

El emprendimiento como estrategia en tiempos de crisis

Dr. José Alfredo Heredia Bustamante¹, Dra. Patricia Aguilar Talamante²,
Dra. Alma Brenda Leyva Carreras³

¹alfredo.heredia@unison.mx. ORCID: 0000-0001-5691-1645. Universidad de Sonora, Unidad Centro

²patricia.aguilar@unison.mx. ORCID: 0000-0002-7270-0220 Universidad de Sonora, Unidad Centro.

³alma.leyva@unison.mx, ORCID: 0000-0002-1527-3322 . Universidad de Sonora, Unidad Centro

DOI <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi35.407>

Recibido 2 de mayo 2021.

Aceptado 2 de junio 2021

Publicado 30 de junio de 2021

Resumen

Innovación y emprendimiento, son dos factores que necesita México para enfrentar la crisis, por lo que es necesario comprender la importancia del rol del emprendor para acelerar la recuperación económica. Esta investigación, por su diseño, es descriptiva y exploratoria y su objetivo es analizar, el objetivo del presente trabajo se centra en analizar, desde la perspectiva del empresario del sector comercio de la ciudad de Hermosillo, Sonora, cuál es la situación actual que generó la crisis provocada por COVID-19 y, cuáles son los retos de futuro que permitan definir la importancia de impulsar el emprendimiento como estrategia de cambio para afrontar la actual crisis económica. Los resultados obtenidos en la investigación muestran cómo los emprendedores han tenido que adaptarse a las circunstancias actuales provocadas por la crisis, y bajo estas nuevas circunstancias ha tenido que afrontar desafíos para sobrevivir, como la necesidad de adaptarse a el uso de nuevas tecnologías y plataformas con espacios virtuales, la falta de financiamiento, la disminución de su capital humano o la percepción de cambios en sus estrategias empresariales que generaron nuevas oportunidades para sus negocios que hoy se conviertan en negocios viables. En conclusión, la nueva modalidad de gestión del emprendimiento debe partir de la innovación de estrategias basadas en la iniciativa de reinventar o crear empresas con visión de futuro con posibilidad de afrontar cualquier crisis que se presente.

Palabras Clave: Innovación, COVID-19, Crisis, Nuevas Tecnologías.

Abstract

The innovation and entrepreneurship are two factors that Mexico needs to face the crisis, so it is necessary to understand the importance of the role of the entrepreneur to accelerate the economic recovery. This research, due to its design, is descriptive and exploratory and its objective is to analyze, based on the appreciation of entrepreneurs commerce sector of the city of Hermosillo, Sonora, what is the current situation that generated the crisis caused by COVID-19 and what are the future challenges that allow defining the importance of promoting entrepreneurship as a strategy for change to face the current economic crisis. The results obtained in the research show how entrepreneurs have had to adapt to the current circumstances caused by the crisis, and low these new circumstances they have had to face challenges in order to survive, such as the need to adapt to the use of new technologies and platforms with virtual spaces, the lack of financing, the decrease in their human capital or the perception of changes in their business strategies that generated new opportunities for their businesses that today become viable businesses. In conclusion, the new management modality for entrepreneurship must start from the innovation of strategies based on the initiative to reinvent or create businesses with a vision of the future with the possibility of facing any crisis that arises.

Key words: Innovation, COVID-19, Crisis, New Technologies.

Introducción

La cuarentena y el aislamiento impuesto por los gobiernos ante la crisis de salud generada por la pandemia provocada por el COVID-19, ha hecho replantear muchas cosas en el consumo de las personas, sus hábitos o el modo de disfrutar el tiempo libre ha generado una serie de conductas como mecanismos de respuesta a sus dificultades particulares (Unal, 2020). Las repercusiones de la contingencia son mucho más amplias de lo que se podría pensar, y junto con ellas han surgido nuevas necesidades que significan una oportunidad de negocio para los emprendedores, reinvención es la palabra de moda, con la que se pretende alentar a las personas para la identificación de oportunidades en medio de la crisis, ya que todas las crisis traen oportunidades (UTAEO, 2020).

