



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Dinámica de los emprendimientos en tiempos de pandemia COVID 19 en la parroquia La Iberia, cantón El Guabo. Año 2020.

**CEDEÑO CARRANZA INGRID CAROLINA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Dinámica de los emprendimientos en tiempos de pandemia COVID
19 en la parroquia La Iberia, cantón El Guabo. Año 2020.**

**CEDEÑO CARRANZA INGRID CAROLINA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTOS INTEGRADORES

**Dinámica de los emprendimientos en tiempos de pandemia
COVID 19 en la parroquia La Iberia, cantón El Guabo. Año 2020.**

**CEDÑO CARRANZA INGRID CAROLINA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

JAYA PINEDA IDDAR IVAN

**MACHALA
2022**

PROYECTO INTEGRADOR

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.593dp.com Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	1%
3	Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica Trabajo del estudiante	<1%
4	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca Trabajo del estudiante	<1%
6	rraae.cedia.edu.ec Fuente de Internet	<1%
7	docplayer.es Fuente de Internet	<1%
8	rus.ucf.edu.cu Fuente de Internet	<1%
9	www.clubensayos.com Fuente de Internet	

<1 %

10

renati.sunedu.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

11

www.cya.unam.mx

Fuente de Internet

<1 %

12

tesis.unsm.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

13

fondoindigena.net

Fuente de Internet

<1 %

14

issuu.com

Fuente de Internet

<1 %

15

repositorio.ute.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

16

repositorio.utesup.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

17

revistas.upel.edu.ve

Fuente de Internet

<1 %

18

www.revistaanfibios.org

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, CEDEÑO CARRANZA INGRID CAROLINA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Dinámica de los emprendimientos en tiempos de pandemia COVID 19 en la parroquia La Iberia, cantón El Guabo. Año 2020., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Ingrid Cedeno C.

CEDEÑO CARRANZA INGRID CAROLINA

0706970332

- **TEMA DE INVESTIGACIÓN:**

Dinámica de los emprendimientos en tiempo de pandemia covid-19 en la parroquia la iberia, cantón el guabo en el año 2020.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 El Objeto de la Investigación

El objeto de la investigación son los emprendimientos de la Iberia cantón El Guabo por lo que vamos a ver la dinámica entre ellos en el año 2020. Desde el mes de Marzo del año 2020 para atrás, la economía de la parroquia La Iberia cantón El Guabo se manejaba a base de visitas tanto para en la parte del turismo y lo gastronómico en las cuales esto permitía la influencia de gente, los locales comerciales permanecían abiertos hasta muy tarde, se realizaban conciertos, los fines de semana personas emprendedoras ofrecían sus productos en medio de las calles, entre otros. Luego de esto cuando surgió la pandemia, muchos de estos emprendimientos se vieron afectados por varias decisiones tomadas por parte del gobierno nacional provocando en sí el cierre de los negocios, poca influencia del público, la salida de las personas de sus casas, falta de recursos de las personas y pérdidas de ventas. Después de esto el COE Nacional admitió tener el 10% de los negocios abiertos, permitiéndoles así, a muchos emprendedores generar ideas o estrategias de ventas, para que de esa manera su negocio esté en un nivel aceptable en la curva de la oferta y la demanda.

1.2 Problema de la Investigación

Desde el mes de Marzo del año 2020 surgió una pandemia que a nivel mundial, el gobierno ecuatoriano declare estado de excepción en todo el país, de tal manera que el COE Nacional estableció el cierre de varios negocios y emprendimiento, afectando así en la economía de todo un país, puesto que el toque de queda y restricciones de circular, no permitían tener abierto un negocio al 100% y algunos no contaban con accesibilidad de abrirlo, muchos de estos negocios eran emprendimientos, y al ser algo nuevo o de menor consumo, tenían pérdidas en su capital de trabajo, ya sea por productos caducados, bajos ingresos o por falta de estrategias de ventas. A través de ello algunos emprendedores en conjunto con su espíritu emprendedor supieron manejar la situación de emergencia sanitaria en tiempos de pandemia, mientras que otros buscaban la manera de mejorar su economía.

El tema de los emprendimientos durante la pandemia se ha vuelto muy importante, ya que por la escasez de generar ingresos, a muchas personas les surgió la necesidad de crear su propio negocio, para que mediante estos establezcan sus propios recursos y su estabilidad económica. Reina et al. (2021)

¿Cómo afectó la pandemia Covid-19 en los emprendimientos de la parroquia La Iberia cantón El Guabo?

La parroquia la Iberia es rica de emprendedores, uno de sus fuertes es brindar platos tradicionales a los transitorios, luego con la llegada de la pandemia provocó el cierre de estos sitios, aún más con el daño del puente de este sitio, estimulando que se pierda la continuidad de carros de carga liviana y pesada por el sector, provocando pérdidas económicas y materiales como productos caducados, entre otras.

1.3 Justificación

Desde finales del 2019, un virus impactó en el mundo, y Ecuador no fue la excepción, en el año 2020 fue considerada como una pandemia global. De acuerdo a esto se toman decisiones para controlar el aumento de casos de este virus (Moreno, 2020), entre ellas fueron poner al país en cuarentena, la cual incluía estar en casa, y salir en caso que sea necesario, todo esto provocó que muchos emprendimientos tuvieran que cerrar. Por tal motivo cuando el decreto Nacional del Ecuador estableció el cierre de los mismos, los emprendedores optaron por tener ideas o estrategias, para incrementar los ingresos de sus negocios, unos utilizando las redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram, para que mediante estos procesos hagan conocer su producto a ofrecer a los clientes.

1.4 Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

Analizar la dinámica de los emprendimientos ante la pandemia Covid-19 en el año 2020 que impactó en la situación económica de la parroquia La Iberia del cantón El Guabo.

1.4.2 Objetivos Específicos:

1. Especificar los impactos ocasionados por el covid-19 a los emprendimientos de la parroquia La Iberia del Cantón El Guabo.
2. Describir las estrategias usadas por los emprendedores durante la pandemia Covid-19.

3. Identificar los factores de riesgos en las estrategias usadas las cuales disminuyen el espíritu emprendedor.

2. DESARROLLO DEL PROYECTO

2.1 Revisión sistemática de literatura, marco teórico y/o conceptual (Sistema de citación y referencialidad).

2.1.1 Que es el Emprendimiento

En palabras de los autores Moreira et al. (2018) El emprendimiento es la apertura de un negocio en cualquier ámbito, cuyo plan busca acaparar la atención del público, haciendo hincapié en el factor innovador diferenciador en el mercado. Castelo et al. (2018) La cultura del emprendimiento se vincula a individuos dispuestos a correr riesgos de pérdidas monetarias y sostenerlos en esperanzas de ganancias fructíferas. El desarrollo de la idea de negocio propicia el incremento económico del territorio, y el papel que desenvuelve el emprendedor es importante para generar dicho crecimiento, como afirman Mayer et al. (2020) La creación de empresas e incremento están estrechamente relacionados hacia el desarrollo y emprendedores, por ende, se realizan estudios en base a su proceder y elementos influyentes al emprendimiento.

2.1.1.1 Importancia del Emprendimiento

Su característica estructural está basada en la economía nacional, evidentemente por el nivel de desempleo existente, con la intención de sostenerse en el ingreso propio. El autoempleo aspira de forma creativa, la motivación, capacidades y herramientas para desempeñar las actividades productivas, ganancias y empleos para otras personas. (Zamora-Boza, 2018) La creación de nuevas fuentes de trabajo, reducción de pobreza y reactivación por el confinamiento del covid-19, se dirige al progreso de capacidades y aprovechamiento de oportunidades de formación y participación en las diferentes redes empresariales.

2.1.1.2 Espíritu Emprendedor

Según Ovalles-Toledo et al. (2018) define al espíritu emprendedor como un tipo de oportunidades a las personas, ya que en ellos está la esencia de crear e idear cualquier tipo de emprendimiento. Desde la perspectiva de (Ács et al., 2014; Ács et al., 2015; Szerb et al, 2015; Henrekson y Sanandaji, 2017; Cooke et al., 1997) citados por Fischer et al. (2019) El espíritu emprendedor se desarrolla en la rama de la economía e innovación, a

fin de potenciar el crecimiento económico está persuadida por los factores estructurales e institucionales y creación de conocimiento.

2.1.1.3 Dinámica de los emprendimientos.

El espíritu empresarial junto a la dinámica empresarial constituye el eje del crecimiento económico, en términos de: capacidades de innovación, introducción de nuevos productos, servicios, procesos de producción, detección de nuevos mercados (incluyendo segmentos y nichos); fuentes de materias primas en general una industria nueva De la Hoz Villar y Prieto (2020).

El emprendimiento dinámico e innovador en base a García et al. (2015) citados por Segura-Barón et al. (2019) hace alusión a la velocidad que acapara al mercado que se especializa, debido a su plan de negocio con producto o servicio diferenciado, y habilidad en la toma de decisiones frente los riesgos inminentes; esto se puede lograr con formación y ayuda académica universitaria o técnica. En cuanto a la dinámica empresarial de acuerdo a Segarra (2008) mencionados por Santander-Zaruma y Ordóñez-Laso (2022) dan indicio a las pagas extras a trabajadores debido a la búsqueda de información y cumplimiento de logros de los mismos, ante la misión de la empresa con resultados positivos o negativos frente del mercado competitivo.

2.1.2 Competencia

Impulsar un plan de negocio: innovador, viable y estable en un mar azul; posteriormente habrá competencia a la par como un mar rojo con productos suplementarios, en función a la cultura de la parroquia Iberia. Vargas y Uttermann (2020) citando a los autores Audretsch et al. (2004) señalan aspectos positivos que surgen de la competencia, tales como: spillovers a favor del crecimiento económico del territorio y empresas heterogéneas con producción de artículos complementarios al vuestro. Entonces, se plantean dos escenarios; la competencia desleal y la competencia en razón a la ética empresarial.

