
EMPREDIMIENTOS FRENTE AL COVID-19: IMPACTOS, REACCIONES Y REDES DE APOYO PERSONAL Y DIGITAL

ENTREPRENEURSHIP AGAINST COVID-19: IMPACTS, REACTIONS AND PERSONAL AND DIGITAL SUPPORT NETWORKS

Autores

Ing. Viviana Carvajal Zambrano MBA
gema.carvajal@uleam.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8451-9683>

PhD. Dianelys Nogueira Rivera
nelydaylinyuly@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0198-852X>

Ing. Frank Ángel Lemoine Quintero MBA
frank.lemoine@uleam.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8885-8498>

Abg. Verónica Paola Mieles Solórzano MG.
vero_miel@hotmail.com
veronica.mieles@uleam.edu.ec

Recibido: 26/11/2020 – Publicado: 18/06/2021

Resumen

El presente estudio se realizó con el objetivo de realizar un análisis de los emprendimientos frente a la pandemia del COVID-19: impactos, reacciones y redes de apoyo personal y digital. Se realizó un análisis del entorno para evaluar comportamiento de la población en las ramas de actividad que se desempeñan. Se realizaron revisiones bibliográficas que aportaron desde lo teórico a los diferentes contextos del emprendimiento. Se utilizó el método analítico con la finalidad de valorar la actividad de cada emprendimiento. Para ello se aplicó una encuesta utilizando un formulario de la aplicación Forms, la población para este estudio se consideró a los habitantes de los cantones Sucre y San Vicente a 426 personas que fueron las inscrita para asistir a las conferencias virtuales de los Webinar: Como construir oportunidades de negocios en tiempos de pandemia, los mismos que correspondían a una actividad de uno de los proyectos de investigación de la extensión universitaria. Dentro de los resultados que se obtuvieron fue que la pandemia de COVID-19 ha provocado impactos notables a nivel humanitario y también en las actividades económicas, entre ellos se encuentran los emprendimientos, así como también las instituciones que les prestan distintos servicios de apoyo. Por lo tanto, es crucial que entre las medidas de alivio que implementan los gobiernos también se contemple su situación.

Palabras claves: Emprendimientos, COVID-19, impactos, reacciones, redes de apoyo, redes sociales.

Summary

The present study was carried out with the objective of carrying out an analysis of the undertakings in the face of the COVID-19 pandemic: impacts, reactions and personal and digital support networks. An analysis of the environment was carried out to evaluate the behavior of the population in the branches of activity that they perform. Bibliographic reviews were carried out that contributed from the theoretical to the different contexts of entrepreneurship. The analytical method was used in order to assess the activity of each undertaking. For this, a survey was applied using a form from the Forms application, the population for this study was considered to be the inhabitants of the cantons Sucre and San Vicente, 426 people who were registered to attend the virtual conferences of the Webinar: How to build business opportunities in times of pandemic, the same ones that corresponded to an activity of one of the research projects of the university extension. Among the results obtained was that the COVID-19 pandemic has caused notable impacts at the humanitarian level and also in economic activities, among them are enterprises, as well as the institutions that provide them with different support services. Therefore, it is crucial that the relief measures implemented by governments also include their situation.

Keywords: Entrepreneurship, COVID-19, impacts, reactions, support networks, social networks.

Introducción:

La pandemia del nuevo coronavirus está generando impactos inéditos en todo el planeta, especialmente en la salud humana y en las actividades económicas. Identificarlos, dimensionarlos y entenderlos es clave para definir políticas públicas apropiadas. El objetivo de este documento es realizar un análisis de los emprendimientos frente a la pandemia del COVID-19: impactos, reacciones y redes de apoyo personal y digital, que les brindan apoyo técnico y financiero, incluyendo las agencias de fomento de los gobiernos. Proteger a las nuevas empresas, preservando su capital humano y organizacional, así como su capacidad innovadora, permitirá acelerar la reconstrucción económica y social para la salida de la crisis.

