



Revista de Ciencias Sociales

Depósito legal ppi 201502ZU4662
Esta publicación científica en formato
digital es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 197402ZU789
● ISSN: 1315-9518 ● ISSN-E: 2477-9431

Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Vol. XXXII, No. 2

Abril – Junio 2026

Revista de Ciencias Sociales

Esta publicación científica en formato
digital es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 197402ZU789
ISSN: 1315-9518

Factores determinantes de la rentabilidad en micro y pequeñas empresas del sector comercial en México

Hernández Jiménez, Araceli*
Cáceda Quispe, Marisol**
Barrantes Santos, Fanny Elcira***
Galván Villanueva, Alex Josmar****

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo determinar los factores que influyen en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas comerciales ante los problemas derivados de la pandemia, desde el enfoque de la teoría de contingencia y de recursos y capacidades. Para ello, se llevó a cabo un estudio cuantitativo con 275 empresas oaxaqueñas ubicadas en la Región del Istmo de Tehuantepec en México. Los resultados del análisis de regresión logística revelaron que el tipo de empresa, la antigüedad y las ventas tienen una relación negativa y significativa con la rentabilidad. Por otro lado, los despidos, apoyos y el género muestran un impacto positivo. Es importante señalar que el factor tecnológico no influyó estadísticamente en su rendimiento. Estos hallazgos permitirán a los empresarios enfrentar situaciones de crisis, identificando las estrategias más adecuadas según su contexto, tamaño y características; mientras que el gobierno podrá diseñar políticas públicas con enfoque de género adaptadas a la realidad de las micro y pequeñas empresas, con el objetivo de mejorar su rentabilidad y garantizar su permanencia.

Palabras clave: Rentabilidad; Covid-19; género; despidos; apoyo.

* Doctora en Ciencias de la Administración. Docente Investigadora en la Universidad del Istmo, Ixtepec, Oaxaca, México. E-mail: araceli@unistmo.edu.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9955-4876>

** Doctora en Educación. Docente Investigadora en la Universidad ESAN, Lima, Perú. E-mail: maceda@esan.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5681-9830>

*** Magister en Administración de Empresas. Docente en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), San Isidro, Perú. E-mail: pefabarra@upc.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2478-6557>

**** Licenciado en Ciencias Empresariales. Investigador en la Universidad del Istmo. Ixtepec, Oaxaca, México. E-mail: alexjosmar10@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-8724-6632>

Determining factors of profitability in micro and small businesses in the commercial sector in Mexico

Abstract

This research seeks to determine the factors that influence the profitability of micro and small commercial enterprises in the face of the problems derived from the pandemic, from the approach of contingency theory and resources and capabilities. A quantitative study was carried out with 275 Oaxacan companies located in the Isthmus of Tehuantepec region. The results of the logistic regression analysis revealed that the type of company, seniority and sales have a negative and significant relationship with profitability. On the other hand, layoffs, support and gender show a positive impact. It is important to note that the technological factor did not statistically influence their performance. These findings will allow entrepreneurs to face crisis situations, identifying the most appropriate strategies according to their context, size and characteristics, while the government will be able to design public policies with a gender perspective adapted to the reality of micro and small enterprises, with the objective of improving their profitability and guaranteeing their permanence.

Keywords: Profitability; Covid-19; gender; layoffs; support.

Introducción

La pandemia del Covid-19 es más que una emergencia sanitaria; es una crisis económica, la cual ha revelado profundas fragilidades y desigualdades tanto entre países como al interior de ellos (Centro de Comercio Internacional [CCI], 2023). Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), más de un tercio del empleo formal y un cuarto del Producto Interno Bruto (PIB) de la región pertenecen a sectores gravemente afectados, especialmente el comercio. El Centro de Comercio Internacional (Internacional Trade Centre [ITC], 2021), señala que el 60% de las microempresas y el 57% de las pequeñas empresas fueron afectadas por la pandemia, en comparación con el 43% de las grandes empresas.

Por otra parte, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2019), menciona que los principales obstáculos para el crecimiento de las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) se deriva de las dificultades para acceder a financiamiento, la falta de competencias laborales y el entorno

normativo desfavorable.

A nivel mundial, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) representan más del 90%, generan más del 70% del empleo y contribuyen al 50% del PIB, además de ser vitales para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), como el trabajo decente y su contribución al crecimiento económico (Naciones Unidas, 2023). En México, existen 4.9 millones de empresas, de las cuales el 95,4% son microempresas y el 3,6% son pequeñas, las cuales representan el 68% del empleo y el 52% del PIB, predominando en la región sur el sector comercio (Secretaría de Economía, 2024). Oaxaca se localiza en el suroeste del territorio mexicano y de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2024a), es el Estado con mayor esperanza de vida en los negocios, además de ocupar el primer lugar con más del 50% de MIPYMES dirigidas por mujeres (Gobierno del Estado de Oaxaca, 2020).

En México, las microempresas son todas aquellas que tienen de 0 a 10 trabajadores, sea del sector industrial, comercial y de servicios, con ventas anuales de hasta \$4 millones

de pesos; en tanto la pequeña empresa del sector industrial y de servicios el número de trabajadores es de 11 a 50 y del sector comercial de 11 a 30, con ventas desde \$4.01 hasta 100 millones en los 3 sectores (INEGI, 2020). Una característica clave de las MYPYMES es su capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios, mantener inventarios bajos y ser flexibles en su mercado (INEGI 2023).

Frente a un entorno contingente, como la crisis generada por la pandemia del Covid-19, las empresas implementaron diversas estrategias como innovar y reevaluar sus operaciones y modelos de negocio para adaptarse al entorno y sobrevivir (CEPAL, 2020). Durante la pandemia (2019-2023), nacieron 1.7 millones de MIPYMES y murieron 1.4 millones, aunque el número de empresas sobrevivientes aumentó respecto a 2021 (INEGI, 2024b).

