

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y  
Humanidades, Asunción, Paraguay.**

ISSN en línea: 2789-3855, marzo, 2025, Volumen VI

## **Impacto económico y social del Coronavirus C-19 en el sector informal: caso vendedores ambulantes en comunidades chiapanecas**

**Economic and social impact of Coronavirus C-19 on the informal sector: case of street vendors in Chiapas communities**

**Isabel Pérez Pérez**

isabel.perez@unach.mx  
<https://orcid.org/0000-0001-8121-1106>  
Grupo de investigación Gestión Turística para el Desarrollo, Universidad Autónoma de Chiapas México

**Carolina Gómez Hinojosa**

carolina.gomez@unach.mx  
<https://orcid.org/0000-0003-1558-7361>  
Grupo de investigación Gestión Turística para el Desarrollo, Universidad Autónoma de Chiapas México

**Gabriel Velázquez Castillejos**

gabriel.velazquez@unach.mx  
<https://orcid.org/0000-0002-8769-6228>  
Grupo de investigación Gestión Turística para el Desarrollo, Universidad Autónoma de Chiapas México

**José Ramón Román Solís**

ramon.roman@unach.mx  
<https://orcid.org/0000-0003-0305-7603>  
Grupo de investigación Gestión Turística para el Desarrollo, Universidad Autónoma de Chiapas México

**DOI:** <https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3656>

**Artículo recibido:** 07 de marzo de 2025.

**Aceptado para publicación:** 21 de marzo de 2025.

**Conflictos de Interés:** Ninguno que declarar.

  
**Redilat**  
Red de Investigadores  
Latinoamericanos

**NÚMERO**

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3656>

## **Impacto económico y social del Coronavirus C-19 en el sector informal: caso vendedores ambulantes en comunidades chiapanecas**

Economic and social impact of Coronavirus C-19 on the informal sector:  
case of street vendors in Chiapas communities

**Isabel Pérez Pérez**

isabel.perez@unach.mx

<https://orcid.org/0000-0001-8121-1106>

Grupo de investigación Gestión Turística para el Desarrollo, Universidad Autónoma de Chiapas  
México

**Carolina Gómez Hinojosa**

carolina.gomez@unach.mx

<https://orcid.org/0000-0003-1558-7361>

Grupo de investigación Gestión Turística para el Desarrollo, Universidad Autónoma de Chiapas  
México

**Gabriel Velázquez Castillejos**

gabriel.velazquez@unach.mx

<https://orcid.org/0000-0002-8769-6228>

Grupo de investigación Gestión Turística para el Desarrollo, Universidad Autónoma de Chiapas  
México

**José Ramón Román Solís**

ramon.roman@unach.mx

<https://orcid.org/0000-0003-0305-7603>

Grupo de investigación Gestión Turística para el Desarrollo, Universidad Autónoma de Chiapas  
México

Artículo recibido: 07 de marzo de 2025. Aceptado para publicación: 21 de marzo de 2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

### **Resumen**


El presente estudio se centra en las mujeres emprendedoras que trabajan por cuenta propia dentro de la informalidad comercial, ofertando sus productos diariamente por las calles, como son frutas, pescados, pan, totopo, memelita de olla, camarón, empanadas, picles, chiles rellenos, pozol blanco y de cacao (para preparar), queso y crema, agua de coco, pasteles y tamales. Las restricciones sanitarias por el post de la enfermedad por Coronavirus (COVID 19), han limitado sus ventas diarias lo que ha impactado en sus ingresos familiares para satisfacer sus necesidades primarias básicas. Por ello, es necesario estudiar los efectos de esta pandemia en este grupo humano por medio de una metodología exploratoria, para entenderla y tomar acciones para sobrellevarla. Consecuentemente, analizaremos sus efectos en este colectivo, combinando dos tipos de estudio cualitativo y cuantitativo, para posteriormente hacer un comparativo con una herramienta de planeación estratégica de las consecuencias que ha tenido en otros países, para concluir con los resultados y propuestas de mejora.

