



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “El emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua 2020”**

**AUTOR: Guillermo Fabian Sailema Lalaleo**

**TUTOR: Ing. Mg. Sonia Fabiola Chaluisa Chaluisa**

**AMBATO – ECUADOR**

**Enero 2022**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Mg. Sonia Fabiola Chaluisa Chaluisa**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“El emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua 2020”** presentado por el señor **Guillermo Fabian Sailema Lalaleo** para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 10 de enero del 2022

---

**Ing. Mg. Sonia Fabiola Chaluisa Chaluisa**

**C.I.: 0502752736**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Guillermo Fabian Sailema Lalaleo**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Guillermo Fabian Sailema Lalaleo**  
**C.I.: 1805090261**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

---

**Dra. Pilar Lorena Rivera Badillo**  
**C.I.: 0912139136**

---

**Dra. Diana Cristina Morales Urrutia**  
**C.I.: 1803547262**

Ambato, 10 de enero del 2022

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



---

**Guillermo Fabian Sailema Lalaleo**  
**C.I.: 1805090261**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación es dedicado principalmente a Dios por brindarme salud y vida para poder culminar una etapa más de la vida estudiantil, para inspirarme y darme fuerzas para continuar y así conseguir el sueño de ser profesional.

Todo este esfuerzo está dedicado a mis padres Guillermo y Martha quienes están en los momentos difíciles apoyándome incondicionalmente, gracias por inculcarme el ejemplo de esfuerzo y fortaleza para continuar y luchar por los sueños.

A mis hermanos amigos y familiares que estuvieron apoyándome día a día sin esperar nada a cambio para lograr que el sueño de ser profesional se haga realidad.

A todos, muchas gracias.

Guillermo Fabian Sailema Lalaleo

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

A mis padres por el amor, trabajo y sacrificio que fueron brindados durante todos los años de estudio gracias a ellos hemos logrado conseguir el objetivo deseado sin el apoyo incondicional que me brindaron, son los mejores padres.

A mi hermano y hermana que me brindaron su apoyo moral para continuar en los momentos difíciles de la vida.

A mis amigos que siempre me brindaron sus conocimientos y enseñanzas durante todas las etapas de la vida.

A mi tutora por su tiempo, su dedicación y el apoyo brindado para poder continuar con el trabajo de titulación.

Y finalmente a todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Guillermo Fabian Sailema Lalaleo

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
<b>Planteamiento del problema.....</b>	<b>1</b>
Contextualización.....	1
Análisis crítico .....	3
Objetivo general .....	4
Objetivos específicos .....	4
CAPÍTULO I.....	5
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....</b>	<b>5</b>
1.1. Antecedentes investigativos.....	5
1.2. Emprendimiento.....	6
1.3. El emprendedor .....	9
CAPÍTULO II .....	13
<b>LOS FACTORES ECONÓMICOS INFLUYENTES EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA .....</b>	<b>13</b>
2.1 El Covid .....	13
2.2. Pandemia.....	14
2.3. Emprendedores en tiempos de pandemia.....	16
2.4. Medios de compra y venta en pandemia .....	16
2.5. Sostenibilidad.....	18



2.6. Desarrollo sostenible.....	19
2.7. El desarrollo sostenible en la provincia de Tungurahua .....	21
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>22</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>22</b>
3.1. Enfoque de la investigación .....	22
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>32</b>
<b>RESULTADOS: COMPORTAMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ÉPOCA DE PANDEMIA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA .....</b>	<b>32</b>
4.1. Análisis y tabulación de resultados .....	32
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>51</b>
<b>APORTE DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ÉPOCA DE PANDEMIA EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA. ..</b>	<b>51</b>
5.1. Tabla de contingencia 1. ....	51
5.2. Tabla de contingencia 2. ....	52
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>53</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>55</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>56</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>63</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Género.....	33
Figura 2. Razón de inicio del emprendimiento .....	34
Figura 3. Tiempo del emprendimiento.....	36
Figura 4. Otras actividades económicas.....	37
Figura 5. Miembros de la familia.....	38
Figura 6. Factor de afectación al emprendedor.....	40
Figura 7. Estrategias implementadas en el emprendimiento.....	42
Figura 8. Influencia del emprendimiento.....	44
Figura 9. Carácter del emprendimiento.....	46
Figura 10. Monto aproximado de ingresos semanales.....	48
Figura 11. Importancia en el desarrollo sostenible del sector.....	50

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Explicación de encuestas .....	25
Tabla 2: Atributos de las preguntas del cuestionario .....	29
Tabla 3: Resumen del procesamiento de los casos .....	30
Tabla 4: Estadísticos de fiabilidad .....	31
Tabla 5. Género.....	32
Tabla 6. Razón de inicio del emprendimiento .....	34
Tabla 7. Tiempo del emprendimiento .....	35
Tabla 8. Otras actividades económicas .....	37
Tabla 9. Miembros de la familia .....	38
Tabla 10. Factor de afectación al emprendedor .....	39
Tabla 11. Estrategias implementadas en el emprendimiento .....	41
Tabla 12. Influencia del emprendimiento .....	43
Tabla 13. Carácter del emprendimiento .....	45
Tabla 14. Monto aproximado de ingresos semanales .....	47
Tabla 15. Importancia en el desarrollo sostenible del sector .....	49

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Planteamiento del problema .....	63
Anexo 2. Encuesta .....	64

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación busca identificar el comportamiento del emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua ya que, en los últimos meses, debido al impacto de la pandemia Covid-19 en la economía y en la salud de la propia población, se ha convertido en un gran problema a nivel mundial, local y regional, en estos tiempos de crisis sanitaria se debe innovar para que los pequeños emprendimientos puedan sobrevivir.

El empleo en general se vio muy afectado durante la pandemia pues muchas empresas realizaron reducción de sueldos entre otros factores, que se pueden aprovechar para generar un nuevo negocio.

Actualmente los pequeños emprendedores, se encuentran en una etapa en la que la toma de decisiones tanto operativa como financiera se vuelve relevante mediante un proceso. La metodología utilizada en este trabajo, está relacionada directamente con un diseño bibliográfico de tipo documental.

Esto permite analizar e investigar aspectos de la realidad todavía desconocida del entorno y bajo la metodología de tipo cualitativo, cuantitativo y correlacional para identificar la asociación de las variables, donde una vez establecido que el valor de correlación de Pearson es 0,002 sobre un nivel de significancia de 0,01 lo cual señala una fuerte asociación positiva, la cual expresa que, el aporte del emprendimiento en época de pandemia es económico al desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua, en otras palabras, mayor participación de emprendimientos mayor desarrollo sostenible en la provincia de Tungurahua.

**PALABRAS CLAVES:** INVESTIGACIÓN, EMPRENDIMIENTO, TUNGURAHUA, PANDEMIA, COVID-19.

## **ABSTRACT**

This research seeks to identify the behavior of entrepreneurship in pandemic and its influence on sustainable development in the province of Tungurahua since, in recent months, due to the impact of the Covid-19 pandemic on the economy and on the health of the population itself, it has become a major problem globally, locally and regionally, in these times of health crisis must innovate so that small businesses can survive.

Employment in general was greatly affected during the pandemic because many companies made salary reductions among other factors, which can be used to generate a new business.

Currently, small entrepreneurs are at a stage where operational and financial decision making becomes relevant through a process. The methodology used in this work is directly related to a documentary type bibliographic design.

This allows to analyze and investigate aspects of the still unknown reality of the environment and under the methodology of qualitative, quantitative and correlational type to identify the association of variables, where once established that the Pearson correlation value is 0.002 on a significance level of 0.01 which indicates a strong positive association, which expresses that the contribution of entrepreneurship in times of pandemic is economic to the sustainable development of the province of Tungurahua, in other words, greater participation of entrepreneurship greater sustainable development in the province of Tungurahua.

**KEYWORDS:** RESEARCH, ENTREPRENEURSHIP, TUNGURAHUA, PANDEMIC, COVID-19.

## **Planteamiento del problema**

### **Contextualización**

En los últimos meses, debido al impacto de la pandemia Covid-19 en la economía y en la salud de la propia población, se ha convertido en un gran problema a nivel mundial. Actualmente, el término "distanciamiento social" no llamaba la atención en línea hasta el 2020, y hasta el primer semestre del 2021 se encontraba en la parte superior de las búsquedas. Hoy sabemos que, debemos mantener la distancia social de nuestros compañeros para sobrevivir. Esto afectó el núcleo de la historia humana y nuestra forma de vida como especie, pero también brinda a las personas oportunidades sin precedentes para cooperar con los otros.

En ese sentido Sánchez (2020), cree que en la actualidad nos enfrentamos a un virus desafiante que ha sacudido nuestra forma de vida normal, y para superar este virus es necesario emprender en colaboración con el colectivo a escala social y global.

En el contexto de Covid-19, el espíritu empresarial ha jugado un papel de liderazgo en el desarrollo de aplicaciones basadas en la tecnología. En las nuevas pautas de distanciamiento social, las personas aprenden a trabajar, hacer ejercicio, estudiar, celebrar bodas, asistir a servicios funerarios, ver películas, realizar conciertos y utilizar plataformas digitales colaborativas para hacer más. Por tanto, la cuestión no es si debemos trabajar por el objetivo colectivo, sino cómo se lo debe hacer.

Iniciar cambios en el sistema requiere voluntad colectiva, lo que aún es poco común en las comunidades empresariales de todo el mundo. La pandemia de Covid-19 cambió repentinamente esta situación y creó las condiciones necesarias para las intenciones colectivas. La humanidad se encuentra en una encrucijada y las decisiones que tomemos ahora delimitarán a las generaciones futuras y sus formas de vida (Jani, 2020).

Cómo evitar la crisis económica provocada por la pandemia se considera un desafío global. El Fondo Monetario Internacional (FMI) adelantó un pronóstico de recesión económica. La Organización Mundial del Comercio (OMC) señala que el comercio mundial se reducirá hasta en un 32% para 2020 y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) estima que se perderán al menos 25 millones de puestos de trabajo. Sin embargo, en esta crisis, el coronavirus brinda una oportunidad para que los emprendedores se reinventen y crezcan e innoven en nuevos procesos (Basantes, 2020).

Los emprendedores trabajan duro para enfrentar la crisis, pero en muchos casos no es suficiente para enfrentarla, pero ciertamente nadie está preparado para los efectos provocados por la pandemia. Debido al cierre temporal o permanente de actividades y la reducción de la demanda, la mayoría de las actividades se paralizan, lo que genera un alto grado de incertidumbre y una enorme pérdida de capital humano (Nicolás y Rubio, 2020).

En este sentido, la crisis está generando más oportunidades de innovación para la empresa. Frente a la presión externa, algunos líderes empresariales están saliendo de la rutina y la zona de confort, se están convirtiendo en solucionadores de problemas creativos. En el camino, redescubrieron su vitalidad empresarial. La pandemia también ha promovido planes de trabajo colaborativo entre empresas en un mismo entorno de mercado para reducir costos y reducir pérdidas. En cualquier caso, el virus no se detendrá y la opción de las vacunas para el país es lejano aun, pero es importante encontrar fórmulas novedosas para intentar generar ingresos y trabajo. No cabe duda de que este es el próximo objetivo después de salvar todas las vidas (Basantes, 2020).

Teniendo en cuenta la recuperación económica, la clave está en que la calidad de los emprendedores no disminuya, lo que también es una oportunidad para determinar el acervo de la investigación, que sin duda es la semilla de nuestra prosperidad futura. Por tanto, aunque somos conscientes del difícil momento que atraviesa la pandemia,



el resultado nos ha hecho optimistas sobre el futuro y confiados en nuestra capacidad para reiniciar esta actividad emprendedora.

Por eso es necesario brindar apoyo a los emprendedores, ya que, si los problemas de salud disminuyen, hacerlo puede ralentizar la recuperación (Nicolás & Rubio, 2020).

La situación económica del país se vio altamente influenciada con la pandemia, el estado de desempleo fluctuó en alrededor de 650.578 personas, lo cual tuvo un incremento del 3.8% al 6.1% con relación al año 2019, por estos motivos, el propósito del trabajo de investigación es identificar el comportamiento de los emprendedores en época de pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible en la Provincia de Tungurahua. Puesto que, implica una mirada más integradora a la población emprendedora como productores o distribuidores y socios estratégicos o aliados para promover, desarrollar y fortalecer iniciativas emprendedoras, nuevos negocios; así como, la determinación del aporte de los emprendedores que contribuyan al desarrollo de la ciudad.

### **Análisis crítico**

Acorde a lo detallado en el árbol de problemas se puede determinar que las pérdidas de empleo, fue una de las causales para determinar el comportamiento del emprendimiento en la pandemia y el desarrollo sostenible de la Provincia, en este sentido los escasos ingresos de las familias también jugaron un papel clave y fue a causa de estas que inicio la búsqueda de fuentes de ingresos para solventar las necesidades, es así que muchas personas optaron por emprender.

El emprendimiento ayuda a la economía familiar, local y regional pues esta genera ingresos mediante los cuales pueden satisfacer las necesidades básicas, el autoempleo fue de gran apoyo en la provincia de Tungurahua pues al ser una provincia caracterizada por su gente trabajadora esta busco la forma de mantener sus empresas ya existentes e implementar nuevos emprendimientos, pero cuan significativo fue el

aporte de estos sistemas económicos para la provincia de Tungurahua es lo que se busca determinar mediante el desarrollo del presente trabajo de investigación.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo general**

Identificar el comportamiento del emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua.

