



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Impacto de la pandemia covid-19 en los emprendimientos
del sector servicio de alimentos y bebidas en la parroquia
El Quinche centro, del distrito Metropolitano de Quito,
Provincia de Pichincha; año 2020 -2021**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Autor: Chipantiza Paredes, David Alejandro

Director: Torres Ayala, Wilson Arturo

QUITO

2022



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NC-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2022

Aprobación del director del Trabajo de Integración Curricular

Loja, 11 de julio de 2022

Magíster

Julio Ríos Zaruma

Director de la Carrera de Administración de Empresas de la UTPL

Ciudad.-

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: Impacto de la pandemia Covid-19 en los emprendimientos del sector servicio de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha; año 2020 -2021 realizado por David Alejandro Chipantiza Paredes, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la Universidad, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Firma del Director del Trabajo de Titulación

Wilson Torres Ayala, Mgtr.

C.I.: 1104526783

watorres@utpl.edu.ec

Declaración de autoría y cesión de derechos

“Yo, David Alejandro Chipantiza Paredes, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:
Ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: Impacto de la pandemia Covid-19 en los emprendimientos del sector servicio de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha; año 2020 -2021, de la carrera de Administración de Empresas, específicamente de los contenidos comprendidos en: Capítulo 1. Marco teórico. Capítulo 2. Metodología de la investigación, Capítulo 3. Análisis e interpretación de resultados, Capítulo 4. Estrategias de mejora para los emprendimientos del sector de servicio de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha, Conclusiones y Recomendaciones, siendo Wilson Torres Ayala, director del presente trabajo; también declaro que la presente investigación no vulnera derechos de terceros ni utiliza fraudulentamente obras preexistentes. Además, ratifico que las ideas, criterios, opiniones, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad. Eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones judiciales o administrativas, en relación a la propiedad intelectual de este trabajo.

Que la presente obra, producto de mis actividades académicas y de investigación, forma parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja, de conformidad con el artículo 20, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior; y, artículo 91 del Estatuto Orgánico de la UTPL, que establece: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”, en tal virtud, cedo a favor de la Universidad Técnica Particular de Loja la titularidad de los derechos patrimoniales que me corresponden en calidad de autor, de forma incondicional, completa, exclusiva y por todo el tiempo de su vigencia.

La Universidad Técnica Particular de Loja queda facultada para ingresar el presente trabajo al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

.....
Autor: David Alejandro Chipantiza Paredes

C.I.: 171776655-2

davidec_98@hotmail.com

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a: mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo, valentía y de no temer los grandes sueños.

Agradecimiento

A la Universidad, mis docentes por darme los conocimientos brindados y en especial a mi tutor Wilson Arturo Torres Ayala por su ayuda, paciencia y guía en este proceso de investigación.

Agradecerle también a toda mi familia, en especial a mis padres Pablo Chipantiza Sigcha y María Germania Paredes Ramirez por acompañarme y por darme apoyo durante este proceso.

Índice de Contenido

Carátula	I
Aprobación del director del Trabajo de Integración Curricular	II
Declaración de autoría y cesión de derechos	III
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice de Contenido	VII
Resumen	1
Abstract	2
Introducción	3
Capítulo uno	5
Marco teórico	5
1.1 Qué es un emprendedor	5
1.2.1 Qué es emprendimiento	7
1.8 Análisis del sector alimentos y bebidas en el Ecuador	25
Capítulo tres	36
Análisis e interpretación de resultados	36
Capítulo cuatro	56
Capacitaciones para los emprendimientos del sector de servicio de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche Centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha	56
4.1 Datos informativos	56
4.1.1 Título de la propuesta	56

4.1.2 Datos Informativos:.....	56
4.1.3 Beneficiarios:	56
4.1.4 Ubicación.....	56
4.1.5 Tiempo estimado de la ejecución	56
4.1.6 Equipo técnico responsable.....	56
4.1.7 Costo.....	57
4.2 Antecedentes de la propuesta	57
4.3 Objetivos	57
4.3.1 Objetivo general:.....	57
4.3.2 Objetivos específicos:	58
4.4 Justificación	58
4.5 Fundamentación técnica	58
4.5.1 Implementacion de deliveries	58
4.6 Metodología.....	61
Recomendaciones	64
Referencias.....	65
Apéndices	68

Índice de Tablas

Tabla 1 Aportes al término Emprendimiento a través del tiempo.....	8
Tabla 2 <i>Tipos de emprendimiento</i>	10
Tabla 3 Ejemplos de actividades de los emprendedores en Ecuador	15
Tabla 4 <i>Evolución en el PIB</i>	16

Tabla 5 Emprendedores en Pichincha por actividad comercial.....	17
Tabla 6 Emprendedores en Quito por actividad comercial	19
Tabla 7 <i>Empresas por rama de actividad</i>	20
Tabla 8 <i>Listado de empresas por tipo</i>	22
Tabla 9 Emprendimientos que se establecieron con la pandemia de manera tradicional y online	
Tabla 10 Resumen de pérdidas en el sector del servicio de alimentos y bebidas	26
Tabla 11 Distribución por sectores económicos de las empresas.....	27
Tabla 12 Intensidad de los efectos de la pandemia en los sectores económicos de Ecuador ..	28
Tabla 13 <i>Número de emprendimientos del sector de alimentos y bebidas de la parroquia El</i> <i>Quinche de acuerdo al CIU.</i>	33
Tabla 14 <i>Resultados de la investigación</i>	54
Tabla 15 Cronograma para las capacitaciones.....	61

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Edad de los emprendedores</i>	36
Figura 2 <i>Sexo del emprendedor</i>	37
Figura 3 Nivel de Estudio terminado del Emprendedor	38
Figura 4 Tipo de unidad legal de la empresa	39
Figura 5 Nivel de ingreso mensual antes de la pandemia durante los meses de noviembre, diciembre del 2019 y enero del 2020.....	40
Figura 6 Nivel de ingreso mensual durante la pandemia	41
Figura 7 Efecto de la emergencia sanitaria causada por el Covid-19 en las ventas de su emprendimiento	42
Figura 8 Porcentaje de disminución de ventas.....	43
Figura 9 Porcentaje de aumento de ganancias (los que manifestaron que aumentó)	44
Figura 10 <i>Intensidad de trabajo</i>	44

Figura 11 Pérdidas económicas en la paralización	45
Figura 12 Problemas a los que se enfrentan los emprendimientos	46
Figura 13 <i>Ajustes en el modelo de negocios</i>	46
Figura 14 Medidas de los emprendimientos con respecto a la mano de obra	47
Figura 15 Número de empleados despues del recorte de personal	48
Figura 16 Gastos que se dificultó pagar.....	48
Figura 17 Acciones operativas para enfrentar la pandemia.....	49
Figura 18 Acciones de venta aplicadas para enfrentar la pandemia.....	50
Figura 19 Herramientas para mantenerse en contacto, promocionar sus servicios o llegar a nuevos clientes	50
Figura 20 Ayuda a los emprendedores durante la crisis de la pandemia del COVID 19	51
Figura 21 Ayudas más importantes de las instituciones privadas para apoyar el emprendimiento durante la pandemia de COVID-19	52
Figura 22 Riesgo de que el emprendimiento se cierre permanentemente	53
Figura 23 Competencias emprendedoras adquiridas	54

Resumen

La actual pandemia sanitaria por Covid 19, ha generado una afectación global en todos los sectores económicos en el mundo, uno de ellos el sector de alimentos y bebidas, por lo que el presente trabajo de investigación pretende evaluar el impacto que ha generado la pandemia en dicho sector económico específicamente en la parroquia El Quinche Centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador. Se desarrolló un estudio descriptivo, se aplicó la técnica de la encuesta y un cuestionario a 53 emprendedores de la parroquia El Quinche, del Distrito Metropolitano de Quito, de la provincia de Pichincha. Los resultados obtenidos indicaron que si se generó una importante afectación a nivel económico. Además se establece y se detalla una propuesta de solución, la cual está enfocada en la capacitación a los emprendedores en temas de estrategias de reactivación económica.

Palabras claves: impacto, Covid 19, emprendimientos

Abstract

The current health pandemic by Covid 19, has generated a global affectation in all economic sectors in the world, one of them the food and beverage sector, so this research work aims to evaluate the impact that the pandemic has generated in said economic sector specifically in the El Quinche Centro parish, of the Metropolitan District of Quito, province of Pichincha, Ecuador. A descriptive study was developed, the survey technique and a questionnaire were applied to 53 entrepreneurs from the El Quinche parish, in the Metropolitan District of Quito, in the province of Pichincha. The results obtained indicated that a significant economic impact was generated. In addition, a solution proposal is established and detailed, which is focused on training entrepreneurs on issues of economic reactivation strategies.

*Keywords:*Covid 19, entrepreneurship, Ecuador.

Introducción

Se planteó como estrategia de solución a la afectación económica por la actual pandemia sanitaria por Covid 19, una propuesta enfocada a la reactivación económica de este sector, así como también con el objetivo de evitar la disminución de ventas, incapacidad para entregar los pedidos existentes, mayor dificultad para obtener financiamiento, imposibilidad en el cumplimiento de préstamos existentes o la falta de equipo de protección.

El objetivo de la presente investigación fue analizar el impacto del COVID-19 en los emprendimientos del sector de servicio de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche Centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha; año 2020 -2021. Los objetivos específicos fueron los siguientes: diseñar un marco teórico acerca del impacto del COVID 19 en los emprendimientos del sector de alimentos y bebidas; analizar el impacto del COVID-19 en los emprendimientos del sector de servicio de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha y; elaborar estrategias de mejora para los emprendimientos del sector de servicio de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha.

Se presentó ciertas facilidades al aplicar los instrumentos de evaluación debido a la predisposición de los emprendedores del sector, quienes fueron encuestados, pese a esto se puede mencionar que se generó ciertos contratiempos debido a la dificultad de encontrar direcciones de los locales comerciales a encuestar. La metodología que se utilizó fue investigación de campo, pues esta se ejecutó en el lugar de la investigación, es decir en los emprendimientos de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha. Se recogió y analizó datos cuantitativos sobre las variables utilizadas acerca del impacto de la COVID-19 en los emprendimientos mediante la técnica de la encuesta. Se aplicaron 53 cuestionarios. Este estudio utilizó una investigación descriptiva, ya que se ha sido utilizada con el objetivo de describir las características del fenómeno, o población que se va a estudiar.

La investigación consta de 4 capítulos: en el capítulo 1 se describe el marco teórico, en el capítulo 2 se desarrolla la metodología de la investigación, en el capítulo 3 el análisis e interpretación de resultados y en el capítulo 4 las estrategias de mejora para los emprendimientos del sector de servicio de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha y finalmente conclusiones y recomendaciones. El impacto económico de la pandemia del COVID-19 no tiene precedentes recientes, tanto por su naturaleza como por su magnitud, los principales organismos internacionales prevén una contracción de la economía global de un 4.9% (FMI, 2020a), o una reducción de alrededor de dos puntos porcentuales del crecimiento económico anual por cada mes de confinamiento en los países donde este se ha aplicado de manera más fuerte (OCDE, 2020a). En términos generales, se trata de una contracción de la economía.

En este contexto, Ecuador está sufriendo el impacto de la crisis, tanto por algunas debilidades estructurales del país, que lo dejan en situación de vulnerabilidad ante las turbulencias económicas actuales, como por circunstancias coyunturales que hacen aún más compleja la salida. El impacto desde el lado social, relacionado con la pobreza y la desigualdad, el empleo y la protección social, o el acceso a la educación y a servicios públicos, entre otros. La crisis del COVID-19 supone un desafío sin precedentes para el bienestar presente y futuro de los ecuatorianos. Ante estas circunstancias, es fundamental articular una respuesta a la crisis a través de políticas públicas ambiciosas y eficaces que permitan aliviar su impacto, tanto en la fase inicial de resistencia como en las posteriores fases de reactivación y recuperación. Bajo estos parámetros es conveniente realizar la investigación para detectar cual es la afectación o crecimiento que causa la COVID-19 a los emprendimientos del sector alimentos en la parroquia de El Quinche y realizar una propuesta para beneficiar estos negocios, aportando a la economía en sus familias.

Capítulo uno

Marco teórico

1.1 Qué es un emprendedor

El concepto de la terminología “emprendimiento”, en realidad tiene su origen en el francés entrepreneur, que significa pionero e implica un individuo el cual resulta capaz y competente cuando a realizar un esfuerzo adicional se refiere con la meta de conseguir sus proyectos, planes y objetivos, además significa un ser humano quien se encuentra preparado para iniciar un negocio o micro emprendimiento, en este sentido el término es usado para dar cuenta de un individuo el cual presenta la característica de innovador en la creación de planes económicos además de realzar a los ya existentes. Por otro lado, posteriormente el economista de origen irlandés Richard Cantillon ha descrito al término emprendimiento como aquella fuerza de voluntad que poseen los individuos para poder crear, planear y construir formas diferentes, nuevas e innovadoras que le permitan conseguir recursos económicos, además debe poder manejar adecuadamente así como preveer soluciones adecuadas para hacerle frente al nivel de riesgo financiero, ya que todo proyecto nuevo, posee un cierto nivel de riesgos mínimos. El francés Jean-Baptiste ha conseguido un atrayente aporte al de Cantillon, ya que sostiene que el entrepreneur es considerado un sujeto con características de liderazgo, además debe ser capaz de calcular los riesgos y prepararse con anticipación para los mismos, capaz de idear nuevas soluciones, ejecutar maneras diferentes de crear proyectos, ideas innovadoras, y contar con la destreza suficiente que le permita movilizar recursos y aprovecharlos al máximo consiguiendo potenciar su utilización (Gutama y Jiménez, 2019).

De esta manera, podemos acotar que un emprendedor es el individuo que enfrenta el desafío de un nuevo emprendimiento o negocio. Para ello debe tener una actitud positiva y una gran determinación que le permita enfrentar retos y dificultades (Raffino, 2020).

Entonces, podemos decir que los emprendedores no son gerentes ni inversores, sino más bien visualizar a los emprendedores como un tipo especial de persona. Es

necesario recalcar que para este autor, lo más importante cuando se trata de iniciar un emprendimiento es la innovación.

Cuando un individuo decide emprender podemos decir que esta decisión surge de factores individuales entre los que se encuentran educación y experiencia, así como factores de índole contextual, en la que se puede destacar la disponibilidad de buenas oportunidades de carrera. Por otro lado, además de estos factores, algunos estudios postulados por Schlaegel y Koenig en 2013, han establecido que las percepciones también son instrumentales y éstas nos permiten conocer por qué hay individuos que emprenden y otros no. Básicamente podemos centrarnos en que debe existir una percepción, la cual resulte favorable, enfocada en las habilidades personales para emprender y además, percibir al emprendimiento como un camino, esto genera un mayor propósito enfocado en la idea de emprender.

En consecuencia, se puede establecer que un emprendedor es aquel individuo con la capacidad de establecer un negocio, el cual resulte productivo, que además contribuya al avance y crecimiento de la sociedad, desencadenando un aumento en la creación de empleos, con capacidad de administrar de forma eficiente los recursos aprovechándolos al máximo, es decir un sujeto que consigue adecuadamente planificar, administrar y hacerse cargo de los riesgos inherentes a un negocio o empresa, por todas estas características podemos señalar que un emprendedor es un agente de cambio.

1.2. Emprendimiento

Es necesario señalar que, a principios del siglo XVIII, los franceses trasladaron la definición de este término a quienes se dedicaban a desarrollar grandes obras de infraestructura con el apoyo de los principios arquitectónicos de esa época, así conceptualizaron el término francés '*entrepreneur*', que significa pionero, y se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a una nueva empresa o proyecto que inicia una persona o grupo de personas (Raffino, 2020).

Los economistas de la época junto a Richard Cantillón, introducen por primera vez el concepto moderno de entrepreneur en el año de 1755, el cual es definido como el sujeto que asume riesgos en condiciones sin seguridades plenas o garantías. Entonces, podemos señalar que este término fue usado para reconocer a las personas quienes iniciaban un negocio o empresa pero con una característica primordial, debía ser innovador.

De esta manera, podemos mencionar que los productos o servicios considerados innovadores son altamente competitivos y en este sentido, lograrían desplazar del mercado a los productos o servicios que no presentan características de mejora continua. Al respecto Adam Smith, Jhon Stuart y David Ricardoprincipales economistas clásicos, establecen que el emprendimiento innovador es considerado uno de los principales motores de la expansión y además, desarrollo de la economía. (Aguirre, 2018).

1.2.1 Qué es emprendimiento

Es importante señalar que actualmente el emprendimiento se encuentra considerado un pilar clave para el crecimiento de la economía, así como para el mejoramiento en la calidad de vida de los individuos y de manera principal como una excelente forma para combatir la desigualdad, desempleo y pobreza. De manera global, estos factores en las últimas décadas han recibido un apoyo fortalecido por parte de las posiciones políticas (Expósito et al., 2017).

