



Dificultades comerciales y retos digitales de emprendedores: Gestión e Innovación

Commercial difficulties and digital challenges of entrepreneurs: Management and Innovation

Dificuldades comerciais e desafios digitais dos empreendedores: Gestão e Inovação

Aura Julissa Arcentales Montalvo ^I
julissa.arcentales@utelvt.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-4424-2784>

Jorgeli Ayoví Caicedo ^{II}
jorgeli.ayovi@utelvt.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2963-6825>

Glenda Barboza Quintero ^{III}
glenda.barboza@utelvt.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-7880-9246>

Kelly Johanna Estrada Realpe ^{IV}
kelly.estrada@utelvt.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-8723-8411>

Pedro Cesar Godoy Rosero ^V
cesar.godoy@utelvt.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1944-7801>

Correspondencia: julissa.arcentales@utelvt.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de diciembre de 2022 * **Aceptado:** 12 de enero de 2023 * **Publicado:** 08 de febrero de 2023

- I. Magíster en Formulación Evaluación y Gestión de Proyectos Sociales y productivos, Docente Investigador en la facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Ecuador.
- II. Magíster en Administración de Empresas, Docente Investigador en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Ecuador.
- III. Licenciada en Comunicación Social, Funcionaria de la Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Ecuador.
- IV. Magíster en Seguridad de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, Docente Investigador en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Ecuador.

Resumen

El objetivo de la investigación plantea relacionar las innovaciones que han adoptado los emprendedores al momento de afrontar la crisis económica y empresarial que se ha generado a partir de la pandemia producida por el Coronavirus (COVID 19), la inseguridad en los negocios, y como han llevado a cabo las diferentes estrategias de reactivación económica para mantener activa su dinámica comercial. Se analiza la gestión innovadora adoptada en los emprendimientos en la crisis económica y empresarial encarecida además por la inseguridad a nivel local, considerando las dificultades de negocio, así como las estrategias de comercialización innovadoras adoptadas mediante el impulso digital para la sostenibilidad de los establecimientos comerciales. Mediante un estudio cuantitativo, se analizaron encuestas realizadas a 4.700 emprendedores de ciudad de Esmeraldas – Ecuador, aplicando la analítica de datos en el software SPSS; la información fue recolectada a través de un cuestionario validado estadísticamente con 0,7 de coeficiente de Alfa de Cronbach. Se determinó que el 59% de los emprendedores aplican estrategias innovadoras y recursos tecnológicos para incrementar las ventas. Los hallazgos del estudio señalan que los emprendedores requieren de asistencia integral en sus negocios para fortalecer sus competencias de comercialización, incluyendo para ello medidas ante la inseguridad en los establecimientos comerciales.

Palabras Clave: Emprendimiento, dificultades empresariales, gestión innovadora, estrategias tecnológicas.

Abstract

The objective of the research is to relate the innovations that entrepreneurs have adopted when facing the economic and business crisis that has been generated from the pandemic produced by the Coronavirus (COVID 19), insecurity in business, and how they have carried out the different economic reactivation strategies to keep its commercial dynamics active. The innovative management adopted in the ventures in the economic and business crisis, also made more expensive by insecurity at the local level, is analyzed, considering the business difficulties, as well as the innovative marketing strategies adopted through the digital impulse for the sustainability of commercial establishments. Through a quantitative study, surveys carried out on 4,700 entrepreneurs from the city of Esmeraldas - Ecuador were analyzed, applying data analytics in the SPSS software; The information was collected through a statistically validated questionnaire with

a 0.7 Cronbach's Alpha coefficient. It was determined that 59% of entrepreneurs apply innovative strategies and technological resources to increase sales. The study's findings indicate that entrepreneurs require comprehensive assistance in their businesses to strengthen their marketing skills, including measures to deal with insecurity in commercial establishments.

Keywords: Entrepreneurship, business difficulties, innovative management, technological strategies.