2.1.3 Viabilidad del emprendimiento

La viabilidad de un proyecto a parte de la demanda, en virtud al tamaño de la empresa está subordinado a la rentabilidad y margen de utilidad aceptable para los inversores, además, de contar con la suficiente capacidad de producción constatada por las entidades bancarias y sus políticas para acceder a la financiación. También de recuperar la inversión dentro del periodo de vida económica planteado en la idea de negocio, esto define la viabilidad del emprendimiento. Useche-Aguirre et al. (2021) argumentan que es

importante resaltar a MP CEIP debido al financiamiento ofrecido durante el periodo 2020 en Ecuador las personas naturales, jurídicas y entidades de derecho privado habrían podido postular para acceder al capital crece o progreso.

2.1.4 Teorías del Emprendimiento.

Terán y Guerrero (2020) declaran que las teorías del emprendimiento se propusieron entre mediados del 1700 e inicios de 1800, destacándose a Cantillon y Say que formulan las teorías alrededor del emprendedor en concordancia a que realizan, como proceden y su finalidad.

2.1.5 Tipos de Emprendimientos

Según (Reynolds et al., 2005; Wong et al., 2005) Basílico et al. (2022) trata que el individuo genere la independencia económica, en sí el origen de los emprendimientos es por ser considerada como segunda opción ante las pocas ofertas laborales, sin realmente aportar al crecimiento económico del territorio y la oportunidad de explotar un nicho de mercado.

En juicio de Acosta (2021) citando a Blanco (2019) se pueden categorizar según las características de la organización: productor, mentor, orientado a la tecnología, no lucrativas, empresas grandes, aspirante al alto crecimiento y el negocio digital. Cabe recalcar, que las empresas también se dividen en función a su tamaño: micro, pequeñas, medianas y grandes empresas; situándose en la parroquia Iberia los emprendimientos por lo general empiezan como micro y pymes.

2.1.6 Características del Emprendimiento

Teniendo en cuenta Hisrich et al. (2005) citados por Moreira et al. (2018) interpretan que el emprendedor posee distintas visiones: en comportamiento por su propuesta y obligaciones, desde un punto de vista economista a causa de las ventas y psicológica a raíz de sus valores.

2.2 Emprendimiento en Ecuador

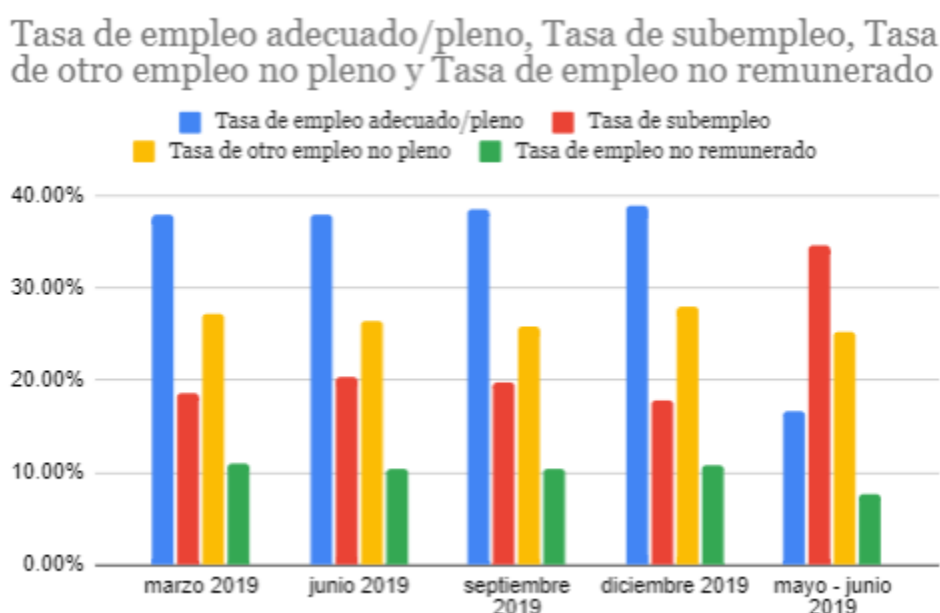
Según el Reloj poblacional del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), determinó que en el Ecuador hay una población de 17.478.948 millones de habitantes y de la población económicamente activa Rodríguez et al. (2020) afirman los que se dedican a emprendimientos se especializan en actividades comerciales, productivas y domésticas. En lo investigado por Muñoz et al. (2021) En la región de América latina el país ecuatoriano se observa más emprendimientos puestos en marcha, sin embargo, sus

periodos económicos se acortan por varios factores externos e internos, en lo que concierne a los internos; se debe por; falta de innovación y financiación.

2.2.1 Inestabilidad económica a nivel nacional.

Useche, Vásquez, Salazar y Ordoñez (2021) citando a (Moreno,2020; Banco Central, 2020) en el año 2020 las pymes cruzan difíciles situaciones en el ámbito social y económica, puesto que se dicta el decreto del distanciamiento social por el propagación del coronavirus dentro del país, y la pausa preventiva de las actividades laborales, Además, los indicadores económicos como el PIB y balanza comercial tuvieron consecuencias negativas a causa de la caída del petróleo, demanda, afectación en la exportación de bienes primarios.

Tasas de empleo en Ecuador:



García-Rubio et al. (2021) citando a INEC (2019)

Demuestra la caída de la tasa de empleo adecuado/pleno de 38,5% del último trimestre del año 2019 a 16,7% en el tercer bimestre del 2020 y un incremento del 34,5% en subempleo que a comparación del periodo anterior representaba el 17,8%, reducción de otro empleo no pleno al 2.8% y empleo no remunerado a 3.2%.

2.3 Medidas de contención

La pandemia del COVID-19 y las medidas de contención, han logrado tener impacto tanto económico-social, el gobierno tomó diversas medidas, causantes de paralización del país

desde el mes de marzo del 2020. Monesterolo (2020) describe estas medidas de prevención dirigidas al mercado laboral-productivo de resguardar la salud de los trabajadores/emprendedores y seguridad, comunicaciones sociales dentro trabajo y no perjudicar en gran medida la estabilidad de las familias, incorporar reformas con participación a nivel estatal del Ecuador. Dichas reformas se encuentran los acuerdos ministeriales y la ley de apoyo humanitario, girando en torno al trabajo vía internet, regulación de horarios laborales, pagos, vacaciones y reformas del CT respectivamente.

2.3.1 Impactos que sufrieron las empresas y emprendimientos en tiempo de pandemia Covid-19

A través de la pandemia Covid-19, varias empresas y emprendimientos tuvieron impactos económicos, en los bienes y servicios, como en los insumos y en la mano de obra del producto, desde la posición de la CEPAL del estudio de Alvarado-Choez et al. (2021) considerando un canal de distribución, estuvo más afectado el alcance mayorista y minorista del sector: comercial, hotelería, gastronomía, inmueble, entre otros. Por otro lado, los emprendimientos de menor ingreso fueron los más afectados, ya que unos estaban por comenzar en proceso emprendedor y otros por ser el único sustento diario optaron por cerrar, ya que hubo disminución en las ventas de productos y muchos de los alimentos caducaron, teniendo así un fracaso total en algunos negocios.

2.3.1.1 Afectación en la gestión financiera

Indicadores financieros y económicos:

Indicadores	No repercute	Impacto negativo	Impacto positivo
Facturación	7.3%	74.5%	18.2%
Rentabilidad	5.5%	76.4%	18.2%
Productividad	7.3%	73.6%	19.1%
Inversiones	12.7%	72.7%	14.5%
Endeudamiento	10.0%	74.5%	15.5%
Liquidez	6.4%	78.2%	15.5%

Cueva-Rivera y Erazo-Álvarez (2021)

En base a su investigación que la emergencia sanitaria repercutió mayoritariamente de manera negativa que positiva en los indicadores económicos-financieros bajó la rentabilidad, liquidez, volumen de ventas, rendimiento, inversión y elevación de endeudamiento a corto plazo. Inequívocamente el aislamiento social en la población ecuatoriana suscitó un efecto dominó en el interior de la mayoría de las empresas.

Fajardo y Soto (2018) mencionados por León-Bermeo, Silvana y Murillo-Párraga (2021) especifican que la gestión financiera una vez pasado el proceso de retroalimentación se centra en examinar la situación financiera de la empresa considerando: gestión, inversionistas y el mercado monetario; capital; futuro; derivados para corregir las estrategias planteadas inicialmente. Los autores además manifiestan que la situación financiera a nivel nacional, familias produjo obstaculización en el flujo de liquidez y crecimiento, también incide a los bancos y/o cooperativas ya cumplen el rol de intermediario al mercado financiero.

En el artículo que se citó a (Camino-Mogro, et al. 2020; Primicias, 2020) por Bravo-Neira y Matovelle-Romo (2021) los negocios por las medidas de cuarentena, demanda, efectivo, provocó el desplazamiento de trabajadores, cobranzas, Las microempresas corrían el riesgo en semanas para mantenerse sin generar suficiente efectivo, las medianas y microempresas en uno o dos meses.

2.3.1.2 Efecto en los insumos

Tal como expresan los autores Santiago et al. (2021) las medidas de sanitización impuestas por el decreto presidencial del Gobierno de Moreno 2020 a las empresas hubo insuficiencias de materia prima e insumos por parte de los proveedores con retrasos en la red logística hacia los puntos de venta rondando semanas para abastecer y cubrir la demanda.