### **Objetivos específicos**

- Fundamentar teóricamente las variables de la investigación en relación de los emprendedores en épocas de pandemia.
- Identificar los factores económicos influyentes en el desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua antes y durante la pandemia.
- Analizar del comportamiento de los emprendimientos en época de pandemia en la provincia de Tungurahua.
- Determinar el aporte de los emprendimientos en época de pandemia en el desarrollo sostenible de la Provincia de Tungurahua.

## CAPÍTULO I

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 1.1. Antecedentes investigativos

Para poder determinar los antecedentes investigativos, se establecen investigaciones relacionados al tema: “El emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua 2020”, donde se encontró consideraciones de autores como:

Nicolás y Rubio (2020) en su investigación de tema: “Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la Covid-19”, realizada en España, cuyo objetivo fue el analizar cómo los emprendedores enfrentan la situación causada por la Covid-19, mediante un estudio cuantitativo con una muestra de 236 emprendedores españoles ubicados geográficamente en la Región de Murcia.

Cuyo aporte para la presente investigación fue que:

Los emprendedores han tenido que adaptarse a estas nuevas circunstancias enfrentándose a desafíos como la necesidad de digitalización, la falta de financiamiento, la disminución del capital humano o la percepción de nuevas oportunidades que se conviertan en negocios viables” (Nicolás y Rubio, 2020, p. 53).

Sáez (2020) en su investigación de tema: “Emprendimiento y subsistencia: Radiografía a los micro emprendimientos”, realizada en Chile, cuyo objetivo fue realizar un análisis de la situación de los micro emprendimientos en Chile, a partir de la exploración bibliográfica de los micro datos de la Sexta Encuesta de Micro emprendimiento (EME 6), elaborada en conjunto por el Ministerio de Economía y el Instituto Nacional de Estadísticas. Donde el principal aporte para la presente investigación fue que:

En este país solo el 15 % de las microempresas contrata a otras personas, siendo en su mayoría emprendimientos por cuenta propia, donde se mantiene el predominio masculino sobre la categoría de empleador. Un 74,6 % de las microempresas que emplean trabajadores/as corresponden a un empleador hombre y solo un 25,4 % a empleadoras mujeres (Sáez, 2020, pp. 7-8).

Por otro lado López y Rivera (2020) en su investigación de tema: “De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de Covid-19”, realizada en Ecuador, cuyo propósito fue el analizar el emprendimiento a través de un caso práctico y sus particularidades en época de Covid-19, basado en una metodología de tipo mixta y un análisis cuantitativo y un análisis cualitativo de información disponible. El aporte para la investigación fue que:

La COVID 19 ha afectado notablemente al desarrollo de la sociedad. En el mundo, la región latinoamericana y en el Ecuador existen afectaciones latentes en la producción y el empleo, donde se estima que hasta mediados de julio de 2020 se han desvinculado alrededor de 300.000 personas como aportantes del Instituto Ecuatoriano de la Seguridad Social. En este contexto, el emprendimiento es un camino importante para generar fuentes de empleo e ingresos para las personas, permitiendo desarrollar la creatividad e innovación dentro de los negocios. Los emprendimientos que tienen mayor probabilidad de éxito son aquellos que se realizan por oportunidad, es decir, tratando de aprovechar alguna circunstancia positiva en el mercado, luego de un análisis de este y con herramientas para obtener beneficios del negocio (López y Rivera, 2020, p. 10).

## **1.2. Emprendimiento**

### **1.2.1. Definiciones**

Al analizar la sociedad actual, se puede concluir que su desarrollo se debe a la implementación de fenómenos emprendedores con diversas características de afiliación, logro y motivación de poder. En este sentido se parte desde la contextualización de la palabra "emprendimiento" la misma que proviene del término francés *entrepreneur*, que especifica al estar listo o a iniciar algo (Rodríguez, 2009).

El concepto está relacionado con la definición de empresa determinada como actividad económica específica, la empresa necesita evaluar la producción y su moneda equivalente con anticipación para que los criterios de evaluación de la misma sean determinados a través de las variables la utilidad y capital.

Las características del emprendedor se basan en la intuición, la toma de decisiones y la previsión; estos son parte de los rasgos de personalidad individual, que conducirán al éxito o fracaso de su iniciativa. Lógicamente hablando, la influencia de los rasgos de personalidad no garantiza el éxito total, ni tampoco limitar el compromiso del individuo con el carácter empresarial (Ma y Tan, 2006).

Los emprendedores son los únicos que interrumpen la situación económica de las personas o empresas para dar paso a la creación o la innovación (Smilor, 1997), esto se debe a la fortaleza del negocio, la cantidad y grado de emprendimiento que brinda en las actividades de su empresa, y lógicamente se verá reflejado en su desempeño (Morris y Sexton, 1996).

### **1.2.2. Terminología**

Desde el siglo XVIII, el término "emprendimiento" ha sido estudiado por varios investigadores que están asociados a él, tales como la creación y desarrollo de una empresa o proyecto, la innovación, desafíos, superación de obstáculos y evaluación de riesgos (McGrath, R.G., MacMillan, I.C., 2000), El emprendedor busca las características de los recursos que le permitan ingresar al mercado para desarrollarse (Ireland et al., 2001).

### **1.2.3. Características**

En términos de promover el desarrollo económico y social nacional, la formación de emprendedores y nuevas empresas es una prioridad absoluta, por lo que es necesario determinar su contribución a estos objetivos. El espíritu empresarial es importante porque tiene un efecto positivo en la creación de empleo y el crecimiento económico.

La nueva empresa aumentó la productividad total provocada por la reorganización de los factores productivos y provocó importantes cambios estructurales. Los nuevos productos y servicios ofrecidos en el mercado permiten un impulso adicional a la industria proveedora de insumos, estimulando así la competitividad del mercado y diversas formas de innovación, permitiendo así el crecimiento económico (Zamora, 2018).

El espíritu empresarial se está convirtiendo en el motor del crecimiento y el desarrollo económicos en varios países. En este proceso, la innovación es crucial, lo que puede hacer que la conversión de actividades sea más eficiente. El emprendimiento en América Latina está relacionado con el emprendimiento en el establecimiento de empresas, aunque todavía no existen grandes innovaciones. Las motivaciones empresariales del Ecuador son diversas y están relacionadas con su capacidad de desarrollo sostenible a largo plazo.

Por un lado, el espíritu empresarial de oportunidad está relacionado con las decisiones voluntarias relacionadas con las posibilidades de negocio. Asimismo, existe una inversión de riesgo innecesaria, que está relacionada con el establecimiento de un negocio sin otras fuentes de ingresos (López y Rivera, 2020).

En este sentido se establece que el emprendimiento por oportunidad, tiene la fortaleza de que está orientado de identificar empresas potencialmente atractivas, a menudo creará más oportunidades de empleo, exportarán en mayor medida y crearán nuevos nichos de mercado. Por el contrario, el emprendimiento por necesidad, ocurre cuando el individuo se ve obligado a actuar de acuerdo con la situación para encontrar una mejor forma de supervivencia. La decisión de todo emprendedor suele estar impulsada por las expectativas de la población y el nivel de vida. Por lo tanto, en todo tipo de economía, los emprendedores ya sea por necesidad u oportunidad, dependerán de la situación (Moreira et al., 2018).

#### **1.2.4. Tipos de emprendimiento**

Almodóvar (2018) considera que los tipos de emprendimientos se puede clasificar desde diferentes puntos de vista, como por ejemplo el emprendimiento según la actividad que puede ser por oportunidad o por necesidad, así también existe el emprendimiento innovador, emprendimiento social, empresarial, emprendimientos productivos, emprendimiento local, emprendimiento formal e informal, en este contexto el emprendimiento puede clasificarse y subclasificarse dentro de varios grupos asociativos.

### **1.3.El emprendedor**

#### **1.3.1. Definiciones**

Los emprendedores deben satisfacer determinadas características para diferenciarlos de los demás, entre los que queremos destacar: compromiso global, determinación y perseverancia, capacidad para alcanzar metas, iniciativa, asunción de riesgos, tolerancia al cambio y responsabilidad, y otros emprendedores que buscan sobresalir en un campo determinado y convertirse en un modelo a seguir para los demás.

Los emprendedores deben seguir innovando para mantener su posición en el mercado, así también, deben saber manipular adecuadamente a sus equipos de trabajo y deben motivarlos para lograr sus objetivos (Alcaraz, 2017).

En este sentido se puede expresar que la motivación de un emprendedor como el desarrollo de una idea que, una vez realizada, producirá una cierta sensación de satisfacción. En este punto, se analizará cómo triunfa la motivación en tiempos de crisis. Se puede decir que “la motivación y el emprendimiento son dos factores complementarios, es decir, sin emprendimiento no hay motivación y viceversa. Es importante adoptar una buena motivación, porque esta es la raíz de nuestro éxito o fracaso” (Muñoz, 2017, párr. 5).

### 1.3.2. Tipos de emprendedores

Para Sordo (2019) existen 10 tipos de emprendedores, los cuales son:

- Emprendedor visionario

Este tipo de emprendedor posee la capacidad de ver más allá del ahora, este emprendedor sueña despierto y busca cada oportunidad para hacer realidad un sueño idealizado sobre las metas que alcanzara.

- Emprendedor inversionista

Al emprendedor le gusta invertir y tienen el dinero para hacerlo. Su mayor objetivo es recaudar dinero y crear más oportunidades. Es bueno para sacar provecho de ciertas cosas e identifica buenas y malas oportunidades, por lo que sabe cuándo no correr riesgos.

- Emprendedor oportunista

Puede aprovechar las oportunidades que se le brindan para obtener cualquier resultado y es un experimentador natural. Siempre observa y analiza antes de actuar. Estos emprendedores son buenos para encontrar múltiples soluciones. Para ellos, hay más de mil formas de mejorar y hacer que una característica funcione. Si una persona encuentra un obstáculo, los empresarios oportunistas ya están buscando alternativas.

- Emprendedor apasionado

Le gusta el trabajo. Es una persona que no puede simplemente tener esta idea, sino que debe realizarla. Cuando algo lo impulsa, está lleno de energía y no se queja después de las horas de trabajo.



- Emprendedor por necesidad

Requiere de dinero rápidamente porque no tiene otra opción. La necesidad de convertirse en emprendedor no significa esforzarse, sino buscar oportunidades de forma inmediata.

- Emprendedor persuasivo

Es un líder natural y sabe cómo generar un impacto positivo en el comportamiento de las personas. Puede que no sean emprendedores a los que se les ocurran ideas, pero son los que los lideran y los motivan a poner sus ideas en práctica. Suele ser alguien que atrae a personas para que participen en el proyecto o que sabe captar clientes.

- Emprendedor social

Los emprendedores sociales son los que quieren cambiar el mundo, no los que saben interactuar con cualquiera o que tienen muchos amigos, y su trabajo es más profundo. A menudo buscan soluciones innovadoras y tienen un impacto positivo en los demás. Su carrera está dedicada a la promoción y la obtención de ganancias en temas sociales como la discriminación, la pobreza y la destrucción del medio ambiente. Es un revolucionario, un poco rebelde, y eso puede ser un problema.

- Emprendedor por azar

Estos empresarios pueden heredar un negocio exitoso. En muchos casos, fueron invitados por amigos y familiares a participar en el proyecto y aceptarlo. Una de sus características es que les gusta correr riesgos.

- Emprendedor intuitivo

Se mueve impulsivamente según su premonición. Estos empresarios parecen percibir oportunidades y asumir riesgos. No pedir consejo a la gente es uno de los inconvenientes que puede llevar a decisiones equivocada.

- Emprendedor especialista

A menudo confundidos con emprendedores visionarios, la diferencia es que su visión es solo sobre un proyecto o un tema en particular. Puede ser un experto porque es bueno razonando y se concentra en un tema.

### **1.3.3. Análisis de estrategias comerciales para emprendedores**

#### **1.3.3.1. Decisión de compra**

Según Rocafuerte (2020) la toma de decisiones incluye el proceso de implementar pasos sistemáticos en torno a los cambios de conciencia de los trabajadores, por lo que la gestión debe ser participativa, resolviendo los problemas entendiendo los conflictos y los emprendedores tendrán la oportunidad de brindar productos o soluciones para resolver los servicios de los clientes potenciales.

Por tanto, se crea una base para una gestión eficaz de las adquisiciones, buscando los beneficios de todas las personas, organizaciones y sociedad (Rocafuerte, 2020).

#### **1.3.3.2. Comunicación con el cliente**

(Kamiya, 2019) señala que la comunicación es una parte importante de una serie de actividades diseñadas para informar, publicitar y recordar a los consumidores la existencia de productos. Asimismo, su propósito es estimular, motivar e inducir compras y compras de productos. Estas estrategias están orientadas a promover las ventas a través de la publicidad, el marketing directo y la promoción de productos.

## **CAPÍTULO II**

### **LOS FACTORES ECONÓMICOS INFLUYENTES EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA**

#### **2.1 El Covid**

##### **2.1.1. Contextualización**

Los coronavirus son una amplia familia de virus, algunos de los cuales tienen la capacidad de propagarse de animales a humanos. Los cuadros clínicos que producen van desde el resfriado común hasta enfermedades más graves, como el coronavirus que provoca el síndrome respiratorio agudo severo (SARS-CoV) y el coronavirus que provoca el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV). El nuevo coronavirus se llama SARS-CoV-2, y la enfermedad se llama enfermedad del coronavirus. Este es un nuevo tipo de coronavirus que puede afectar a las personas. Se descubrió por primera vez en Wuhan, provincia de Hubei, China, en diciembre de 2019 (MSP, 2020).