*Palabras clave:* postcovid 19, vendedores ambulantes, informalidad

## Abstract

This study focuses on self-employed women entrepreneurs within the commercial informality, offering their products daily on the streets, such as fruits, fish, bread, tortilla chips, memelita de olla, shrimp, empanadas, picetes, stuffed chiles, white and cocoa pozol (to prepare), cheese and cream, coconut water, pastries and tamales. The health restrictions due to the post of Coronavirus disease (COVID 19), have limited their daily sales, which has impacted their family income to meet their basic primary needs. Therefore, it is necessary to study the effects of this pandemic on this human group through an exploratory methodology, to understand it and take actions to overcome it. Consequently, we will analyze its effects on this group, combining two types of qualitative and quantitative study, to later make a comparison with a strategic planning tool of the consequences it has had in other countries, to conclude with the results and proposals for improvement.

*Keywords:* postcovid 19, street vendors, informality

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Pérez Pérez, I., Gómez Hinojosa, C., Velázquez Castillejos, G., & Román Solís, J. R. (2025). Impacto económico y social del Coronavirus C-19 en el sector informal: caso vendedores ambulantes en comunidades chiapanecas. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (2), 691 – 702. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3656>

## **INTRODUCCIÓN**

La población ocupada de México con trabajo asciende a 57.4 millones de personas según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Si se considera que la población total es de 126 millones de habitantes, significa que el 45.55 por ciento de la población mexicana tiene alguna actividad productiva. Sin embargo, la informalidad es lo que marca el rumbo de la economía en el país, por lo que ya no es una actividad paralela sino la preponderante, donde 6 de cada 10 trabajadores son informales (INEGI, 2022).

La informalidad de las vendedoras ambulantes durante la pandemia fue caótica debido a su exposición diaria en las calles para la venta de sus productos alimenticios que ofrecen casa por casa, esa actividad les facilita el acceso de alimentos a las amas de casa preferentemente; a los adultos mayores o personas con alguna discapacidad que no pueden desplazarse a realizar sus compras al mercado municipal, ellas acercan los artículos que ellos requieren para satisfacer su necesidad de adquirir alimentos sin exponerse a las aglomeraciones que les pueden infectar del virus.

Contrastantemente, para las vendedoras ha sido compleja la situación al haber disminuido el número de mercaderes por fallecimiento, otras por las secuelas que les dejó la enfermedad del Coronavirus (COVID 19) y les imposibilita a continuar con esta actividad, y las personas que aún continúan vendiendo, tienen miedo por los riesgos que corren y están conscientes de la situación, pero argumentan que tienen que salir a las calles a vender porque es lo único que saben hacer y que les permite mantener a sus familiares en sus hogares.

Mediante la investigación se busca determinar si la pandemia de COVID-19 tuvo un impacto negativo significativo en el aspecto de los ingresos, las condiciones laborales y el bienestar social de las mujeres vendedoras ambulantes en comunidades chiapanecas, debido a las restricciones sanitarias, la falta de regulación del sector informal y las condiciones socioeconómicas preexistentes.

Por ello, en este estudio se desarrolla un marco teórico, para continuar con la metodología de investigación y concluir con el análisis, presentar los resultados del estudio y propuestas de mejora.

## **METODOLOGÍA**

En esta investigación se realizó una metodología mixta porque se retoman las fortalezas de cada enfoque: cualitativo y cuantitativo; además, amplía la perspectiva de los vendedores itinerantes, produce datos más variados, brinda mayor solidez en las inferencias y permite más exploración de la información recabada.

El acopio de los datos se realizó en grupos de quince estudiantes universitarios de la Licenciatura en Administración, coordinado por tres maestros-investigadores; para que no se duplique la información de los vendedores, se organizaron por zonas: centro, norte y sur de la ciudad de Tonalá, Chiapas.

Se obtuvo una muestra representativa de 90 vendedores "itinerantes". En el centro de la ciudad de Tonalá, Chiapas, se aplicaron 30 cuestionarios, en la zona norte 25, y en la zona sur 35. Esta última zona concentra a muchos vendedores que vienen de las comunidades rurales para desplazarse por toda la ciudad pregonando en voz alta los productos que ofrecen. Algunos ejemplos de sus anuncios, son: "¡Chiles rellenos marchantita!", "¡picteees!", "¡Horchataaaaaa fría!" y "¡Boooooolis!".

Durante la aplicación de los cuestionarios, los vendedores preguntaron si los entrevistadores eran funcionarios municipales. Al recibir una respuesta negativa, se les presentó la credencial de estudiante de la Escuela de Ciencias Administrativas Istmo Costa, Campus IX, de la Universidad Autónoma de Chiapas. Se les comunicó que la información proporcionada sería tratada de manera confidencial y

utilizada exclusivamente con fines académicos. Además, se les aseguró que se les informaría de los resultados del estudio una vez finalizado, y que este no tendría fines de lucro.