Resumo

O objetivo da pesquisa é relatar as inovações que os empresários adotaram diante da crise econômica e empresarial gerada pela pandemia produzida pelo Coronavírus (COVID 19), insegurança nos negócios e como eles têm realizado as diferentes estratégias de reativação para manter ativa sua dinâmica comercial. Analisa-se a gestão inovadora adotada nos empreendimentos na crise econômica e empresarial, também onerada pela insegurança em nível local, considerando as dificuldades empresariais, bem como as estratégias inovadoras de marketing adotadas por meio do impulso digital para a sustentabilidade dos negócios estabelecimentos. Por meio de um estudo quantitativo, foram analisadas pesquisas realizadas com 4.700 empresários da cidade de Esmeraldas - Equador, aplicando análise de dados no software SPSS; A informação foi recolhida através de um questionário validado estatisticamente com um coeficiente Alpha de Cronbach de 0,7. Foi determinado que 59% dos empreendedores aplicam estratégias inovadoras e recursos tecnológicos para aumentar as vendas. Os resultados do estudo indicam que os empresários precisam de assistência integral em seus negócios para fortalecer suas habilidades de marketing, incluindo medidas para lidar com a insegurança nos estabelecimentos comerciais.

Palavras-chave: Empreendedorismo, dificuldades empresariais, gestão inovadora, estratégias tecnológicas.

Introducción

Durante los años del 2020 al 2022, la humanidad se vio inmersa en una pandemia que modificó el comportamiento, hábitos de adquisición, gustos y preferencias del mercado consumidor de bienes y servicios que provee el comercio en sus diversas manifestaciones; los brotes de inseguridad por actos delictivos contra la ciudadanía en general, y particularmente en los establecimientos

comerciales en el Ecuador muestran en este estudio una relación significativa de las variables de estudio, lo cual ha provocado afectaciones económicas para los emprendedores.

Los emprendedores en sus negocios ofertaron sus productos por diversos canales no tradicionales, puesto que se encontraron inmersos en un contexto de temor e incertidumbre debido a los inconvenientes no previstas dentro de sus planes estratégicos, se reformularon nuevas estrategias de comercialización para poder solventar el problema de venta y distribución de sus productos y servicios para de esta manera sostenerse ante la crisis social, económica y comercial de contexto local, nacional e internacional.

La pandemia obligó a los gobiernos a confinar a los ciudadanos de cada uno de los países para evitar la propagación del virus, situación que también se presentó en el Ecuador, siendo su escenario más crítico las ciudades de mayor índice poblacional y las de sector fronterizo. Dentro de este confinamiento hubo restricción de movilidad y las empresas tuvieron que cerrar sus puertas, los únicos servicios autorizados fueron los de salud, abastecimiento de víveres, alimento y la banca. Las empresas en Ecuador luchan por sobrevivir y generar valor dentro del contexto de la pandemia e inseguridad, para lo cual, combinan recursos y acciones en pro de una menor afectación en sus negocios, cliente y trabajadores; al no poder generar mayores ingresos tuvieron que optar por minimizar sus costos, de los cuales, los mayormente afectados fueron en gasto de personal, lo que produjo una baja productividad y por ende una baja rentabilidad que trajo consigo un deterioro de la imagen corporativa, la disminución de sus ingresos y en muchos casos el cierre de las mismas.

Los emprendimientos se caracterizan por ser trascendentales en el crecimiento de la economía de un país, sin embargo, la evolución de la tecnología y la crisis ocasionada por el covid19 se han convertido en generadores de cambios de las ventas físicas, situación que ha llevado a los emprendimientos tradicionales a incursionar en el comercio electrónico, siendo esta una herramienta imprescindible para realizar transacciones de compra y venta de productos en forma virtual.

Los problemas por inseguridad durante el año 2022 han impactado en la actividad económica, ocasionando así el colapso rápido y sin precedentes de la producción. Como consecuencia directa por incremento de inseguridad, se han perdido muchas empresas afectando principalmente al sector de servicios y turismo. En este sentido, los emprendedores han reinventado sus estrategias de comercialización para seguir implementando ideas en beneficio de sus actividades y poder obtener una respuesta positiva por parte de los consumidores.

