

Coloquio de Investigación Multidisciplinaria



VOLÚMEN 8 Núm.1 OCTUBRE 2020

Revista Periódica



JOURNAL CIM - REVISTA DIGITAL

ISSN: 2007 - 8102

DIFUSIÓN VÍA RED DE CÓMPUTO
<https://www.cim-tecnm.com/articulos>



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO



INGENIERÍA ADMINISTRATIVA

IA01	Medición de la cultura de innovación en una institución educativa de orden privado <i>Noé Chávez Hernández</i>	8
IA02	La influencia del método del Estado de Máxima Trascendencia <i>Fernando Ariza de la Fuente, José Pablo Nuño De La Parra, Héctor Meneses Galvan, Ma. Guadalupe López Molina.</i>	17
IA03	Perspectiva sobre las políticas públicas de desarrollo y competitividad empresarial <i>P. Tamayo Contreras.</i>	26
IA04	Innovación al Modelo de Negocios Canvas para una empresa turística ante la emergencia del COVID-19 <i>E. Mendoza Ramírez, J. Garnica González, E. Cruz Coria, N. Escarnilla Tobaoda.</i>	35
IA05	Gestión empresarial sobre los precios de transferencia en la industria automotriz y de autopartes <i>P. Tamayo Contreras, A. Jiménez Rico.</i>	43
IA06	El impacto económico que deja el COVID-19 en las MIPyMES pertenecientes al municipio de Zacapoaxtla. <i>D. Gómez Bonilla, G. Mejía Méndez, L.E. Hernández Galindo.</i>	51
IA07	La cultura organizacional de empresas familiares en Aguascalientes. Estudio de casos <i>M. Mendoza Esparza, L. Romo Rojas, M. Rocha López, R. Hernández Torres y P. Salcedo L.</i>	59
IA08	Estudiantes de Administración y su percepción sobre la responsabilidad social empresarial <i>B. Antonio Pacheco, M. G. Aguirre Alemán, M. A. Clara Zafra, Ma. T. de la L. Sainz Barajas, J.J. Chiñas Valencia.</i>	67
IA09	Validación de un instrumento de medición para evaluar el efecto de la Inteligencia Competitiva en empresas de la Región Lagunera de Coahuila <i>Eduardo Rafael Poblano-Ojinaga, Francisco Agustín Poblano Ojinaga, Elva Rosaura Pineda Armendáriz, Héctor Aurelio Moreno Casillas y Máximo Vitela González.</i>	75
IA10	Análisis de rotación del personal mediante la evaluación del clima laboral en una empresa logística. <i>R. Chávez Rodríguez, Ma. G. Trujillo Espinoza, Ma. R. Acevedo Serrano, C.R. Hernández Reyes.</i>	84
IA11	CARAMELO	92

Innovación al Modelo de Negocios Canvas para una empresa turística ante la emergencia del COVID-19

E. Mendoza Ramírez¹, J. Garnica González^{1*}, E. Cruz Coria², N. Escamilla Toboada³.
Instituto de Ciencias Básicas e Ingeniería¹, Pachuca-Tulancingo Km. 4.5, Carboneras,
42184, Pachuca de Soto Hidalgo.

Instituto de Ciencias Económico Administrativa², Camino La Concepción, s/n San
Juan Tilcuautla, 42160. 7717172000. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo¹
Universidad Autónoma Metropolitana³

*jgarnica@uaeh.edu.mx

Área de participación: Ingeniería Administrativa

Resumen

Actualmente, la crisis generada por la pandemia de COVID-19 ha dejado al descubierto la fragilidad de las empresas turísticas rurales, las cuales se han visto afectadas por la crisis sanitaria, económica y social a nivel mundial, forzándolas a realizar cambios en sus modelos de negocio. Derivado de ello, este trabajo de investigación tiene como objetivo principal hacer una propuesta de innovación al modelo Canvas, con la finalidad de buscar ideas que permitan a las empresas turísticas rurales modificar las estrategias de planificación que utilizan. Se desarrolló en cuatro etapas, empezando por la observación del entorno, posteriormente la realización de una innovación al modelo Canvas, seguida de proponer algunos indicadores y por último una propuesta de tablero. Obteniéndose como resultado una innovación del modelo Canvas, propuesto para empresas turísticas rurales, así como una estrategia de aplicación de dicho modelo en la práctica, ayudando en la economía del país ante el COVID-19.