En este sentido, se puede establecer que el emprendimiento se encuentra presente, en cierta forma en todas las economías del mundo, en algunos casos impulsados por la necesidad y en cambio en otras, por las oportunidad que se presentan. Entonces, los países desarrollados han podido conceptualizar y ejecutar un nuevo modelo de emprendimiento, el cual se encuentra fundamentado en la investigación científica y principalmente en la innovación, estableciendo un vínculo entre estos factores y el avance tecnológico (Zapata et al., 2018).

Resulta de utilidad destacar, que en realidad el momento clave, que impulsa a tomar la iniciativa para desarrollar un emprendimiento de forma exitosa se encuentra condicionado

a ciertos factores dentro del entorno financiero y económico, estos son: contexto dentro del marco emprendedor, parte de este contexto conforma el nivel y la suficiencia que presenta un país o nación para apoyar y permitir así la creación de empresas nuevas, esto es importante porque al fusionarse además, con las características positivas de un emprendedor, sus habilidades, impulso e innovación se consigue el fortalecimiento de la economía y en este sentido, se puede desarrollar una gran fuerza competitiva dentro del mercado económico (Gutama y Jiménez, 2019).

A continuación se muestran algunas definiciones del término emprendimiento:

Tabla 1

Aportes al término Emprendimiento a través del tiempo.

Definición	Autor	Año
Hacer y realizar con resolución y esfuerzo alguna operación considerable y ardua.	Real Academia Española	1732
Crear una nueva empresa mediante un enfoque innovador, despojándose de la forma en la que habitualmente se realiza las cosas.	Schumpeter	1934
Intención que tienen las personas para ejecutar nuevas maneras de obtener recursos, tomando en cuenta que esto implica un considerado nivel de riesgo financiero.	Cantillon	1978
Posee un cierto nivel de riesgo económico.	Say	1990
Es un dinamizador de la economía, considerado un agente de cambios y de innovación y además es posible propiciar un	Carrer, Plonski, Orlandelli y Lins	2010

crecimiento económico.		
Las dinámicas cambiantes en los emprendimientos, forman parte de una gran fuerza competitiva que repercute en el desarrollo de la economía, siendo posible una afectación positiva en la generación de empleo.	Zamora	2018

Nota. Adaptado de Gutama y Jiménez (2019).

1.2.2 Tipos de emprendimiento

De acuerdo Lasio et al. (2020) los tipos de emprendimiento son los siguientes:

Emprendedores múltiples: Se trata de individuos, los cuales poseen un negocio que se encuentra ejecutándose, ya sea éste nuevo o establecido y a la vez, se encuentran desarrollando acciones para ejecutar otro tipo de negocio diferente, en ese caso esta persona se consideraría también emprendedor naciente. En realidad, del total de emprendedores, los múltiples representan un grupo pequeño. Según cifras de la Escuela de Negocios de la ESPOL (ESPAE) en el 2015, la tasa de emprendedores múltiples decreció de 4.9% a 3.5%, esto pese a que durante 3 años se había mantenido en el 5%. A partir del 2015, se ha presentado una ligera recuperación, logrando en el 2019 establecerse en 4.2%.

Economía colaborativa: este constituye otro tipo de emprendimiento, por medio del cual los negocios que pertenecen a la gig economy y a la economía colaborativa se encuentran agitando el mercado laboral llamado tradicional. Se trata de individuos, quienes están cambiando las reglas de juego en distintos sectores, ya sea de manera independiente o freelance por medio de la creación de puestos de trabajo pero sin relación de dependencia. Entonces, podemos decir que la gig economy, la cual se compara con el trabajo de 'freelance' o autónomo, consistiendo en trabajos esporádicos o ocasionales que presentan una corta duración y en los que el individuo contratado se encarga de una labor específica en un proyecto; es un modelo que de cierta forma, se encuentra moviendo la economía a través de ciertas plataformas las que ofrecen los servicios profesionales de

personas particulares para ejecutar proyectos de corto plazo, mientras que por su parte, la economía colaborativa se trata de un nuevo modelo de negocio, que involucra compartir así como intercambiar bienes y servicios por medio de plataformas digitales.

Cabe destacar, que los resultados han establecido que tanto la economía colaborativa como los emprendimientos que encuadran en este tipo de modelo de negocio, están tomando fuerza a nivel mundial. De esta manera, el modelo de economía compartida basado en plataformas ha mostrado ser un modelo de negocio alternativo sostenible, y no se trata de solamente una tendencia temporal.

A continuación se muestran algunos otros tipos de emprendimientos:

Tabla 2

Tipos de emprendimiento

TIPO	CLASIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA
Según el tamaño	Emprendimientos pequeños	-El propietario es quien dirige su empresa -Solo consta de un par de empleados
	Emprendimientos escalables	-Emprendimientos de innovación tecnológica. -Han logrado un relativo crecimiento en un plazo de tiempo corto. -Es posible la creación de modelos de negocio que se puedan repetir y sean escalables.
	Emprendimientos grandes	-Ciclos de vida finitos -Existe una continua y estable innovación en sus productos y servicios -Proceso constante de investigación y plena comprensión de los cambios continuos en el mercado
	Emprendimientos sociales	-Las empresas carecen de fines de lucro. -Están enmarcadas a la innovación en campos como: derechos humanos, educación, salud y medio ambiente.
	Emprendimiento innovador	-El proceso de continua investigación, desarrollo y crecimiento conduce a la innovación. -Necesito de un alto financiamiento para lograr

		desarrollar los procesos
Según la innovación	Emprendimiento oportunista	-Identificade forma acertada una necesidad urgente o una indudable oportunidad de realizar un negocio. -Requiere de una alta sensibilidad para descubrir, sondear y aprovechar las oportunidades.
	Emprendimiento incubador	-Necesita de un largo y demoroso proceso de investigación, además crecimiento y desarrollo del proyecto. -Se presenta en empresas grandes, las cuales ya se encuentran posicionadas en el mercado.
	Emprendimiento de imitación	-Consiste en la reproducción de un producto o servicio, el cual ya tiene éxito dentro del mercado

Nota. Adaptado de Rodríguez et. al., (2020).

1.2.3 Fases de un emprendimiento

Dentro de las etapas que constituyen la actividad de emprendimiento, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual es el más prestigioso y extenso estudio sobre el estado del emprendimiento a nivel mundial visualiza al emprendimiento como un proceso, el cual debe desarrollarse de manera continua, que contiene fases, por las cuales atraviesa una persona dependiendo del grado de madurez en el que se encuentre su negocio. Estas fases son:

Potencial: En esta se detecta que existen buenas oportunidades para emprender dentro de los próximos 6 meses.

Intencional: En esta fase se percibe que el individuo tiene expectativas de iniciar un nuevo negocio dentro de los próximos 3 años.

Naciente: Se denomina de esta manera cuando ya se ejecutó acciones durante el último año las cuales aportan a la iniciación de un negocio, o por otro lado, es actualmente propietario de uno, pero se ha puesto en marcha durante un tiempo menor a 3 meses.

Nuevo: Se considera con esta denominación cuando es actualmente propietario de un negocio, sin embargo el mismo ha ejercido actividades comerciales mas de 3 y menos de 42 meses.

Establecido: Se trata de un individuo el cual es propietario actualmente de un negocio que se ha venido ejecutando por un tiempo mayor a 42 meses.

Salida de negocios: Finalmente, se establece esta denominación en el caso en el cual se haya terminado lo concerniente al negocio durante el último año, por motivos de cualquier índole (Lasio et al., 2020).

1.3. Emprendimiento en Ecuador

El emprendimiento es considerado un componente crucial en el crecimiento, de especial forma en países en desarrollo como Ecuador, ya que aporta al fortalecimiento de las cadenas de valor. Entonces, resulta indispensable entender cómo se desarrollan los negocios, los cambios que enfrentan, características de su entorno, así como su relación con las motivaciones y percepciones de los individuos emprendedores. Por otro lado, es útil destacar que, América Latina y el Caribe es la región con la mayor tasa promedio de emprendimiento independiente, 17.1%; mientras que si hablamos de emprendimiento patrocinado está en 7%, solamente superado por el 7.9% de América del Norte. Además, el 28.9% de la población adulta de Ecuador declara emprender de manera independiente y el 7.3% ha manifestado emprender con patrocinio, siendo estos resultados mayores al promedio de la región.

De acuerdo con el GEM, el cual es el más prestigioso y extenso estudio sobre el estado del emprendimiento a nivel mundial. La Actividad Emprendedora del Empleado (EEA), o intraemprendimiento, la cual consiste en el desarrollo de ideas innovadoras dentro de una organización pública o privada; presenta el porcentaje de la población adulta, es decir entre 18 y 64 años que se ha encontrado involucrada dentro de los últimos tres años en propiciar y ejecutar nuevas actividades para su empleador. Tales actividades podrían ser: proyectos de mejoras en los procesos dentro de una organización, desarrollo de un nuevo producto o servicio, crear una nueva área administrativa, entre otras actividades. Entonces, un alto nivel de EEA es directamente proporcional con el nivel de innovación que tienen las empresas y por otro lado, es muy importante que exista una adecuada apertura

en las organizaciones o instituciones para que sus empleados participen en actividades que incentiven la generación de oportunidades.

Es necesario mencionar que en el 2019, dentro del total de empleados en Ecuador, se estima que solo el 1.29% se encuentra relacionado a actividades de emprendimiento como parte de su trabajo; cifra que está ligeramente por debajo del promedio de la región de 1.3%. Es relevante señalar que a pesar de tener niveles más bajos que los otros países de la región, Ecuador ha presentado una mejoría en comparación al año 2017, cuando se evidenció una EEA de 0.54%. Dentro de los indicadores del GEM, uno de los principales muestran la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), esto incluye a todos los individuos en edad adulta que se encuentran en proceso de iniciar o ya han iniciado un negocio que no esteejecutandose mas de 42 meses. (Lasio et al., 2020).

Cabe resaltar que, la estructura que presenta la economía ecuatoriana ha mantenido las mismas características históricas, estas son: alta dependencia del petróleo y de las materias primas. Por lo tanto, resulta primordial la generación de esfuerzos tanto en el sector público como privado para el surgimiento de industrias básicas e intermedias que posean un alto nivel en cuanto a contenido tecnológico y que además podrían permitir el incremento de otras industrias. La promoción y apoyo al emprendimiento en el Ecuador ha presentado un importante impulso en los últimos 10 años, propiciándose así varias iniciativas como apoyo al proceso de emprendimiento. Entre las más importantes están el proyecto de creación del Sistema Ecuatoriano de Apoyo a la Formación de Emprendedores (SEAFE), EMPRENDECUADOR, entre otros. De esta forma y a partir de estas iniciativas varias entidades estuvieron interesadas en el apoyo a emprendedores, programas estatales y regionales que intentaban conseguir el fortalecimiento de su economías con la importante contribución de los emprendedores.

Dentro de este contexto, hay que añadir que en febrero del 2020 se empezó a ejecutar la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, la cual fue anteriormente presentada en 2019 como Proyecto de Ley ante la Asamblea Nacional. Constituyéndose un esfuerzo de 6 años, el cual fue encabezado por la Alianza para el Emprendimiento y la

Innovación (AEI), donde se plasmó el criterio de varios actores del ecosistema nacional de emprendimiento, Así los principales ejes de la Ley fueron: Implementación de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), una nueva figura legal para negocios, esto ayuda a simplificar el proceso de empezar un negocio formal, ya que por medio de esta figura, se pueden constituir sociedades unipersonales sin capital mínimo. Creación del Registro Nacional de Emprendedores (RNE) que permitirá enfocar políticas con el objetivo de promover el crecimiento de los nuevos negocios. Creación de fuentes alternativas de financiamientos, éstas comprenden capital semilla, capital de riesgo, e inversión ángel. Promoción de fondos de colaboración o “crowdfunding” enfocada en emprendimientos potenciales. Además, contratos laborales más flexibles. Y por último, reestructuración de las empresas, en este eje los emprendedores tendrían la posibilidad de formular acuerdos entre sus acreedores en relación a sus deudas.(Lasio et al., 2020).

De acuerdo a los datos arrojados en la Encuesta a la Población Adulta (APS) publicada en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), por medio de la cual se solicitó a los emprendedores que fueron encuestados que detallaran la actividad de su negocio, podemos afirmar que el sector de alimentos y bebidas en el Ecuador se encuentra en auge, presentándose que los emprendedores nacientes, que son quienes ejecutaron acciones durante el último año como aporte a la iniciación de un negocio, o quienes actualmente son propietarios de uno pero se ha puesto en marcha durante un tiempo menor a 3 meses, realizan actividades relacionadas con la venta de productos de mariscos, cevichería y cafetería; mientras que los emprendedores nuevos, que son aquellos quienes actualmente son propietarios de un negocio, sin embargo han ejercido actividades comerciales mas de 3 y menos de 42 meses, se dedican a actividades en relación con la entrega de alimentos a domicilio, tiendas de abarrotes, restaurantes de comida rápida y restaurantes de comida típica.

A continuación se muestran algunos datos acerca de actividades de los emprendedores en Ecuador, con el objetivo de analizar el sector de alimentos y bebidas.

Tabla 3*Ejemplos de actividades de los emprendedores en Ecuador*

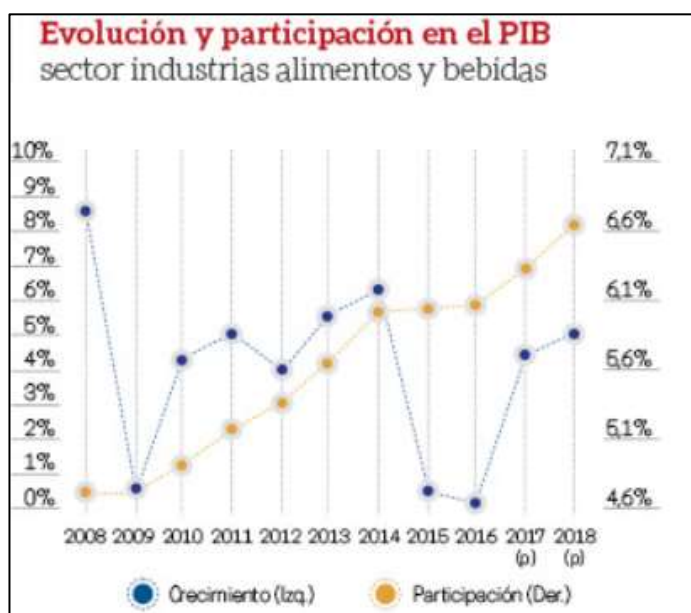
Actividad Económica	Emprendedores nacientes	Emprendedores nuevos
Agricultura, silvicultura y pesca	Invernadero de rosas Cultivo de papas	Siembra de cacao Crianza y venta de ganado
Minería	Explotación de minas	
Construcción	Construcción de viviendas Servicios eléctricos	Control de calidad de construcción Instalación de servicio de cable
Manufactura	Procesadora de café Taller de mecánica industrial	Fabricación de juguetes 3D Taller de confección
Transporte y almacenamiento	Transporte de carga pesada Fletes	Cooperativa de taxi Entrega de alimentos a domicilio
Comercio al por mayor	Venta de repuestos automotrices Almacén de bicicletas y artículos de bicicleta	Compra y venta de carros Venta de repuestos automotrices
Comercio al por menor	Almacén de ropa Venta de productos mariscos	Ferretería Tienda de abarrotes
Hoteles y restaurantes	Cevichería Cafetería	Restaurante de comida rápida Restaurante de comida típica
Información y comunicación	Venta de software Cibercafé	Producción musical Proveedor de internet
Servicios financieros, bienes raíces	Inversiones, intercambio de divisas Inmobiliaria venta de bienes y raíces	Inmobiliaria venta de bienes y raíces Venta de inmuebles
Servicios profesionales	Animación 3d (publicidad y efectos especiales) Servicios de asesoría contable	Asesoría jurídica Diseño Web por internet
Gobierno, salud, educación, servicios sociales	Cuidado de niños Consultorio médico	Clases de matemáticas y física a domicilio Centro de cuidado del adulto

		mayor
Servicios de consumo	Amplificación de sonido en eventos sociales Discoteca	Sala de eventos Banda de rock

Nota. Adaptado de Lasio et al., (2020).

Tabla 4

Evolución en el PIB



Nota: Adaptado de Ekos (2018).

