

Desafíos de los emprendimientos en tiempos de pandemia en la ciudad de Cuenca-Ecuador

Santiago Fernández Vivar

srfernandez2@sudamericano.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2256-087X>

Estudiante de ITS

Mgs. Marco Moscoso Merchán

mmoscoso@sudamericano.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-9115-5742>

Coordinador de Carrera de ITS

Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano
Cuenca – Ecuador

RESUMEN

Para enfrentar la crisis actual, provocada por el COVID-19, es necesario entender a cabalidad la importancia del emprendimiento, del rol fundamental que cumple el emprendedor en la sociedad para ayudar a reactivar la economía tanto local como nacional. Este trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar los desafíos que enfrentan los emprendedores dedicados a la elaboración y restauración de muebles para el hogar de la ciudad de Cuenca-Ecuador en tiempos de pandemia. Los resultados que se obtuvieron a través de instrumentos validados mediante el Alfa de Cronbach y aplicados a los diferentes artesanos, permitieron analizar los mismos con una metodología de investigación de campo descriptiva de mercados, con enfoque cualicuantitativo. De acuerdo con el lapso de tiempo en que fue evaluada (agosto 2020 a diciembre 2021) se trata de una investigación transversal. Como resultados se obtiene una serie de desafíos enfrentados por los emprendedores en tiempos de pandemia, los cuales ha llevado a adaptarse a varios cambios tanto tecnológicos, económicos (falta de financiamiento), aumento de precios y competencia, la disminución de su recurso humano a causa de la migración, entre otros, los mismos que determinaron el éxito o fracaso o de sus emprendimientos.

Palabras claves: empresa; negocios; pandemia; Ecuador; covid-19

Entrepreneurships in times of pandemic in the city of Cuenca Ecuador

ABSTRACT

To face the current crisis, caused by COVID-19, it is necessary to fully understand the importance of entrepreneurship, the fundamental role that the entrepreneur plays in society to help reactivate the local and national economy. This research work aimed to analyze the challenges faced by entrepreneurs dedicated to the production and restoration of home furniture in the city of Cuenca-Ecuador in times of pandemic. The results that were obtained through instruments validated by Cronbach's Alpha and applied to the different artisans, allowed to analyze them with a descriptive field research methodology of markets, with a qualitative-quantitative approach. According to the time period in which it was evaluated (August 2020 to December 2021), it is a cross-sectional investigation. As a result, a series of challenges faced by entrepreneurs in times of pandemic are obtained, which has led them to adapt to various technological and economic changes (lack of financing), price increases and competition, the decrease in their human resources due to migration, among others, the same ones that determined the success or failure of their undertakings.

Keywords: company; business; pandemic; Ecuador; covid-19

Artículo recibido: 05 febrero 2022

Aceptado para publicación: 28 febrero 2022

Correspondencia: srfernandez2@sudamericano.edu.ec

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

INTRODUCCIÓN

El año 2020, fue un año de muchos cambios a nivel mundial, una pandemia inesperada producida por el COVID-19 llevó a que los países a nivel mundial tomaran acciones y medidas para precautelar la salud de los ciudadanos y de esta manera llevarlos a un año de confinamiento y encierro total en sus hogares; los mismos que en poco tiempo pasaron a convertirse en sus lugares de trabajo, en las aulas de clases de sus hijos y el lugar de esparcimiento de las familias los fines de semana.

Sin lugar a duda, la preocupación a manera global estuvo centrada en la salud personal, en la manera de evitar propagar el virus a nivel familiar y por ende a nivel mundial. Pero dado a que la situación económica se veía afectada con el paso de los días, el contexto llevó a descubrir a grandes empresarios, hombres y mujeres que estaban dispuestos a no dejarse vencer por la adversidad y salir delante de cualquier manera. En el Ecuador existe diferencias en las motivaciones para emprender un negocio por grupos de edad. El 28% de emprendimientos se generan por necesidad entre los emprendedores de 12 a 24 años, dicha proporción aumenta a 31% entre las edades de 25 a 34 años, y bordea el 38% en los emprendimientos de personas entre 35 y 64 años, (Lazo, Amaya, Zambrano, & Ordeña, 2020).

Durante este tiempo de pandemia se ha visto a microempresarios desarrollarse y fortalecerse en sus respectivos negocios, los mismos que han ido desde la venta de mascarillas, alcohol, guantes, jeringas, venta de comida, y el servicio de delivery que estuvo dormido por muchos años. Por otra parte, el comercio electrónico fue el gran ganador, ya que no consideró edad, sexo, ni distancias; estas diferencias se vieron minimizadas gracias a la tecnología y a las necesidades que se generaron por el cierre de los locales comerciales físicos.

Los autores de este artículo después de una investigación descriptiva y de acuerdo con el tiempo en que fue evaluado, pudieron determinar que uno de los negocios con mayor auge durante la pandemia fue la compra y restauración de muebles del hogar. Entre otras razones, este fenómeno está dado por la necesidad de convertir el hogar en un espacio confortable para el trabajo y para el estudio en vista del confinamiento. Como

consecuencia, se evidencia el incremento de locales comerciales dedicados a restauración y fabricación de todo tipo de muebles como alternativa frente a la situación económica. Ante la propagación mundial del COVID-19, la economía de los ecuatorianos se vio duramente afectada. En Ecuador alrededor de un millón de personas se encontraba en el desempleo a junio del 2020, como lo demuestra un estudio realizado por el INEC en la que presenta los siguientes resultados, la tasa de desempleo en Ecuador se disparó al 13,3% en junio 2020, la cifra más alta registrada desde 2007.

En términos interanuales, Ecuador según los números del INEC el desempleo pasó de 3,8% en diciembre del 2019 a un 13,3% entre mayo y junio 2020 es decir un incremento de los 9,5 puntos porcentuales que representa 1'009.583 las personas desempleadas en el año 2020. Es decir, 698.449 personas perdieron su empleo comparado con diciembre del año anterior según datos publicados hoy, 8 de agosto del 2020, por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, Encuesta nacional de empleo y desempleo, 2020), impidiendo renovar sus muebles, esta situación definitivamente generó que la restauración de los mismos se ponga en auge, con lo cual se hace un adecuado uso de sus recursos económicos, reciclando y dando una nueva oportunidad a sus muebles a costos asequibles.

El objetivo de la investigación consistió en identificar los diferentes desafíos enfrentados por los emprendedores que surgieron en la pandemia y se dedicaron a la fabricación y restauración de muebles en la ciudad de Cuenca- Ecuador.

La importancia de la investigación radica en el aporte que desde la carrera de Marketing del Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano se genera para la reactivación del aparato productivo del Ecuador, a través de la sistematización de información sobre los emprendimientos como uno de los pilares fundamentales de la economía nacional. De igual manera, la identificación de las principales dificultades enfrentadas por los emprendedores permitirá generar estrategias para el apoyo a los emprendedores, principalmente, estrategias enfocadas en la capacitación, en la búsqueda de financiamientos, estudios de mercado, entre otras. Por ser un tema poco abordado en la actualidad, la presente investigación se convierte en un referente teórico para futuras investigaciones.

Es por ello, que la presente investigación está dirigido a aquellos emprendimientos que surgieron y se mantienen hasta hoy, hogares que, debido al impacto económico y social,

producto de la pandemia, se vieron afectados económicamente, viendo en la restauración de sus muebles una alternativa sin generar un impacto negativo en su economía, siendo esta una opción sustentable y sostenible en el tiempo.

A continuación, se exponen los elementos teóricos conceptuales que fundamentan el desarrollo de la investigación.

Según Peter F. Drucker, padre del emprendimiento empresarial, emprender está directamente relacionado con el aprovechamiento al máximo de las oportunidades, basado en la efectividad de trabajo (Drucker, 1985). En este sentido, se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades.

Desde su etimología, la palabra emprendimiento es de origen francés *entrepreneur* que significa 'pionero', acción y efecto de emprender (acometer una obra) (RAE, 2022). Por lo tanto, se puede asumir que el emprendedor simplemente es aquella persona que empieza una nueva actividad, ya sea económica, social, política, etc. Para efectos de esta investigación se aborda el emprendedor desde la perspectiva del negocio como empresario. De ahí que, el emprendedor es una persona que identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha (Hidalgo Proaño, 2014).

En el contexto de la economía global y específicamente del Ecuador, una vez que el país ha iniciado esta nueva normalidad en la cual se han levantado ciertas medidas de restricción, es necesario considerar la idea de que la economía no es igual. Esto si se considera que la misma ha sido gravemente golpeada y los diferentes sectores productivos se reactivan poco a poco. Ahora el consumidor destina sus fondos a la adquisición de productos que satisfagan sus necesidades básicas, para ello opta por diferentes alternativas de emprendimientos locales que le brinden seguridad, garantía y economía, y sigue realizando sus compras a través de medios virtuales en los cuales puede comparar precio y decidirse por la mejor opción. (Sánchez, 2018)

En la actualidad, para hablar de emprendimientos en tiempos de pandemia se hace necesario revisar datos estadísticos de empleo, desempleo, características y motivaciones que llevaron a los ecuatorianos a emprender. Factores determinantes como una pandemia a nivel mundial, llevaron a una crisis económica en la cual los ecuatorianos, al verse en

la necesidad de salir adelante se ingeniaron la manera de luchar para poder cubrir con las necesidades básicas (Ortega Vivanco, 2020).

De acuerdo con datos del Ministerio de Trabajo del Ecuador, entre marzo del 2020 y marzo del 2021 se contabilizan 719.520 actas de finiquito. La evolución de los contratos laborales muestra la caída de empleo desde marzo del 2020, cuando se decretó la emergencia sanitaria, y desde entonces no ha podido recuperarse. (Trabajo, 2020)

Título del Gráfico:

Caída de los contratos de trabajo en Ecuador



Fuente: Gráfico Ministerio de Trabajo

Según, Borja (2020), entre las principales motivaciones por las cuales los ecuatorianos deciden emprender destacan: el 82.7%. debido a la escasez de empleo termina siendo el principal motivo por el que las personas han decidido emprender, esta categoría se relaciona directamente con la tasa de desempleo. Además, 52.7% emprendedores están motivados por marcar la diferencia en el mundo. Esta categoría hace referencia a los emprendedores que introducen una idea "innovadora" al mercado. El 36.5% de los emprendedores son motivados por la acumulación de riqueza para iniciar un negocio. Un dato interesante aportado por el estudio del GEM, es que Ecuador es el país con la cifra más baja de emprendimientos motivados por acumulación de riqueza (entre Brasil, Chile y Colombia).

Se incluye entre las motivaciones del 35.7% de los emprendedores el deseo de mantener la tradición familiar al permanecer en el negocio de la familia, ya sea por interés propio o incentivo por parte de los mismos familiares (Borja, 2021).

A partir de los estudios referidos, se observa que la falta de empleo es la razón principal por la que los ecuatorianos decidan emprender, y cubrir de manera momentánea sus necesidades.

Por otra parte, dentro del factor político, se ha determinado que es muy poco el apoyo por parte del gobierno para los emprendimientos, razón por la cual la mayoría de estos a nivel nacional no se encuentran legalizados. En palabras de Zamora, (2018) aunque se ha avanzado en la consolidación de un marco legal e institucional para el fomento del emprendimiento en el país, la sistematicidad y el seguimiento a los programas de financiamiento y asesoría por parte del Estado no ha sido lo suficientemente efectiva. Esto constituye sin duda un elemento que repercute en la situación post pandemia de manera significativa.

Según información obtenida por Zurita (2019), Director Ejecutivo de la Alianza para el emprendimiento e innovación del Ecuador, sostiene que en Ecuador no existe un apoyo gubernamental ni procesos claros para que los emprendimientos sigan el camino y no fracasen a corto plazo-(Zurita, 2019). Entre las principales restricciones y obstáculos que se mantienen el tiempo para el sostenimiento del emprendimiento en Ecuador se debe mencionar la falta de entidades de financiamiento tanto nacional como internacional (Zamora, 2018).

Un paso importante fue la publicación del Registro Oficial Suplemento Nro. 151 la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, disposición legal que marca un buen momento al panorama de emprendimiento en el país. A continuación, se señalan los principales ejes que introdujo esta Ley:

1. Implementación de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), una nueva figura legal para negocios, que simplifica el proceso de empezar un negocio formal y que ya fue analizada con anterioridad en otro artículo.
2. Creación del Registro Nacional de Emprendedores (RNE) que permitirá focalizar políticas dirigidas a promover el crecimiento de los nuevos emprendimientos.
3. Creación de fuentes alternativas de financiamiento, que incluyen, capital semilla, capital de riesgo, e inversión ángel.
4. Promoción de fondos de colaboración o “crowdfunding” para emprendimientos potenciales.
5. Contratos laborales más flexibles.

6. Reestructuración de las empresas, que permite a los emprendedores crear acuerdos con sus acreedores respecto a sus deudas (Corte Constitucional del Ecuador, 2020).

No obstante, según el último estudio del GEM emprender en Ecuador se ha convertido en todo un desafío (Ecuador Chequea, 2021). El arriendo de locales comerciales con precios elevados, la excesiva tramitología que el emprendedor debe realizar para que su negocio sea legal que va desde el registro de su nombre comercial, la constitución y estatutos de su empresa con un abogado, hacerlo público mediante un medio local, sacar los respectivos permisos de funcionamiento, obtener el RUC o RISE, entre otros, se convierten en toda una batalla para quien decide iniciarse en el mundo de los negocios. Además, se debe tener en consideración que en la mayoría de casos los emprendedores utilizan sus ahorros para iniciar el negocio; los costos elevados que se deben pagar para la apertura del local complican aún más la situación (Superintendencia de Compañías, 2022)

A esto, se le agrega que en la actualidad para el año 2022 se ha implementado por parte del SRI la recaudación de impuestos a través del RIMPE (Régimen Simplificado Para Emprendedores). El RIMPE o Régimen Simplificado Para Emprendedores y Negocios Populares es un régimen impositivo que, a partir del 1 de enero de 2022, reemplazará al RISE y RIM. Este nuevo régimen está dirigido a Emprendedores, personas naturales y jurídicas con ingresos brutos anuales de hasta USD 300 000 (al 31 de diciembre del año anterior) (SRI, 2021).

Al analizar la temática en el contexto actual, es preeminente resaltar que el mundo hoy en día gira alrededor de la tecnología. Nos encontramos en la era de la digitalización, en donde conseguir información a través del internet es cada día más fácil, razón por la cual los emprendedores deben adaptarse y aprovechar estos cambios. Páginas Web, Tiendas virtuales, redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok juegan un papel muy importante para la promoción y venta de productos, y es el impulso que los emprendedores necesitan. Así como lo afirma (Villaverde, 2021) al considerar que “Si eres emprendedor, es imprescindible que utilices las redes sociales, con la finalidad de estar en contacto con tus clientes así como para atraer a aquellos clientes potenciales”.

En la actualidad, existen negocios, empresas, y personas emprendedoras que tienen la opción de realizar un moderno tipo de venta denominado venta online, este proceso se

realiza cuando una empresa, organización o persona utiliza un sitio web para poner sus productos o servicios a la venta, la venta que se realiza a través de Internet tiene una serie de ventajas claras que no tienen los comercios tradicionales, como estar abiertos las 24 horas del día, los 7 días de la semana, además que no tiene barreras geográficas (Moscoso, Piña, & Saquicela, 2020),

El componente tecnologías constituye otro desafío de los emprendedores para acceder a mejorar las ventas y optimizar recursos como el económico y el tiempo para realizar los pedidos.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se implementó la metodología de investigación de mercados cuantitativa y cualitativa, dentro de la investigación cuantitativa se utilizó la encuesta, con el fin de determinar estadísticas referentes a las preferencias del consumidor por los muebles nuevos o restaurados, entre otros. De acuerdo con (Jimenez, 2020) actualmente, el abordaje metodológico se desarrolla bajo el esquema de los modelos cualitativos y cuantitativos, principalmente por el uso de técnicas mixtas para la recolección de la información y el tratamiento que se hace a los datos recogidos. Las técnicas empleadas para el levantamiento de la información en el campo de estudio fueron la entrevista y la encuesta a los emprendedores, mediante las cuales se determinaron los aspectos relevantes sobre los procesos de producción y comercialización, sus niveles de ventas y limitantes surgidas debido a la pandemia, etc. De igual manera, se acudió a fuentes primarias y secundarias para la fundamentación teórica de la investigación.

Con el fin de recopilar la mayor cantidad de información, se elaboró un cuestionario compuesto por 30 ítems, validados mediante el coeficiente de Alfa de Cron Bach, obteniendo un índice de fiabilidad de 0.82, el cual indica que el instrumento es Bueno. Para la tabulación de la información se utilizó el programa estadístico SPSS versión 26. La encuesta realizada a los emprendedores dedicados a la restauración y fabricación de muebles en la ciudad de Cuenca- Ecuador, permitió identificar las razones principales por las cuales se cerraron o a su vez los retos y dificultades que enfrentan para la sostenibilidad de sus negocios hasta la actualidad.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con el objetivo de identificar los desafíos que enfrentan los emprendedores de la ciudad de Cuenca-Ecuador en tiempos pos pandemia, se aplicó una encuesta a 135

emprendedores dedicados a la restauración y fabricación de muebles ubicados en los sectores del Parque Industrial y la Parroquia Checa, lugares en donde se encuentra concentrado el mayor número de microempresarios que se dedican a este sector de la economía local. Los resultados obtenidos fueron procesados en el programa SPSS para su posterior interpretación. A continuación, se describen los principales hallazgos, expresados en porcentajes.

En cuanto a las motivaciones del emprendimiento, el 33% sostiene que surgieron a raíz de la pandemia. Mientras el 67% indicó que son negocios ya existentes. Se encontró que un 29.63% de locales que tienen menos de 1 año de funcionamiento, 25.93% de locales tienen entre 1-3 años, el 44.44% locales tienen más de 3 años de funcionamiento. En este sentido, se evidencia que, aunque la mayoría de los negocios se inició antes de la pandemia, existen locales que han logrado mantenerse a través del tiempo.

En cuanto al tipo de muebles que fabricaron durante la pandemia, nos supieron manifestar que el 44% son muebles de sala, el 22% fabrica escritorios, el 18% produce muebles de comedor y el 16% elabora muebles de dormitorio. Este dato indica que la mayoría de los muebles realizados en época de pandemia son muebles de sala y escritorio para uso en actividades laboral y de colegio por parte de los clientes.

En relación con la preferencia de los consumidores en cuanto a la compra de muebles, se determinó que el 70% prefiere muebles nuevos, y el 30% muebles restaurados. Este dato es importante en vista que se requiere una mayor inversión para la adquisición de materiales de fabricación.

Al consultar sobre la forma de pago con la que prefieren trabajar los emprendedores, el 50% indicó que con anticipo para la compra de materiales en vista que no se dispone de un capital fijo de inversión; mientras el 26% contra entrega, un 11% con tarjeta de crédito o débito, un 3% en efectivo al final de la obra. Aunque se evidencia diversidad de alternativas, la mayoría prefiere el 50% adelantado.

Además de la encuesta, con el objetivo de identificar aspectos relacionados con el nivel de educación, producción, variación de precio, origen de materias primas y estrategias de comercialización por parte de los emprendedores, se realizó una entrevista a 15 maestros carpinteros de la ciudad de Cuenca de los sectores del Parque Industrial y la Parroquia Checa, los resultados fueron los siguientes:

La edad promedio de los emprendedores oscila entre los 33 años, además un 47% indica que el estado civil es casado, también se encontró que un 40% indica que su nivel de educación es primario, y la profesión que predomina con un 53.33% es carpintero.

En cuanto a los modelos de muebles que más fabrican son los muebles de sala en un 60%, el 46,67% prefiere materiales importados por la calidad y relación costo. Entre los mayores inconvenientes a la hora de restaurar o fabricar el 53,33% manifestó que el precio de los materiales subió con respecto al año anterior y la calidad de los mismos disminuyó. Ese mismo porcentaje indica que la preferencia de los clientes por adquirir muebles nuevos se mantiene y debido a la pandemia el trabajo para ese grupo de emprendedores aumentó, no obstante, para la compra de materiales y pago de empleados han recurrido a prestamos familiares y uso de ahorros personales ya que se han visto limitados en las instituciones bancarias por las múltiples trabas y garantías que estas piden para prestar el dinero. Otras de las razones por las que no optan a fuentes de financiamiento se encuentra en primer lugar la falta de conocimiento sobre instancias a donde puede acudir, en segundo lugar, las altas tasas de interés de la banca, en tercer lugar, por temor al endeudamiento.

Al consultar sobre los emprendimientos que se mantienen operativos o cerraron durante la pandemia se realizó una segunda encuesta a 135 emprendedores de la ciudad de Cuenca que escogieron la elaboración y restauración de muebles como un medio de sostenibilidad para sus familias.

Los resultados indican que el 53% de los locales se vieron obligados a cerrar debido a una diversidad de factores. Entre las principales se encuentran que un 45% el propietario consiguió otro trabajo con un sueldo fijo, un 30% la falta de apoyo financiero por parte del gobierno o banca privada, el 10% sostuvo que cerraron debido a la migración por no contar con oficiales que ayuden a terminar los trabajos y el resto manifiesta otras causas. Al consultar sobre los motivos para permanecer con el emprendimiento, el principal con un 57% manifiesta que es por necesidad, ya que no han podido reintegrarse al mundo laboral bajo dependencia y han visto en sus emprendimientos la manera de llevar el sustento para sus familias. Pero también está el 25% los emprendedores que les gusta su trabajo, para quienes el emprendimiento se convirtió en la primera actividad económica para su familia. Y, en tercer lugar, se ubica a los emprendedores que mantienen la tradición familiar, aquellos que aprendieron el oficio a través de sus padres y lo practican

y lo transmiten a sus hijos para mantener la tradición que desde años atrás se ha convertido en la base de su economía familiar.

Sobre los medios empleados para la divulgación y promoción de sus productos, de los 135 emprendedores que fueron consultados solo 10 tenían una página de Facebook sin perfil profesional y con fotos no profesionales de sus trabajos, 40 utilizan sus estados de WhatsApp para promocionar sus obras. El resto de emprendedores depende de recomendaciones, del boca a boca de sus clientes. Por esta razón no se arriesgan a invertir en maquinaria ni infraestructura con la finalidad de crecer en sus emprendimientos.

Es importante señalar que, el grupo de emprendedores dedicados a la restauración y fabricación de muebles por necesidad, es decir por no contar con otra fuente de ingresos para el sustento familiar, también manifiesta que no han obtenido ningún tipo de asesoramiento por parte de entes oficiales para convertir su negocio en una empresa sostenible, sus conocimientos los obtuvieron de manera empírica y desarrollaron esta habilidad. Por tanto, se evidencia la falta de capacitación y asesoramiento como un nudo crítico para el impulso del emprendimiento en el área de restauración y fabricación de muebles en la ciudad de Cuenca.

De tal manera que, los desafíos que enfrentan los emprendedores dedicados a la restauración y fabricación de muebles en la ciudad de Cuenca se pueden ubicar en dos categorías principales como son: falta de financiamiento y poca capacitación o asesoría para la sostenibilidad del negocio en el tiempo.

CONSIDERACIONES FINALES

La pandemia producida por el COVID-19 marcó un antes y después en la humanidad a nivel mundial, afectando a gran escala el desarrollo de la sociedad. A nivel de Latinoamérica, Ecuador y específicamente en Cuenca la tasa de desempleo de acuerdo con cifras oficiales sufre un incremento considerable. Dado a estas circunstancias el emprendimiento se ha convertido en la fuente de trabajo y de sustento para miles de familias, permitiendo de esta manera, desarrollar en los emprendedores habilidades y destrezas que ayuden a salir a flote con los negocios.

En el marco de la pandemia, varios fueron los emprendimientos que surgieron, la gran mayoría temporales, en algunos casos máximo un año de actividad ya que fueron producto de las circunstancias del momento, otros fueron un poco más planificados y duraron hasta que encontraron la reinserción laboral, y en otros casos los emprendedores

se dieron cuenta de sus habilidades y de su verdadera pasión por lo que se mantienen hasta la actualidad.

Los factores que inciden en el éxito o fracaso de un emprendimiento son diversos. El no planificar y no contar con una contabilidad previa que garantice la sustentabilidad del negocio, la falta de apoyo por parte de la ciudadanía a los negocios pequeños, las trabas por parte de las entidades bancarias para apoyar a los emprendedores por las altas tasas de interés o por las condicionantes que ponen para acceder a un crédito. Aunado a ello, la burocracia por parte del gobierno y las entidades locales para conceder los permisos de funcionamiento de los locales comerciales, los altos costos para pago de patentes municipales, la falta de interés o el desconocimiento del uso de la tecnología son algunas de las razones por las cuales los emprendimientos que surgieron en tiempos de pandemia no tuvieron el éxito esperado.

Los emprendedores que vieron a la pandemia como una oportunidad y se convirtieron en pequeños empresarios. Al analizar de una manera profunda la sustentabilidad de su emprendimiento, los que supieron utilizar la tecnología como un aliado para promocionar sus negocios, el amor y la entrega por tener un negocio propio fueron las razones para que los emprendimientos que surgieron en medio de una crisis se mantengan hasta hoy convirtiéndose en la principal fuente de ingresos para sus familias.

Dentro de todo este contexto, se evidencia la necesidad de generar estrategias de capacitación y orientación para los emprendimientos locales. Así como establecer alianzas con entes gubernamentales para el registro y seguimiento a las ideas de negocio que de consolidarse promueven el desarrollo económico del país.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarado-Choez, D., Barreto-Madrid, R., & Baque-Cantos, M. (2021). Dialnet. *Polo del Conocimiento*, 214-216. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926942>
- Borja, C. (12 de Mayo de 2021). *¿Cómo es el emprendimiento en Ecuador?* Obtenido de <https://desalineados.com/2021/05/como-es-el-emprendimiento-en-el-ecuador/1724/#:~:text=El%20Ecuador%20se%20ha%20caracterizado,los%20m%C3%A1s%20emprendedores%20del%20mundo.>
- CMV. (25 de Enero de 2022). *EL MERCURIO*. Obtenido de Cerca del 30% de emprendimientos en Ecuador surgen de la necesidad:

- <https://elmercurio.com.ec/2021/03/16/cerca-del-30-de-emprendimiento-en-ecuador-surgen-de-la-necesidad/#:~:text=En%20nuestro%20pa%C3%ADs%20el%2031,entre%2035%20y%2064%20a%C3%B1os.>
- Coba, G. (13 de Febrero de 2021). *Ecuador: un país de emprendedores, pero con poca innovación*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-emprendedores-poca-innovacion/>
- COMERCIO, E. (08 de Agosto de 2020). *1 millón de ecuatorianos está en el desempleo a junio del 2020, según información del INEC*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/desempleo-subio-ecuador-informalidad-crisis.html>
- Corte Constitucional del Ecuador. (28 de Febrero de 2020). *www.gob.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-07/151%20Exp%C3%ADdase%20la%20Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3nLey%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3n.pdf>
- Drucker, P. (1985). *La Práctica del Espíritu Empresarial*. Nueva York: Harper & Row. Obtenido de https://www.academia.edu/44322453/Innovation_and_Entrepreneurship_Peter_Druker_en_es
- Ecuador Chequea. (12 de 10 de 2021). *Ecuador Chequea fundamedios*. Obtenido de <http://www.ecuadorchequea.com/emprender-en-ecuador-es-casi-una-mision-imposible/>
- Esmeraldasnews. (08 de Marzo de 2021). *Ecuador lidera la tasa de emprendimiento en Latinoamérica*. Obtenido de <http://www.esmeraldasnews.com/ciencia-y-tecnologia/item/2289-ecuador-lidera-la-tasa-de-emprendimiento-en-latinoamerica#:~:text=Ecuador%20es%20uno%20de%20los,y%20genera%20fuentes%20de%20empleo.>
- Espinoza Marcos, E. D. (Noviembre de 2020). *El emprendimiento en Ecuador: Una revisión bibliográfica de su actual situación*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/349108465_EL_EMPRENDIMIENTO

O_EN_ECUADOR_UNA_REVISION_BIBLIOGRAFICA_DE_SU_ACTUAL
_SITUACION

- Hidalgo Proaño, L. F. (2014). The Culture of Entrepreneurship and education. *DIALNET*, 46-50.
- Hora, L. (22 de Octubre de 2021). *Emprender en Ecuador, un desafío con muchos obstáculos*. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/sociedad/emprender-dificil-pero-no-imposible-ecuador/>
- INEC. (08 de 08 de 2020). *Encuesta nacional de empleo y desempleo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/>
- INEC. (Diciembre de 2021). *Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU)*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Diciembre-2021/202112_Mercado_Laboral.pdf
- Jimenez, L. (2020). Impacto de la Investigacion Cuantitativa en la actualidad. *Convergence Tech, IV*, 59-68. doi:<https://doi.org/10.53592/convtech.v4iIV.35>
- Kotler, P. (2015). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson.
- Lazo, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeña, X. (20 de 10 de 2020). *GEM Ecuador*. Obtenido de https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Mediavilla, M. (20 de Octubre de 2021). *Ecuador y el emprendimiento*. Obtenido de <https://ecuadornews.com.ec/2021/10/20/ecuador-y-el-emprendimiento/>
- Moscoso, M., Piña, C., & Saquicela, F. (2020). Influencia de la experiencia de marca en consumidores de compra online en la ciudad de Cuenca-Ecuador. *Revista Publicando*, 146-159.
- Moya, D. P. (Julio de 2020). *Negocios rentables en Cuenca Ecuador ¡Vale la pena!* Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/negocios-rentables-por-paises-en-america/15-negocios-rentables-en-ecuador/negocios-rentables-en-cuenca-ecuador/>
- Ortega Vivanco, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 237-247. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.03>
- Pesantes, K. (19 de Julio de 2019). *Ecuador, una nación de emprendedores que crean negocios de corta vida*. Obtenido de

- <https://www.primicias.ec/noticias/economia/negocios/ecuador-pais-emprendedores-negocios-corta-vida/>
- Posonty. (18 de Mayo de 2021). *¿Porqué fracasan los emprendimientos de los ecuatorianos?* Obtenido de <https://burocreditoecuador.com/emprendimiento/porque-fracasan-los-emprendimientos-en-ecuador#:~:text=Las%20claves%20para%20comprender%20el,no%20al%20proyecto%20en%20s%C3%AD>
- RAE. (2022). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/emprendimiento>
- Sánchez, J. (10 de 08 de 2018). *¿Donde prefieres comprar, en una tienda online o una física?* . Obtenido de <https://www.pymesyautonomos.com/marketing-y-comercial/donde-prefieres-comprar-tienda-online-fisica#:~:text=No%20nos%20enga%C3%B1emos%2C%20comprar%20online,a%20ir%20de%20compras.>
- Santiago Fernandez, P. P. (07 de 2021). Plan de Trade Marketing para la implementación de un local comercial físico para la empresa El Mueble. *Proyecto Integrador de Saberes PIENSA*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Instituto de Tecnologías Sudamericano.
- SRI. (30 de 12 de 2021). *RIMPE*. Obtenido de Regimen Simplificado Para Emprendedores y Negocios Populares: <https://www.sri.gob.ec/rimpe>
- Superintendencia de Compañías, V. y. (14 de 01 de 2022). *Constitución Electrónica de Compañías*. Obtenido de <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-electronica-companias>
- Torres Torres, Á. O. (23 de Septiembre de 2021). *La afectación de los emprendedores en época de pandemia*. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2267/2488>
- Trabajo, M. d. (2020). *Datos abiertos*. Obtenido de <https://sut.trabajo.gob.ec/mrl/contenido/indicadores/indiSocioEmpleo.xhtml>
- Useche-Aguirre María, P.-B. M.-R. (Marzo de 2021). *Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia*. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000200271

- Villaverde, M. (13 de 10 de 2021). *Emprenderalia Magazine*. Obtenido de Redes sociales: el entorno ideal para los emprendedores: <https://www.emprenderalia.com/redes-sociales-entorno-ideal-los-emprendedores/>
- Virginia, L., & Amaya Adriana, Z. J. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020. *ESPAE Escuela de Negocios*, 18,20,21,46,47.
- VISTAZO. (24 de Diciembre de 2021). *El emprendimiento crece en Ecuador, ¿Cómo asegurar el primer paso?* Obtenido de <https://www.vistazo.com/portafolio/emprendimiento-crece-en-ecuador-primer-paso-guia-ED1151240>
- Zurita, A. (14 de 06 de 2019). *En Ecuador, falta apoyo gubernamental a los emprendimientos, según la AEI*. Obtenido de <https://notimundo.com.ec/en-ecuador-falta-el-apoyo-gubernamental-a-los-emprendimientos-segun-la-aei/>