En esta investigación se analizó los cambios en el comportamiento de los emprendimientos afectados por la pandemia y la inseguridad en la ciudad de Esmeraldas, con el fin de identificar las dificultades que influyen en el desarrollo de la actividad emprendedora, de acuerdo a estudios, se considera que los emprendedores deben de contar con un plan de negocios que permita salir de la crisis y lograr una reactivación económica, además existe otros inconvenientes que no permiten que el negocio obtenga rentabilidad tales como el peligro de contagio, la competencia y la delincuencia.

La crisis económica causada por la pandemia, hizo que los gobiernos de los países de América Latina y el Caribe desarrollen nuevas políticas públicas y planes de reactivación económica adoptando enfoques diferentes para manejar los mercados laborales, aumentando el uso de internet, emprendimientos que se han adaptado a la pandemia, enfrentando nuevos desafíos para navegar con éxito en su crecimiento, como la comunicación, entretenimiento y compras en línea. (Aguilar Talamante, Patricia Heredia, 2020)

Los emprendimientos por necesidad se dan por diferentes circunstancias, ya sea por tener mayor fuente de ingresos o por la falta de empleo, el cual hace que las personas obtén por los emprendimientos que permitan solventar sus necesidades. También ayudan al crecimiento de la economía de un país, sin embargo, la resiliencia por los avatares de las dificultades atravesadas permitieron que los emprendedores se apoyen en las tecnologías de la información y de las comunicaciones y en nuevas formas de comercializar, como la aplicación del electrónico, siendo esta una herramienta importante para la compra/venta de productos en forma virtual. las MIPYMES contribuyen al desarrollo económico por ende la productividad en las micro, pequeñas y medianas empresas que se obtiene por medio de innovación, creando mayor competitividad y sobre todo considerando los factores de rentabilidad, capital humano y tecnología. (Alvarez, 2021)

El fuerte impacto que acarreó el Covid-19 a la economía ecuatoriana, ha creado en las MiPymes la necesidad urgente de reinventarse, esta crisis ha cambiado la forma en que funcionan estas empresas y ha obligado a pensar a este grupo de agentes económicos que representan el 99.5% del tejido empresarial (microempresas 90,78 %, pequeñas 7,22 % y medianas 1,55 %), dinamizan la economía con el 60% de empleo y el 50% al Producto Interno Bruto (PIB) de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) cómo comprar, vender y sobre todo funcionar en la nueva realidad exigida por el Covid-19. (INEC, 2020)

Los datos del GEM, indican a escala nacional que Ecuador está en uno de los primeros lugares de emprendimiento, le siguen países como Chile con un 25.9%, Colombia con un 22.7%, y, por último, Perú con una tasa emprendedora del 22.2% (Katty Cecilia Jiménez-Garcés, 2017). Los datos apuntan que en Esmeraldas están afectados por 20.000 trabajadores del sector servicios y turismo principalmente y se han perdido muchas empresas en la ciudad.

Tras un estudio realizado por estudiantes del cantón Ibarra se obtuvo que el 60% de los encuestados respondieron que crearon los emprendimientos en el cantón Ibarra sin un estudio previo, es decir con un conocimiento empírico, sin conocer lo que realmente es un plan de negocios viable a largo plazo que permita mejorar sus ingresos económicos y lograr una mejor calidad de vida para su familia, mientras que el 40% manifestaron que no lo crearon. El 79.8% de las personas encuestadas respondieron que, en esta época de pandemia se ven afectados sus ingresos económicos, ya que se ha dado la reducción del sueldo, desempleo, se redujo considerablemente la jornada laboral, despidos intempestivos, cierre de los negocios, etc. (Verónica Maribel Valles-Reina, 2021)

Actualmente los emprendedores se enfrentan a grandes oportunidades, y a la vez, a grandes retos y dificultades, como la degradación del medio ambiente y sus consecuencias en la crisis económica mundial y local en las empresas, el bajo nivel de innovación disruptiva que no solo afecta a la producción sino también a la baja calidad de los bienes y servicios que se ofertan. (Vizuite, 2020). Las consecuencias directas de la pandemia sufrida por el Covid-19, las economías de los países se han ralentizado (por no decir parado). La pandemia ha generado oportunidades, ha acelerado procesos de cambio y transformación que llevaban pendiente algunos años como la digitalización de las empresas, el teletrabajo o la formación online. En estos momentos, en el que el planeta está sumido en una crisis sanitaria, social y económica sin precedentes, el emprendimiento digital, tecnológico, audiovisual, sanitario, etc. ha crecido, se están impulsando proyectos de utilidad a raíz de nuevos problemas, demandas diferentes, modificación de pautas de consumo y de ocio que la “nueva normalidad” va a requerir. (Lafebre, 2020)

