



Instituto Superior Tecnológico Euroamericano

Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del Título

Tecnólogo en Diseño gráfico y Audiovisuales

Tema:

Análisis de las estrategias de nuevos emprendimientos usando plataformas digitales como modelo de negocio en tiempos de confinamiento en Guayaquil a consecuencia del covid19.

Propuesta:

Instaurar una plataforma digital de innovación y tecnología como ayuda para los emprendimientos y su rentabilidad en el mercado.

Autor:

Sheila Egne Pfeil La Rosa

Tutor:

Lic. Amelia Genith Anchala Valencia

Guayaquil, 2020



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DIRECTIVOS

Ing. ANTONIO MARQUES FIRMINO, MSc.
RECTOR

Ing. WALTER MALDONADO DE LA CRUZ, MSc
VICERRECTOR

Ing. ANTONIO MARQUES GUTIERREZ
SECRETARIO GENERAL

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Fecha: 14/11/2020

Ing. ANTONIO MARQUES FIRMINO, MSc.

RECTOR

Ciudad.

Tengo el bien de informar que el egresado: Sheila Egne Pfeil La Rosa con cédula de identidad: 0953845989, diseñó y ejecuto el Proyecto de investigación con el tema: Análisis de las estrategias de nuevos emprendimientos usando plataformas digitales como modelo de negocio en tiempos de confinamiento en Guayaquil a consecuencia del covid19. El mismo que se ha cumplido con la directrices y recomendaciones dados por el (la) suscrito (a).

El autor ha ejecutado satisfactoriamente las diferentes etapas constitutivas del proyecto. Por lo expuesto se procede a la aceptación que pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

TUTOR (A)

Lic. Amelia Genith Anchala Valencia

ACEPTACIÓN DE LA PROPUESTA

Fecha: Fecha: 14/11/2020

Ing. ANTONIO MARQUES FIRMINO, MSc.

RECTOR

Ciudad.

Tengo bien informar que el egresado Sheila Egne Pfeil La Rosa con cédula de identidad 0953845989, diseñó, elaboró e implemento la propuesta: Instaurar una plataforma digital de innovación y tecnología como ayuda para los emprendimientos y su rentabilidad en el mercado.

El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones técnicas dadas por el suscrito.

La autora ha ejecutado satisfactoriamente las diferentes etapas constitutivas del desarrollo de la propuesta técnica; por lo expuesto se procede a la APROBACIÓN y pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente

Ing. Walter Maldonado de la Cruz, MSc.

VICERRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Fecha: 20/01/2020

Ing. WALTER MALDONADO DE LA CRUZ, MSc.

VICERRECTOR ACADÉMICO

Ciudad.

Para los fines legales pertinentes comunico a usted que los derechos intelectuales del Proyecto de Investigación:

Análisis de las estrategias de nuevos emprendimientos usando plataformas digitales como modelo de negocio en tiempos de confinamiento en Guayaquil a consecuencia del covid19.

Pertenecen al INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR EUROAMERICANO.

Atentamente

Nombre: Sheila Egne Pfeil La Rosa

C.I.: 0953845989

EGRESADO.

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico todo el esfuerzo realizado principal y especialmente a mi Padre Dios pues sin su ayuda no hubiera podido lograr nada a lo largo de mi vida; en el trayecto de la elaboración de mi proyecto de tesis él a través del Espíritu Santo me proporciono la inteligencia, sabiduría, entendimiento y fortaleza necesaria para poder culminar con mi proyecto.

A mi madre la cual me ha apoyado desde el inicio de mi carrera brindándome la ayuda necesaria para el desarrollo de este proyecto de investigación, me ha dado su amor incondicional y atención, guiándome para cumplir mi meta que no ha sido nada fácil pero tampoco ha sido imposible; este proyecto también es dedicado a mi abuelita siendo ellas mi motivación diaria y constante; me dieron una educación basada en valores haciendo me una señorita de bien.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por brindarme a través del Espíritu Santo los dones de la inteligencia, sabiduría, entendimiento y fortaleza pues sin ellos no hubiera podido llevar a cabo cada uno de mis sueños y metas; también quiero darle las gracias a mi familia especialmente a mi madre y abuelita por ser mis pilares fundamentales.