Esta investigación tiene como objetivo determinar los factores que influyen en la rentabilidad de las MYPES del sector comercial durante la pandemia, desde la perspectiva de la teoría de la contingencia y de recursos y capacidades. La teoría de la contingencia considera la estructura de la organización la cual debe adaptarse a las condiciones del entorno en la que opera, buscando un equilibrio entre factores internos y externos con la finalidad de obtener el máximo beneficio (Burns y Stalker, 1961; Lawrence y Lorsch, 1967).

Por otra parte, el enfoque de recursos y capacidades permite conocer los factores internos que influyen en la rentabilidad (Barney, 1991) y la flexibilidad de ajustarse de manera constante a las oportunidades del mercado, los cambios del entorno, así como a la proactividad y capacidad de innovación de la empresa (Teece et al., 1997).

1. Fundamentación teórica

1.1. Teoría de la contingencia

El objetivo de la teoría de la contingencia es demostrar que no existe un único modelo

de estructura organizativa aplicable a todas las organizaciones, refutando así la perspectiva de la escuela clásica de gestión, que sostenía que una estructura única era eficiente y eficaz para cualquier tipo de empresa, independientemente de su tamaño, ya fuera pequeña, mediana o grande (Donaldson, 1987). Además, Woodward (1981) señala que la estructura de la organización debe ser contingente con su tecnología; mientras que Lawrence y Lorsch (1967), enfatizan la importancia de la diferenciación e integración según el entorno.

Por su parte, Ford y Slocum (1977) adiciona el ambiente como factores que inciden en el diseño organizacional de una empresa. A continuación, desde el enfoque de la teoría de la contingencia se analizará en qué medida el ambiente, tamaño y tecnología influye en la rentabilidad de las organizaciones.

a. Ambiente

La teoría de la contingencia sostiene que la gestión eficaz depende del contexto y las circunstancias de cada organización. Burns y Stalker (1961) señalan que, en entornos estables, los principios clásicos de la administración pueden ser adecuados; sin embargo, en ambientes dinámicos, las estructuras flexibles resultan ser más efectivas.

A raíz de la pandemia, solo un pequeño número de microempresas logró adaptarse y mantener su operatividad (Andino et al., 2023); mientras las que fracasaron lo atribuyen a factores financieros y a su entorno, como la crisis económica y los cambios en las leyes del país (Franco et al., 2021). En la investigación de Hernández y Cáceda (2024), se señala que una de las medidas que implementaron las MYPES durante la pandemia fue proteger a sus trabajadores lo cual influyó positivamente en su rentabilidad; sin embargo, el tamaño, los problemas financieros y la disminución de las ventas impactaron negativamente.

De acuerdo a Jaramillo y Ñopo (2020), este tipo de empresas fueron gravemente afectadas, lo que se reflejó en una drástica caída de la demanda y los ingresos, además

de una escasa respuesta por parte del gobierno (Cárdenas-Fierro et al., 2023), lo que provocó el cerrar temporalmente o reducir su personal (Aftab et al., 2021; Robles-Robles et al., 2021). Por otra parte, Marriner y Becerra (2020) señalan que las medidas económicas adoptadas en respuesta a la crisis provocada por la pandemia se orientaron principalmente al apoyo de grandes empresas y grupos económicos, lo que resultó en un aumento significativo de la desigualdad social.

Con respecto a México, el gobierno implementó diversas iniciativas para apoyar a las MIPYMES durante la pandemia, organizadas en dos enfoques principales: 1. Enfoque de apoyo técnico: Acceso a mercados externos, Fortalecer conocimiento y capacidades, Impuso al comercio local y Alianzas con el sector privado para promover el comercio en línea; 2. Enfoque de apoyo financiero: Entrega directa de recursos sin intermediarios, Microfinanciamiento, Créditos existentes dirigidos a segmentos, el cual es un financiamiento de la Secretaría de Economía en colaboración con la banca de desarrollo para mujeres empresarias de los sectores de comercio, servicios e industria (Heredia y Dini, 2021).

b. Tamaño

La investigación de Ahinful et al. (2021), muestra que el tipo de propiedad, la antigüedad y el tamaño de la empresa están relacionados con su desempeño financiero, y que el efecto de la industria es relevante, especialmente en el sector servicios. De manera similar, Owen et al. (2023), enfatizan que la antigüedad y el tamaño de la empresa, la motivación, la estructura de propiedad y la gestión del conocimiento son factores internos que promueven el crecimiento empresarial. En el contexto del sector comercial de Oaxaca, donde predominan las microempresas (INEGI, 2025), el tamaño reducido puede favorecer la flexibilidad y capacidad de adaptación a cambios de mercado, pero al mismo tiempo restringe la posibilidad de reducir costos

unitarios a través de economías de escala, lo que puede limitar el crecimiento sostenido y la competitividad frente a empresas más grandes (Fernández et al., 2019).

Broccardo et al. (2023), sostienen que la antigüedad es una variable relevante que puede explicar una orientación diferente hacia la sostenibilidad y su impacto en el desempeño financiero de las PYMES. Sin embargo, para Yazdanfar (2013); y Ruiz et al. (2023), la antigüedad es una variable que influye de manera negativa en la rentabilidad de las microempresas. Por otra parte, Child y Mansfield (1972) señalan que el tamaño de la empresa está más relacionado con los elementos estructurales que con la tecnología. Mientras Zambrano-Farías et al. (2021), sostienen que el tamaño tiene una relación negativa y significativa con la rentabilidad.