## **DESARROLLO**

La economía mundial está experimentando una crisis histórica y sin precedentes, debido al COVID 19, pues ha desencadenado una serie de problemas en la salud, la oferta, la demanda y problemas financieros. Los esfuerzos de las autoridades gubernamentales para controlar la pandemia de COVID-19 a través de cierres parciales y totales de negocios, conducen inevitablemente a una disminución general de las actividades económicas a nivel nacional y mundial (Goshu et al., 2020). Esta contracción en las actividades económicas conducirá a una recesión si esta situación se prolonga más tiempo.

Los siguientes estudios: Baldwin y Tomiura, 2020; Baldwin y di Mauro, 2020; Hevia y Neumeyer, 2020; Goshu et al. 2020; Ham, 2020; OIT, 2020 y Triggs y Kharas, 2020, han demostrado que las colectividades más vulnerables al COVID 19 son las que se encuentran en pobreza extrema con prevalencia de enfermedades crónicas degenerativas, complicando aún más por los problemas económicos y de bienestar social en los países en desarrollo.

Además, Baldwin y Tomiura, (2020), y Baldwin y di Mauro, (2020), mencionan que existen tres fuentes para suavizar este fenómeno viral; en primer lugar, las autoridades imponen prohibiciones a ciertos tipos de actividades comerciales (restaurantes, tiendas, vendedores ambulantes, etc.). En segundo lugar, las empresas, negocios establecidos, deben cerrar por mandato municipal lo que propicia la pérdida de sueldos para los empleados, especialmente para los negocios de la economía informal, en donde no hay vacaciones pagadas, ni prestaciones sociales o seguridad social como ofrece el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), o el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), etc. Por último, las personas reducen sus compras, viajes de placer o negocios y toda actividad recreativa afectando la demanda.

En la región sur sureste de México continúa siendo la región con mayor desventaja, la Encuesta Nacional de Ocupación y el Empleo, menciona que el 55.5 por ciento de la población ocupada lo hace en el sector informal, alrededor de 32 millones de mexicanos, son individuos que no pagan impuestos, que no cuentan con seguridad social y tendrán un retiro con lo que hayan logrado ahorrar, también de manera informal, debido a que no se acercan a los sistemas de ahorro para el retiro, como se ofrece por medio de las Administradoras de Fondo para el Retiro (Afores) (INEGI, 2021).

En Oaxaca el 80 por ciento de los trabajadores son informales, de 8 de cada 10 trabajos que se generan o están vigentes en esta entidad se relacionan con la informalidad. Guerrero y Chiapas le siguen en cifras de informalidad 7 de 10 empleos son informales, por lo que se considera que el desempleo ha ido bajando, pero se ha incrementado la informalidad en un 56 por ciento (INEGI, 2021).

Constatando lo anterior, en Chiapas la situación no ha sido distinta, incluso el gobierno ha implementado acciones económicas para aminorar el impacto que esta situación plantea, pero estas operaciones no han sido suficientes, lo que ha repercutido en el sector de la economía informal, vendedores ambulantes calle por calle en Tonalá, Chiapas. Todo ello, por la prohibición de salir de sus domicilios, decretado por las autoridades nacionales, estatales y municipales; este grupo humano que vive el día a día de sus ventas diarias, se ha quedado en total indefensión, al no generar ingresos para llevar a su hogar los alimentos necesarios para vivir.

En este contexto, si se considera que este tipo de ventas es un factor clave en la vida diaria de los individuos, por su importancia en la economía informal, y porque se refleja en la convivencia económica de la población, en la que estos trabajadores carecen de prestaciones laborales, seguridad social y otras prestaciones que establece la ley. Sin embargo, este recurso es la única forma para satisfacer

sus necesidades mínimas debido a que representa para ellos, un medio para generar ingresos y poder sobrevivir.

### **Problema**

Ni las crisis de salud o económicas derivadas del COVID 19, han afectado tanto las ventas de las mujeres que realizan esta actividad diaria calle por calle, como los problemas que se les presentan en el día a día con relación a la administración de su tiempo, la contaminación, inclemencias del tiempo (lluvias y polvo), acceso a baños públicos, agua potable, acoso de las autoridades, la violencia familiar en los hogares como en las calles por ser una situación de índole cultural, social y económica que es tradicional en los pueblos.