2.3.1.3 Rotación de personal.

Como manifiesta (Silva et al., 2020; Orosco, 2013) citados por Saltos et al. (2022) precisan la importancia entre la seguridad del trabajo y trabajador que ofrece el empleador, de modo que, la alteración en el ambiente y condiciones laborales conduce a incidentes, rotación de colaboradores y productividad. Este reemplazo de trabajadores o disminución a causa de la distancia la residencia del empleado hasta el local, impedía en principio al no poseer un tipo de salvoconducto que le permitiera trasladarse apaciblemente de un cantón a la parroquia Iberia.

2.3.2 Consecuencias del COVID 19 en emprendimientos.

Los diversos autores (Maritz, 2020; Martins y Rialp, 2012; Mendoza y Toledo, 2009; Giles, 2020; Martínez y Bañón, 2020) comentados por Montiel et al. (2021) aluden que de la crisis sanitaria del 2020 se pudo abstraer beneficios a partir de la misma, adaptándose o haciendo relevante nuevos negocios por ejemplo el servicio de delivery y

órdenes en línea, estimulando a mejorar las capacidades de los emprendedores ante este tipo de ambiente, que a final de cuentas buscan generar nuevas plazas de trabajo y disminuir los daños. Por lo tanto, parte del éxito del emprendimiento radica en el espíritu emprendedor.

2.4 Capacidad Emprendedora

Una persona que tiene la capacidad emprendedora es racional y se enfoca en poder realizar de manera eficiente su trabajo, con una excelencia calidad creando beneficios para el consumidor. Incluyendo la creatividad y la orientación, aumentando la competitividad generando un cambio en el sector comercial del estado que se encuentra por medio de la pandemia Covid-19. Aguirre et al. (2016)

La capacidad de una persona se basa a su deseos, perseverancia y habilidades para analizar las estrategias que son más efectivas para poder reducir el impacto de riesgo que puede ocasionar, la capacidad emprendedora se refleja de las destrezas de emprender, con la percepción de oportunidades que se puede dar al momento de emprender: capacidad de los individuos para cubrir brechas de mercado y el grado en el que un potencial emprendedor responde a diferentes estados motivacionales Diez y Fernandez (2019).

Los autores (Campo-Ternerera et al., 2019; Solis et al., 2021; Querejazu, 2020) citados por Calanchez et al. (2022) describen las capacidades del emprendedor nacen junto a él/ella, se forma y obtiene conocimiento a través de experiencias para solucionar dificultades. Acotando a esta definición Garzón (2014) analizado por Zea-Fernández et al. (2020) la capacidad dinámica de diagnosticar los factores externos al emprendimiento/negocio para ser competente.

Heredia-Pineda y Erazo-Álvarez (2021) sostienen que durante las cuarenta a escala nacional se contempló dos situaciones en los emprendimientos: en el cual un tipo de emprendedor no calificado tenía problemas en la administración, planes de contingencia, y suposición de escenarios vulnerables al negocio, intereses altos en los precios; viéndose obligados a cerrar. Por otro lado, hubo el emprendedor que paga asesorías, busca información en fuentes fiables para manejar su idea de negocio.

2.4.1 Capacidad de gestión y asertividad de estrategias de los emprendedores.

De acuerdo a (Veciana, 1999; Codina, 2005; Acs y Audretsch, 1990; Laforet, 2013; Minniti y Bygrave, 2001) Sánchez et al. (2021) la prosperidad de las PYMES se deriva a las habilidades y conocimiento estos conceden características distintivas al empresario

desde la perspectiva gerencial. Díez et al. (2021) nombrando a (Otani, 1996; Clarysse et al, 2011) indican que la eficaz, eficiente y efectiva gestión es destinada a la ampliación del tamaño de la empresa, de manera que de micro pase a pequeña, pequeña a mediana y mediana a grande organización. Además, el plan de negocio pasa obligatoriamente a través del análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), cuyo trabajo es realizado por el emprendedor al observar y estudiar su entorno, para llevar a cabo las estrategias anexando las 4p, Zhingre-Orellana et al. (2020). .

2.5 Estrategias en tiempo de pandemia Covid-19 basado en los emprendimientos.

A principios de la pandemia hubo cambios en el comportamiento del consumidor del sector de la Iberia y este indicio se toma en cuenta las estrategias posteriores:

2.5.1 Marketing Digital:

Lozano-Torres et al. (2021) propone que independiente de la dimensión de la empresa o emprendimiento el marketing digital se acopla a ello ya que permite su divulgación, por medio de las redes sociales hacia su posicionamiento mejora la comunicación con el usuario consumidor mediante el marketing contenidos, oferta y compra en línea; y más aún en la cuarentena cuando las personas permanecieron en sus casas con dispositivos móviles con acceso a internet.

2.5.2 Estrategias de posicionamiento:

Andrade-Cevallos y Loo-Zambrano (2020) con la difusión de los atributos del producto y/o servicio, la forma correcta de transmitir el mensaje y captar la atención en las redes sociales u otro medio informático se logra estar presentes en la mente del cliente.

2.5.3 Estrategias de servicios:

Calle-Calderón et al. (2020) se realiza durante las ventas, donde el vendedor puede identificar las demás demandas e intereses del comprador, posteriormente de aprovecharía para brindar información soluciones y despejar dudas de los clientes en la aplicación de Inbound marketing.

2.5.4 Estrategias de fidelización:

Montejo et al. (2021) El diseño de esta estrategia recurre al inbound marketing por su gratuidad y no resulta como publicidad agresiva a los clientes potenciales además de la personalización del negocio.

3. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

3.1.1 Tipo de investigación:

La investigación de carácter descriptiva o método descriptivo de investigación, según Guevara et al. (2020) es una descripción de todos los componentes principales. De tal manera se pretende describir las características de la población a estudiar con relación de la pandemia Covid-19 sobre los emprendimientos que se encuentran establecidos en la parroquia La Iberia – El Guabo. Se maneja la investigación como primer parte de forma cualitativa para estudiar las dinámicas que han utilizado los emprendimientos durante la Pandemia para poder llegar a un punto de equilibrio dentro del mercado laboral, siguiendo la investigación de forma cuantitativa utilizando las diferentes herramientas de recolección de datos como son: Método Observacional, Estudios de Casos y Encuestas.

La investigación de tipo transversal según Casanova y Inciarte (2016), es por lo que se pretende conocer el nivel de afrontamiento de los emprendimientos de la Parroquia La Iberia perteneciente al Cantón El Guabo contra con el Covid-19, en un momento preciso al realizar la metodología de recolección de datos, se realizará la propuesta de investigación sobre las dinámicas que se utilizara en los emprendimientos.

3.1.2 Nivel de investigación.

La investigación que se ha realizado tiene un nivel de investigación descriptiva (Mousalli-Kayat, 2015), hace referencia que los estudios descriptivos buscan especificar los perfiles de personas, grupos o comunidades. Por lo tanto, lo único que se pretende es recopilar información de manera inmediata e independiente, utilizando las variables que se refieren al tema a investigar. Al realizar este tipo de investigación no solo se hace referente a la elaboración de tablas o gráficos, sino en recoger información o datos importantes para el estudio de la investigación a realizarse. De una manera cuidadosa y con atención al alto nivel para la selección de la muestra posible a realizar.

3.1.3 Diseño de la investigación

Según Gómez- Cano et al. (2022), el diseño no experimental es una investigación donde no se manipulan las variables y se hace una investigación de forma natural. por lo tanto este proyecto es de carácter no experimental debido a que se tomaron datos sobre el nivel de afrontamiento del Covid-19 en los emprendimientos de la parroquia la Iberia que posteriormente no se modificaron o manipularon por el investigador son datos confirmados a través de la revisión de literatura para luego poder analizarlos.

3.1.4 Método de la investigación

Según, (Cadena-Iñiguez, 2017), afirma que el método cuantitativo permite recoger y analizar datos numéricos. Por lo que para dicha investigación se determinó el método cuantitativo de manera se utilizara la herramienta online para realizar las respectivas encuestas a los habitantes de la parroquia La Iberia, utilizando la herramienta de investigación que fue la encuesta, la cual se encuentra bien estructurada, mediante la escala tipo Likert donde incrementando el grado de valor de 1 al 5 y efectuando preguntas cerradas de si o no, la cual se aplicaron mediante las herramientas online.

3.2 Instrumentos de Recolección de Datos

3.2.1 Población

Provincia de El Oro; población: 715.751 habitantes, según las proyecciones demográficas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) (Instituto nacional de estadísticas y censo, 2020).

3.2.2 Población de estudio

La población de estudio serán los comerciantes de la parroquia La Iberia-El Guabo. Para mayor investigación el cálculo de la muestra se llevó a cabo de acuerdo con la siguiente fórmula:

Parroquia La Iberia

Población de Emprendedores: 90

Población finita

N: 90

P: 0.5

Q: 0.5

Z: 95%= 1.96

E: 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 90}{(0.05)^2 * (90 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$n = 74$ **Emprendedores**

3.2.3 Muestra

Obteniendo el resultado de la muestra de emprendedores, el total de encuestas a realizar

es de 74 en la parroquia La Iberia, dado por la población que se obtuvo del total de emprendedores en dicha parroquia, tomando en cuenta que se realizará la investigación del parque central de La Iberia hasta antes del Puente del Río Jubones por lo que pertenece al Cantón El Guabo.

3.2.4 La Encuesta

Para la obtención de datos dentro del proyecto investigativo se aplicó el método de encuesta vía online, a los 90 emprendedores que se localizaron en la parroquia La Iberia-El Guabo, para la encuesta se tomará en cuenta los objetivos de estudio, para recolectar información relevante y posiblemente lograr el objetivo del estudio.