1.4. Emprendimiento en Pichincha

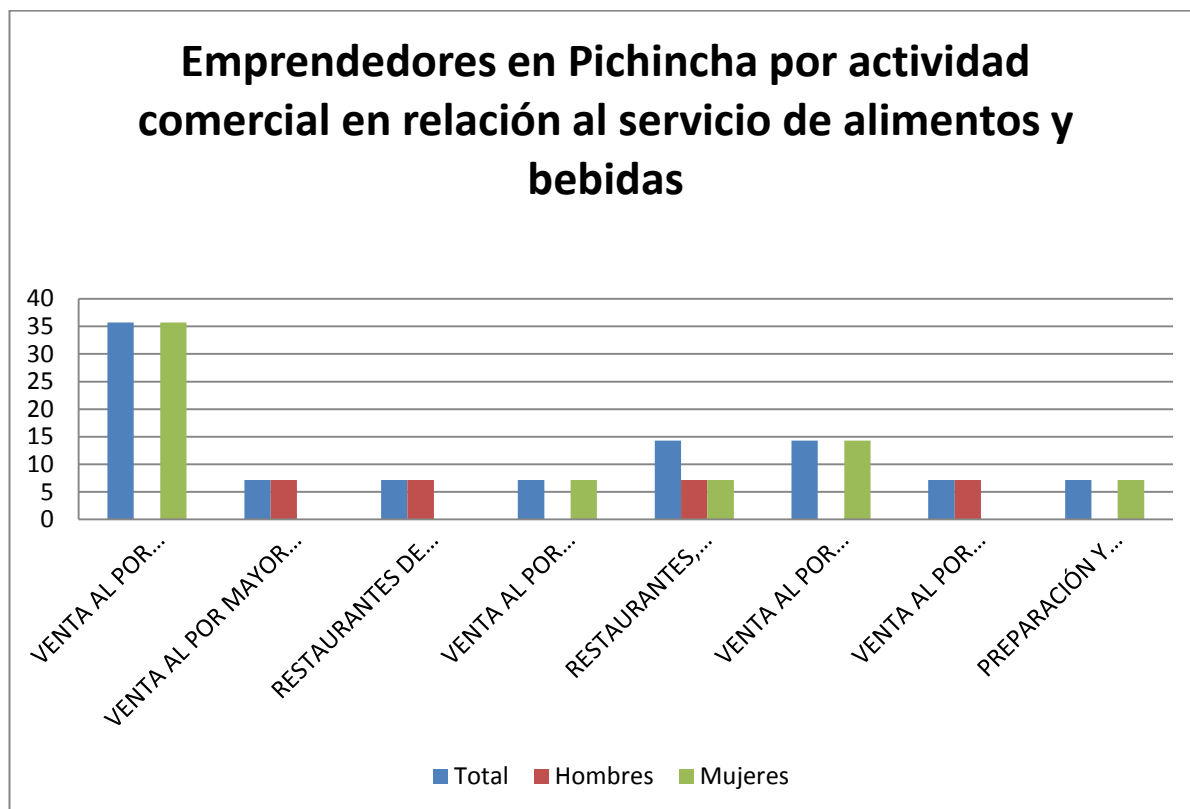
Según el Gobierno de la provincia de Pichincha (2021):

Con la finalidad de apoyar e impulsar los emprendimientos en Pichincha se han llevado a cabo ferias, como la reciente Feria Pichincha Productiva y Solidaria que se llevó a cabo en el 2021, en la cual participaron cincuenta y dos emprendedores, quienes tuvieron la oportunidad de presentar sus productos a la gente, esto se realizó con el objetivo de lograr la reactivación económica como parte principal de la tercera edición de la feria “Pichincha Productiva y Solidaria”. Este tipo de ferias propiciadas por la Prefectura resultan muy positivas para los emprendedores y son una oportunidad valiosa para los emprendedores. Además, el Gobierno de Pichincha también ha promovido ferias virtuales.

A continuación se muestran algunos datos acerca del emprendimiento en Pichincha.

Tabla 5

Emprendedores en Pichincha por actividad comercial



Nota. Adaptado de Servicio de Rentas Internas (2021).

De acuerdo a la **Tabla 5** podemos encontrar que en la provincia de Pichincha tomando en cuenta desde el 2016 como fecha de inicio de actividad comercial existe un 35% de locales comerciales de la categoría venta al por menor de productos en tiendas, con predominio de productos alimenticios, de los cuales las propietarias son mujeres, además en un 7,14% locales comerciales de la categoría venta al por mayor de bebidas no alcohólicas en esta área los propietarios son hombres; en un 7,14% existen restaurantes de comida rápida, puestos y establecimientos que ofrecen comida para llevar de los cuales todos los propietarios son hombres, además en un 7,14% locales de venta al por menor de otros productos alimenticios de éstos las propietarias son mujeres, en un 14,28% existen locales de la categoría restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etc, incluido

comida para llevar, de los cuales 7,14% pertenecen a propietarias mujeres y 7,14% a propietarios hombres, en un 14,28% locales de la categoría venta al por menor de carne y productos cárnicos de los cuales 14,28 pertenecen a propietarios mujeres, en un 7,14% existen locales de la categoría venta al por menor de lácteos de los cuales los propietarios son hombres y finalmente en un 7,14% locales de la categoría preparación y suministro de comidas para su consumo inmediato de manera ambulante de los cuales todas sus propietarias son mujeres.

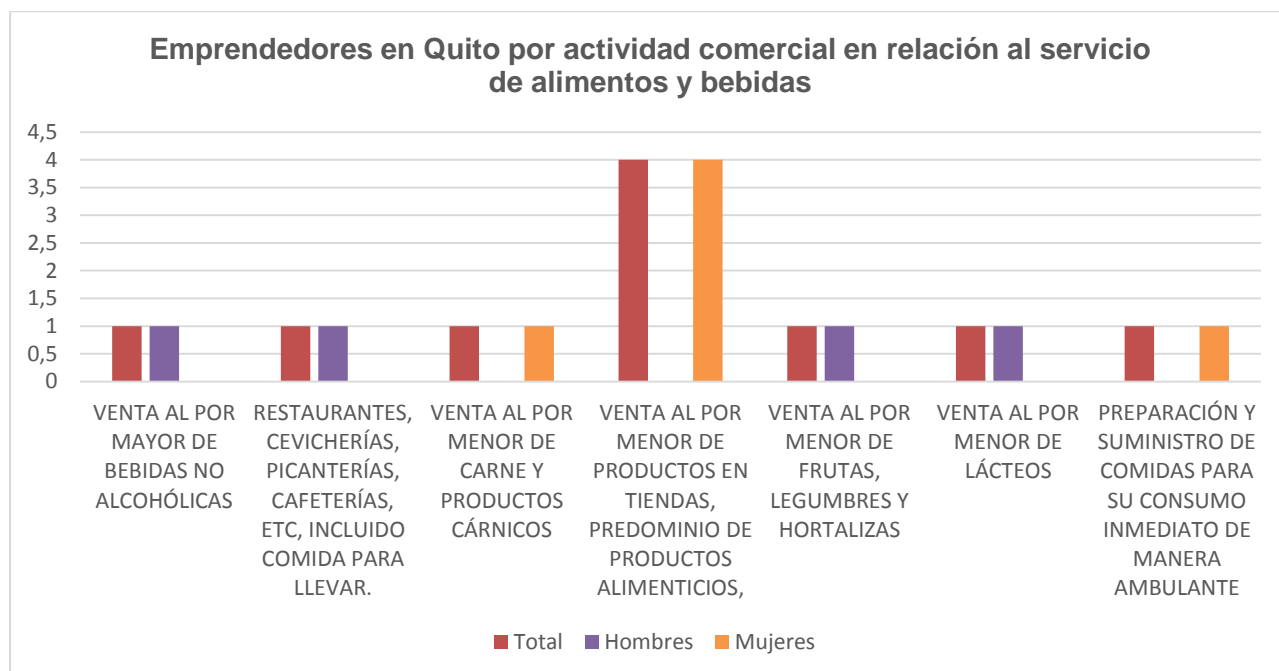
1.5. Emprendimiento en Quito

El municipio de Quito contando con apoyo privado ha logrado impulsar y apoyar al emprendimiento. De esta manera los emprendedores tienen herramientas importantes para comercializar sus productos logrando una mayor seguridad y que resulte atrayente para el público en general. Con estas importantes medidas, el Municipio de Quito tiene el objetivo de lograr ser un aliado estratégico para los pequeños comerciantes, ya que además del equipamiento y el capital se pretende brindar capacitaciones constantes a los emprendedores para que logren sostener y sacar adelante exitosamente sus emprendimientos.

A continuación se muestran algunos datos acerca del emprendimiento en Quito.

Tabla 6

Emprendedores en Quito por actividad comercial



Nota. Adaptado de Servicio de Rentas Internas (2021).

De acuerdo a la **tabla 6** en Quito tomando en cuenta desde el 2016 como fecha de inicio de actividad comercial podemos encontrar que existe un 1% de venta al por mayor de bebidas no alcohólicas de los cuales los propietarios son hombres, además 1% de locales restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etc, incluido comida para llevar de los cuales los propietarios son hombres, 1% de locales de venta al por menor de carne y productos cárnicos de los cuales los propietarios son mujeres, 4% de locales de venta al por menor de productos en tiendas, predominio de productos alimenticios de los cuales las propietarias son mujeres, 1% de locales de venta al por menor de frutas, legumbres y hortalizas de los cuales los propietarios son hombres, 1% de locales de venta al por menor de lácteos de los cuales los propietarios son hombres, y finalmente 1% de preparación y suministro de comidas para su consumo inmediato de manera ambulante de las cuales las propietarias son mujeres.

1.6. Emprendimiento en el Quinche

El Quinche constituye un cantón rural perteneciente a la provincia de Pichincha, se asienta en el noroeste de la ciudad de Quito en las faldas de la cordillera occidental y se encuentra a una hora de distancia de la capital del país aproximadamente. Es importante señalar, que el GAD Parroquial de El Quinche, ha apoyado a los emprendedores que poseen proyectos e ideas que resultan innovadoras. Siendo el Quinche una parroquia que en realidad, posee poca actividad empresarial en comparación con lo observado en Quito y en otras parroquias, sin embargo, existen muchos emprendimientos en este cantón, lo cual denota una importante actividad comercial.

En base a los registros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en 2019 se registraron 17 empresas activas en la parroquia. Las ramas económicas que predominaron fueron servicios de transporte y almacenamiento presentando un porcentaje del 41,18%; además las empresas relacionadas con la ganadería, agricultura, silvicultura y pesca, de hecho este sector económico representa la segunda categoría más sobresaliente con 17,65% de participación; también podemos mencionar otras tales como empresas de construcción, industrias manufactureras, entre algunas otras que poseen un porcentaje mínimo del 5,88%

A continuación se muestran algunos datos acerca del emprendimiento en El Quinche.

Tabla 7

Empresas por rama de actividad

Actividad	Número de empresas	Porcentaje
Transporte y almacenamiento	7	41,18
Agricultura, ganadería,	3	17,65

silvicultura y pesca		
Industrias manufactureras	1	5,88
Construcción	1	5,88
Enseñanza	1	5,88
Explotación de minas y canteras	1	5,88
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1	5,88
Comercio al por mayor y reparación de vehículos, automotores y bicicletas	1	5,88
Actividades financieras y de seguros	1	5,88
Total de empresas registradas	17	100 %

Nota. Adaptado de GAD parroquial rural El Quinche (2020).

Además, en base a la información del sitio web oficial del GAD parroquial El Quinche, podemos señalar que existen 79 empresas formales, las cuales fueron contabilizadas de distintos campos en la parroquia, hay que señalar que dentro de estas las firmas florícolas representan las más numerosas con el 41,77% dentro del total de empresas, posteriormente se ubican las empresas relacionadas con actividades agrícolas y las asociaciones de diversos tipos, posteriormente ferreterías y haciendas (GAD parroquial rural El Quinche, 2020).

A continuación se muestran algunos datos acerca del emprendimiento en El Quinche.

Tabla 8

Listado de empresas por tipo

Tipo de empresas	Número de empresas	Porcentaje
Florícolas	33	41,77
Agrícolas	7	8,86
Asociaciones	7	8,86
Ferreterías	6	7,59
Haciendas	5	6,33
Varios	5	6,33
Químicos y Veterinarios	4	5,06
Cooperativas de transporte	4	5,06
Procesadoras de frutas y alimentos	2	2,53
Alimentos balanceados	2	2,53
Repuestos para automoviles	2	2,53
Avícolas	1	1,27
Mecánicas	1	1,27
Total de empresas registradas	79	100%

Nota. Adaptado de GAD parroquial rural El Quinche (2020).

1.7. Impacto del COVID 19 en los emprendimientos de Ecuador

Debido a la propagación de la pandemia sanitaria por covid-19 Ecuador, también resultó afectado, este ha generado una serie de demandas en todo el país debido a la limitación en cuanto a la oferta de bienes y servicios. Sin embargo, con estas necesidades y falencias se logró propiciar y dar lugar a emprendimientos nuevos, logrando con esto solucionar los déficits presentados respecto a las necesidades generadas y además permitiendo la reactivación económica en todo el país.

Entonces, los emprendimientos han logrado posicionarse como motores económicos para cualquier nación o sector. Si tomamos en cuenta a nivel de latinoamérica, podemos señalar que en realidad Ecuador se encuentra entre uno de los países que presenta mayor incremento en cuanto a los emprendimientos y también podemos sostener que el post covid-19 ha logrado un importante aumento en cuanto a los emprendimientos generados.

Así es de utilidad destacar, que durante los primeros meses en los que tuvimos que lidiar y afrontar esta pandemia sanitaria, se evidenció en el país un importante aumento en el número de emprendimientos. Este incremento fue de aproximadamente 281 nuevos emprendimientos, y cabe señalar que durante este tiempo las actividades económicas principales fueron reparaciones de vehículos y bicicletas, además lograron destacar los emprendimientos por necesidad, debido a que se buscó dar respuestas a las principales problemáticas tanto sociales como económicas del país.

En este sentido, las empresas que han logrado establecerse y desarrollar durante este tiempo de la pandemia son aquellas que han podido identificar una necesidad concreta en el entorno y la han aprovechado como una oportunidad, presentando las características de innovación, creatividad e incorporando además el uso de la tecnología que ha resultado muy eficaz sobre todo para promocionar los servicios o productos, con esto se ha podido conservar los protocolos de seguridad, los cuales constituyen una exigencia del ministerio de salud.

De esta manera, podemos afirmar que los emprendimientos constituyen la principal actividad económica en el país y estos podrían ser: micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme), estas resultan impulsadoras de la economía del país, debido al impulso en la generación de empleo que aportan al Ecuador, además son aportadoras al PIB y poseen la capacidad de lograr adaptarse adecuadamente a cualquier entorno.

En este contexto de la actual crisis en la economía a nivel mundial, ocasionada por la pandemia por Covid 19, en muchos países y sectores estratégicos se considera a los nuevos emprendimientos que se encuentran surgiendo como impulsores y reactivadores del sector económico y social, siendo así Ecuador no es la excepción. Sin embargo, una duda que se presenta entre los emprendedores que intentan apostar por sus nuevas ideas en este contexto post pandemia, es si realmente resulta rentable establecer un negocio o emprendimiento en esta difícil situación a nivel económico y social por la que estamos atravesando.

Para lograr responder esta difícil cuestión debemos mencionar que las grandes potencias empresariales que existen actualmente se iniciaron y lograron desarrollar a partir de las crisis, las crisis fueron una oportunidad, algunos ejemplos de estas empresas son: General Electric (GE), Microsoft, Inditex, entre otras. En estas empresas, a pesar de que surgieron en situaciones de crisis como guerras o recesiones económicas, se puede evidenciar que se encuentran factores comunes, que son los que justamente han logrado que dentro de las crisis se generen como claros ejemplos de crecimiento, como son la innovación, creatividad, tecnología, marketing y el uso del internet. Entonces, a partir de la pandemia por coronavirus, estos importantes factores han logrado constituirse como un papel fundamental para los negocios ecuatorianos y de esta forma los emprendimientos generados post covid han logrado sobreponerse a importantes retos (Rodríguez et al., 2020).

Así, dentro del contexto ecuatoriano los emprendimientos nuevos son considerados motores dinámicos en la economía debido a que promueven actividades productivas. En este sentido, podemos señalar que un emprendedor debe ser un creador, generador de

valor, quien con creatividad y valiendose de herramientas tecnológicas aprovecha las crisis como oportunidades y de esta forma se mantiene en las principales tendencias del mercado actual.

A continuación se muestran algunos datos acerca de los tipos de emprendimientos que se establecieron con la pandemia por Covid 19 de manera tradicional y online, con el objetivo de analizar el sector de alimentos y bebidas.

Tabla 9

Emprendimientos que se establecieron con la pandemia de manera tradicional y online.

Emprendimiento	Medio tradicional	Medio online
Discoteca		X
Frutas y verduras	X	X
Clases online		X
Mascarillas de cobre	X	X
Panes	X	X
Trabajo en el laboratorio	X	
Escudos de protección	X	X

Nota. Adaptado de El Universo (2020).

