



## Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.

Economic impact of the strategies implemented by Ecuadorian entrepreneurs in the time of Covid-19.

Loida Noemi Calero Contreras<sup>1</sup>

**E-mail:** lcalero2@utmachala.edu.ec

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-9151-627X>

Cristina Madelaine Fajardo Armijos<sup>1</sup>

**E-mail:** cfajardo2@utmachala.edu.ec

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-8102-1521>

Flor Yelena Vega Jaramillo<sup>1</sup>

**E-mail:** fvega@utmachala.edu.ec

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-3827-4317>

<sup>1</sup>Carrera de Economía, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala. Machala, Ecuador.

### Cita sugerida (APA, séptima edición)

Calero-Contreras, L. N., Fajardo-Armijos, C. M., & Vega-Jaramillo, F. Y. (2022). Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19. *Revista Sociedad & Tecnología*, 5(2), 197-211. Doi: <https://doi.org/10.51247/st.v5i2.207>.

### RESUMEN

El emprendimiento se ha convertido en el proceso de realización de oportunidades desde un enfoque creativo, permite captar clientes y destacarse de los demás; también, es un factor que contribuye al desarrollo económico y a la generación de cambios e innovación. La pandemia provocada por la Covid-19 demandó del confinamiento, el cierre de empresas, la paralización de diversas actividades económicas, el cierre de las fronteras, situación que afectó a los emprendimientos y la caída del producto interno bruto del país. Este estudio descriptivo sustentado en los métodos análisis documental, hermenéutico y estadístico, así como en la

técnica de la encuesta aplicada a 353 empresas de la ciudad de Machala tiene por objetivo analizar el impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19. Entre los principales hallazgos se significa que la pandemia ha cobrado un alto precio al Ecuador en términos socio-económicos, por la pérdida de vidas, el crecimiento de la pobreza y económicos, por la destrucción de empresas y puestos de trabajo, ante esta realidad se implantan estrategias como medida para superar la crisis, entre ellas las de ventas han impactado de manera positiva.

**Palabras clave:**

Emprendimiento, crisis económica, Covid-19, pandemia, estrategias

## **ABSTRACT**

Entrepreneurship has become the process of realizing opportunities from a creative approach, it allows attracting clients and standing out from others; It is also a factor that contributes to economic development and the generation of change and innovation. The pandemic caused by Covid-19 demanded confinement, the closure of companies, the paralysis of various economic activities, the closure of borders, a situation that affected enterprises and the fall of the country's gross domestic product. This descriptive study based on documentary, hermeneutical and statistical analysis methods, as well as on the survey technique applied to 353 companies in the city of Machala, aims to analyze the economic impact of the strategies implemented by Ecuadorian entrepreneurs in the time of Covid. -19. Among the main findings is that the pandemic has exacted a high price from Ecuador in socio-economic terms, due to the loss of life, the growth of poverty and economics, due to the destruction of companies and jobs, given this reality, they implement strategies as a measure to overcome the crisis, including sales strategies that have had a positive impact.

## **Keywords:**

Entrepreneurship, economic crisis, Covid-19, pandemic, strategies.

## **INTRODUCCIÓN**

Si bien el emprendimiento ha estado asociado al campo de la economía desde sus inicios, Terán y Guerrero (2020) señalan que, desde el momento en que se analiza su conceptualización en relación a la toma de decisiones ante la incertidumbre se incluye el concepto de emprendedor innovador, no obstante, también cubre conceptos sociológicos y psicológicos relacionados con el espíritu empresarial y la teoría del espíritu empresarial. A mediados del siglo XX, los mayores aportes los realizaron los sociólogos y psicólogos, quienes se concentraron en aspectos como

el comportamiento y la sociedad (Landstrom, 1998). Posteriormente en la década de 1980, la investigación sobre emprendimiento se enfocó en el sector económico, centrándose en la relación que las pequeñas y medianas empresas habían establecido con la economía.

Para Álvarez y Barney (2014), el emprendimiento en la actualidad se ha convertido en el proceso de materialización de oportunidades a través de métodos creativos, que les permite atraer clientes y destacarse, lo que también es un factor que promueve el desarrollo económico y un gran diferenciador en la generación de cambios e innovación.

El emprendimiento como modalidad para la gestión económica ha sido asumida por diversos sectores de la población como forma de procurar el sustento y bienestar de la familia, actividad que se vio bruscamente interrumpida por la aparición a finales del año 2019 de un nuevo coronavirus de la familia SarCov-2 en China (Espinoza et al., 2021), la que rápidamente se propagó por el mundo originando una de las peores pandemias de los últimos tiempos (Rad & Espinoza, 2021).

Debido a las circunstancias sin precedentes en el año 2020 se adoptaron medidas sanitarias orientadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) que restringían las dinámicas de la población mundial para evitar la propagación de Covid-19; entre estas restricciones resalta el confinamiento que entrañó graves consecuencias económicas. Según Sánchez (2020), estas restricciones causaron la caída del producto interno bruto (PIB), el cierre de negocios, la paralización de todo tipo de actividad económica, el cierre de fronteras y el colapso del turismo, afectando significativamente al emprendedor y sus emprendimientos.