Al Instituto Tecnológico Euroamericano por brindarme una buena formación académica pues gracias a ustedes he logrado cumplir con mi meta y sueño más anhelado ser una excelente profesional y llena de valores.

A mis amigas/os por haber estado conmigo en los momentos difíciles y llevaderos de mi vida, por brindarme su amistad incondicional a pesar de nuestras diferencias.

A mi tutora Msc. Amelia Anchala la cual me ha dado las directrices correctas para lograr culminar este trabajo, por tener la paciencia al momento de corregir cada uno de los errores cometidos en la elaboración del proyecto de tesis.

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Titulación, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO

Nombre: Sheila Egne Pfeil La Rosa

C.I.: 0953845989

EGRESADA.

**ACTA DE VEREDICTO FINAL
PARA LA SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Guayaquil al _____, el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO**, convoco al tribunal integrado por los señores Mgs. Antonio Marques Firmino (**Rector**), Mgs. Walter Maldonado de la Cruz (**Vicerrector Académico**), Ing. Antonio Marques Gutierrez (**Secretario**), Lic. Amelia Genith Anchala Valencia (**Docente**), en calidad de jurado calificador para la sustentación de tesis de grado del alumno egresado:

Sheila Egne Pfeil La Rosa

De la carrera de "Diseño Gráfico"

Después de haber observado y realizado las preguntas respectivas este TRIBUNAL resuelve:

APROBAR

NO APROBAR

SUSPENDER

EL TEMA:

Análisis de las estrategias de nuevos emprendimientos usando plataformas digitales como modelo de negocio en tiempos de confinamiento en Guayaquil a consecuencia del covid19.

En la ciudad de Guayaquil al ____ día de _____ del 20____, el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO**, otorga el título de:

TECNÓLOGO EN DISEÑO GRÁFICO EN MENCIÓN AUDIOVISUAL

MGS. ANTONIO MARQUES FIRMINO

Promotor - Rector

MGS. WALTER MALDONADO CRUZ

Vicerrector Académico

ING. ANTONIO MARQUES GUTIERREZ

Secretario

SHEILA EGNE PFEIL LA ROSA

Egresada

INTRODUCCIÓN

El mundo ha experimentado grandes cambios a lo largo del 2020; en los que cada país, estado o ciudad lo han evidenciado de manera diferente; el país de Ecuador ha sufrido cambios muy bruscos debido a que es uno de los países más fértiles y productivo del mundo entero y una de las ciudades más afectada de este país es la ciudad de Guayaquil puesto que fue la que más contagios contrajo de la pandemia del Covid-19.

En Guayaquil existen personas con garbo, maderas de guerrero y luchadoras por sus familias; a raíz de la pandemia del coronavirus hubo mucho desempleo; en lo que la población se vio obligada a obtener un sustento a través de un emprendimiento; por lo que tuvieron altas y bajas, pues ninguno tenía la guía necesaria para que su negocio pueda surgir.

Los que forman parte de un negocio no están libres de amenazas ni debilidades, pues a medida que avanza la tecnología también avanzan las demandas de los emprendimientos; estos deben ser tratados de manera inmediata y tener los recursos necesarios para esta emergencia, para esto cada una de las personas que conforman la microempresa debe tener conocimientos básicos o avanzados del marketing digital; para este procedimiento es necesario desarrollar una guía para poder aplicar las técnicas necesarias del marketing digital y conocer la importancia del mismo.

Con esto se ve un panorama general acerca de la importancia que tiene el marketing digital en cada uno de los emprendimientos, dicha importancia no es solo obligación, sino una necesidad; los actuales y futuros emprendedores deben estar al tanto de las nuevas tendencias que se van dando a medida que pasa el tiempo.

El propósito del marketing digital es incrementar la cobertura del negocio para generar más ganancias, y que la demanda se sienta segura y satisfecha con lo que los emprendedores están ofreciendo con sus productos o servicios, esto evitará el declive del negocio; por ello se deben aplicar las técnicas del marketing actual.

Capítulo I: se compone del problema a investigar; el capítulo describe el planteamiento del problema, de una forma detallada, la formulación del problema, su sistematización, los objetivos de investigación, general y específicos, justificación de la investigación, delimitación.