1.8 Análisis del sector alimentos y bebidas en el Ecuador

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual es el más prestigioso y extenso estudio sobre el estado del emprendimiento a nivel mundial, en la evaluación de necesidades de recuperación post desastre respecto al Ecuador, en el cual se presenta un informe trimestral completo de los meses de marzo, abril y mayo del 2020 con el objetivo de analizar el impacto del COVID-19 en el area especifica del servicio de

alimentos y bebidas. En este sentido, se manifiesta que en las ventas netas en las ramas principales del sector turístico se evidenció una disminución en un 62,85%. Dicha afectación neta constituiría en pérdidas por USD 584,98 millones, de los cuales el 36% corresponde al servicio de alimentos y bebidas, mientras que el 34% al transporte de pasajeros (Lasio et al., 2020). Dentro del sector de alimentos y bebidas se ha generado un total de 211.09 millones de dólares.

A continuación se muestran algunos datos acerca de las pérdidas en el sector turismo y dentro de este el sector del servicio de alimentos y bebidas.

Tabla 10

Resumen de pérdidas en el sector del servicio de alimentos y bebidas

Área	Total USD Millones
Pérdidas netas en el servicio de alimentos y bebidas	
Marzo	52,91 %
Abril	81,46 %
Mayo	86,48 %

Nota. Adaptado de PDNA (2020).

Con el objetivo de abarcar el estudio respecto al impacto de la pandemia en los negocios y específicamente en el sector de alimentos y bebidas en el Ecuador se da a conocer los resultados arrojados por una encuesta llevada a cabo por el equipo GEM Ecuador a 150 personas, quienes son emprendedores y dueños de negocios. De esta manera y con base a estos resultados podemos comprender como el ecosistema de emprendimiento e innovación dentro del sector de alimentos y bebidas en el Ecuador resulta siendo afectado.

A continuación se muestran datos acerca de los sectores económicos, que fueron impactados por la pandemia por Covid 19, con el objetivo del análisis del sector de alimentos y bebidas.

Tabla 11

Distribución por sectores económicos de las empresas

SECTOR ECONÓMICO	PORCENTAJE
Industria alimenticia	15%
Servicio de comidas	4%
Industria no alimenticia	17%
Información y comunicación	22%
Comercio al por mayor	16%
Transporte y almacenamiento	3%
Construcción	3%
Actividades financieras	3%
Ninguna	6%
Agricultura, silv., y pesca	9%
Turismo y alojamiento	2%
TOTAL	100%

Nota. Adaptado de Lasio et al., (2020).

Por las diferentes medidas restrictivas que se generaron en el país generadas debido a la pandemia sanitaria, la demanda en cuanto a bienes y servicios disminuyó de forma considerable en Ecuador. En este sentido, el 24.67% de los encuestados incluso cesaron sus negocios, señalando como motivo la pandemia. Además, el 69% indicaron que la pandemia repercutió de forma negativa en sus negocios y el 23% indicó haber sido

afectado duramente debido a la crisis, presentándose inclusive el riesgo del cierre de sus negocios o emprendimientos.

Por otro lado, la mezcla producto de los efectos sobre la oferta y la demanda ocasionados por la pandemia sanitaria por Covid 19, en los productos y servicios ha presentado una importante repercusión en distintas intensidades en cada uno de los diferentes sectores económicos. En la tabla 11 se observa que el sector de restaurantes presenta una intensidad de afectación fuerte, mientras que el sector de bebidas una afectación significativa.

A continuación se muestran datos acerca de la intensidad de los efectos de la pandemia, por sector económico con la finalidad del análisis del sector de alimentos y bebidas.

Tabla 12

Intensidad de los efectos de la pandemia en los sectores económicos de Ecuador

Fuertes	Significativos	Moderados
Servicios de turismo	Minería	Agricultura, ganadería y pesca
Industria cultural tradicional	Electricidad, gas y agua	Producción de alimentos para el mercado interno
Comercio	Construcción y materiales para la construcción	Insumos y equipamiento médico
Reparación de bienes	Servicios empresariales	Medicamentos
Hoteles y restaurantes	Actividades financieras	Telecomunicaciones
Transporte	Bebidas	Envases

Moda	Muebles y madera
Automóviles	Industria química
	Electrónica - Maquinaria y equipo

Nota. Adaptado de la CEPAL (2020).

Capítulo dos

Metodología de la Investigación

2.1 Diseño de la investigación.

El presente trabajo se lo realizó mediante una investigación de campo, pues esta se ejecutó en el lugar de la investigación, es decir en los emprendimientos de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha.

Se recogió y analizó datos cuantitativos sobre las variables utilizadas acerca del impacto de la COVID-19 en los emprendimientos mediante la técnica de la encuesta.

2.2 Tipo de investigación.

Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se trata de un procedimiento, el cual ha sido utilizado con el objetivo de describir las características del fenómeno, sujeto o población que se va a estudiar. La investigación descriptiva no presenta hipótesis, sino mas bien la búsqueda activa de las características del fenómeno que se está estudiando, que resultan de interes para el investigador. Es un tipo de investigación que se utiliza con la finalidad de estudiar fenómenos de manera cualitativa, antes de cuantitativa (Guevara et al., 2020).

Además, para el desarrollo de esta investigación se empleará el enfoque mixto, basado en la investigación de campo e investigación documental.

Para la comprensión de este enfoque, es necesario mencionar en cuanto a la metodología investigativa que existen los métodos cualitativos, los cuales están basados en la subjetividad y en la individualidad y por otro lado los métodos cuantitativos que consisten en grandes masas de datos buscando relaciones de correspondencia estadística.

En este trabajo de investigación es importante utilizar este método debido a que se pretende hacer una descripción tanto de fenómenos cuantitativos como cualitativos respecto

al impacto de la pandemia covid-19 en los emprendimientos del sector servicio de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche. Además, para la finalidad del estudio se realizará una investigación de campo e investigación bibliográfica.

2.3 Métodos de investigación

Deductivo: este método de investigación consiste en llegar a afirmaciones particulares desde afirmaciones generales. Con este proceso se logran a partir de hechos conocidos establecer conclusiones generales así podemos ir desde un conocimiento general a otro de más particularidad. Este método consiste en inferir características específicas a partir de generalizaciones, principios, o conceptos los cuales sean universales (Westreicher, 2020). Se usó este método para obtener conclusiones particulares referentes a los emprendimientos del sector de servicios de alimentos y bebidas ubicados en la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha, a través del análisis de cuestionarios.

Inductivo: La inducción es una forma de razonamiento en la que existe un traslado del conocimiento desde los casos particulares hasta posteriormente llegar a un conocimiento considerado más general, esto refleja que tienen en común los fenómenos individuales. Este método se encuentra basado en la repetición tanto de hechos como de fenómenos de la realidad, para lograr establecer que características son comunes a un grupo específico y de esta forma poder llegar a establecer conclusiones de los aspectos que lo caracterizan (Prieto, 2017).

Dentro de este trabajo investigativo se utilizó el método inductivo para el análisis de casos particulares a través de los cuestionarios aplicados referentes a los emprendimientos del sector de servicios de alimentos y bebidas ubicados en la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha hasta posteriormente llegar a un conocimiento más general.

Métodos cualitativos: Un método cualitativo es el que investiga y expone los resultados de manera descriptiva (Lopez, 2019). Este método se utilizó para exponer y describir los resultados en cada una de las preguntas aplicadas mediante el cuestionario estructurado como hallazgos descriptivos.

2.4 Población

La población estuvo conformada por los emprendimientos del sector de servicios de alimentos y bebidas ubicados en la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha; para esto se recurrió al catastro de RUC del SRI (2021) de la provincia de Pichincha, tomando en cuenta los emprendimientos de los cinco años anteriores, es decir de los años: 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021; ya que según la definición de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, estos son considerados como emprendimientos. Por tanto, la población de estudio la constituyen 53 emprendimientos del sector de servicios de alimentos y bebidas ubicados en la parroquia El Quinche.

A continuación, en la tabla 13 se muestran datos acerca de la base de datos tomada del SRI (2021), incluyendo los códigos CIIU y el número de actividades comerciales del sector de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha.

Se aplicará un censo poblacional, el cual se entiende como la realización de un recuento de los individuos quienes conforman una población estadística con el objetivo de conocer sus características, dicho censo se lo aplicará a todos los emprendimiento de la parroquia El Quinche (INE, s,f)

Tabla 13

Número de emprendimientos del sector de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche de acuerdo al CIU.

Actividad económica de acuerdo al CIU	Número de emprendimientos
Restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	43
Restaurantes de comida rápida, puestos de refrigerio y establecimientos que ofrecen comida para llevar, reparto de pizza, heladerías, fuentes de soda.	6
Servicios de restaurantes y bares en conexión con transporte cuando son proporcionadas por unidades independientes: bares del aeropuerto, bares terminales terrestres.	1
Servicio de comidas basado en acuerdos	1

contractuales con el cliente para un evento (banquetes, bodas, fiestas y otras celebraciones, buffet) en la localización especificada por el cliente (abastecedores de eventos).	
Actividades de preparación y servicio de bebidas para su consumo inmediato en: cafés, tiendas de jugos de fruta, vendedores ambulantes de bebidas, etcétera.	2
Total general	53

Nota. Adaptado de SRI (2021).

2.5 Técnicas e instrumentos de investigación

Se aplicará la técnica de la encuesta, la cual es utilizada con la finalidad de recoger información cualitativa o cuantitativa de una población estadística, además como instrumento se empleará para la investigación un cuestionario, el cual es una herramienta usada para la recopilación de información, se trata de un tipo de encuesta que está conformada por una serie de preguntas estructuradas de manera organizada con el objetivo de elaborar el diagnóstico real del impacto causado por la COVID-19 (García s.f.).

El instrumento empleado fue un cuestionario, estuvo conformado por 37 preguntas, consta de 1 pregunta abierta referida al nombre del emprendedor o del emprendimiento y 19 preguntas cerradas de opción múltiple. Este cuestionario se aplicó desde el 18 al 20 de

enero del 2022 y consta en el apéndice 1, está diseñado con preguntas estructuradas de opción múltiple.

Este instrumento de evaluación fue validado por los docentes de la carrera de Administración de Empresas, mediante una revisión exhaustiva de las preguntas y la estructura del cuestionario.

2.6 Procesamiento de la información

Para el procesamiento de datos se va a utilizar el programa Excel, el cual resulta una gran herramienta para plasmar y tabular los datos respecto a la aplicación de cuestionarios a las 53 personas que se constituyen como muestra de la presente investigación.

Capítulo tres

Análisis e interpretación de resultados

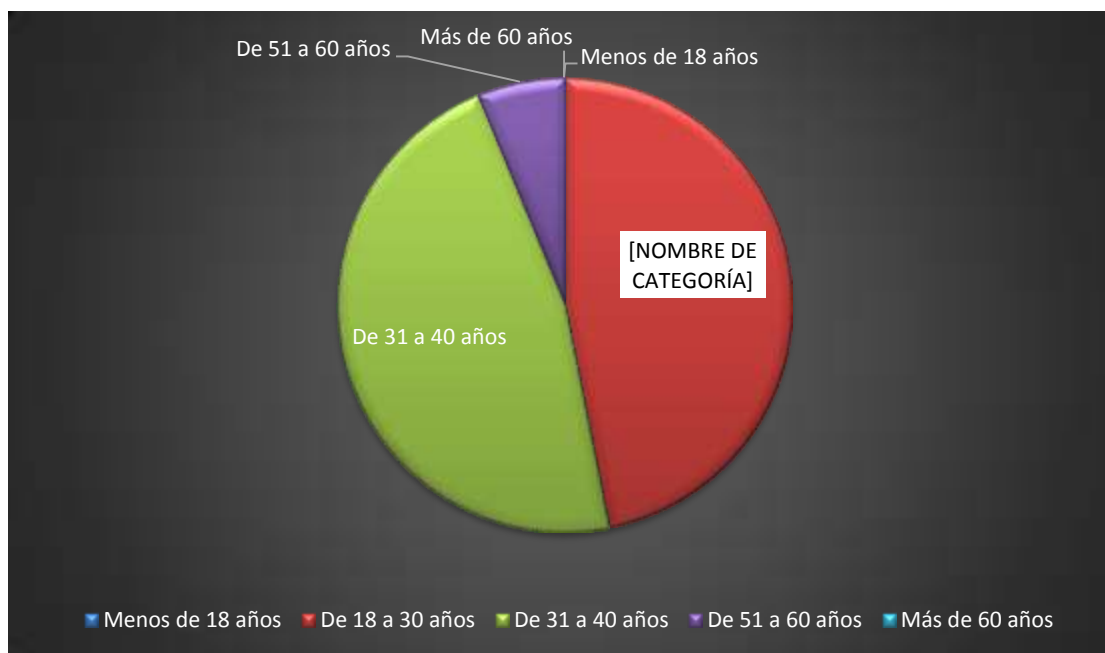
3.1. Resultados del cuestionario aplicado a los emprendimientos

Este cuestionario se aplicó a 53 emprendimientos del sector de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche, mediante los cuales se logró la finalidad de obtener información sobre el impacto económico de la pandemia actual por Covid 19.

I. Información general

Figura 1

Edad de los emprendedores

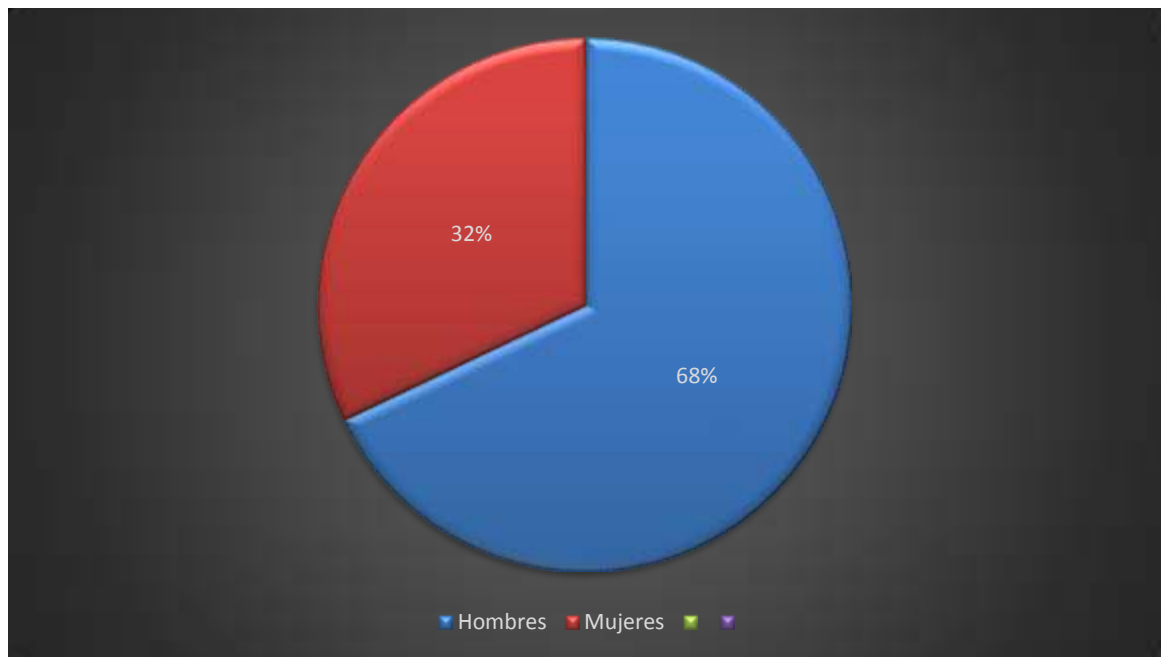


Se puede evidenciar que los emprendedores encuestados se encuentran entre los grupos de edades de 18 a 30 años y 31 a 40 años, teniendo que los grupos de la muestra corresponden a jóvenes y adultos jóvenes, al respecto diferentes estudios afirman que los jóvenes están más dispuestos a emprender un negocio que los adultos, acorde al informe de Global Entrepreneurship Monitor (GEM), titulado “Potencial futuro – la perspectiva del GEM sobre el emprendimiento de los jóvenes en 2015”, evidencia que en la franja

comprendida entre los 18 a los 34 años, las personas tienen una iniciativa más pronunciada de emprendimiento, ya que los jóvenes están 1,6 veces más abiertos y dispuestos a la idea de emprender un nuevo negocio que las personas de mayor edad.