Con las crisis generada por la pandemia y la cuarentena, se han dado importantes cambios frente a la forma en que los colombianos venían habiendo compras, por las necesidades de abastecimientos y la caída en los ingresos económicos. (Arregui, 2020). A pesar de las prevenciones, el 40% de los consumidores cree que las actividades que más van a cambiar después del COVID-19 serán la forma de viajar, de socializarse y de hacer compras, según el Índice EY del Futuro de Consumidor. (Arregui, 2020). Las pequeñas y medianas empresas (pymes), tienen un papel clave en la provisión de productos y servicios esenciales para la población durante la crisis, y están entre los segmentos empresariales más afectados por la pandemia.

Sin embargo, las empresas que si tienen planes de continuidad de negocios o de gestión de crisis, deben adaptar los mismos a medida que la crisis se sostiene y cambia, para poder mitigar su impacto. En este sentido, las organizaciones deben establecer un plan, que les permita gestionar el “NOW” (Ahora - crisis actual), “NEXT” (Siguiete evolución de la crisis) y el “BEYOND” (“DESPUES “de la crisis). Para la empresa, el COVID-19 debe ser una experiencia que puede dejar un legado positivo si es utilizada para evaluar su productividad y el uso que le da a la tecnología a fin de mejorar sus practicas de gestión y procedimiento (Vazquez, Quevedo, Neira y Quevedo, 2020).

El emprendimiento es relevante porque sirve como un mecanismo que ayuda a procesar las crisis económicas, al reubicar recursos de tal manera que prometen nuevas actividades que reemplazan a las que están obsoletas (claro q). El emprendimiento favorece la creación de nuevos puestos de trabajo, la introducción de nuevos productos en el mercado y genera competencia. La creación de una nueva empresa permite acceder a nuevas oportunidades laborales e incluso ofrece la oportunidad de percibir ganancias salariales superiores a las del trabajo por cuenta ajena (Constant y Zimmermann, 2006).

Cabe aclarar que la importancia de la figura del emprendedor ante una crisis económica, así como la distinción entre tipos de actividad empresarial han provocado una mayor investigación estos últimos años sobre el emprendedurismo y existen determinadas habilidades individuales que se encuentran en el perfil del emprendedor: confianza (debe creer en su idea, la cual convierte en un proyecto y este, a su vez, en una realidad); fortaleza (se considera indispensable en el emprendedor de éxito, ya que no se debe rendir y, si no sale bien esa

aventura, debe levantarse con más fuerza para afrontar la siguiente); innovación (para conseguir diferenciarse de la competencia y alcanzar las exigencias del consumidor, haciendo de su proyecto algo diferente) y faceta comercial (debe tener competencia comercial para vender el producto o servicio desarrollado) (Muñoz Palacios, 2017, Leyva, Espejel y Cavazos, 2017).

El emprendedor actúa como un instrumento para dinamizar las economías y promover la flexibilidad del tejido productivo a través de la creatividad y la innovación, junto con otras políticas de fortalecimiento económico generando cambios estructurales en la economía local y a partir de la crisis los emprendedores tienen un reto donde su papel fundamental es afrontar esta especial situación y provocar la recuperación económica (Peñaherrera y Cobos, 2012).

Sobre la base de estos argumentos, tanto desde el ámbito científico como desde las instituciones económicas nacionales e internacionales cada vez más se demuestra la necesidad de fomentar el emprendimiento, y de forma especial en situaciones de crisis como la originada por razón del COVID-19, a través de medidas de generación y promoción de nuevas iniciativas emprendedoras y de apoyo a los autónomos y emprendedores ya existentes, con el objetivo de convertir a este colectivo en la palanca de cambio de la salida de la crisis y de la creación de empleo cuando se den las condiciones (Nicolás y Rubio, 2020). Partiendo de lo anterior, el objetivo del presente trabajo se centra en analizar, desde la perspectiva del empresario del sector comercio de la ciudad de Hermosillo, Sonora, cuál es la situación actual que generó la crisis provocada por COVID-19 y, cuáles son los retos de futuro que permitan definir la importancia de impulsar el emprendimiento como estrategia de cambio para afrontar la actual crisis económica.