Palabras clave: Modelo Canvas, Paradigma, Turismo rural, COVID-19.

Abstract

Currently, the crisis generated by the COVID-19 pandemic has exposed the fragility of rural tourism companies, which have been affected by the global health, economic and social crisis, forcing them to make changes in their tourism models deal. Derived from this, the main objective of this research work is to make an innovation proposal to the Canvas model, in order to seek ideas that allow rural tourism companies to modify the planning strategies they use. It was developed in four stages, starting with the observation of the environment, then an innovation to the Canvas model, followed by proposing some indicators and finally a board proposal. Obtaining as a result an innovation of the Canvas model, proposed for rural tourism companies, as well as a strategy for applying said model in practice, helping the country's economy in the face of COVID-19.

Key words: Canvas Model, Paradigm, Rural tourism, COVID-19

Introducción

Desde el origen del fenómeno turístico, se han suscitado algunas crisis de naturaleza económica, política, social e incluso ambiental que han dejado al descubierto la vulnerabilidad de esta actividad que, actualmente, se ha convertido en uno de los principales pilares de la economía a nivel mundial. En la historia se han identificado grandes pandemias que han afectaron los desplazamientos por turismo [1]. Desde mediados del siglo XIV, con la peste negra, hasta la aparición de del Virus de Inmunodeficiencia Adquirida en 1981 (VIH). Posteriormente Gutiérrez, Orenday y

Gutiérrez, hablan del virus de la influenza (H1N1), considerándose como la primera pandemia del siglo XXI, la cual era catalogada como moderadamente grave [2].

Actualmente, se ha registrado la aparición del coronavirus SARS-CoV-2 que, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), el coronavirus es una familia extensa de virus, que puede causar enfermedades tanto en animales como en personas, en las personas puede causar infecciones respiratorias hasta algo más grave como un síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y un síndrome respiratorio agudo severo (SARS). El COVID-19 es una enfermedad infecciosa causada por el coronavirus, el cual se inició en China y se expandió por todo el mundo, hasta llegar a México. El coronavirus es una enfermedad viral respiratoria, reportada el 31 diciembre de 2019 por la Comisión de Salud Municipal de la ciudad de Wuhan, la cual pertenece a la familia genética de los virus de SARS-CoV y MERS-CoV que surgió en China y Arabia Saudita en los años de 2002 y 2012 [3]. En la Ciudad de México el primer caso se presentó, el 27 de febrero de 2020, que hasta la fecha no se ha podido disminuir, causando una crisis sanitaria, económica y social en las diversas industrias, afectando a todos los sectores de la industria, público y privado [4].

Rojo y Bonilla, expresan que la crisis sanitaria que se está viviendo actualmente, ha resaltado las deficiencias económicas, la fragilidad social y la vulnerabilidad que tienen los países en desarrollo. La pandemia es una enfermedad que se propaga rápidamente, incrementándose de forma exponencial, afectando no solo en la salud, sino en otros ámbitos [5]. Santos, menciona que cuando se ve de cerca el peligro o se está en crisis, se toma consciencia de la sostenibilidad, el respeto de la vida, la salud y la inclusión social, generando con esto un aprendizaje, y un cambio en los modelos sociales, culturales y económicos [6]. Los efectos negativos de la crisis sanitaria siguen y seguirán, por lo que muchos economistas y analistas estudian escenarios de recuperación con el propósito de reactivar la economía del país, tratando que todo regrese a la normalidad [7]. Ya que cuando se presenta un problema de pandemia los turistas dejan de viajar, tanto por la prohibición de las fronteras como por el miedo a contagiarse y es ahí cuando la economía se detiene.

La pandemia del COVID-19 ha paralizado muchas actividades sociales y económicas provocando la reducción en el consumo y la disminución de la producción. Naidu, Rodrik y Zycman, vislumbran que esta situación conducirá a una situación de reflexión y cambio, reforzando las condiciones ambientales actuales [8]. Sin embargo, muchas empresas privadas y los gobiernos han tenido que detener su producción y han logrado hacer un cambio en la forma de trabajo, buscando enfrentar la situación de la mejor manera, muchas de ellas, haciendo uso de la tecnología para no detener su producción, pero otras empresas han tenido que cerrar definitivamente, afectando a muchas familias que dependen de su trabajo. Se ha experimentado una pérdida masiva de empleos en todo el mundo y por ende en México [9].