Para Cortes et al. (2023), dependiendo del género del propietario, influyen variables como la afiliación, la cuota de franquicias, tamaño de la red, sector y antigüedad empresarial. En relación con el comportamiento de las actividades comerciales, durante la pandemia, México, Brasil, Colombia, Chile y Argentina, registraron una disminución en el comercio al por mayor y al por menor, siendo México el país con la mayor caída (Patiño y Hernández, 2023). En cuanto al sector del comercio al por menor, los principales impactos económicos y sociales fueron el cierre de negocios, la disminución de ventas, la dificultad para trasladar pedidos y otros factores (Suárez-Ponce et al., 2022).

c. Tecnología

Durante la pandemia de Covid-19, la actividad en línea se aceleró en América Latina y el Caribe, impulsando un notable crecimiento del comercio electrónico (Jung y Katz, 2023). La adopción de este modelo fomenta la innovación y la transformación digital de las PYMES mediante la implementación de tecnologías digitales y nuevos modelos de negocio, lo que mejora la eficiencia, productividad y el acceso a nuevos

mercados (Díaz y Aguirre, 2023). Al respecto, Martelo-Castro et al. (2023), identificaron dos procesos clave de adaptación en las PYMES: La innovación y la resiliencia, facilitados por estrategias como el uso de tecnologías y colaboraciones externas.

El estudio de Cruz-Coria (2021), reveló que el 74% de las MYPES implementaron nuevos métodos de comercialización durante la pandemia, destacando el uso de redes sociales para promocionar servicios y captar nuevos consumidores. Según Guerrero et al. (2024), las empresas que realizaron ventas por *internet* o accedieron a financiamiento tuvieron menos cierres que aquellas que no lo hicieron durante la pandemia, debido a la capacidad de los líderes para ver más allá de su nicho y ubicación. Al respecto, Duran et al. (2021); y, Andrade et al. (2023), argumentan que las microempresas deben adoptar estrategias integrales que combinen el uso de tecnologías digitales y una gestión proactiva de relaciones para mejorar su resiliencia y garantizar su supervivencia en crisis.

Demuner (2021), indica que las microempresas enfrentaron una disminución de ingresos, aumento de necesidades de financiamiento y despidos, adoptando redes sociales como estrategia, destacando las tecnologías, las prácticas gerenciales y el uso de redes sociales, las cuales respondieron eficazmente a la crisis (Ortiz-Fajardo y Erazo-Álvarez, 2021; Kryeziu et al., 2022).

Mosquera et al. (2021), encontraron un rezago tecnológico en las MIPYMES, sugiriendo la necesidad de reorientar procesos directivos, implementar herramientas tecnológicas y capacitar a los empresarios en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para mejorar la productividad y competitividad. En México, las MIPYMES adoptaron diversas estrategias para sobrevivir durante la pandemia: el 7,73% usó redes sociales para promocionar productos o servicios; el 10,04% implementó entregas a domicilio; pero el 50,03% no tomó ninguna acción (INEGI, 2024a).

El estudio de Ríos et al. (2022), revela que las microempresas lideradas por mujeres

presentan menor innovación tecnológica y dependen de préstamos para adoptar TIC. Sin embargo, aquellas que las integran mejoran la retención de clientes y el rendimiento, pese a los obstáculos en capacitación y financiamiento. A pesar de esto, muchas mujeres encontraron nuevas formas de adaptar sus ingresos, principalmente a través de redes sociales (Secretaría de Economía, 2024).

1.2. Teoría de recursos y capacidades

Huybrechts et al. (2024), argumentan que las teorías de dependencia de recursos, redes y contingencia explican cómo el contexto externo influye en los procesos de implementación. El análisis de recursos y capacidades permite identificar las fortalezas y debilidades de la organización, facilitando así el aprovechamiento de oportunidades y la neutralización de amenazas, lo que genera una ventaja competitiva. Por otra parte, Ahinful et al. (2021) destacan que la teoría de recursos y capacidades, junto con el modelo estructura-conducta-rendimiento, son marcos clave para entender las variaciones en el desempeño financiero de las PYME en países en desarrollo.

Woodward (1981), sostiene que el éxito organizacional depende de alinear estrategia, estructura y tecnología, siendo el uso del conocimiento y la información crucial para la rentabilidad y sostenibilidad de las PYMES (Torres y López-Lira, 2021). Mintzberg (2000), enfatiza que factores como conocimiento del sector, experiencia, intuición, creatividad, racionalidad, compromiso y liderazgo, juegan un papel fundamental en la manera en que se estructuran las acciones empresariales implementadas para obtener beneficios.

La investigación de Guerrero et al. (2024), concluye que las PYMES son influenciadas por diversos factores que determinan su adaptabilidad y evolución, destacando la importancia de la toma de decisiones adaptativas y el liderazgo en entornos caóticos. Además, Reid et al. (2020) señalan que la estrategia empresarial es fundamental en la estructura organizacional de

las pequeñas empresas.

Barney (1991), subraya la importancia de considerar tanto los factores internos como el entorno en las decisiones gerenciales. Grant (2014), resalta que el capital humano incluye capacitación, liderazgo, experiencia, capacidad de adaptación y habilidades, además de aspectos psicológicos y sociológicos. Becker (1984), agrega que el capital humano del dirigente influye en el crecimiento de las PYMES y en el emprendimiento (Davidsson y Honig, 2003).

Sansores y Navarrete (2018), indican que factores económicos, las características del empresario (edad y experiencia) e incentivos gubernamentales, son fundamentales para el crecimiento empresarial. En la investigación de Barriga et al. (2024), la edad y ser jefe de hogar incrementan la probabilidad para que hombres y mujeres sean emprendedores; sin embargo, la brecha de ingresos según el género es muy alta, a favor de los hombres. Por otra parte, Robles-Robles y Hurtado-Bringas (2022) encontraron más correlaciones significativas entre mujeres empresarias que hombres, en los empleos generados, nivel de ingresos, despidos y problemas derivados de la pandemia.