empresario

2. Materiales y Método

En este documento se presentan los primeros resultados de una investigación de campo bajo un enfoque metodológico descriptivo y de corte transversal con el objetivo de analizar, desde la perspectiva del emprendedor, cual es la situación actual que le generó la crisis provocada por el COVID-19 y, cuales son los retos de futuro. Para este estudio se aplicó un cuestionario estandarizado (validado a juicio de expertos y con un coeficiente de confiabilidad Alpha de Cronbach de 0,92 Muy Alta) por (González-Díaz y Pérez, 2015) con 32 *items*, dividido en 2

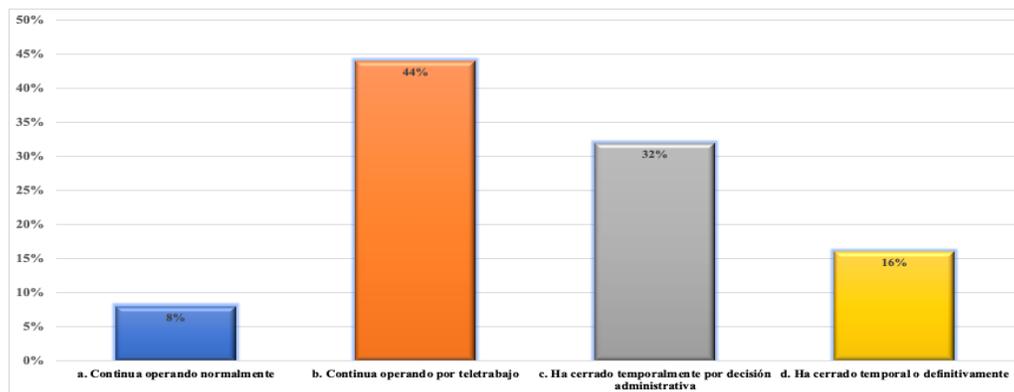
variables: *Variable 1; situación actual generada por la crisis provocada por el COVID-19* y *Variable 2; desafío a futuro para el emprendedor*, mediante un *Google form* (González-Díaz et al., 2016), a 60 emprendedores ubicadas en la ciudad de Hermosillo, Sonora, pertenecientes al sector comercio minorista, con una fuerza laboral entre 10 y 250 trabajadores que iniciaron actividades a partir del 2020 o tienen una antigüedad mínima de tres años en el mercado.

3. Resultados

Tras analizar los datos obtenidos por medio de los estudios exploratorios, a continuación, se presentan los resultados más relevantes del trabajo de investigación basado en la fase exploratoria de la investigación, se muestra la opinión de emprendedores de la ciudad de Hermosillo, Sonora elegidas, en referencia a la situación que viven ante la crisis provocada por el COVID-19.