Según Kantis y Angelelli (2020), los hallazgos de un estudio financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Programa para el Desarrollo del Emprendimiento (PRODEM) "Los ecosistemas de emprendimiento de

América Latina y el Caribe frente al Covid-19. Impactos, necesidades y recomendaciones” evidencian que, para las pequeñas empresas, especialmente las que se encuentran en las primeras etapas de su crecimiento, la vulnerabilidad y la afectación es más significativa, debido a un mayor cierre de negocios, reducciones de escala, cambios en los modelos de negocio, etc.

Si bien es cierto que nadie se ha preparado para los acontecimientos de los últimos tiempos, es importante darse cuenta de que los emprendedores no siempre están preparados para las crisis económicas. Se han paralizado la mayoría de las operaciones debido a cierres temporales o permanentes a consecuencia de la reducción de la demanda, lo que ha resultado en altos niveles de incertidumbre y pérdidas masivas de recursos humanos.

Ante esta realidad los emprendedores ecuatorianos han implementado estrategias con el propósito de mantener sus emprendimientos; este estudio tiene como objetivo analizar el impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19. Esto permitirá comprender cómo esta situación, hasta ahora única, ha afectado y afecta el día a día de las operaciones comerciales de los emprendedores.

### **REVISIÓN DE LA LITERATURA**

El emprendimiento ha sido el objeto de estudio de varios autores por ser considerado un campo dinámico con claras implicaciones en la gestión empresarial, la economía y otras esferas que tienen un amplio impacto en la sociedad. Entre estos están Schumpeter (1934), Cassis y Minoglou (2005), Wiklund et al. (2011), Terán y Guerrero (2020).

Para Cassis y Minoglou (2005) estos aspectos lo convierten en un elemento clave del sistema económico. Mucho antes que estos autores Schumpeter (1934) mostraba algunos componentes que son particularmente relevantes para el

emprendimiento, entre estos factores menciona los tradicionales el trabajo y el capital, que se convierten en el motor impulsor del desarrollo económico.

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que estudia el emprendimiento en distintos países, destaca el hecho de que, la actividad emprendedora en etapas tempranas está asociada con un mayor desarrollo económico, pero es necesario aclarar que la actividad emprendedora no siempre conduce al crecimiento económico, especialmente en países con alta proporción de la población que vive en condiciones de pobreza y pobreza extrema (Torres Dávila et al., 2021).

En cuanto al Ecuador, el desempleo es la principal causa del emprendimiento, esto podría dar lugar a la conclusión de que el número de personas desempleadas está disminuyendo, lamentablemente ese no es lo que sucede (Llaguno Ayala et al., 2021). Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) muchas empresas se vieron perjudicadas económicamente y se han visto en la obligación de cerrar debido al impacto social y económico de la pandemia, aumentando consigo la tasa de desempleo. En el período mayo-junio de 2020, la tasa de desempleo de todo el país alcanzó el 13,3% (Oficina Nacional de Estadística, 2020).

De acuerdo con un informe del GEM, la tasa de cierre de empresas en 2019 alcanzó el 9,23% (entre cierres permanentes y temporales) y en 2020 esta tasa prácticamente se triplicó hasta el 24,6%. El mismo informe del GEM resalta los principales motivos de cierre en 2019: el 32,7% cerró por problemas domésticos, el 25,2 % cerró por falta de rentabilidad y el 16,6 % cerró por falta de financiación. En 2020, la principal causa de cierre de negocios fue la pandemia. La verdad es que la tasa de crecimiento de las empresas informales es muy superior a la de 2019, con un 48,6% del empleo en el sector informal a septiembre de 2020. En resumen, 5 de cada 10 empleados de tiempo completo o medio tiempo trabajan en “empresas que no están constituidas en sociedad” (Lasio et al., 2020).

## **Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.**

---

Cabe señalar que, la función de un empresario es utilizar las capacidades creativas o tecnológicas para crear nuevos productos o servicios, nuevas formas de producción, fuentes de materias primas, nuevas formas de organización que revolucionen los modos de producción establecidos. Los emprendedores son personas que identifican las necesidades del mercado, toman decisiones humanas, financieras y materiales, y asumen riesgos, todo ello con beneficios económicos. Una serie de factores clave que rodean el emprendimiento y la innovación son la creatividad, la asunción de riesgos, la motivación, la toma de decisiones, el futuro, la oportunidad, así como el mercado, productos, competidores, proveedores, clientes, etc. los que están involucrados desde el comienzo del negocio (Vélez & Ortiz, 2016).

Estas empresas deben estar constantemente atentas a los cambios y fluctuaciones del entorno que puedan afectar el funcionamiento de los recursos humanos disponibles; también, deben tener un estilo de gestión innovador y eficaz para adaptarse a los mercados locales y globales. Por lo tanto, es imperativo orientar los recursos humanos hacia la productividad sin perder de vista su importancia para el éxito y desarrollo del emprendimiento sostenible (Chirinos et al., 2018).

Por otro lado, si bien el término “crisis económica” se asocia con aspectos negativos y dificultades económicas y sociales, diversos autores han ido más allá del pensamiento económico clásico (se esperaba que menos personas participaran en la crisis cuando el crecimiento económico se desacelera porque hay menos oportunidades de negocio), el número de personas que se dedican a las actividades empresariales tiende a aumentar cuando se presenta una crisis económica (Morcillo, 2005); es cuando el autoempleo y el emprendimiento se convierten en las verdaderas palancas transformadoras de la reactivación económica y la creación de empleo (Jiménez, 2012).

