



Acceso Abierto. Disponible en:

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiensCorreo: faeco.sapiens@up.ac.pa

EL EMPRENDIMIENTO EN ÉPOCA DE CRISIS: COMO PLANTEAR PRIORIDADES PARA LA OBTENCIÓN DE RESULTADOS DURANTE LA PANDEMIA COVID-19

Entrepreneurship in times of crisis: how to set priorities for achieving results during the covid-19 pandemic.

Jorge Tapia Lemos

Universidad Técnica de Babahoyo. Centro de Idiomas. Ecuador.

Correo: jtapial@utb.edu.ec <https://orcid.org/0009-0007-3226-9345>

Roddy Real Roby

Universidad Técnica de Babahoyo. Centro de Idiomas, Ecuador.

Correo: rreal@utb.edu.ec <https://orcid.org/0000-0003-1474-9349>

Erika Mora Herrera

Universidad Técnica de Babahoyo. Centro de Idiomas, Ecuador.

Correo: emorah@utb.edu.ec <https://orcid.org/0000-0002-8156-0557>

Recibido: 14-1-2024

Aprobado: 05-05-2024

DOI <https://doi.org/10.48204/j.faeco.v7n2.a5274>

RESUMEN

Se analizó como plantear prioridades para el desarrollo de un emprendimiento durante la pandemia COVID-19, por lo que se procedió al análisis de teorías como la propuesta teórica del triángulo invertido de Andy Freire o el emprendimiento según Schumpeter. Adicional, se empleó un tipo descriptivo explicativo, la población estuvo conformada por 23 microempresarios del cantón Babahoyo. Obteniendo como resultados que el 100% de los encuestados se encuentran operando con normalidad, a raíz de la pandemia COVID-19, el 82,6% tuvo una reducción notable en sus operaciones comerciales, un 69.6% expresó que desde el confinamiento la nómina laboral es menor y un 38,3% se destaca que la preocupación se da en función al desánimo provocado por factores sociales y las extorciones, el instrumento digital más empleado fue el WhatsApp con un 100% de aceptación. Concluyendo que se consideren puntos estratégicos al momento de emprender considerando realizar un estudio de mercado o problematización, lluvia de ideas, selección de idea, puesta en práctica las ideas y la evaluación pertinente antes de emprender.

Palabras clave: emprendimiento, creatividad, innovación, Covid-19, estrategias.

ABSTRACT

It was analyzed how to raise priorities for the development of a venture during the COVID-19 pandemic, so we proceeded to analyze theories such as the theoretical proposal of Andy Freire's inverted triangle or entrepreneurship according to Schumpeter. Additionally, an explanatory descriptive type was used, the population was made up of 23 microentrepreneurs from the Babahoyo canton. Obtaining as results that 100% of the respondents are operating normally, as a result of the COVID-19 pandemic, 82.6% had a notable reduction in their commercial operations, 69.6% expressed that since the confinement the labor payroll It is lower and 38.3% highlight that the concern is based on the discouragement caused by social factors and extortion, the most used digital instrument was WhatsApp with 100% acceptance. Thus, concluding that it is important to consider strategic points when undertaking, considering carrying out a market study or problematization, brainstorming, idea selection, putting ideas into practice and the relevant evaluation before undertaking.

Keywords: entrepreneurship, creativity, innovation, Covid-19, strategies.



INTRODUCCIÓN

La actual pandemia COVID-19, representó grandes cambios en el ámbito de la salud para cada país los cuales se veían en la obligación de confinar a sus habitantes con la finalidad de frenar la ola de mortalidad y la tasa de incremento sobre esta, pero el virus que causó un caos en la salud humana, también generó grandes problemas en las economías de países subdesarrollados, donde el crecimiento de las pymes se está dando a pasos agigantados como una alternativa para el desarrollo de pequeñas economías y el sustento de familias que dependen de este tipo de inversiones para subsistir.