3.1. Situación actual generada por la crisis provocada por el COVID-19

Imagen 1. Situación actual de su actividad

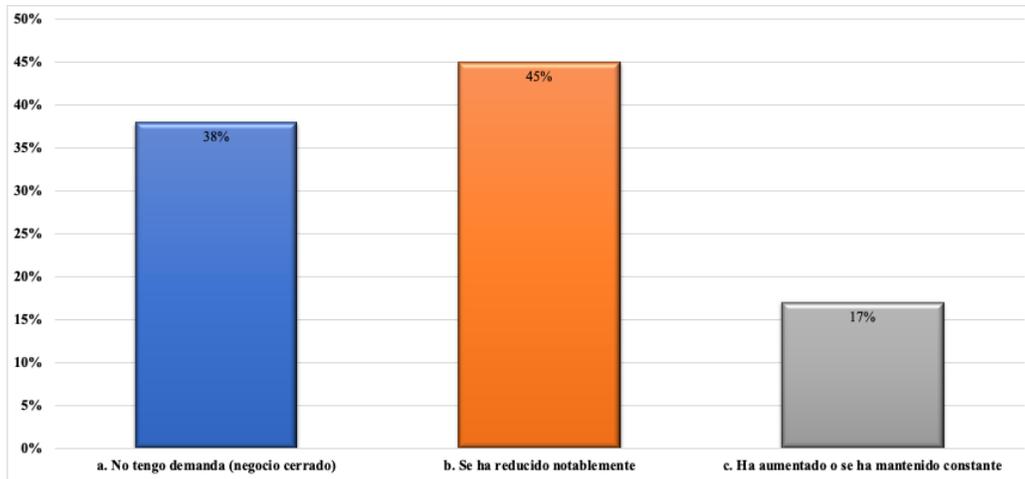


Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

La imagen 1, muestra la situación actual del emprendimiento; donde el 44% de los emprendedores del sector comercio minoristas de la ciudad de Hermosillo, Sonora continúan operando o lo hacen por medio de teletrabajo, el 32% ha cerrado temporalmente por decisión administrativa, el 16% ha cerrado temporal o definitivamente y el 8% continúa operando normalmente. Los resultados muestran que la situación de los emprendedores del sector comercio minorista a partir de la contingencia generada por el COVID-19 se ha visto afectada pero buena

parte de ellos siguen operando o por teletrabajo, muchos de ellos han buscado estrategias basadas en los espacios virtuales.

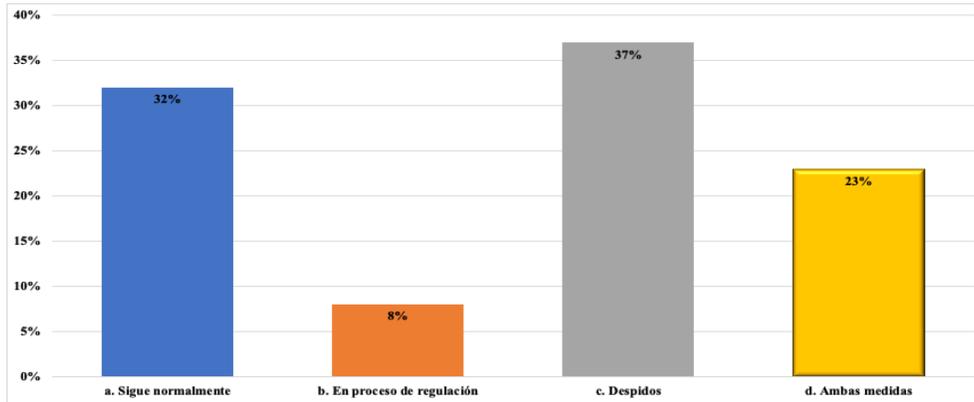
Imagen 2. Demanda



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

La Imagen 2, presenta la situación de la demanda desde la perspectiva del emprendedor de Hermosillo, Sonora y, los resultados muestran que para el 45% se ha reducido notablemente, para el 38% no tiene demanda porque cerraron y el 17% menciona que ha aumentado o se ha mantenido constante. Los resultados muestran que la demanda durante el estado de crisis provocado por el COVID-19 para los emprendedores del sector comercio minoristas de Hermosillo, Sonora ha sido alarmante, quizás porque al parecer buena parte de ellos se ha reducido notablemente con el cierre de sus negocios.

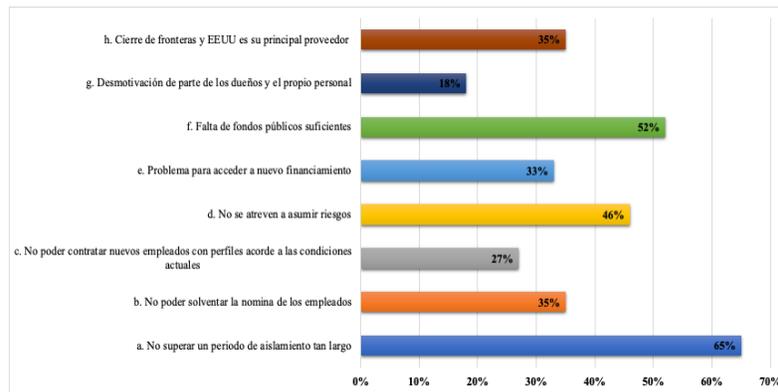
Imagen 3. Gestión del capital humano



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

En la Imagen 3, se presenta la situación actual de la gestión del capital humano y, los resultados hacen ver el 37% generó una gestión a través de los despidos, el 32% sigue normalmente, el 23% ambas medidas y el 8% se encuentra en proceso de regulación. Los resultados muestran que para los emprendedores del sector comercio minoristas de Hermosillo, Sonora la opción de gestión del capital humano se centró en el despido de sus trabajadores para enfrentar la crisis.