Para Miranda et al. (2023), la priorización es la principal competencia emprendedora de las mujeres empresarias; mientras que la búsqueda de autonomía es el principal motivador para emprender. Saavedra (2020), identificó que la productividad de las mujeres depende de recursos y capacidades, el equilibrio entre la responsabilidad familiar y empresarial, el tamaño y sector de la empresa, la innovación, el uso de nuevas tecnologías, el entorno de negocios, la carga regulatoria y los factores de mercado. En función a los obstáculos que enfrentan se destaca la doble jornada, factores económicos y la identidad de género (Peña y Aguilar, 2018).

A partir de la revisión de la literatura, se plantean las siguientes hipótesis específicas: H1: El ambiente (entorno empresarial) durante la pandemia impacta positiva y significativamente la rentabilidad de las MYPES; H2: El tamaño y la antigüedad de la

empresa durante la pandemia afectan positiva y significativamente la rentabilidad; H3: El uso de tecnologías digitales (*e-commerce*/redes sociales) tiene una relación positiva y significativa con la rentabilidad de las MYPES durante la contingencia; H4: Las características del empresario durante la pandemia contribuyen positiva y significativamente con la rentabilidad de la empresa.

2. Metodología

2.1. Selección de la muestra

La población de interés son las micro y pequeñas empresas del sector comercial ubicadas en Ixtepec, Oaxaca-México. Según el DENEUE-Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, 2019), se tienen un total de 965 establecimientos en este sector, de los cuales 933 corresponden a comercios al por menor y 32 a comercio al por mayor. El comercio al por menor consiste en ventas a menor escala, que venden sus productos directamente al público o consumidor final. El comercio al por mayor consiste en vender bienes a gran escala, abastecimiento de mercancía en grandes volúmenes, que por lo general venden a otras empresas para que estas las revendan, en esta clasificación se puede encontrar importadores y exportadores (INEGI, 2018).

Los criterios que se consideraron para la selección de la muestra fueron: Ser empresas del sector comercial, tener de 0 a 10 empleados (micro empresa) y 11 a 30 empleados (pequeña empresa), estar activas durante el período de pandemia (años 2020 y 2021) y que estuvieran ubicadas en la zona de estudio. Para determinar el tamaño de la muestra se consideró un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, quedando un total de 275 empresas.

Se utilizó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario que contiene 18 preguntas, cerradas y opción múltiple, abarcando los factores considerados en la investigación. El cuestionario se fundamentó con base a una investigación que realizó el

INEGI (2020) y se adaptó conforme a la teoría de la contingencia y la teoría de recursos y capacidades. Posteriormente, el instrumento fue sometido a un proceso de validación mediante el método de juicio de expertos. Para el análisis y la interpretación de los resultados, las empresas se agruparon en dos grupos: Grupo 1: aquellas empresas que disminuyeron su rentabilidad; y, las del Grupo 2: aquellas que mantuvieron como las que aumentaron su rentabilidad.

2.2. El modelo

Para determinar cómo afecta las variables independientes a el $\log\left(\frac{p}{1-p}\right)$ se definió el siguiente modelo (Hair et al., 1999).

$$\log\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \sum_{j=1}^k \beta_j x_{ij} + u_i \quad (1)$$

Donde “P” es la probabilidad de que el rendimiento permanezca igual o aumente, “x_{ij}” son las variables independientes, “u” los residuos y “β_j” son los coeficientes estimados del efecto marginal de cada “x” en $\log\left(\frac{p}{1-p}\right)$. El modelo propuesto estuvo conformado por 18 variables explicativas. Para el factor ambiente se ocuparon las variables: Despidos, impacto a las ventas, impacto a los costos, problemas, problemas de financiamiento, decisiones, flexibilidad, apoyo. En relación con el factor tamaño: Tipo, tamaño y antigüedad de la empresa. Respecto al factor tecnológico: medidas tecnológicas. En cuanto a las características del empresario se consideraron: Tipo de dirigente, edad, género, máximo grado de estudios, percepción del impacto de la crisis y motivos para emprender.

3. Resultados y discusión

El modelo propuesto fue descartado debido a que la mayoría de las variables explicativas no mostraron relaciones

significativas con el rendimiento de la empresa. En consecuencia, se procedió a seleccionar variables que tuvieron una influencia significativa a un nivel de significancia de 0.1, para lo cual se utilizó el método hacia delante de *Wald*, cuyo estadístico se determina con la siguiente fórmula:

$$W = \frac{(\beta - \beta_0)}{se(\beta)} \sim N(0,1)$$

Este método de selección de variables evalúa la inclusión de variables explicativas en el modelo basándose en la significancia del estadístico de puntuación y se determina la eliminación de estas variables basándose en la probabilidad del estadístico de *Wald*. En este modelo se determinó el coeficiente de determinación R² de Cox y Snell, con un valor de 0.31, lo que indica que el 31% de la variación del Rendimiento se explica por las seis variables independientes del modelo. El R² de Nagelkerke es una versión corregida de la R² de Cox y Snell, y que en el presente modelo adquiere un valor de 0.46, señalando que las seis variables independientes explican el 46% de la diferencia entre las empresas del grupo 1 y el grupo 2.

La prueba de Hosmer-Lemeshow arrojó un valor p de 0.94, indicando que no se encontró una discrepancia significativa entre las frecuencias observadas y las esperadas conforme a las probabilidades predichas por el modelo de regresión logística. En otras palabras, este modelo se ajustó satisfactoriamente a los datos. Otra de las medidas de ajuste evaluado fue la tasa de clasificación correcta del modelo nulo, es decir, un modelo donde no se consideraron variables explicativas. En este caso mediante el modelo nulo se alcanzó una clasificación correcta del 75,30%. Posteriormente, se realizó un ajuste global del modelo óptimo donde se obtiene la tasa de clasificación correcta al incorporar las seis variables explicativas significativas (ver Tabla 1), alcanzando una clasificación correcta del 84,40%.