En las provincias de Chiapas, es común que se ofrezcan productos elaborados en los patios de los hogares. Muchas personas optan por adquirir estos artículos directamente en las calles para ahorrar tiempo, lo que ha llevado al aumento de la oferta de vendedores ambulantes. Aunque estos comerciantes facilitan el acceso a productos alimenticios, a menudo no se garantizan las condiciones de higiene, ya que no están regulados por instituciones públicas como la Secretaría de Salud, entre otras. Es importante considerar que muchos de estos vendedores provienen de comunidades rurales y se trasladan de un lugar a otro sin un establecimiento fijo. Para ellos, la itinerancia es más ventajosa, ya que les permite acercar sus productos directamente a los hogares de sus clientes habituales.

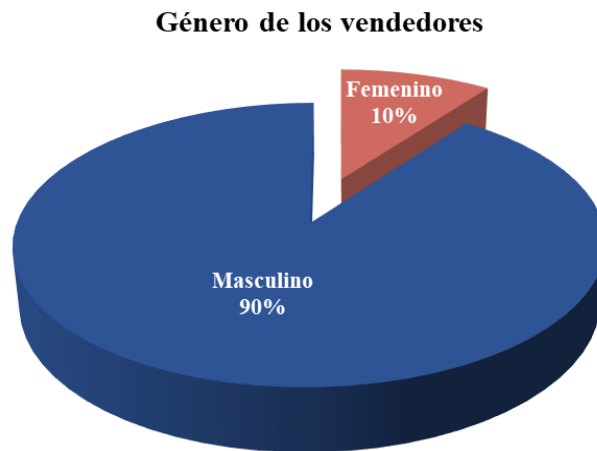
### **RESULTADOS**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en el estudio de campo que se realizó a las vendedoras ambulantes, que transitan diariamente en la ciudad de Tonalá, Chiapas, para ofrecer sus productos alimenticios. Describiendo primeramente los datos demográficos de este colectivo.

En relación al gráfico 1 es importante mencionar, que el total de personas entrevistadas corresponde a 90 vendedores itinerantes, de los cuales el 90 por ciento son mujeres y el 10 por ciento son hombres. Este grupo se caracteriza por una notable presencia femenina, ya que las mujeres suelen ser alegres, son excelentes conversadores y tienen la habilidad de persuadir a los clientes para que adquieran los productos que ofrecen. Su capacidad de convencimiento se basa en el uso de un lenguaje amable, cordial e ingenioso.