Capítulo II: Está compuesto por el marco teórico, que, a su vez, se estructura con antecedentes, que describen una reseña histórica, la parte teórica, que estipula los diversos temas relevantes de la investigación, por medios de referencias bibliográficas y las interpretaciones de la autora.

Capítulo III: Se encuentra la metodología de investigación, diseño de investigación, tipo, instrumento, técnica de investigación, población y muestra, el levantamiento de la información y el análisis de los resultados. Este capítulo expresa la manera en que se va a investigar, bajo que métodos, y la tabulación de los resultados obtenidos.

Capítulo IV: Se manifiesta la propuesta, detalladamente, la manera en que será desarrollada las plataformas digitales y la guía informativa de tips o consejos para los actuales y futuros emprendedores.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I	1
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.2 ANTECEDENTES	2
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.5 OBJETIVO GENERAL.....	5
1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
CAPÍTULO II	6
MARCO TEORICO.....	6
2.1 QUE ES UN CORONAVIRUS.....	7
2.2 ¿QUÉ ES LA COVID- 19?	8
2.2.1 ¿CUÁLES SON LOS SÍNTOMAS DE LA COVID-19?	9
2.2.2 ¿QUÉ DEBO HACER SI TENGO SÍNTOMAS DE COVID-19 Y CUÁNDO HE DE BUSCAR ATENCIÓN MÉDICA?.....	10
2.2.3 ¿CÓMO SE PROPAGA LA COVID- 19?.....	11
2.2.4 ¿ES POSIBLE CONTAGIARSE DE COVID- 19 POR CONTACTO CON UNA PERSONA QUE NO PRESENTE NINGÚN SÍNTOMAS?.....	13
2.2.5 ¿CÓMO PODEMOS PROTEGERNOS A NOSOTROS MISMOS Y A LOS DEMÁS SI NO SABEMOS QUIÉN ESTÁ INFECTADO?	13
2.2.6 ¿QUÉ DEBO HACER SI HE ESTADO EN CONTACTO ESTRECHO CON ALGUIEN QUE TIENE COVID- 19?	14
2.2.7 ¿QUÉ SIGNIFICA AISLARSE?	15
2.2.8¿QUÉ DEBO HACER SI NO TENGO SÍNTOMAS, PERO CREO QUE HE ESTADO EXPUESTO A LA COVID- 19? ¿QUÉ SIGNIFICA PONERSE EN CUARENTENA?.....	16
2.2.9¿CUÁL ES LA DIFERENCIA ENTRE AISLAMIENTO, CUARENTENA Y DISTANCIAMIENTO?	18
2.3 QUE ES EL DESEMPLEO.....	19
2.3.1 TIPOS DE DESEMPLEOS	20
2.4 QUE ES EMPRENDIMIENTO	22

2.4.1 TIPOS DE EMPRENDIMIENTOS	23
2.5 QUE ES UN EMPRENDEDOR	28
2.5.1 CARÁCTERISTICAS DE UN EMPRENDEDOR.....	29
2.5.2 TIPOS DE EMPRENDEDORES.....	33
2.6 QUE ES MARKETING	36
2.6.1 TIPOS DE MARKETING	40
2.6.2 PLAN DE MARKETING	45
2.7 QUE ES MARKETING DIGITAL	47
CAPÍTULO III	49
MARCO METODOLÓGICO.....	49
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	51
3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	52
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	52
3.5 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	54
3.9 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	57
3.6 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	67
3.7 OBJETIVO GENERAL.....	67
3.8 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	67
CAPÍTULO IV	68
4.1 PROPUESTA	68
4.2 Introducción	68
CAPÍTULO V	75
ANEXOS	75
GLOSARIO	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 1: Coronavirus	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 2: Covid-19	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 3 Síntomas del Covid-19, resfriado y alergias.	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 4: Síntomas comunes y graves del Covid-19	10
Ilustración 5: Qué medidas tomar frente al Covid-19	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 6 Una de las maneras que se propaga el Covid-19-	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 7 Distanciamiento social	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 8 El desempleo en consecuencia del Covid-19	20

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Descripción:

Este capítulo se centra en la metodología de la investigación, donde se definen los objetivos, antecedentes, problemática y la justificación del proyecto. Actualmente el uso excesivo de la tecnología se ha ido dando en consecuencia de lo que se ha estado viviendo con la pandemia del Covid-19, sin embargo, esto ha ocasionado que varias empresas tengan un declive generando así el desempleo masivo.