Tabla 1
Parámetros estimados en el modelo óptimo

	β	Error estándar	Wald	gl	Valor p	exp ^(B)
Tipo de empresa (TE) (Comercio al por menor)	-1.74	1.00	3.06	1	0.08	0.17
Antigüedad (AE)			5.76	2	0.06	
3 a 5 años	-0.39	0.57	0.47	1	0.49	0.68
Más de 5 años	-1.04	0.45	5.35	1	0.02	0.35
Género (SE) (Mujer)	1.00	0.42	5.61	1	0.02	2.73
Despido (DE) (Si)	0.87	0.44	3.92	1	0.05	2.39
Ventas (IV)(Ha disminuido)	-3.09	0.41	57.10	1	0.00	0.05
Apoyo (AP)(Si recibió)	1.55	0.45	11.80	1	0.00	4.70
Constante	2.26	1.07	4.48	1	0.03	9.54

Fuente: Elaboración propia, 2025 con base en los resultados de la investigación.

Esto significa que la inclusión de estas resultó en una mejora del 9,10% en la precisión de la clasificación. El modelo final quedó expresado de la siguiente manera:

$$\log\left(\frac{P}{1-P}\right) = \beta_0 + \beta_1 TE + \beta_2 AE + \beta_3 SE + \beta_4 DE + \beta_5 IV + \beta_6 AP + \varepsilon$$

A través del análisis de regresión logística (ver Tabla 1), se identificó que las variables que influyeron negativamente en la rentabilidad de las MYPES del sector comercial durante la pandemia fueron el tipo de empresa, la antigüedad y las ventas. Por otra parte, las empresas dirigidas por mujeres, aquellas que realizaron recortes de personal y las que recibieron apoyo, tienen mayores probabilidades de mantener o aumentar su rendimiento. La tecnología no tuvo un impacto significativo en la rentabilidad de las MYPES del sector comercial. Para el análisis las empresas se clasificaron en dos grupos: Grupo 1 (rentabilidad disminuida) y Grupo 2 (rentabilidad mantenida o aumentada).

En el factor ambiente, destacaron las variables: Despidos, ventas y apoyo. En ambos grupos predominaron las empresas que no despidieron personal, aunque con mayor proporción en el grupo 1 (81,16%; 168) que en el grupo 2 (70,59%; 48). Esto responde a una estrategia de supervivencia de corto plazo (reducción de costos operativos) durante la

pandemia y no necesariamente a una eficiencia estructural. Las empresas que despidieron personal tuvieron mayores probabilidades de obtener un rendimiento positivo al reducir costos laborales, lo cual concuerda con los resultados obtenidos por Jaramillo y Ñopo (2020); Aftab et al. (2021); Robles-Robles et al. (2021); y, Demuner (2021).

La disminución de ventas fue más frecuente en el grupo 1 (73,91%;153); mientras que en el grupo 2 predominaron las empresas cuyas ventas permanecieron estables (42,65%; 29). Las empresas con impacto negativo en las ventas tienen menos probabilidades de obtener un rendimiento positivo, lo cual coincide con el estudio realizado por Jaramillo y Ñopo (2020); Kryeziu et al. (2022); Suárez-Ponce et al. (2022); Cárdenas-Fierro et al. (2023); y, Hernández y Cáceda (2024).

En relación con el apoyo gubernamental, en ambos grupos predominaron las empresas que no recibieron ningún apoyo para enfrentar la crisis. En el grupo 1, las empresas que no recibieron apoyo representaron el 87,44% (181); mientras que en el grupo 2 la proporción fue del 64,71% (44), lo que evidencia las limitaciones de las políticas durante la pandemia. No obstante, las empresas que recibieron apoyo tuvieron mayores probabilidades de obtener un rendimiento positivo, lo cual es acorde con

las investigaciones de Sansores y Navarrete (2018), quienes afirman que el apoyo es fundamental para el crecimiento empresarial.

Las variables significativas para el factor tamaño fueron: El comercio al por menor y las empresas con mayor antigüedad (más de 5 años). El comercio minorista predominó en ambos grupos (grupo 1: 98,07%; 203; grupo 2: 95,59%; 65). Durante la pandemia, las empresas que se dedicaban al comercio al por menor fueron las más afectadas en su rentabilidad en comparación con las empresas del comercio al por mayor, lo cual coincide con los hallazgos de la investigación de Suárez-Ponce et al. (2022); Patiño-Galván y Hernández (2023); y, Andino et al. (2023).

Las empresas con más de 5 años de antigüedad muestran menor probabilidad de alcanzar una mayor rentabilidad. Esta categoría fue más frecuente en el grupo 1 (67,63%; 140) que en el grupo 2 (54,41%; 68), lo que indica menor ventaja para mantener o aumentar su rendimiento. Este comportamiento es similar al observado en la investigación de Yazdanfar (2013); y, Ruiz et al. (2023), quienes afirman que la antigüedad es una variable que influye negativamente en la rentabilidad de las microempresas.

Entre las características del empresario destacó el género del dirigente. El liderazgo femenino predominó en ambos grupos, con mayor proporción en el grupo 2 (69,12%;47) que en el grupo 1 (62,80%,130). Este tipo de liderazgo tiene casi el triple de probabilidades de lograr mayor rentabilidad, reflejando que la gestión eficiente de recursos y redes de apoyo, genera ventajas competitivas sostenibles (Barney, 1991; Teece et al., 1997; Adam et al., 2022). El resultado es similar con otros autores (Robles-Robles y Hurtado-Bringas, 2022; Cortes et al. 2023), siempre y cuando adopten el uso de las TIC (Saavedra, 2020; Ríos et al. 2022; Secretaría de Economía, 2024).