Las empresas locales han visto frenado su crecimiento, plantas procesadoras de alimentos se vieron en la obligación de cerrar sus operaciones como medidas para controlar la propagación del virus, ningún empresario o grupo corporativo estaba preparado para afrontar el periodo relacionado con la crisis económica, donde los descensos de la demanda originó un alza en la incertidumbre de las familias.

A pesar de ya haber pasado un tiempo de 2 años desde el punto más alto de crisis por la pandemia y el espacio relacionado al confinamiento, este sigue originando problemas sociales y económicos, los cuales tienen que ver directamente con el incremento de la tasa de desempleo el cual en el Ecuador el mismo que continúa afectando a los hogares con un promedio nacional del 43% (UNICEF, 2022).

En el presente análisis de caso se procedió al análisis de varios marcos referenciales sobre la literatura relacionado al emprendimientos y las actividades empresariales diarias además de su relación con la pymes como una alternativa para el crecimiento institucional y la forma como se deben de plantear prioridades a fin de obtener mejores resultados económicos o un posicionamiento en el mercado local de la ciudad de Babahoyo, además de conocer cuáles son los principales desafíos que se enfrentan los pequeños comerciantes al momento de crear o mantener en vigencia su microempresa en situaciones adversas como lo fue la pandemia COVID-19. Es así que como pregunta de investigación se procedió a plantear la siguiente: ¿Cómo plantear prioridades para el desarrollo de un emprendimiento durante la pandemia COVID-19 para la obtención de resultados positivos o de crecimiento?

Breve referente teórico



Acceso Abierto. Disponible en:

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiensCorreo: faeco.sapiens@up.ac.pa

La ciudad denominada Santa Rita de Babahoyo es la capital de la provincia Los Ríos, la misma que cuenta con una extensión territorial de 174.6km², cuya población es de 153.776 habitantes aproximadamente, se encuentra localizada a las orillas del río que lleva su mismo nombre, en la actualidad se ha observado un crecimiento en las pequeñas y medianas empresas del sector con la finalidad de mejorar la rentabilidad y el buen vivir de las familias.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo (GAD-Babahoyo), ha propuesto campañas y espacios para el desarrollo empresarial, apoyando directamente a los pequeños comerciantes, con expo ferias o con la presentación de festivales gastronómicos donde los emprendedores ofertan sus productos directamente a la población, además de gestar espacios para la comunicación e integración familiar, brindando así una vitrina a los pequeños comerciantes quienes ve en este espacio un medio para promocionar sus productos.

Las redes sociales han sido otro medio de comunicación interno, además de representan un espacio para gestar pequeños negocios online donde se destacan aquellos que se dedican a la comercialización de prendas de vestir o ropa de paca; es importante también mencionar que el incremento de obras para el cantón han representado también un impulso para pequeños comerciantes que ven en estos espacios una alternativa para generar el comercio y ofertar sus productos, es así que obras como la ampliación del malecón, la regeneración del boulevard, áreas o complejos deportivos, brindan un espacio para la oferta y demanda.

Es importante también destacar la creación de salas de emprendimiento en Babahoyo, uno de los servicios gratuitos que ofrece el Centro de Emprendimiento de la Prefectura de Los Ríos, se encuentra un espacio que funciona a través de la modalidad coworking y aula de talleres donde se brinda a los emprendedores y micro- empresarios de la provincia, una asesoría para que pueden desarrollar sus ideas y proyectos en cómodas salas y oficinas, bajo la supervisión técnica brindada por profesionales en el área. Con lo expresado se procede a plantear como objetivó general: Analizar como plantear prioridades para el desarrollo de un emprendimiento durante la pandemia COVID-19.