Las medidas acogidas por los gobiernos para evitar la propagación del covid-19 ha generado debates no sólo entorno a la salud sino también al sistema económica. Este impacto ha alcanzado a las industrias que sostienen al mundo, especialmente en los

sectores productivos. En este nuevo contexto al que todos nos enfrentamos, miles de familias buscan opciones para obtener ingresos extra desde casa.

Este estudio se basa en la recolección de información obtenida a partir de encuestas; la población para este estudio se consideró a los habitantes de los cantones Sucre y San Vicente a partir del uso publicitario del mismo para lograr una muestra considerablemente aceptable, esta resultó de 426 personas que fueron las inscrita para asistir a las conferencias virtuales de los Webinar: Como construir oportunidades de negocios en tiempos de pandemia, los mismos que correspondían a una actividad de uno de los proyectos de investigación de la extensión universitaria.

Pero también debemos de tener presente que oportunidad es **globalización e innovación**, detectar espacios que ni siquiera existen aún y que requieren de creatividad. La crisis ha puesto de manifiesto que los negocios deben ser más colaborativos, más conectados, más globales y más innovadores. Los emprendedores tienen que ser más innovadores, más globales y más colaborativos. **Oportunidades** en tiempo de crisis.

Además, en el documento, se identifican y analizan los principales impactos del COVID-19 en los emprendimientos, sus reacciones, así como los apoyos con los que cuentan para enfrentar la situación actual.

Impactos en los emprendimientos

Las medidas de distanciamiento social para contener la pandemia están afectando a las empresas, ya sea por la reducción verificada en la demanda de bienes y servicios, como por la menor disponibilidad de insumos y mano de obra.

En los emprendimientos el impacto es aún mayor, muchos de los emprendedores que aún no habían puesto en marcha su emprendimiento interrumpieron el proceso; otros dejaron de hacerlo. Si a ello se suman los que han sufrido caídas importantes de sus ventas, es posible constatar que ocho de cada 10 están siendo fuertemente afectados por la crisis. Asimismo, un 84% ha visto muy deteriorado su flujo de fondos y un 75% redujo su

actividad productiva (la mitad ha tenido que detenerla). Los impactos trascienden los indicadores de gestión. Por ejemplo, dos de cada tres emprendimientos han visto decaer significativamente el ánimo del equipo emprendedor. Esta situación también alcanza a sus empleados, inclusive de forma más pronunciada. (Kantis & Angelelli, 2020)

¿A quiénes está afectando más intensamente la situación?

Entre las empresas que están en el mercado, las más afectadas son las de menor trayectoria. Dejaron de vender casi dos tercios de las que tienen hasta 12 meses de vida, frente a algo menos de la mitad de las que tienen al menos 3 años. El impacto de la crisis sobre el flujo de fondos también es un tanto más acentuado entre las mismas: un 66% en las que tienen hasta 1 año de vida; un 61% en aquellas con una antigüedad de entre uno y 10 años, y un 45% en las firmas de más de 10 años. De forma similar, la crisis afecta la reducción de la actividad productiva.

Por su parte, los emprendimientos del sector tecnológico y las empresas jóvenes más dinámicas estarían recibiendo el impacto en términos menos pronunciados, hasta ahora. En efecto, el 29% de las tecnológicas dejó de facturar, un porcentaje muy inferior al de sus pares del turismo y el entretenimiento (88%), así como al del promedio general (53%). Otro tanto ocurre con las empresas jóvenes dinámicas, esto es: aquellas que habían alcanzado cierto tamaño en su trayectoria previa a la crisis. Solo un tercio de las mismas había dejado de vender.

En otros términos, la crisis está afectando a todos, pero los indicadores más preocupantes, como los del cese de ventas, estarían impactando un poco menos a los emprendimientos que cuentan con cierta trayectoria, dinamismo y/o que operan en sectores tecnológicos. Es muy posible que la existencia de una cierta base mayor de experiencias y aprendizajes previos, sumada al dinamismo, las escalas mínimas y/o la tecnología, les permitan a estas empresas jóvenes tener una mayor resiliencia relativa en momentos como los actuales. Este resultado es muy relevante para las políticas públicas de alivio y también de impulso para la reconstrucción a la salida de la crisis.