Una de las estrategias que se ha implementado para mitigar las afectaciones del virus ha sido entender la forma de contagio y propagación, por tanto, es importante lavarse las manos, no tocarse el rostro y el uso frecuente de alcohol para evitar su contaminación a la persona y otros. El virus Covid-19 se transmite principalmente “a través de la saliva o las secreciones nasales que se producen cuando una persona infectada tose o estornuda, por lo que es importante tomar medidas preventivas al toser y estornudar, por ejemplo, cubrirse la boca con el codo doblado” (OMS, 2020, párr. 6).

El Covid-19 ha tenido un gran impacto en el desarrollo de la sociedad, tanto a escala mundial, de América Latina y especialmente en Ecuador ya que ha afectado a la producción y el empleo. A mediados de julio de 2020, se estima que aproximadamente 300.000 personas habían acudido al Instituto de Seguridad Social de Ecuador, por este padecimiento, afectando de manera directa el empleo regular.

Debido al espíritu empresarial que mediante estrategias buscaron métodos para contrarrestar la propagación, pero mantenerse en funciones ya que, es un medio importante de crear empleo y fuentes de ingresos para las personas y puede impulsar la creatividad y la innovación dentro de la empresa. Las empresas con mayor probabilidad de éxito son las que aprovechan la oportunidad. Es decir, después de analizar el mercado y utilizar herramientas para rentar con la empresa, intenta aprovechar algunas de las condiciones positivas del mercado pese a la afectación que se presentó (López y Rivera, 2020).

## **2.2.Pandemia**

Acorde a la información de la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2020), se establece que el coronavirus (CoV) son causales de diversas patologías que van desde gripe hasta enfermedades graves, en enero del 2020 la Organización Mundial de la Salud la estableció como epidemia y fue declarada como emergencia de salud pública a nivel internacional lo cual la llevo a posicionarse como pandemia mundial. Acorde a información emitida por (CNN Español, 2020) la pandemia llego a Ecuador, haciendo que todos estén en alerta, en Ecuador el primer caso fue importado de Madrid, España a través de un hombre de 71 años, en ese momento, aparecieron síntomas relacionados con el virus, es así que para finales del mes en cuestión el Ministerio de Salud del país ya estableció el primer caso confirmado de covid-19 dentro país y se identificó al territorio de Ecuador como el tercer país que presentaba casos de contagio.

Posteriormente, otros casos siguieron apareciendo en otras provincias, en marzo siguiente Guayas y Los Ríos ya habían afectado a 177 personas, por lo que el gobierno nacional tomó medidas restrictivas sobre el tema, donde se intervino a un buque en Guayaquil con el fin de permanecer en cuarentena obligatoria (CNN Español, 2020).

Este caso, la sociedad ecuatoriana se vio obligada a mantener y cumplir con las medidas de cuarentena como medio para proteger y controlar la pandemia. Las medidas pandémicas fueron promulgadas por el presidente Lenin Moreno el 16 de marzo cuando declaró un estado de excepción, con el fin de evitar infecciones poblacionales a gran escala (Monroy, 2020). Sin embargo, se cree que este impacto tiene una repercusión importante en la sociedad, porque el encierro trae restricciones en las actividades laborales, movilización de vehículos y otras, cerrando todos los ámbitos de la vida o negocios, lo que aumenta la probabilidad de muerte. Las cifras al 4 de mayo de 2020 fueron de 1.500 muertes y 30.000 contagios, el paulatino distanciamiento social también ha afectado la vida en Ecuador hasta la actualidad (Monroy, 2020).

Dentro de lo expuesto anteriormente se establece la necesidad de determinar una herramienta de análisis sobre la realidad de la pandemia y el emprendimiento, ya que muchas personas se vieron inmersas en una realidad distinta a lo cotidiano pues, el confinamiento afectó a nivel salud, económico e inclusive a nivel social a las personas puesto que muchos fueron despedidos de empresas que tuvieron que cerrar. Una realidad no lejana a la de la provincia de Tungurahua, razón por la cual se establece el presente proyecto de investigación sobre el Covid-19 y el emprendimiento en la provincia.

## **2.3. Emprendedores en tiempos de pandemia**

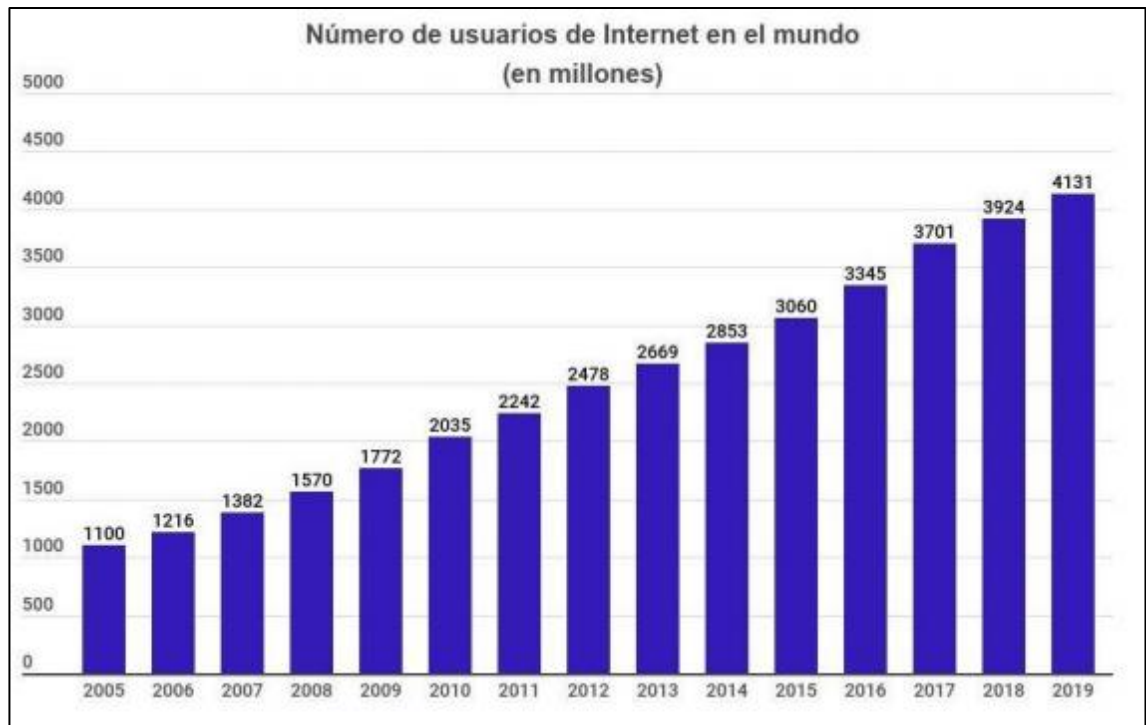
### **2.3.1. Contextualización**

El trabajo de convertirse en empresario durante una pandemia no es fácil, porque Covid-19 ha tenido consecuencias espantosas en todo el mundo. En diferentes campos de trabajo, especialmente en el campo de la salud pública, donde se ha producido un gran cambio. De esta forma, los emprendedores desde la empresa más pequeña hasta la más grande de las empresas tienen un impacto en su economía y estilo (Romero, 2020).

Todo esto se generó en base a realidades de gestión de cada una de las empresas y personas que buscaron medios para sobrellevar la pandemia que pese a generar un cambio en la vida de las personas llevó consigo una realidad de crecimiento donde estrategias nuevas y extraordinarias hacen que las personas subsanen las consecuencias del confinamiento. En este caso, el uso de las redes sociales juega un papel importante en el proceso de inversión y marketing a través de recursos electrónicos y redes de comunicación masiva, para no decaer el proceso productivo (Rocafuerte, 2020).

## **2.4. Medios de compra y venta en pandemia**

Como es de conocimiento general una de las estrategias de comercio en tiempo de confinamiento fue el uso de medios electrónicos, donde este ha venido a cambiar de forma significativa el contexto de realizar una transacción, es así que en el año 1995 existían 16 millones de usuarios en internet, para el año 2019 la población a escala mundial de usuarios de internet fue de 4 131 millones, es decir se observa un crecimiento constante y exponencial desde el inicio hasta el presente (EAE Business School, 2020).



*Figura 1. Número de usuarios de internet a escala mundial*

Fuente: (Férrandez, 2021)

La evolución de la pandemia Covid-19 ha afectado gravemente las perspectivas económicas de los países desarrollados y emergentes, que, además de la caída de los ingresos (por la reducción de los ingresos corporativos), también se han visto obligados a incrementar el gasto público para paliar el impacto negativo sobre las actividades de producción (Montoya, 2020).

Según el texto, se puede comprobar que la epidemia ha destruido el impacto económico de todos los países, mientras que otras empresas digitalizadas subió el precio de las acciones, debido a la situación general, pero, por otro lado, las pequeñas empresas que no gestionaban este sistema de negocio digital cerraron su negocio.

Esto obliga a la empresa a brindar a los clientes herramientas de autogestión digital. Cada cliente puede realizar compras u otro tipo de transacciones. Además, también brinda consulta remota como parte básica de la autogestión del cliente. A través de dispositivos móviles o de escritorio. El soporte digital puede ser utilizado por los clientes y proporcionado por el usuario. El coronavirus mantendrá la transformación digital dentro de la cultura corporativa de la empresa como una estrategia que no solo mejora el desempeño de los empleados, sino que también permite que los empleados tengan cierto tipo de flexibilidad, pues según estudios, el 29% de los trabajadores remotos dicen estar más felices que los dispuestos a trabajar en un lugar fijo (Granada, 2020).

#### **2.4.1. Redes sociales**

De acuerdo a la conceptualización descrita por (Cruz & Ramos, 2017) mencionan que una red social es una estructura compuesta por varias personas u organizaciones (por ejemplo, un grupo de amigos, familiares o grupos que comparten vínculos e interactúan entre sí). Por tanto, la mencionada red se entiende generalmente dentro de una plataforma digital que permite la interacción entre los usuarios con el fin de interactuar y compartir contenido multimedia.

### **2.5.Sostenibilidad**

#### **2.5.1. Definición**

A lo largo de los años se ha ido desarrollando el término "sostenible", que en un principio se consideró como un mero desafío empresarial relacionado con la protección del medio ambiente, mientras que poco a poco fue aceptando otros aspectos como la tecnología, el desarrollo económico y social y el ser humano. Este es un requisito indispensable para garantizar la estabilidad y durabilidad de la institución en el mercado (Camino, 2018).



Tiene su origen en la llamada sostenibilidad global, que ya ha involucrado aspectos ecológicos, sociales y económicos. En el ámbito ecológico, se centra en complementar y adaptar el crecimiento económico al respeto por la naturaleza.

En cuanto a la sociedad, buscar la equidad de distribución que requiere la población en términos de desarrollo empresarial. Por último, económicamente, el objetivo es lograr un equilibrio justo a través de la reconciliación económica entre países pobres y ricos, lo que obviamente es imposible porque no puede detener, y mucho menos frenar, el crecimiento de los países ya desarrollados (Bata & Jiménez, 2020).

## **2.6.Desarrollo sostenible**

### **2.6.1. Definición**

El principal objetivo de las empresas con creatividad e ideas innovadoras es encontrar la forma de mantener su actividad en el mercado en el que han comenzado a entrar, lo que se denomina sostenibilidad. Si el crecimiento empresarial se mantiene proporcionalmente en el tiempo, se puede considerar que la institución ha logrado la sostenibilidad y puede asegurar su sostenibilidad a largo plazo (Camino, 2018).

Para Camino (2018) el desarrollo sostenible requiere integrar cinco dimensiones básicas, las cuales son:

- Ecológico, el cual busca cuidar el entorno como elemento base a la preservación de esta en el tiempo.
- Económico, donde se busca una rentabilidad acorde al manejo de los recursos disponibles.
- Social, este factor busca el beneficio del entorno y a colectividad.
- Identitario, es un factor básico debido a que este fomenta el desarrollo local mediante la identidad e historia para generar un cambio.
- Político, los cuales son leyes y normas que rigen dentro del sector.

Estas dimensiones pueden considerarse contradictorias hasta cierto punto, pero hay que tener en cuenta que, a menos que se logre un equilibrio perfecto entre estas, la sostenibilidad será imposible.

En este sentido, la sostenibilidad está directamente relacionada con la esperanza de la empresa de que las generaciones futuras sobrevivan de manera integral. Es decir, mantener el desarrollo a largo plazo y superar al sector financiero a través de la innovación. Por lo tanto, es cierto que sus actividades empresariales incluyen medidas de protección ambiental, desarrollo social comunitario y empresas que tienen un impacto efectivo en el desempeño económico de un país al mismo tiempo, de hecho, están relacionadas con el significado de desarrollo sostenible (Contreras & Rojas, 2015).

La empresa y los emprendimientos en este contexto enfrentan nuevos desafíos en desarrollo sustentable y debe fortalecerse económica, política, social, ambientalmente para proyectar valores que contribuyan al desarrollo necesario para mantener una posición de liderazgo, y de manera práctica el conectar con las condiciones y requerimientos requeridos por la sociedad, en la actualidad ya que, solo así se puede garantizar su supervivencia (Ocampo, 2016).

