



LA AFECTACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES EN ÉPOCA DE PANDEMIA

THE IMPACT OF ENTREPRENEURS IN TIMES OF PANDEMIC

Ángel Olivio Torres Torres¹, Ángel Fortunato Bernal Álava², Isabel Romane Peñafiel Moncayo³

1. - Unidad Educativa Fiscal Ignacio Hernández, Ecuador

2. - Universidad Estatal del Sur de Manabí, Manabí, Ecuador

3. - Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ESPOCH, Riobamba, Ecuador

1. Email: reverdecersancristobal@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6854-7331>

2. Email: angel.bernal@unesum.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9212-1234>

3. Email: romane.peniafiel@esPOCH.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2629-8576>

Recibido: 11/06/2021 Aceptado: 23/09/2021

Para Citar: Torres Torres, Ángel O., Bernal Álava, . Ángel F., & Peñafiel Moncayo, I. R. (2021). La afectación de los emprendedores en época de pandemia. Revista Publicando, 8(32), 51-60. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2267>

Resumen:

El objetivo general de esta investigación es analizar la afectación de los emprendedores en época de pandemia. La metodología utilizada se basó en un diseño bibliográfico de tipo documental donde a través de la búsqueda de documentos con base científica enfocados en el tema de la investigación permitirá el desarrollo de este trabajo que servirá de precedente para futuras investigaciones. Como conclusión se menciona que en estos tiempos de crisis sanitaria se debe innovar para que los emprendimientos puedan sobrevivir, lo que ha llevado a pensar en nuevas formas, en nuevos métodos de generar ingresos y fuentes de trabajo en las condiciones no tan favorables de esta situación. A pesar de todos los aspectos negativos que ha causado la pandemia, esta ha permitido que las sociedades se den cuenta la importancia de evolucionar, de buscar nuevas fronteras que les permitan generar ingresos y fuentes de trabajo de muchas maneras distintas a las usadas en los último años.

Palabras clave: Pandemia, emprendimiento, innovación.

Abstract:

The general objective of this research is to analyze the impact of entrepreneurs in times of pandemic. The methodology used was based on a bibliographic design of a documentary type where, through the search for documents with a scientific base focused on the subject of the research, it will allow the development of this work that will serve as a precedent for future research. As a conclusion, it is mentioned that in these times of health crisis it is necessary to innovate so that enterprises can survive, which has led to think about new ways, about new methods of generating income and sources of work in the not so favorable conditions of this situation. Despite all the negative aspects that the pandemic has caused, it has allowed societies to realize the importance of evolving, of seeking new frontiers that allow them to generate income and sources of work in many different ways than those used in recent years.

Keywords: Pandemic, entrepreneurship, innovation.



INTRODUCCIÓN

Producto de la pandemia provocada por el virus del COVID-19 y el confinamiento por órdenes de los gobiernos para el resguardo y protección de las personas, se generaron afectaciones en muchos sectores productivos en los países, hecho que repercutió en la economía mundial. En Ecuador, específicamente, la economía fue evidentemente afectada, pues la presencia de un gran porcentaje de emprendedores que conforman el sistema productivo del país tuvieron que cerrar sus negocios, muchos otros redujeron sus niveles de producción generando desempleo por los recortes de presupuesto que debieron hacer para poder mantenerse a flote, y poder pagar sus compromisos.

El empleo en general se vio muy afectado durante la pandemia pues muchas empresas realizaron reducción de sueldos entre otros factores más, sin embargo, todo esto no solo se podría considerar como negativo ya que se afirma que en períodos de crisis también surgen nuevas oportunidades, que se pueden aprovechar para generar un nuevo negocio, transformar el modelo, emprender y generar tendencias de cambio que permiten nuevos ecosistemas para emprender y generar ingresos.

Los emprendedores deben tomar acciones con diversas estrategias para afrontar esta situación y salir adelante durante la pandemia, teniendo claro que la vuelta a la normalidad es algo relativo y muy lejano, por lo tanto deben considerar que el tiempo avanza y con él, van surgiendo cambios que se resaltan en su entorno, donde deben reinventarse y tomar acciones estratégicas

mediante la tecnología, el marketing de contenidos y redes sociales, junto al comercio electrónico que es hoy en día una de las estrategias fundamentales.