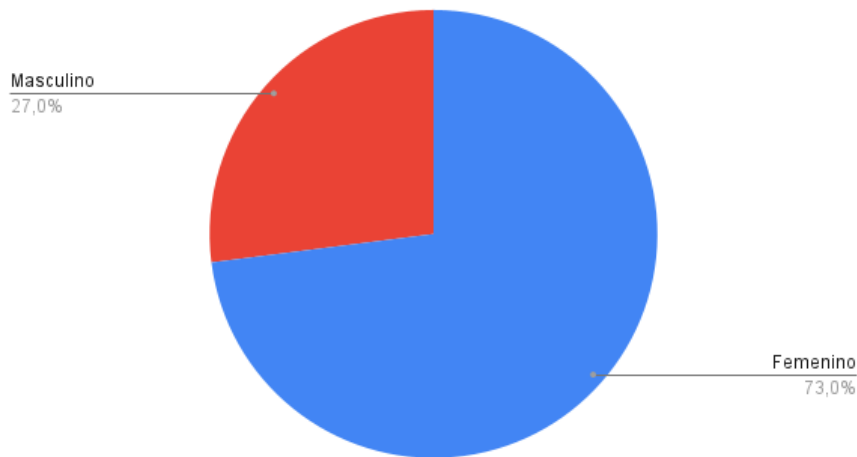
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis de los Resultados

De acuerdo con los datos obtenidos mediante la realización de encuestas a los diferentes emprendedores de la Parroquia La Iberia-El Guabo, se concluyó que con la llegada de la Pandemia Covid-19 y adicional las restricciones que establece el COE Nacional, ha afectado a sus emprendimientos por la poca demanda de sus productos o servicios que ofrecen. Ocasionando el cierre temporal de algunos negocios, al pasar el tiempo de la Pandemia los emprendedores optaron por innovar en sus negocios utilizando las diferentes estrategias de ventas online, las cuales eran la utilización de las redes sociales para acaparar más mercado y obtener la fidelización de sus clientes potenciales.

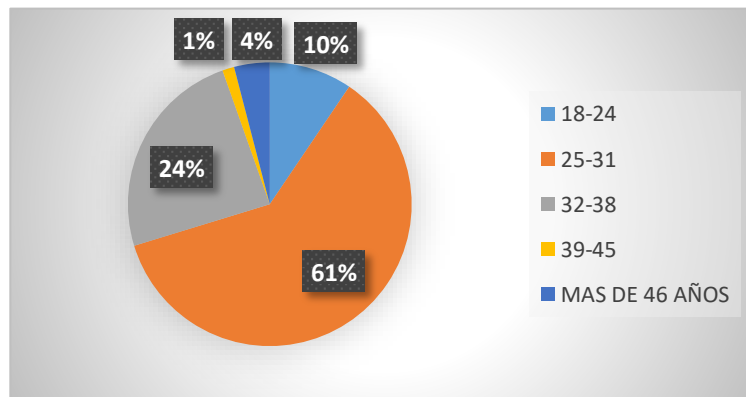
Por consiguiente los hallazgos encontrados en el método de la encuesta realizada a los emprendedores de la parroquia La Iberia-El Guabo se muestran a continuación.

1. Género



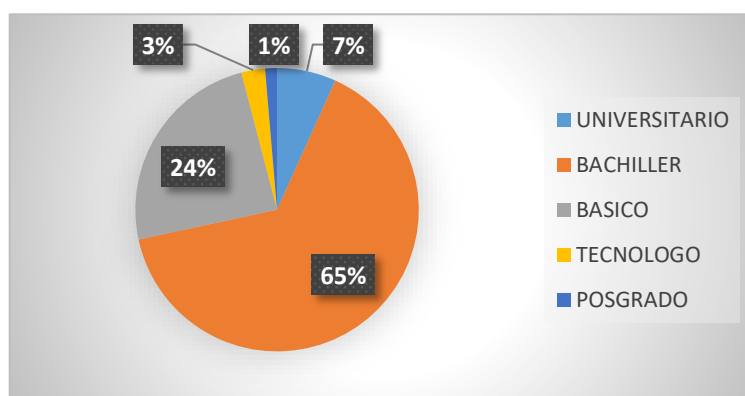
De acuerdo a las respuestas obtenidas por parte de las personas encuestadas de la parroquia la Iberia-El Guabo el 73% esta representados por el género femenino y el 27% restantes son masculinos, lo que quiere decir que los comerciantes o emprendedores de los negocios están representados con un alto porcentaje al género femenino los cuales son los dueños de estos establecimientos que siguen con su funcionamiento después de la Pandemia.

2. Edad



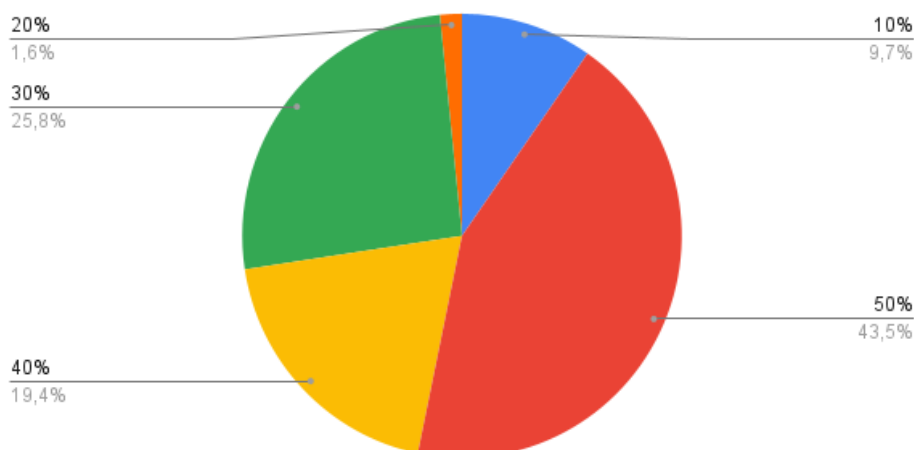
De acuerdo a los resultados obtenidos de la presente investigación, se obtuvo que en la Parroquia la Iberia-El Guabo el rango de edad por parte de los emprendedores son entre 25 a 31 años con un porcentaje del 61%, siguiendo un rango de edad entre los 32 a 38 años con un porcentaje del 24%. Dado con estos resultados se pudo determinar que los rangos de edad para los emprendedores son entre los 25 a 38 años.

3. Nivel Educativo



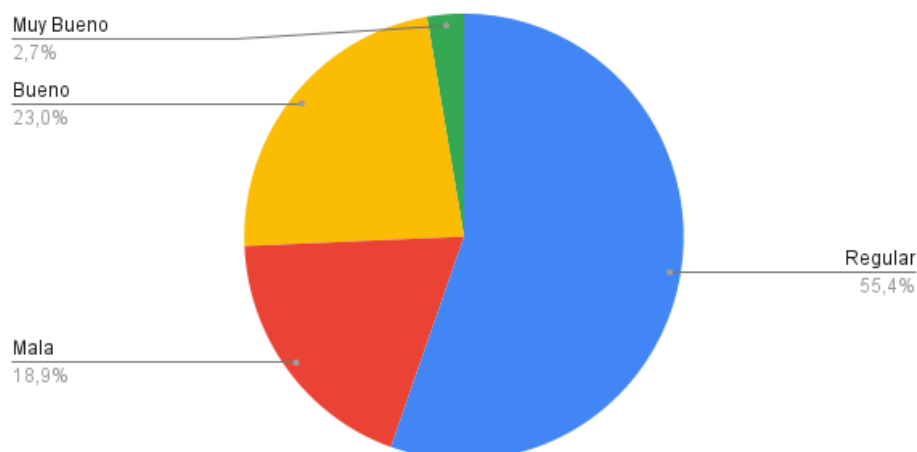
De acuerdo con los resultados obtenidos, se determinó que el rango de Estudios de los emprendedores de la parroquia La Iberia- El Guabo, tiene como rango Bachiller con porcentaje del 65%, seguido de un rango de Estudio Básico con porcentaje del 24%. Dado con estos resultados, se pudo determinar que los estudios que tienen los Emprendedores son entre Estudio Básico y Bachiller.

4. ¿En qué porcentaje afectó el inicio del distanciamiento social en sus ventas?



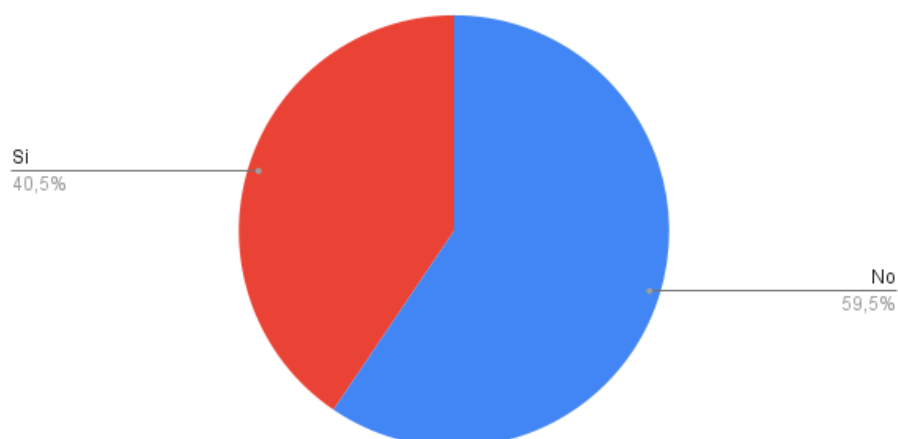
El porcentaje del 50% que afectó las ventas tiene un porcentaje del 43,5% de los emprendedores de la Parroquia La Iberia por lo cual ellos manifiestan que si les afecto el distanciamiento entre las personas en medio de la Pandemia, el siguiente del porcentaje que se tomara en cuenta es el del 30% que está ponderado con un 25,8% por lo cual también manifiestan que si le ha afectado el distanciamiento en sus ventas. Estos son los porcentajes más relevantes que se utilizarán en la investigación.

5. ¿Cómo calificaría sus conocimientos en gestión financiera para generar liquidez y rentabilidad durante el periodo 2020?