En tiempos de Covid-19 el uso de la tecnología se ha vuelto prácticamente un requisito obligatorio a nivel empresarial, más si se trata de actividades comerciales. Si una empresa no se adapta a las tendencias actuales, fácilmente terminaría perdiendo su mercado. Las formas tradicionales de negociación, compra y venta, se han transformado en las empresas debido al buen uso que se le atribuye a la tecnología. (Allan Elvis Pesántez-Calva et all, 2020)

Al paso del tiempo se han podido observar diferentes tipos de medios y canales de compras, alguno de los canales que más destacan son las páginas web, la mensajería instantánea como WhatsApp, redes sociales como Instagram o Facebook, aplicaciones móviles, como mercado libre y otros tomando en cuenta que el mayor porcentaje de utilización corresponden a la mensajería instantánea como WhatsApp con un 49% y las aplicaciones móviles con un 44%. (CECE, 2020)

De acuerdo con la teoría sobre la clasificación de emprendedores hoy por la pandemia encontramos diferentes clases de emprendedores por accidente, oportunistas y por necesidad, deseando en la actualidad tener un emprendedor visionario. Un emprendedor en tiempos de pandemia según (Magill, 2005), indica que “es importante que los negocios tengan objetivos claros y consideren algunas especificaciones que les ayudarán a construir negocios exitosos. Para recordarlo de manera sencilla: los compradores de los países más desarrollados quieren encontrar su artículo rápido, envíos eficientes, así como devoluciones eficaces, así que en eso hay que enfocarse. Es muy importante que los vendedores se aseguren de tener anuncios de calidad, cuidando sus títulos, descripciones y especificaciones como vendedor y a su credibilidad, lo cual al final del día es lo que un comprador está buscando al comprar”.

El emprendimiento se vincula con la innovación, porque aporta al desarrollo económico, está íntimamente relacionado con la flexibilidad y el conocimiento, factores que son fuente de competitividad en una economía mundial globalizada, donde la transformación tecnológica y la competencia global cada vez es más intensa, lo que provoca la necesidad del gobierno sustente políticas encaminadas a fomentar el emprendimiento y resolver sus problemáticas a partir de la crisis actual. (Aguilar Talamante, Patricia Heredia, 2020)

Por ultimo podemos asegurar que el papel del tejido empresarial y, principalmente, de los emprendedores es destacado por los gobiernos considerándolos el pilar esencial en el que se tiene que sostener la economía del país para poder salir de la crisis y la importancia de fomentar la cultura y la educación del emprendimiento, que permitan reaccionar de forma inmediata ante este tipo de situaciones , mediante herramientas como la capacitación financiera, planificación y control, rentabilidad, factibilidad; siempre buscando el enfoque del negocio que conlleven al éxito.

Materiales y métodos

De acuerdo a investigaciones de (Roberto Hernández, Carlos Fernández, Pilar Baptista, 2010), este estudio es de tipo descriptivo, en el cual se realizó el análisis de los datos en el software SPSS a

4.700 emprendimientos de la provincia de Esmeraldas -Ecuador, aplicando para ello un estudio cuantitativo que permitió analizar las variables del objeto de estudio; la información fue recolectada a través de un cuestionario aplicado físicamente, se lo validó de acuerdo a criterio de expertos, así como de manera estadística, generando el 0,7 de coeficiente de Alfa de Cronbach (Cienfuegos y Cienfuegos, 2016).

Se valió del método inductivo partiendo de premisas particulares para luego inferir los resultados de la muestra hacia toda la población (Medina H., Fernando, Marco Galván, 2017). El objeto de estudio tiene relación con el análisis cuantitativo de las dificultades comerciales y retos digitales de emprendedores. Se realizó la comparación de variables relacionadas con las variables del estudio considerando para ello básicamente los efectos de la pandemia, la inseguridad en los establecimientos comerciales de los emprendedores en la ciudad de Esmeraldas, esta investigación se aplicó en base a los antecedentes de estudio, así como a las experiencias obtenidas del contexto de investigación.