**Gráfico 1**

*Género de los vendedores*

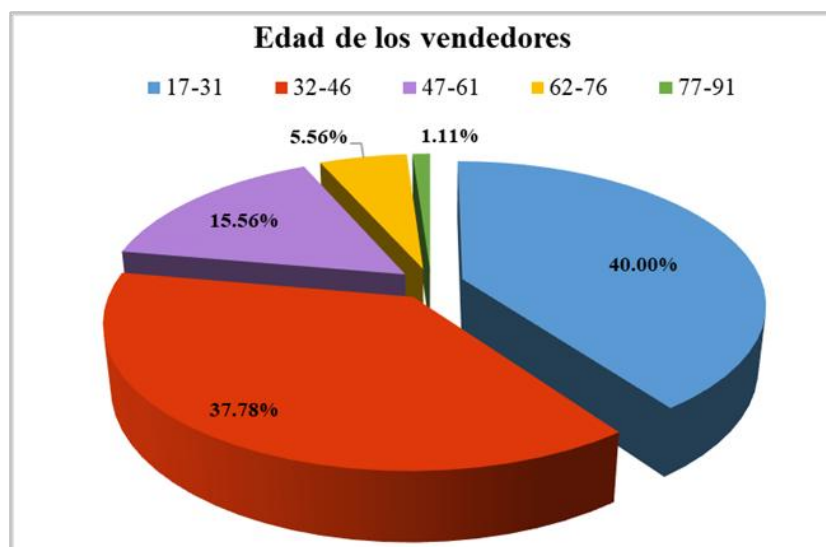


**Fuente:** elaboración propia basada en la aplicación de la encuesta a los vendedores ambulantes.

En relación con el gráfico 2, que muestra la edad de los vendedores ambulantes, la gráfica indica que el 40 % de los encuestados tiene entre 17 y 31 años, y el 37.78 % está en el rango de 32 a 46 años, lo que suma un total del 77.78 %. Esto sugiere que la mayoría de este colectivo está compuesto por jóvenes, quienes mencionan que deben recorrer largas distancias diariamente para vender sus productos. Por otro lado, un 15.56 % de los encuestados tiene entre 47 y 61 años, un porcentaje relativamente bajo, mientras que un 5.56 % corresponde a personas de 62 a 76 años. De manera sorprendente, también hay individuos entre 77 y 91 años que continúan ofreciendo sus productos.

**Gráfico 2**

*Edad de los vendedores*

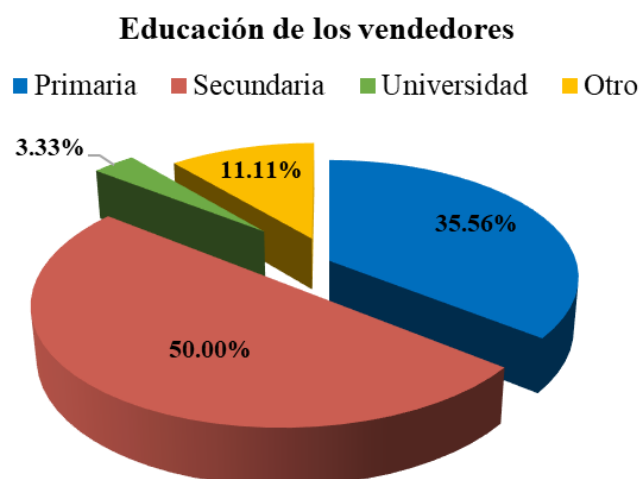


**Fuente:** elaboración propia basada en la aplicación de la encuesta a los vendedores ambulantes.

En lo referente a la escolaridad de los vendedores, el 50 % cuenta con estudios de secundaria, el 35.56% ha completado la educación primaria, un 3.33 % posee estudios universitarios y un 11.11 % tiene otros tipos de formación. Esto indica que los estudios de secundaria es el nivel educativo predominante en este grupo. Como se observa en el gráfico 3, el nivel educativo de los vendedores es, en general, bajo, lo que limita sus oportunidades de acceder a un empleo formal que les permita tener un mayor bienestar económico. Como resultado, su única opción viable es reducir las ventas en las calles de la ciudad.

### Gráfico 3

*Educación de los vendedores*

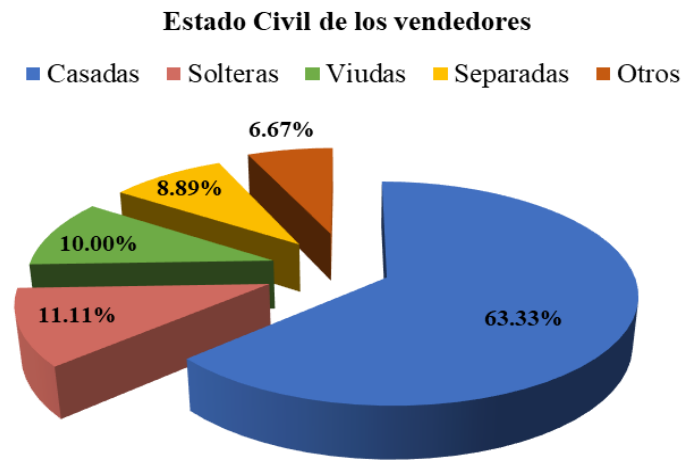


**Fuente:** elaboración propia basada en la aplicación de la encuesta a los vendedores ambulantes.

En el gráfico 4, se presenta el estado civil de los vendedores el 63.33 por ciento son casadas, un 11.1 por ciento son solteras, 10 por ciento son viudas, 8.89 por ciento son separadas y un 6.67 por ciento corresponden a otros (unión libre). En esta pregunta la mayoría de los trabajadores itinerantes son casadas y argumentan que venden en las calles por que le permite llevar sus alimentos a sus hogares, una proporción para que sus hijos lleven gasto a la escuela, otro porcentaje más para que compren sus ingredientes para ventas del día siguiente.