El factor tecnológico no resultó ser determinante en esta investigación, lo cual concuerda con el estudio de Mosquera et al. (2021); y, de Hernández y Cáceda (2024), en los cuales se encontró un rezago tecnológico en las MIPYMES, especialmente en aquellas

lideradas por mujeres (Ríos et al., 2022).

Conclusiones

La pandemia de Covid-19 impactó la rentabilidad de las MYPES, resaltando la necesidad de adaptarse al nuevo entorno para poder crecer. Esto se alinea con la teoría de la contingencia, que sostiene que la gestión eficaz depende del contexto y las circunstancias de cada organización. En un entorno dinámico, las estructuras flexibles son más efectivas, considerando el tamaño y antigüedad de las empresas. Las MYPES más antiguas resultaron ser las más vulnerables a los cambios que impactaron sus ingresos y rentabilidad. Por otra parte, los despidos tuvieron un efecto positivo en la rentabilidad debido a los costos implícitos que conllevan. En referencia al apoyo gubernamental, es necesario fomentar microcréditos de emergencia en sectores comerciales de alta densidad femenina para fortalecer la sostenibilidad de este tipo de empresas.

Desde el enfoque de la teoría de recursos y capacidades se destaca la importancia de los recursos humanos, especialmente del liderazgo femenino al priorizar estrategias adaptativas que incluyen la gestión de recursos humanos y el fortalecimiento del liderazgo inclusivo.

En cuanto al uso de la tecnología, no se encontró un impacto significativo en la rentabilidad. Esto podría deberse a que el comercio en Itepec, Oaxaca-México es principalmente presencial y el uso de herramientas digitales es básico o informal, lo que limita su efecto como capacidad digital formal para generar ventajas competitivas, por lo que es necesario reevaluar su estrategia tecnológica y continuar explorando maneras de integrar tecnologías digitales para fortalecer su resiliencia.

Como contribución teórica, este estudio integra la teoría de recursos y capacidades y la teoría de la contingencia para explicar el desempeño empresarial en contextos de crisis, como la pandemia de Covid-19. Asimismo, los resultados aportan a la literatura al reconocer

el liderazgo femenino como un elemento clave para generar rentabilidad en las micro y pequeñas empresas comerciales. Por lo cual es fundamental la participación del gobierno y de la academia mediante el impulso de políticas públicas y el desarrollo de líneas de investigación que permitan identificar los factores que influyen en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas en diversos sectores, con enfoque de género, para favorecer su sostenibilidad y permanencia. Al ser un estudio centrado en Itepec, Oaxaca, los resultados deben interpretarse con cautela al generalizarse a zonas con mayor infraestructura digital.

Referencias bibliográficas

- Adam, A., Abdullah, W. R. W., Maruhun, E. N. S., Anwar, I. S. K., y Salin, A. S. A. P. (2022). The resource-based view theory and women microbusiness entrepreneurs: A contribution to business sustainability. *Internacional Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 12(10), 2796-2813. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i10/15103>
- Aftab, R., Naveed, M., y Hanif, S. (2021). An analysis of Covid-19 implications for SMEs in Pakistan. *Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies*, 14(1), 74-88. <https://doi.org/10.1108/JCEFTS-08-2020-0054>
- Ahiful, G. S., Boakye, J. D., y Osei, N. D. (2021). Determinants of SMEs' financial performance: evidence from an emerging economy. *Journal of Small Business y Entrepreneurship*, 35(3), 362-386. <https://doi.org/10.1080/08276331.2021.1885247>
- Andino, E. P., Plúa, N. E., Ortíz, S. K., Moncayo, I. E., Díaz, V. J., y Mesías, V. A. (2023). Impactos de la pandemia de COVID-19 en el desarrollo de microempresas del sector comercial minorista: Caso Parroquia de Tumbaco. *UDA AKADEM*, (12), 147-191. <https://doi.org/10.33324/udaakadem.vi12.673>
- Andrade, G. A. S., Espejo, M. M. S. B., García-Contreras, R., y Dos Santos, C. A. (2023). Social customer relationship management and organizational resilience of Brazilian microenterprises during the Covid-19 pandemic. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 24(6), eRAMD230044. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMD230044.en>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barriga, L., Bautista, J., y Aguaded, I. (2024). Emprendimiento en Perú antes y durante la Covid-19: Determinantes, brecha en ingresos y eficiencia técnica. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 37, 1-22. <https://doi.org/10.46661/rev.metodoscuant.econ.empresa.8084>
- Becker, G. (1984). *El capital humano: Un análisis teórico y empírico referido fundamentalmente a la educación*. Alianza Editorial.
- Broccardo, L., Truant, E., y Dana, L.-P. (2023). The sustainability orientation in the wine industry: An analysis based on age as a driver. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(3), 1300-1313. <https://doi.org/10.1002/csr.2420>
- Burns, T., y Stalker, G. M. (1961). *The Management of Innovation*. London: Tavistock.
- Cárdenas-Fierro, G. M., Bastidas-Guerrón, J. L., Mora-Lucero, A. C., y Fuentes-Alemán, J. A. (2023). Desempeño de las microempresas de Carchi