Imagen 4. Principales preocupaciones para el emprendedor

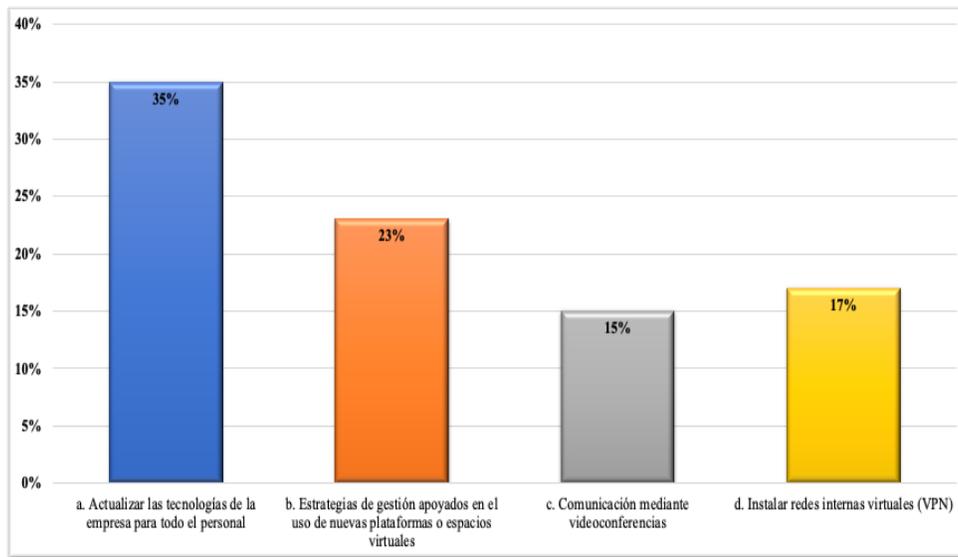


Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

En la Imagen 4, se presentan las principales preocupaciones de los emprendedores a partir de la crisis. Los resultados muestran que el 65% muestra una preocupación centrada en el hecho de no superar un período de aislamiento tan largo, el 52% la falta de fondos públicos no es suficiente, el 42% le preocupa no atreverse a asumir riesgos, hay una igualdad de respuestas del 35% que mencionan les preocupa el cierre actual de fronteras ya que EEUU es su principal proveedor y también no poder solventar la nómina de sus empleados, al 33% le preocupa no poder acceder a nuevos financiamientos privados, al 27% le preocupa no poder hacer nuevas contrataciones con perfiles acorde a las condiciones actuales y al 18% le preocupa la desmotivación de los dueños y empleados. Los resultados muestran que durante el proceso de crisis los emprendedores del sector comercio minoristas de Hermosillo, Sonora tienen como principal problema no poder enfrentar un aislamiento por mucho tiempo sin recursos suficientes para ello y no contar con apoyos públicos para poder enfrentar sus problemáticas, sobre todo estando cerrada la frontera.

3.2. Desafío a futuro para el emprendedor

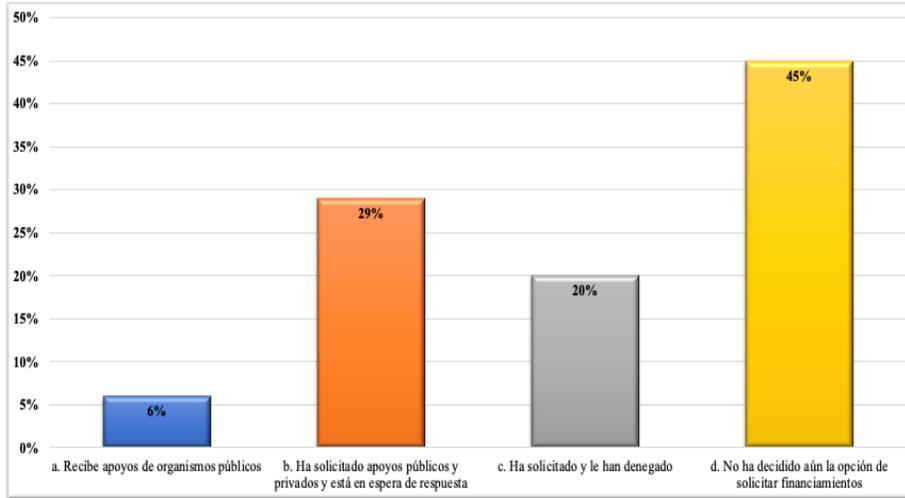
Imagen 5. Nuevas tecnologías y espacios virtuales