Actualmente los empresarios o emprendedores, se encuentran en una etapa en la que la toma de decisiones tanto operativa como financiera se vuelve relevante mediante un proceso. Pero muchos hablan de preparar el negocio para el impacto poscoronavirus y otros sobre las medidas que se deben tomar para sobrevivir a la pandemia. “Sin embargo es importante también destacar que algunos giros de negocio se encuentran creciendo de manera impresionante en estas condiciones adversas” (Villegas, 2020).

Además de la emergencia sanitaria declarada como pandemia por la OMS, el Covid-19 trajo consigo una recesión económica que fue provocada por la cuarentena decretada al indicar un estado de emergencia, frenando así muchas inversiones que se harían en el año del surgimiento de la pandemia, generando el cese de las contrataciones y un aumento del desempleo. Todo este conjunto de condiciones impacta directamente en la creación y desarrollo de empresas en el corto y mediano plazo afectando la eficiencia del ecosistema de emprendimiento.

A pesar de los aspectos negativos, estos se pueden aprovechar para generar un nuevo negocio, transformando el modelo, emprendiendo y generando tendencias de cambio que permiten nuevos ecosistemas emprendedores. Y en emprendimiento, si se desea algo se aplica un plan de acción para tratar de superar con éxito los obstáculos (Pages, 2020).

Demostrando así que la pandemia también ha generado oportunidades, acelerando procesos de



ESTRATEGIAS DE EMPRENDEDORES EN TIEMPOS DE COVID-19

cambio y transformación que se habían postergado algunos años como la digitalización de las empresas, el teletrabajo o la formación online, por no haber sido considerados necesarios anteriormente. En estos momentos, el país se adaptó más a la tecnología para poder mantenerse actualizado a las exigencias del resto del mundo que debido a la crisis sanitaria consiguieron a través del uso de la tecnología, un avance social y económico sin precedentes, el emprendimiento digital, tecnológico, audiovisual, sanitario, etc. ha crecido, y se están impulsando proyectos de utilidad a raíz de nuevos problemas, demandas diferentes, modificación de pautas de consumo y de ocio que la “nueva normalidad” va a requerir.

En este sentido el objetivo general de esta investigación es analizar la afectación de los emprendedores en época de pandemia utilizando una metodología basada en un diseño bibliográfico de tipo documental donde a través de la búsqueda de documentos con base científica enfocados en el tema de la investigación permitirá el desarrollo de este trabajo analítico que servirá de precedente para futuras investigaciones.

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología utilizada en este trabajo, está relacionada directamente con un diseño bibliográfico de tipo documental. Esto permite analizar e investigar aspectos de la realidad todavía desconocida de nuestro entorno. Ya que la metodología de una investigación incluye todos los pasos y procedimientos que se deben llevar a cabo a fin de concretar una propuesta bien determinada, considerando que uno de los elementos claves en el cumplimiento de cada uno de los objetivos que se plantean para cumplir con dichas actividades.

Los emprendedores deben establecer una planeación estratégica que les permita poder analizar su situación, así como estar preparados para cualquier eventualidad que se les presente en cuanto a demanda del producto o caídas del precio que les permita mantener a flote su emprendimiento y afrontar cualquier situación negativa futura de una forma resiliente. Pero sin duda la resiliencia en cualquier emprendedor durante esta pandemia, fue una de las bases fundamentales para mantener su negocio en el mercado, incluyendo también la creatividad e innovación de los emprendedores.

Una aspecto característico de los emprendimientos durante esta época ha sido la creatividad y la forma de enfrentar la crisis, con la que han podido mantenerse en tiempo y espacio, mostrando así que si no hay una renovación y adaptación a los cambios no tendrían un desarrollo positivo en estos tiempos de pandemia.

En entrevista realizada por el diario El Comercio (2020) acerca de la emergencia sanitaria en Ecuador y de cómo esta sirvió para emprender y re acondicionar, el Economista Wilson Guevara afirmó que los emprendimientos para lograr sobrevivir a esta pandemia deben aliarse a la tecnología y a aquellos avances que le permitan generar ganancias y poder ofrecerle a los clientes métodos de pagos eficientes, así como también deben estar siempre en la búsqueda de nuevos proveedores que permitan minimizar en cierta medida los costos de los productos.