Por otra parte, de cara al futuro, las expectativas de recuperación son negativas. Solo un mínimo porcentaje de los encuestados cree que su actividad volverá a los niveles previos a la crisis durante el próximo mes. Y lo más preocupante es que la mitad solo podría resistir hasta dos meses sin cerrar el emprendimiento, en tanto que uno de cada cinco no lograría superar el mes.

Reacciones de los emprendedores

La gestión de la caja es una tarea de primer orden de importancia para enfrentar la crisis. En ese sentido, menos de un tercio de los emprendedores cuenta con reservas propias (utilidades acumuladas) y solo uno de cada cuatro aspira a financiarse con crédito bancario, cifra que incluso baja al 16% entre los que tienen menos de 12 meses de existencia. Por otra parte, un 13% dice contar con aportes de inversionistas para reaccionar.

Del otro lado, la gran mayoría de los emprendimientos considera apelar a una agenda de gestión financiera de emergencia, usual entre los emprendedores acostumbrados a no contar con recursos de terceros. Lo más común será la postergación del pago de impuestos y servicios, aunque buena parte atrasará sus cumplimientos con los proveedores y, en menor medida, con los socios del emprendimiento. Pero también existe un grupo que aún no tiene claro como financiará la crisis.

Los emprendedores también tienen la reacción en la gestión de los equipos humanos. Algo menos de uno de cada cinco emprendimientos ha suspendido personal, y los que han despedido personal o cancelado contratos de trabajo. En otras palabras, si bien el impacto sobre los puestos de trabajo ya se está sintiendo, aún se está a tiempo de evitar un daño mayor.

La respuesta más común es el teletrabajo, aunque ello está ocurriendo de manera parcial. Solo algo más de un tercio de las empresas ha implementado este mecanismo para hacer frente al distanciamiento social. Este nivel relativamente bajo de adopción plantea

algunos interrogantes: ¿cuáles son las principales dificultades con las que se encuentran al implementar el trabajo remoto? ¿Faltan computadoras, *software*? La situación es un tanto, más compleja.

Los tres obstáculos principales para desplegar el trabajo remoto son:

1. La organización de las tareas y los sistemas no están pensados para el teletrabajo (33%).
2. Las preocupaciones, los compromisos y la situación en los hogares dificultan la concentración (28%).
3. El acceso a Internet de alta calidad es limitado (18%).

Recién después aparecen como obstáculos la falta de computadoras, *software* apropiado o personal con capacidades (10% en cada caso). En otras palabras, el apoyo al teletrabajo requiere acciones integradas que contemplen diversas dimensiones: personales, organizacionales y tecnológicas. (Kantis & Angelelli, 2020)

El rol de las redes de apoyo

La mayoría de los emprendedores solo cuenta con el apoyo de su equipo interno o netamente familiar y, en menor medida, de su red social personal más próxima, compuesta por familiares y amigos. Uno de cada cinco también busca respaldo en la interacción con sus colegas empresarios; es aquí donde el estudio trata de dar una mayor apertura a las redes sociales de negocios. La tecnología ofrece herramientas que el usuario puede usar para desarrollar un nuevo negocio o mantener el ya existente, administrar recursos, ganancias e incluso formar equipos de trabajo de forma digital y desde la comodidad de su hogar. Los emprendimientos requieren de contar con el tiempo adecuado para desarrollar un negocio, analizar las posibilidades de crecimiento, definir acciones para poder generar más ingresos, coordinar actividades y administrar recursos, por lo que las herramientas tecnológicas pueden ser aprovechadas durante esta temporada.

El uso de plataformas digitales dentro de los emprendimientos son en la actualidad una opción para aprovechar el tiempo, los recursos tecnológicos y las posibilidades de obtener ingresos para solventar gastos en esta temporada. Sus esquemas de economía colaborativa donde tu administras tu tiempo, y puedes aprovechar a las innovaciones como un canal de comunicación con el exterior, son eficaces en una temporada en la que prácticamente estamos todo el día en casa.

Ante la emergencia global que estamos viviendo con el Covid-19, sabemos que el mundo que conocemos no será igual. Es hora de adaptarnos de forma ágil a este nuevo contexto y con ello del aporte que nos pueden dar las redes sociales.