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

En la imagen 5 se observa dentro del apartado de desafíos a futuro, las nuevas tecnologías y espacios virtuales y, el 35% de los emprendedores mencionan que su desafío es actualizar las tecnologías de la empresa para todo el personal, el 23% menciona que son las estrategias de gestión apoyados por el uso de nuevas plataformas o espacios virtuales, para el 17% son las redes internas virtuales (VPN) que deberá instalar en su negocio y el 15% la comunicación mediante videoconferencias. Los resultados obtenidos muestran que la crisis obligó a los emprendedores a adoptar nuevas estrategias de gestión tomando en cuenta las nuevas tecnologías y espacios virtuales.

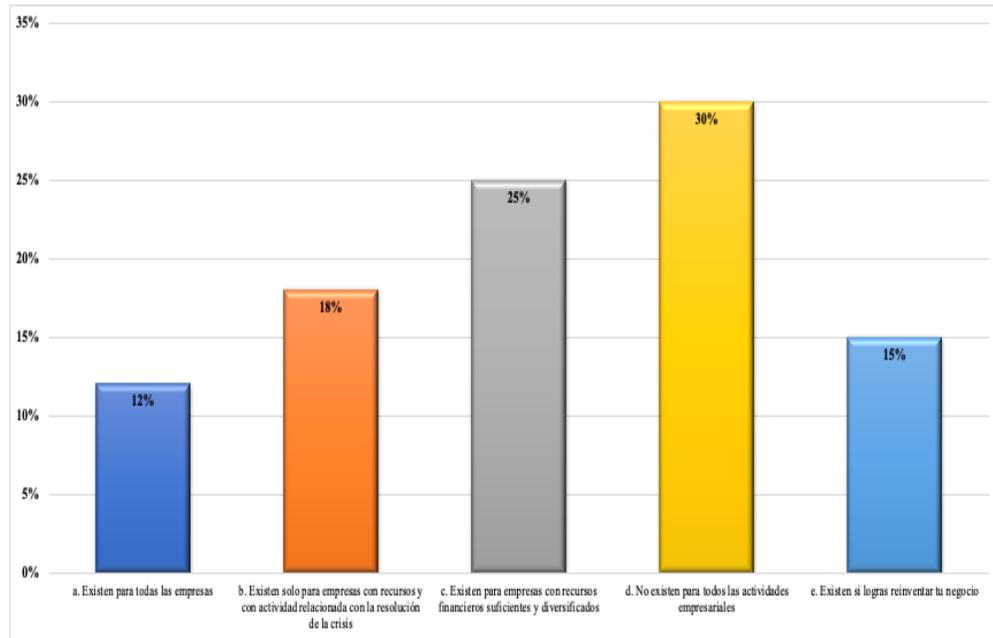
Imagen 6. Financiamiento



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

En la imagen 6, se muestran el desafío del financiamiento, donde los resultados muestran que el 45% de los emprendedores no ha decidido aun solicitar financiamiento, el 29% ha solicitado apoyos públicos y privados y está en espera de respuesta, el 20% ha solicitado y le han denegado y el 6% recibe apoyo de organismos públicos. Los resultados muestran que la mayor preocupación de los emprendedores es enfrentar problemas financieros para no perder sus negocios, pero al parecer tiene dudas en solicitar nuevos financiamientos.