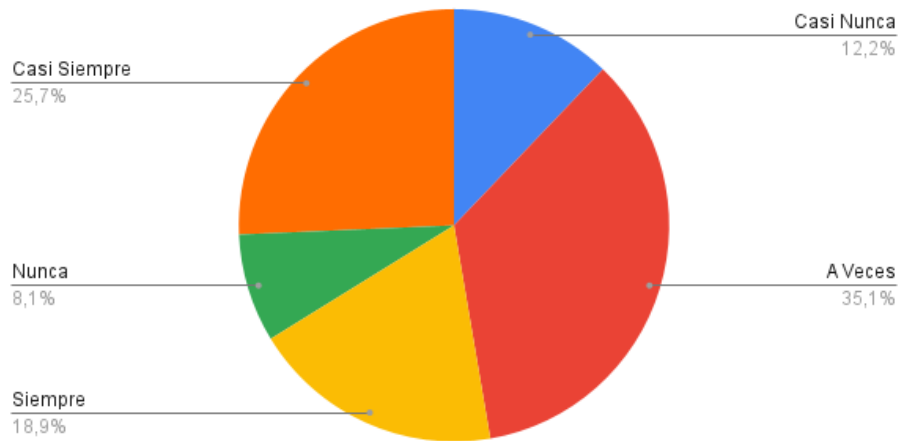
El control financiero que los emprendedores han optado durante la pandemia tiene como rango Regular con un porcentaje del 55,4%, seguido del rango Bueno con un porcentaje del 23% de la parroquia La Iberia. Lo que demuestra que existe un alto porcentaje que no ha podido planificar al 100% su control financiero durante la Pandemia del año 2020.

6. ¿Los ingresos por las ventas le permitieron a usted cubrir sus gastos de su emprendimiento?



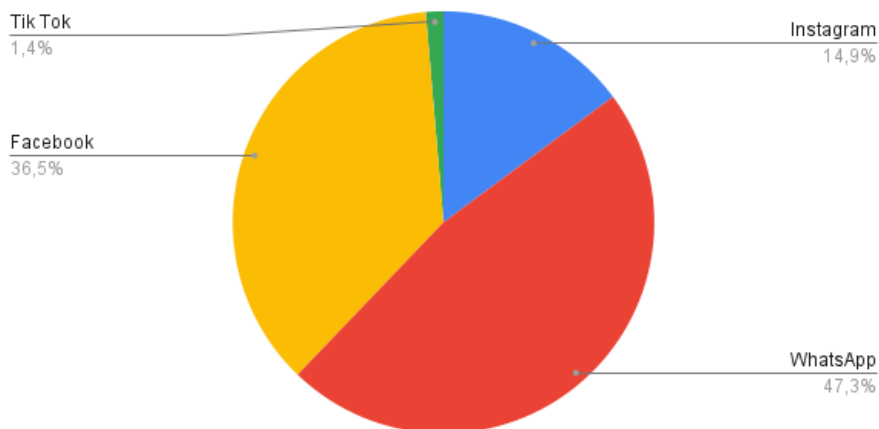
Según los datos obtenidos de las personas encuestadas indicaron que 44 (59,5%) de los emprendedores o propietarios de la parroquia La Iberia no han podido cubrir sus gastos del emprendimiento, por la baja clientela que existió durante la Pandemia. En tal caso, hubo 30 (40,5%) de los emprendedores que pudieron mantenerse durante toda la pandemia del año 2020. Lo que demuestra que es un alto porcentaje de emprendedores que tuvieron que optar por otros medios de ingresos.

7. ¿Usted qué tan seguido usaba las redes sociales para ofrecer su producto y/o servicio en la localidad de La Iberia?



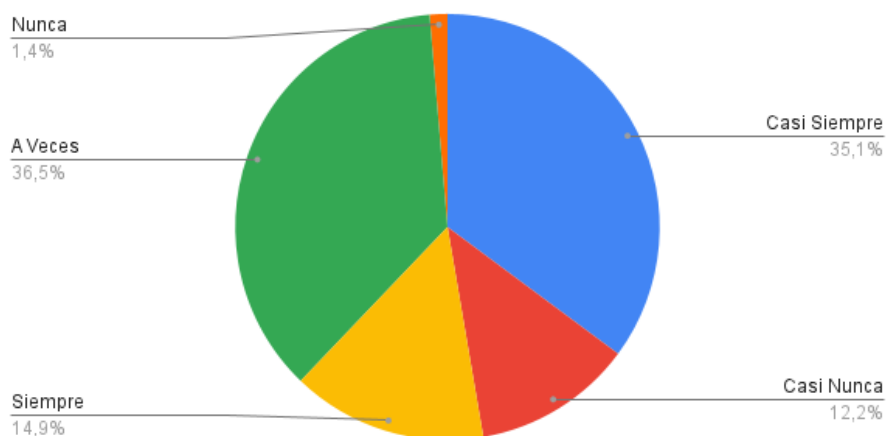
Según las respuestas obtenidas por las personas de la parroquia el 35,1% del rango A veces, los emprendedores han utilizado sus redes sociales para aumentar las ventas y el rango Casi siempre con un porcentaje del 25,7%. Han optado por estos medios de redes sociales, por motivo de la Pandemia para poder tener mayor alcance con sus clientes y lograr las ventas esperadas.

8. ¿Qué tipo de redes sociales utilizaba con frecuencia para ofrecer su producto y/o servicio?



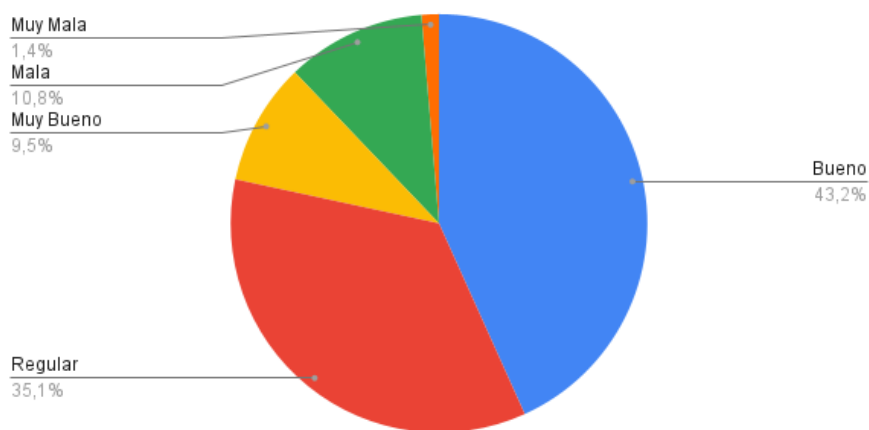
De acuerdo a las respuestas obtenidas la red social más utilizada es WhatsApp con 47,3%, seguido de Facebook con 36,5%. Por lo cual estos son los medios de redes sociales más utilizados por los Emprendedores de la parroquia la Iberia para ofrecer su producto y así tener un buen ingreso en sus ventas.

9. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales para fidelizar a su cliente?



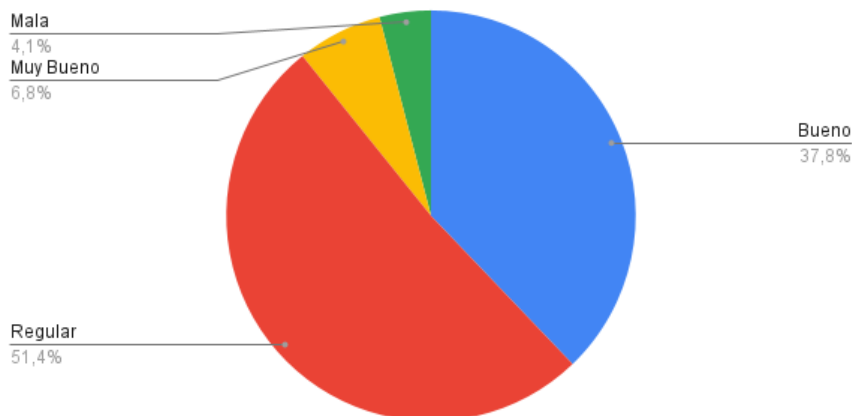
El rango A Veces con un porcentaje del 36,5%, seguido del rango Casi Siempre con un porcentaje del 35,1%. Los emprendedores utilizan sus redes sociales para mantener la fidelización de sus clientes con una estabilidad normal, por lo que existen competidores del mismo emprendimiento.

10. ¿Cómo calificaría al nivel de innovación de otros emprendimientos y negocios populares del año 2020?



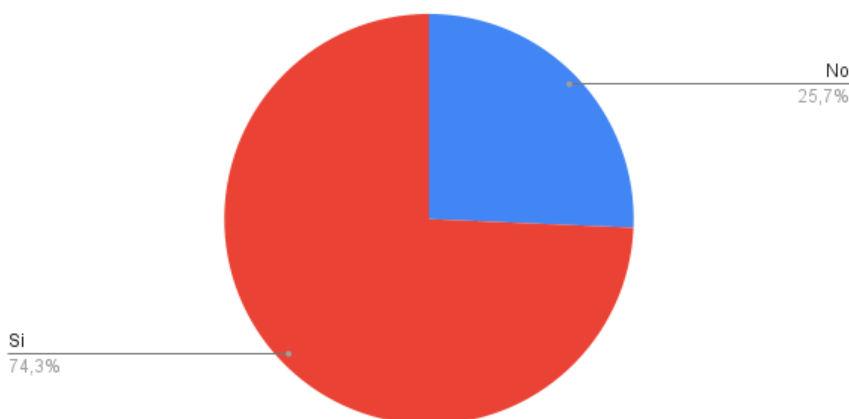
Según las respuestas obtenidas el 43,2% de los emprendimientos se lo categoriza como Bueno en su innovación, seguido de un 35,1% se lo categoriza como regular. Los emprendimientos van innovando dependiendo de su naturalidad y por medio de la Pandemia tuvieron que evolucionar a la era digital.

