*

<https://www.tarracogest.com/10-ideas-para-reinventar-tu-bar-o-restaurant-de-cara-a-la-reapertura/>

Infoautónomos (2022) – *“El Plan estratégico y el análisis DAFO”*

<https://www.infoautonomos.com/crecimiento-empresarial/plan-estrategico-y-analisis-dafo/>

El Economista (2021) – *“Hostelería y Comercio copan el 63% de empresas destruidas por la pandemia”*

<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/11383050/09/21/Hosteleria-y-comercio-copan-el-63-de-empresas-destruidas-en-pandemia.html>

El mundo (2022) – *“El Tejido productivo no se recupera”*

<https://www.elmundo.es/economia/macroeconomia/2022/02/03/61fab040fc6c832f698b45eb.html>

Carlos Hernández Martín (2021) *Spain Business School* – *“Clasificación de las Empresas”*

<https://blog.spainbs.com/2021/01/948/clasificacion-de-las-empresas>

Empresa Actual (2016) – *“Efecto de la crisis en las empresas Españolas”*

<https://www.empresaactual.com/crisis-empresas-espanolas/>

Economipedia (2022) – *“Concepto pequeña empresa”*

<https://economipedia.com/definiciones/pequena-empresa.html>

Empresa Actual (2020) – *“Las Pymes Reinan España”*

<https://www.empresaactual.com/tipos-empresa-por-tamano/>

El Economista (2020) – *“Empresas destruidas con menos de 50 trabajadores”*

<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10961067/12/20/EI-99-de-las-68000-empresas-destruidas-en-Espana-por-la-pandemia-tiene-menos-de-50-trabajadores.html>

El Economista (2020) – *“Las empresas españolas sufren nueva recaída en las ventas”*

<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10935431/12/20/La-mitad-de-las-empresas-preve-una-caida-de-ingresos-mayor-en-el-cuarto-trimestre.html>

Gabriel Roncacio (2022) – *Pensemos “¿Cuáles son las etapas de la Planeación Estratégica?”*

<https://gestion.pensemos.com/cuales-son-las-etapas-del-proceso-de-planeacion-estrategica-ejemplos>

Mckinsey & Company (2020) – *“La Resiliencia a la Inversión”*

<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/risk/our%20insights/spain%20after%20covid%2019%20from%20resilience%20to%20reimagination/espana-post-covid-19-de-la-resiliencia-a-la-reinvencion.pdf>

Portaltic (2021) – *“Empresas demuestran capacidad de Adaptación durante la pandemia”*

<https://www.europapress.es/portaltic/empresas/noticia-52-pequenas-empresas-espanolas-demuestran-capacidad-adaptacion-pandemia-20210511173501.html>

El Periódico (2021) – *“Negocios que se reinventan para sobrevivir”*

<https://www.elperiodico.com/es/economia/20210117/negocios-reinventan-sobrevivir-virus-llevamos-11414689>