Puntos positivos de las redes sociales

El uso de redes sociales ha sido absorbido por personas en todo el mundo y hoy ya es parte de la rutina. Esto hizo de esos espacios un lugar donde las marcas y empresas también quisieran estar para interactuar con sus prospectos y clientes, trayendo posibilidades muy positivas, como:

- **Compartir la visión de la empresa:** las redes sociales son una especie de escaparate de su empresa; en ellas podrás mostrar la visión del negocio, en lo que cree;
- **La personalización del mensaje y la interacción directa con el cliente:** en las redes sociales, es posible tener una relación mucho más personalizada y directa con cada cliente o posible cliente, ya que puedes entrar en contacto con cada uno, ya sea para resolver problemas o para descubrir nuevas informaciones;
- **Posibilidad de segmentación del público:** al publicar en redes sociales, es posible segmentar tus posts de acuerdo con las características de la audiencia, dirigiendo tus esfuerzos hacia aquellos rangos del público que poseen más afinidad con tu solución;
- **Poder saber más sobre cada uno de tus clientes:** las personas comparten sus gustos, deseos y otras informaciones que pueden ser valiosas para las empresas a

la hora de acercarse a su público objetivo. Mantente atento a lo que es relevante para tu audiencia para conectarse mejor a ella;

- **Posibilidad de vender por estos canales:** de la misma forma que es posible relacionarse con el público a través de redes sociales, es también posible utilizarlas para vender tus productos o servicios, principalmente si aboradas aquella audiencia que ya tiene una relación contigo y ya se muestra madura para la compra;
- **Crear un entorno controlado por la marca:** independientemente de quién es tu público, este va a estar en alguna red social.
- **Posibilidad de divulgación para empresas con bajo presupuesto:** a diferencia de los medios tradicionales, anunciar en las redes sociales tiene un costo más bajo, además de la ventaja de que en la web es mucho más fácil medir los resultados;
- **Información en tiempo real:** las redes sociales permiten comunicar mensajes urgentes de la marca en un canal oficial. Esto es muy importante en el caso de la gestión de una crisis, por ejemplo, en el que es necesario que la marca se posicione rápidamente, evitando así que tome mayores proporciones.

Material y métodos

En el presente estudio se pretende mostrar cual ha sido la dinámica del emprendimiento en los cantones de Sucre y San Vicente desde el orden teórico reflexivo que aporte al desarrollo de una economía sostenible.

Se utilizó el método analítico con la finalidad de valorar la actividad de cada emprendimiento. Para ello se aplicó una encuesta utilizando un formulario de la aplicación Forms; la recolección de información obtenida a partir de encuestas; la población para este estudio se consideró a los habitantes de los cantones Sucre y San Vicente a partir del uso publicitario del mismo para lograr una muestra considerablemente aceptable, esta resultó de 426 personas que fueron las inscrita para asistir a las conferencias virtuales de los Webinar: Como construir oportunidades de negocios en tiempos de pandemia, los mismos que correspondían a una actividad de uno de los proyectos de investigación de la extensión universitaria

Resultados

La academia, ha puesto su aporte desde los proyectos de investigación vigente en la extensión y a su selecto personal, para brindar capacitaciones mediante conferencias denominadas Webinar para dar a conocer temas de actualidad y de importancia a la colectividad de los cantones Sucre y San Vicente, con ello se ha dado un aporte muy significativo mediante la aplicación de los procesos sustantivos.

Tabla # 1 Participación en los Webinar

Participantes	Nº
Inscritos	426
Emprendedores	154
Comerciantes	24
Microempresarios	15
Estudiantes	154
Docentes	48
Media de participantes	130

Fuente: (Proyecto de Investigación Marketing experiencial, 2016)

Elaboración: Los autores

Aunque el aislamiento preventivo decretado para hacerle frente a la pandemia del COVID-19 ha sido, para muchos, sinónimo de incertidumbre y zozobra, también se ha convertido en un periodo propicio para re imaginar negocios, apoyar proyectos y lanzarse a emprender.