#### Gráfico 4

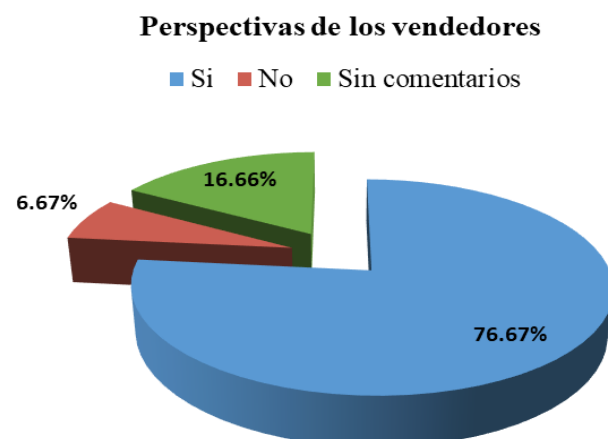
*Estado Civil de los vendedores "calle por calle"*



En el gráfico 5 se presenta la respuesta a la pregunta: ¿les da gusto vender en las calles? La mayoría de los encuestados afirma que sí disfruta de vender en espacios públicos, ya que esta actividad les permite socializar con las personas. Las vendedoras comentan que, en sus hogares, la comunicación es limitada, ya que sus parejas suelen estar de mal humor y rara vez entablan diálogo. A menudo sienten que son utilizadas únicamente para satisfacer necesidades físicas y sexuales, así como para preparar alimentos y cuidar a sus hijos. Esto provoca que sus parejas se desentienden por completo de las responsabilidades familiares, la economía del hogar y el apoyo en el cuidado de los niños.

#### Gráfico 5

*Perspectivas de las vendedoras*



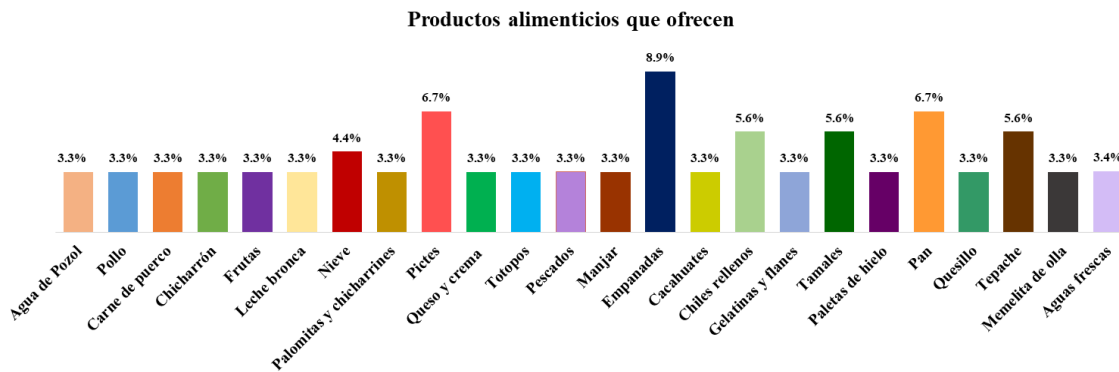
**Fuente:** elaboración propia basada en la aplicación de la encuesta a los vendedores ambulantes.

En el gráfico 6 se puede ver la variedad de productos se venden son alimentos que consume la ciudadanía que trabajan en oficinas públicas y privadas o que salen hacer sus pagos a las instituciones bancarias, teléfono, luz, agua, predio. Este grupo humano que se traslada diariamente a distintos sitios a vender sus productos comentan que tienen horarios específicos que deben aprovechar porque si

dejan pasar esos tiempos difícilmente terminarán sus artículos, porque lo que venden y ofrecen se calcula la venta para que se termine diariamente y si no es así tienen que caminar más horas en las distintas zonas de la ciudad para terminarlo no lo pueden ni deben regresar, si les queda algo lo tienen que consumir ellos mismo.

## Gráfico 6

Productos alimenticios que venden



**Fuente:** elaboración propia basada en la aplicación de la encuesta a los vendedores ambulantes.

Estos comerciantes itinerantes, que ofrecen productos alimenticios en las calles, operan sin la regulación del sector salud ni la supervisión de la Secretaría de Hacienda para el cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Sin embargo, suelen pagar un derecho de movilidad a los inspectores que los detienen en la vía pública, con tarifas que oscilan entre \$50 y \$200 pesos. A menudo, reciben un boleto foliado como comprobante de pago, aunque en ocasiones no se les proporciona ningún recibo.