### **2.6.2. Objetivos de Desarrollo Sostenible**

Todos los países miembros al programa de las Naciones Unidas para el desarrollo adoptaron los Objetivos de Desarrollo Sostenible en 2015, también conocidos como los Objetivos Globales, como un llamado universal para la erradicación de la pobreza, la protección del planeta y garantizar la paz y la prosperidad para todos para 2030. Se han integrado los 17 objetivos de desarrollo sostenible, reconociendo que la intervención en un área afectará los resultados de otras áreas, y el desarrollo debe lograr un equilibrio entre la sostenibilidad ambiental, económica y social (Programa de las Naciones Unidas, 2020).

## **2.7.El desarrollo sostenible en la provincia de Tungurahua**

La provincia se ha distinguido por ser autónoma y centralizar cerca del 5% de empresas del país de tipo microempresas, se define también en que las áreas con mayor ocurrencia en Tungurahua ha sido en los *clústers*: cuero, comercio, calzado, muebles, artesanías, textiles, vehículos y madera (Intriago & Sánchez, 2019).

La provincia de Tungurahua ha sentado las bases para ser considerada como un ente altamente productivo con potencial de desarrollo, elogiado por su carácter nacional trabajador y su espíritu emprendedor que se ha transmitido de generación en generación. Debido a las expectativas e importancia de estos factores, para marzo de 2020, se estableció un nuevo " Comité de Emprendimiento e Innovación Provincial Integral de Tungurahua " con el objetivo de promover e incentivar el desarrollo del emprendimiento, donde se establece como ordenanza aprobada por la legislatura estatal el 25 de febrero del mismo año.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. Enfoque de la investigación

El enfoque de investigación aplicado en la investigación fue **cuantitativo**, ya que se aplicaron métodos estadísticos para la recolección de información y generar una visión completa de la investigación (Hernández et al., 2014).

Además, los autores explican que este enfoque es una herramienta para el proceso y desarrollo de la investigación para obtener un mejor resultado y criterios, en donde permite generar y realizar conocimiento previo a la verificación de la hipótesis de la investigación de un estudio reciente como lo es el Covid-19 y su incidencia en las actividades de los emprendedores de la provincia de Tungurahua.

##### 3.1.1. Tipos de investigación

De tipo **bibliográfico**, pues este se aplicó al momento de investigar información documental referente al tema de investigación, fue de tipo **descriptivo** debido a que este trata de describir las cualidades y los factores intervinientes dentro de las variables con el fin de describir todo lo referente a los Emprendedores en la provincia de Tungurahua, y forma de actuar frente al mercado en época de pandemia ya que por medio generan rentabilidad y sostenibilidad con un beneficio para el desarrollo sostenible y **correlacional** pues, se buscó determinar la existencia de significancia estadística entre variables.

### **3.1.2. Modalidad de investigación**

#### **Bibliográfica**

Es el método básico de cualquier proyecto de investigación y debe garantizar que la información más relevante en el campo de investigación se pueda obtener de una amplia gama de grandes cantidades de literatura (Gómez et al., 2014).

#### **De campo**

La investigación de campo es utilizada para describir cómo o por qué ocurrió una situación o evento particular, es decir que se utilizan métodos científicos, ya que este es un elemento fundamental para observar la situación real y acorde a los hechos en su entorno con el fin de diagnosticar la realidad y para utilizar los conocimientos con fines prácticos (Sampieri, 1998).

#### **Transversal**

El diseño del estudio transversal puede recopilar datos una vez. Este es aplicado con el fin de identificar y describir a las variables del objeto de estudio y a su vez determinar su grado de afectación en un momento específico del proyecto, los datos serán recolectados y analizados dentro de un período de tiempo específico.

### **3.1.3. Población y muestra**

#### **Población**

La población es un grupo finito o infinito de individuos en el universo o colección, formado por ciertas características que pueden distinguir a los sujetos entre sí, representando el número de poblaciones y los elementos de investigación (Chavez, 2007; Franco, 2014).

Para la ejecución de este proyecto se tomó como población a los emprendedores de la provincia Tungurahua cuya información se encuentra en la Agenda del Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua con 119.573 emprendedores que es el 38,2% de participación dentro de la categorización de ocupación en la provincia (HGPT, 2020).

## **Muestra**

La muestra es parte de la población a estudiar. Se utiliza cuando la población es demasiado grande, por lo que es imposible estudiarla en su totalidad. Por lo tanto, es necesario sacar la muestra. También se debe enfatizar que el muestreo es no es un requisito indispensable en la encuesta, porque todo depende del contexto y el propósito (Hurtado, 2008).

Por la extensión de la población se ha aplicado la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{(e^2 * (N - 1)) + z^2 * p * q}$$

Donde:

**n:** tamaño de la muestra

**z:** Nivel de confianza 95%= (1.96)

**p:** probabilidad de ocurrencia

**q:** probabilidad de no ocurrencia = (1-p) = (1-0.50)

**N:** Población

**e:** Nivel de error 5% = (0.05)

$$n = \frac{1.96^2 * 119.573 * 0.5 * 0.5}{((0.05)^2 * (119.573 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{114837.9092}{298,93 + 0,9604}$$

$$n = \frac{114837.9092}{299.8904}$$

$$n = 382.9334 \text{ encuestas} = 383 \text{ encuestas}$$

### 3.1.4. Recopilación y procesamiento de la información

La técnica de investigación aplicada es la encuesta que de acuerdo a (Tamayo y Tamayo, 2003) el propósito de la encuesta es obtener información a través de herramientas como el cuestionario, ya que esta es efectiva a la hora de recopilar información porque puede cambiar con el tiempo.

*Tabla 1: Explicación de encuestas*

<b>Preguntas</b>	<b>Explicación</b>
<b>1. ¿Para qué? (objetivo)</b>	Identificar el comportamiento del emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible de la Provincia de Tungurahua
<b>2. ¿A qué personas vamos a aplicar?</b>	Personas emprendedoras de la provincia de Tungurahua.

<b>3. ¿Sobre qué aspectos?</b>	Emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible.
<b>4. ¿Quién?</b>	El investigador: Fabian Sailema
<b>5. ¿Cuándo?</b>	Mes de marzo, 2021
<b>6. ¿En qué lugar?</b>	Provincia de Tungurahua
<b>7. ¿Con que técnicas?</b>	La técnica a utilizar es la encuesta
<b>8. ¿Con que instrumentos?</b>	Cuestionario
<b>9. ¿En qué situación?</b>	Actual (2021)

Fuente: Elaboración propia - Investigación.



El cuestionario está conformado por 10 preguntas (Anexo 1), el mismo que se encuentra distribuido de la siguiente forma:

*Tabla 2: Atributos de las preguntas del cuestionario*

<b>Variable</b>	<b>Atributo</b>	<b>Número de preguntas</b>
<b>Emprendimiento</b>	Clasificación	1
	Sistema de gestión de calidad	1
	Impacto	1
	Barreras	1
<b>Desarrollo sostenible</b>	Factores de productividad	2
	Control de productividad	1
	Indicadores para medición	1
<b>Relación entre las dos variables</b>	Importancia	1
	Vínculo	1
<b>Total</b>		<b>10</b>

Fuente: Elaboración propia - Investigación.

### 3.1.5. Validación del cuestionario

Con el fin de que el instrumento de recolección de información sea fiable este se le puede establecer por diversos métodos de validación, para el presente proyecto de investigación se estableció la medición mediante el método estadístico de alfa de Cronbach el cual oscila entre 0 a 1 y este al ser mayor a 0,7 se considera con consistencia interna (Bojórquez et al., 2013).

*Tabla 3: Resumen del procesamiento de los casos*

		N	%
Casos	Válidos	32	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100,0</b>

(\*) **Nota:** a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia - Investigación.

*Tabla 4: Estadísticos de fiabilidad*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
0,802	10

Fuente: Elaboración propia - Investigación.

El coeficiente indica 0,802 lo cual señala la consistencia interna del cuestionario y por ende es factible su aplicabilidad.

## CAPÍTULO IV

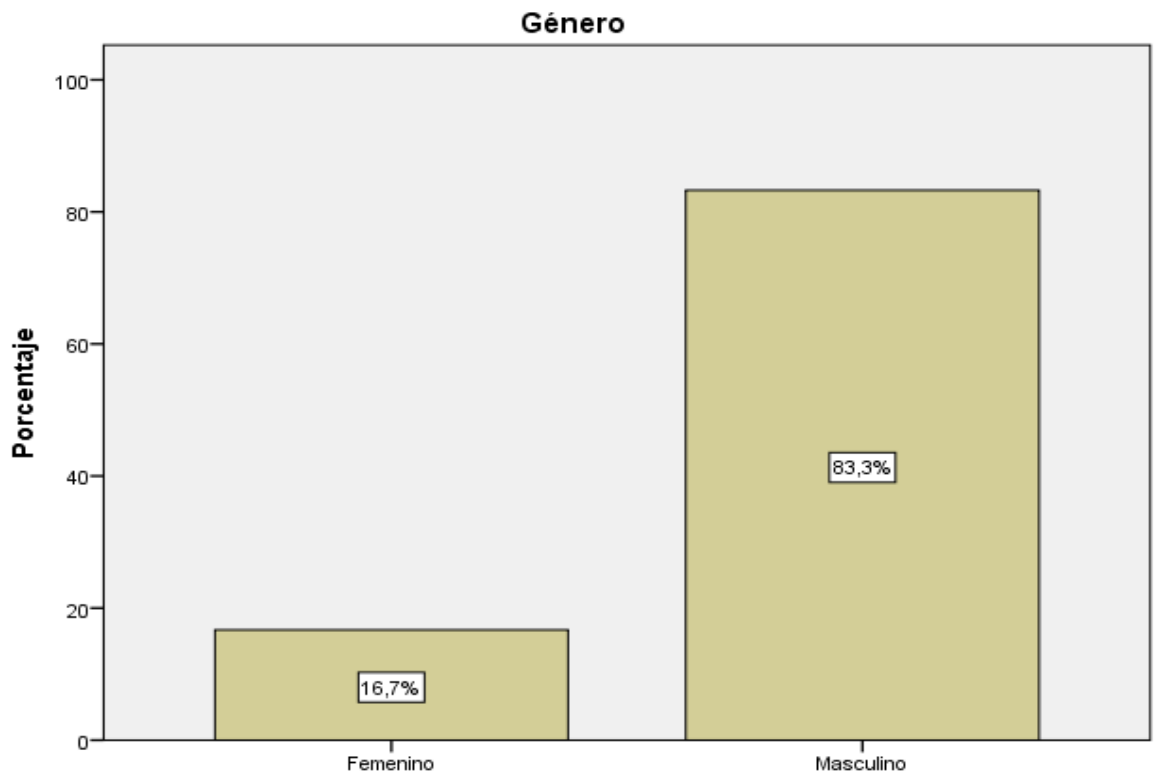
### RESULTADOS: COMPORTAMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ÉPOCA DE PANDEMIA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

#### 4.1. Análisis y tabulación de resultados

A continuación, se establecen los resultados de la aplicación del instrumento aplicado en la muestra poblacional.

*Tabla 5. Género*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Femenino	64	16,7	16,7	16,7
Masculino	319	83,3	83,3	100,0
Total	383	100,0	100,0	



*Figura 1. Género*

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación:** De las encuestas realizadas del 100% del total de la población, el 83,3% son de género masculino mientras que apenas el 16,7% son de género femenino. Lo cual indica que en cierto punto son los hombres quienes toman la iniciativa para emprender en forma mayoritariamente que las mujeres.

## 1. ¿Cuál es la razón por la cual inicio su emprendimiento?

Tabla 6. Razón de inicio del emprendimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Por oportunidad	220	57,4	57,4	57,4
Válido Por necesidad	163	42,6	42,6	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