El emprendimiento es importante porque es un mecanismo que ayuda a dar respuesta a las crisis económicas mediante la reasignación de recursos para garantizar que las nuevas actividades reemplacen a las obsoletas (Parra, 2014). El espíritu de emprendimiento es beneficioso para la creación de nuevos puestos de trabajo, la introducción de nuevos productos y la creación de competencia en el mercado. El establecimiento de nuevas empresas permite el acceso a nuevos puestos de trabajo, e incluso ofrece la oportunidad de ganar salarios superiores al trabajo remunerado (Constant & Zimmermann, 2006).

Por lo tanto y considerando estos argumentos, desde la comunidad científica como desde los organismos económicos nacionales e internacionales, se están incrementando los esfuerzos para promover el desarrollo del emprendimiento, especialmente en situaciones de crisis como la del Covid-19. La introducción de medidas para crear y promover nuevas iniciativas empresariales y el apoyo a los empresarios existentes y autónomos para convertir a este colectivo en una palanca para salir de la crisis y crear empleos. Los empresarios crean cambios estructurales en las economías locales, regionales y nacionales a través de la creatividad y la innovación y otras políticas de mejora de la economía que promueven el desarrollo económico y la flexibilidad en la estructura de producción (Peñaherrera & Cobos, 2012).

Antes de la crisis del Covid-19, la digitalización de las empresas se había vuelto clave para la competencia, permitiendo no solo comunicaciones más fluidas y operaciones internas más eficientes, sino también, el acceso a mercados abiertos y competitivos. Además de crear autonomía y potenciar el aprendizaje colectivo, la digitalización proporciona una mejor comprensión del entorno, adaptándose y aprovechando mejor las oportunidades que presenta, facilitando así la planificación y contribuyendo al desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos.

## Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.

Sin embargo, es precisamente por la distancia física impuesta entre las personas debido a la crisis sanitaria, que se vio limitada la capacidad de las personas de reunirse e interactuar. Por esta razón, los empresarios han encontrado formas creativas de mantener y fortalecer las relaciones interpersonales mientras están separados. Durante este período, las redes sociales (TikTok, Twitter, Instagram), así como las aplicaciones de videoconferencia (Google Meet, Webex, Zoom, Kudo) resultaron cruciales para que muchas organizaciones ofrecieran productos o servicios. Por otro lado, varias empresas tecnológicas importantes, como por ejemplo Cisco, que es la empresa detrás del servicio de conferencias web Webex, Google, Facebook, Apple y Amazon, están donando fondos a los sistemas de salud y educación, extendiendo el acceso gratuito a sus productos y programas (Haeffele et al., 2020).

Precisamente, gracias a estos servicios es posible ofrecer un producto o servicio de una forma diferente, ya que no se puede hacer de manera presencial. Por ejemplo, gimnasios que ofrecen clases virtuales, conciertos virtuales, visitas a museos y otras experiencias, como artistas que alientan a otros a involucrarse con las artes a través de la telemática. La variedad de formas en que las personas satisfacen las necesidades es numerosa y cada persona responde a las necesidades de diferente manera; pero está claro que a través de la digitalización se pueden satisfacer estas necesidades, lo que ha sido demostrado durante el periodo de confinamiento; opciones que también son válidas para los emprendimientos.

Este estudio descriptivo está basado en el análisis de la literatura sobre emprendimiento y crisis económica, persigue comprender el papel de los emprendedores en el contexto de la pandemia y explorar los principales desafíos que enfrentan.

La investigación descriptiva entra en juego cuando existe la necesidad de describir características específicas del fenómeno objeto de estudio (Ortega, 2017). Esta descripción se puede hacer usando un método cualitativo y en un estado superior de la descripción, se puede usar un método cuantitativo. El método cuantitativo tiene como función principal medir, con la mayor precisión posible, un atributo, característica, dimensión o componente (Díaz & Calzadilla, 2016).

Para la ejecución de la investigación se emplearon los métodos: análisis documental, hermenéutico y estadístico, así como en la técnica de encuesta aplicada mediante un cuestionario. La tabulación de los resultados se realizó mediante el programa SPSS y fueron resumidos a través de tablas y gráficos estadísticos.

### *Población y muestra y muestra*

En el 2019 en la ciudad de Machala se contaba con 4.465 empresas, las cuales en este estudio serán consideradas como la población. La muestra corresponde a 353 empresas seleccionadas aleatoriamente.

Para el estudio de campo se aplicó una encuesta sobre la base de los estudios de Martínez y Rubio (2020). En el cuadro 1 se recogen las preguntas del instrumento aplicado y las variables de análisis de la investigación.

## METODOLOGÍA

Cuadro 1. Variables de la investigación.

Variables	Indicadores
<b>Situación actual de su negocio</b>	
¿De qué manera afectó el Covid-19 en el desarrollo de las actividades de su negocio?	1. Continúa realizando sus actividades de forma normal 2. En el desempeño de las actividades, por lo que las realiza por teletrabajo 3. No hay ventas, ha cerrado temporalmente 4. Económicamente, tuvo que cerrar de forma definitiva.

## Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.

