



El período pos-cuarentena COVID-19 y la supervivencia económica de los emprendimientos

DANNY Miguel Rebolledo CASTILLO

GRUPO DE INVESTIGACIÓN GIICO

Facultad de Administración Contabilidad y Finanzas

Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium - UNICATÓLICA

Investigación terminada

Introducción

La llegada de la pandemia del covid 19, ocasionó que los emprendimientos tuvieran la imperiosa necesidad de implementar diferentes estrategias de supervivencia económica, es por ello que se hace necesario el estudio de la situación y tendencias de los mismos, para conocer las estrategias adoptadas en el período pos-cuarentena.

Ahora bien, al considerar las diferentes ramas de la actividad económica mundial, se identifica que el mayor impacto se produce en el sector servicios, donde se destacan: alojamiento y servicios de comida, de inmobiliarios, administrativos, doméstico, actividades profesionales y técnicas, construcción, aerolíneas, turismo, entretenimiento y comercio de productos no básicos (Bonet-Morón et al. 2020; Escamilla-Fajardo et al. 2020; Quevedo-Vazquez et al. 2020; Ratten 2020b, 2020a, 2020c).

Tal como se percibe la situación, el mundo empresarial deberá reinventarse; esto posiblemente implique la desaparición de actividades económicas y las

oportunidades de generación de nuevos negocios, dependiendo de la imaginación, creatividad, capacidad y visión de los emprendedores (resiliencia) para generar estrategias de supervivencia económica. Identificando que, para facilitar los nuevos procesos y espacios de crecimiento y desarrollo, migrar al comercio electrónico fue la opción más usada por los emprendimientos; el marketing digital y las tiendas electrónicas, se convirtieron en una necesidad real para clientes y empresas, junto a otras estrategias que son analizadas en los resultados de este documento.

Planteamiento del problema y justificación

Para facilitar los nuevos procesos y espacios de crecimiento y desarrollo luego de la pandemia del covid 19, sin duda alguna migrar al comercio electrónico se convirtió en la opción más usada por los emprendimientos sin importar el tipo de actividad; aumentar esfuerzos en marketing digital, acrecentar los procesos de la ya existente revolución de la tecnología a través del crecimiento de las tiendas electrónicas, se convirtió en una necesidad real para clientes y empresas. Sin embargo, los emprendimientos que no encontraron el camino para adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes con limitaciones para salir a realizar sus compras, producto de la cuarentena y el posterior aislamiento preventivo, se vieron en la necesidad de optar por una reducción de personal, y/o cerrar sus puertas al no encajar en las nuevas condiciones del mercado (Sumba-Bustamante et al. 2020).

Es por ello que se hace necesario el estudio de la situación y tendencias de los emprendimientos a partir del período de cuarentena, indagando sobre las estrategias de supervivencia adoptadas por los emprendimientos en el período pos-cuarentena. Esta singular situación, nunca vivida hasta el momento, afecta a los emprendedores en su actividad empresarial diaria. Por ello, esta investigación parte del análisis de la literatura sobre emprendimiento y crisis económica con la cual se pretende conocer el papel de los emprendedores (resiliencia) ante una situación de crisis económica, así como saber cuáles son los principales desafíos a los que se tienen que enfrentar para crear o mantener su empresa en este tipo de situaciones, identificando el sector terciario como el de mayor vulnerabilidad respecto al empleo, los ingresos, la producción, las necesidades más urgentes de solucionar y las tendencias o formas como algunos empresarios enfrentan el reto para salir adelante.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar las estrategias de supervivencia adoptadas por los emprendimientos en el período pos-cuarentena

Objetivos específicos

Conocer los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores para crear o mantener su empresa en este tipo de situaciones.

Identificar las principales estrategias de supervivencia adoptadas por los emprendedores en el período pos-cuarentena

Referente teórico

La supervivencia de los emprendimientos en los períodos de crisis

La actividad emprendedora está ligada a situaciones turbulentas, exigentes, que requieren las capacidades que tiene el ser humano para reinventarse y constituirse así mismo y todo lo que hace en algo nuevo o diferente conforme a las circunstancias vividas. Esta capacidad es conocida hoy como resiliencia, la cual abarca todos los aspectos de la vida, incluida la actividad de emprender. A propósito de esta: Ratten (2020a) define a los *EMPRENDEDORES* como individuos, que realizan actividades que no pueden predecirse y que están relacionadas con una competencia emprendedora (resiliencia) que determina la capacidad del individuo para enfrentar la incertidumbre. Es decir, el emprendimiento es una cualidad o capacidad que posee un individuo para enfrentar situaciones adversas.