Actualmente el COVID-19 está afectando al sector turismo, esta pandemia representa un reto a nivel mundial. Cuando se presenta una situación de esta naturaleza, en la actividad turística se ve la necesidad de hacer algunas modificaciones en la oferta, tales como: en las condiciones de los destinos, las relaciones laborales, el marco turístico, en los productos turísticos, entre otros [10].

El turismo desempeña un papel importante en la creación de empleos, aporta el 8.7% del PIB nacional, genera 14.7 miles de millones de dólares en el saldo de la Balanza Turística, activa una cadena de valor de 65 mil millones de dólares en proveeduría y un 4.1 millones de personas [11]. Que de acuerdo al CICOTUR (Centro de Investigación y Competitividad Turística Anáhuac) realizó un estudio estadístico y de probabilidad en el mes de abril, en cuanto a la afectación del turismo como resultado de la pandemia de coronavirus, teniendo una reducción del consumo turístico de casi 240 mil millones de pesos [12].

Con base a lo anterior se observa que muchas pandemias o sucesos inesperados hay ocasionado una depresión en la economía de los países, provocando incertidumbre. Sin embargo, se tiene detectado que después de una crisis económica, tiene que haber un resurgimiento, para lo cual es necesario emplear estrategias de las cuales muchas ya se han puesto en práctica, como es el conocimiento compartido y colaborativo, las alianzas entre países, muchas de las pandemias anteriores se enfocaron en apostar por un crecimiento en la producción agrícola, la minería y en la moda desarrollo textil [13]. No obstante, muchas de estas estrategias se enfocan en el trabajo en equipo, en las alianzas y colaboración entre países, para la activación de la economía, provocando una reestructura de las actividades en las organizaciones y empresas [14].

La naturaleza disruptiva de esta pandemia está cambiando desde las rutinas de trabajo y la actividad económica, hasta las prioridades que se tienen, haciendo que muchos hábitos se modifiquen, de los cuales algunos podrían cambiar definitivamente [15]. La tecnología de la información y comunicaciones pueden ser, un medio de integridad en los procesos de abastecimiento y atención, Giles dice que cuando se presenta una situación como la que hoy actualmente se está viviendo, es importante ver que el fenómeno de la pandemia tiene distintos efectos en función a distintas condiciones particulares, por ejemplo, en el sector turístico rural, donde surge la necesidad de reordenar prioridades, haciendo una reorganización en el sector turístico rural, como en los modelos de negocio de estas organizaciones [16].

Por otra parte, es importante que las empresas que gravitan en un marco de decisiones mensurada y tradicional, son vulnerables a desaparecer y más en condiciones de la pandemia, donde ninguna empresa estaba preparada ante cierta situación, y se dice que podrían desaparecer, porque la dirección de los negocios modernos gira en torno a la capacidad resiliente y a la habilidad que se tenga para hacer modificaciones inmediatas. Mucho del crecimiento sostenible de las organizaciones rurales, hablan sobre las amenazas y cambios que eventualmente se presenten, superando adversidades reinventando los modelos de negocio, buscando una innovación, teniendo estrategias para su supervivencia, rompiendo paradigmas y más en tiempos de crisis como el que se vive actualmente [9].

Es por esto que es necesario hacer un cambio de paradigma, donde se debe comprender, aceptar y hacer una adaptación al cambio o a lo que se está presentando actualmente, teniendo modificaciones en el ámbito social, familiar y personal, fomentando un cambio de actitudes, acciones, de valores ante la crisis que se enfrenta, donde los modelos de negocios de las empresas de turismo rural se adaptan a la actualidad generada por la contingencia del COVID-19. La organización debe determinar los conocimientos necesarios para la operación de sus procesos y así lograr la conformidad de sus productos y servicios [17].

Según Marote, los modelos de negocios tradicionales son caducos, es por ello que es importante apostar en modelos de negocios que vayan encaminados a la tecnología y a la cultura social, ya que la sociedad está demandando a las empresas con mayor compromiso social y medio ambiente, generando un cambio en la economía transformándola de economía tradicional a economía digital, rompiendo paradigmas [18]. Kuhn, menciona que un paradigma es todo aquel modelo, patrón o ejemplo que debe seguirse ante cierta situación, la ciencia va cambiando y por lo tanto los paradigmas se van modificando, para tener un cambio de paradigma se tiene que innovar, para adaptarse al momento que se está viviendo [19].