Emprendimiento



Acceso Abierto. Disponible en:

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiensCorreo: faeco.sapiens@up.ac.pa

Terán y Guerrero (2020) que el concepto de emprendimiento tiene relación directa con la capacidad de un individuo para la realización de un esfuerzo adicional para lograr un objetivo o meta de crecimiento financiero y personal, a través de la innovación y creatividad, a fin de gestar un proyecto constante que agregue valor a un producto o servicio ya existente o que pudiera existir para la satisfacción de una necesidad humano.

Es así como la propuesta teórica del triángulo invertido de Andy Freire, expone que todo proceso emprendedor debe de contemplar tres puntos importantes que son: una idea, el capital y la capacidad humana (emprendedor), siendo este último el punto de apoyo o eje principal el cual necesita de los otros dos ejes para llegar a la viabilidad del mercado competitivo, es así que cuando el emprendimiento no es exitoso, este se debe a una falla en alguno de las tres variables (Salirrosas, 2020).

Por lo expresado se puede afirmar que el logro de un emprendimiento depende directamente de la firmeza y el compromiso del emprendedor, razón por lo cual el problema trascendental no tiene relación con la idea o el capital sino es meramente la actitud como se enfrenta el capital humano a las conjeturas de un mundo globalizado, a sus competidores y el estudio adecuado del mercado para el planteamiento de una idea la misma que debe estar ligada a brindar un adicional para la captación y fidelización de los clientes quienes son el eje fundamental para el crecimiento económico.

Es así como el emprendimiento según Schumpeter quien planteo una idea de este en 1935 expone que la función principal de un emprendedor es la de revolucionar o reformar el patrón natural de producto, teniendo como finalidad generar una necesidad en un mercado competitivo y abarrotado con ofertas similares, generar una necesidad sobre un bien es la meta máxima de un emprendedor, para lo cual ideo un plan de estrategias que tienen que ver con el planteamiento de una idea, el estudio del mercado o entorno, avizorar una necesidad, gestar estrategias para el posicionamiento, plantear un proceso organizativo y la selección adecuada del equipo de trabajo, cada uno de estos pasos deben engranarse en un solo esquema para la introducción de innovaciones y la satisfacción de las necesidades humanas (Morro, 2019).

Este precepto creado por Schumpeter también tuvo sus detractores entre los que destacan Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner, quienes forman parte de la Escuela Austriaca, donde se explica que un emprendedor es aquel individuo que busca asumir riesgos en un entorno incierto, respondiendo a las señales del mercado relacionadas con precios, ganancias y pérdidas. A medida que pasa el tiempo, el



Acceso Abierto. Disponible en:

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiensCorreo: faeco.sapiens@up.ac.pa

conocimiento adquirido en esta situación se incrementa, lo que conduce a una disminución gradual de la incertidumbre. Según Kirzner, el emprendedor obtiene beneficios al estar atento a oportunidades en momentos de desequilibrio e incertidumbre. Esta atención aguda le permite al emprendedor identificar oportunidades antes que otros actores (Montiel et. al. 2022).

Sin embargo, el concepto de emprendimiento va más allá de tener un mayor entendimiento de las oportunidades del mercado. Los pensadores austríacos argumentan que el enfoque de Schumpeter, que describe al emprendedor como alguien que impulsa la economía en dirección opuesta al equilibrio, puede llevar a una percepción equivocada de que el emprendimiento no es esencial para comprender cómo el mercado tiende hacia el equilibrio.

Emprendimiento en tiempo de crisis.

En el presente año, se continúa enfrentado a los problemas económicos originados durante el 2020 etapa en la cual la principal inquietud de la población en el mundo radicaba en la posibilidad de que la crisis sanitaria causada por la COVID-19 derive en una nueva fase de declive económico, dada la fresca memoria de la profunda y prolongada crisis de 2008 y los procesos de cambio como lo represento la dolarización y el feriado bancario. Aunque el tiempo transcurrido es breve, ya se vislumbra una importante desaceleración económica para este año, la cual se anticipa resultará en una contracción del Producto Interno Bruto (PIB) del 9%, acompañada por un aumento de medio millón de personas desempleadas (CEOE, 2020). De tal manera, todo parece señalar que nos hallamos en los primeros compases de otro período de dificultades económicas que ya han tenido consecuencias altamente perjudiciales para varias economías.