En este orden de ideas Wong y Yazdanifard



(Citado por Perdigón et al., 2018) analizan el marketing de contenidos y mencionan seis estrategias que utilizan las organizaciones al momento de su implementación, de igual manera definen el marketing de contenido como una manera de comunicar y convencer al público con contenido preciso de manera que puedan cambiar la opinión que tengan sobre una marca, asimismo indican que un mejor contenido le permite a los clientes comprar bienes o servicios, de manera que puedan lograr que se conviertan en clientes leales e incluso que difundan el mensaje a otros. El marketing de contenidos también constituye una táctica para construir y mantener relaciones a través de la publicación de contenidos valiosos para el público objetivo.

De la misma manera, los autores también sostienen la idea de que el marketing de contenidos debe ser utilizado por las empresas y también asegurarse de que las estrategias de marketing que utilicen sean efectivas ya que si no cumplen su función los clientes no las consideran (Citado por Perdigón, 2018). Entre las estrategias de marketing de contenidos que proponen, se encuentran: localización, personalización, emociones, diversificación de enfoques, co-creación y confianza, ética y honestidad.

De esta manera se evidencia que el marketing a través de las redes sociales junto al comercio electrónico se ha consolidado como una de las principales estrategias para los emprendedores en tiempos de Covid-19, ya que mediante esto se genera un enfoque más amplio para que así las personas tengan una mayor libertad al comprar, con una ética de confianza y segura dada por las entregas a domicilios, permitiendo que los individuos no tengan la necesidad de salir de su

vivienda y evitar el contagio, dando así una construcción propia de los emprendedores y un desarrollo positivo para su emprendimiento.

LOS EMPRENDIMIENTOS DEL PAÍS DURANTE LA PANDEMIA

Según Zapata (2021) el reporte GEM (Global Entrepreneurship Monitor, por sus siglas en inglés), elaborado por la Escuela de Negocios de la Espol (Espae) en Junio del 2020, menciona que 37 de 150 emprendimientos consultados cerraron durante la pandemia, esto refleja que el 42,1 % de estos cierres se produjo específicamente en Guayaquil; 31,6 % en Quito; 10,5 % en Cuenca y el 5,3 % en las ciudades de Ibarra, Daule y Las Naves, un gran porcentaje de estos negocios se dedicaban a la fabricación de productos alimenticios, no alimenticios, construcción y de comercio al por mayor y menor.

Asimismo, Zapata (2021), menciona que la Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI) dirigida por Andrés Zurita, también realizó una encuesta sobre el impacto en mayo del año 2020, donde menciona que “de los 130 consultados ninguno cerró, pero sí afirmaron que sus ventas bajaron considerablemente y que sienten la necesidad de que sus productos sean visibles en más lugares”, también menciona que la afectación principal sufrida por los emprendimientos fue a nivel de su liquidez, sin embargo destaca que aquellos emprendimientos que se sumaron a la innovación se mantienen a flote a pesar de las circunstancias.

Según información proveniente de la Superintendencia de Compañías, reflejada en el diario El Comercio (2020), se indica que durante el año 2020 se lograron registrar 281 nuevos



negocios en Ecuador, y de esos nuevos negocios, 89 establecimientos se ubicaron en el segmento de reparación de vehículos y bicicletas, con mayor incidencia en las provincias de Pichincha, Guayas y Manabí, así como también en Santo Domingo.

LA PÉRDIDA DEL EMPLEO EN LA PANDEMIA

Según información de la CEPAL y la Organización Internacional del Trabajo en el año 2020, citado por Weller (2020), en referencia a las medidas establecidas por la cuarentena producto del COVID-19, se estima que el empleo en el comercio, los restaurantes, hoteles y la industria manufacturera sean los más afectados, a diferencia del empleo en el sector agropecuario el cual es fundamental para la subsistencia general, está con un riesgo de pérdida (temporal) menor, asimismo existen algunos sectores que siguen funcionando como los supermercados y farmacias encargados de vender productos de primera necesidad como los alimentos, higiene personal y medicamentos.

Aunado a la desigualdad existente en el empleo, y la aparición de la crisis sanitaria la falta de acceso a alternativas de trabajo remunerado aumentó, de allí que Weller (2020) subraya la importancia de fomentar el acceso a la infraestructura digital de calidad para todos los hogares y las cualificaciones requeridas para su uso productivo.