Por ello Rouse, explica que la innovación dentro de una organización, tiene que empezar por la idea, hasta llegar a una implementación, esto abarca las decisiones, las actividades y prácticas de la elaboración y aplicación de una estrategia de innovación. La innovación organizacional es encontrar oportunidades internas en una empresa, en otras palabras, es encontrar las debilidades que tiene el negocio en sus relaciones internas, en creatividad y apertura de información para convertirlas en oportunidades

de información, buscando nuevas formas de trabajar, en busca de nuevos diseños organizacionales además de tener una adaptación a las condiciones que se presentan actualmente, como es el caso de la pandemia [20].

Cuando se habla de resiliencia aplicado al ámbito empresarial se hace referencia a la capacidad de las empresas a adaptarse a los momentos de cambio que se presentan en su entorno, como actualmente se presenta la pandemia del COVID-19, la cual afecto a todas las empresas de turismo rural, ya que no se tenía la preparación para afrontar esta crisis sanitaria, económica y social. En busca de ello las organizaciones rurales, han tenido que replantear sus estrategias e innovaciones dentro de sus modelos de negocio, haciendo un cambio de paradigma, con la finalidad de adaptarse a las condiciones que se presentan en el momento, teniendo como propósito la supervivencia de la empresa rural, con el uso de la tecnología y las herramientas. Es por ello que con esta investigación lo que se propone es realizar una innovación del modelo Canvas, con el propósito de tener en consideración el tiempo que se está viviendo actualmente y los cambios a los que se tiene que enfrentar una organización.

Metodología

Este trabajo de investigación se desarrolla a partir del modelo Canvas, el cual permite analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. A través de esta modelo es posible plasmar la idea en un modelo empresarial, beneficiando la comprensión. Así mismo, permite obtener una perspectiva de los entornos de la empresa, obteniendo un análisis estratégico como se muestra en la Figura 1.



Figura 1. Metodología

- ❖ Observación del entorno. Dentro de la metodología propuesta se observa que existen cuatro bloques, el primero de ellos hace referencia a la observación de todos los acontecimientos que están ocurriendo en este momento de contingencia que se está viviendo, así como la relación de estos factores dentro del modelo Canvas y el sector turismo rural. Esta observación del entorno se hizo mediante un análisis PESTEL, (análisis de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos), el cual analiza diferentes factores externos, con el objetivo de analizar y monitorear los factores macroambientales, que tiene un impacto en las organizaciones [21].
- ❖ Innovación del Canvas. Después de haber realizado el paso número uno, y de haber hecho un análisis de la correlación que tienen el modelo Canvas, el turismo rural y la pandemia, nace la necesidad de hacer una innovación dentro del mismo modelo, con el objetivo crear una mejora dentro del mismo modelo.
- ❖ Para poder realizar una innovación en el modelo Canvas, y después de haber hecho un análisis, se proponen ciertos indicadores con el objetivo satisfacer las necesidades que surgen con la contingencia, mediante una correlación de las variables.
- ❖ Teniendo los indicadores propuestos, se hace la construcción del tablero dentro de los lienzos del modelo Canvas, con el objetivo de mitigar los daños ocasionados por la pandemia, haciendo una contribución en la estabilidad de las organizaciones.

Modelo Canvas

Uno de los modelos más usados dentro de las empresas es el modelo Canvas, [22]. Este modelo consta de siete lienzos como se muestran en la Figura 2. Es considerado como uno de los mejores sistemas para comunicar de forma sencilla lo que es la estrategia de una empresa, evaluando la viabilidad y eficacia dentro de la organización.



Figura 2. Modelo Canvas [22].

Observación del entorno

Dentro de la observación del entorno actual del medio donde se desenvuelven las empresas turísticas, es importante tomar en cuenta los factores exógenos a las empresas que están siendo generados por la pandemia del COVID-19. Teniendo que hacer una reestructura de trabajo de sus empleados y de sus procesos, con la finalidad de adaptarse a la situación actual, haciéndole frente no solo a la crisis sanitaria sino también económica y social, como se muestra en la Figura 3. Con base en el análisis de la metodología del entorno (PESTEL, acrónimo de los factores del macro entorno de la empresa) (políticos, económicos, sociales, ambientales y legales), le permite a la organización identificar los factores que podrían afectar a las variables que influyen en los niveles de oferta y demanda, así como en los costos de la empresa.