A pesar de que la expresión "crisis económica" evoca elementos negativos y dificultades en el ámbito económico y social, algunos autores van más allá de la perspectiva económica tradicional (que sugeriría que en épocas de bajo crecimiento económico habría menos individuos participando en actividades emprendedoras debido a la escasez de oportunidades comerciales). Estos autores argumentan que en momentos de crisis económica, el número de personas involucradas en emprendimientos tiende a incrementarse. Es precisamente en estos momentos que surgen el autoempleo y el emprendimiento como auténticos catalizadores de cambio para impulsar la recuperación económica y la generación de empleo (Bravo y Cujilema, 2022).



Emprendimiento en el Ecuador.

Sin duda cada corriente ideológica ha generado un aporte científico sobre la importancia del significado de emprendedor para lo cual es importante establecer que el Ecuador actualmente se encuentra entre los países con mayores dificultades e impacto para enfrentar la crisis económica relacionada con el crecimiento económico y la regulación de la economía, es así que el Banco Internacional para el Desarrollo o BID expone que uno de los principales ecosistemas económicos más afectados durante la pandemia COVID-19 fueron las pymes en primeras etapas donde se vieron obligadas a cerrar sus operaciones y a despedir a los empleados generando así un incremento en la tasa de desempleo, además que aquellas que se encontraban en una segunda etapa tuvieron que reducir su tamaño operativo o realizar modificaciones en su estilo o modelo de negocio, lo que se observó principalmente en el aumento de los delivery o autoservicios (Zambrano y Ordeñana, 2020).

Las cifras son claras en la actualidad en el Ecuador el 99.4% de los emprendimientos no tienen empleados, lo que representa que son los propietarios quienes trabajan directamente en sus negocios, los cuales son principalmente online, donde el empleo de las redes sociales ha significado un medio masivo para la comercialización, además de forma negativa se encuentra que el 27% de los negocios nuevos y el 25% de los ya establecidos han cerrado por la falta de financiamiento, es así como el gobierno ecuatoriano únicamente apoya a los emprendedores nacionales con una intervención económica del 4% sobre el diseño de ideas o planes para el crecimiento empresarial (Plata et. al. 2021).

Por lo tanto, basándose en estas argumentaciones, tanto en el ámbito académico como en las instituciones económicas a nivel nacional e internacional, hay un creciente esfuerzo por fomentar el espíritu emprendedor, especialmente en situaciones de crisis como la ocasionada por la pandemia de COVID-19. Las medidas orientadas a generar y promover nuevas empresas y a brindar apoyo a los autónomos y emprendedores que ya están en actividad están siendo implementadas con el propósito de convertir a este grupo en el motor del cambio durante la recuperación de la crisis y en la generación de empleo cuando las condiciones sean propicias. Los emprendedores actúan como herramientas para infundir vitalidad en las economías y para impulsar la flexibilidad de las estructuras productivas a través de la creatividad y la innovación, en conjunto con otras políticas que



fortalezcan el panorama económico y provoquen alteraciones estructurales en la economía local, regional y nacional.

Fases para plantear prioridades en un proceso creativo de emprendimiento

Moncayo et. Al. 2021, expresó que entre las principales fases sé que encuentra en un proceso creativo para establecer prioridades que permitan fomentar un emprendimiento estas se basan en:

1. **Problema.** El estudio del problema a solucionar o el análisis del entorno es una visualización de campo sobre una necesidad humana, la misma que debe ser planteada como una alternativa para el alcance de un logro o meta, considerando factores psicológicos, emotivos y de adquisición permitiendo así establecer el producto a fin de lograr captar la atención de los posibles usuarios o clientes.
2. **Lluvia de ideas.** El tener un equipo de trabajo y conformar un consenso para establecer el problema y su solución es una alternativa loable para un grupo de emprendedores los cuales tengan un mismo fin, además que al seleccionar un grupo de trabajo, las áreas de conocimiento para la construcción del proyecto son más amplio, abarcando diversas circunstancias o formas de ver la problemática a solucionar.
3. **Selección de idea.** Es importante la selección del problema a solucionar, pero también se debe considerar si la estrategia o idea de solución es la correcta, razón por lo cual se estima que el porcentaje de error al implementar un nuevo emprendimiento en el mercado es del 45%, al no contemplar factor relacionados con la idea como lo son el poder adquisitivo o los futuros clientes, competidores, nicho de mercado, posicionamiento de la marca y el producto, gestión financiera y la capacidad de producción o estándares de calidad, cada uno de estos factores tiene como un único fin en hacer perdurable el servicio o producto.
4. **Puesta en práctica las ideas.** El también denominado testeo es un eje fundamental para la prueba o error un producto o servicio nuevo en el mercado no puede ser lanzado sin la realización de pruebas previas que permitan medir el nivel de aceptación, además de ser necesario conocer la opinión de futuros clientes a un nuevo servicio o producto a fin de contemplar los requerimientos y necesidades si son satisfechas.



5. **Evaluación.** Proceso mediante el cual se determina el alcance del producto o servicio y si logro alcanzar su meta u objetivo, este proceso de valoración se lleva a cabo en relación con la solución del problema o la satisfacción otorgada durante el testeo.

METODOLOGÍA

El desarrollo de la presente investigación contempla un tipo descriptivo explicativo, el mismo que busca el análisis del emprendimiento en época de crisis teniendo como eje el plantear prioridades para la obtención de resultados durante la pandemia COVID-19 en pymes del cantón Babahoyo, para lo cual se buscará conocer las estrategias empleadas para la evaluación de oportunidades y amenazas originadas durante y después de la pandemia.

Población de estudio

La población estuvo conformada por 23 microempresarios del cantón Babahoyo, quienes presentarán una visión de un antes y después de la pandemia COVID-19 como parte de su esquema financiero, económico y de crecimiento.

Generalidades del instrumento

Se empleó como técnica de recolección de datos la encuesta e instrumento el cuestionario mismo que se difundió mediante Google Forms, a comerciantes de pymes en el casco urbano del cantón Babahoyo. El enlace se compartió con los comerciantes cuando estos daban su consentimiento previo para la realización de la encuesta, la misma que estaba conformada por 7 interrogantes como se puede observar en la tabla 1.



Tabla 1

Medidas para el análisis de las variables de emprendimiento

Variable	Escala
<p>Situación actual de la actividad Señale UNA opción que describa el efecto COVID 19 sobre la situación actual de su actividad</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se encuentra operando con normalidad 2. Realiza actividades laborales online 3. Se vio obligado a cerrar temporalmente por el confinamiento. 4. Canelo todas su operaciones productivas durante el confinamiento.
<p>Situación actual de la demanda ¿Cómo se ha visto afectada la demanda de sus productos/servicios durante la situación de confinamiento? (señale UNA opción)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantuve cerrado el negocio 2. La reducción fue notable 3. Aumento prudencialmente
<p>Situación de la plantilla En caso de tener trabajadores contratados ¿Ha tomado alguna medida excepcional en materia laboral debido a esta situación económica actual después del COVID-19? (señale UNA opción)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La nómina es menor desde el confinamiento 2. No he contratado nuevo personal 3. He recurrido a la familia para amenorar costos 4. Cuento con el personal adecuado.
<p>Preocupaciones ¿Cuál de las siguientes dificultades considera que son claves para los nuevos emprendedores? (puede indicar VARIAS opciones)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Un nuevo confinamiento 2. Dificultad para mantener empleados tiempo completo. 3. Dificultad para asumir riesgos 4. Falta de financiamiento privado 5. Alto valor de interés por parte de la banca privada. 6. Falta de formación académica 7. Desánimo por factores sociales. 8. Desmotivación a causa de las extorsiones 9. Alto costo de mantenimiento de una pymes 10. Carencia de formación académica empresarial y administrativa
<p>Digitalización: Si está realizando ventas online o delivery ¿Qué medios tecnológicos ha empleado en mayor medida?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook 2. WhatsApp 3. Llamada telefónica por celular 4. Mantiene la presencialidad.
<p>Financiación Pública: ¿Cómo fue su estado respecto a la recepción de ayudas públicas por el COVID 19? (señale UNA opción)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. No ayuda al microempresario 2. Se impulso campañas para apoyar al microempresario 3. Nunca solicito ayuda alguna al estado 4. Solicito ayuda pero continua a la espera
<p>Oportunidades: La situación actual, ¿puede propiciar que aparezcan nuevas oportunidades en el mercado?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si, es correcto 2. Realmente no lo veo así 3. Existe una crisis social que no deja invertir 4. Únicamente empresas con recursos suficientes.