Además, el estar en las calles se encuentran con individuos sin escrúpulos que les roban su mercancía y las amenazan que, si los denuncias les harán daño a sus familiares; también tienen otros problemas de tipo ambiental al transitar diariamente en las calles, pueden atropellarlos, inhalan gasolina de los automóviles, lluvia, viento etc.

Con respecto a la pandemia del COVID 19, este colectivo tuvo un impacto significativo, modificando el perfil sociodemográfico de este grupo de vendedores ambulantes, al haber tenido pérdidas humanas considerables, por ejemplo en un mismo hogar de vendedores itinerantes que habitaban en un mismo hogar, dos de cada cinco personas fallecieron, provocando que les diera miedo salir a vender; pero la necesidad fue más grande que el miedo y salían a las calles nuevamente a comercializar sus productos y con esto, propiciaban más contagios a sus familiares adultos mayores y ancianos.

## CONCLUSIONES

Las conclusiones de este estudio reflejan la compleja realidad socioeconómica que enfrentan los vendedores ambulantes, particularmente las mujeres, en la ciudad de Tonalá, Chiapas; México, durante y después de la pandemia de COVID-19. Los principales hallazgos subrayan cómo la crisis sanitaria exacerbó las dificultades preexistentes, pero también revelan la resiliencia de los vendedores informales frente a un contexto adverso. A continuación, se presentan las conclusiones derivadas de la investigación, las cuales ofrecen una base para la formulación de estrategias y políticas que promuevan un desarrollo económico inclusivo y sostenible.

La pandemia de COVID-19 afectó severamente las ventas diarias de las mujeres vendedoras ambulantes, lo que limitó su capacidad de satisfacer necesidades básicas como alimentación, salud y educación, por lo que se reconoce el impacto negativo significativo en los ingresos familiares.

La mayoría de los vendedores ambulantes encuestados son mujeres (90%), lo que resalta la importancia del sector informal como una fuente de sustento económico predominante para las mujeres en comunidades chiapanecas.

Los vendedores ambulantes enfrentan condiciones de trabajo desafiantes, incluyendo exposición a inclemencias del tiempo, falta de acceso a servicios básicos como baños públicos y agua potable, así como riesgos asociados con la violencia y el acoso.

El nivel educativo bajo es una constante en este grupo (predominantemente con secundaria), lo que reduce las posibilidades de acceder a empleos formales y perpetúa la dependencia de la economía informal.

Existen desafíos estructurales no resueltos, ya que los problemas cotidianos de movilidad, regulaciones inadecuadas y la falta de protección social para estos vendedores existían antes de la pandemia y se intensificaron durante la crisis sanitaria.

Se reconoce la prevalencia de riesgos de salud no mitigados, ya que los productos alimenticios que se venden en las calles a menudo no cumplen con regulaciones sanitarias, lo que plantea riesgos para la salud pública, exacerbados por la falta de supervisión de las autoridades.

Se observa la existencia de violencia estructural y desigualdad de género, ya que las mujeres vendedoras reportan una comunicación limitada en el hogar y roles de género desiguales, lo que profundiza su vulnerabilidad tanto en el ámbito privado como en el espacio público.

En cuanto al pago de derechos informales, los vendedores deben pagar cuotas a inspectores para continuar con sus actividades, lo que genera una carga financiera adicional sin la correspondiente seguridad de ingresos o beneficios.

Es importante reconocer la resiliencia ante la crisis sanitaria, ya que a pesar del miedo a los contagios y las pérdidas humanas significativas, la necesidad económica llevó a muchos vendedores a retomar sus actividades, reflejando una capacidad de resiliencia pero también exponiendo una falta de redes de seguridad social adecuadas.

El aumento del comercio informal itinerante responde a una preferencia de los consumidores por productos accesibles y económicos, lo que resalta la importancia de desarrollar políticas inclusivas para integrar a este sector en un marco económico sostenible y regulado.