Tabla 1

Fiabilidad estadística

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de
0,7	elementos
	18

Fuente: Cuestionario sobre dificultades comerciales y retos digitales de emprendedores 2021/2022 n=4700

Dificultades en la gestión comercial de los emprendimientos

La gestión comercial es un proceso complejo a cualquier nivel cuyo objetivo es alcanzar altos índices de eficiencia en las compras y ventas y optimizar el tiempo de las operaciones. Durante el desarrollo de estas actividades se deben gestionar clientes, proveedores, contratos, ofertas, facturas, entre otros documentos. En todo momento los procesos deben quedar debidamente interrelacionados y con la trazabilidad de todas las operaciones. El volumen de información que se

genera es elevado, dificultando el trabajo de los diferentes actores que deben tomar decisiones oportunas y realizar análisis de inteligencia comercial (Rosa Elena Peña-Lallanilla et all, 2022).

La gestión del emprendimiento y la innovación en el producto y los procesos, son factores que deben ser observados por los administradores como una base crítica para crear la ventaja competitiva sustentable en un ambiente de negocio rápidamente cambiante y con incertidumbre. Además, constituyen capacidades para el crecimiento sustentable de los negocios, la actividad económica y el sustento para mantener firme la actividad comercial. Mediante la revisión de la literatura, algunos autores han demostrado que el emprendimiento y la innovación son factores relevantes en la sostenibilidad y sustentabilidad económica y financiera de los emprendedores (Jorge Armando López-Lemus, María Teresa De la Garza Carranza, 2020).

En el contexto de estudio, la mayoría de los emprendimientos no poseen la informatización necesaria en sus procesos claves, muchos de estos, no utilizan un sistema de gestión comercial diseñado y adecuado a las necesidades de la actividad que desarrollan; los comerciantes tienen dificultades para tomar decisiones financieras que les permitan minimizar los riesgos para sacar adelante su negocio (Pedro Cesar Godoy-Rosero et all, 2022).

Del mismo modo, y a pesar de los procesos y acciones de sostenibilidad en los establecimientos comerciales y dueños de emprendimientos, las afectaciones a los pequeños negocios que tratan de sortear los efectos de la pandemia, y de la situación económica del país, últimamente se han visto afectados por los estragos de la inseguridad por robos y extorsión en los centros de comercio local, lo cual produjo un enorme perjuicio a la economía para los emprendedores.

Retos digitales de emprendedores

Estudios realizados en torno a emprendimientos y la aplicación de la tecnología como soporte para la comercialización revelan que frente a las dificultades de las variables analizadas en este estudio, los modelos de negocio que utilizan aplicaciones digitales en la actividad comercial, generan mayor ingreso y flujo económico que aquellos negocios que se quedan al margen de la tecnología (Pedro Cesar Godoy-Rosero et all, 2021).

Tabla 2

Correlación de medias, mediante la estadística de muestras emparejadas sobre la utilización de aplicaciones digitales y el flujo del dinero en el emprendimiento

	N	Correlación	Sig.
Utiliza_App_Media	5.500	,643	,000
Flujo dinero Media			

Cuestionario sobre Gestión de Emprendimientos 2021 n=5500

Desde una perspectiva de crecimiento económico, (María Cristina Useche-Aguirre et all, 2021), los emprendimientos se encuentran en procesos de ajustes internos por necesidades propias e influidos desde el entorno por la crisis sanitaria, las políticas públicas y el nuevo marco regulatorio y la inseguridad, plantea que se requiere un viraje profundo de los emprendimientos, donde la digitalización de los procesos y el giro hacia lo digital son las bases para el resurgimiento económico; sin embargo, esto implica desafíos y esfuerzos mancomunados de todos los agentes económicos y gubernamentales, para evidenciar una evolución próspera que coadyuve a la estabilidad de los emprendimientos y de la economía en general.