Los mercados laborales a nivel mundial se vieron afectados por la crisis sanitaria, y muchas personas encargadas del sustento económico en sus hogares perdieron sus empleos, también se ha observado una disminución en los sueldos, muchos seres humanos al sentirse atados sin trabajo han optado por crear su propio emprendimiento y estos emprendimientos se

centran en productos de limpieza y venta de víveres que en estos tiempos se consideran fundamentales. En estos tiempos la tecnología se ha convertido en una herramienta muy significativa en nuestra sociedad ya que muchas actividades se realizan de forma online teniendo que adaptarse a la tecnología.

TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Según el informe del Banco Mundial sobre América Latina y El Caribe denominado: Efecto Viral, COVID-19 y la transformación acelerada del empleo en América Latina y El Caribe, en cuanto a las implicaciones económicas que generó esta pandemia, se menciona que a nivel productivo se presentaron más desafíos de los que ya existían, otra implicación que mencionan es a nivel político, asimismo, algunos sectores se vieron afectados y conforme progresó el COVID-19 algunos puestos de trabajo se vieron obligados a transformarse y los gobiernos debieron responder estableciendo medidas que permitan este cambio en los puestos de trabajo transformando algunas políticas de protección social y nuevas normativas laborales, que contribuya al avance productivo (Beylis et al. 2020).

Asimismo, este informe refleja una agenda política encargada de poder establecer regulaciones que permitan formalizar y regular los empleos emergentes y la ampliación de la protección social a mayor cantidad de población.

Conforme se ha propagado el COVID-19 de manera significativa, el gobierno y las empresas han creado nuevos métodos de trabajo como el teletrabajo, que facilita trabajar desde el hogar y, a través de esta nueva modalidad muchas personas



se han dedicado a la compra y venta de insumos de primera necesidad y estos negocios han sido muy fructíferos, ya que en la actualidad lo más importante es la salud y alimentación.

REACCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES FRENTE A LA CRISIS SANITARIA DE LA COVID 19

Mantener a flote a una organización, se convirtió en todo un proceso debido a la presencia de la pandemia por COVID-19 provocando que las empresas logren adaptarse y en este caso los emprendimientos son unos de los más afectados en todo este proceso, ya que las grandes empresas e industrias poseen mayor estabilidad económica, es así como se menciona que algunas de esas adaptaciones son la implementación de medidas de bioseguridad, la reducción de las plazas de atención y la migración a las plataformas digitales.

Brinckmann (2020), menciona que las ayudas públicas existentes priorizan y consideran principalmente a las organizaciones mas

consolidadas, pues para las instituciones públicas es primordial reducir el riesgo de quiebra de los puestos de trabajo de esas grandes empresas, y en vista de esta prioridad las empresas mas pequeñas o aquellos emprendimientos lamentablemente quedan desprotegidas.

Haciendo nuevamente mención a la encuesta del GEM, la revista digital de Gestión Digital (2020), indicó que una de las estrategias mas escogidas por las empresas fue aumentar el uso de marketing (61,1%), y el ofrecer nuevos productos o servicios (57,5%), para de esta manera poder cubrir sus deudas bancarias y poder mantenerse a flote durante la pandemia. De igual manera en la Figura 1 se muestran las estrategias más comunes implementadas por los encuestados durante la pandemia. Asimismo, el marketing digital aplicado en estas empresas permitió ofrecer sus nuevos productos y esto sirvió de impulso para innovar, punto clave para lograr avanzar durante estos momentos difíciles de pandemia.

Por otro lado en un artículo del BBVA,

Figura 1.
Estrategias implementadas durante la pandemia.