- durante el Covid-19. *Polo del Conocimiento*, 8(1), 1796-1817. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9284332>
- Centro de Comercio Internacional - CCI (2023). *Las pequeñas empresas en contextos de fragilidad: de la supervivencia al crecimiento*. CCI. <https://www.intracen.org/es/media/16648>
- Child, J., y Mansfield, R. (1972). Technology, Size, and Organization Structure. *Sociology*, 6(3), 369-393. <https://doi.org/10.1177/003803857200600304>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL (2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45734-sectores-empresas-frente-al-covid-19-emergencia-reactivacion>
- Cortes, M. D. R., Saavedra, M. L., y Demuner, M. D. R. (2023). Caracterización de Pymes franquiciantes y su relación con la sobrevivencia empresarial: Un estudio de género. *Actualidad Contable Faces*, 26(46), 32-58. <https://doi.org/10.53766/ACCON/2023.01.46.03>
- Cruz-Coria, E. (2021). Estrategias de resiliencia organizacional de las micro y pequeñas empresas turísticas de Pachuca de Soto, Hidalgo ante la COVID-19. *Nova Scientia*, 13(27).
- Davidsson, P., y Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Demuner, M. D. R. (2021). Uso de redes sociales en microempresas ante efectos COVID-19. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (54), 97-118. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e660>
- Díaz, B., y Aguirre, E. (2023). *Promoción de la inserción internacional de pequeñas y medianas empresas (pymes) mediante plataformas digitales en la Alianza del Pacífico*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/49007-promocion-la-insercion-internacional-pequenas-medianas-empresas-pymes-mediante>
- Donaldson, L. (1987). Strategy and structural adjustment to regain fit and performance: in defence of contingency theory. *Journal of Management Studies*, 24(1), 1-24. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1987.tb00444.x>
- Durán, C. M., Páez, D. C., y García, C. L. (2021). Redes sociales y emprendimiento en tiempos de COVID-19: Experiencia de Ocaña-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(E-4), 94-107. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36996>
- Fernández, E., Iglesias-Antelo, S., López-López, V., Rodríguez-Rey, M., y Fernandez-Jardon, C. M. (2019). Firm and industry effects on small, medium-sized and large firms' performance. *BRQ Business Research Quarterly*, 22(1), 25-35. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.06.005>
- Ford, J. D., y Slocum, J. W. (1977). Size, Technology, Environment and the Structure of Organizations. *The Academy of Management Review*, 2(4), 561-575. <https://doi.org/10.2307/257509>
- Franco, M., Haase, H., y Antonio, D. (2021). Influence of failure factors on entrepreneurial resilience in Angolan micro, small and medium-sized enterprises. *International Journal of Organizational Analysis*, 29(1), 240-259. <https://doi.org/10.1108/IJOA-07-2019-1829>
- Gobierno del Estado de Oaxaca (2020). *Oaxaca, entre los tres estados con*

- mayor crecimiento en empleo. Gobierno del Estado de Oaxaca, Coordinación de comunicación social. <https://www.oaxaca.gob.mx/comunicacion/oaxaca-entre-los-tres-estados-con-mayor-crecimiento-en-empleo/>
- Grant, R. M. (2014). *Dirección Estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Aranzadi.
- Guerrero, P., Hernández, B. G., Bonilla, F. D. J., y Sánchez, I. (2024). Ecología de población, contingencia, complejidad, y afectaciones de la muerte y sobrevivencia de las pymes mexicanas. *Política y Cultura*, (61), 143-166. <https://doi.org/10.24275/QDPO2671>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., y Black, W. C. (1999). *Análisis multivariante*. Prentice Hall.
- Heredia, A., y Dini, M. (2021). *Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/entities/publication/dd4ec335-f397-4c38-89f2-17150dbb72d3>
- Hernández, A., y Cáceda, M. (2024). Factores que influyen en la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas en tiempos de contingencia. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 37, 1-23. <https://doi.org/10.46661/rev.metodoscuant.econ.empresa.7796>
- Huybrechts, I., Declercq, A., Verté, E., Raeymaeckers, P., y Anthierens, S. (2024). How does the external context affect an implementation processes? A qualitative study investigating the impact of macro-level variables on the implementation of goal-oriented primary care. *Implementation Science*, 19, 32. <https://doi.org/10.1186/s13012-024-01360-0>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI (2018). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN 2018*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/scian/Tablaxiv.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI (2019). DENUÉ. Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI (2020). *Censos económicos 2019: Micros, pequeñas, medianas y gran empresa*. INEGI. <https://n9.cl/v3xce>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI (2023). *Características de los establecimientos de propietarios y propietarias*. INEGI. https://inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463900900.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI (2024a). *Economía y Sectores Productivos*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/temas/dn/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI (24 de junio de 2024b). Estadísticas a propósito del día de las micro, pequeñas y medianas empresas. INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2024/EAP_MIPYMES24.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía - INEGI (2025). *Censos Económicos (CE) 2024*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2024/>
- Internacional Trade Centre - ITC (2021). *Empowering the Green Recovery*. Internacional Trade Centre. <https://www.intracen.org/file/itsmecoco202120210617execsummpdf>