Resultados y discusión

Tabla 3

Correlación de medias, mediante la estadística de muestras emparejadas sobre Dificultades comerciales y Retos digitales

	Correlación	Sig.
Dificultades_Comerciales_MEDIAS (agrupado)	,718	,000
Retos Digitales_MEDIA		

Cuestionario sobre Dificultades comerciales y retos digitales de emprendedores n=4.700

Los resultados de la prueba estadística que se observa en la Tabla 3, evidencia el valor de significancia $p=0,00$ ($3,8417E-11$) correspondiente al 0% de probabilidad de fallar en el resultado de la relación existente entre las variables medidas 0,718, considerada como moderada > a la media

positiva; con lo cual se determina que las dificultades de comercialización disminuyen de acuerdo a la iniciativa de reto digital aplicado al emprendimiento.

Tabla 4

Correlación de medias, mediante la estadística de muestras emparejadas sobre la utilización de aplicaciones digitales y afectación comercial por inseguridad

	Correlación	Sig.
Utiliza_App_Media	,619	,000
Afect_Comerc_Inseguridad_Media		

Cuestionario sobre Dificultades comerciales y retos digitales de emprendedores n=4.700

En la Tabla 4, se muestra el valor significativo de $p=0,00$ ($3,7948E-95$) correspondiente al 0% de probabilidad de fallar en el resultado de la relación de las variables Utiliza_App_Media (valor medio agrupado de la utilización de aplicaciones digitales como estrategia de comercialización) y Afect_Comerc_Inseguridad_Media (valor medio agrupado de la afectación comercial por inseguridad) el valor de $r= 0,619$, considerada como moderada > a la media positiva; con este resultado se explica que los emprendimientos con retos digitales como estrategias de comercialización, se aplican en situaciones como las de inseguridad, sobre todo en caso de cierre de los negocios.

Referencias

1. Katty Cecilia Jiménez-Garcés. (2017). Ecosistema emprendedor y emprendimiento en la provincia de Tungurahua. Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24799/1/T3895e.pdf>
2. Aguilar Talamante, Patricia Heredia. (11 de Diciembre de 2020). DIALNET. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7934262>

3. Alianza para el emprendimiento e innovación. (2020). Estrategias para desarrollar un ecosistema de emprendimiento e innovación. Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/epf_npd02_Ecuador_es.pdf
4. Allan Elvis Pesántez-Calva et all. (2020). UIDE. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1166/1651>
5. Alvarez, J. L. (17 de marzo de 2021). Dialnet. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926862>
6. Barreras, I. Z. (2018). El desarrollo tecnológico y la innovación como ente principal de competitividad en las empresas. *Revista Mexicana de Agronegocios*, vol. 42, 867-877.
7. Catalina Nicolás Martínez, Alicia Rubio Bañón. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*. ISSN: 2531-0046 , 53-66.
8. CECE. (2020).
9. Cienfuegos y Cienfuegos. (2016). Lo cuantitativo y cualitativo de la investigación. *Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo* , (7). 13. Recuperado el 20(08/2020. ISSN: 2007-7467, , A. (2016). Un apoyo a su enseñanza . .
10. Diego Martín Buitrago Botero. (2020). Teletrabajo: una oportunidad en tiempos de crisis. *Revista CES Derecho*, 2.
11. Fernández et al. (2019). Metodología canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. *Revista Ciencia e Investigación*, ISSN 2528-8083, Vol. 4, 87-99.
12. Fharitd Steewar Villegas Sabogal, Karen Lizeth Torres Perea, María Fernanda Uribe Pineda. (2020). Efectos financieros y tributarios del COVID-19 en los contribuyentes personas naturales de Villavicencio, Comuna 7. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/32651/1/2020_efectos_financieros_tributarios.pdf
13. GEM, Global Entrepreneurship. (2016). RTR Telekom Monitor. Obtenido de https://www.rtr.at/TKP/aktuelles/publikationen/publikationen/TM_Jahresbericht_2016.pdf
14. INEC. (2020). Obtenido de ecuadorencifras.gob.ec
15. Isidoro Romero Luna. (2006). Las Pyme en la Economía Global. hacia una estrategia de fomento. *Problemas del desarrollo*, 32-50.