Buena parte de estas iniciativas han empezado a dar frutos gracias a herramientas tecnológicas, pues la coyuntura ha cambiado las condiciones de mercado, las formas de interacción e incluso ha evidenciado necesidades que antes de la pandemia no eran tan relevantes.

Discusión

Emprender es una aventura que con el tiempo y gracias a los avances de la tecnología ha sido cada vez más fácil de afrontar (o al menos contamos con mayores herramientas para hacerlo), ciertamente una buena idea y mucho ímpetu son la clave para iniciar un negocio hoy en día (HAULMER, 2020).

Los países en los que más se reconoce la existencia de alguna reacción positiva desde las organizaciones del ecosistema son Uruguay, Costa Rica y Chile, con más del 85% de las respuestas en esa dirección. Uruguay cuenta con el ecosistema al que más emprendedores le reconocen estar respondiendo de manera apropiada (39%), seguido de Costa Rica (29%). Además, Uruguay se destaca por su mayor agilidad (31%). Del otro lado, la falta de respuesta fue destacada en mayor medida en Bolivia (53%), Ecuador (47%), y en países como Panamá, El Salvador, Honduras y Venezuela (entre un 35% y un 48%) (Kantis & Angelelli, 2020).

Los gobiernos de algunos países de Latinoamérica han empezado a anunciar medidas de auxilio para las pequeñas y medianas empresas (pymes) en medio de cuarentenas y de una paralización de la actividad.

El panorama es desolador: la proyección es que la economía de la región, incluido el Caribe, se contraerá un 5,2%, según estima el Fondo Monetario Internacional (FMI). “Las pequeñas y medianas empresas que dependen de las ventas diarias y tienen escasas o nulas reservas de liquidez también pueden verse sometidas a un grave estrés financiero y es posible que tengan que despedir trabajadores”, describe un informe publicado el 9 de abril por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (Sulbarán Lovera, 2020)

El deseo de emprender parece ser propio del ecuatoriano, pero pocas ideas llegaban a materializarse por falta de políticas públicas o de decisión propia. Pero la crisis económica generada por efectos de la pandemia ha lanzado a miles al desempleo obligándolos a iniciar negocios y reinventarse. En redes sociales se promocionan nuevos y diversos servicios de entrega de alimentos a domicilio, aplicaciones en línea para realizar trámites, buscadores de emprendimientos o producción de mascarillas, de prendas de protección de bioseguridad o de bandejas de desinfección caseras. Algunos de ellos abrieron, por primera vez, una página web para promocionarse o usaron sus redes sociales para algo más que el entretenimiento. El cambio no es fácil, requiere decisión y no tener miedo a tomar riesgos. La emergencia ha hecho que el cambio sea una necesidad y, de hecho,

marcará la diferencia entre sobrevivir y adaptarse, económicamente hablando, a esta nueva normalidad (Orozco , 2020).

La pandemia ha generado **oportunidades**, ha acelerado procesos de cambio y transformación que llevaban pendiente algunos años como la digitalización de las empresas, el teletrabajo o la formación online. En estos momentos, en el que el planeta está sumido en una crisis sanitaria, social y económica sin precedentes, el emprendimiento digital, tecnológico, audiovisual, sanitario, etc. ha crecido, 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” (Pages Luis, 2020).

Conclusiones

La pandemia de COVID-19 está generando impactos notables a nivel humanitario y también en las actividades económicas. Entre aquellos grupos particularmente afectados se encuentran los emprendimientos, así como también las instituciones que les prestan distintos servicios de apoyo. Por lo tanto, es crucial que entre las medidas de alivio que implementan los gobiernos también se contemple su situación.

Numerosos emprendimientos que aún no habían sido puestos en marcha fueron interrumpidos y la mayoría de los que ya vendían, dejaron de hacerlo o tuvieron caídas importantes. Asimismo, la gran mayoría ha visto muy deteriorado su flujo de fondos. El impacto alcanza a todos, aunque es un tanto menor entre los del sector tecnológico, así como en el caso de los que han alcanzado ciertas escalas mínimas como resultado de su dinamismo previo. Es muy posible que estos grupos, con mayores acervos en aprendizajes y activos, puedan desempeñar un papel más activo en la reconstrucción de la economía posterior a la crisis. Por lo tanto, es fundamental prever políticas orientadas tanto a la preservación de capacidades y recursos, en lo inmediato, como a su posterior potenciación para estimular la recuperación post pandemia.