Para mejorar la situación de los vendedores ambulantes de Chiapas, que aborden los desafíos estructurales y económicos exacerbados por la pandemia de COVID-19, es fundamental promover la formalización del sector mediante esquemas inclusivos de registro, que faciliten el acceso a seguridad social, financiamiento y capacitación sin complicaciones burocráticas. Paralelamente, es urgente mejorar las condiciones laborales con infraestructura adecuada, incluyendo acceso a servicios básicos como baños y agua potable, y fortalecer la seguridad mediante mecanismos de protección y campañas de sensibilización.

También es importante regular las prácticas sanitarias con programas de capacitación en higiene alimentaria. La implementación de políticas con perspectiva de género es esencial para atender las desigualdades y prevenir la violencia que sufren las mujeres vendedoras. Asimismo, es prioritario ofrecer apoyos financieros mediante microcréditos y fondos de emergencia, mejorar la movilidad

urbana con zonas seguras para la venta, y eliminar pagos informales con sistemas de regulación transparentes. El acceso a educación continua en habilidades empresariales puede aumentar su competitividad, mientras que el fomento de la organización comunitaria fortalecerá su representación colectiva. Estas estrategias buscan transformar el comercio informal en una actividad más segura, equitativa y sostenible.

A partir del análisis de los datos recopilados, se identificaron los principales desafíos que afectan a este grupo, incluyendo la precariedad laboral, la falta de protección social y las desigualdades de género. Los hallazgos subrayan cómo la crisis sanitaria exacerbó las dificultades preexistentes, pero también revelan la resiliencia de los vendedores informales frente a un contexto adverso.

## REFERENCIAS

Baldwin, R., y di Mauro, B. W. (2020). Economía en tiempos de COVID -19. Great Sutton Street, Londres, Reino Unido: Centro de Investigación de Política Económica. [https://www.imfs-frankfurt.de/fileadmin/user\\_upload/Events\\_2020/MMCN\\_Webinar\\_Series/2020\\_CEPR\\_McKibbin\\_Fernando\\_COVD-19.pdf](https://www.imfs-frankfurt.de/fileadmin/user_upload/Events_2020/MMCN_Webinar_Series/2020_CEPR_McKibbin_Fernando_COVD-19.pdf).

Baldwin, R., y Tomiura, E. (2020). Pensando en el impacto comercial del COVID - 19. En R. Baldwin, y B. W. di Mauro, Economía en tiempos de COVID - 19 (pp. 59-71). Great Sutton Street, Londres, Reino Unido: Centro de Investigación de Política Económica. <https://repository.graduateinstitute.ch/record/298220?v=pdf>.

Goshu, D., Ferede, T., Diriba, G., y Ketema, M. (2020). Efectos económicos y de bienestar de la COVID-19 y respuestas en Etiopía: perspectivas iniciales. Instituto de Investigación de Política Económica de Etiopía. <https://eea-et.org/wp-content/uploads/2021/07/Policy-Working-Paper-02-2020.pdf>.

Ham, A. (2020). Impacto social y económico del COVID - 19 y opciones de políticas en Honduras. Organización de las Naciones Unidas [ONU]. Nueva York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/latinamerica/UNDP-RBLAC-CD19-PDS-Number4-EN-HON.pdf>.


Hevia, C., y Neumeyer, A. (2020). Una tormenta perfecta: COVID-19 en las economías emergentes. En S. Djankov, y U. Panizza, COVID -19 en las economías en desarrollo. Revista CEPR: Revista de políticas de desarrollo internacional. <https://journals.openedition.org/poldev/3457>.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2022). Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Nota Técnica. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe\\_n\\_notas\\_tecnicas\\_trim2\\_2022.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe_n_notas_tecnicas_trim2_2022.pdf).

Instituto Nacional de Geografía y Estadística [INEGI]. (2021). Información Demográfica y Social. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad: <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>.

Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2020). Panorama Laboral 2020. América Latina y el Caribe. Oficina Regional de la OIT para América Latina y el Caribe. Lima, Perú: Organización Internacional de Trabajo [OIT]. [https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@americas/@ro-lima/documents/publication/wcms\\_764630.pdf](https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@americas/@ro-lima/documents/publication/wcms_764630.pdf).

Trigg, A. y Kharas, H. (2020). El triple impacto económico de la COVID -19 y las prioridades para una reunión de emergencia de los líderes del G-20. Brookings Institution. Estados Unidos de América. <https://policycommons.net/artifacts/4138721/the-triple-economic-shock-of-covid-19-and-priorities-for-an-emergency-g-20-leaders-meeting/4947371/>

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) .