- Jaramillo, M., y Ñopo, H. (2020). COVID-19 y shock externo: Impactos económicos y opciones de política en el Perú. PNUD. Social Science Open Access Repository (SSOAR). <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/94489>
- Jung, J., y Katz, R. (2023). *Impacto del COVID-19 en la digitalización de América Latina*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/48486-impacto-covid-19-la-digitalizacion-america-latina>
- Kryeziu, L., Bağış, M., Nurullah, M., Krasniqi, B. A., y Haziri, A. (2022). COVID-19 impact and firm reactions towards crisis: Evidence from a transition economy. *Journal of Entrepreneurship Management and Innovation*, 18(1), 169-196. <https://doi.org/10.7341/20221816>
- Lawrence, P. R., y Lorsch, J. W. (1967). Differentiation and integration in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 12(1), 1-47. <https://doi.org/10.2307/2391211>
- Marriner, K. V., y Becerra, L. S. (2020). Acciones de respuesta ante el Covid-19 en Brasil y Colombia: ¿Ayuda para quién? *Análisis Jurídico-Político*, 2(4), 49-73. <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/analisis/article/view/4240>
- Martelo-Castro, M., Quintero-Castro, D., y Vieira-Salazar, J. A. (2023). Innovación y resiliencia: la pyme frente a la crisis provocada por el Covid-19. Una revisión narrativa de la literatura. *Economía y Negocios*, 14(2), 24-38. <https://doi.org/10.29019/eyn.v14i2.1135>
- Mintzberg, H. (2000). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. Financial Times Prentice Hall.
- Miranda, J. D., Sandoval, M. D. C., y Berttolini, G. M. (2023). Relación entre la motivación y las competencias emprendedoras en empresarias. *Contaduría y Administración*, 69(1), 332-355. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2024.4838>
- Mosquera, A., Vergel, D., y Bayona, R. A. (2021). Herramientas tecnológicas en micro, pequeñas y medianas empresas colombianas: Una necesidad estratégica frente al Covid-19. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(E-4), 61-75. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36994>
- Naciones Unidas (2023). Reforzar el papel de las micro, pequeñas y medianas empresas como motores del crecimiento sostenible y la innovación. *Naciones Unidas*. <https://www.un.org/es/observances/micro-small-medium-businesses-day>
- Organización Internacional del Trabajo - OIT (octubre de 2019). El poder de lo pequeño: Hay que activar el potencial de las PYMES. OIT. <https://webapps.ilo.org/infostories/es-ES/Stories/Employment/SMEs#intro>
- Ortiz-Fajardo, H. A., y Erazo-Álvarez, C. A. (2021). Resiliencia empresarial en tiempos de pandemia: Retos y desafíos de las microempresas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 366-398.
- Owen, R., Botelho, T., Hussain, J., y Anwar, O. (2023). Solving the SME finance puzzle: an examination of demand and supply failure in the UK. *Venture Capital*, 25(1), 31-63. <https://doi.org/10.1080/13691066.2022.2135468>
- Patiño-Galván, I., y Hernández, J. A. (2023). Factores de fracaso en las MiPyME de México evidenciados por el COVID-2019. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época REMEF*, 18(2), e739. <https://doi.org/10.21919/remef.v18i2.739>

- Peña, N. B., y Aguilar, O. C. (2018). La dirección femenina en la micro y pequeña empresa mexicana: obstáculos y desarrollo de perfiles. *Revista Espacios*, 39(48), 9. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n48/18394809.html>
- Reid, G. C., Smith, J. A., y Xu, Z. (2020). The impact of strategy, technology, size and business environment on the organizational form of small firms in China. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 20(4), 15-32. <https://doi.org/10.9734/ajebe/2020/v20i430330>
- Ríos, M., Pérez, L., Del Río, M. D. L. C., y Sánchez, M. D. (2022). Entrepreneurship and technological innovation: The micro-entrepreneur in Mexico. *Contaduría y Administración*, 67(3), 54-84. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.4561>
- Robles-Robles, M. D. R. F., Romero-Espinoza, M. D. L. Á., y Romero, N. G. (2021). Efectos económicos y operativos preliminares del COVID-19 en las Mipymes de Sonora, México. *Economía, Sociedad y Territorio*, 21(67), 631-655. <http://dx.doi.org/10.22136/est20211716>
- Robles-Robles, M. D. R. F., y Hurtado-Bringas, B. A. (2022). Mipymes sonorenses ante el COVID-19. Una aproximación al impacto económico por género. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 32(59). <https://doi.org/10.24836/es.v32i59.1183>
- Ruiz, H. R., Zambrano, F. J., Sánchez, M. E., y Correa, S. R. (2023). Relación entre la antigüedad de la microempresa y su rentabilidad financiera: un análisis por conglomerados. *Suma de Negocios*, 14(31), 136-143. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2023.V14.N31.A5>
- Saavedra, M. L. (2020). La competitividad en Mipymes dirigidas por mujeres en la ciudad de México. *Ciencias Administrativas*, 8(15), 51-64. <https://doi.org/10.24215/23143738e055>
- Sansores, E. A., y Navarrete, J. E. (2018). Crecimiento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa: un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 163-179. <http://dx.doi.org/10.31876/revista.v23i81.23474>
- Secretaría de Economía (2024). *Mipymes mexicanas: motor de nuestra economía*. Gobierno de México, Secretaría de Economía. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/923851/20240626_Dossier_MIPYMES_SALIDA_Interactivo_5_.pdf
- Suárez-Ponce, D. B., Pacheco-Delgado, J., Flores-Urbáez, M., y Bravo-Giler, M. A. (2022). Efectos del COVID-19 en Portoviejo-Ecuador: Realidades y expectativas para el comercio autónomo y el turismo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(1), 234-249. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37687>
- Teece, D. J., Pisano, G., y Schuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Torres, E. A., y López-Lira, A. (2021). Factores que influyen en la sostenibilidad de las PyMES del sector restaurantero del municipio de Monterrey. *Innovaciones de Negocios*, 18(35), 1-19. <https://doi.org/10.29105/rinn18.35-e1>
- Woodward, J. (1981). *Industrial organization: theory and practice*. Oxford University

Press.

Yazdanfar, D. (2013). Profitability determinants among micro firms: evidence from Swedish data. *International Journal of Managerial Finance*, 9(2), 151-160. <https://doi.org/10.1108/17439131311307565>

Zambrano-Farías, F. J., Rivera-Naranjo, C. I., Quimi-Franco, D. I., y Flores-Villacrés, E. J. (2021). Factores explicativos de la rentabilidad de las microempresas: Un estudio aplicado al sector comercio. *INNOVA Research Journal*, 6(3.2), 63-78. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2.2021.1974>