11. ¿Cómo calificaría la fidelidad de los consumidores hacia el negocio/emprendimiento?



Según las respuestas obtenidas el 51,4% lo califican con un rango Regular, seguido de un 37,8% con rango Bueno. Los emprendedores lo califican de esta manera, a pesar de utilizar los medios digitales la fidelización de los clientes hacia los distintos emprendimientos, se mantiene de un promedio Regular con las observaciones de los mismos propietarios.

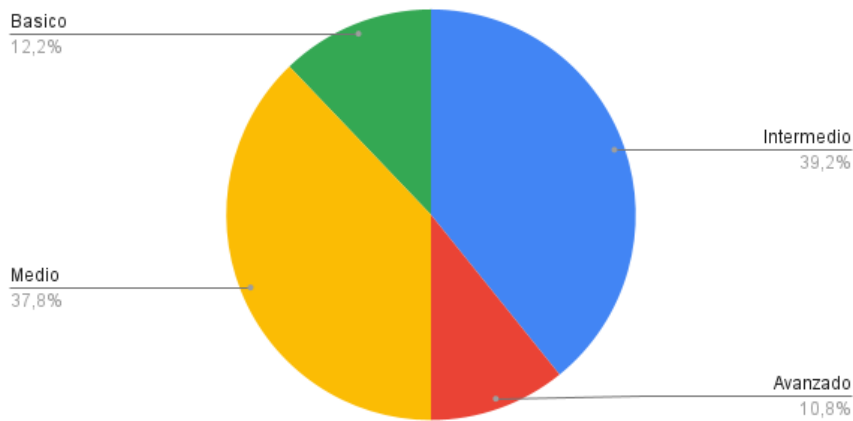
12. ¿Cree usted que como dueño de su emprendimiento tiene los conocimientos básicos de administración para garantizar la efectividad de las estrategias aplicadas al negocio?



Gran parte de los encuestados indicaron que si tienen conocimientos previos sobre la administración lo cual tienen una buena efectividad de las estrategias planteadas en su negocio, por otro lado las personas restantes responden que no, lo que quiere decir que

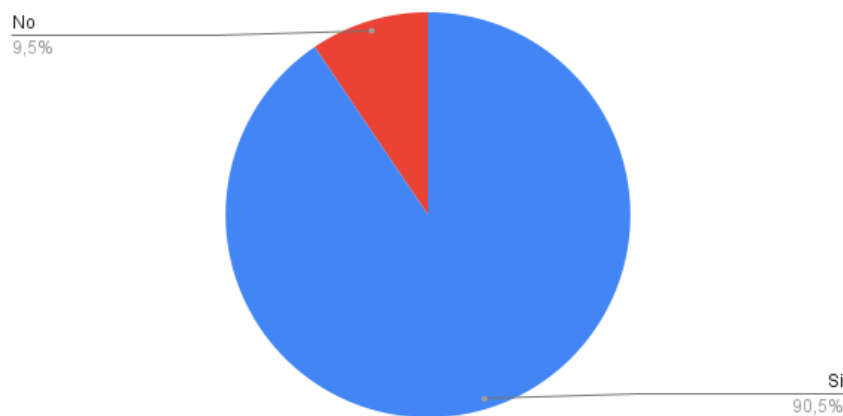
esto les perjudica tener una mayor evolución tanto en las ventas como en su administración.

13. ¿Cómo calificaría usted sus conocimientos de administración para garantizar la efectividad de las estrategias aplicadas su negocio?



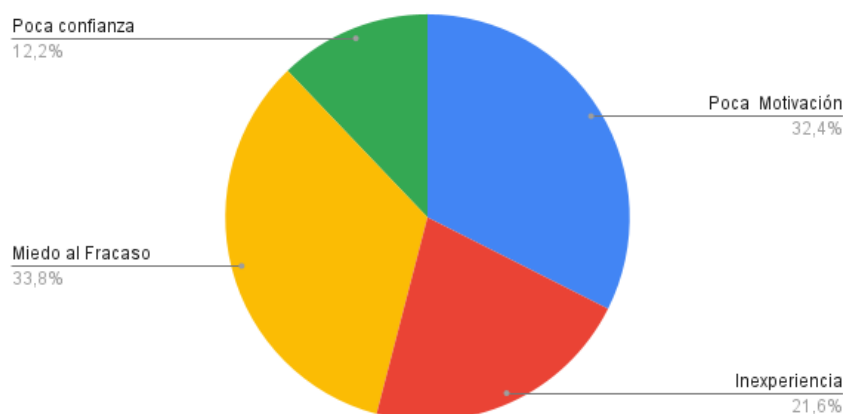
De acuerdo a las respuestas obtenidas el 51,4% lo califican con un rango Regular, seguido de un 37,8% con rango Bueno. Los emprendedores lo califican de esta manera, a pesar de utilizar los medios digitales la fidelización de los clientes hacia los distintos emprendimientos, se mantiene de un promedio Regular con las observaciones de los mismos propietarios.

14. Cree usted que los pequeños emprendimientos son la base clave para obtener conocimientos previos en el ámbito empresarial



De acuerdo a los resultados obtenidos a las personas encuestadas, hay un mínimo de personas que consideran que los pequeños emprendimientos no son la base clave para obtener conocimientos en el ámbito empresarial. Pero por otro lado la gran mayoría consideran que sí, por lo que indican que estos pequeños negocios les enseñaría a cómo organizarse y administrarse en sus propios negocios (más implementado) o en las organizaciones empresariales.

15. Según su punto de vista ¿Qué otros factores cree usted que le afectaría en su negocio y emprendimiento?



Según las respuestas obtenidas con un porcentaje del 33,8% los propietarios tienen un aspecto negativo al miedo al fracaso, por tal motivo no pueden desarrollarse de una mejor manera. Seguido de un porcentaje de 32,4% tienen un aspecto de Poca Motivacional, para poder innovar en sus emprendimientos de una manera más favorable.

4.2 Valoración de la Factibilidad: Dimensiones Técnica-Económica-Social-Ambiental.

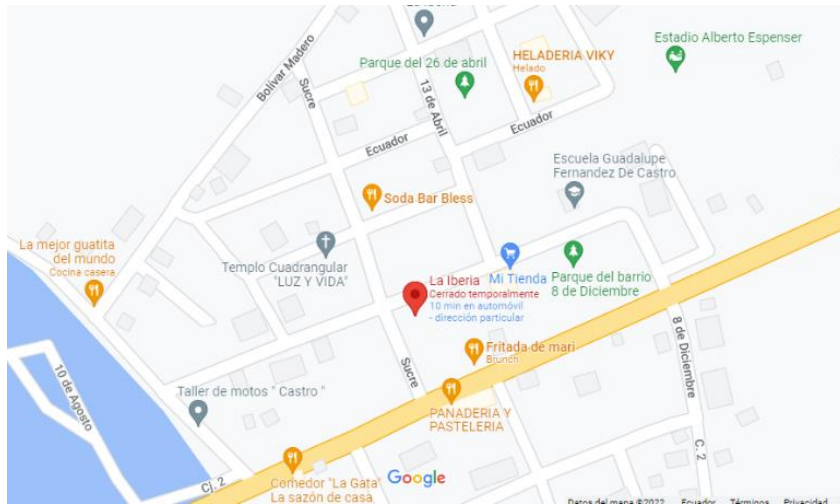
4.2.1 Dimensión Técnica

4.2.1.1 Ubicación

Este proyecto investigativo está desarrollado en la parroquia La Iberia el Cantón El Guabo, por lo tanto estos grandes y pequeños emprendimientos están ubicados en la parte céntrica de la Vía Panamericana brindando así una facilidad a los compradores de la adquisición del producto y servicios ofrecidos por los mismos.

4.2.1.2 Tamaño

La parroquia La Iberia cuenta con una población de 3.709 habitantes, según las proyecciones demográficas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) (Instituto nacional de estadísticas y censo, 2020), considerando este número de habitantes se ha podido evidenciar que 90 emprendimientos localizados dentro la parroquia La Iberia-El Guabo en donde se ha considerado para el tamaño del proyecto.



4.2.2 Dimensión Económica.

Según Gómez et al. (2018) definen que el tamaño económico o financiero que causa la investigación del proyecto, el costo que se estima para la realización y finalización de la investigación, se encuentra dividido en diferentes secciones.

COSTO DE LA INVESTIGACIÓN	
ITEMS	COSTO
INTERNET	\$ 0,00
VIÁTICOS	\$ 13,00
IMPRESIONES	\$ 2,00
TOTAL	\$ 15,00

4.2.3 Dimensión Social.

El autor (Gómez, 2015) indica que la dimensión social es el conjunto de ideas y de pensamiento propio de la sociedad en donde busca determinar las condiciones económicas, sociales y objetivas que influyen en su modo de vida. Mediante el proyecto se pudo ayudar de forma idónea a la sociedad, en donde los microempresarios al buscar herramientas alternas que permitan vender sus productos en tiempos de pandemia beneficiaron a la sociedad, se crearon empleos, y esto se da porque al momento de que las microempresas implementaron la venta en línea, tuvieron que contratar personal para poder ir a dejar esas entregas a las casas de los clientes, además ayudaron a la sociedad a mantenerse en sus casas y evitar así que se puedan infectar del covid-19.

4.2.4 Dimensión Ambiental.

Según los autores Laportilla- Estévez et al (2020) indican que es la relación entre la persona y su entorno, en donde se busca la conservación del medio ambiente, con el fin de poder cumplir todos los objetivos de entorno social, económico y cultural. El proyecto tiene como viabilidad ambiental que las microempresas en tiempo de pandemia utilizaron herramienta de venta online, por ende redujeron la contaminación ambiental, porque ya no se entregaba ningún tipo de factura o algún tipo de papel, además se utilizó mucho la herramienta del pago online o transferencia bancarias, lo cual ayudó mucho a los clientes a no salir de sus casas y hacer viajes largos para obtener el producto.