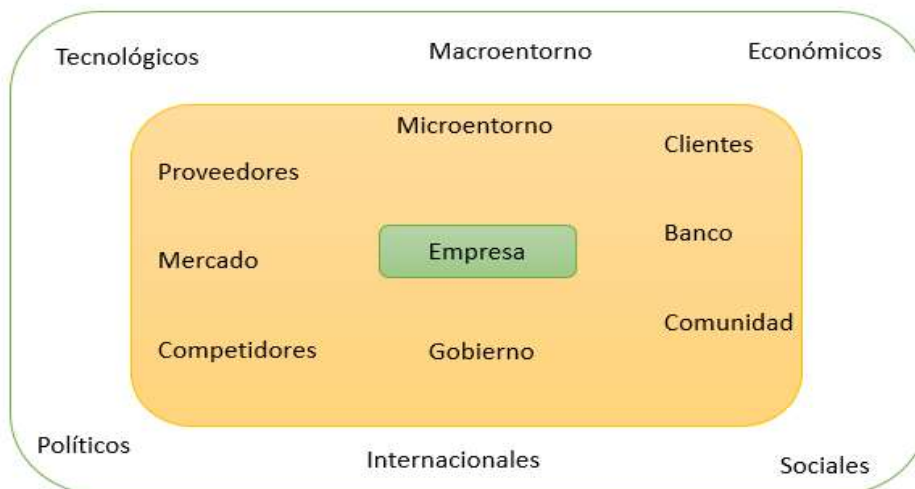


Figura 3. Observación del entorno de la organización [21]

Con este diagrama se puede observar la interacción que tiene la empresa, con algunos factores externos, que afectan a las actividades de las organizaciones, con la finalidad de hacer un cambio de paradigma.

Innovación del Canvas

Después de hacer un análisis de las transformaciones generadas por la pandemia, así como de cada uno de los procesos que se realizan en el modelo Canvas, se visualizó un área de oportunidad: es necesario cambiar de estrategia, haciendo innovación dentro del modelo Canvas con la finalidad de ser resiliente y hacer una adaptación al medio, ya que la pandemia está afectando a la economía del sector turístico. Modificando el valor del cliente, así como los canales de distribución, los costos, la cuestión financiera, así como a las alianzas estratégicas. Por lo cual es necesario hacer uso de las diferentes herramientas de información y comunicación, teniendo una innovación dentro del modelo. Teniendo una adaptación al medio y generando estrategias de distribución, comunicación, y comercialización de los diferentes servicios o productos, dentro de las empresas turísticas rurales.

Propuesta de los indicadores

El COVID-19, nos ha llevado a una realidad que redefine muchos pilares a nivel económico y empresarial. Obligando a las empresas a reinventar su propuesta de valor, su arquitectura y su cadena de valor, así como el beneficio económico. Ya que la propuesta de valor de las empresas rurales ha cambiado para los consumidores, y las empresas tendrán que cambiar sus modelos de negocio y adaptarse al momento que se está viviendo, todo esto a raíz de los impactos de la pandemia.

Sin embargo, a pesar de las dificultades que muchas de las empresas enfrentan, debido a las medidas tomadas para evitar la propagación del COVID-19, los emprendimientos de las organizaciones rurales buscan adaptarse buscando soluciones inmediatas. Es por ello que después de un análisis del modelo Canvas y de la situación actual de la pandemia, se llegó a la conclusión que existe mucho miedo o desconfianza de activar el turismo, por ello, se tiene que involucrar algunos indicadores que beneficien y reactive la economía de este sector, como se muestra en la Figura 4.