Figura 2

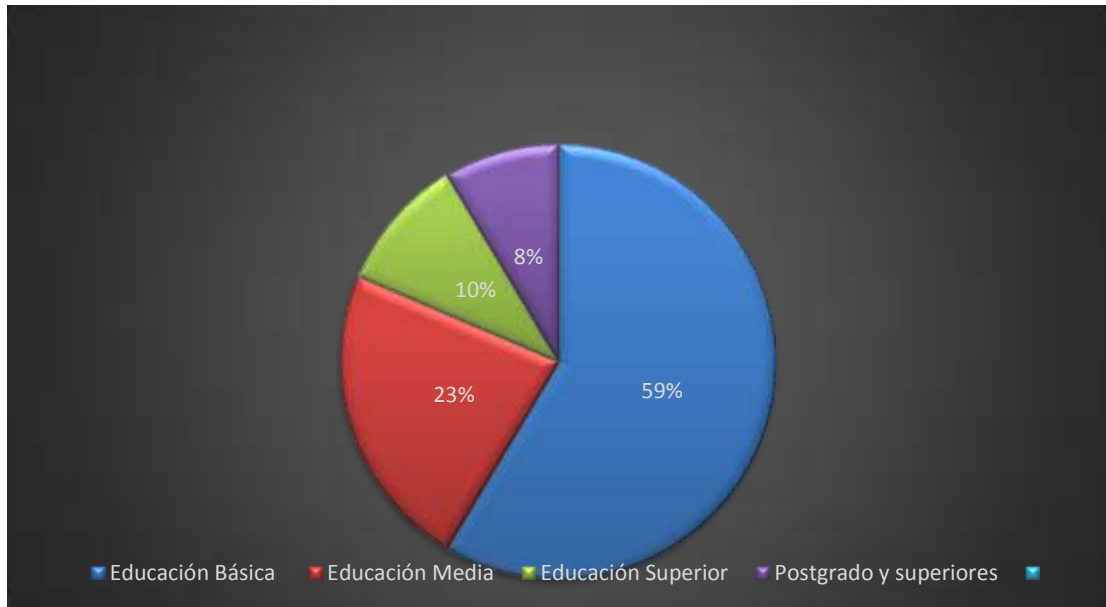
Sexo del emprendedor



La mayoría de los emprendedores son del sexo masculino, esto coincide con el estudio publicado en GEM Ecuador (2020), en el cual se postula que la mayoría de emprendedores son hombres, sobre todo los emprendedores múltiples.

Figura 3

Nivel de Estudio terminado del Emprendedor



La mayoría de los emprendedores presenta un nivel de estudio correspondiente a educación básica, lo cual se encuentra acorde a los datos postulados en el GEM Ecuador (2020), en donde se afirma que el 63.4% de los empresarios que tienen negocios establecidos alcanzan un nivel de educación básica y ha completado la secundaria, esto es debido a que los emprendedores necesitan un mínimo de escolaridad para desenvolverse en sus emprendimientos.

II. Datos generales de la empresa

Figura 4

Tipo de unidad legal de la empresa.



Los emprendedores presentan la unidad legal de la empresa como personas naturales obligadas a llevar contabilidad, esto debido a la generación de actividades económicas.

Número de trabajadores

Todos los emprendedores encuestados presentan de 1 a 9 trabajadores en sus emprendimientos, lo cual denota que estos negocios se encuentran en fases tempranas, ya que concide con el informe en GEM en el cual el 85% de los emprendedores en la TEA no tiene empleados, y un 12.8% tiene entre 1 y 5 empleados.

Cuál es el alcance geográfico de las ventas de la empresa

Todos los emprendedores poseen un alcance de sus ventas a nivel cantonal, demostrando que son negocios pequeños y abarcan el mercado local.

Modalidad de atención del local

Los emprendimientos operan en locales físicos, a los cuales se les visitó para la realización de las encuestas.

Figura 5

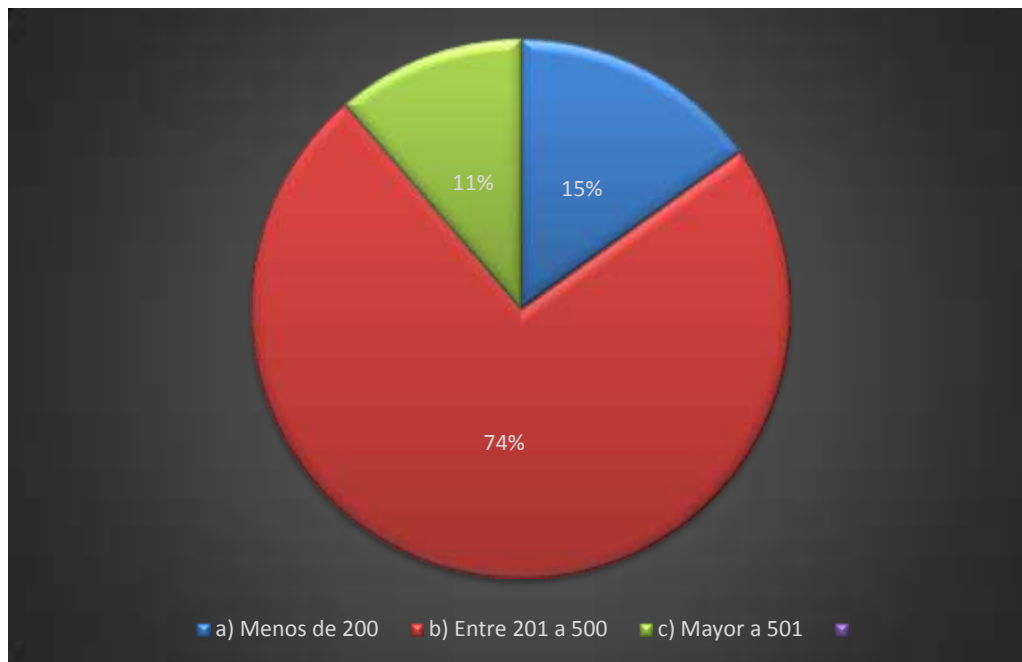
Nivel de ingreso mensual antes de la pandemia durante los meses de noviembre, diciembre del 2019 y enero del 2020



Los emprendedores tienen un nivel de ingreso mensual de menos de 200 dólares, lo cual es una ganancia muy baja, esto demuestra la afectación económica.

Figura 6

Nivel de ingreso mensual durante la pandemia



Durante la pandemia, las ventas aumentaron, incrementándose las ganancias desde 200 hasta 500 dólares mensuales, debido a que al inicio de la pandemia había una fuerte necesidad de adquisición de productos en el área de alimentos y bebidas.

III. Impacto de la covid 19 en su emprendimiento

Afectación de la actividad económica del emprendimiento

Los emprendedores manifiestan que la pandemia sí ha afectado la actividad económica de sus negocios, esto debido a los cambios iniciados en 2020, como resultado de la pandemia, lo cual se expuso en el capítulo 1.

Figura 7

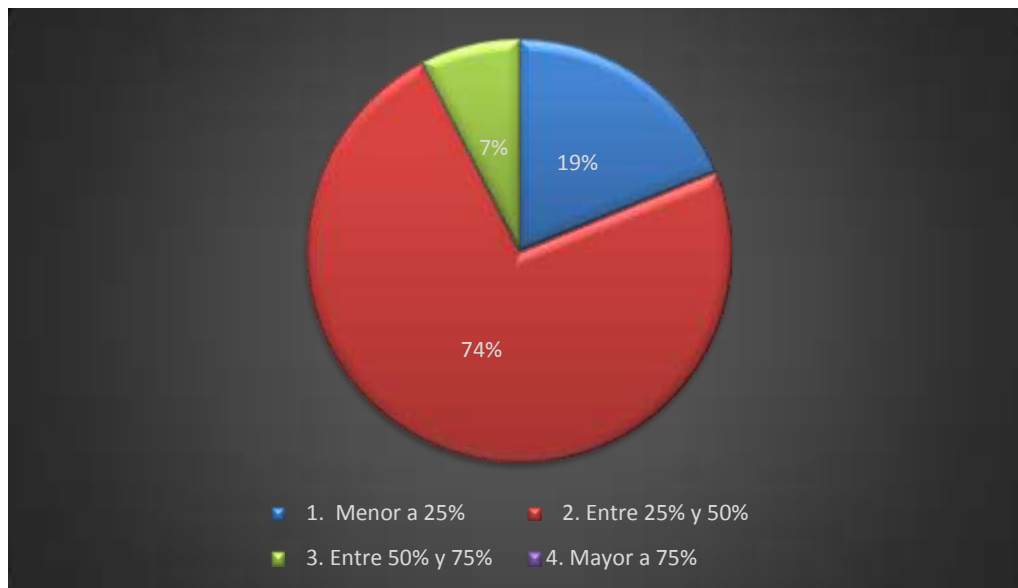
Efecto de la emergencia sanitaria causada por el Covid-19 en las ventas de su emprendimiento



Todos los emprendedores afirman que las ventas han disminuido debido a la emergencia sanitaria, esto coincide con la hipótesis inicial generada a raíz de esta investigación en la cual se plantea la disminución o pérdida total de ventas en diferentes sectores.

Figura 8

Porcentaje de disminución de ventas



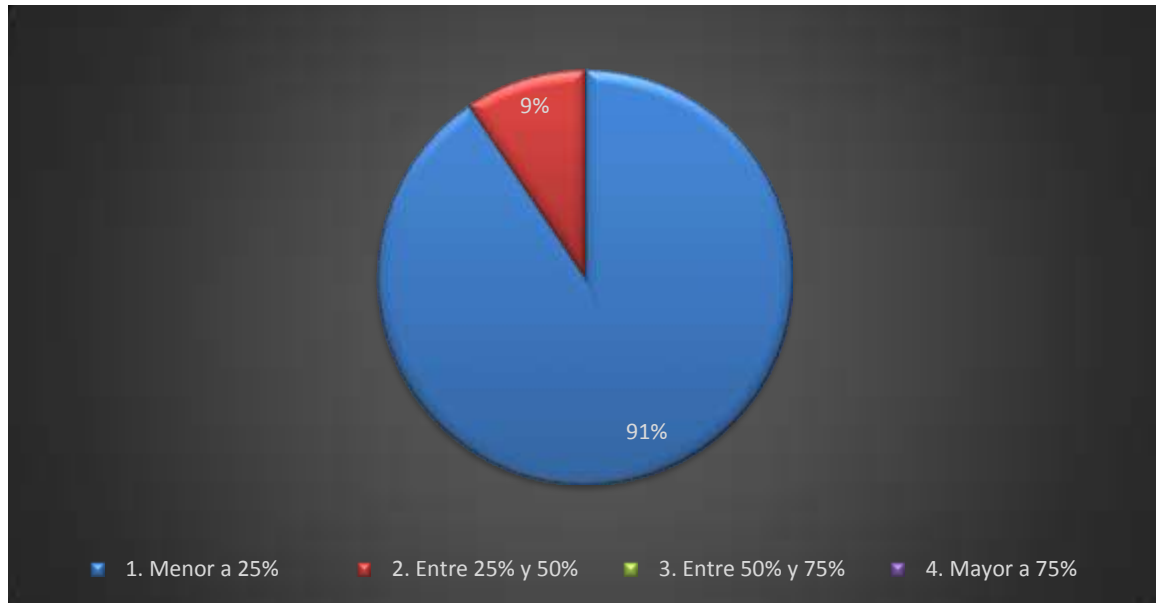
Las ventas se han disminuido en un porcentaje de 25% al 50%, lo cual demuestra que hubo un gran impacto sobre este tipo de emprendimientos, coincidiendo con los datos postulados por el Servicio de Rentas Internas (SRI), en donde se afirma una importante disminución de ventas ocasionadas por la pandemia.

Efecto que ha tenido la emergencia sanitaria causada por el Covid-19 en los costos de producción

Los emprendedores manifiestan que la pandemia ha aumentado los costos de su producción, viéndose de esta forma afectada sus ganancias mensuales, ya que destinan más dinero a producir sus alimentos y bebidas.

Figura 9

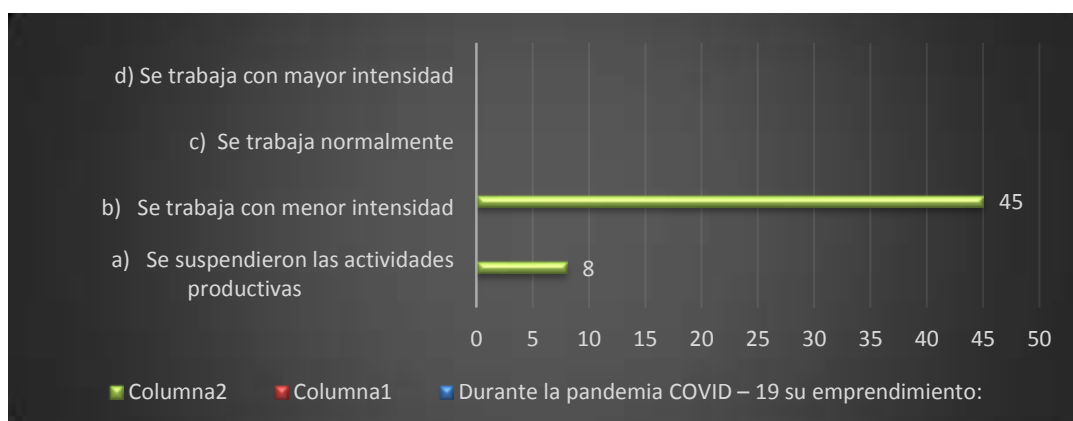
Porcentaje de aumento de ganancias (los que manifestaron que aumentó)



Los emprendedores, quienes manifiestan que sus ganancias han aumentado afirman que en un porcentaje menos del 25%, esto debido a la necesidad de las personas de consumir alimentos y bebidas durante la pandemia.

Figura 10

Intensidad de trabajo



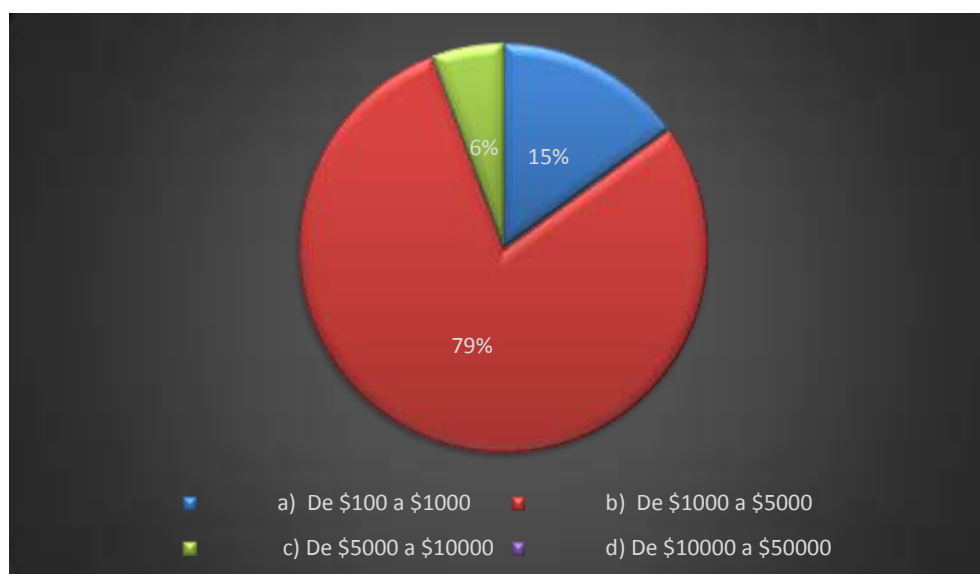
Los emprendedores manifiestan que se trabaja con menor intensidad que antes debido a la actual crisis sanitaria, esto coincide con los resultados arrojados en la pregunta 19, en la cual se establece que las ventas disminuyeron.

Tiempo de paralización del emprendimiento

En los emprendimientos que paralizaron las actividades se suspendieron en un tiempo de 7 a 9 semanas, esto coincide con los estudios publicados en el GEM Ecuador (2020) en donde se establece que existió desaceleración económica, lo cual se evidencia.

Figura 11

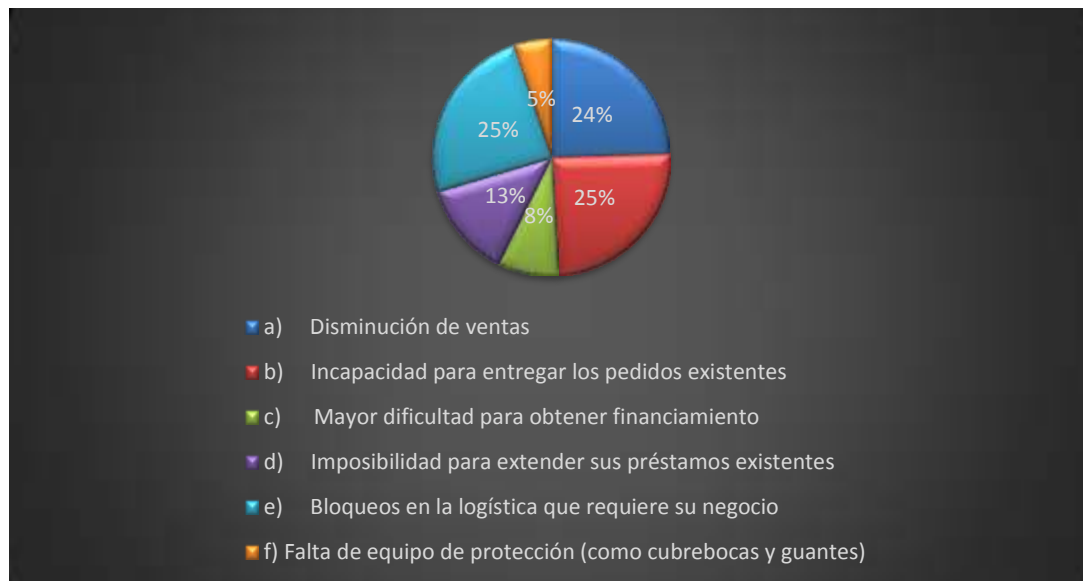
Pérdidas económicas en la paralización



Durante la paralización la afectación económica fue de 1000 a 5000 dólares, por la disminución de las ventas que fue en un porcentaje de 25% al 50%, esto demuestra que hubo pérdidas económicas significativas.