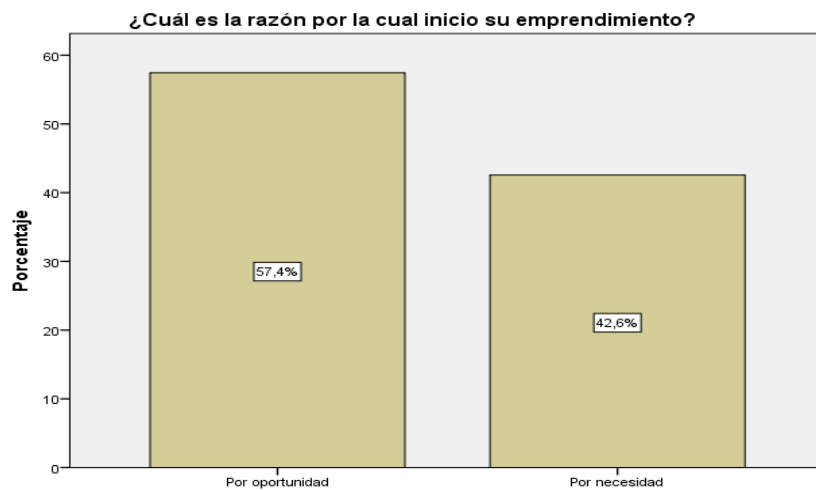


Figura 2. Razón de inicio del emprendimiento

Fuente: Investigación de campo

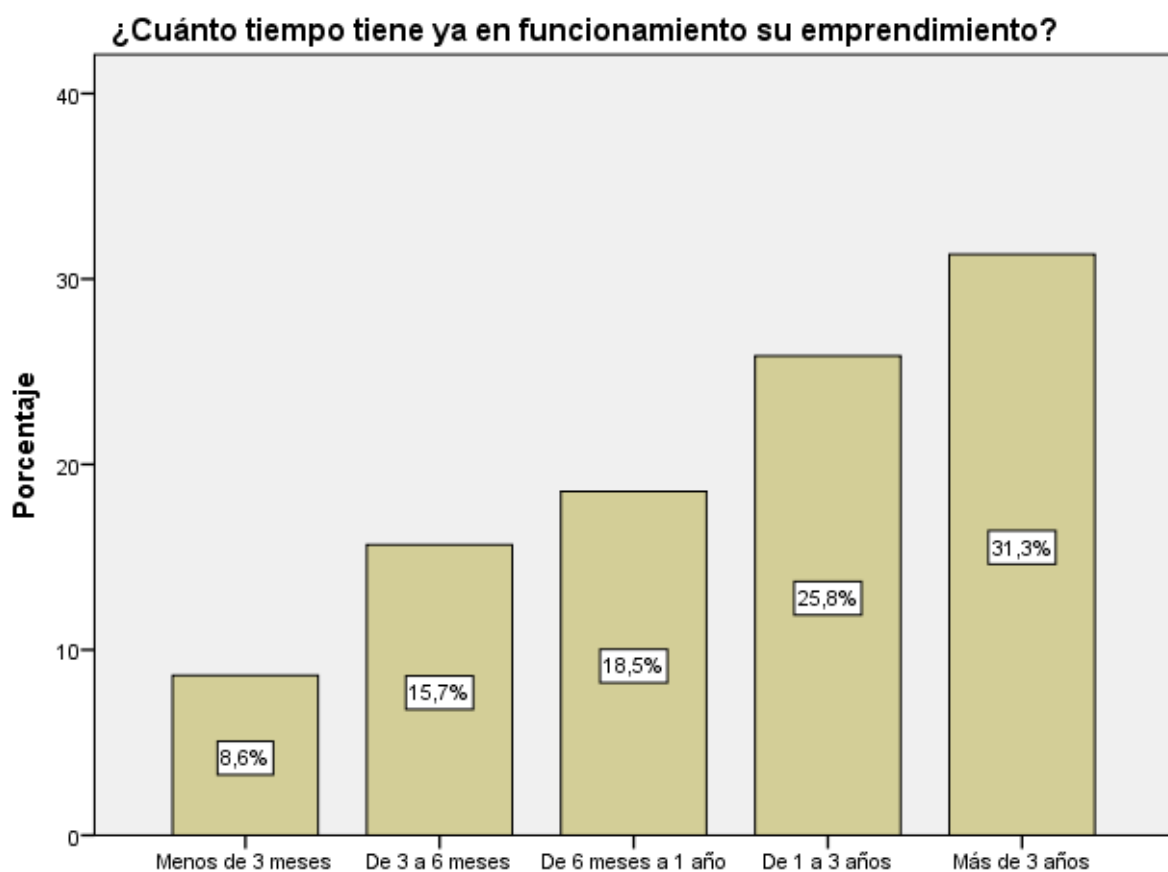
**Análisis e interpretación:** De las encuestas realizadas del 100% del total de la población, el 57,4% están en marcha con el emprendimiento por oportunidad, basándose con reconocimientos de necesidades en el mercado aun no satisfechas o satisfechas este se caracteriza por desarrollar una solución innovadora, el 42,6% lo hace por necesidad ya que se enfoca por situación de escasez, en los recursos económicos o por la falta de empleo debido al Covid-19 que atraviesa todo el Ecuador.

**2. ¿Cuánto tiempo tiene ya en funcionamiento su emprendimiento?**

*Tabla 7. Tiempo del emprendimiento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Menos de 3 meses	33	8,6	8,6	8,6
De 3 a 6 meses	60	15,7	15,7	24,3
De 6 meses a 1 año	71	18,5	18,5	42,8
De 1 a 3 años	99	25,8	25,8	68,7
Más de 3 años	120	31,3	31,3	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo



*Figura 3. Tiempo del emprendimiento*

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada el 31,3% llevan más de tres años de funcionamiento, siendo el 25,8% de uno a tres años, de tal manera que el 18,5% de seis meses a un año, el 15,7% funciona desde tres a seis meses y finalmente el 8,6% lo hacen en poco tiempo de tres meses.

Esto quiere decir que la mayor parte lleva en funcionamiento por más de tres años donde existe el 31,3%, y el 25,8% de uno a tres años, siendo un menor de 8,6% que funciona en menos de tres meses.



### 3. ¿Se dedica a otras actividades económicas?

Tabla 8. Otras actividades económicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	206	53,8	53,8	53,8
No	177	46,2	46,2	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

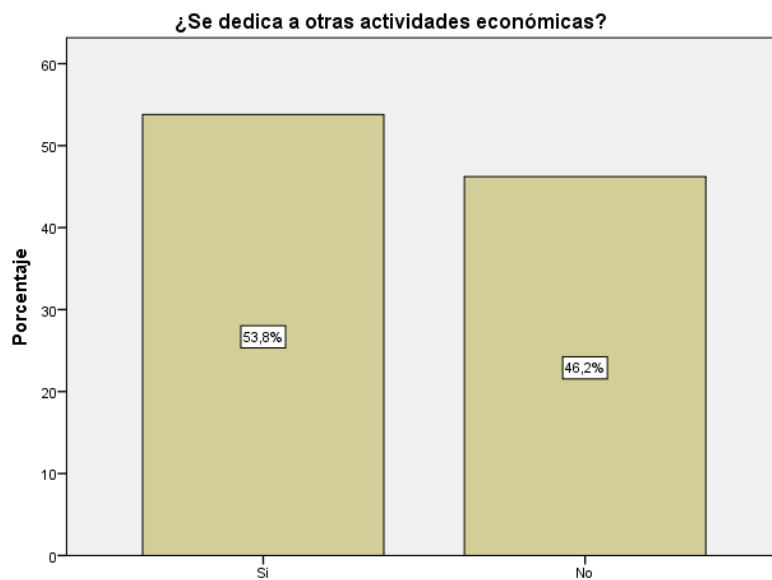


Figura 4. Otras actividades económicas

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada el 53,8% se dedica a otras actividades económicas, siendo el 46,2% se dedican específicamente a su negocio emprendido. Esto quiere decir que la mayor de las familias realiza otras actividades económicas para el sustento del diario del hogar.

#### 4. ¿Cuántos miembros conforman su familia?

Tabla 9. Miembros de la familia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De 1 a 3 personas	130	33,9	33,9	33,9
De 4 a 5 personas	150	39,2	39,2	73,1
Más de 6 personas	103	26,9	26,9	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

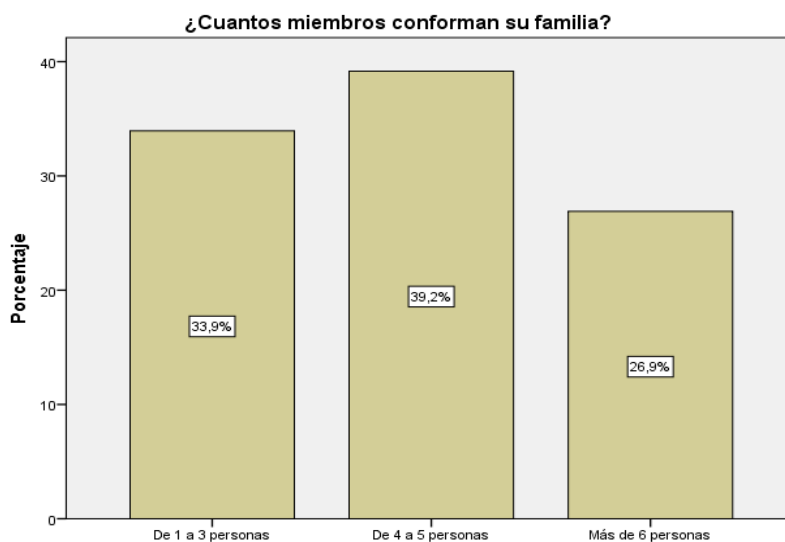


Figura 5. Miembros de la familia

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada el 33,9% conforma de uno a tres familias, siendo el 39,2% de cuatro a cinco personas, de tal manera que el 26,9% más de seis personas. Esto quiere decir que la mayor parte de las familias está conformada de cuatro a cinco personas, ya se encuentra el mayor porcentaje de 39,2%.

**5. ¿Cuál considera que fue el factor que tuvo mayor afectación con usted en el confinamiento? (Puede señalar más de una)**

*Tabla 10. Factor de afectación al emprendedor*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Pérdida de empleo	59	15,4	15,4	15,4
Diminución de ingresos económicos	57	14,9	14,9	30,3
Pérdida de financiamiento	138	36,0	36,0	66,3
Pérdida de familiares	52	13,6	13,6	79,9
Ninguna	77	20,1	20,1	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

¿Cuál considera que fue el factor que tuvo mayor afectación con usted en el confinamiento?

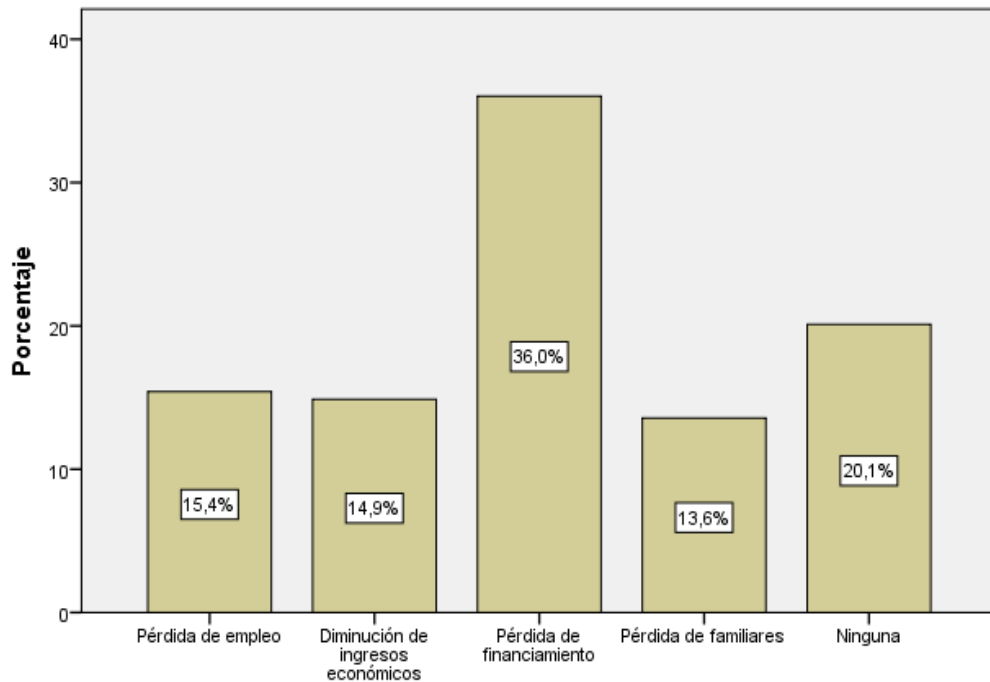


Figura 6. Factor de afectación al emprendedor

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada el 15,4% es por la pérdida del empleo debido a confinamiento, siendo el 14,9% por la disminución de ingresos económico, de tal manera que el 36,0% pérdida de financiamiento, el 13,6% pérdida de familiares y finalmente el 20,1% por ningún motivo. Siendo la mayor parte el cual se considera que el factor de afectación fue por la pérdida de financiamiento el 36,0%.

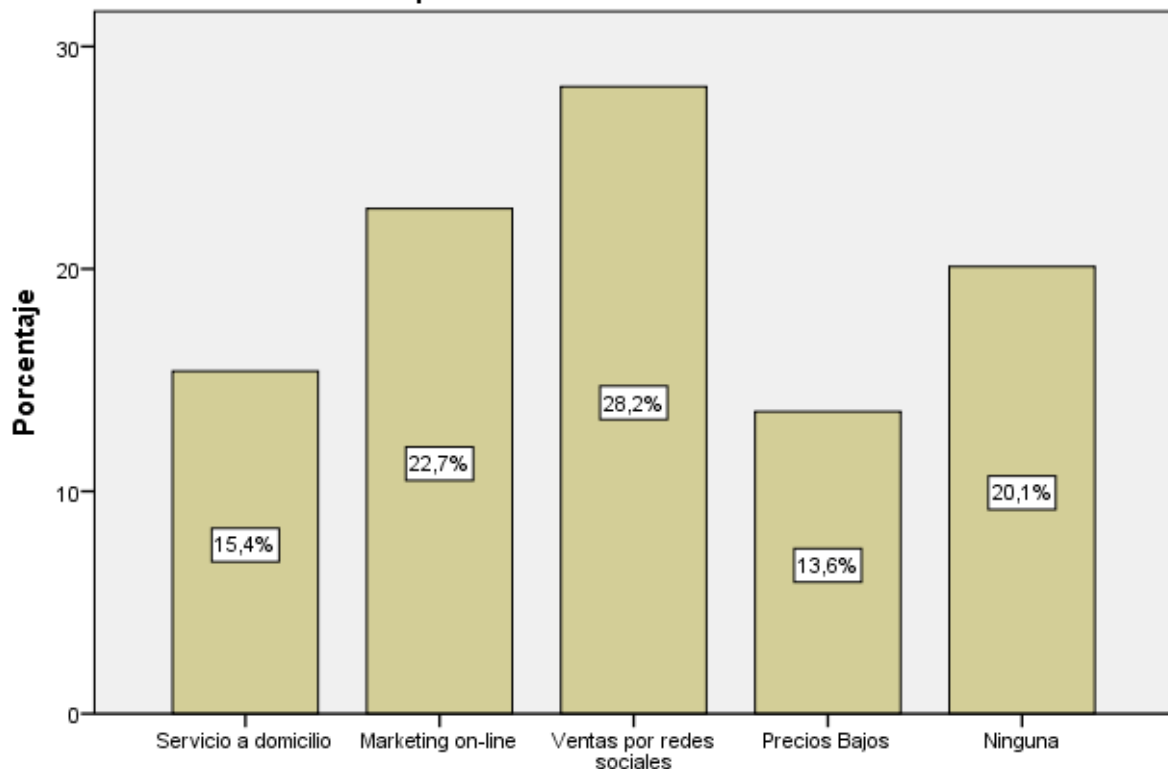
**6. ¿Qué estrategias aplicó en su negocio para poder incrementar las ventas de sus productos o servicios?**

*Tabla 11. Estrategias implementadas en el emprendimiento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Servicio a domicilio	59	15,4	15,4	15,4
Marketing on-line	87	22,7	22,7	38,1
Ventas por redes sociales	108	28,2	28,2	66,3
Precios Bajos	52	13,6	13,6	79,9
Ninguna	77	20,1	20,1	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

**¿Qué estrategias aplicó en su negocio para poder incrementar las ventas de sus productos o servicios?**



*Figura 7. Estrategias implementadas en el emprendimiento*

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada el 15,4% lo realizaron por medio de servicio a domicilio, siendo el 22,7% por marketing on-line, de tal manera que el 28,2% por ventas por redes sociales, el 13,6% por precios accesibles el 20,1% no utilizaron ninguna estrategia para incrementar sus ventas

De tal manera que el 28,2% utilizaron la estrategia en incrementar las ventas por redes sociales debido a causa del covid-19.