Por lo que las personas se han visto obligadas a generar plazas de trabajos a través del emprendimiento; pero esto también ha ocasionado que muchas personas no tuvieron una guía adecuada para el manejo de la tecnología con las nuevas técnicas del marketing digital; eso les ha impedido que su negocio llegue al clímax ¿qué puedo hacer para que mi emprendimiento tenga su clímax y no su declive en esta cuarentena? Esta duda sigue en el pensamiento de cada uno de los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

Estamos afrontando un cambio extremo provocando el apogeo de las diferentes formas de generar ingresos, por lo que es imprescindible crear plataformas, aplicaciones o videos que sirvan de ayuda al emprendedor, a la vez educando lo apara que haga el

uso adecuado de estas herramientas, ayudando a mantener el distanciamiento y evitar contagios causados por el coronavirus.

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

Análisis de las estrategias de nuevos emprendimientos usando plataformas digitales como modelo de negocio en tiempos de confinamiento en Guayaquil a consecuencia del Covid-19.

1.2 ANTECEDENTES

Emprender es el primer paso que conduce al éxito, es la coordenada que orienta cada uno de nuestros proyectos hacía un mejor progreso, gracias a este deseo inevitable de tener un mejor porvenir, el ser humano está dispuesto a cumplir con el objetivo planteado. Personajes trascendentales de la historia han dejado huella gracias a la buena administración del emprendimiento, logrando poner en marcha sus ideas y cristalizarlas.

Uno de los más grandes ejemplos son Thomas Alva Edison y sus más de 1.000 intentos para fabricar el foco eléctrico fonógrafo, o Henry Ford en sus 30 intentos para elaborar el modelo T del motor Ford. Muestras contundentes que reflejan la perseverancia humana a partir de un proceso de remojo, el cual fue madurando paulatinamente hasta tomar forma y por esta sencilla razón es que los ponemos de ejemplo para cada uno de los emprendedores y que se den cuenta que no todo está perdido, sino que debemos de tener la debida perseverancia en lo que estamos realizando y más aún en estos tiempos de confinamiento.

Esto nos incentiva a decir que cuando una idea ha llegado en nuestra mente es momento de desarrollarla, sin tener algún obstáculo o barrera que nos detenga a lo largo del proceso para cumplir con cada uno de nuestros ideales. Es por eso que este proyecto está dirigido a cada uno de los emprendedores que necesitan tener una guía, tips o consejos para ir adquiriendo las experiencias que se necesitan en estos tiempos de confinamiento a causa del Covid-19.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Por lo que se expuso anteriormente, este proyecto puede satisfacer cada una de las prioridades y necesidades de muchos emprendedores novicios como los que ya tienen un poco más de estabilidad en su negocio, debido a que se pretende promover una cultura de emprendimiento a nivel nacional, pero enfocando se más en la ciudad guayaquileña que posee hombres soñadores y luchadores por sacar adelante a su país.

En Guayaquil no existen personas con un proyecto afianzado o establecido puesto que el ciudadano desconoce los pasos que se deben seguir para poder dirigir correctamente su negocio, en consecuencia, a esto no pueden aclarar sus ideas y formalizar sus emprendimientos, gracias a estas dificultades no logran dar el siguiente paso que es la búsqueda de las fuentes de financiamiento, el crecimiento de sus ventas y obtener un negocio que tenga la perspectiva para un crecimiento nacional.

Además, en estos días por el motivo del confinamiento a causa del Covid-19 se ha hecho complicado para cada uno de los proyectos de los diferentes emprendedores tener una propuesta sólida para obtener un financiamiento, una asesoría y un

acompañamiento durante el desarrollo de los emprendimientos, pues no existían quien o quienes le otorguen las herramientas necesarias para cumplir su cometido.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Los ecuatorianos tienen un gran potencial para el emprendimiento, y ahora en estos tiempos de confinamiento a causa del coronavirus es el momento correcto para alinearse a las prioridades que los guayaquileños necesitan para ser esos hombres madera de guerrero, y a lo largo de este tiempo se han producido varios cambios tanto en el Gobierno como en la vida de cada uno de ellos, pues esto ha hecho desarrollar una cultura de emprendimientos a nivel nacional.