Figura 12

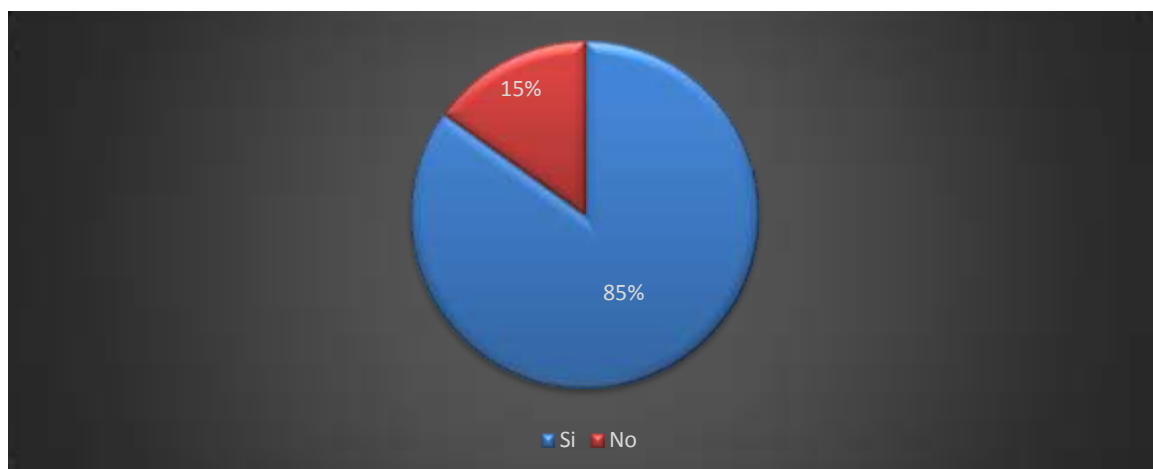
Problemas a los que se enfrentan los emprendimientos



Los emprendedores manifiestan que los mayores problemas que surgieron por la pandemia fueron la disminución de las ventas, la incapacidad de entregar pedidos y bloqueos en la logística que requiere el negocio, esto por cuanto se desactivaron los sectores económicos ocasionando estas dificultades.

Figura 13

Ajustes en el modelo de negocios

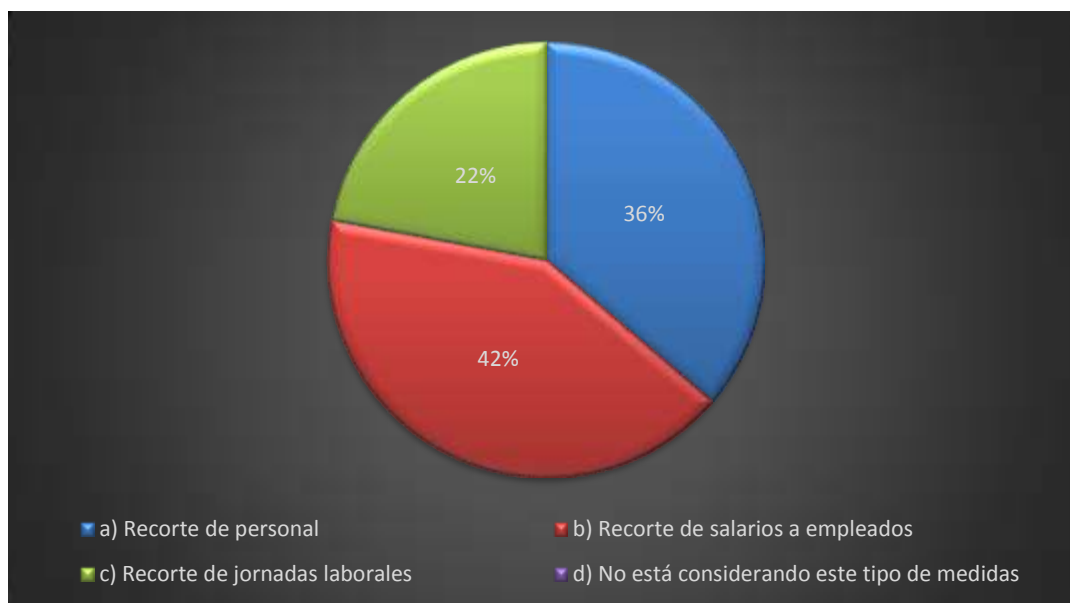


Los emprendedores en su mayoría manifiestan que la pandemia hizo que surgiera la necesidad de ajustar el modelo de negocio, debido a que sin hacer estos cambios no se hubiera logrado mantener vigentes los emprendimientos.

Los principales ajustes fueron las entregas a domicilio, esta implementación permitió mantener vigente el movimiento económico y las ventas.

Figura 14

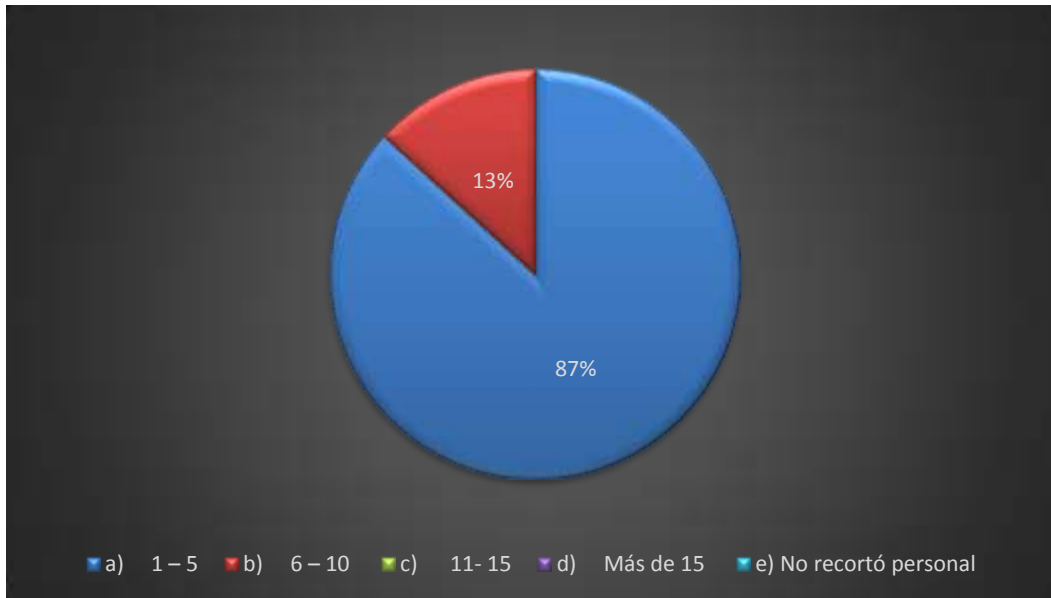
Medidas de los emprendimientos con respecto a la mano de obra



Las medidas que se ejecutaron fueron el recorte de salarios a empleados, debido a las pérdidas económicas generadas de entre 100 a 500 dólares que se menciona en la pregunta 23 fue necesario efectuar el recorte salarial a los empleados.

Figura 15

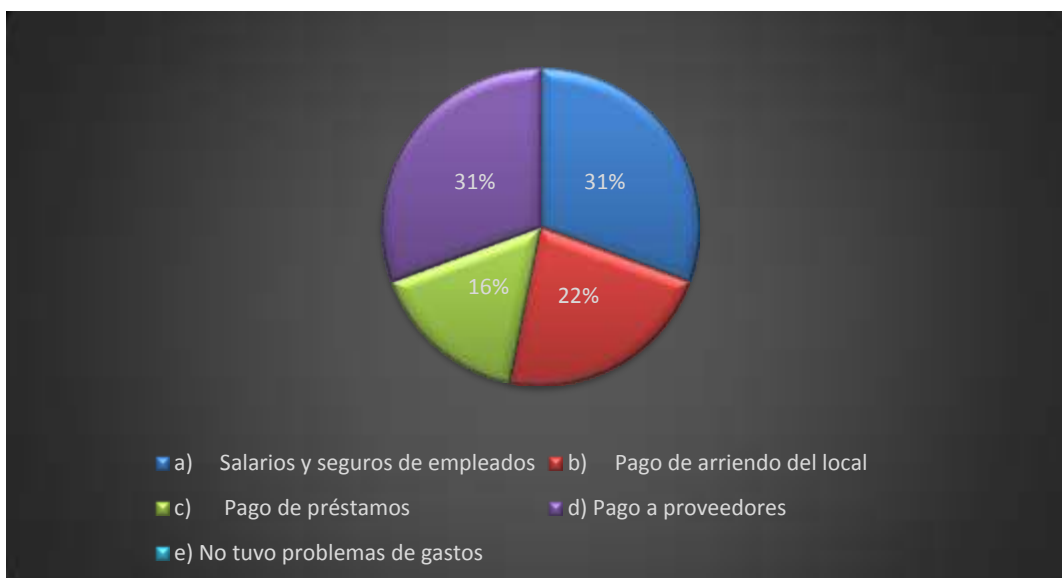
Número de empleados despues del recorte de personal



Los emprendedores quienes hicieron recorte de personal, despidieron de 1 a 5 empleados, podemos observar que pese a las perdidas económicas generadas no fue mayor el número de despidos.

Figura 16

Gastos que se dificultó pagar

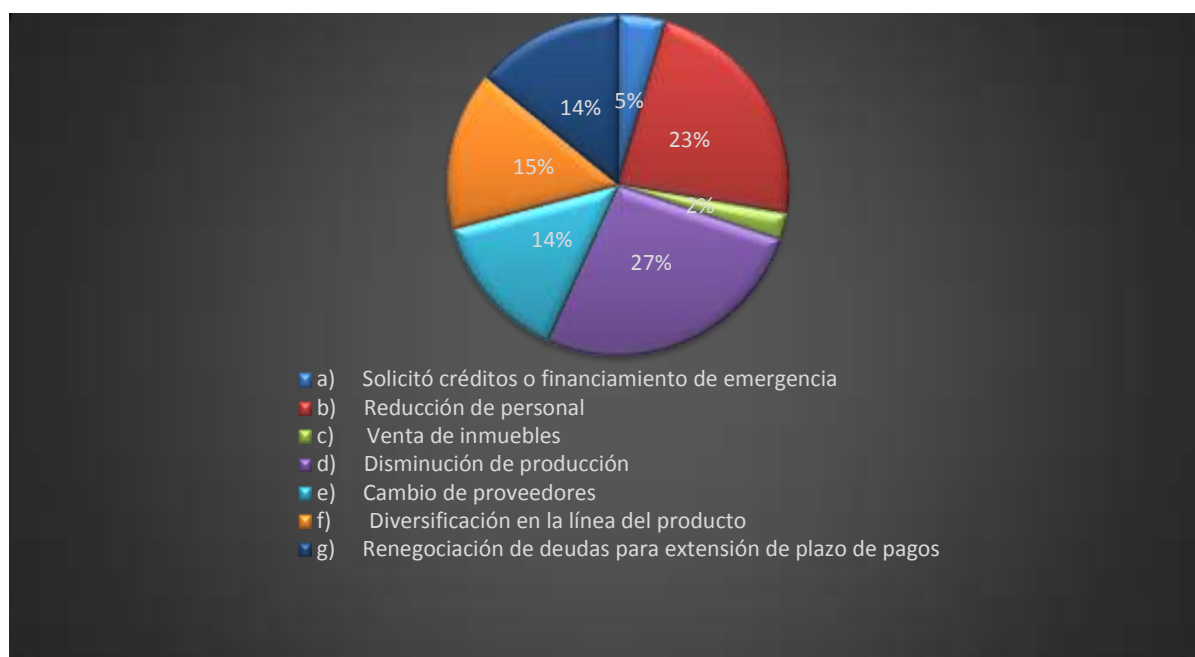


Los gastos que se les dificultó más durante la pandemia fueron el pago de salarios a empleados, pago a proveedores y el arriendo, ya que disminuyó el porcentaje de las ventas.

VI. MEDIDAS TOMADAS PARA ENFRENTAR LA CRISIS

Figura 17

Acciones operativas para enfrentar la pandemia



Nota. Elaboración propia

Durante la pandemia se ejecutaron las siguientes acciones como medida para intentar frenar la afectación de la pandemia: disminuir la producción y reducir el personal. Estas estrategias lograron ser muy útiles para mantener activos sus emprendimientos.

Figura 18

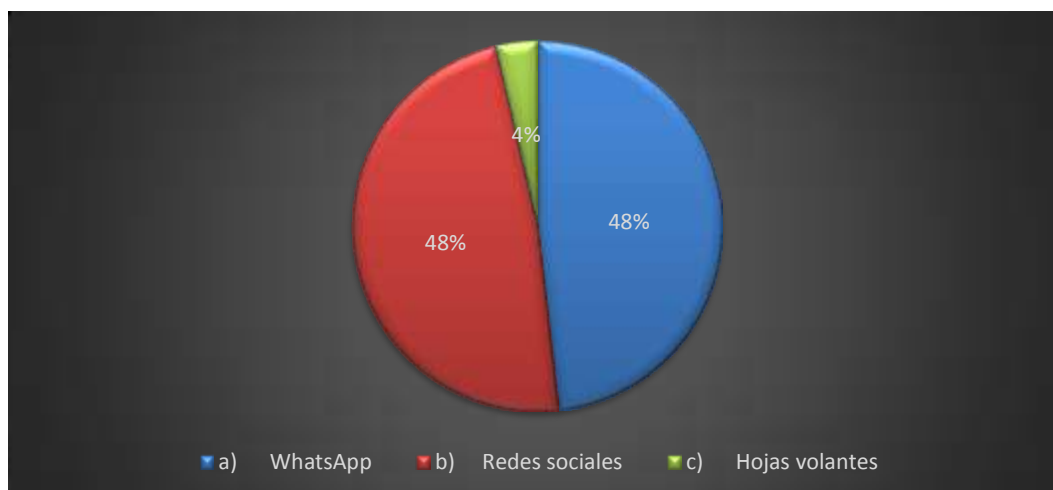
Acciones de venta aplicadas para enfrentar la pandemia



En cuanto a las acciones de venta los emprendedores entregaron productos a domicilio, promocionaron los productos por sitios web y realizaron promociones especiales con la finalidad de captar mas clientes, asi estas estrategias de marketing digital resultaron altamente eficaces.

Figura 19

Herramientas para mantenerse en contacto, promocionar sus servicios o llegar a nuevos clientes



Los emprendedores han utilizado redes sociales y WhatsApp para promocionar sus servicios, esto coincide con las investigaciones realizadas en GEM Ecuador (2020), en la cual se establece las estrategias de marketing digital enfocadas en el crecimiento económico de emprendimientos.

Figura 20

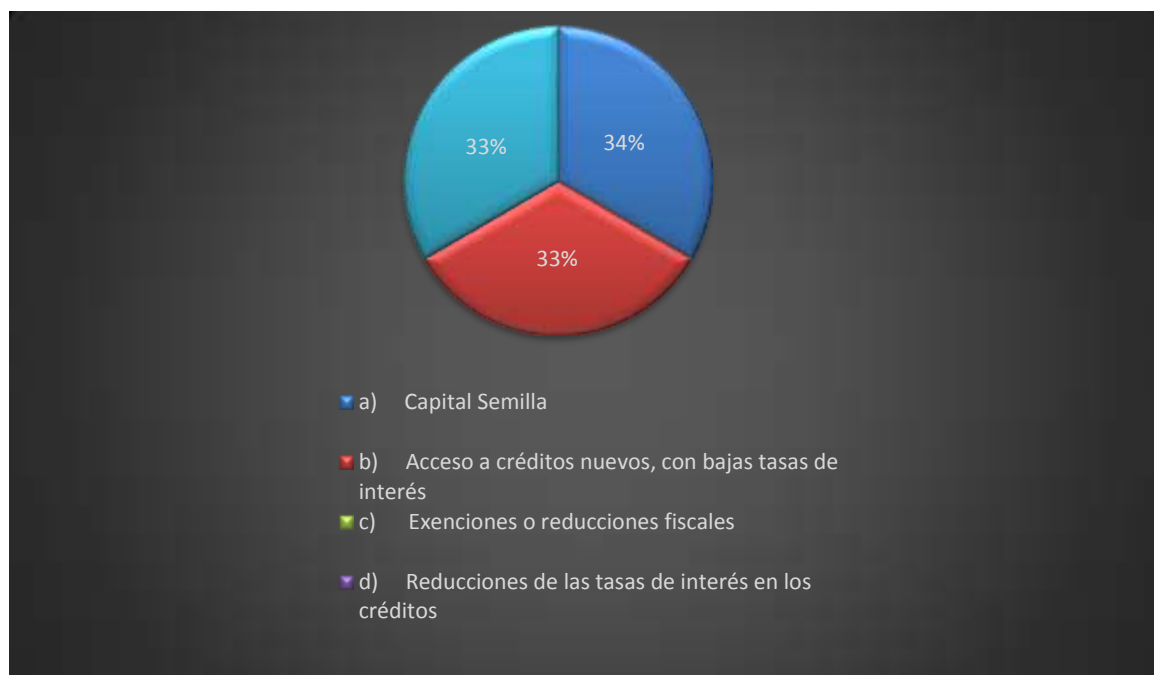
Ayuda a los emprendedores durante la crisis de la pandemia del COVID 19



Las personas a quienes han recurrido para recibir apoyo durante la pandemia son familia y amigos, demostrando que los recursos con quienes cuentan los emprendedores incide en la fortaleza de sus emprendimientos, además manifiestan no haber recibido apoyo de ninguna institución, se puede evidencia una presencia nula de estas instituciones quienes deberían prestar apoyo.