### Situación actual de la demanda de su negocio

- ¿De qué manera se vio afectada la demanda de su negocio durante el confinamiento? Indique solo una opción.
1. No tengo demanda (negocio cerrado)
  2. Se ha reducido notablemente
  3. Se ha mantenido constante
  4. Se ha incrementado

### Situación de los trabajadores del negocio.

- ¿Ha tomado alguna medida en cuanto a la situación laboral de los trabajadores? Indique solo una opción.
1. No, siguen trabajando con normalidad
  2. Contratos a medio tiempo
  3. Despidos
  4. Ambas medidas (contratos a medio tiempo y despido)

### Dificultades

- ¿Cuál de las siguientes dificultades serán clave para la reactivación económica de su negocio? Puede escoger más de una opción.
1. No superar el periodo de confinamiento
  2. No poder pagar a los empleados
  3. No poder contratar empleados
  4. No se puedan asumir nuevos riesgos
  5. Falta de financiamiento
  6. Falta de ayuda del gobierno
  7. Falta de formación de profesionales
  8. Desánimo y falta de interés del personal
  9. Falta de interés de los gobiernos por promover negocios

### Digitalización

- Para adaptarse a la nueva realidad que ha dejado la pandemia ¿Qué medios tecnológicos se encuentra empleando en la actualidad?
1. Videoconferencias
  2. Plataformas para compartir archivos
  3. Redes sociales
  4. No hay digitalización en el ejercicio de las actividades

### Financiamiento Público

- ¿Se encuentra recibiendo algún tipo de ayuda pública para reactivar su negocio? Indique una opción.
1. Estoy recibiendo ayuda pública
  2. Hice solicitud para recibir este tipo de ayuda
  3. Me han rechazado la solicitud
  4. No he solicitado

### Oportunidades

- ¿Considera que la situación actual podría representar una oportunidad para su negocio?
1. Sí, para cualquier empresa
  2. Sí, para empresas con recursos suficientes
  3. Sí, para empresas con actividades diversificadas
  4. No para todas

### Tipo de iniciativas

- Considera que para afrontar las dificultades los negocios deberían considerar las nuevas iniciativas o aquellas ya consolidadas
1. Nuevas iniciativas
  2. Iniciativas consolidadas

Fuente: Adaptado d Martínez y Rubio (2020)

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La gráfica 1 muestra la respuesta de las encuestadas a la pregunta: ¿de qué manera afectó el Covid-19 en el desarrollo de las actividades de su negocio?

## Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.

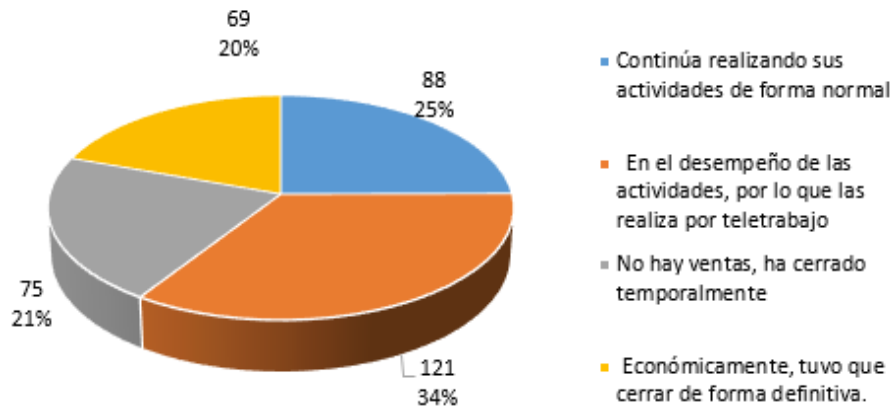


Gráfico 1. Situación actual de su negocio

Estos datos develan que la actividad directa dentro de las empresas cayó fuertemente desde las primeras semanas de la crisis, la quinta parte de estas empresas tuvieron que cerrar definitivamente, solo la cuarta parte continúa realizando sus actividades de forma normal, mientras que otras se beneficiaron del trabajo remoto (34 %) para continuar sus negocios. Como en todo el mundo, las empresas ecuatorianas enfrentan incertidumbre en torno a la crisis sanitaria, con el 84% de las empresas garantizando una caída en las ventas por el Covid-19 y el 83% coincidiendo en que el

cliente es su principal preocupación. (Cappelo, 2021).

El gobierno también advirtió sobre la pérdida de ingresos por más de \$14.500 millones en una de las peores crisis que enfrenta el sector manufacturero nacional. Las estadísticas gubernamentales muestran que más de 22.000 empresas desaparecieron oficialmente en el Ecuador durante la pandemia.

El comportamiento de la situación actual de la demanda de los negocios de la muestra selecciona se recoge en el gráfico 2.

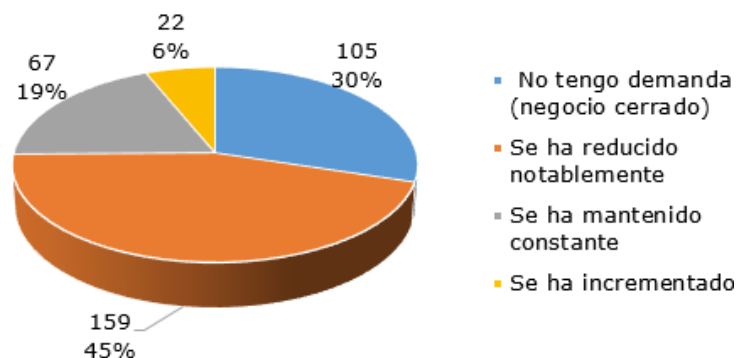


Gráfico 2. Situación actual de la demanda de su negocio

El análisis del impacto de la pandemia en la demanda de productos y servicios en el gráfico 2 muestra que el 45% de las empresas experimentó una caída importante de la demanda, mientras que el 30% se paralizó por el cierre de negocios.

En el 6% restante la demanda aumentó o no hubo ningún impacto en la cantidad de productos o servicios vendidos.

Los días de confinamiento han dejado una costosa factura en la economía del país. Cifras oficiales muestran que el Ecuador ha

## Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.

perdido \$15.863 millones. Parte de este coste lo asume el sector de la producción, es decir, el 70%, al haber paralizado sus actividades. El mayor perdedor fue el comercio, seguido de los servicios y la manufactura. Incluso el sector petrolero quedó paralizado por dos oleoductos que estallaron en abril de 2020. Los sectores agropecuarios, agroindustria, exportador y

farmacéutico también tuvieron resultados negativos, aunque en distinta medida ya que continuaron operando (López et al., 2020).

En el gráfico 3 se sintetiza la información sobre la situación de los trabajadores en los negocios.

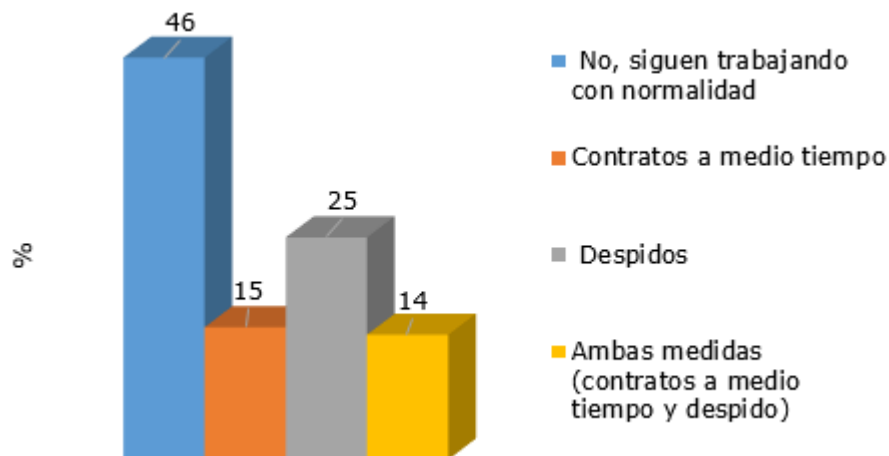


Gráfico 3. Situación de los trabajadores del negocio

Los datos del gráfico 3 muestran que, si bien el 46% de los trabajadores siguen trabajando, se observa que el 25% ha sido despedido y un 15% se encuentra a tiempo parcial, mientras que el 14% restante han sufrido en algún momento ambas medidas.

La pandemia ha dado lugar a una mirada de fenómenos sociales, incluidos los fracasos empresariales y el inevitable aumento del desempleo, factores que inciden negativamente en la situación actual del país. Hasta septiembre de 2020 el paro afectó a 500.000 personas (7% de la población activa), de igual forma 4,5 millones de empleados se encontraban desempleados o laborando a tiempo parcial sin remuneración; solo 2,5 millones de personas estaban plenamente empleadas o protegidas económica y socialmente (32% de la población activa) (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC 2020).

Se estima que más de 173.000 personas perdieron su trabajo, de las cuales sólo 7.120 se quejaron ante el Ministerio del Trabajo por despido intempestivo, y otras

17.000 no recibieron ninguna indemnización por parte del empleador, refugiándose en el numeral 6 del artículo 169 del Código de Trabajo, que se ampara al patrón para el despido por causa o fuerza mayor y la no indemnización conforme al derecho, ocasionando un abuso de poder.

Los derechos de nuestros empleados han sido violados. Los derechos básicos a ser indemnizados por terminación del empleo incluyen derechos laborales, seguridad social, salarios mínimos, capacitación, horas de trabajo máximas acordadas, participación en las ganancias y derechos de asociación. Tal como lo definió la Comisión de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de Naciones Unidas el 24 de noviembre de 2005, el derecho al trabajo es complementario de los derechos humanos, pues contribuye a construir la dignidad humana

Los criterios de los encuestados sobre las dificultades que actualmente confrontan los negocios para la reactivación económica



## Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.

se recogen de manera cuantificada en la siguiente tabla.

Tabla 1. Dificultades del negocio para la reactivación económica

Dificultades	N	%
No superar el periodo de confinamiento	241	68.3
No poder pagar a los empleados	103	29.2
No poder contratar empleados	50	14.2
No se puedan asumir nuevos riesgos	202	57.2
Falta de financiamiento	82	23.2
Falta de ayuda del gobierno	188	53.3
Falta de formación de profesionales	78	22.1
Desánimo y falta de interés del personal	124	35.1
Falta de interés de los gobiernos por promover negocios	113	32.0

Fuente: Encuesta  
Elaboración: autores

La preocupación por no poder superar una cuarentena tan prolongada fue la principal preocupación de los emprendedores (68,3%), seguida del miedo a correr riesgos (57,2%), debido a las dificultades que genera la emergencia de salud pública provocada y el hecho de que las empresas puedan recuperarse. De igual forma, los emprendedores temen no recibir ayudas del gobierno (53,3%). A esto le siguieron las preocupaciones sobre el desánimo personal (35,1%) y la falta de interés de los gobiernos en promover negocios (32,0%).

Además de los miles de muertes e infectados por coronavirus, el Ecuador ha

sufrido un desempleo masivo y una tasa de pobreza en aumento preocupante. Los últimos datos muestran que el producto interior bruto (PIB) del país cayó un 8,8 % interanual en el tercer trimestre de 2020. La recuperación económica nacional e internacional fue de la mano de las inyecciones, prioridad de todos los gobiernos.

Ante la difícil situación este período de pandemia, las empresas han acudido al empleo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC); el gráfico 4 recoge los principales recursos utilizados.



Gráfico 4 Recursos digitales  
Fuente: Encuesta

## Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.

Los datos recogidos en el gráfico 4 muestran que el 51,3% de las empresas utilizan la videoconferencia como solución tecnológica. Asimismo, otra aplicación muy útil adoptada por el 38% de las empresas son las plataformas para compartir archivos y un 18,1% emplea las redes sociales; sin embargo, es significativo que el 27,2% de las empresas no utiliza ningún tipo de recurso digital para sus actividades, lo que devela que aún queda mucho por hacer en este sentido.

Para sobrevivir al impacto actual de la pandemia de Covid-19 muchas empresas han tenido que hacer uso de las herramientas digitales para implantar el teletrabajo, a través de ellas se puede

comprar y vender en línea, así como gestionar de forma remota los procesos de producción. Sin embargo, este es un gran desafío, especialmente para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), que constituyen la mayoría de los titulares (Henriquez, 2020).

Para muchas empresas, la pandemia de Covid-19 ha confirmado su desarrollo digital, para otras, esta es una clara señal de que debieron implementarlo antes.

En términos de apoyo recibido, la tabla 2 presenta la situación del financiamiento público para hacer frente al impacto económico de la crisis.

Tabla 2. Financiamiento Público

Situación de la ayuda financiera	N	%
Estoy recibiendo ayuda pública	60	17.0
Hice solicitud para recibir este tipo de ayuda	124	35.1
Me han rechazado la solicitud	22	6.2
No he solicitado	145	41.1

Fuente: Encuesta

En particular, el 17,0% de las empresas que respondieron a la encuesta dijeron que estaban recibiendo ayuda pública a causa del Covid-19, mientras que solo el 6,2% vio denegada su solicitud, el 35,1% estaba esperando una respuesta y el 41,1 % aún no ha hecho ninguna solicitud.

Para la prestación de ayuda financiera a las empresas el gobierno ecuatoriano propone el establecimiento de una cuenta nacional de ayuda humanitaria financiada por donaciones privadas. Las empresas con utilidades superiores a \$1 millón deben distribuir el 5% de sus utilidades en tres tramos. En el 2019, 781 empresas ecuatorianas ganaron más de \$1 millón, según la Autoridad de Gobierno Corporativo.

La generación del proyecto "Reinventando Ecuador" en alianza con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para seleccionar ideas innovadoras que

generaren nuevos negocios y empresas que contribuyan a superar la crisis económica y laboral provocada por la Covid-19 analizará las propuestas realizadas a través de la plataforma en línea que, en última instancia, podrían generar \$ 5 mil millones para el país, o el 5% del PIB.

Por otro lado, se considerarán cambios a las normas y leyes existentes que aumenten la seguridad jurídica y las perspectivas de inversión que potencien el uso eficiente de la agricultura urbana, la acuicultura sostenible, la telemedicina, los sistemas de transporte público ecológicos, la cirugía y la infraestructura asequibles. De invertirse en estas áreas se generaría beneficios de hasta \$ 2.3 billones.

Respecto a las oportunidades que podría representar la actual situación para los negocios las opiniones de los encuestados se resumen el gráfico 5.

## Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.

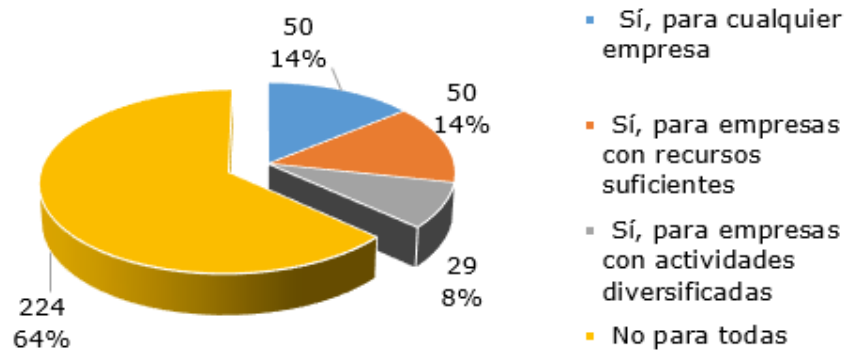


Gráfico 5. Oportunidades  
Fuente: Encuesta

Los datos del gráfico 5 revelan que los encuestados en su gran mayoría (64%) opinan que las oportunidades en la actual coyuntura sanitaria no son para todas las empresas. Los emprendedores se enfrentan a la gestión simultánea de tareas complejas, dificultades financieras y

operativas debido a las perturbaciones de la oferta y la demanda, y la incertidumbre en el futuro a largo plazo.

Por último, el gráfico 6 muestra las opiniones de los emprendedores sobre las iniciativas para enfrentar las dificultades los negocios.

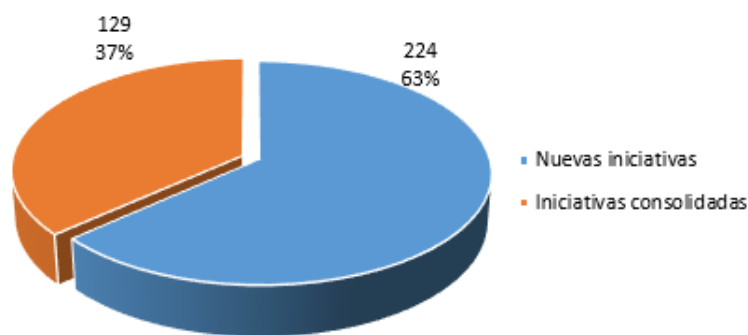


Gráfico 6. Tipo de iniciativas  
Fuente: Encuesta

Para sobrevivir a la crisis, las estrategias comerciales determinadas por las empresas como respuesta a esta crisis son fundamentales para lograr la rentabilidad del proyecto. Aprovechar otras oportunidades de venta, maximizando la tecnología, la fidelización a los clientes y el brindar servicios adicionales, como la entrega a domicilio, por nombrar algunos, generan un distintivo importante en el ámbito actual. De igual forma, es importante que las empresas cuenten con el personal temporal necesario para cubrir las necesidades actuales.

Según García et al. (2021), al hablar de los factores que impulsan el desarrollo de

modelos de negocio para adaptarse a la crisis del Covid-19, hay que mencionar en primer lugar que, las empresas han ampliado sus carteras de productos y servicios para adaptarse a las características de la nueva realidad, plagada de limitaciones como la proximidad fundamental. En segundo lugar, la tecnología ha pasado de ser una posibilidad futura a una realidad que necesita soportar procesos de producción más eficientes, el crecimiento del comercio en línea, remoto y la digitalización de todos los procesos. Finalmente, se ha establecido una apuesta por un enfoque colaborativo en determinados ámbitos y en línea con los principios de la responsabilidad social, que

## **Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.**

---

permita unir a todo el ecosistema empresarial y darse cuenta de la necesidad de la ayuda mutua en tiempos de crisis.

### **CONCLUSIONES**

La consulta a la literatura especializada y los resultados de la encuesta aplicada permiten concluir que:

- En el Ecuador la pandemia del Covid-19 ha generado un enorme costo social y económico, no solo por la pérdida de vidas sino también por el aumento de la pobreza, la disminución de puestos de trabajo y la eliminación de empresas. A partir del 2015, la situación interna del país se ha agudizado, manifestado por una recesión prolongada de la economía, una rápida destrucción de empleo y producción formal, y una caída sustancial en el nivel general de precios internos. En el ámbito internacional se manifiesta el deterioro de la economía global, dificultando el comercio por los diferentes conflictos entre las superpotencias y ocasiona la caída de la cuenta externa del país por el descenso del comercio de inversión extranjera en los países en desarrollo.
- La pandemia ha deteriorado la situación puesto que ejerce una enorme presión tanto sobre la oferta como sobre la demanda agregada, lo que a su vez se manifiesta en menos horas de trabajo y menos consumo. El aislamiento inicial y el desapego social representan una prevención de la salud con consecuencias económicas.
- Es fundamental que las empresas tengan en cuenta que la pandemia ha generado cambios considerables en el comportamiento de los consumidores, la integración de canales y plataformas en línea ha sido un importante cambio como

medio principal de compra. Por ello, es decisivo que las empresas abran y habiliten nuevos canales de venta, tanto a través de redes sociales, sitios web y WhatsApp. Para los desafíos corporativos, esto ya no es una opción, sino un diferenciador que permite a las empresas vender más.

- Hoy más que nunca es un gran reto para las empresas poner especial atención a las estrategias que les permitan fidelizar a los clientes para aumentar el ritmo de compra. Las redes sociales se han vuelto de gran ayuda en este punto, ya que, no solo crea contenidos de valor, sino que también mantienen una comunicación activa con los usuarios, empleando mensajes sencillos, realistas y empáticos para alejarse del tono puramente publicitario. La interacción continua con la comunidad genera confianza y crea un vínculo que mantiene a los clientes interesados en lo que hace la empresa y es más probable que atraiga nuevos clientes.
- La crisis que generó la pandemia fuerza a las empresas a adaptar su mensaje a la realidad post Covid-19, donde el marketing digital desempeña un papel fundamental. Es indispensable la implementación de estrategias que ayuden a diferenciar un negocio de los competidores y no caer en el error de crear contenido duplicado y desactualizado, como parte de las estrategias implementadas por los emprendedores de la ciudad de Machala para menguar el impacto económico de la pandemia del Covid-19.

### **LIMITACIONES Y ESTUDIOS FUTUROS**

Una de las principales limitaciones del estudio está dada por el tamaño de la muestra; aspecto que será tenido en consideración para un próximo estudio

## Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.

sobre este tema. Además, se pretende ampliar el número de variables.

### RECONOCIMIENTO

Las autoras agradecen las críticas y sugerencias de los colegas que previamente leyeron el documento.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, S., & Barney, J. (2014). Entrepreneurial Opportunities and Poverty Alleviation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 1-26. doi:10.1111/etap.12078
- Cappelo, R. (2021). *Situación Empresarial Ecuador Frente al COVID - 19*. Quito: Deloitte.
- Cassis, Y., & Minoglou, I. (2005). *Entrepreneurship in Theory and History*. New York: Palgrave macmillan.
- Chirinos, Y., Meriño, V., & Martínez, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista EAN*, 1(84), 43-61. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/206/20657075003/20657075003.pdf>
- Constant, A., & Zimmermann, K. (2006). The Making of Entrepreneurs in Germany: Are Native Men and Immigrants Alike? *Small Business Economics*, 1(26), 279-300. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-005-3004-6>
- Díaz, V., & Calzadilla, A. (2016). Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las Ciencias de la Salud. *Revista Ciencias de la Salud*, 14(1), 115-121. <https://www.redalyc.org/pdf/562/56243931011.pdf>
- Espinoza Freire, E. E., Granda-Ayabaca, D. M., & Villacres Arias, G. E. (2021). Educación a distancia en tiempos de COVID-19 en la carrera de Enseñanza Básica de la Universidad Técnica de Machala. *Transformación*, 17(2), 224-245.
- García, M., Grilló, A., & Morte, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 55-70. doi:10.17163/ret.n21.2021.04
- Haeffele, S., Hobson, A., & Storr, V. (2020). Coming Back from COVID-19: Lessons in Entrepreneurship from Disaster Recovery Research. *SSRN Electronic Journal*, 1-7. <https://www.mercatus.org/system/files/haeffele-coming-back-covid-19-mercatus-v1.pdf>
- Henriquez, P. (2020). *COVID-19: ¿Una oportunidad para la transformación digital de las pymes?* Obtenido de Punto sobre la i: <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/covid-19-oportunidad-transformacion-digital-pymes/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. INEC. (2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo Telefónica*. Quito: INEC.
- Jiménez, A. (2012). Empezar en tipos de crisis: emprendimiento innovador como base de generación de valor. *Paper presented at VIII Congreso Virtual Emprendimiento, PYMES y Gestión del Conocimiento*. Bogotá.
- Kantis, H., & Angelelli, P. (2020). *Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al Covid-19. Impactos necesidades y recomendaciones*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Landstrom, H. (1998). The Roots of Entrepreneurship Research. *RENT X11 Conference*, (págs. 26-27). Lyon, Francia.

## Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19.

- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor. Ecuador 2019 - 2020*. Ecuador: ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL.
- López, D., Solórzano, S., Burgos, S., & Mejía, M. (2020). La economía de las empresas del Ecuador en el contexto de la pandemia. *Polo del Conocimiento*, 5(1), 285-304. doi:10.23857/pc.v5i1.1898
- Llaguno Ayala, O. R., Recalde Bravo, B. D., & Campuzano Vásquez, J. A. (2021). Análisis de inflación y base monetaria del Ecuador en el periodo 2015-2020. *Sociedad & Tecnología*, 4(S2), 306-319.
- Martínez, C., & Rubio, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53-66.
- Morcillo, P. (2005). Creatividad que estás en los Cielos... *Revista madri+d*, 1(30), 1-10. <http://www.madrimasd.org/revista/revista30/tribuna/tribuna1.asp>
- Ortega, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145-146. <https://www.redalyc.org/pdf/3613/361353711008.pdf>
- Parra, M. (2014). Emprender en tiempos de crisis. *Observatorio Económico*, 2-3.
- Peñaherrera, M., & Cobos, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *Red Iberoamericana de Investigación sobre Cambio y Eficacia Escolar (RINACE)*, 10(2), 238-247. [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/661425/REICE\\_10\\_2\\_15.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/661425/REICE_10_2_15.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rad Camayd, Y., & Espinoza Freire, E. E. (2021). Covid-19 um desafio para a educação básica. *Conrado*, 17(78), 145-152.
- Sánchez, Á. (2020). *Cuando el confinamiento golpeó la economía*. El País: <https://elpais.com/economia/2020-12-30/cuando-el-confinamiento-golpeo-la-economia.html>
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(7), 1-16. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Torres Dávila, G. C., Cortez Arboleda, A. C., Serrano Sarango, L. M., & Narváez Encalada, M. V. (2021). Perfil emprendedor de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Ismael Pérez Pazmiño. *Sociedad & Tecnología*, 4(3), 312-325. <https://doi.org/10.51247/st.v4i3.139>
- Vélez, X., & Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 346-369. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802889>
- Wiklund, J., Davidsson, P., & Audretsch, D. (2011). The Future of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 1-9. <https://eprints.qut.edu.au/41412/1/41412.pdf>

## **CONTRIBUCION DE LOS COAUTORES**

Todas las autoras participaron en la elaboración de este trabajo, aunque cada una con diferentes responsabilidades. Loida Noemi Calero Contreras contribuyó con la determinación del problema y objetivo de la investigación, el análisis y resumen de la información en el levantamiento de los datos y en la redacción; Cristina Madelaine Fajardo Armijos estuvo a cargo de recopilación y selección de los materiales bibliográficos y colaboró en la redacción. Por su parte, Flor Yelena Vega Jaramillo fue la encargada de la confección de las tablas y gráficos, y participó en la redacción y la revisión del artículo.

### **Biografía de los autores**

#### **Flor Yelena Vega Jaramillo**

Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Magíster en Tributación y Finanzas de la Universidad de Guayaquil. Actualmente, cursando estudios en el Programa de Doctorado en Ciencias Económicas de la Universidad del Zulia (Venezuela).

#### **Loida Noemi Calero Contreras**

Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Participación como asistente en varios congresos y seminarios nacionales. Consultora independiente.

#### **Cristina Madelaine Fajardo Armijos.**

Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Participación como asistente en varios congresos y seminarios nacionales. Consultora independiente.