4.3 Contratación Teórica de los Resultados.

El autor (Dávila, 2020) indica que en tiempo de pandemia muchas de las empresas tuvieron que cerrar sus instalaciones, pero a raíz de esto se abrieron nuevas microempresas que brindan otro tipo de bienes y servicios que permitieron obtener ganancias a la población. Los resultados obtenidos en el proyecto se indica que muchas de las microempresas tuvieron que cerrar sus instalaciones en tiempos de pandemia por motivo que no obtenían las ganancias que le permitan sostenerse dentro del mercado, por este motivo surgieron nuevas microempresas que daban otro tipo de servicios o bienes que permitieron a la población de la Iberia-El Guabo poder obtener ganancias en tiempos de covid-19.

El autor Urribarri et al (2022) indican que la pandemia tuvo un impacto considerable en las microempresas, las cuales muchas de ellas tuvieron que innovar y otras tuvieron que buscar alternativas que permitan poderse mantener económicamente dentro del mercado. En la Parroquia La Iberia-El Guabo muchas de las microempresas se vieron afectada por la pandemia y de igual manera por las disposiciones que ordenaba el estado ecuatoriano por tal motivo tuvieron que innovar para poder así obtener ganancias y mantenerse dentro del mercado

Describir las estrategias usadas por los emprendedores durante la pandemia Covid-19.

Los autores Ortiz-Fajardo y Erazo-Álvarez (2021) indican que durante la pandemia muchas de las empresas buscaron estrategias de innovación y el implemento de nuevas tecnologías que permitiera poder obtener ganancias a las empresas y que estas puedan sostenerse dentro del mercado empresarial. En la parroquia La Iberia-El Guabo muchas de las microempresas tuvieron que buscar alternativas o estrategias como la venta online

o la entrega a domicilio, lo cual permitió a los emprendedores poder obtener ganancias y sostener la empresa en tiempos de pandemia.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Los impactos ocasionados por el Covid-19 a los emprendimientos pertenecientes a la parroquia La Iberia – El Guabo, fueron de manera medio-grave por lo que algunos establecimientos tuvieron disminución en sus ventas y otros emprendimientos el cierre temporal durante el lapso de tiempo que duró la pandemia.
- Las estrategias establecidas por los emprendedores durante la Pandemia Covid-19, las más utilizadas fueron: Fidelización de los clientes y Marketing Digital. De manera que se innovaron nuevos emprendimientos para poder lograr el objetivo de llegar su producto al cliente potencial.
- Se concluye que los factores de riesgo que fueron utilizados por los emprendedores se lo denomina la falta de confianza y motivación por parte de los clientes hacia ellos, por lo que esto les afectó en la innovación de su producto o servicio.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda que los emprendedores que aún siguen en funcionamiento, obtén una buena administración para que puedan definir si es rentable mantenerla activa durante la pandemia o debería realizar el cierre temporal
- Se recomienda ampliar las estrategias e integrar la de promoción (Oferta en los productos y Promociones o regalías en sus compras), para los clientes potenciales y los posibles clientes nuevos.
- Se recomienda a los emprendedores utilizar las estrategias ya definidas para sus clientes. logrando como objetivo aumentar la fidelización y confianza al instante que van a adquirir sus productos o servicios. Adicionalmente innovar o implementar el servicio de entrega a domicilio sin recargo, logrando así incrementar sus ventas y motivar a sus clientes.

5.3 Bibliografías

- Acosta, M. (Marzo de 2021). Las juventudes y el emprendimiento dinámico y de alto potencial. *UPGTO Management Review*, 6(1), 10-19. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8119115>
- Aguirre, J. J., Serrano Orellana, B., Pacheco Molina, A., & Brito Gaona, L. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*(81), 238-261. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5919079>
- Alvarado-Choez, D., Barreto-Madrid, R., & Baque-Cantos, M. (20 de Marzo de 2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid- 19. *Dialnet*, 6(3), 2145-2164. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926942>
- Andrade-Cevallos, N., & Looz-Zambrano, H. (2020). Ventaja competitiva de las farmacias como estrategia de posicionamiento en el mercado de Portoviejo. *Dialnet*, 5(2), 836-859. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7435325>
- Basilico, N., Guerrero, A., López, J., & Figueroa, D. (Julio de 2022). Efectos de las instituciones en la dinámica emprendedora del Mercosur durante el período 2002-2017. *Dialnet*, 23(2), 100-122. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8520419>
- Bravo-Neira, G., & Matovelle-Romo, M. (01 de Julio de 2021). Diagnóstico de empresas de comercialización de artículos de consumo masivo. *Redalyc*, 6(12), 1-18. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576868967021>
- Cadena-Iñiguez, P. R.-M.-Á.-C.-M.-J. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 8(7), 1603-1617. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342017000701603&script=sci_abstract&tlng=pt
- Calanchez, Á., Ríos, M., Silva, F., & Zevallos, R. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la Pandemia COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(1), 1-13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28069961020>
- Calle-Calderón, K., Erazo-Álvarez, J., & Narváez-Zurita, C. (Julio de 2020). Marketing digital y estrategias online en el sector de fabricación de muebles de madera. *Dialnet*, 5(10), 339-368. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7439112>
- Cantillon, R. (1755). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Especios*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Carlos Ornelas, C. E., Contreras González, L. E., Silva Olvera, M., & Liquidano Rodríguez, M. (enero-junio de 2015). El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano Conciencia Tecnológica. *Conciencia Tecnológica*(49), 46-51. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94438997006>
- Carvajal Zambrano, V., Nogueira Rivera, D., Lemoine Quintero, F. Á., & Mielles Solórzano, V. P. (Enero-Junio de 2021). EMPRENDIMIENTOS FRENTE AL COVID-19: IMPACTOS, REACCIONES Y REDES DE APOYO PERSONAL Y DIGITAL. *Revista Uleam Bahía*

- Magazine.*, 2(3). Obtenido de https://revistas.ulead.edu.ec/index.php/ulead_bahia_magazine
- Casanova, I., & Inciarte, A. (31 de 10 de 2016). *Integración curricular del perfil por competencias a partir de un ordenamiento transversal*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11323/1447>
- Castelo, J., León, k., Huerta, O., & Espinoza, L. (15 de Febrero de 2018). El emprendimiento como oportunidad para el desarrollo de la microempresa. *Dialnet*, 2(1), 284-299. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732857>
- Cueva-Rivera, X., & Erazo-Álvarez, J. (01 de Julio de 2021). Impacto socioeconómico del COVID-19 en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 77-113. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5768/576868967005/html/>
- Dávila, M. R. (2020). Emprendimiento global: una visión en tiempos de Covid-19. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(92), 1288-1295. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29065286040/html/>
- De la Hoz Villar, R., & Prieto Flórez, J. (2020). Emprendimiento, dinámica empresarial y empleo: Una revisión desde la óptica del crecimiento económico. *ANFIBIOS*, 11-18. Obtenido de <http://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/57/59>
- De la Hoz Villar, R., & Prieto, J. (2020). Emprendimiento, dinámica empresarial y empleo: Una revisión desde la óptica del crecimiento económico. *ANFIBIOS*, 11-18. Obtenido de <http://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/57/59>
- Diez, S., & Fernandez, P. y. (2019). Creación de una unidad de negocio de los graduados de pregrado. 11. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n27/a19v40n27p11.pdf>
- Diez, S., Vargas, M., & Acosta, N. (2021). Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento. *Redalyc*, 26(93), 1-12. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29066223022>
- Fajardo, M., & Soto, C. (2018). *Gestión Financiera Empresarial*. Machala - Ecuador: UTMACH, 2018. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12487/1/GestionFinancieraEmpresarial.pdf>
- Fischer, B., Rücker, P., & Queiroz, S. (2019). Emprendimientos de alto crecimiento en un país en desarrollo: ¿sistemas regionales o proceso estocástico? *Dialnet*, 64(1), 1-23. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6898776>
- Gómez, F. (2015). La dimensión social: un proceso sinérgico en la interacción universidad-comunidad a través de la función de extensión. *Investigación y Postgrado*, 30(1), 103-123. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872015000100006#:~:text=La%20Dimensi%C3%B3n%20Social%20tiene%20un,en%20Osu%20modo%20de%20vida.
- García-Rubio, M., Silva-Ordoñez, C., Salazar-Mera, J., & Gavilanez-Paz, F. (09 de Mayo de 2021). Modalidad teletrabajo en tiempos de pandemia COVID- 19 en Ecuador. *Redalyc*,