Figura 21

Ayudas más importantes de las instituciones privadas para apoyar el emprendimiento durante la pandemia de COVID-19



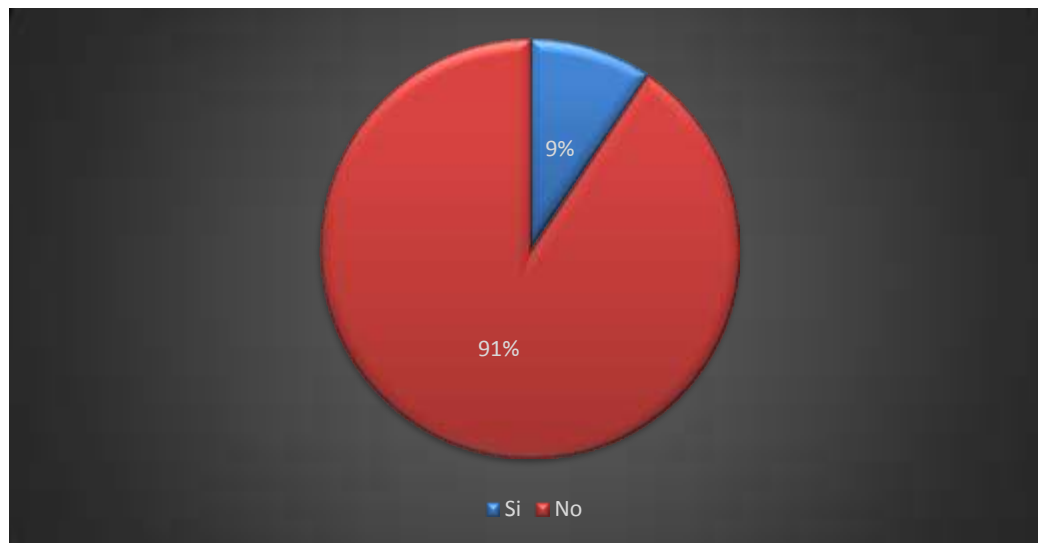
Los emprendedores consideran que las ayudas más importantes que pueden ofrecer las instituciones privadas para apoyar a su emprendimiento son: capacitaciones, acceso a créditos y capital semilla.

Tiempo de recuperación del impacto del COVID-19

Se considera que entre 6 meses y un año se recuperará el emprendimiento de la afectación por la pandemia sanitaria, de acuerdo a los estudios planteados en GEM Ecuador (2020), se establece que en la recuperación deben intervenir el gobierno, empresas existentes, y la academia

Figura 22

Riesgo de que el emprendimiento se cierre permanentemente



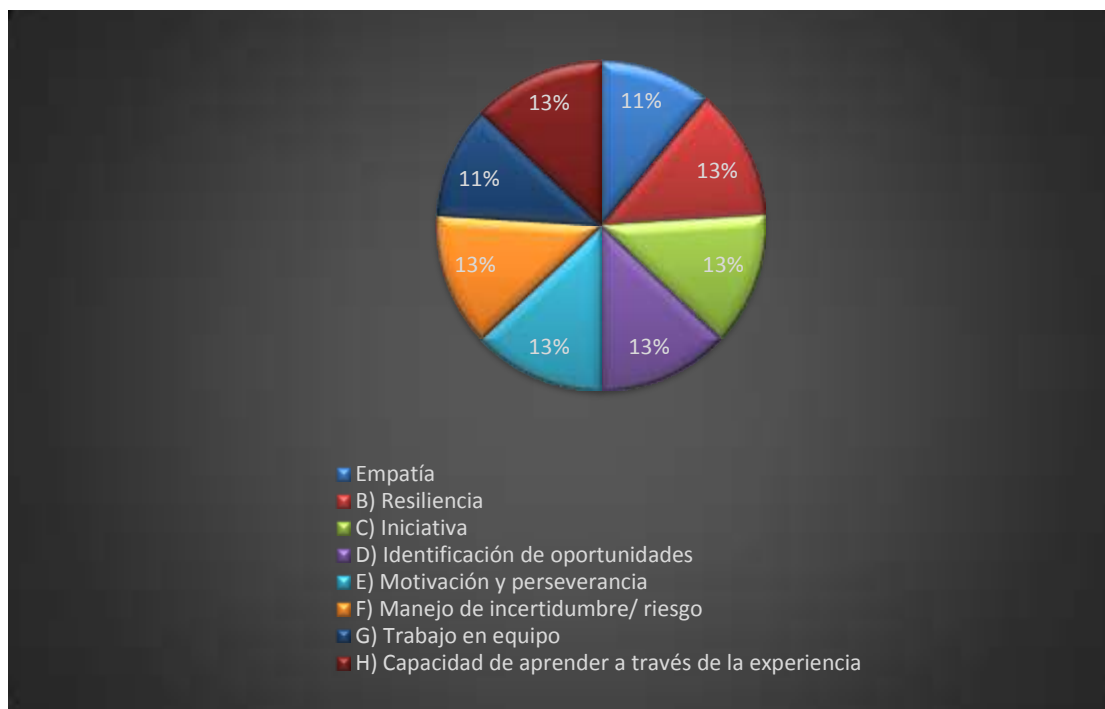
La mayoría de los emprendedores consideran que su negocio no se cerrará permanentemente debido a la crisis por la pandemia actual, esto por cuanto han implementado estrategias que les han permitido mantener activos sus emprendimientos.

Evaluación de los cambios o adaptaciones implementadas en el emprendimiento al principio de la Pandemia

Los emprendedores consideran que los cambios que realizaron para mantenerse en el mercado fueron de utilidad, debido a que pudieron evidenciar su eficacia en temas económicos.

Figura 23

Competencias emprendedoras adquiridas



Los emprendedores consideran que las competencias que se han fortalecido durante la pandemia fueron la empatía, resiliencia, iniciativa, identificación de necesidades y oportunidades, motivación y perseverancia, manejo de riesgos, trabajo en equipo, capacidad de aprender a través de la experiencia, de esto podemos establecer que en realidad si existió un fortalecimiento en cuanto a los recursos de los emprendimientos.

Tabla 14

Resultados de la investigación

RESUMEN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS	
Las ventas se han disminuido en un porcentaje de 25% al 50%, lo cual demuestra que hubo un gran impacto sobre este tipo de emprendimientos, Durante la paralización, la afectación	Durante la pandemia se ejecutaron las siguientes acciones como medida para intentar frenar la afectación de la pandemia disminuir la producción y reducir el personal.

<p>económica fue de 1000 a 5000 dólares, esto demuestra que hubo pérdidas económicas significativas.</p>	
<p>Los mayores problemas que surgieron por la pandemia fueron la disminución de las ventas, la incapacidad de entregar pedidos y bloqueos en la logística que requiere el negocio, esto por cuanto se desactivaron los sectores económicos ocasionando estas dificultades.</p>	<p>Los gastos que se les dificultó más durante la pandemia fueron el pago de salarios a empleados, pago a proveedores y el arriendo, ya que disminuyó el porcentaje de las ventas.</p>
<p>En cuanto a acciones de venta los emprendedores entregaron productos a domicilio, promocionaron los productos por sitios web y realizaron promociones especiales con la finalidad de captar más clientes, así estas estrategias de marketing digital resultaron altamente eficaces.</p>	

Nota. Elaboración propia

Capítulo cuatro

Capacitaciones para los emprendimientos del sector de servicio de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche Centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha

4.1 Datos informativos

4.1.1 Título de la propuesta

“Capacitación sobre estrategias de reactivación económica para los emprendimientos del sector de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha.”

4.1.2 Datos Informativos:

Institución: Universidad Técnica Particular De Loja

Población: 53 emprendimientos del sector de alimentos y bebidas en la Parroquia el Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha.

Tiempo: 1 mes

4.1.3 Beneficiarios:

Directos: 53 emprendimientos del sector de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha.

Indirectos: Comunidad

4.1.4 Ubicación

El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha.

4.1.5 Tiempo estimado de la ejecución

1 mes.

4.1.6 Equipo técnico responsable

- Investigador.

- Gobierno Parroquial de El Quinche.

4.1.7 Costo

El costo total del proyecto asciende a 100 dólares contemplados como movilización y recursos para impartir la capacitación.

ACTIVIDAD	RUBRO
Movilización	60
Recursos didácticos para las capacitaciones	40
TOTAL	100

4.2 Antecedentes de la propuesta

La actual pandemia sanitaria por covid 19 ha desencadenado un fuerte impacto a nivel económico en los emprendimientos del sector de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche, debido a esto se hace necesario una propuesta con la finalidad de la reactivación económica de este sector, así como también con el objetivo de evitar la disminución de ventas, incapacidad para entregar los pedidos existentes, mayor dificultad para obtener financiamiento, imposibilidad en el cumplimiento de préstamos existentes o la falta de equipo de protección, entre otras.

4.3 Objetivos

4.3.1 Objetivo general:

Realizar capacitaciones por grupos, para los emprendimientos del sector de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha con el objetivo de socializar estrategias de reactivación económica.

4.3.2 Objetivos específicos:

- Evitar la disminución de las ventas
- Prevenir la incapacidad para entregar los pedidos existentes
- Reducir el incumplimiento de préstamos existentes
- Evitar el recorte de salarios a empleados
- Disminuir la posibilidad de recorte de jornadas laborales
- Aumentar el tiempo de funcionamiento del emprendimiento

4.4 Justificación

La elaboración de esta propuesta es de gran importancia, ya que mediante la aplicación de cuestionarios a los 53 emprendimientos en la parroquia El Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha se pudo evidenciar el nivel de afectación que presentan dichos emprendimientos, surgiendo así la necesidad de la elaboración de una propuesta de reactivación económica.

La realización de la propuesta es factible, ya que se cuenta con el consentimiento para brindar capacitaciones sobre estrategias adecuadas de reactivación económica por parte de las y los emprendedores, a quienes se les aplicó los cuestionarios.

4.5 Fundamentación técnica

La propuesta se basa en fundamentación teórica y técnica, la cual es la información que se va a dar a conocer en las capacitaciones impartidas.

4.5.1 Implementación de deliveries

Se pretende capacitar sobre la posibilidad de implementación de deliveries tales como: Glovo, Uber, Tipti, Rappi y Ktaxi se agiliza el proceso de compra/venta y de esta manera resulta más fácil, rápido y sencillo para el cliente poder acceder a la compra de productos o servicios, razón por la cual resulta muy útil como una estrategia encaminada a la reactivación económica. Así se evitan las colas, el tiempo de espera a que este listo el

producto, además de salir de casa, pudiendo recibir el producto desde la comodidad de su hogar.

4.5.2 Plataformas de comida a domicilio

Esta estrategia también forma parte de las capacitaciones sobre reactivación económica, debido a que cada vez existen más aplicaciones disponibles en el mercado nacional que ofrecen el servicio de entrega de comida a domicilio y con esto también se ha incrementado el uso, así como la diversidad de aplicaciones de entrega de comida a domicilio, en el caso de los emprendimientos de la parroquia El Quinche se propone la realización de plataformas, las cuales sean realizadas por los propios restaurantes o bares, ya que esta iniciativa ha demostrado ser una excelente oportunidad de reactivación de los negocios (Comercio, 2020).

4.5.3 Publicidad por redes sociales

Se capacitará en estas temáticas ya que aprovechando el auge de la tecnología y tomando en cuenta que actualmente las personas de toda edad pasan una gran parte del tiempo en las redes sociales como: Facebook, Instagram y Whatsapp es clave incluir estos medios tecnológicos para la publicidad de productos y servicios, ya que llegaríamos a muchas personas con esta publicidad, incrementando así la venta en los negocios de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche, logrando una importante reactivación y aumentando sus ingresos.

4.5.4 Dark kitchens

Es importante socializar en las capacitaciones sobre este tema, ya que se trata de una nueva tendencia, también conocida como cocinas fantasmas o virtuales, la cual se estaba implementando en algunos negocios comerciales incluso antes de la pandemia, esta tendencia consiste en la eliminación de mesas y sillas en los restaurantes para la atención al cliente, en vez de esto centrarse únicamente en la preparación de alimentos y bebidas y

su posterior entrega a través de plataformas delivery, con esto se lograría reducir costos económicos en mobiliario y mantenimiento del mismo, así como otros costos asociados al mantenimiento del local comercial para la atención de clientes (Quiroz, 2021).

4.5.5 Innovación

Para mantener reactivados los emprendimientos de la parroquia El Quinche es importante capacitarles en la mejora continua en los mismos unido a la innovación, esto realmente es clave dentro del sector alimentos y bebidas, en este sentido se podría desarrollar nuevos menús, añadir nuevos productos o nuevos ingredientes, así como buscar ideas frescas para el negocio de forma que resulte más atractiva a los clientes, otra estrategia podría ser personalizar menús para grupos específicos de clientes, es decir con todo esto conseguir agregarle un valor agregado a los servicios y productos ofrecidos para así conseguir que resulte más seductor y atractivo para los clientes.

4.5.6 Gestión y productividad del talento humano

Para esto es significativo lograr capacitar adecuadamente al personal que trabaja en el local comercial en el sector de alimentos y bebidas de la parroquia El Quinche, al menos 3 veces en el año, realizando capacitación del personal, el cual sea encargado de la preparación y sobre todo el personal que se encuentra a cargo de la atención al cliente. Además, se debe controlar la participación activa del personal en dichas capacitaciones, otros temas objeto de las capacitaciones serían: Gestión de ventas, gestión del emprendimiento, fuentes alternativas de financiamiento y costos.

Fuentes alternativas de financiamiento

Se capacitará en diferentes fuentes de financiamiento, lo cual de gran utilidad para los emprendimientos, tales como:

1	Publicidad por redes sociales	X				-Exposición teorica -Retroalimentación -Preguntas de los asistentes -Evaluación -Dinámica grupal	2 horas	David Chipantiza	25 dólares
2	Dark kitchens		X			-Exposición teorica -Retroalimentación -Preguntas de los asistentes -Evaluación -Dinámica grupal	2 horas	David Chipantiza	25 dólares
3	Innovación			X		-Exposición teorica -Retroalimentación -Preguntas de los asistentes -Evaluación -Dinámica grupal	2 horas	David Chipantiza	25 dólares
4	Plataformas de comida rápida a domicilio				X	-Exposición teorica -Retroalimentación -Preguntas de los asistentes -Evaluación -Dinámica grupal	2 horas	David Chipantiza	25 dólares

Conclusiones

El impacto del Covid 19 en los emprendimientos fue fuerte siendo así que afectó significativamente a las ventas del sector de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche, del Distrito Metropolitano de Quito, de la provincia de Pichincha, evidenciándose en esta investigación que las ventas se disminuyeron en un porcentaje del 25% al 50%, además durante la paralización la afectación económica fue de 1000 a 5000 dólares, mostrando pérdidas económicas significativas.

Mediante este trabajo de investigación se ha logrado determinar que sí existió un fuerte impacto a nivel económico en los emprendimientos de la parroquia El Quinche, tales como la incapacidad de entregar pedidos, bloqueos en la logística que requiere el negocio, pérdidas económicas generadas y el despido de empleados en los emprendimientos, entre otros; siendo así se ejecutaron las siguientes acciones como medida para intentar frenar la afectación de la pandemia: disminuir la producción y reducir el personal. Por otro lado, los emprendedores entregaron productos a domicilio, los promocionaron por sitios web y realizaron promociones especiales, así estas estrategias de marketing digital resultaron altamente eficaces.

En este sentido se desarrolló una propuesta, la cual consiste en: capacitación sobre estrategias de reactivación económica para los emprendimientos del sector de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha. Los temas que se tratarán en las capacitaciones son: Implementación de deliveries, plataformas de comida a domicilio, publicidad por redes sociales, dark kitchens, innovación, gestión y productividad del talento humano y fuentes alternativas de financiamiento.