También, en la década 70s, Kirzner definió al emprendedor como una persona que permanece alerta a las imperfecciones del mercado, y que puede coordinar recursos en una forma más efectiva gracias a la información sobre las necesidades y los recursos de los diferentes actores (Bonilla and Cancino, 2011). Esto implica que el emprendedor puede aprovechar escenarios no conocidos o entornos no controlados para crear sus nuevas iniciativas que den repuestas a las necesidades del momento. En este mismo sentido, Cancino et al. (2012) evidencia que los períodos de crisis y de falta de empleo en el mercado laboral generan un creci-

miento de emprendimientos en proporciones similares a los que se presentan en los momentos de crecimiento económico, es decir; que los seres humanos tienen la misma capacidad emprendedora tanto en los períodos de estabilidad como en los de crisis.

Sin embargo, no todos los períodos de crisis económica son comparables, pues cada uno tiene sus características y tipos de afectaciones que además de hacerlos especiales, entregan diferentes desafíos a los emprendedores existentes y/o a quienes se ven obligados a emprender en medio de la crisis. Las acciones o actividades realizadas para dar salida a cada situación pueden convertirse en referente especial que guíe el proceso de resiliencia empresarial o capacidad adaptativa necesario para enfrentar cualquier circunstancia adversa en todo tiempo y lugar.

Hablando de este aspecto, Ibarguen-Gonzalez & Ahcar (2018) situó en la capacidad adaptativa del propio emprendedor sus posibilidades de éxito en medio de una crisis o luego de la misma. Del mismo modo, Cantillon (1755); Entrepreneurship-Monitor (2001); Bonilla & Cancino (2011); Cancino et al. (2012); Cebrián et al. (2016); Vásquez et al. (2019) analizan los cambios presentados en los emprendimientos, luego de una crisis económica, afirmando que la modificación de las estrategias por parte de los emprendedores les permitió continuar con sus negocios. Entre dichas estrategias se destacan algunas reconocidas y valoradas por los mismos clientes de los establecimientos tales como: precios más bajos y amplio horario de apertura. En una menor escala, pero no menos importante, se señala la intención de ayuda mutua como una fuerte motivación para apoyar a estos negocios (Cebrián et al. 2016).

En otros términos, los períodos de crisis económica pueden forjar la transformación obligada de los emprendimientos y emprendedores (emprendimiento por necesidad), y al mismo tiempo la resiliencia del emprendedor puede hacer que este vea la crisis económica como una opción de cambio y de transformación hacia una nueva idea de negocio y/o de los medios de llegar a sus clientes (emprendimiento por oportunidad).

Por ello, es necesario considerar que, sin importar el origen del emprendimiento, ya sea por oportunidad o necesidad, la supervivencia de los emprendimientos

se relaciona con características, tales como: la formación técnica o profesional, experiencia previa como empleado o independiente, el compromiso con el emprendimiento, el establecimiento de redes de contacto, la participación en programas públicos de apoyo al emprendimiento, la innovación de los productos y servicios (Ten Bos and Painter, -Molard, 2011; Cantillon, 1755).

En general, las investigaciones sobre los emprendedores han mostrado que estos poseen variadas características y que realizan sus acciones en búsqueda de una ganancia o bienestar futuro, lo cual ha permitido la identificación de cuatro grandes corrientes o clasificaciones de los tipos de emprendedores: a) agente que asume riesgos (Drucker, 1974; Schumpeter, 1934), b) ente que usa la combinación de recursos e ingenio para la producción (Timmons 1999), c) agente con actitud y/o cualidades personales especiales (Say 1803) y d) agente de cambio basado en la innovación (Bonilla and Cancino, 2011; Cancino et al. 2012; Vásquez et al. 2019). Una posible quinta corriente o clasificación sobre el emprendimiento a explorar, tiene que ver con el concepto no solo de la racionalidad económica del emprendedor frente a la utilidad o ganancia, sino que también tiene que ver con aspectos de índole social, el bien común, la solidaridad, el medio ambiente, como forma de asumir el papel de empresario en un contexto de ciudadano y de compromiso con la sociedad (Ten Bos and PainterMolard, 2011; Cantillon, 1755; Drucker 1974; Say, 1803; Schumpeter, 1934; Timmons, 1999).