Nota. Cuestionario ajustado a la realidad socioeconómica del cantón Babahoyo



RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la actualidad, Ecuador, como otros países, emerge de la crisis sanitaria de COVID-19. La economía quedó inmovilizada debido al confinamiento global, ante lo cual los gobiernos implementaron medidas como rentas mínimas y ayudas a autónomos para paliar sus efectos. A pesar de los esfuerzos, se prevé una profunda crisis económica, lo que podría acentuar una situación sin precedentes, los emprendedores enfrentan desafíos claves, donde la principal herramienta para evitar esta crisis y solventar la inversión realizada es la digitalización medio esencial dado el confinamiento y la necesidad de plataformas virtuales.

Otro punto importante para destacar es la financiación misma que se vuelve crítica ya que las ventas disminuyen y el incremento de la competencia es un factor preponderante al momento de invertir. Los emprendedores deben percibir oportunidades en la crisis, respaldados por la literatura que vincula innovación con tiempos difíciles y la creatividad como un medio de solución para en conjunto establecer mejores estrategias que permitan priorizar los recursos empleados como veedor de oportunidades para el crecimiento empresarial. Además, la escasez y abundancia de capital humano presentan desafíos únicos, los mismo que requiere un mejor vinculo escolarizado, que fomente valores administrativos como un proceso para la regulación de un esquema estructura para el emprendimiento, teniendo en consideración las necesidades humanas. Ante esta complejidad, es imperativo desarrollar estrategias adaptables y aprovechar los recursos disponibles para identificar y aprovechar oportunidades empresariales.

Los resultados del análisis de los datos permitieron conocer que la situación actual de la actividad económica que desempeñan los microempresarios se estimó que el 100% de los encuestados se encuentran operando con normalidad, a raíz de la pandemia COVID-19, donde han tenido que incorporar las medidas de bioseguridad y respetar las diversas normativas impuestas por el Ministerio de Salud, a fin de continuar laborando, estos



Acceso Abierto. Disponible en:

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiensCorreo: faeco.sapiens@up.ac.pa

resultados tienen relación con lo propuesto por Nicolas y Rubio (2020), quienes expresan que un factor importante para el crecimiento empresarial es contar con un gerente que afronte riesgos con la intensidad y velocidad con el que el mundo gira, siendo estos cambios parte de una cultura que promueve el aumento de las experiencias, habilidades y conocimientos del directivo en todo tipo de empresas, además que son estas capacidades las cuales determinan en muchas ocasiones el éxito o fracaso de las pymes.