**7. ¿Considera que los moradores de la zona se sintieron beneficiados con su actividad económica?**

*Tabla 12. Influencia del emprendimiento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si absolutamente	58	15,1	15,1	15,1
Medianamente	60	15,7	15,7	30,8
Neutral	136	35,5	35,5	66,3
Poco	52	13,6	13,6	79,9
Nada	77	20,1	20,1	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

¿Considera que los moradores de la zona se sintieron beneficiados con su actividad económica?

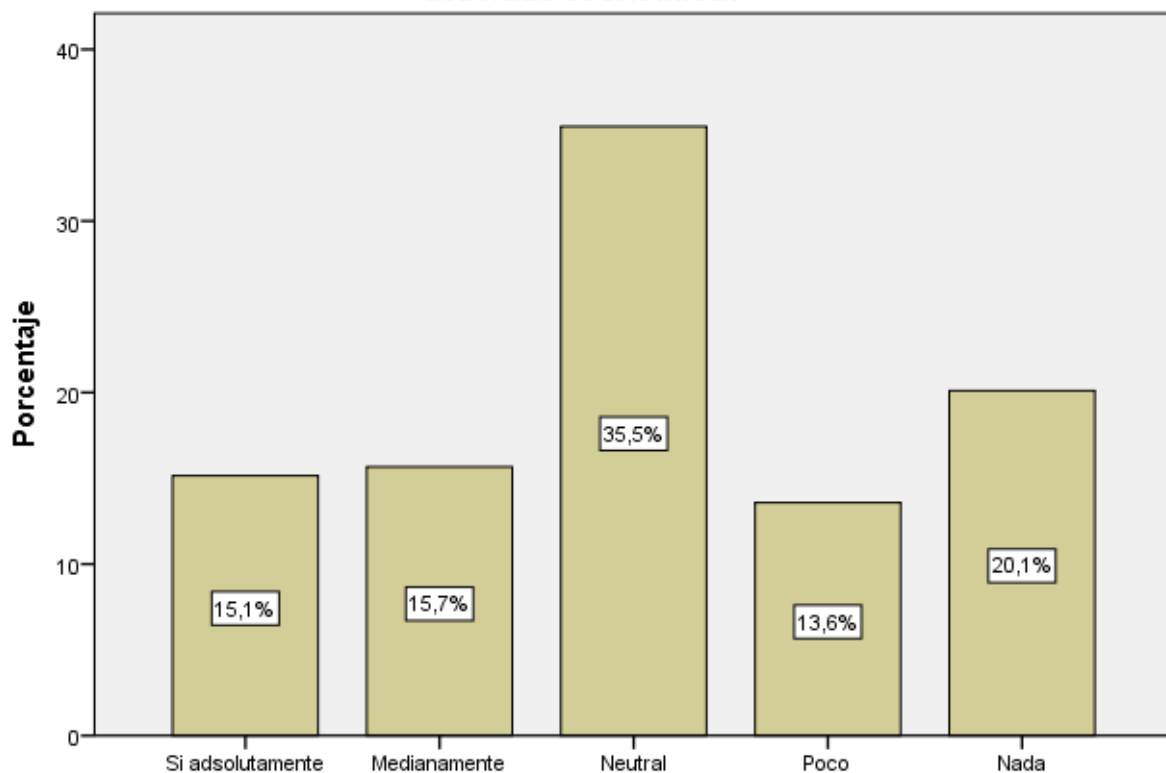


Figura 8. Influencia del emprendimiento

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada el 15,1% si lo sintieron beneficiados con la actividad económica en lo absolutamente, siendo el 15,7% medianamente el 35,5% neutral, el 13,6% se sentían poco beneficiados el 20,1% no se sentían beneficiados en nada. De tal manera que el 35,5% considera que no sintió ningún tipo de afectación.



**8. ¿Su emprendimiento tiene un carácter de tipo?**

*Tabla 13. Carácter del emprendimiento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ecológico	58	15,1	15,1	15,1
Económico	60	15,7	15,7	30,8
Social	136	35,5	35,5	66,3
Cultural	52	13,6	13,6	79,9
Político	77	20,1	20,1	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

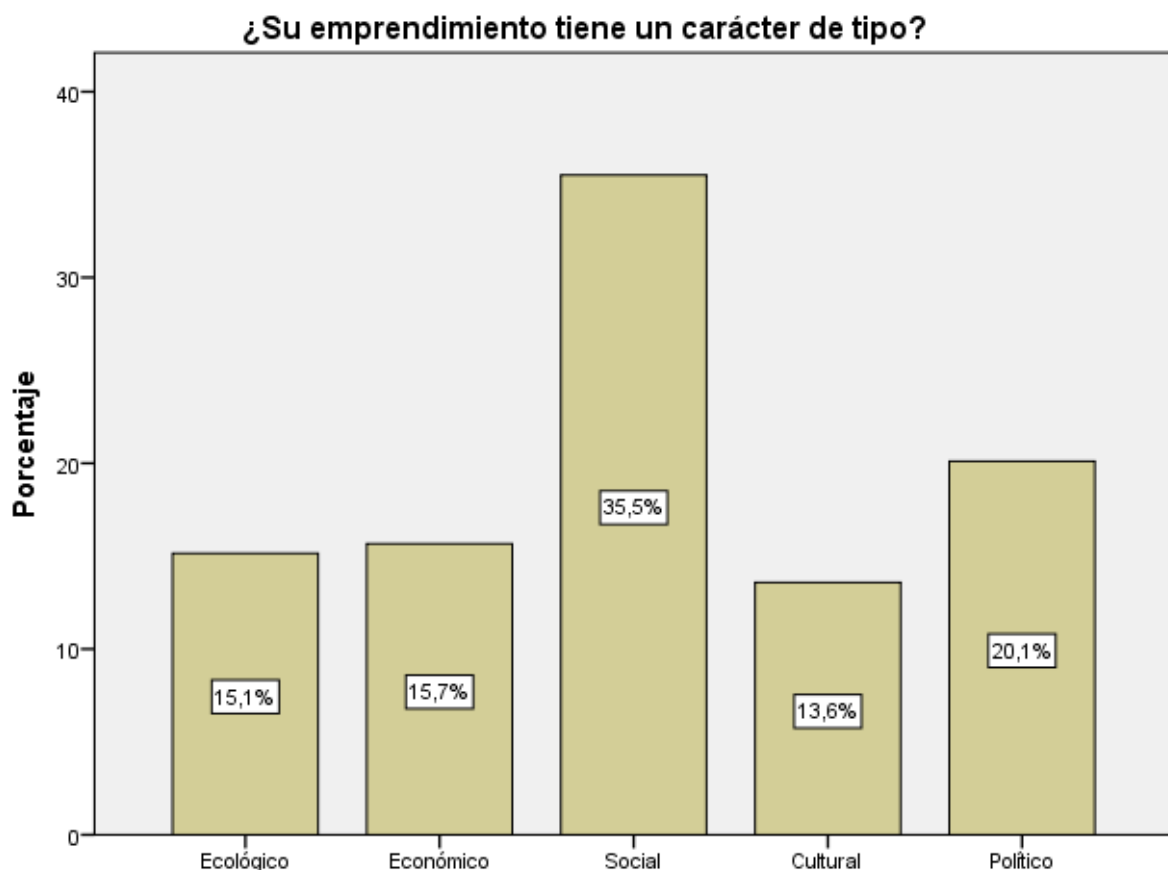


Figura 9. Carácter del emprendimiento

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada el 15,1% su emprendimiento es de carácter ecológico, siendo el 15,7% de económico mientras que el 35,5% lo considera por social, el 13,6% por cultura el 20,1% lo manifiesta por político

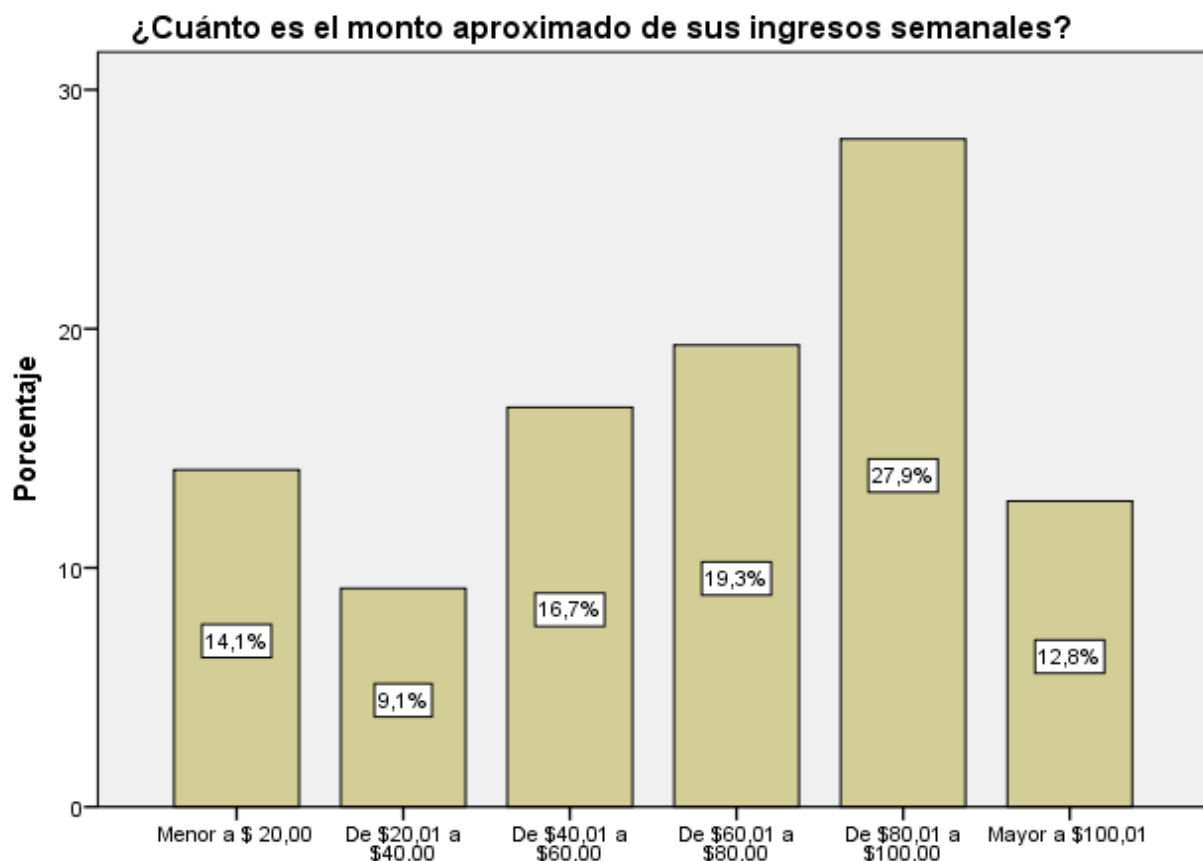
De tal manera que el 35,5% se ve reflejado su emprendimiento de carácter social porque es accesible para toda la población.

**9. ¿Cuánto es el monto aproximado de sus ingresos semanales?**

*Tabla 14. Monto aproximado de ingresos semanales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Menor a \$ 20,00	54	14,1	14,1	14,1
De \$20,01 a \$40,00	35	9,1	9,1	23,2
De \$40,01 a \$60,00	64	16,7	16,7	39,9
De \$60,01 a \$80,00	74	19,3	19,3	59,3
De \$80,01 a \$100,00	107	27,9	27,9	87,2
Mayor a \$100,01	49	12,8	12,8	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo



*Figura 10. Monto aproximado de ingresos semanales*

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada el 14,1% del ingreso semanal es menor a \$20,00, siendo el 9,1% de \$20,01 a \$40,00 mientras que el 16,7% de \$40,01 a \$60,00, y el 19,3% de \$60,01 a \$80,00 finalmente el 27,9% posee de \$80,01 a \$100,00 y en su mayor parte es de \$100,01

De tal manera que el 27,9% los ingresos semanales son de \$80,01 a \$100,00 esto quiere decir que los emprendimientos son rentables.