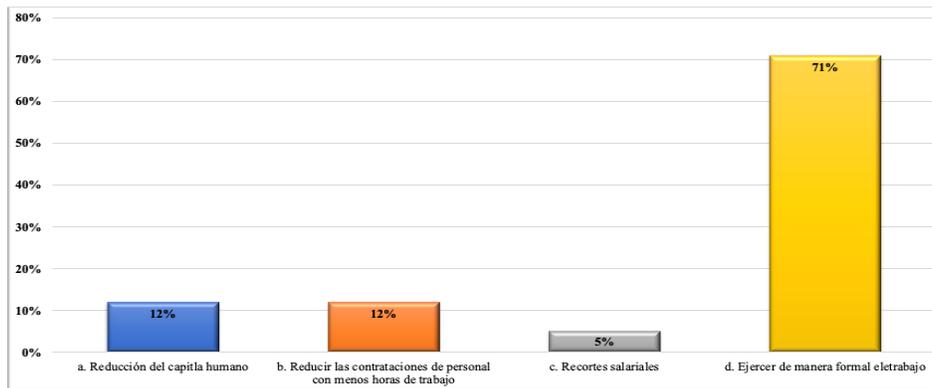
Imagen 7. Como visualiza la aparición de nuevas oportunidades para el emprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

Dentro de la Imagen 7, se muestra como visualiza el emprendedor las nuevas oportunidades a partir de la crisis y, el 30% menciona que no existen oportunidades para todas las actividades empresariales, el 25% menciona que existen para empresas con recursos financieros suficientes y diversificados, el 18% menciona que existen solo para empresas con recursos y con actividades relacionadas con la reducción de la crisis, el 15% menciona que existen si logras reinventar tu negocio y el 12% menciona que existen para todas las empresas. Los resultados obtenidos muestran que el emprendedor está consciente de la necesidad de generar innovación en sus estrategias de gestión.

Imagen 8. Gestión del capital humano



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

Dentro de la Imagen 8, se muestra como visualiza el emprendedor las nuevas oportunidades de gestión de capital humano a partir de la crisis y el 71% menciona que su estrategia es ejercer de manera formal el teletrabajo, hay igualdad de respuesta donde mencionan que mediante la reducción del capital humano y en referencia a reducir las contrataciones de persona con menos horas de trabajo y, el 5% menciona que mediante recortes salariales. Los resultados obtenidos muestran que el emprendedor está consciente de que el teletrabajo puede ser de ayuda para la gestión del capital humano en su negocio.

4. Discusión de resultados

Los resultados de la investigación en el punto de la situación actual muestran que los emprendedores, son por el momento las más afectadas durante la crisis provocada por el brote de la pandemia del Covid-19. *En la variable 1; Situación actual generada por la crisis provocada por el COVID-19*, los resultados reflejan como gran parte de los emprendedores aun continúan realizando teletrabajo y se muestra como los mas afectados son las que tienen menos antigüedad en el mercado, tal vez porque aun no se consolidan como negocio. Para gran parte de ellos, se ha reducido notablemente la demanda, han tenido que reducir el personal o los han liquidado y sus principales preocupaciones son la problemática de financiamiento, la falta de demanda, el cierre

de la frontera. La situación que guardan los empresarios a raíz de la crisis genera la caída de muchos de estos negocios y la falta de apoyo provoca el desánimo, lo cual lleva a Sonora a una crisis económica preocupante.

Por otro lado, en la *variable 2; desafíos a futuro para el emprendedor*, es indudable que la digitalización llegó para quedarse y no solo fue una estrategia para salir de momento de la crisis, llegó para quedarse y es algo que el emprendedor está consciente, sabe que debe buscar forma de generar estrategias para adaptar a su negocio y a su gente de espacios virtuales y tecnología acorde a dichas necesidades. Está consciente de que el financiamiento seguirá siendo importante en esta nueva etapa de sus negocios, pero también que este debe ser utilizado de forma estratégica, porque buena parte de ellos están conscientes de que la situación actual puede propiciar que aparezcan oportunidades de mercado que deben ser aprovechadas por todos aquellos negocios que deseen competir en un mercado con nuevas opciones de negocio y para ellos es importante generar estrategias para reinventarse, donde el papel del capital humano es importante en este nuevo objetivo.

Conclusiones

La crisis sanitaria ha provocado una crisis mundial, donde se ha visto reflejada la crisis económica que ha generado una preocupación no solo al gobierno sino también al sector empresarial. Los resultados de la investigación muestran que los emprendedores son los más afectados en esta crisis económica y pone de manifiesto que, la crisis provocada por la pandemia de COVID-19, hizo que los emprendedores adoptaran nuevas estrategias de gestión para lograr sacar adelante sus negocios, donde su objetivo principal fue el de nunca rendirse, pero el tiempo que ha llevado la situación, obliga a muchos de ellos a no cumplir con dicho objetivo.