Por su parte en la variable que busco determinar la situación actual de la demanda en los negocios durante la pandemia COVID-19 el 17,4% de ellos se mantuvo cerrados y por su parte el 82,6% tuvo una reducción notable en sus operaciones comerciales, donde se vieron en la obligación de incorporar nuevas estrategias de comercialización, además de la necesidad de impulsar su emprendimiento para que este no decaiga o cierre como lo fue otros negocios. Gutiérrez et. al. (2018), expone que la demanda de productos y principalmente servicios se vio afectada duramente durante la pandemia COVID-19 siendo así que un 19,8% del PIB disminuyó considerablemente generando pérdidas en todos los países, además que generó un incremento en las deudas sobre préstamos otorgados para sectores como la construcción mismo que está afectado o ralentizado desde finales del 2019.

Así mismo en la variable sobre la situación de plantilla los encuestados manifestaron en un 69.6% que desde el confinamiento la nómina laboral es menor, además de que el 8.7% no ha contratado nuevo personal y un 21.7% cuenta actualmente con el personal adecuado a las necesidades laborales, además es importante recalcar que en este punto la falta de contratación se debe también a la disminución de la demanda en ciertos negocios, donde la competencia es alta principalmente en los gastronómicos, los cuales tienen competencia focalizada en diversos nichos de mercado (Altamirano, Trujillo y Salazar, 2020).



Al solicitar que los encuestados informen sobre lo que consideran preocupante ante la disminución de la capacidad de emprendimiento de los babahoyenses esta tuvo que entre los principales indicadores sobre un 38,3% se destaca que la preocupación se da en función al desánimo provocado por factores sociales y las extorsiones, mismas que han causado el cierre de microempresas que no pueden sostener sus negocios con miedo y la falta de una intervención pública para disminuir este índice delictivo, así como también otro punto es la carencia de formación académica empresarial y administrativa en un 15% valor que refleja la existencia de temores para tomar un riesgo de inversión por el desconocimiento en la materia y en conjunto existe un 5% donde los comerciantes consideran que el principal factor que no permite la inversión oportuna radica en factores de riesgo asociados al temor al fracaso. Valores que se comparan con el estudio realizado por Nicolas y Rubio (2020), donde menciona que las principales dificultades del individuo al momento de emprender después de la pandemia COVID-19 se centran en la preocupación originada por la no superación de un estado de confinamiento en un (67,8%), así mismo como el temor al asumir riesgos en un 57,2% y por último el miedo a una falta de financiación que pueda originar problemas familiares en un 53,4%.

Al tocar el cuestionamiento sobre la digitalización, las redes sociales han desempeñado durante y después de la pandemia la función de una herramienta para la comunicación entre el vendedor y el cliente o usuario es así como algunas microempresas no cuentan con un espacio físico para el intercambio de sus productos, sino que estos los realizan mediante envíos a diferentes lugares del país y de forma local mediante el delivery, mismo que ha aperturado diversas plazas de trabajo.

Cuando se preguntó sobre si existió o no una ayuda de parte de las instituciones públicas para la financiación y reapertura de microempresas locales, el 100% de los encuestados estuvo de acuerdo que esta no fue así, generando malestar y descontento entre los microempresarios.



Por último, al conocer la opinión sobre las oportunidades y como se promueve el crecimiento de las pymes a través del área de capacitación local a pequeños emprendedores, estos manifestaron en un 100% que en la actualidad en el país existe un mayor grado de competencia con grandes cadenas comerciales, representando un reto incursionar en el mercado, así como también no se brindan las garantías necesarias, ante una ola de crisis social.