**10. ¿Considera que el emprendimiento es importante en el desarrollo sostenible de su sector?**

*Tabla 15. Importancia en el desarrollo sostenible del sector*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy importante	126	32,9	32,9	32,9
Importante	80	20,9	20,9	53,8
Neutral	90	23,5	23,5	77,3
Poco importante	36	9,4	9,4	86,7
Nada importante	51	13,3	13,3	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

¿Considera que el emprendimiento es importante en el desarrollo sostenible de su sector?

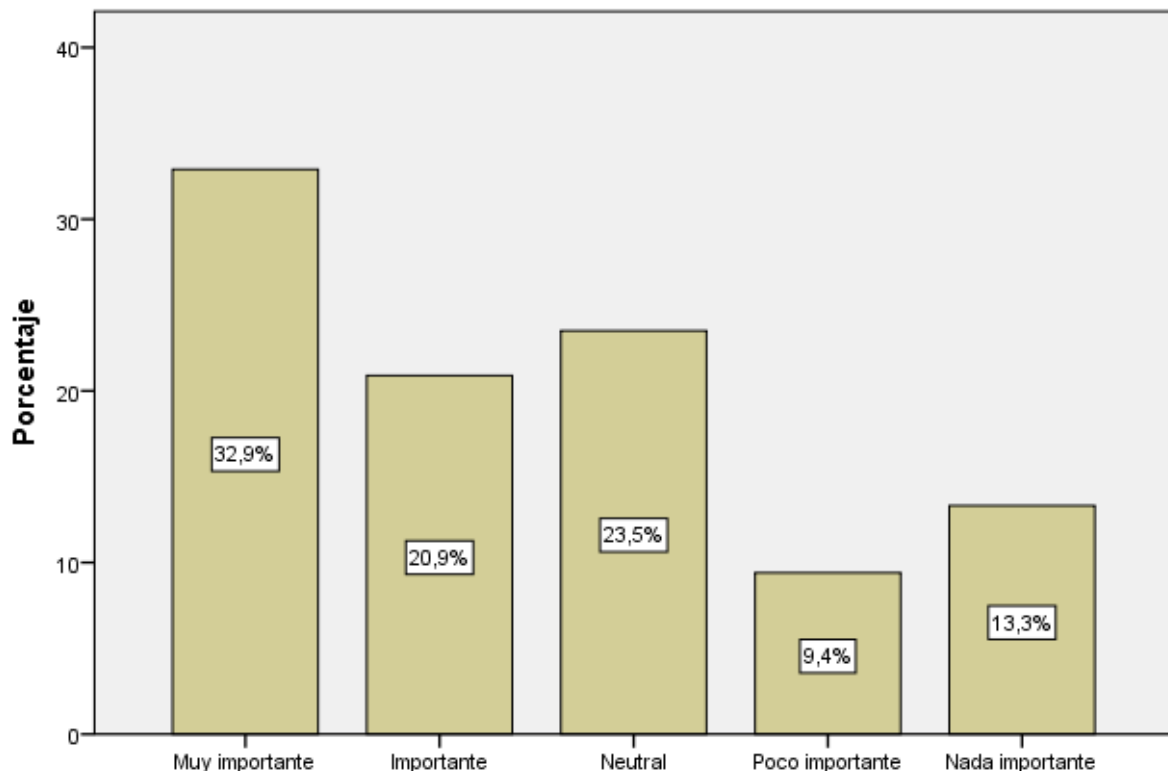


Figura 11. Importancia en el desarrollo sostenible del sector

Fuente: Investigación de campo

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada el 32,9% lo considera que el emprendimiento es de desarrollo sostenible en el sector siendo el 20,9% importante, de tal manera que el 23,5% por neutral, el 9,4% valorada de poco importante el 13,3% nada importante.

El cual se ve reflejado que el emprendimiento es de desarrollo sostenible para el sector con el 32,9% ya que es muy importante, porque crea iniciativas con cada idea innovadora.

## CAPÍTULO V

### APORTE DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ÉPOCA DE PANDEMIA EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

Para evidenciar el aporte de los emprendimientos en época de pandemia al desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua, se establecieron las siguientes consideraciones en tablas de contingencia de correlación establecidas por el método estadístico de Pearson, acorde a la información teórica anteriormente expuesta por (Camino, 2018). Con el fin de dar cumplimiento al objetivo del trabajo de investigación que es identificar el comportamiento del emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua:

#### 5.1. Tabla de contingencia 1.

**Hipótesis alternativa factores:** El aporte del emprendimiento en época de pandemia es económico, ecológico, social, cultural y político al desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua.

#### Correlaciones

		8¿Su emprendimiento tiene un carácter de tipo?	10¿Considera que el emprendimiento es importante en el desarrollo sostenible de su sector?
8¿Su emprendimiento tiene un carácter de tipo?	Correlación de Pearson	1	,996
	<b>Sig. (bilateral)</b>		<b>,000</b>
	N	383	383
10¿Considera que el emprendimiento es importante en el desarrollo sostenible de su sector?	Correlación de Pearson	,996	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	383	383

Una vez establecido que el valor de Pearson 0,996 es una asociación positiva directa dentro de una significancia de 0,000 que es menor a alfa, la cual expresa que el aporte del emprendimiento en época de pandemia es económico, ecológico, social, cultural y político al desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua, es decir que existe asociación entre el emprendimiento y el desarrollo sostenible.

## 5.2.Tabla de contingencia 2.

**Hipótesis alternativa económica:** El aporte del emprendimiento en época de pandemia es económico al desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua.

### Correlaciones

		10¿Considera que el emprendimiento es importante en el desarrollo sostenible de su sector?	9¿Cuánto es el monto aproximado de sus ingresos semanales?
10¿Considera que el emprendimiento es importante en el desarrollo sostenible de su sector?	Correlación de Pearson	1	,157**
	<b>Sig. (bilateral)</b>		<b>,002</b>
	N	383	383
9¿Cuánto es el monto aproximado de sus ingresos semanales?	Correlación de Pearson	,157**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	383	383

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Una vez establecido que el valor de correlación de Pearson es 0,002 sobre un nivel de significancia de 0,01 lo cual señala una fuerte asociación positiva, la cual expresa que, el aporte del emprendimiento en época de pandemia es económico al desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua, en otras palabras, mayor participación de emprendimientos mayor desarrollo sostenible en la provincia de Tungurahua.



## CONCLUSIONES

En este entorno, el emprendimiento es un camino fundamental para crear fuentes de trabajo e ingresos para los individuos, permitiendo desarrollar la creatividad y novedad en los negocios. Los emprendimientos que poseen más grandes posibilidades de triunfo son esos que se hacen por posibilidad, o sea, procurando de aprovechar alguna situación positiva en el mercado.

Así también se puede concluir con el presente trabajo de investigación que para fundamentar teóricamente las variables de la investigación en relación de los emprendedores en épocas de pandemia se estableció la conceptualización y revisión de temas como el Covid-19, el emprendimiento, la sostenibilidad, así como el desarrollo sostenible con el fin de sustentar el desarrollo del mismo.

Con el fin de identificar los factores económicos influyentes en el desarrollo sostenible de la Provincia de Tungurahua antes y durante la pandemia, se establecieron las dimensiones básicas del desarrollo sostenible donde se identificó en entorno social, económico y ambiental el cual debe buscar el equilibrio y con el fin de mitigar las afectaciones de la pandemia la provincia de Tungurahua estableció una ordenanza que apoya al emprendimiento y fomenta su desarrollo.

Para poder analizar del comportamiento de los emprendimientos en época de pandemia en la Provincia de Tungurahua, se estableció la aplicación de la técnica de la encuesta con al cual se identificó que los emprendimientos en la provincia de Tungurahua pese a la situación crítica a la que se enfrentaron los ciudadanos consideraron que fue la oportunidad de iniciar en algunos casos y mantenerse en otros, ya que al ser una provincia altamente productiva muchos de los emprendimientos tienen ya varios años en el mercado competitivo.

Con el propósito de determinar el aporte de los emprendimientos en época de pandemia en el desarrollo sostenible de la Provincia de Tungurahua, es importante señalar que son gracias a los trabajadores que se ha podido mantener el comercio, ya que acorde a la investigación las familias mantienen miembros de 4 a 5 personas lo cual señala que el incremento de precios por la disponibilidad de alimentos en la pandemia afectaría directamente al acceso de estos, pero gracias al dinamismo que la provincia mantuvo durante este periodo pudo sobrellevar la situación y son pocos los negocios que cerraron sus actividades puesto que varios de los emprendimientos se mantuvieron en este periodo de confinamiento por la trayectoria ya establecida en el mercado.

Por otro lado, para identificar el comportamiento del emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua, se estableció un instrumento que permitió establecer el grado de asociación de las variables, donde una vez establecido que el valor de correlación de Pearson es 0,002 sobre un nivel de significancia de 0,01 lo cual señala una fuerte asociación positiva, la cual expresa que, el aporte del emprendimiento en época de pandemia es económico al desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua, en otras palabras, mayor participación de emprendimientos mayor desarrollo sostenible en la provincia de Tungurahua.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que la provincia de Tungurahua mantenga una visión de productividad y crecimiento como hasta la fecha, y se busque que, las autoridades tengan la iniciativa para fomentar el emprendimiento de la población, así como el apoyo a los ya existentes para incrementar las plazas de empleo.

De igual forma se debe establecer apoyos para el emprendedor con el fin de capacitar y conceder ciertas políticas regulatorias que establezcan facilidades para la implementación y sostenibilidad de los emprendimientos en la ciudadanía con el fin de reducir el comercio informal.

Se recomienda que la Universidad Técnica de Ambato siga en su aporte mediante investigación a la situación actual a la cual nos enfrentamos para brindar soluciones al campo empresarial de la provincia y el crecimiento de la región y por ende del país.

Asimismo, se recomienda que la universidad sea donde se fundamenten teorías básicas para que los emprendedores sigan en búsqueda de información actual para mantener sus sistemas productivos en desarrollo que a su vez impulsen los factores económicos influyentes en el desarrollo sostenible de la Provincia de Tungurahua para sobrellevar las consecuencias de la pandemia.

Por último, se recomienda al Gobierno Provincial de Tungurahua fomentar este tipo de estudios y emitir mayor apertura a la universidad al acceso y trabajo conjunto para determinar estadísticas de la provincia para determinar el aporte de los emprendimientos en época de pandemia y su respectivo seguimiento para establecer nuevas políticas para el desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, R. (2017). *El emprendedor de éxito*. Obtenido de Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA, 5(9): <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/2099>
- Almodóvar, M. (2018). *Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora*. Obtenido de Cuadernos de Relaciones Laborales : [http://dehesa.unex.es/bitstream/10662/9758/1/CRLA\\_60695.pdf](http://dehesa.unex.es/bitstream/10662/9758/1/CRLA_60695.pdf)
- Basantes, X. (abril de 2020). *El covid-19 y las oportunidades para emprender*. Obtenido de El comercio: [https://www.elcomercio.com/app\\_public.php/blogs/solo-para-empresas-y-emprendedores/opinion-xavier-basantes-covid19-oportunidades.html](https://www.elcomercio.com/app_public.php/blogs/solo-para-empresas-y-emprendedores/opinion-xavier-basantes-covid19-oportunidades.html)
- Bata, R. M., & Jiménez, Y. A. (2020). *Gestión sostenible en la reserva natural Mana Dulce para el desarrollo de la actividad turística* . Obtenido de Universidad Piloto De Colombia Seccional Alto Magdalena (Doctoral dissertation).: <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9541/RESERVVA%20NATURAL%20MANA%20DULCE..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Camino, W. V. (2018). *“Sostenibilidad De Los Emprendimientos Del Sector Comercial De Santa Rosa, El Oro Periodo 2016 – 2018.”*. Obtenido de Universidad Técnica De Machala: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13314/1/TTMUACE-2018-MAE-CD00017.pdf>
- Chavez, N. (2007). *Introduccion a la investigación educativa*. Maracaibo: Gráficas González.