- 27(3), 168-180. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28068276015/html/>
- Gladys Patricia Guevara Alban, A. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 163-173. Obtenido de <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Gómez Cano, C. A., Sánchez Castillo, V., & Fajardo, M. Y. (2018). Los proyectos y sus dimensiones: una aproximación conceptual. *Contexto*. Obtenido de <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/885/1362>
- Gómez-Cano, C. A., Sánchez-Castillo, V., & Estrada-Cely, G. E. (Julio-Diciembre de 2022). Limitantes para la participación en los Semilleros de Investigación. *Cultura, Educación y Sociedad*, 13(2), 9-28. doi:<http://dx.doi.org/10.17981/culteducoc.13.2.2022.01>
- Heredia-Pineda, S., & Erazo-Álvarez, C. (1 de Julio de 2021). Diagnóstico de emprendimientos familiares frente al desempleo. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 390-418. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5768/576868967019/html/>
- Instituto nacional de estadísticas y censo. (2020). *Proyección de la población ecuatoriana por años calendario*. Quito: INEC. Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/03/proyeccion_cantonal_total_2010-202012016-v1.pdf
- Jordán Aguirre, J., Serrano Orellana, B., Pacheco Molina, A., & Brito Gaona, L. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción*, 238-261.
- Laportilla- Estévez, N. D., Santos-Abreu, I. C., & Fragosó- Martínez, A. J. (2020). La dimensión ambiental en la formación de profesionales de humanidades. *EduSol*, 20(73), 81-91. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=475765806007>
- León-Bermeo, S., & Murillo-Párraga, D. (01 de Julio de 2021). Análisis Financiero: Gestionar los riesgos en las Cooperativas de Ahorro y Crédito segmento 1. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 1-22. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576868967011>
- Lozano-Torres, B., Toro-Espinoza, M., & Calderón-Argoti, D. (Octubre de 2021). El marketing digital: herramientas y tendencias actuales. *Dialnet*, 7(6), 907-921. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383788>
- Mayer Granados, E. L., Blanco Jiménez, F. J., Alonso Neira, M. Á., & Charles Coll, J. A. (Enero-Marzo de 2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XXV(1), 107-127. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384409>
- Monesterolo, G. (30 de Julio de 2020). Impacto del Covid-19 en las relaciones laborales en Ecuador. *Redalyc*, 1, 79-118. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6002/600263979002/html/>
- Montejo, G., Perera, A., López, Z., & Sánchez, J. (2021). Redes sociales a bajo costo como estrategia del inbound marketing: Caso empresa Nidel. *Dialnet*, 6(1), 159-171. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8292905>

- Montiel, O., Flores, A., Ávila, E., & Sierra, S. (18 de Enero de 2021). "Tengo que sobrevivir": Relato de vida de tres jóvenes microemprendedores bajo COVID-19. *TeloS*, 23(1), 1-16. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/993/99365404006/99365404006.pdf>
- Montoya, L. A. (2019). Estilos de liderazgo de la alta dirección en industrias exportadoras de Barranquilla. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 575-591. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356017/html/>
- Moreira Menéndez, M., Bajaña Mendieta, I. D., Pico Saltos, B. R., Guerrero Ulloa, G. C., & Villarroel Bastidas, J. V. (2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 2(1). Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/263/259>
- Moreira Menéndez, M., Bajaña Mendieta, I. D., Pico Saltos, B. R., Guerrero Ulloa, G. C., & Villarroel Bastidas, J. V. (enero-junio de 2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 2(1). Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/263/259>
- Moreira Menéndez, M., De La Luz Bajaña Mendieta, I., Pico Saltos, B. R., Guerrero Ulloa, G. C., & Villarroel Bastidas, J. V. (2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 2(1), 1-22. Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/263/259>
- Moreno, L. (16 de Marzo de 2020). *Comunicación Gobernación*. Obtenido de <https://www.comunicacion.gob.ec/el-presidente-lenin-moreno-decreta-estado-de-excepcion-para-evitar-la-propagacion-del-covid-19/>
- Mousalli-Kayat, G. (2015). Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa. *Working Paper* . Obtenido de <https://www.researchgate>
- Muñoz, R., Muñoz, L., & Parrales, M. (21 de Julio de 2021). Plataformas virtuales: las apps como estrategia en el emprendimiento no tradicional. *Dialnet*, 8(31), 207-224. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8050359>
- Ortiz-Fajardo, H. A., & Erazo-Álvarez, C. A. (2021). Resiliencia empresarial en tiempos de pandemia: Retos y desafíos de las microempresas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 365-386. doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1293>
- Ovalles, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (22 de Enero de 2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Redalyc*, 23(81), 217-234. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767013/html/index.html>
- Reina Valles, V. M., Carrera Cuesta, P. Y., & Moreira Reina, L. B. (2021). Análisis de emprendimientos creados en tiempo de pandemia Covid-19 en el cantón Ibarra. *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de <file:///C:/Users/ingri/Downloads/2042-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4009-1-10-20210418.pdf>
- Rodríguez-Aguilar, V. R., Reina-Pinargote, C. R., Rodríguez-Moran, K. G., & Cañarte-Quimis, L. T. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-

19. *Revista Científica Ciencias económicas y empresarial*, 5, pp. 91-113. doi:DOI:
<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.298>
- Saltos, I., Paravic, T., & Burgos, M. (2022). Visibilización de condiciones de trabajo del personal de salud en Ecuador en tiempos de pandemia. *Revista Eugenio Espejo*, 16(2), 153-161. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5728/572870672021/html/>
- Sánchez, Y., Macías, M., & Mendoza, J. (2021). Diferencias en los determinantes del éxito en el emprendimiento en México, una perspectiva de género. *Redalyc*, 26(94), 1-19. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29069612023>
- Santander, F., & Rocco, A. (2022). Dinámica del emprendimiento para el desarrollo. *Dialnet*, 8(2), 136-158. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8468049>
- Santiago, V., Martínez, D., Alcaraz, M., & Córdova, A. (16 de Septiembre de 2021). EFECTO DEL COVID-19 EN LAS MIPYMES DE LA REGIÓN SERRANA DEL ESTADO DE SONORA. *Revista Mexicana Agronegocios*, 49, 1-16. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14169723004>
- Say, J. B. (1803). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(07). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Segura-Barón, U., Novoa-Matallana, H., & Burbano-Pedraza, M. D. (2 de Junio de 2019). Hacia un modelo educativo para el emprendimiento. *Redalyc*(87), 173-191. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/206/20663246010/html/>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 07(41), 7. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Urribarri, Á. C., Cubas, M. A., Aquino, R. L., & Peralta, F. J. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la Pandemia COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(1), 275-287. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28069961020/html/>
- Useche, M., Vásquez, L., Salazar, F., & Ordóñez, M. (2021). Fórmula estratégica empresarial para pymes en Ecuador ante la covid-19. *Redalyc*, 23(40), 1-22. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1872/187265084007/html/index.html>
- Useche-Aguirre, M., Pereira-Burgos, M., & Barragán-Ramírez, C. (1 de Octubre de 2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Redalyc*, 11(22), 271-286. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504568573005/html/>
- Valles, V. M., & Cuesta, P. Y. (s.f.).
- Vargas, M., & Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Redalyc*, 25(90), 709-720. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/html/>
- Zamora-Boza, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 15.

Zea-Fernández, R., Benjumea-Arias, M., & Valencia-Arias, A. (2020). Metodología para la identificación de las capacidades dinámicas para el emprendimiento en Instituciones de Educación Superior. *Revista Chilena de Ingeniería*, 28(1), 106-119. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7375604>

Zhingre-Orelana, S., Erazo-Álvarez, J., Narvaéz-Zurita, C., & Paulina-Moreno, V. (19 de Mayo de 2020). Plan de negocios para evaluar la viabilidad en el sector microempresarial de repuestos de vehículos. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonia*, 5(10), 1-22. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576869215014>

5.4 Anexos

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

UNIDAD ACADEMICA CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La Encuesta está dirigida a los emprendedores de los negocios de la parroquia La Iberia-El Guabo.

TEMA: DINÁMICA DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN TIEMPO DE PANDEMIA COVID-19 EN LA PARROQUIA LA IBERIA, CANTÓN EL GUABO EN EL AÑO 2020.

Objetivo de la Encuesta: Recopilar información sobre las dinámicas de los negocios de la parroquia La Iberia- El Guabo.

Preguntas para las Encuestas

1) Género

- Femenino
- Masculino

2) Edad

- 18 - 24
- 25 - 31
- 32 - 38
- 39 - 45
- 46 - 52
- 53 o más

3) Nivel Educativo.

- Básico
- Bachiller
- Tecnólogo
- Universidad
- Posgrado
- Otro

4) ¿En qué porcentaje afectó el inicio del distanciamiento social en sus ventas?

- 10%
- 20%
- 30%
- 40%
- 50%
- más

5) ¿Cómo calificaría sus conocimientos en gestión financiera para generar liquidez y rentabilidad durante el periodo 2020?

- Muy Mala
- Mala
- Regular
- Bueno
- Muy Bueno

6) ¿Los ingresos por las ventas le permitieron a usted cubrir sus gastos de su emprendimiento?

- Si
- No

7) ¿Usted qué tan seguido usaba las redes sociales para ofrecer su producto y/o servicio en la localidad de La Iberia?

- Nunca
- Casi Nunca
- A Veces
- Casi Siempre
- Siempre

8) ¿Qué tipo de redes sociales utilizaba con frecuencia para ofrecer su producto y/o servicio?

- Facebook
 - WhatsApp
 - Instagram
 - Tik Tok
 - Otros
- 9) **¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales para fidelizar a su cliente?**
- Nunca
 - Casi Nunca
 - A Veces
 - Casi Siempre
 - Siempre
- 10) **¿Cómo calificaría al nivel de innovación de otros emprendimientos y negocios populares del año 2020?**
- Muy Mala
 - Mala
 - Regular
 - Bueno
 - Muy Bueno
- 11) **¿Cómo calificaría la fidelidad de los consumidores hacia el negocio/emprendimiento?**
- Muy Mala
 - Mala
 - Regular
 - Bueno
 - Muy Bueno
- 12) **¿Cree usted que como dueño de su emprendimiento tiene los conocimientos básicos de administración para garantizar la efectividad de las estrategias aplicadas al negocio?**
- Si
 - No
- 13) **¿Cómo calificaría usted sus conocimientos de administración para garantizar la efectividad de las estrategias aplicadas su negocio?**
- Avanzado

- Intermedio
- Medio
- Básico

14) Cree usted que los pequeños emprendimientos son la base clave para obtener conocimientos previos en el ámbito empresarial

- Si
- No

15) Según su punto de vista ¿Qué otros factores cree usted que le afectaría en su negocio y emprendimiento?

- Inexperiencia
- Poca de Motivación
- Poca de confianza
- Miedo al Fracaso