Metodología

Para dar cumplimiento al propósito establecido se acude al diseño de investigación documental y descriptiva; la cual se basa en la revisión de textos, artículos, bibliografías, videos, películas, entre otros ya existentes, sobre un tema y que pueden ser utilizadas para dar inicio o traer a flote un tema ya tratado (Tancara 2008; Gómez 2010; Sanz 2013). También se revisaron fuentes secundarias que permitieron obtener información adecuada sobre las variables estudiadas: resiliencia, estrategias de supervivencias, crisis económica y covid 19.

Ahora bien, la investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que se está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación, en otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. El diseño ha sido útil en el propósito de investigación aportando en forma significativa al análisis, sobre cómo los emprendedores han reaccionado a la crisis económica generada por la pandemia del Covid 19.

Para la búsqueda de la información se utilizó la base de datos web of science, Scopus y Google Scholar, seleccionando aquellas fuentes con título y resumen correspondiente a las variables de estudio, con período de publicación entre 2010 y hasta el mes de noviembre de 2020. En forma adicional y dado que algunas de las variables de estudio no son nuevas en el análisis científico, se amplió el período de análisis a documentos seminales sobre emprendimiento, y supervivencia económica. Por todo lo anterior, este trabajo de investigación constituye una valiosa aportación para fortalecer la comprensión de la resiliencia y estrategias de supervivencia de los emprendimientos en tiempo de crisis económica generada por la pandemia del Covid-19.

Resultados alcanzados

Estrategias de supervivencia para enfrentar la crisis económica generada por pandemia del COVID 19

La crisis económica generada por la pandemia del Covid 19 y la búsqueda imperante del emprendedor por superar los obstáculos, lo han llevado a vincular a sus procesos productivos y comerciales diferentes tipos de iniciativas y estrategias de supervivencia de sus negocios. Entre estas se pueden resaltar las siguientes:

Tabla No 1: Estrategias de supervivencia de los emprendimientos para superar la crisis económica generada por la pandemia del Covid 19

Estrategia	Autores que la identifican
Realización de rotación interna de mercancía, procurando la salida de los productos con mayor fecha de vencimiento ubicándolos al frente de las estanterías	(Chowdhury, Sarkar, Paul, et al. 2020a; Chowdhury, Sarkar, Saha, et al., 2020)
Realizar jornadas laborales más extendidas	(Mungaray et al. 2015; Buelvas et al. 2017; Del Sarto and Isabelle 2020; Sumba-Bustamante et al., 2020)
Acuerdos laborales que permitan apertura en fines de semana y festivos con costos laborales de días ordinarios	(Chowdhury, Sarkar, Saha, et al. 2020; Nicolás Martínez and Rubio Bañón, 2020)
Reducción de salarios	(Chowdhury, Sarkar, Paul, et al. 2020a; Chowdhury, Sarkar, Saha, et al. 2020; Nicolás Martínez and Rubio Bañón, 2020; Sumba-Bustamante et al., 2020)
Recortes de empleos	(Nicolás Martínez and Rubio Bañón, 2020)

CONTINUACIÓN TABLA No 1. *ESTRATEGIAS de supervivencia de los emprendimientos PARA superar LA crisis ECONOMICA generADA por LA PANDEMIA del Covid 19*

Estrategia	Autores que la identifican
Reducción de promociones comerciales	(Chowdhury, Sarkar, Saha, et al., 2020)
Expansión de canales de ventas	(Chowdhury, Sarkar, Saha, et al., 2020)
Teletrabajo	(Nicolás Martínez and Rubio Bañón, 2020)
Ampliación de plazo para pago de créditos	(Sumba-Bustamante et al., 2020)
Disminución de jornada laboral	(Sumba-Bustamante et al., 2020)
Aprovechamiento de las herramientas tecnológicas, promocionando sus productos y comercializando por medio de la web y diferentes plataformas, no dejándose llevar por el miedo de perder sino de seguir adelante	(Nicolás Martínez and Rubio Bañón, 2020; Sumba-Bustamante et al., 2020)
Aplicación de protocolos de seguridad y sanidad	(Sumba-Bustamante et al., 2020)

Fuente de ELABORACIÓN PROPIA

En el caso de tratarse de empresas que brindan productos esenciales o de primera necesidad que tienen una alta demanda, la cual puede verse incrementada a raíz del aislamiento preventivo y la pandemia, los emprendimientos han optado estrategias un poco más vinculantes por fuera de la misma empresa, tal es el caso de la asociación o establecimiento de alianzas con otros emprendedores del mismo sector, proveedores de respaldo, aumento de capacidad (Paul & Chowdhury, 2020a).