- CNN Español. (04 de marzo de 2020). *Coronavirus*. Obtenido de Ecuador intenta contener el coronavirus: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/03/04/alerta-ecuador-registra-10-casos-de-nuevo-coronavirus/>
- Contreras, O. E., & Rojas, I. R. (2015). *Teletrabajo y sostenibilidad empresarial. Una reflexión desde la gerencia del talento humano en Colombia*. Obtenido de Suma de Negocios. 6(13), 74-83: [https://ac.els-cdn.com/S2215910X15000129/1-s2.0-S2215910X15000129-main.pdf?\\_tid=b96e3ad6-ca54-4096-9fa5-1230795390fd&acdnat=1526656750\\_b8dfc1b4ad1158f1e2b51ad1c1d06b](https://ac.els-cdn.com/S2215910X15000129/1-s2.0-S2215910X15000129-main.pdf?_tid=b96e3ad6-ca54-4096-9fa5-1230795390fd&acdnat=1526656750_b8dfc1b4ad1158f1e2b51ad1c1d06b)
- Cruz, Y., & Ramos, H. (2017). *Las redes sociales. Impacto en la sociedad moderna*. Obtenido de Researchgate: [https://www.researchgate.net/publication/314278102\\_Las\\_redes\\_sociales\\_Impacto\\_e](https://www.researchgate.net/publication/314278102_Las_redes_sociales_Impacto_e)
- Ducoing, P., Rojas, I., & Ducoing, A. (2018). *Aplicaciones metodológicas de la educación comparada en investigaciones institucionales*. Obtenido de XVI Congreso Nacional Educación Comparada Tenerife: <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/12723>
- EAE Business School. (marzo de 2020). *Empresa Actual*. Obtenido de Pasado, presente y futuro del comercio electrónico: <https://www.empresaactual.com/historia-del-comercio-electronico/>
- Escuela Politécnica del Litoral. (2015). Global Entrepreneurship Monitor - Gem. *Espae Graduate School of Management*.
- Fernández, R. (2021). *Número mundial de usuarios de Internet 2005-2019*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/541434/numero-mundial-de-usuarios-de-internet/>

- Franco, Y. (2014). Tesis de Investigación. Población y Muestra. Tamayo y Tamayo. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Ghiglione, F. (2015). Gestión de RR.HH del personal de planta. *UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA*, 21-120.
- Gómez-Luna, Eduardo; Fernando-Navas, Diego; Aponte-Mayor, Guillermo; Betancourt-Buitrago, Luis. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de. *Universidad Nacional de Colombia*, 158-163.
- Granada, S. (2020). 3 razones por las que el coronavirus acelerará la transformación digital en las empresas. *Entrepreneur en Español*, 1.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación. Sexta de edición*. México: Mc Graw Hill Education.
- HGPT, H. G. (2020). *Agenda Tungurahua 2019-2021*. Obtenido de [https://www.tungurahua.gob.ec/images/archivos/transparencia/2020/Agenda\\_Tungurahua2019-2021.pdf](https://www.tungurahua.gob.ec/images/archivos/transparencia/2020/Agenda_Tungurahua2019-2021.pdf)
- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. (2021). *Censo de Emprendimiento Productivo concluyó con gran éxito*. Obtenido de Viceprefectura: <https://www.tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/viceprefectura/5365-censo-de-emprendimiento-productivo-concluyo-con-gran-exito-2>
- Hurtado de Barrera, J. (2008). *Metodología de la investigación, una comprensión holística*. Caracas: Quirón-Sypal.

- Intriago, L. F., & Sánchez, E. A. (2019). “*Sistemas productivos locales como elemento dinamizador en el mercado laboral del sector textil en la provincia de Tungurahua*”. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30292/1/567%20O.E..pdf>
- Ireland, R.D.; Hitt, M.A.; Camp, S.M.; Sexton D.L . (2001). "Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth". En *Academy of Management Executive*, (15)1 (págs. 49,63).
- Jani, B. (2020). *De mí para nosotros: COVID-19 presagia un nuevo modelo de emprendimiento* . Obtenido de World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/covid-19-is-showing-us-a-new-model-of-entrepreneurship/>
- Kamiya, A. (diciembre de 2019). *¿Qué son las estrategias de marketing?* Obtenido de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com/estrategias-de-marketing/#4>:
- López, G., & Rivera, J. (2020). *De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de COVID 19*. Obtenido de Revista Investigación Y Desarrollo I+D Volumen 12: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/dide/article/view/982/914>
- Ma, H., & Tan, J. (2006). JOURNAL OF BUSINESS VENTURING. En "*Key components and applications of entrepreneurship; A 4-P framework*" (págs. 705-225).
- McGrath, R.G., MacMillan, I.C. (2000). "The Entrepreneurial Mindset: Strategies For Continuously Creating Opportunity in the Age of Uncertainty". Boston: Harvard, Business Press.

- Monroy, D. (marzo de 2020). *Diario EL Universo*. Obtenido de Comunidad: <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/03/26/nota/7796241/enfermeras-reclaman-falta-equipos-seguridad-hospital-teodoro>
- Montoya, G. (2020). *Perspectivas fiscales ante el COVID-19*. Bogota. *Asobancaria*.
- Moreira, M., Bajaña, I. D., Pico, B. R., Guerrero, G. C., & Villarroel, J. V. (2018). *Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador*. Obtenido de *Revista Ciencias Sociales y Económicas-UTEQ* Vol. 2 (1): <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/263/259>
- Morris, & Sexton, D. (1996). "The concept of Entrepreneurial Intensity: Implications for Company Performance". En *Journal Of Business Reseach* (36) (págs. 5-13).
- MSP, M. d. (2020). *Coronavirus COVID-19*. Obtenido de Dirección de Vigilancia Epidemiológica : <https://www.salud.gob.ec/coronavirus-covid-19/>
- Muñoz, G. (2017). *Emprender: alternativa profesional en la crisis del siglo XXI*. Obtenido de Universidad de Valladolid: <http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/27439/TFG-E-404.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nicolás, C., & Rubio, A. (2020). *Entrepreneurship in times of crisis: An exploratory analysis of the COVID-19's effects*. Obtenido de *Journal: Small Business International Review*: <https://sbir.upct.es/index.php/sbir/article/view/279>
- Ocampo, E. (2016). *El emprendimiento social en la formación integral*. Obtenido de R. E. Negocios, Ed.) REDALYC (81), 175-189.: <http://www.redalyc.org/pdf/206/20649705011.pdf>

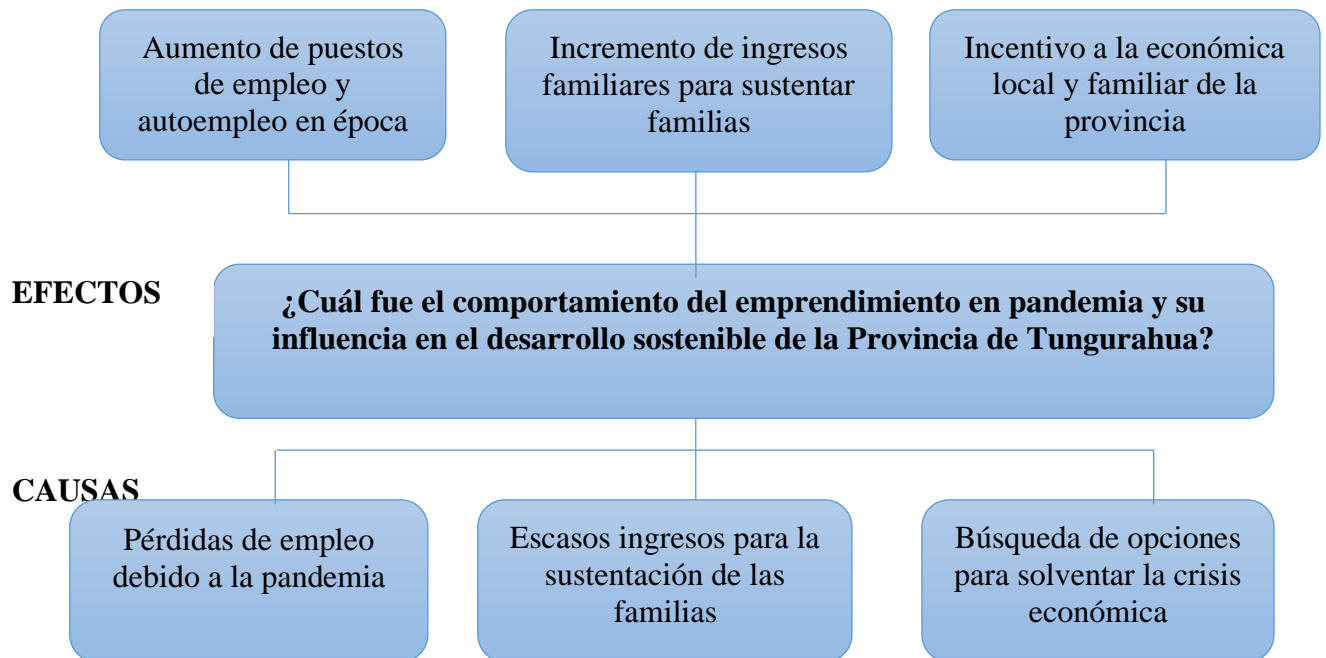


- OMS, O. M. (2020). *Coronavirus*. Obtenido de Visión de conjunto: [https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1)
- OPS. (2020). *Coronavirus (COVID-19)*. Obtenido de Brote de enfermedad por el Coronavirus (COVID-19): <https://www.paho.org/es/temas/coronavirus/brote-enfermedad-por-coronavirus-covid-19>
- Poyatos. (2018). Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28919>
- Programa de las Naciones Unidas. (2020). *Objetivos De Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html#:~:text=Los%20Objetivos%20de%20Desarrollo%20Sostenible%20C%20tambi%C3%A9n%20conocidos%20como%20Objetivos%20Mundiales,paz%20y%20prosperidad%20para%202030>.
- Rocafuerte, V. E. (2020). Promoción Del Gad Municipal De Babahoyo Como Impulso. *Universidad Técnica De Babahoyo*, 1-34. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8784/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000295.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, A. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Obtenido de Pensamiento y gestión No.26: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a05.pdf>
- Romero, R. R. (marzo de 2020). *ODS 8. Emprendedores en tiempos de pandemia*. Obtenido de Universidad El Bosque, 1. Revista Corresponsables: <https://www.corresponsables.com/actualidad/ods8-emprendedores-tiempos-pandemia>
- Rubio, E. E. (2017). *Administración de recursos materiales en el sector público*. Mexico: Instituto Nacional de Administración Pública.

- Sáez, B. (2020). *Emprendimiento y subsistencia: Radiografía a los microemprendimientos en Chile*. Obtenido de Fundación SOL: [https://www.fundacionsol.cl/cl\\_luzit\\_herramientas/static/wp-content/uploads/2020/06/Microemprendimiento-y-subsistencia-2019.pdf](https://www.fundacionsol.cl/cl_luzit_herramientas/static/wp-content/uploads/2020/06/Microemprendimiento-y-subsistencia-2019.pdf)
- Sampieri, R. (1998). *Metodología de la Investigación (2ª edición)*. Mexico: Mc. Graw - Hill.
- Sánchez García, J. C. (2020). *Uvirtual*. Obtenido de <https://blog.uvirtual.org/emprendimiento-e-innovaci%C3%B3n-post-pandemia>
- Shane, S. (2000). "Prior Knowledge and the discovery of the entrepreneurial opportunity". En *Organization Science.*, 25(1) (págs. 217-226).
- Smilor, R. W. (1997). "Executive Forum Entrepreneurship Reflections on a subversive activity". En *Journal of Business Venturing* (págs. 12, 341-346).
- Sordo, A. I. (2019). *¿Cuál de los 10 tipos de emprendedores eres tú?* Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-de-emprendedores>
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica. Incluye evaluación, y administración de proyectos de investigación.* . Mexico : Limusa.
- Zamora, C. S. (2018). *La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador*. Obtenido de Revista Espacios Vol. 39 (Nº 07): [https://www.researchgate.net/profile/Clarisa-Zamora/publication/326986184\\_La\\_importancia\\_del\\_emprendimiento\\_en\\_la\\_economia\\_el\\_caso\\_de\\_Ecuador/links/5b70b2a492851ca65056d6de/La-importancia-del-emprendimiento-en-la-economia-el-caso-de-Ecuador.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Clarisa-Zamora/publication/326986184_La_importancia_del_emprendimiento_en_la_economia_el_caso_de_Ecuador/links/5b70b2a492851ca65056d6de/La-importancia-del-emprendimiento-en-la-economia-el-caso-de-Ecuador.pdf)

## ANEXOS

### Anexo 1. Planteamiento del problema



Fuente: Elaboración propia.



*Anexo 2. Encuesta*

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**



**Encuesta dirigida a personas emprendedoras de la provincia de Tungurahua.**

**Objetivo:**

Identificar el comportamiento del emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible de la Provincia de Tungurahua.

***Aclaratoria:***

La siguiente encuesta se la establece con carácter netamente académico y la información será divulgada de forma general y de referencia en la provincia de Tungurahua.

**Instrucciones:**

- ❖ Lea cada una de las preguntas.
- ❖ Marque con una X la respuesta acorde a su realidad
- ❖ Recuerde que no existen respuestas buenas ni malas.

1. ¿Cuál es la razón por la cual inicio su emprendimiento?

- Por oportunidad
- Por necesidad

2. ¿Cuánto tiempo tiene ya en funcionamiento su emprendimiento?

- Menos de 3 meses
- De 3 a 6 meses

- De 6 meses a 1 año
- De 1 a 3 años
- Más de 3 años

3¿Se dedica a otras actividades económicas?

- Si
- No

4¿Cuántos miembros conforman su familia?

- De 1 a 3 personas
- De 4 a 5 personas
- Más de 6 personas

5¿Cuál considera que fue el factor que tuvo mayor afectación con usted en el confinamiento? (Puede señalar más de una)

- Pérdida de empleo
- Disminución de ingresos económicos
- Pérdida de financiamiento
- Pérdida de familiares
- Ninguna

6¿Qué estrategias aplicó en su negocio para poder incrementar las ventas de sus productos o servicios?

- Servicio a domicilio
- Marketing online

- Ventas por redes sociales
- Precios bajos
- Ninguna
- 

7¿Considera que los moradores de la zona se sintieron beneficiados con su actividad económica?

- Si absolutamente
- Medianamente
- Neutral
- Poco
- Nada

8¿Su emprendimiento tiene un carácter de tipo?

- Ecológico
- Económico
- Social
- Cultural
- Político

9¿Cuánto es el monto aproximado de sus ingresos semanales?

- Menor a \$ 20,00
- De \$20,01 a \$40,00
- De \$40,01 a \$60,00
- De \$60,01 a \$80,00
- De \$80,01 a \$100,00
- Mayor a \$100,01

10¿Considera que el emprendimiento es importante en el desarrollo sostenible de su sector?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- Nada importante

Gracias por su colaboración