16. Jorge Armando López-Lemus, María Teresa De la Garza Carranza. (2020). El papel de la gestión del emprendimiento y la innovación en relación con los resultados de las pymes en México. *Suma de Negocios*, 12-23.
17. Lafebre. (2020). *Emprendimiento digital*.
18. Laura Angélica Décaro Santiago, M. G. (2020). Los modelos de negocios y las tecnologías de la información y comunicación. *TLATEMOANI*, 170-188.
19. Leyva Carreras, A. B., Heredia Bustamante, J., & Aguilar Talamante, P. (2021). El Emprendimiento como estrategia en tiempos de crisis. *División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (35), 1-36.
20. Lourdes Maribel Vásquez-Lafebre, Manuel Rafael Quevedo-Barros, Jorge Oswaldo Quevedo-Vázquez. (2020). *Gerencia de Emprendimientos en Época de Pandemia*. Obtenido de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/256>
21. Luis Arturo Rosado Salgado, Andrés Alberto Osorio Londoño. (2020). El impacto del modelo de negocios en las capacidades dinámicas. *Revista de Economía del Caribe* n°. 25, 66-81.
22. Luis Fernando Landazury Villalba, Franklin Ferrer Manotas. (2016). Innovación como eje transversal de los modelos de negocio en las organizaciones, una revisión del constructo teórico. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 81, 129-147.
23. Magill. (2005).
24. María Cristina Useche-Aguirre et all. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 1390-6291.
25. Medina H., Fernando, Marco Galván. (2017). *Imputación de datos : teoría y práctica*. Obtenido de <https://digitallibrary.un.org/record/610245?ln=es>
26. Meléndez, M. P. (2018). El marketing digital transforma la gestión de pymes en Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, vol. XIV, núm. 27, 1-3.
27. Nayeli Martínez Velázquez y Gabriela Dutrénit Bielous. (2019). Naturaleza de la innovación y modelo de negocios en el emprendimiento innovador. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, vol. 50, núm. 199, 59-85.

28. Organización Internacional del Trabajo. (2020). El teletrabajo durante la pandemia y después de ella. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_758007.pdf
29. Osterwalder y Pigneur. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. Obtenido de [https://scholar.google.com.ec/scholar?q=Osterwalder+y+Pigneur+\(2010\)&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart](https://scholar.google.com.ec/scholar?q=Osterwalder+y+Pigneur+(2010)&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart)
30. Pedro Cesar Godoy-Rosero et all. (2021). Gestión de emprendimientos en modelos de negocio basados en aplicaciones digitales y teletrabajo. polo del conocimiento, 337-353.
31. Pedro Cesar Godoy-Rosero et all. (2022). Decisiones financieras de Traders en inversiones y operaciones bursátiles: Métricas e indicadores en mercado de divisas. RISTI, 390-400.
32. Ramón Ventura Roque Hernández, Juan Manuel Salinas Escandón, Adán López Mendoza, Juan Antonio Herrera Izaguirre. (2017). La tecnología: una herramienta de apoyo para pymes y emprendedores desde el entorno universitario. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/104/10449880008/html/>
33. Rizo-Mustelier, Miriela; Villa-Tabares, Belkis; Vuelta-Lorenzo, Daniel Rafael; VargasBatis, Belyani. (2017). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas . Ciencia en su PC, núm. 4, 2017, pp. 91-102, 3.
34. Roberto Hernández, Carlos Fernández, Pilar Baptista. (2010). Metodología de la investigación. Mexico: McGraw-Hill.
35. Rosa Elena Peña-Lallanilla et all. (2022). Commercial Management and Business Intelligence System. Ciencias Holguín, 28.
36. Rosa M. Batista-Canino, Alicia Bolívar-Cruz, Pino Medina-Brito. (2021). Emprendimiento y Gestión Empresarial. Innovar, 83-101.
37. Verónica Maribel Valles-Reina. (2021). DE EMPRENDIMIENTOS CREADOS EN TIEMPO DE PANDEMIA COVID-19 EN EL CANTÓN IBARRA. Ibarra.
38. Vizueté, V. H. (2020). Dialnet. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1563>

© 2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).