Sin embargo, adaptarse a los cambios, desafíos y efectos económicos provocados por la pandemia del Covid 19 (bajos ingresos económicos, poca oferta de productos, cierre de negocios), no es un asunto de fácil práctica y aprendizaje para todos los emprendedores. En el caso puntual del comercio electrónico se han identificado emprendimientos que ante el desconocimiento en el manejo de las plataformas de la web y/o páginas sociales, se limitan al uso del canal tradicional de distribución y comercialización de sus productos y servicios, llevándolos al cierre de sus establecimientos por alta reducción de sus ingresos.

Conclusiones

Aunque entre los factores de supervivencia de los emprendimientos, existen aspectos que tienen que ver con el emprendimiento y el sector en el cual se desenvuelve el emprendedor, es de reconocer que desde la misma definición de la actividad emprendedora se atribuyen a cualidades del mismo emprendedor el mayor nivel del éxito o fracaso (Mungaray et al., 2015). De tal modo, que solo en su capacidad de resiliencia para asumir riesgos, adecuar y utilizar los recursos disponibles en su entorno, capacidad de innovar, y su conocimiento, disposición y determinación constituyen las verdaderas prendas del éxito (Cantillon, 1755; Say, 1803; Schumpeter, 1934; Drucker, 1974; Timmons, 1999). Es por ello que en esta crisis económica y en todas las que han acontecido la determinación y búsqueda constante de oportunidades de emprendimiento y crecimiento en medio de cualquier situación hacen parte de la esencia misma del ser un emprendedor.

Por lo cual se puede afirmar que la salida a la crisis económica actual, esta reglada por una combinación de factores internos propios del emprendimiento (resiliencia) coadyuvando por factores externos del macro ambiente propiciado por una regulación que facilita el acceso a los factores productivos, además de la asignación de incentivos económicos, que han permitido la utilización de por lo menos 12 estrategias de supervivencia diferente para afrontar la crisis económica actual generada por la pandemia del Covid 19 (rotación interna de mercancía, acuerdos laborales que incluyen jornadas extendidas y/o reducción de la jornada, según la necesidad, reducción de salarios, recortes de empleos, reducción de promociones comerciales, expansión de canales de ventas, teletrabajo, ampliación de plazo para pago de créditos, aprovechamiento de las herramientas tecnológicas, aplicación de protocolos de seguridad y sanidad (Airlines, 2020; Chowdhury, Sarkar, Paul, et al., 2020b; Chowdhury, Sarkar, Saha, et al., 2020; Escamilla-Fajardo et al., 2020; Huang et al., 2020; Lodola and Picón, 2020; Mason, Narcum, and Mason, 2020; Mitja et al., 2020; Mousa, 2020; Martínez and Rubio Bañón, 2020; Paul, 2020; Paul and Chowdhury, 2020b, 2020a; Quevedo-Vásquez et al., 2020; Ratten, 2020a, 2020b; Sumba-Bustamante et al., 2020; Susilo, 2020; Tanveer, Hassan and Bhaumik, 2020).

Ahora bien, hay algunos casos especiales que por la característica misma del servicio o producto, donde el énfasis en los medios tecnológicos comprende la esencia de su estrategia de supervivencia, tal es el caso de los servicios profesiona-

les y/o de entretenimiento donde el mejor aliado ha sido las plataformas digitales, que han permitido el ofrecimiento de los productos o servicios de manera diferente; los gimnasios con clases virtuales, teatros y demás emprendimientos culturales y musicales, la realización de conciertos y presentaciones virtuales, visitas a museos y zonas turísticas emblemáticas por los mismos medios (Martínez & Rubio Bañón, 2020).

Otro aspecto para destacar de estas estrategias son el establecimiento de cadenas de cooperación al interior de la cadena de suministro, es decir, fabricantes, distribuidores y minoristas. Realización de priorización de tiendas distribuidoras minoristas, realización de pedidos más grandes, y trabajo colaborativo al interior de las tiendas y adquisición de nuevas líneas de crédito para el financiamiento del negocio (Chowdhury, Sarkar, Saha, et al., 2020). Al igual que la disponibilidad de los productos, haciendo de un lado el énfasis en las marcas, en el caso de los distribuidores minoristas, pues se busca que los clientes puedan regresar a sus casas con el producto que buscan sin centrarse en las preferencias o fidelidades de marcas (Chowdhury, Sarkar, Saha, et al., 2020).

Por todo lo anterior, es importante resaltar que este artículo ha proporcionado una descripción general de la crisis actual en términos de su efecto sobre el espíritu empresarial, y la resiliencia de esta vista desde las diferentes estrategias de supervivencia económica que se han implementado. No obstante, dada la magnitud del impacto de la crisis del Covid-19, es innegable la necesidad de analizar estas estrategias en un plano más específico de cada uno de los sectores macroeconómicos y los subsectores respectivos, al igual que las diferentes regiones al interior del país. Dado que esto permitirá contar con enfoques puntuales para hacer frente a los cambios actuales e inminentes provocados por la crisis de Covid- 19.

Ahora bien, la crisis también ha puesto sobre la mesa la importancia de una respuesta social colectiva a los diferentes problemas que afectan el espíritu empresarial, ya que estas estas repuestas colectivas ayudan a gestionar un cambio más efectivo y apropiado para todos.

Finalmente, aunque el estudio se basa en el emprendimiento y la resiliencia de los emprendedores es determinante considerar que la responsabilidad

de la salida de la crisis también involucra a los gobiernos y dirigentes políticos encargados de la creación de políticas públicas de fomento del emprendimiento, la academia representada en los investigadores, quienes permiten la comprensión del fenómeno y promueven el análisis y discusión del comportamiento del espíritu empresarial para direccionar al país hacia las acciones que permitan superar los efectos de la crisis de Covid-19.

Recomendaciones

Debido a su naturaleza conceptual y a que es un tema reciente de investigación se presentan enormes oportunidades para el desarrollo de futuras investigaciones. Este artículo se ha centrado en el sector servicios y en la resiliencia de los emprendimientos del mismo, pero es necesario el análisis de los otros sectores macroeconómicos, de tal modo que se pueda contar con una mirada integral la afección generada por la pandemia y de las respuestas de los emprendimientos a la misma. Del mismo modo la profundización de este análisis a nivel Colombia, permitirá la identificación de similitudes en la aplicación de estrategias de supervivencia económica por parte de los emprendedores locales.

Por otro lado, en este artículo se ha realizado el establecimiento de tres preposiciones que afectarían el comportamiento de los emprendimientos al momento de enfrentar la crisis económica, por lo cual es necesario la realización de una comprobación empírica mediante encuestas y/o entrevistas que permitan su validación o refutación.

REFERENCIAS

- Airlines, Egyptair. (2020). Emprendimiento más allá de COVID 19. <https://www.egyptair.com/en/Pages/HomePage.aspx>
- Bonet-Morón, J., Ricciulli-Marín, D., Pérez-Valbuena, G., Galvis-Aponte, L., Eduardo A. Haddad, Inácio F. Araújo, and Fernando S. Perobelli. (2020). Impacto Económico Regional Del Covid-19 en Colombia: *UN ANÁLISIS INSUMO-PRODUCTO*. <https://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/9843>
- Bonilla, C. and Cancino, C. (2011). El impacto del programa de Capital Semilla del Sercotec en Chile. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/El-impacto-del-Programa-de-Capital-Semilla-del-Sercotec-en-Chile.pdf>
- Buelvas, P., Franco, C., García, G., Gómez, L., López, S., Matiz, F., Moreno, J., Osorio, F., Pereira, F. and Varela, R. (2017). *ACTIVIDAD EMPRESARIAL COLOMBIANA*. <https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/1058/1/GEM-Colombia-2016.pdf>
- Cancino, C., Coronado, F. and Farias, A. (2012). Background and Results of Dynamic Enterprises in Chile: Five Success Cases | Antecedentes y Resultados de Emprendimientos Dinámicos En Chile: Cinco Casos de Éxito. *REVISTA INNOVAR JOURNAL*, 22(43):19-32.
- Cantillon, R. (1755). *Essai Sur La Nature de Commerce En Général* (1931 Edn). Macmillan London UK.
- Cebrián, De Miguel Juan Antonio, Blasco Beatriz Cristina Jiménez, and García Rosa María Resino. (2016). Inmigrantes emprendedores durante la crisis económica. Estudio de casos en la ciudad de Madrid. 40(2341-0833):63-92. Doi: mig.i40.y2016.010.
- Chowdhury, T., Sarkar, A. Paul, S. and Moktadir, A. (2020a). A Case Study on Strategies to Deal with the Impacts of COVID-19 Pandemic in the Food and Beverage Industry. *Operations Management Research* (September). Doi: 10.1007/s12063-020-00166-9.
- Chowdhury, T., Sarkar, A., Paul, S., Kumar Paul, and Moktadir, A. (2020b). A Case Study on Strategies to Deal with the Impacts of COVID-19 Pandemic in the Food and Beverage Industry. *Operations Management Research* (September). Doi: 10.1007/s12063-020-00166-9.
- Chowdhury, T., Sarkar, A., Kumer, P. y Hasan, R. (2020). Enhancing Supply Resilience in the COVID-19 Pandemic: A Case Study on Beauty and Personal Care Retailers. *Modern Supply Chain Research and Applications ahead-of-p (ahead-of-print)*. Doi: 10.1108/mscra-07-2020-0018.
- Del Sarto, Nicola, and Diane A. Isabelle. (2020). ¿How can accelerators in South America evolve to support start-ups in a post-covid-19 world? *MULTIDISCIPLINARY BUSINESS Review*, pp. 1-14
- Drucker, P. F. (1974). *INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP*. Edited by 1993 New York: Harper Business.
- Escamilla, P., Núñez, J. M., Calabuig-Moreno, F. and Gómez-Tafalla, A. (2020). Effects of the COVID-19 Pandemic on Sports Entrepreneurship. *SUSTAINABILITY*, 12(20):1-12. Doi: 10.3390/su12208493.
- Gómez, L. (2010). Un espacio para la investigación documental. *REVISTA VANGUARDIA PSICOLÓGICA CLÍNICA TEÓRICA y PRÁCTICA*, 1(2):226-33.

- Huang, Jizhou, Haifeng Wang, Haoyi Xiong, Miao Fan, An Zhuo, Ying Li, and Dejing Dou. (2020). Quantifying the Economic Impact of COVID-19 in Mainland China Using Human Mobility Data. <https://arxiv.org/abs/2005.03010>
- Ibarguen-González, M. C. and Olmos, J. (2018). *Efecto del EMPRENDIMIENTO por OPORTUNIDAD EN el comercio INTERNACIONAL BILATERAL*. Cali.
- Kirzner, I. M. (1973). Market Process versus Market Equilibrium. *COMPETITION AND ENTREPRENEURSHIP*, pp. 1-17.
- Lodola, A., and Nicolás P. (2020). *IMPACTO SECTORIAL y REGIONAL del Covid 19*. La Producción de La Provincia de Buenos Aires: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y territorial, Facultad de Ciencias Económicas, UNLP
- Mason, Andrew, John Narcum, and Kevin Mason. (2020). Changes in Consumer Decision-Making Resulting from the COVID-19 Pandemic. *JOURNAL of Customer BEHAVIOUR*. Doi: 10.1362/147539220x16003502334181.
- Mitja, Ružojčić, Galić Zvonimir, Palanović Antun, and Parmač Maja. (2020). *STRUCTURING of Time Is Key for Job PERFORMANCE AND WELL-BEING: The CASE of Workers from Home DURING COVID-19 PANDEMIC*. DOI: 10.31234/osf.io/7yxe8
- Mousa, Assem. (2020). *ENTREPRENEURSHIP BEYOND COVID 19*. https://www.researchgate.net/publication/343602401_Entrepreneurship_Beyond_COVID_19
- Mungaray, Lagarda Alejandro, Millán José Guadalupe Osuna, Angulo Natanael Ramírez, Urquidy Martín Ramírez, and Díaz Antonio Escamilla. (2015). *EMPRENDIMIENTOS de Micro y PEQUEÑAS EMPRESAS*, (27): 1-32.
- Nicolás, C., and Rubio, A. (2020). Emprendimiento En Épocas de Crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *SMALL BUSINESS INTERNATIONAL Review*, 4(2): 53-66. Doi: 10.26784/sbir.v4i2.279.
- Paul, S., and Priyabrata, C. (2020a). *A PRODUCTION Recovery PLAN IN MANUFACTURING Supply CHAINS for A HIGH-DEMAND Item DURING COVID-19*. *REVISTA de DISTRIBUCIÓN FÍSICA y GESTIÓN logÍSTICA*, 51(2), pp. 104-125.
- Paul, S., Kumar, P. and Chowdhury, P. (2020b). Strategies for Managing the Impacts of Disruptions During COVID-19: An Example of Toilet Paper. *GLOBAL JOURNAL of Flexible Systems MANAGEMENT*, 21(3): 283-93. Doi: 10.1007/s40171-020-00248-4.
- Quevedo-Vásquez, J. O., Pinzón-Prado, L. T., Vásquez-Lafebre, L. and Quevedo-Barros, M. (2020). Impacto del Covid -19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *REVISTA CIENTÍFICA DOMINIO de LAS CIENCIAS*, 6(3): 1352-67. Doi: <http://dx.doi.org/10.238557/dc.v6i3.1377>.
- Ratten, V. (2020a). *CORONAVIRUS (Covid-19) y el espíritu EMPRESARIAL*. Comunidad Educativa.
- Ratten, V. (2020b). Coronavirus (Covid-19) y emprendimiento cultural, Cambios de estilo de vida y sociales. *JOURNAL of SMALL BUSINESS & ENTREPRENEURSHIP*, 32(5), 503-516.
- Ratten, V. (2020c). Coronavirus (Covid-19) and Entrepreneurship: Cultural, Lifestyle and Societal Changes. *JOURNAL of ENTREPRENEURSHIP IN EMERGING ECONOMIES*, 1-16. Doi: 10.1108/JEEE-06-2020-0163.
- Sanz, J. (2013). Guía Práctica 8: La Metodología Cualitativa en la evaluación de Políticas Públicas.

INSTITUT CATALÀ D'ÀVALUACIÓ de Politiques Públiques, (8): 1-86.

- Say, J. B. (1803). *TRAITÉ de ÉCONOMIE Politique*. Paris. Collection Perspectives de L'ÉCONOMIQUE.
- Schumpeter, J. A. (1934). *CAPITALISM, SOCIALISM, AND Democracy*. Edited by N. Y. H. & Row. New York: Universidad de Harvard. Inglaterra.
- Sumba-Bustamante, R., Almendariz-Gonzalez, S., Baque-Chancay, C., and Aliatis-Bravo, V. (2020). Emprendimientos en tiempo de Covid-19: De Lo Tradicional al Comercio Electrónico. Entrepreneurship in Time of Covid-19: From Traditional to Electronic Commerce Empreendedorismo Na Época de Covid-19: Do Tradicional Ao Comércio Eletrônico. *REVISTA CIENTÍFICA*, 5(4):137-64. Doi: 10.23857/fipcaec.v5i4.300.
- Susilo, D. (2020). Revealing the Effect of Work-From-Home on Job Performance during the Covid-19 Crisis: Empirical Evidence from Indonesia. *The JOURNAL of CONTEMPORARY Issues IN BUSINESS AND GOVERNMENT*, 26(1):23-40.
- Tancara, C. (2008). *LA INVESTIGACION DOCUMENTAL*. Versión On-Line, ISSN 2413-5720 16.
- Tanveer, M., Shafiqul H., and Amiya, B. (2020). COVID-19 Quarantine and Consumer Behavior That Change the Trends of Business Sustainability & Development. *ACADEMY of STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL*, 19(4), 1-11.
- Ten Bos, R. and Painter-Morland, M. (2011). (Eds). Corporate Social Responsibility. *BUSINESS Ethics AND CONTINENTAL Philosophy*. pp. 242-62
- Timmons, M. (1999). *MOFALIDAD SIN FUNDAMENTOS: UNA DEFENSA del CONTEXTUALISMO ético*. Oxford University Press on Demand.
- Vásquez, M, C., Enríquez, F., Bueno, J, Hoyos, A., López, R. Medina, J, Rangel, A., Rick, S., Fernández, and Niño, M.. (2019). *EMPRENDIMIENTO EN CALI - ANALISIS Dinámico*. Cali: Fundación Universidad Católica Lumen Gentium (UNICATÓLICA) - Universidad Autónoma de Occidente.

COMENTARIOS DEL EVALUADOR

Evaluador: Mónica María Castaño Castaño

Muchísimas gracias. Buena tarde para todos, buenas tardes, profesor Dani. Bueno, quiero iniciar extendiéndoles mis más sinceras felicitaciones, me parece que es un proyecto muy pertinente, es una investigación súper actual que considero puede hacer un aporte significativo a los emprendedores, no sólo del Valle del Cauca sino a nivel nacional. Creo que este tipo de estudios aporta de manera significativa. Me parece que es un documento muy bien escrito, es claro, es coherente; hay una relación entre el problema que se ha planteado con los objetivos, con la metodología, con los resultados de investigación y posteriormente con las conclusiones. Me parece que hay una alineación allí, es preciso. Usted plantea algo en las recomendaciones y es pensar en unas futuras investigaciones a partir de este primer proyecto de investigación, yo concuerdo con usted, incluso, era como una sugerencia que quería hacerle, y es pensar en una siguiente etapa y en esa siguiente etapa contemplar la posibilidad de implementar otro tipo de metodología, no sólo documental, sino poder indagar en Valle del Cauca cuáles son esas estrategias de supervivencia que han venido utilizando nuestros emprendedores y precisar cada uno de los sectores. Me parece que podría ser un aporte muy relevante para el campo del emprendimiento y del desarrollo empresarial.

Hubo algo que me inquietó durante la lectura del documento, sin embargo, usted ahorita en su presentación lo aclara, y es que veníamos hablando de las estrategias de supervivencia de los emprendedores y, si bien la metodología fue documental, ¿de qué tipo de emprendedores estábamos hablando? Me refiero específicamente a ese segmento demográfico. Sabíamos que eran emprendedores del sector servicios, pero no sabía de dónde; ¿estamos hablando de Colombia, estamos hablando de Latinoamérica? Digamos cuál es el margen que se le da y usted ahorita en su presentación nos dice que la bibliografía que utilizó retomó algunas investigaciones realizadas no solo en Latinoamérica, sino también en Asia y España, entonces eso me queda mucho más claro, sin embargo, como le digo, al comienzo en el documento no lo encontré.

Hay algo allí con lo teórico, me encantó mucho que se planteara el tema de la resiliencia de los emprendedores, eso me parece un elemento fundamental

que incluso la resiliencia es un elemento también de la salud mental, que digamos no es el campo de conocimiento, pero es interesante conectarlo allí. Podría ser interesante profesor Dani pensarnos también la resiliencia no sólo del emprendedor sino la resiliencia de la empresa de ese proyecto, ese emprendimiento como tal, entonces una sugerencia que tenía para hacerle. Clave la metodología, usted en la metodología aclara qué es, digamos se indaga por el qué, más que por el sujeto y eso se evidencia en los resultados del proyecto. Se identificaron las estrategias, en el documento, profe, no identifiqué de qué manera se analiza esa implementación de las estrategias que se han tenido en cada empresa. Me parece que ha sido muy valiosa esa recopilación de todas las estrategias que se han venido utilizando a nivel mundial por los referentes que usted utiliza, sin embargo, creo que se pudo profundizar un poco más en el análisis de cada una y eso conectado lo que le planteaba anteriormente, y es poder situar de manera geográfica este tipo de estrategias y estos emprendedores, porque creo que culturalmente podemos, incluso en Colombia, podríamos pensar que emprendedores del Valle del Cauca podrían implementar un tipo de estrategias diferentes a los de Antioquia, qué sé yo. Entonces creo que allí se podrían hacer estos cruces, sin embargo, me parece que es muy útil lo que usted nos acaba de presentar, yo pues sugeriría que se publique y que tenga una relevancia no sólo en el campo académico, sino que pueda ser un ejercicio que le llegue al emprendedor, porque sabemos que en este momento existen muchos emprendedores en unas grandes crisis económicas que no tienen ese tipo de información, ese tipo de conocimiento, entonces sería importante pensar cómo estos ejercicios trascienden la academia y pueden aterrizarse en utilidades concretas y puntuales. De nuevo felicitaciones, un ejercicio muy bien hecho y nada, muchísimas gracias por su presentación profesor.