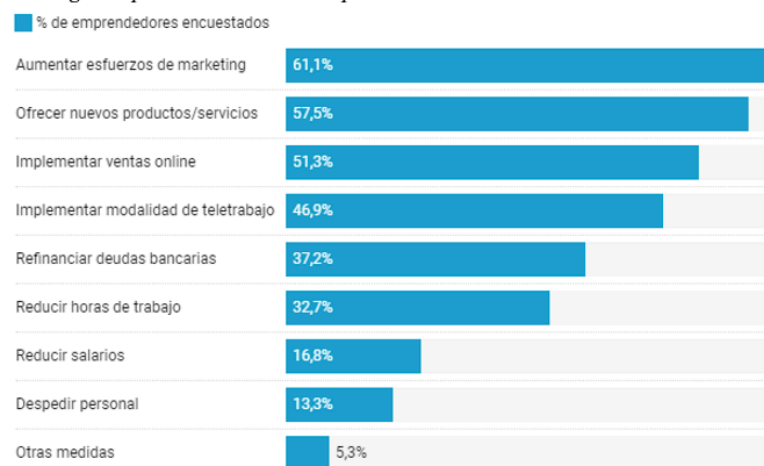


Gráfico: Consultora Multiplica • Fuente: ESPA-E-SPOL • [Descargar los datos](#) • Creado con [Datawrapper](#)

Fuente: (Revista Gestión, 2020).



redactado por Coca (2020) se señala que: “la readaptación del modelo de negocio, los problemas de financiación o la reducción de empleo, son algunos de los principales obstáculos a los que se enfrentan. Ante esta crisis, es necesario poner en marcha medidas que reactiven el ecosistema emprendedor”.

Aunque las empresas o pequeños negocios busquen adaptarse o cambiar su enfoque este suele estar precedido por medidas que ayuden a mantener de pie la empresa como la reducción de

personal por el cambio a la comercialización digital, sin embargo, muchas de ellas buscan minimizar estas estrategias que afectan a muchas familias que caen en el desempleo.

CLAVES DE REACTIVACIÓN

Dentro de las claves mencionadas por Coca (2020), indica que la GEM España propone una serie de medidas que permitirán la reactivación del sistema, lo cual se muestra en la Tabla 1.

Se trata de implementar nuevas prácticas que

Tabla 1
Medidas para reactivar el sistema

Medidas	Características
Demografía Empresarial	Las medidas excepcionales para frenar el cierre de las empresas no deben hacerse a costa de dejar de estimular la creación de nuevas compañías.
Empleo	La nueva normalidad implica cambios organizativos y en las formas de trabajo, que seguirán afectando al empleo, lo que requerirá medidas de choque.
Certidumbre y agilidad administrativa	En la etapa actual, es imprescindible que las administraciones generen un entorno estable y agilicen gestiones que las empresas están realizando para adaptarse a la situación
Intraemprendimiento, reemprendimiento, y nuevas sinergias	La innovación e perfila como la clave para organizar un nuevo ecosistema abierto a la “innovación colaborativa y abierta en un marco de innovación social”.
Demanda y oportunidades de negocio	En un entorno marcado por la incertidumbre, es necesario establecer medidas financieras y fiscales inéditas que favorezcan la reactivación de la demanda. Las empresas que quieran recomponer sus modelos de negocio, sobre todo las más pequeñas, necesitarán orientación para llevar a cabo nuevas oportunidades y modelos de negocio.

Fuente: (Coca, 2020).

ayuden a los nuevos emprendimientos como lo son los bonos anticipados de consumo o los contratos de impacto social, obviamente estos sólo tienen la función de complementar los métodos tradicionales más no ser autónomos.

Como menciona Pages (2020), la pandemia existente en el mundo permitió que se aceleraran muchos procesos y entre ellos la evolución digital de las empresas, así como también mejorar las ya

existentes. En este sentido, muchos expertos, CEO de empresas internacionales, fondos de startups, entre otros, supone Pages (2020) que serán lugares a medio y largo plazo importantes fuentes de oportunidades de empleo y entre estas se mencionan:

- Marketing de contenidos y Redes sociales
- Impresión 3D



- Realidad virtual
- Big Data
- Dispositivos a través de la Voz
- Comercio electrónico
- Ocio Digital

El mundo ha cambiado, hace poco más de un año el ocio se contemplaba como salir a algún lugar a relajarse o vivir experiencias fuera de lo habitual, sin embargo, con las consecuencias de la pandemia esta idea forma parte del pasado debido a que había que encontrar una manera de distraerse estando en casa, por lo que el desarrollo de videojuegos, o las video llamadas o cualquier actividad digital ha tomado fuerza, siendo un sector que lejos de verse afectado por la pandemia fue en auge a medidas que más y más personas se unían a estos métodos de ocio.