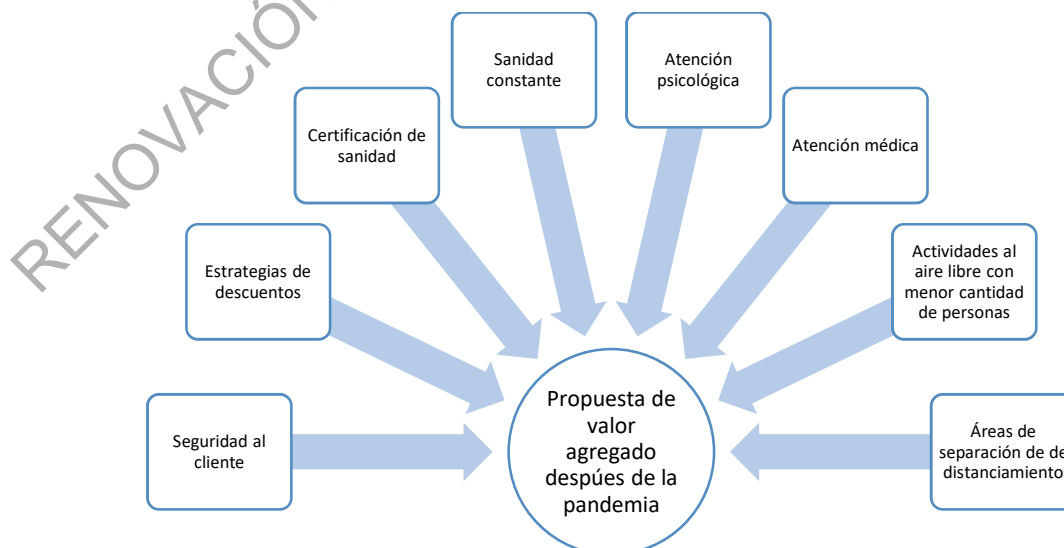


Figura 4. Propuesta de los indicadores

Construcción del tablero

Después de analizar los indicadores es preciso hacer la construcción del tablero para su visualización, el cual permita observar cómo sería la interacción con los otros lienzos, tal y como se muestra en la Figura 5. Entendiendo que la tecnología de la información ha tomado cada vez mayor importancia en las organizaciones, generando una herramienta de comunicación y de trabajo de las mismas organizaciones o empresas, buscando la mejor atención a los clientes, dando mayor eficacia a los mismos.

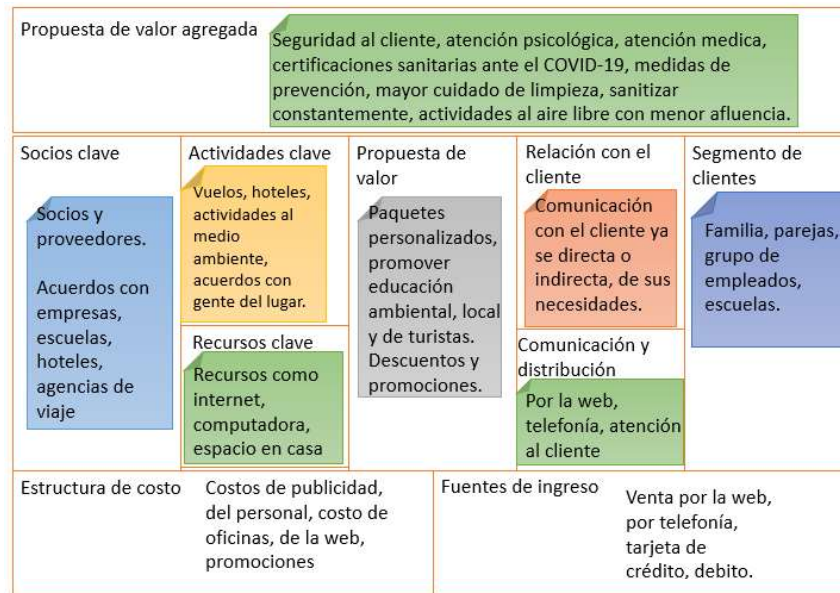


Figura 5. Innovación del Modelo Canvas para el Turismo

Después de observar todo lo que se vive en el país y en el mundo, la cual está afectando la económica del mismo, y con ello al sector del turismo rural, se propuso hacer una innovación del modelo Canvas haciendo una reorganización en las estrategias. El objetivo es crear una aportación para la contribución en la activación de la economía, contrarrestando un poco los efectos de la pandemia del COVID-19, la cual generó una crisis sanitaria y también una crisis a nivel emocional, generando miedo en muchos turistas para salir de vacaciones o a algún sitio, por temor a tener algún contagio. Es por ello que con esta innovación se pretende generarle al turista un poco de confianza al salir de vacaciones.

Aplicación de la propuesta de valor agregado

Teniendo la propuesta de valor agregado se debe proponer una forma de cómo ponerlo en práctica, para ello se muestra un diagrama de flujo en la Figura 6.