Frente a la crisis, los emprendedores están respondiendo con una gestión de caja muy ajustada, posponiendo pagos a terceros y a los socios, a la vez que solo una minoría ha logrado implementar el teletrabajo. Las limitaciones son tanto organizacionales como personales y familiares.

Las respuestas desde las organizaciones de apoyo tardan en llegar y no terminan de ajustarse a las demandas de los emprendedores. Y en coherencia con la opinión de estos últimos, sus principales problemas incluyen la falta de servicios apropiados para atender a sus necesidades en la emergencia, junto con la caída de los ingresos y la incertidumbre ante el futuro, lo cual sugiere bajos niveles de resiliencia y flexibilidad organizacional en los ecosistemas emprendedores.

Recomendaciones

Es importante escanearse, revisar nuestros objetivos y abrirnos a nuevos horizontes. Aunque el escenario es frágil, la crisis no tiene por qué inmovilizarnos. Ofrece la gran oportunidad de re-inventarse y re-enfocarse para apuntar a las necesidades actuales de los clientes y de la sociedad en su conjunto a través de la innovación. En esto es clave la comunicación y manejar las decisiones con empatía y transparencia, sin descuidar el equipo de trabajo, a las personas, que son y serán el corazón del país, de las empresas y del emprendimiento.

Hoy tenemos que demostrar que la acción de los emprendedores es clave para reactivar la economía, y que son quienes conservan en su espíritu la capacidad de adaptarse a los cambios y sorprender con propuestas que impactan en la sociedad, en la cultura y en la economía. Para lograr estos desafíos es fundamental subirse al carro de la transformación digital. Hemos sido testigos de que la tecnología en este contexto es nuestra mayor aliada y que sin su uso nos quedamos fuera. Si queremos sobrevivir, debemos integrarla en nuestros modelos de negocios.

Los últimos meses no han sido fáciles para nadie, y menos para los emprendedores, pero son ellos quienes tienen la capacidad de levantarse una y otra vez y transformarse rápidamente frente a las consecuencias de su entorno, y esta es una virtud que hoy tienen que sacar a flote.

No olvidemos que toda situación compleja nos abre una puerta para innovar y evaluar que vayamos por la vía correcta. Por eso, organizaciones, empresas y pymes unámonos y trabajemos de forma colaborativa, compartiendo buenas prácticas y apoyándonos unos a otros para afrontar de la mejor manera los déficits y cambios que estamos viviendo, y que se vienen.

Bibliografía

- HAULMER. (junio de 2020). Recuperado el 2 de octubre de 2020, de <https://www.haulmer.com/blog/emprender-en-tiempos-de-covid-19/>
- Kantis, H., & Angelelli, P. (13 de Abril de 2020). *Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*. (S. E. Observatorio de la PyME de la Universidad Andina Simón Bolívar, Ed.) Recuperado el 4 de octubre de 2020, de Prodem de la Universidad Nacional de General Sarmiento (Argentina): <https://prodem.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2020/05/Los-ecosistemas-de-emprendimiento-de-ALC-frente-al-COVID19-VF.pdf>
- Orozco , M. (1 de junio de 2020). Recuperado el 3 de octubre de 2020, de <https://www.elcomercio.com/blogs/economia-de-a-pie/opinion-monica-orozco-emprender-covid19.html>
- Pages Luis, S. (2 de julio de 2020). *Dirección y Emprendeduría*. Recuperado el 5 de octubre de 2020, de <https://www.cajasietecontunegocio.com/temas/direccion-y-emprenduria/item/emprendimiento-en-tiempos-de-pandemia-covid19>
- Proyecto de Investigación Marketing experiencial. (2016). *César Carbache Mora* . Recuperado el 30 de septiembre de 2020
- Sulbarán Lovera, P. (8 de mayo de 2020). *BBC News Mundo*. Recuperado el 5 de octubre de 2020, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52495847>