CONCLUSIONES

La emergencia sanitaria ha traído consigo el tener que tomar medidas drásticas en relación con los emprendimientos y a la evolución en la que se han sometido producto de esta pandemia, debido a esto las empresas han tenido que buscar nuevas formas de marketing para seguir sosteniendo sus negocios, como las redes sociales y el internet en general presenta nuevas puertas para innovar y seguir en pie.

Las empresas y negocios tuvieron que adaptarse a nuevas medidas de seguridad para el personal y los clientes; buscando nuevas formas de vender sus productos como el servicio a domicilio. Entre otras medidas se redujo el tiempo de trabajo del personal en un 50% para así asegurar el bienestar de sus trabajadores, el teletrabajo se

implementó mucho más ya que el trabajador no disponía de movilización y era mucho más seguro trabajar desde casa.

En estos tiempos de crisis sanitaria se debe innovar para que los emprendimientos puedan sobrevivir, lo que ha llevado a pensar en nuevas formas, en nuevos métodos de generar ingresos y fuentes de trabajo en las condiciones no tan favorables de esta situación. A pesar de todos los aspectos negativos que ha causado la pandemia, esta ha permitido que las sociedades se den cuenta la importancia de evolucionar, de buscar nuevas fronteras que les permitan generar ingresos y fuentes de trabajo de muchas maneras distintas a las usadas en los últimos años.



REFERENCIAS

- Beylis, G., Fattal, R., Morris, M., Sebastian, A., & Sinha, R. (2020). Efecto Viral: COVID-19 y la transformación acelerada del empleo en América Latina y el Caribe. Washington: Grupo Banco Mundial.
- Brinckmann, J. (30 de Septiembre de 2020). Así actúan los emprendedores para capear la crisis de la covid-19. Recuperado el 16 de Septiembre de 2021, de https://dobetter.esade.edu/es/emprendedor-covid-19?wrapper_format=html
- Coca, M. (5 de Agosto de 2020). Cómo recuperar el ecosistema emprendedor ante la crisis del COVID-19. Recuperado el 21 de Febrero de 2021, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/como-recuperar-el-ecosistema-emprendedor-ante-la-tesis-del-covid-19/>
- El Comercio. (06 de Junio de 2020). La emergencia sanitaria en Ecuador sirvió para emprender y reacondicionar. Recuperado el 15 de Septiembre de 2021, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/emergencia-sanitaria-ecuador-emprendimientos-negocios.html>
- Gestion Digital. (24 de Julio de 2020). La pandemia hirió al emprendimiento, pero no de muerte. Recuperado el 15 de Septiembre de 2021, de Revista gestión: <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/la-pandemia-hirio-al-emprendimiento-pero-no-de-muerte>
- Pages, S. (02 de Julio de 2020). Emprendimiento en tiempos de pandemia. Recuperado el 16 de Septiembre de 2021, de <https://www.cajasietecontunegocio.com/temas/direccion-y-emprendeduria/item/emprendimiento-en-tiempos-de-pandemia-covid19>
- Parella Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2010). Metodología de la investigación cuantitativa. Caracas, Venezuela: FEDUPEL, Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Perdigón Llanes, Rudibel, Viltres Sala, Hubert, & Madrigal Leiva, Ivis Rosa. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas.. Revista Cubana de Ciencias Informáticas, 12(3), 192-208. Recuperado en 22 de octubre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S227-18992018000300014&lng=es&tlng=es.
- Revista Gestión. (2020). La pandemia hirió al emprendimiento, pero no de muerte. Gestión Digital .
- Villegas, A. (15 de Abril de 2020). ¿Cómo impacta el COVID-19 al ecosistema emprendedor? Estos son los 6 puntos clave. Recuperado el 15 de Septiembre de 2021, de <https://www.entrepreneur.com/article/349274>
- Weller, J. (2020). La pandemia del COVID-19



y su efecto en las tendencias de los mercados laborales. Santiago: Naciones Unidas.

Zapata, B. (14 de Marzo de 2021). Al año del confinamiento en Ecuador: negocios que nacieron y cerraron en pandemia; otros siguen en la lucha. Recuperado el 15 de Septiembre de 2021, de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/al-ano-del-confinamiento-en-ecuador-negocios-que-nacieron-y-cerraron-en-pandemia-otros-siguen-en-la-lucha-nota/>