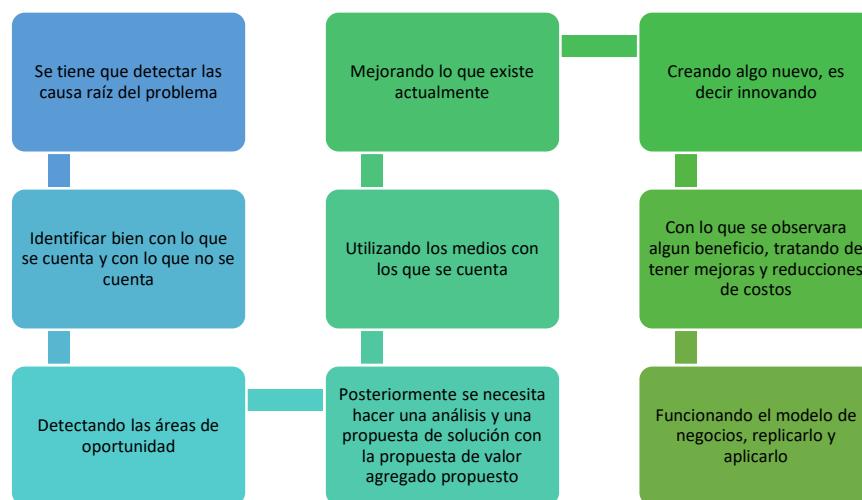


Figura 6. Diagrama de aplicación de la propuesta de valor

Este diagrama de flujo está basado en el método In Camp [23], donde se propone una metodología de cómo se puede aplicar los indicadores que se propusieron en esta investigación dentro del modelo Canvas, con la finalidad de generar una visión más amplia de su aplicación dentro del sector turismo rural.

Resultados y discusión

Con este trabajo de investigación, se busca hacer una pequeña contribución ante la situación que se está viviendo actualmente con la pandemia del COVID-19, la cual afecto y paralizó la vida de las personas. Actualmente la contingencia vino a mostrar todas las carencias que se tienen en los sistemas u organizaciones a nivel privado y público, donde se están siguiendo estrategias, ya establecidas por otros países o por vivencias pasadas por las pandemias anteriores, sin embargo, aunque la tecnología tiene un avance, los países no contaban con el sustento y la preparación para enfrentar cierta situación, y menos los países en desarrollo como México, donde afecto a muchos sectores, entre ellos el sector turismo. Es por esto que, con este trabajo de investigación, se busca tener una estrategia que se pueda aplicar para que el turismo rural tenga un impulso que reactive su economía, generando un poco de confianza en los turistas, así como a las familias que viven del turismo de forma directa o indirecta. Teniendo en cuenta que los modelos van cambiando y adaptándose al medio y a las circunstancias, para lo cual se necesita hacer una reestructura de los procesos de las organizaciones, tomando en consideración, que esta pandemia también tuvo afectación a nivel emocional como a nivel económico.

Como conclusión con este proyecto de investigación se hizo una contribución a los modelos de negocios aplicados en el sector turismo rural, mediante los indicadores propuestos, la propuesta de valor agregado y la aplicación de la misma propuesta de valor, teniendo una aportación para contrarrestar en algo los efectos generados por la pandemia del COVID-19, el cual sigue afectando a la economía de las organizaciones y del país, generando una crisis económica del mismo. Por lo que se da cumplimiento al objetivo del trabajo.

Trabajo a futuro

Este trabajo de investigación, abre el panorama de cómo los cambios desestabilizan a un país y a las organizaciones, es por esto que, en la búsqueda de tener una estabilidad dentro de las empresas, es importante hacer cambios. Con este trabajo tanto con

trabajos futuros se buscará tener innovaciones en los modelos y las aplicaciones dentro de turismo de masas como el turismo alternativo, con la finalidad de hacer adecuaciones y mejoras a los diferentes tipos de turismo, haciendo un turismo más sustentable y haciendo frente a las contingencias que se presenten.