Debido a la pandemia el enfoque es más en la ciudad de Guayaquil, pues fue una de las ciudades más afectadas por el Covid-19; en consecuencia a esto se elevaron las tasas de desempleo existiendo una cantidad aproximada de 290.000 desempleados a nivel nacional según la información proporcionada por el Ministerio de Trabajo; y por ello se incrementaron los emprendedores que a su vez tuvieron ciertas dificultades para cumplir uno de sus grandes objetivos que es darse a conocer, algunos de ellos fracasaron en el intento por que no obtuvieron la guía o el acompañamiento que necesitaron para que su negocio no tenga un declive.

Pues la tendencia en estos tiempos son las plataformas digitales, y la generación milenio que la conforman aquellas personas que nacieron en los años 1981 y 2000,

desde aquí se caracteriza una generación de emprendedores. Los estudios estadísticos indican que este fenómeno se debe a los altos grados académicos que son los que caracterizan a esta generación; la tasa de desempleo se ha ido incrementando durante estos años y más por el Covid-19 y esto es lo que ha motivado a la Generación milenio o Generación Y al emprendimiento.

1.5 OBJETIVO GENERAL

Crear una herramienta y plataforma virtual ayudándole a los emprendedores actuales a marcar la diferencia, mediante la elaboración de un proyecto digital que le permita al emprendedor guayaquileño buscar un financiamiento estable, otorgándole las técnicas necesarias para que logre mejorar su negocio, y hacer de su emprendimiento un interés constante.

1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar estrategias de comunicación digital.
- Crear una herramienta y plataforma tecnológica
- Desarrollar una guía informativa con tips o consejos que les permita a los actuales y futuros emprendedores buscar un financiamiento.
- Emplear las nuevas herramientas digitales para que el emprendedor pueda empezar o mejorar su emprendimiento.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

DESCRIPCIÓN

Un marco teórico es el pilar fundamental de cualquier proyecto de investigación, análisis, hipótesis o experimento, es un conjunto de investigaciones previas y consideraciones teóricas, que pueden interpretar los resultados y proponer conclusiones. La teoría constituye la base donde se sustentará cualquier análisis, experimento o propuesta de desarrollo de un trabajo de grado. Incluso de cualquier escrito de corte académico y científico.

También se lo conoce como capítulo II o marco de referencia porque es el desarrollo teórico lógicamente planteado de la investigación donde permite la interpretación de resultados y finalmente la formulación de conclusiones. Es la fase intermedia en la realización de la tesis y debe estudiarse de manera acuciosa y concienzuda. Las prisas en esta etapa invalidarán nuestro trabajo, pues la teoría es la que permite establecer criterios y puntos de vistas para luego hacer uso de una determinada metodología.

2.1 QUE ES UN CORONAVIRUS

Los coronavirus (CoV) son una amplia familia de virus que pueden causar diversas afecciones, desde el resfriado común hasta enfermedades más graves, como ocurre con el coronavirus causante del síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV) y el que ocasiona el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS-CoV). Un nuevo coronavirus es una nueva cepa de coronavirus que no se había encontrado antes en el ser humano.

Los coronavirus se pueden contagiar de los animales a las personas (transmisión zoonótica). De acuerdo con estudios exhaustivos al respecto, sabemos que el SRAS-CoV se transmitió de la civeta al ser humano y que se ha producido transmisión del MERS-CoV del dromedario al ser humano. Además, se sabe que hay otros coronavirus circulando entre animales, que todavía no han infectado al ser humano.