Recomendaciones

Para estudios posteriores, para determinar la afectación a las ventas del sector de alimentos y bebidas se recomienda la aplicación de instrumentos de evaluación con la inclusión de preguntas abiertas además de las estructuradas, ya que las preguntas abiertas nos permitirían comprender la problematización desde los distintos puntos de vista individualizados.

Se sugiere que para investigaciones posteriores en este campo se investigue y analice la afectación económica en el servicio de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche centro, del Distrito Metropolitano de Quito, posterior a ejecutar medidas de reactivación económica para constatar la validez y eficacia de las mismas. Tomando en cuenta la afectación económica generada en el servicio de alimentos y bebidas en la parroquia El Quinche centro, del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha se recomienda la implementación de la propuesta enfocada en la capacitación sobre reactivación económica.

Una vez se haya logrado de manera adecuada la implementación de capacitaciones a los emprendedores en la parroquia El Quinche centro, del Distrito Metropolitano de Quito, se recomienda se efectúe un seguimiento en estos emprendimientos con la finalidad de poder evaluar el progreso en cuanto a las mejoras logradas en temas de reactivación económica.

Referencias

- Aguirre, J. (2018). Emprendimiento en América Latina. Espejismo o realidad. *Entrepreneurship in Latin America. INNOVA Research Journal*, 3(8), 110-125.
Obtenido de:
<https://acortar.link/Wlwb1O>
- CEPAL. (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación.
Obtenido de:
<https://acortar.link/9LtVH>
- Ekos. (2018). Industria de alimentos y bebidas: la mayor industria del país. Obtenido de:
<https://acortar.link/8tUZ62>
- El Universo. (2020). Destacados. Economía y coronavirus: 7 emprendimientos de Latinoamérica que se reinventaron en medio de la pandemia y están prosperando.
Obtenido de:
<https://acortar.link/Zx9o3u>
- Expósito, A., Fernández, J., & Velasco, F. (2017). Economic growth, poverty and inequality: Efficiency analysis for Latin America in the 21st century. *Revista de Economía Mundial*, 2017(47), 117-138. Obtenido de:
<https://acortar.link/1SnAmd>
- GAD El Quinche. (2020). Economía. Empresas o Establecimientos Económicos. Obtenido de:
<https://acortar.link/tJgWiO>
- GAD PICHINCHA. (2021). Segunda Feria Pichincha Productiva y Solidaria. Obtenido de:
<https://acortar.link/0RSCXh>
- García. (s.f.). ¿Qué es una encuesta?. Obtenido de:
<https://acortar.link/eeiskY>
- Gutama, M., Jiménez, P. (2019). "El emprendimiento y su evolución como una alternativa.

- Guevara G, Verdesoto, A. Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción. Obtenido de Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf
- INE. (s,f). Aspectos básicos de los Censos de Población y Viviendas. Obtenido de: <https://acortar.link/HkIWUS>
- Jiménez R, Pérez J, Alipio O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 82, 2017, pp. 1-26 Universidad EAN. Bogotá. Obtenido de: <https://acortar.link/AOINIO>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor. ECUADOR 2019 – 2020. Escuela de Negocios de la ESPOL. BABSON.
- Moscoso, J. (2017). Los métodos mixtos en la investigación en educación: hacia un uso reflexivo. Artigos. Obtenido de: <https://acortar.link/UY73h3>
- Otzen, T., Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. Obtenido de: <https://acortar.link/3EIKo>
- PDNA. (2020). Evaluación Socioeconómica PDNA Covid 19 Ecuador. <https://acortar.link/djym3V>
- Prieto, B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. Obtenido de: <https://acortar.link/m3KO5>
- Raffino, M. E. (2020). CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO. 1-2.
- Rodríguez, V., Reina, C., Rodríguez, C., Cañarte, L. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid19. Obtenido de <https://www.fipcaec.com>
- SRI. (2021). Catastros. <https://www.sri.gob.ec/catastros>

Quiroz, L. (2021). Alternativas de reactivación económica post covid 19 durante el segundo semestre del año 2020 para el sector de comida rápida, Obtenido de:
<https://acortar.link/PO45dw>

Westreicher, G. (2020). *Método deductivo*. Economipedia.com. Obtenido de
<https://acortar.link/gudy9D>

Zapata, G., Fernández, S., & Neira, I. (2018). El emprendimiento tecnológico en Suramérica: Perfiles Latinoamericanos, 26(52), 1-20. Obtenido de:
<https://acortar.link/0KiKu5>

Apéndices

Apéndice 1: Cuestionario



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

Impacto de la Covid-19 en los emprendimientos del cantón El Quinche Provincia Pichincha Año 2022.

OBJETIVO GENERAL:

- Analizar el impacto de la Covid-19 en los emprendimientos del cantón El Quinche; Provincia Pichincha Año, 2022.

CUESTIONARIO

Por favor, dedique unos minutos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será muy útil para analizar el impacto de la Covid-19 en los emprendimientos del Ecuador. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y anónima, no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Técnica Particular de Loja.

Agradecemos de antemano por su colaboración y por el tiempo que nos brinda. Esta encuesta dura aproximadamente [20] minutos. En este cuestionario no hay respuestas correctas ni incorrectas. Lea las preguntas cuidadosamente, ya que en algunas se puede responder con una opción; otras son de varias opciones, dependiendo de su criterio.

¡Muchas gracias por su colaboración!

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL GERENTE O EMPRENDEDOR

1. Edad del Emprendedor:
 - a) Edad: _____ años.
2. Sexo del Emprendedor:
 - a) Masculino ()
 - b) Femenito ()
3. Nivel de Estudio terminado del Emprendedor
 - a) Educación Básica ()
 - b) Educación Media ()
 - c) Educación Superior ()
 - d) Postgrado y superiores ()
 - e) Ninguno ()

II. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

4. Nombre del Emprendimiento: -----
5. Parroquia en la que se ubica su negocio: _____

6. Barrio en el que se ubica su negocio: _____
7. ¿En qué sector se desenvuelve su microempresa? (Escoja solo una opción).
1. () Agricultura, ganadería, silvicultura
 2. () Industrias manufactureras
 3. () Servicios
 4. () Comercio
 5. () Construcción
8. Clasificación de la actividad (Escoja solo una opción).
1. () Agricultura
 2. () Minas y canteras
 3. () Manufactura
 4. () Suministro de energía
 5. () Distribución de agua
 6. () Construcción
 7. () Comercio
 8. () Transporte
 9. () Alojamiento
 10. () Información
 11. () Financieras
 12. () Inmobiliaria
 13. () Científico Técnico
 14. () Administrativos
 15. () Administración pública
 16. () Enseñanza
 17. () Salud humana
 18. () Arte
 19. () Otros servicios
9. Tipo de unidad legal de la empresa. (Escoja solo una opción).
- Persona natural
1. () Régimen impositivo simplificado de Ecuador (RISE)
 2. () Personas naturales obligadas a llevar contabilidad
 3. () Personas naturales no obligadas a llevar contabilidad
- Persona jurídica
1. () Empresa constituida en sociedad con fines de lucro
 2. () Organización constituida en sociedad sin fines de lucro.
 3. () Empresa Pública
 4. () Instituciones públicas
 5. () Organizaciones de la economía popular y solidaria
10. Número de trabajadores (Escoja solo una opción).
1. () De 1 a 9
 2. () De 10 a 20
 3. () De 21 a 30
 4. () 31 – 50
 5. () Más de 50
 6. () De 100 en adelante
11. Qué tiempo tiene de actividad económica la empresa.
1. () Menos de un año
 2. () Entre 1 y 5 años
 3. () Entre 6 y 10
 4. () Más de 10 años
12. ¿Cuál es el alcance geográfico de las ventas de la empresa? (elija una opción)
1. () Cantonal
 2. () Provincial
 3. () Nacional
 4. () Internacional

13. ¿Cómo está operando su emprendimiento actualmente? *
- En local físico
 - Virtual/ Teletrabajo
 - Parcialmente
 - No está operando
14. ¿Cual era su nivel de ingreso mensual antes de la pandemia durante los meses de noviembre, diciembre del 2019 y enero del 2020? *
- Menos de 200 ()
 - Entre 201 a 500 ()
 - Mayor a 501 ()
 - Mi emprendimiento surgió durante la pandemia ()
15. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual durante la pandemia?
- Menos de 200 ()
 - Entre 201 a 500 ()
 - Mayor a 501 ()

III. IMPACTO DE LA COVID 19 EN SU EMPRENDIMIENTO

16. ¿La pandemia del Covid-19 afectó la actividad económica de su emprendimiento?
- Sí
 - No
17. ¿Qué efecto ha tenido la emergencia sanitaria causada por el Covid-19 en su actividad económica? (Escoja solo una opción).
- () Ha aumentado
 - () Ha disminuido
 - () Se ha mantenido
- 17.1 En caso de que haya aumentado, ¿en qué porcentaje lo ha hecho? (Escoja solo una opción)
- () Menor a 25%
 - () Entre 25% y 50%
 - () Entre 50% y 75%
 - () Mayor a 75%
- 17.2 En caso de que haya disminuido, ¿en qué porcentaje lo ha hecho? (Escoja solo una opción)
- () Menor a 25%
 - () Entre 25% y 50%
 - () Entre 50% y 75%
 - () Mayor a 75%
18. ¿Qué efecto ha tenido la emergencia sanitaria causada por el Covid-19 en sus costos de producción? (Escoja solo una opción).
- () Ha aumentado
 - () Ha disminuido
 - () Ha mantenido
- 18.1 En caso de que haya aumentado, ¿en qué porcentaje lo ha hecho? (Escoja solo una opción)
- () Menor a 25%
 - () Entre 25% y 50%
 - () Entre 50% y 75%
 - () Mayor a 75%
- 18.2 En caso de que haya disminuido, ¿en qué porcentaje lo ha hecho? (Escoja solo una opción)

1. () Menor a 25%
2. () Entre 25% y 50%
3. () Entre 50% y 75%
4. () Mayor a 75%

19. ¿Qué efecto ha tenido la emergencia sanitaria causada por el Covid-19 en sus ventas? (Escoja solo una opción).

4. () Ha aumentado
5. () Ha disminuido
6. () Ha mantenido

19.1 En caso de que haya aumentado, ¿en qué porcentaje lo ha hecho? (Escoja solo una opción)

5. () Menor a 25%
6. () Entre 25% y 50%
7. () Entre 50% y 75%
8. () Mayor a 75%

19.2 En caso de que haya disminuido, ¿en qué porcentaje lo ha hecho? (Escoja solo una opción)

5. () Menor a 25%
6. () Entre 25% y 50%
7. () Entre 50% y 75%
8. () Mayor a 75%

20. ¿Durante la pandemia COVID – 19 su emprendimiento:

- a) Se suspendieron las actividades productivas ()
- b) Se trabaja con menor intensidad ()
- c) Se trabaja normalmente ()
- d) Se trabaja con mayor intensidad ()
- e) **Otro especifique:**

20.1 Si las actividades de su emprendimiento se han suspendido ¿Cuánto tiempo se paralizó la empresa? (Escoja solo una opción).

- a) 1 semana ()
- b) De 2 a 3 semanas ()
- c) De 4 a 6 semanas ()
- d) De 7 a 9 semanas. ()

20.2 Si las actividades de su emprendimiento se han suspendido. ¿En términos monetarios cuanto ha perdido en este tiempo de paralización comercial? (Escoja solo una opción)

- a) De \$100 a \$1000 ()
- b) De \$1000 a \$5000 ()
- c) De \$5000 a \$10000 ()
- d) De \$10000 a \$50000 ()
- e) Más de \$50000 ()

21. Frente a la pandemia del COVID-19, ¿qué tipo de problemas enfrentó su emprendimiento? (Escoja más de una opción)

- a) Disminución de ventas ()
- b) Incapacidad para entregar los pedidos existentes ()
- c) Mayor dificultad para obtener financiamiento ()
- d) Imposibilidad para extender sus préstamos existentes ()
- e) Bloqueos en la logística que requiere su negocio ()
- f) Falta de equipo de protección (como cubrebocas y guantes) ()

22. ¿La pandemia originada por el Covid-19, condujo a la necesidad de cambiar su modelo de negocio?

- a) Sí
- b) No

23. Si su respuesta es afirmativa, ¿Cuál fue el nuevo modelo de negocio?

::.....

24. ¿Qué medidas aplicó su emprendimiento con respecto a la mano de obra para enfrentar los efectos de la pandemia del COVID-19?

- a) Recorte de personal
- b) Recorte de salarios a empleados
- c) Recorte de jornadas laborales
- d) No está considerando este tipo de medidas
- e) Otro especifique

25. ¿ En caso de que haya recortado personal como medida por efecto de la pandemia del COVID – 19, cuántos empleados cuenta ahora?

- a) 1 – 5 ()
- b) 6 – 10 ()
- c) 11- 15 ()
- d) Más de 15 ()
- e) No recortó personal ()

26. ¿Qué gastos se le dificultaron pagar durante la pandemia del COVID-19?

- a) Salarios y seguros de empleados
- b) Pago de arriendo del local
- c) Pago de préstamos
- d) Pago a proveedores
- e) No tuvo problemas de gastos

VI. MEDIDAS TOMADAS PARA ENFRENTAR LA CRISIS

27. ¿Durante la pandemia del COVID – 19, su emprendimiento qué acciones operativas aplicó para enfrentar la pandemia? Pude marcar más de una respuesta.

- a) Solicitó créditos o financiamiento de emergencia ()
 - b) Reducción de personal ()
 - c) Venta de inmuebles ()
 - d) Disminución de producción ()
 - e) Cambio de proveedores ()
 - f) Diversificación en la línea del producto ()
 - g) Renegociación de deudas para extensión de plazo de pagos ()
 - h) Teletrabajo ()
 - i) No se aplicó ninguna acción operativa ()
 - j) Otra (especifique)_____ ()
-

28. ¿Durante la pandemia COVID – 19, su emprendimiento qué acciones de venta aplicó para enfrentar la pandemia? Puede marcar más de una respuesta.

- a) Entrega de productos a domicilio ()
- b) Promoción de los productos por sitios web/ redes sociales ()
- c) Promociones especiales. ()
- d) E-commerce ()
- e) No se aplicó ninguna acción ()
- f) Otra especifique ()

()

29. Qué herramientas ha utilizado para mantenerse en contacto, promocionar sus servicios o llegar a nuevos clientes?

- a) WhatsApp
- b) Redes sociales
- c) Hojas volantes
- d) Otras herramientas de publicidad
- e) Correo electrónico
- f) Ninguna
- g) Otra especifique

30. En su condición de emprendedor, a quién ha recurrido para responder ante la crisis actual?

- a) Solo al equipo emprendedor
- b) Familia y amigos
- c) Colegas
- d) Asociación de emprendedores/empresarios
- e) Consultores externos
- f) Gobierno nacional
- g) Gobiernos locales
- h) Instituciones financieras
- i) Otros especifique

31. ¿Durante la pandemia COVID - 19, ha recibido algún apoyo por parte de las instituciones gubernamentales competentes?

- a) Sí
- b) No

32. ¿Por parte de qué instituciones ha recibido la ayuda correspondiente?

- a) Gobierno Autónomo descentralizado del cantón ()

- b) Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca ()
- c) Apoyo privado ()
- d) Otra (especifique)_____
33. Si la respuesta 10 es afirmativa, qué tipo de apoyo recibió su emprendimiento? Puede marcar más de una respuesta.
- a) Capital Semilla ()
- b) Acceso a créditos nuevos ()
- c) Exenciones o reducciones fiscales ()
- d) Capacitaciones virtuales ()
- e) Ferias artesanales virtuales ()
- f) Otra (especifique)_____
34. ¿De las siguientes opciones, cuál o cuáles considera que serían las ayudas más importantes que pueden ofrecer las instituciones gubernamentales/ privadas para apoyar a su emprendimiento durante la pandemia de COVID-19?
- a) Capital Semilla ()
- b) Acceso a créditos nuevos, con bajas tasas de interés ()
- c) Exenciones o reducciones fiscales ()
- d) Reducciones de las tasas de interés en los créditos ()
- e) Capacitaciones ()
- f) Ferias virtuales ()
- g) Otra (especifique) ()
35. ¿ En cuánto tiempo diría que su negocio se recuperará del impacto del COVID-19?
- a) Menos de 6 meses ()
- b) Entre 6 meses y un año ()
- c) Mas de un año ()
36. ¿Cree que existe el riesgo de que su emprendimiento se cierre permanentemente debido a la crisis del COVID 19?
- a) Sí
- b) No
37. ¿Cómo evaluaría en la actualidad, los cambios o adaptaciones implementadas en su emprendimiento al principio de la Pandemia?
- A) Sirvieron para mantenerse en el mercado
- B) Han mejorado el posicionamiento del negocio.
- C) No dieron los resultados esperados
- D) Otras.