Referencias

- [1] G. Huguet. (2020-03-25). Historia National Geographic. Grandes Pandemias y del Mundo. [Online]. Available. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/grandes-pandemias-historia_15178/2.
- [2] V. Gutierrez., M. Orenday y A. Gutierrez. "Influenza A (H1N1) 2009, Influenza A (H1N1) 2009, Influenza A (H1N1) 2009, epidemiología de la pandemia, epidemiología de la pandemia, epidemiología de la pandemia, valoración clínica y diagnóstico". *Investigación Materno Infantil*. Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), Vol 1(2). pp.64-74. Mayo-Agosto 2009.
- [3] Organización Mundial de la Salud (2019). Infecciones por Coronavirus, [Online]. Available https://www.who.int/topics/coronavirus_infections/es/
- [4] M. Gonzalez. (29 de Febrero 2020). ¿Qué tan preparado está el país para un brote de casos de COVID-19?. News mundo. [Online]. Available. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51684360>.
- [5] M. Rojo, y D. Bonilla. "COVID-19: La necesidad de un cambio de paradigma económico y social". *Departamento de Proyectos. Universidad Internacional Iberoamericana (UNINI)*, Vol. 9 (2), mayo 2020.
- [6] A. Santos del Valle. "La industria turística y el impacto del Covid-19". *Global Journal Consulting*. Bogotá Colombia. abril 2020.
- [7] G. Durán." Covid-19 y el espejismo de la mejoría ambiental", *Iece Papers*, Instituto Complutense de estudios internacionales. 2020.
- [8] S. Naidu, D. Rodrik y G. Zucman. "La economía después del neoliberalismo". *El trimestre económico* Vol. 137(2). pp. 509-524. 2020. DOI: 10.20430/etev87i346.1077.
- [9] H. Vaca y F. Contreras. 10 "Resiliencia estratégica y valor compartido. El modelo disruptivo de la gestión empresarial sostenible". *Administración de empresas*. 2020.
- [10] M. Petrizzo. "El impacto de la COVID-19 en el sector turismo". *Escuela de los Andes Venezolanos y Centro Internacional Miranda*. Universidad Nacional del Turismo, Mayo 2020.
- [11] Entorno turístico. (abril 2020). El impacto a la actividad turística en México por el COVID-19 en abril [Online]. Available <https://www.entomoturistico.com/el-impacto-a-la-actividad-turistica-en-mexico-por-el-covid-19-en-abril/>
- [12] Forbes México (7 de abril de 2020). Pérdidas en turismo por COVID-19, equivalen a casi 2 trenes mayas. [Online] Available. <https://www.forbes.com.mx/negocios-crisis-pandemia-covid19-turismo-tren-maya/>.
- [13] I. Gil, "El COVID-19 y la cuestión del poder. AA.VV.: La salud, exigencia popular". *Nova Scientia*. Barcelona. Vol. 7 (13). pp. 126-127. 2015.
- [14] SEFOTUR. (marzo del 2020). COVID-19 y el sector turístico en Yucatán, Plan de recuperación turística ante la contingencia. Gobierno del Estado de Yucatan. [Online]. Available. <http://docplayer.es/186313135-Covid-19-y-el-sector-turistico-en-yucatan-plan-de-recuperacion-turistica-ante-la-contingencia.html>
- [15] O. Trujillo. (15 de abril del 2015). La nueva economía. Universidad Iberoamericana. [Online]. Available. <https://es.slideshare.net/OsTrujillo1/la-nueva-economia-46919713>
- [16] C. A. Giles. "Recomendaciones para la MIPyME ¿Qué hacer para sobrevivir a la pandemia del COVID-19?". *Instituto Belisario Domínguez Senado de la Republica*. Vol (86). Abril 2020.
- [17] M. Borja "Conocimiento organizacional". *Arribalagauriarte Consulting*, 2016.
- [18] D. Marote. "Innovación social es el motor de la nueva economía". *Retina*. El país economía. 2019. [Online]. Available. https://retina.elpais.com/retina/2019/07/09/tendencias/1562664972_430028.html
- [19] T. Kuhn (16 de enero 2016). Extractos Filosóficos: los paradigmas según Thomas Kuhn. *Naukas*. [Online] Available. <https://francis.naukas.com/2016/01/24/kuhn/>
- [20] M. Rouse. "Gestión de Innovación". 2017.
- [21] J. Irigaray "Análisis PESTEL: en que consiste, como hacerlo y platillas". 17 de junio de 2020. [Online]. Available. <https://retos-directivos.eae.es/en-que-consiste-el-analisis-pestel-de-entornos-empresariales/>
- [22] M. More, (9 de septiembre 2020). ¿Qué es el Modelo Canvas y cómo aplicarlo a tu negocio?, [Online], Available <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>
- [23] D. Carrillo. *El Método INCAMP, emprendiendo en 12 pasos*. 1ra. ed. México: Chihuahua, 2019. 120 pp.