Dentro del análisis realizado, se habla de que los desafíos que enfrentan los emprendedores es la digitalización, ya que, al estar las personas confinadas, muchos servicios y tratos entre empresas y clientes se debían hacer a través de diferentes plataformas como por ejemplo, de videoconferencias. El segundo de los desafíos tiene que ver con el financiamiento, ya que resulta obvio que si estos no venden no pueden tener ingresos, lo que aquí hace obvio e importante el papel del gobierno en referencia a la ayuda que brinde a los emprendedores para

superar este desafío. El tercer desafío sería el de la percepción de oportunidades, donde la innovación, medida que deberá tomar en consideración el emprendedor. Finalmente, se destaca el desafío del capital humano, ya que es importante contar con personal capacitada para enfrentar los nuevos retos.

Si bien enfrentamos un enorme reto para el emprendedurismo desde diferentes perspectivas, debemos recordar que los cambios son una constante, y esto no va a cambiar, pero lo que si se puede hacer es aprender de las experiencias de otras épocas y de otras empresas. Se recomienda al emprendedor, buscar nuevas alternativas de gestión empresarial donde la clave sea la estrategia de reinventarse como negocio, darse cuenta de que ya es momento de generar un cambio. Los desafíos son enormes y muchas veces las soluciones no surge de la manera tradicional de hacer las cosas, se deben buscar nuevas ideas o crear nuevas formas de hacer negocios, con una buena estructura de gestión capaz de poder hacer frente a cualquier situación de crisis, conscientes siempre de estar preparados para el peor escenario.

Referencias

- Arregui, M. (2020). Consumo en la pandemia. *www.gerente.com*, 23-27.
- Constant, A. y Zimmermann, KF (2006). La formación de empresarios en Alemania: ¿Son iguales los hombres nativos y los inmigrantes? *Small Business Economics*, 26 (3), 279–300. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-3004-6>
- González-Díaz, R. R., Lara, R. J. V., López, R. O., y Hernández-Royett, J. (2016). Tax on advertising and commercial advertising: An analysis from Municipal Tax Management. *Globalciencia*, 2(1), 20-34.
- González-Díaz, R. R., y Perez, L. A. B. (2015). Análisis financiero empresarial del sector comercio como factor de competitividad través de la lógica difusa. *Estrategia*, 1(1), 1-10.
- Leyva-Carreras, A. B., Espejel-Blanco, J. E., & Cavazos-Arroyo, J. (2017). Habilidades gerenciales como estrategia de competitividad empresarial en las pequeñas y medianas empresas (Pymes). *Revista Perspectiva Empresarial*, 4(1), 7-22. <https://doi.org/10.16967/rpe.v4n1a1>

- Nicolás Martínez, C., y Rubio Bañón, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53-66. <https://doi.org/10.26784/sbir.v4i2.279>
- Parra Miranda, MS (2014). Emprender en tiempos de crisis. *Observatorio Económico* , 80, 2-3. <https://doi.org/10.11565/oe.vi80.130>
- Peñaherrera León, M. y Cobos Alvarado, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10 (2), 238–247. <https://revistas.uam.es/reice/article/view/3066>
- Unal, U. (24 de marzo de 2020). Unperiodico digital. Obtenido de <https://unperiodico.unal.edu.co/pages/detail/cambio-del-comportamiento-socialen-tiempos-de-pandemia/>
- UTADEO. (8 de mayo de 2020). UTADEO. Obtenido de <https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/especiales/observatorio-diseno-deproducto/219671/empresas-que-se-reinventan-en-tiempos-de-coronavirus>
- Vásquez-Lafebre , L. M., Quevedo-Barros , M. R., Neira-Neira , M. L., y Quevedo-Vázquez , J. O. (2020). Rol de los emprendimientos y su responsabilidad post crisis económica covid-19. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*. ISSN : 2588-090X . Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP), 5(3), 723-734. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i3.257>

CÓMO CITAR

Leyva Carreras, A. B., Heredia Bustamante, J., & Aguilar Talamante, P. . (2021). El Emprendimiento como estrategia en tiempos de crisis. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (35), 1–36. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi35.407>



[Neliti - Indonesia's Research Repository](#)