CONCLUSIONES

Por su parte para Useche, Pereira y Barragán (2021) expresan que la transformación causada por la crisis ha elevado la digitalización a una posición primordial para abordar los desafíos y ventajas derivados de las repercusiones de la pandemia de COVID-19. Los trabajadores se han familiarizado con las plataformas que posibilitan la transferencia de archivos, tecnología que facilita el traslado de documentos sin contacto físico, así como las redes internas virtuales que aseguran la encriptación de información, la confidencialidad de datos y la facilidad de acceso a recursos en línea y páginas web. Sin duda, la videoconferencia ha emergido como la herramienta preeminente, utilizada por la mitad de los emprendedores. Esta utilidad ha posibilitado la comunicación en tiempo real y bidireccional mediante audio y video, propiciando reuniones con grupos distantes entre sí.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Altamirano, Trujillo y Salazar (2020). Emprendimiento e Innovación en Ecuador. *Investigación Académica*, 1(2), 15-26.
<http://investigacionacademica.com/index.php/revista/article/view/21>
- Batista, Batle, Fernández, Mira, Peña, Saiz y Neira (2021). *Situación del emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19. Análisis y recomendaciones*. Spanish Entrepreneurship Observatory= GEM Network Spain.
<https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/106681>



Acceso Abierto. Disponible en:

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiensCorreo: faeco.sapiens@up.ac.pa

Bravo y Cujilema (2022). *Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis sanitaria (COVID-19) en Portoviejo, Manabí, Ecuador* (Bachelor's thesis, Calceta: ESPAM MFL).

Cachan, Jimenez, Ocampo, Roncancio y Ospino (2020). Medición del desempeño de emprendimientos sociales: una revisión de literatura. *Investigación y desarrollo en TIC*, 11(1), 36-50.
<https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/identific/article/download/4652/5065>

CEOE (2020). Estrategia España para la recuperación de la crisis del COVID-19. *Revista digital del CEOE* https://contenidos.ceoe.es/CEOE/var/pool/pdf/publications_docs-file-794-estrategia-espana-para-larecuperacion-de-la-crisis-del-covid-19.pdf

Guerrero (2020). El emprendimiento y su realidad en el entorno organizacional. *sinopsis educativa. Revista venezolana de investigación*, 20(2), 109-115. https://www.revistas-historico.upel.edu.ve/index.php/sinopsis_educativa/article/view/8368

Gutiérrez, Romero, Díaz y Sulbarán (2018). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reflexiones sobre Venezuela.
<https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/3319>

Mieles, Macías, y Poveda, (2021). Desarrollo empresarial de las mipymes ecuatorianas: su evolución 2015-2020. *Revista Publicando*, 8(31), 320-337.
<https://www.revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2253/2460>

Moncayo, Alvarez y Salazar (2021). Modelo de Desarrollo Estratégico de Gestión de Ventas: Caso Práctico Emprendimiento Q´ Motos, Ciudad de Riobamba. *Polo del Conocimiento*, 6(12), 1354-1369.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3444>

Montiel, Urbina, Olaya, y Borgucci (2022). Libertad económica, emprendimiento, competitividad y crecimiento económico. *Revista de ciencias sociales*, 28(4), 430-447.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8703854>

Morro (2019). *La Destrucción Creadora de Schumpeter: su significado histórico y su proyección actual* (Doctoral dissertation, Universitat Pompeu Fabra).
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/667521/tjmd.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nicolás y Rubio (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review (SBIR)*, 4(2), 53-66.
<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/224316/1/10.26784-sbir.v4i2.279.pdf>

Plata, Vélez y López (2021). *Estudio del impacto de la pandemia del COVID-19 en las dimensiones institucional, ecosistema e individuo del emprendimiento de base tecnológica en Colombia* (Maestría en Innovación).
<https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/10452>



Acceso Abierto. Disponible en:

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiensCorreo: faeco.sapiens@up.ac.pa

Salirrosas (2020). Propuesta de Andy Freire para desarrollar el emprendimiento en estudiantes de educación superior tecnológica, Chocope 2019. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44285/Salirrosas_VJM%20-%20SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Terán y Guerrero (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista espacios*, 41(07). <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html#iden6>

Useche, Pereira y Barragán (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la postpandemia. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), 271-286. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86182021000200271&script=sci_arttext

Zambrano y Ordeñana (2020). Global Entrepreneurship Monitor. *ESPAE Escuela de Negocios de la ESPOL Ecuador*. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf