

Factores que impulsaron la creación de nuevos emprendimientos gastronómicos durante la pandemia del COVID-19 en Paraguay, 2020-2021

Chap Kau Kwan Chung

wendy505@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5478-3659>

Universidad Americana, Paraguay

Rebeca Esther Marín Monzón

rebemarin7@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0049-6347>

Universidad Americana, Paraguay

Steffen Miguel Lorey Monzón

miguellorey0@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4005-3559>

Universidad Americana, Paraguay

RESUMEN

El objetivo de la investigación es determinar los factores que impulsaron la creación de nuevos emprendimientos gastronómicos durante la pandemia del COVID-19 en Paraguay, 2020-2021. Se basó en un enfoque cualitativo de corte transeccional y descriptivo. Un total de seis entrevistas profundas fueron realizadas con 20 minutos cada una vía online, mediante el muestreo de bola de nieve en 2022. Los criterios de inclusión fueron personas quienes emprendieron en el sector gastronómico durante los años 2020-2021, residentes en el Paraguay y con participación voluntaria. Se utilizó una guía de 12 preguntas (3 cerradas y 9 abiertas) para la recolección de datos. Como resultados todos afirmaron estar interesados en el arte culinario y vieron como una oportunidad de negocios al sector gastronómico. Los problemas enfrentados fueron las prohibiciones de la circulación, la adquisición de los insumos y/o materias primas de los proveedores y la búsqueda de una ventaja competitiva para diferenciarse de los competidores. Las estrategias tomadas fueron el marketing digital, delivery para la logística y ofrecimiento de nuevos productos. Se concluye que los factores principales del impulso de creación de nuevos emprendimientos fueron la situación de desempleo, la fuerza del espíritu emprendedor y la capacidad de la reingeniería o la reinversión de los negocios.

Palabras clave: gastronomía; emprendimiento; pandemia; covid-19; Paraguay

Correspondencia: wendy505@hotmail.com

Artículo recibido 08 diciembre 2022 Aceptado para publicación: 08 enero 2023

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Kwan Chung, C. K., Marín Monzón, R. E., & Lorey Monzón, S. M. (2023). Factores que impulsaron la creación de nuevos emprendimientos gastronómicos durante la pandemia del COVID-19 en Paraguay, 2020-2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 584-595. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4414

Factors that promoted the creation of new gastronomic ventures during the COVID-19 pandemic in Paraguay, 2020-2021

ABSTRACT

The objective of the research is to determine the factors that promoted the creation of new gastronomic ventures during the COVID-19 pandemic in Paraguay, 2020-2021. It was based on a qualitative, cross-sectional and descriptive approach. A total of six in-depth interviews were conducted with 20 minutes each online, through snowball sampling in 2022. The inclusion criteria were people who were entrepreneurs in the gastronomic sector during the years 2020-2021, residents of Paraguay and with voluntary participation. A guide of 12 questions (3 closed and 9 open) was used for data collection. As a result, all stated that they were interested in culinary art and saw the gastronomic sector as a business opportunity. The problems faced were the prohibitions of circulation, the acquisition of supplies and/or raw materials from suppliers and the search for a competitive advantage to differentiate itself from competitors. The strategies taken were digital marketing, delivery for logistics and offering new products. It is concluded that the main factors driving the creation of new ventures were the unemployment situation, the strength of the entrepreneurial spirit and the ability to reengineer or reinvest in business.

Keywords: *gastronomy; entrepreneurship; pandemic; covid-19; paraguay*

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la pandemia del COVID-19 ha traído consigo consecuencias negativas e impactantes en la economía de todos los países del mundo, poniendo a prueba a las organizaciones para resistir y superar grandes desafíos que han surgido a raíz de la crisis sanitaria (Gregurec et al., 2021). Así como lo menciona el Banco Mundial (2020):

"El impacto súbito y generalizado de la pandemia del coronavirus y las medidas de suspensión de las actividades que se adoptaron para contenerla han ocasionado una drástica contracción de la economía mundial, que, según las previsiones del Banco Mundial, se reducirá un 5,2 % este año".

Como consecuencia a esta contracción, muchas empresas tuvieron que declararse en insolvencia generando así una alta tasa de desempleo. Las personas quienes ya no pudieron seguir en sus antiguos puestos laborales, no tuvieron otra alternativa que crear sus propios negocios o a emprender, conocido como *rebusque de oportunidades* (Flores, 2020).

Etimológicamente, la palabra emprendedor provienen del francés: entrepreneur, pero que a su vez también procede del latín vulgar cuyo significado es coger, atrapar o tomar (Azqueta Díaz de Alda, 2017). El primer uso del término emprender en el idioma castellano se dieron a conocer en escritos aragoneses de los años 1030 y 1095 con el significado de tomó (Coromines, 1981 citado en Azqueta Díaz de Alda, 2017). Según Drucker (1985), padre del emprendimiento empresarial, emprender es un término que está relacionado directamente con el aprovechamiento al máximo de las oportunidades, basado en la efectividad de trabajo. Más bien, son personas físicas o jurídicas que desarrollan una actividad económica empresarial o profesional con implicancia de riesgos económicos (DPEJ s.f.) o búsqueda de nuevos retos, desafíos y alcance de objetivos (Merino, 2012).

Los autores Galindo y Echavarría (2011) citado en Londoño Cardozo (2018) determinan que las características de un emprendedor son: espíritu emprendedor (capacidad de pensar, analizar, tomar decisiones y actuar según oportunidades), asunción de riesgo (capacidad de análisis y comprensión de la situación del momento), creativo e innovador (aptitud para generar ideas nuevas y novedosas para satisfacer la demanda),

generador de valor (capacidad de ofrecer algo diferente que su competidor sostenible en el tiempo), proactivo (tomar la iniciativa) y, búsqueda de información (encontrar las informaciones pertinentes y relevantes para las tomas de decisiones).

En el contexto nacional, 150.000 personas enfrentaron al cese laboral durante la pandemia del COVID-19, motivo por el cual florecieron los emprendimientos personales y/o empresariales en el Paraguay (Nextidea, 2021). La mayoría de éstos emprendimientos se dieron lugar en el rubro gastronómico donde de alguna manera lograron penetrarse en el sector e iniciar sus proyectos en medio de las dificultades del momento (Vega, 2020).

Algunas de las razones para apoyar a los nuevos emprendimientos en tiempo de crisis sanitaria son (Segurosbolivar, 2021):

- Apoyo a la producción nacional y fortalecimiento de la economía del país adquiriendo las compras de establecimientos locales.
- Estabilidad o incremento de puestos de trabajos laborales.
- Apoyo indirecto al cuidado del medio ambiente por los productos sostenibles que generalmente ofrecen los nuevos emprendimientos.
- Ofrecimiento de un excelente servicio al cliente, puesto que para los emprendedores sus clientes son muy valiosos.
- Mejora en el tiempo de distribución (logística) de la entrega de productos. Los nuevos emprendimientos ya implementan el delivery.
- Apoyo a la creatividad, diseño e innovación del emprendedor.
- Circulación de la divisa en el mercado nacional. La mayoría de los emprendedores obtienen sus materias primas de proveedores locales, por lo que se puede considerar que la plata se queda en casa.

Algunas investigaciones relacionadas al tema propuesto se encuentran en estudios sobre nuevos emprendimientos e innovación (Játiva Pesantez y Cabezas Maldonado, 2020; Alvarado-Choez, et al., 2021), emprendimiento y marketing durante el aislamiento social (Martínez Hinojosa et al., 2020), revisión del emprendimiento en la era COVID-19 (Bustos-Aguayo et al., 2021), Variables que influyen en los emprendimiento (Crespo-Martínez et al., 2022), estrategias de emprendimientos (Abad Alvarado et al., 2022) y sus desafíos (Santiago y Moscoso Merchán, 2022), entre otros.

Por lo tanto, la necesidad de determinar los factores que impulsaron la creación de nuevos emprendimientos gastronómicos durante la pandemia del COVID-19 en Paraguay entre los años 2020-2021 es el objetivo principal de esta investigación.

METODOLOGÍA

Se basó en un enfoque cualitativo de corte transeccional y descriptivo. Se realizaron seis entrevistas profundas con un tiempo de 20 minutos aproximadamente cada una vía online, mediante el muestreo de bola de nieve durante el mes de mayo de 2022. Los criterios de inclusión fueron: personas que emprendieron sus propios negocios en el sector gastronómico durante los años 2020-2021, residentes en el Paraguay y con participación voluntaria. La recolección de datos fue mediante una guía de 12 preguntas (3 cerradas y 9 abiertas).

Cuadro 1. Guía de preguntas para la entrevista profunda

#	Preguntas
P1	¿Cuáles fueron las razones que le ha impulsado a crear su nuevo emprendimiento en tiempos de pandemia? ¿Fue la pandemia del COVID-19 que lo incentivó a emprender? Fundamenta.
P2	¿Por qué en el sector gastronómico y no en otros sectores?
P3	A su parecer, ¿qué fue lo más difícil a la hora de emprender su negocio durante la pandemia del COVID-19?
P4	¿Cuáles fueron las principales estrategias que implementó para sobrevivir/subsistir durante la pandemia y/o situación?
P5	¿En cuánto a las materias primas, tuvieron problemas para abastecer su stock de ingredientes?
P6	¿Existieron cambios significativos respecto al costo de los ingredientes que utilizan?
P7	¿Cree usted que en una situación sin pandemia habría diferencias en el desarrollo de su empresa? ¿Cuál cree que sería la diferencia?
P8	¿En tu opinión de entre las medidas sanitarias, cual fue la que más limitó el crecimiento como empresa?
P9	¿Durante que etapa de la pandemia tuvo mayores ventas?

Fuente: Elaboración propia (2022)

El proceso de la recolección de datos consistió en los siguientes pasos: Primeramente, se procedió a la confección de la guía de preguntas. Luego, los autores se contactaron con amigos, compañeros de estudios, profesores, colegas de trabajos y familiares; con el fin de identificar personas conocidas quienes habían emprendido sus propios negocios en el sector gastronómico durante la pandemia entre los años 2020-2021 en Paraguay. Una vez identificados a los sujetos de análisis, se contactaron con cada uno de ellos solicitando su participación para el presente estudio mediante la entrevista. Finalmente, se analizaron los datos de las transcripciones y presentación de los resultados.

RESULTADOS

Un total de seis entrevistas fueron realizadas con el fin de determinar los factores que impulsaron la creación de nuevos emprendimientos gastronómicos durante la pandemia del COVID-19 en Paraguay, entre los años 2020-2021. Los principales resultados obtenidos fueron: en cuanto a los sujetos de análisis, 4 (67%) fueron del sexo femenino y 2 (33%) masculino, comprendido entre 20 a 29 años de edad y solteros (ambos 67%).

En cuanto a las razones que les impulsaron a crear un nuevo emprendimiento en tiempos de pandemia del COVID-19. Todos afirmaron estar interesados en el arte culinario, algunos por pasión y otros por pasatiempo, pero que de alguna manera estaban muy influenciados en el mundo de la gastronomía. Uno de los entrevistados comenzó su emprendimiento por haber visto la venta de comidas como una oportunidad de negocio y, el resto por falta de empleo y ganas de obtener ingresos extras. Asimismo, cuatro de los entrevistados mencionaron que la pandemia fue la razón de sus emprendimientos, puesto que la situación del momento los había afectado laboralmente. Mientras que una persona argumentó que era un proyecto ya previamente planificado y otra que manifestó querer ser dueño de su propio tiempo. Todos aprovecharon la situación para dedicarse al emprendimiento de sus sueños.

Con respecto a la preferencia del sector gastronómicos para sus emprendimientos y no en otros. Tres de ellos respondieron que el rubro gastronómico es el que cuenta con más movimiento generando así mayor rentabilidad, e inclusive una de las frases que llamo mucho la atención en esta pregunta fue “el paraguayito puede no tener ni un peso, pero se las va a ingeniar para comprar algo para comer” indicando que la venta de comida es siempre rentable. Además, uno de los entrevistados mencionó que empezó en el rubro por la facilidad del mismo, sin necesidad en contar con muchos recursos tecnológicos ni

financieros. Y dos, indicaron que les gustaban la cocina y por la experiencia que contaban en el rubro.

Con referencia a las dificultades que tuvieron al emprender. Uno de los entrevistados mencionó que las dificultades fueron de contar con un capital de donde solventarse y las prohibiciones de la circulación gubernamental que resultó complicado salir a conseguir los insumos necesarios. El resto coincidieron que el mayor obstáculo era poder diferenciarse de la competencia dentro del sector puesto que hubo muchos nuevos emprendimientos que se dedicaban a lo mismo.

Por lo que concierne a las estrategias que tomaron para sobrevivir durante la pandemia. Un entrevistado hizo hincapié en la utilización del marketing digital como medio de publicidad y difusión de sus productos, como así también de ofrecer a un precio accesible a los clientes. Otros realizaban promociones varias incluyendo el servicio del delivery como estrategia de logística y ofrecimiento de productos semi-terminados. Ej: packs de hamburguesas o lomitos de su propia producción.

Los inconvenientes o problemas en cuanto al stock de insumos. Cuatro personas opinaron que no tenían problemas en cuanto al stock de ingredientes mientras que dos alegaron lo contrario. Además, uno confirmó que utilizaba productos sustitutos para no perder el día de trabajo. Cabe mencionar que existieron costos significativos con respecto al costo de los ingredientes, puesto que cuatro de los entrevistados indicaron que los precios de las materias primas aumentaron durante la pandemia debido al cierre de las fronteras y desde la suba de combustible. Sin embargo, dos de ellas aseguraron no haber tenido inconveniente con los precios al inicio de la pandemia, pero sin embargo, pasado los un año se triplicaron los costos de los insumos.

Indudablemente, una situación sin pandemia traería diferencias en el desarrollo de los emprendimientos, especialmente en la circulación de la población y el inconveniente de conseguir las materias primas.

Algunas de las medidas sanitarias que más afecto al crecimiento de los emprendimientos se dieron en la prohibición de salida, el horario limitado de circulación y la cantidad máxima de personas que se permitía en los lugares o sitios públicos.

Finalmente, la época con mayores ventas no se dieron en sus inicios puesto en ocasiones resultaba difícil cubrir los gastos del emprendimiento, sino más bien, esto fue un proceso gradual, según manifestó uno de ellos. Tres de ellos confirmaron que al implementarse

las restricciones sanitarias aumentaron considerablemente las ventas mediante el servicio del delivery. Y el resto, afirmaron lo contrario donde las ventas incrementaron solo después del levantamiento de las medidas sanitaria puesto que el ingreso a los establecimientos era un factor importante a considerar.

DISCUSIÓN

Desde el inicio de marzo de 2020, la pandemia provocada por el COVID-19, ha llevado a todos a tomar medidas y acciones preventivas convirtiendo los hogares en oficinas, aulas de clases y lugar de recreación familiar (Santiago y Moscoso Merchán, 2022). No obstante, estudio de Sánchez Báez et al. (2021) confirman la existencia de una disminución de empleo del 47,5% en las Mipymes localizadas en el territorio nacional en el 2020 con relación al 2019. En otro estudio afirma que la tasa de desempleo en el país tuvo un incremento del 7,9% en el primer trimestre del año 2020 (ABC Paraguay, 2020) y a raíz de la crisis sanitaria y económica muchos se vieron obligados a emprender sus propias ideas de negocios, aprovechando la situación del momento buscando de esta manera otras alternativas de ingresos.

El sector gastronómico fue quizás unos de los rubros que mayor aprovechamiento tuvieron de la situación, puesto que se dieron muchas aperturas de negocios durante el periodo investigado.

En el contexto nacional, se visualiza la existencia de un aumento de nuevos emprendedores en el sector gastronómico, mientras que otros cerraron y algunos se sumaron al delivery. Entre ellos se tiene a La Victoria (nuevo concepto de yerba mate), Orígenes Fraseo (salsas artesanales), Apóstol (fusión de pizzería con mpusica), Ragusa (pizzas horneadas a leña), Altaburga (hamburguesas), El Capon (hamburguesas congeladas de cordero), Cachicken (Combos de pollos), Coucou Cocotte (fusión de alta gastronomía versus fast food), etc. (Vega, 2020).

Aunque los principales factores que impulsaron a los entrevistados a crear sus ideas de negocios gastronómicos hayan sido por pasión, pasatiempos o amor al arte culinario, todos apuntaron a tener algo en común: espíritu emprendedor donde la capacidad de análisis, tomas de decisiones y captación de nuevas oportunidades fueron los factores que les llevaron a los presentes empresarios al éxito del negocio.

En cuanto a los rangos de edades de los emprendedores, los autores Lazo et al. (2020) sostienen en su estudio los empresarios cuentan con 12 a 24 años (28%), 25 a 34 años

(31%) 35 y 64 años (38%). Esto coincide parcialmente con el porcentaje de edades 20 a 29 años (67%) en nuestra investigación.

En cuanto a las estrategias implementadas en los nuevos emprendimientos durante la pandemia del COVID-19. Los autores Choez et al. (2021) encuentran que los cursos de acción más comunes son de aumentar los esfuerzos de marketing (61,1%) y de ofrecer nuevos productos/servicios (57,5%). Al igual que en nuestra investigación, los entrevistados afirman que la utilización del marketing digital es una herramienta primordial y crítica a la hora de difundir los productos. Asimismo, la creación e innovación de nuevos productos/servicios tampoco es ignorado, puesto que aparecieron productos semi-terminados de producción propia, según participantes.

CONCLUSIONES

Se concluye que los factores principales del impulso de creación de nuevos emprendimientos gastronómicos durante la pandemia del COVID-19 entre 2020-2021 fueron la situación de desempleo y la pasión de ser emprendedor de su propio negocio. Es cierto que las personas se vieron obligadas a pensar en otras alternativas de generar ingresos y, para muchos la solución fue emprender un negocio gastronómico por tener habilidad especial en la cocina, por un proyecto previamente planificado o por saber que el negocio de las comidas es bastante rentable. Sin duda alguna, todos los emprendimientos tuvieron sus inconvenientes u obstáculos causados por las restricciones sanitarias del momento. Sin embargo, gracias al esfuerzo, perseverancia y creatividad pudieron sobrellevar la situación, logrando de esta manera adaptarse al mercado local. Por lo tanto, la reingeniería o la reinversión no están ajenos a esta situación, puesto que las estrategias de marketing, de procesos y de gestión tuvieron que ajustarse a las nuevas formas de trabajo y del momento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad Alvarado, G. R., Martínez Vizuete, W. R., & Carranco Madrid, S. (2022). Estrategias de emprendimiento durante la pandemia. Caso Ecuador. *RECIMUNDO*, 6(1), 173-181. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(1\).ene.2022.173-181](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(1).ene.2022.173-181)
- ABC Paraguay (2020). *El desempleo en Paraguay aumenta un 7,9% en el primer trimestre del año*. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion->

[principal/noticias/paraguay-desempleo-aumento-primer-trimestre-new2020856962.html?idPais=PY#](https://www.poloconocimiento.com/new2020856962.html?idPais=PY#)

- Alvarado-Choez, D., Barreto-Madrid, R., & Baque-Cantos, M. (2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid-19. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, (6)3, 2145-2164. DOI: [10.23857/pc.v6i3.2497](https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2497)
- Azqueta Díaz de Alda, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. En *Simposio Internacional El Desafío de Empezar en la Escuela del Siglo XXI*. Sevilla, España: Universidad de Sevilla, 21-39.
- Banco Mundial. (2020). *La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial*. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>
- Bustos-Aguayo, J. M., Juárez-Nájarea, M., & García-Lirios, C. (2021). Review of entrepreneurship in the COVID-19 era. *Revista Ingenio*, 19(1), 9-15. <https://doi.org/10.22463/2011642X.3173>
- Choez, D. A., Madrid, R. B., & Cantos, M. A. B. (2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid-19. *Polo Del Conocimiento: Revista Científico-Profesional*, 6(3), 2145–2164. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2497>
- Coromines, J. (1981). Breve diccionario etimológico de la lengua castellana. Madrid.
- Gredos Crespo-Martínez, P. E., Rosales-Moscoso, M. V., Contreras-Silva, C. A., & Bermeo-Samaniego, C. A. (2022). Variables que influyen en el emprendimiento en Ecuador. *UDA AKADEM*, 1(9), 110–141. <https://doi.org/10.33324/udaakadem.v1i9.478>
- DPEJ, (s.f.). Emprendedor, ra. Diccionario Panhispánico del Español Jurídico. <https://dpej.rae.es/lema/emprendedor-ra>
- Drucker, P. (1985). *La Práctica del Espíritu Empresarial*. Nueva York: Harper & Row. https://www.academia.edu/44322453/Innovation_and_Entrepreneurship_Peter
- Flores, J. P. A. (2020). *¡Emprendimiento en tiempos de Pandemia y su Supervivencia!*. <https://revistaempresarial.com/empresas/emprendimiento/emprendimiento-en-tiempos-de-pandemia-y-su-supervivencia/>

- Galindo, R., & Echavarría, M. V. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia. *Revista EIA*, 15, 85-94.
- Gregurec, I., Furjan, M. T., & Tomičić-pupek, K. (2021). The impact of covid-19 on sustainable business models in Smes. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su13031098>
- Játiva Pesantez, M. A., & Cabezas Maldonado, J. L. (2020). La Sinergasia y nuevos emprendimientos innovadores durante la Pandemia del Covid 19 en Ecuador, primer semestre de 2020. *INNOVA Research Journal*, (5)3, 201-215. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.1.2020.1530>
- Lazo, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeña, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor ECUADOR 2019 – 2020. GEM Ecuador. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Londoño Cardozo, J. (2018). Educación para emprender ¿práctica o teoría?. *Revista Argentina de Investigación en Negocios*, 4(1), 97-106. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/68668>
- Martínez Hinojosa, R. M., Martillo Pazmiño, Í. O., & Delgado Solís, H. P. (2020). Emprendimiento y marketing durante el aislamiento social por la pandemia. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 2(6), 24-31. <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/42>
- Merino, M. (2012). MotoStudent, un paradigma de emprendimiento y educación no formal en la universidad. *ArDIn. Arte, Diseño e Ingeniería*, (1), 63-81.
- Nextidea. (2021). Análisis del momento emprendedor en LATAM: habla el Director Ejecutivo de ASEPYP. <https://www.nextidea4u.com/news/39-analisis-del-momento-emprendedor-en-latam-habla-el-director-ejecutivo-de-asepy>
- Sánchez Báez, E. A., Sanabria, D. D., & Paredes Romero, J. A. (2021). Impacto económico de la crisis covid-19 sobre las mipymes en Paraguay. https://www.una.py/wp-content/uploads/2021/07/Libro_Impacto-Covid-en-las-Mipymes-de-Paraguay.pdf
- Santiago, S., & Moscoso Merchán, M. (2022). Desafíos de los emprendimientos en

tiempos de pandemia en la ciudad de Cuenca-Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 334-350.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1887

Segurosbolivar (2021), ¿Cómo apoyar a los emprendedores en esta época de contingencia?. <https://www.segurosbolivar.com/blog/mundo-empresarial/razones-y-consejos-para-apoyar-a-los-emprendedores-en-esta-epoca-de-contingencia/>

Vega, N. (2020). *Gastronomía 2020: nuevos emprendedores surgieron, algunos cerraron y otros sumaron delivery*. Infonegocios.
<https://infonegocios.com.py/infogourmet/gastronomia-2020-nuevos-emprendedores-surgieron-algunos-cerraron-y-otros-sumaron-delivery>