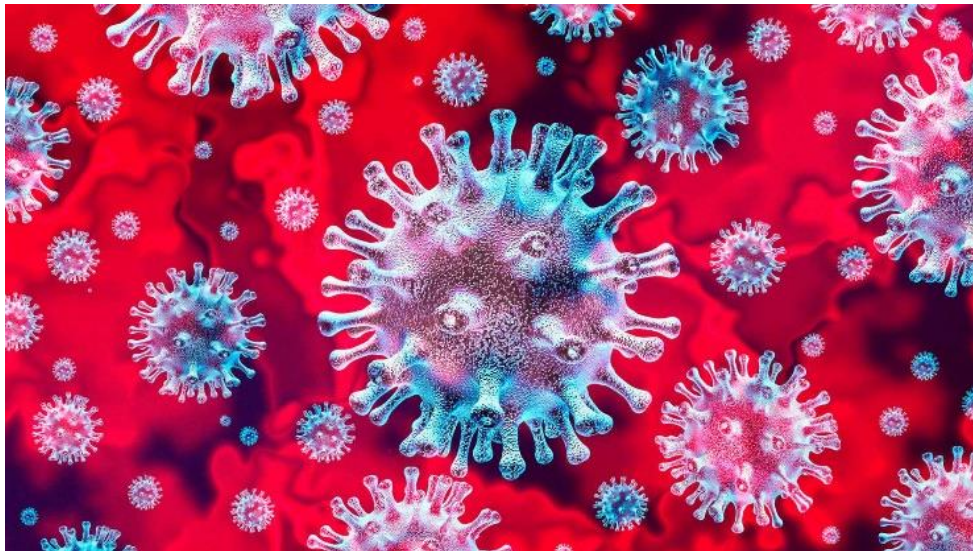


Ilustración 1: Coronavirus

Esas infecciones suelen cursar con fiebre y síntomas respiratorios (tos y disnea o dificultad para respirar). En los casos más graves, pueden causar neumonía, síndrome respiratorio agudo severo, insuficiencia renal e, incluso, la muerte.

Las recomendaciones habituales para no propagar la infección son la buena higiene de manos y respiratoria (cubrirse la boca y la nariz al toser y estornudar) y la cocción completa de la carne y los huevos. Asimismo, se debe evitar el contacto estrecho con cualquier persona que presente signos de afección respiratoria, como tos o estornudos.

2.2 ¿QUÉ ES LA COVID- 19?

La COVID- 19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019. Actualmente la COVID- 19 es una pandemia que afecta a muchos



Ilustración 2: Covid-19

países de todo el mundo.

2.2.1 ¿CUÁLES SON LOS SÍNTOMAS DE LA COVID-19?

Los síntomas más habituales de la COVID-19 son la fiebre, la tos seca y el cansancio. Otros síntomas menos frecuentes que afectan a algunos pacientes son los dolores y molestias, la congestión nasal, el dolor de cabeza, la conjuntivitis, el dolor de garganta, la diarrea, la pérdida del gusto o el olfato y las erupciones cutáneas o cambios de color en los dedos de las manos o los pies. Estos síntomas suelen ser leves y comienzan gradualmente. Algunas de las personas infectadas solo presentan síntomas

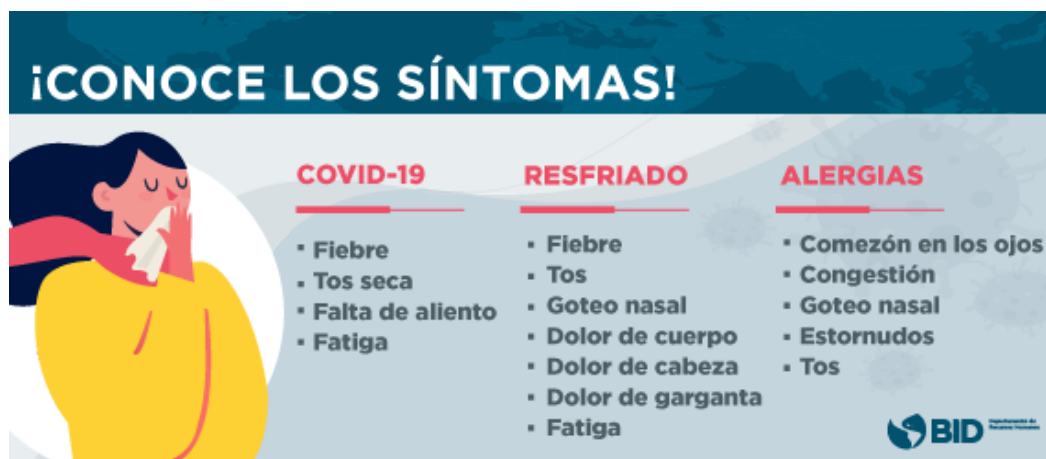


Ilustración 3 Síntomas del Covid-19, resfriado y alergias.

levísimos.

La mayoría de las personas (alrededor del 80%) se recuperan de la enfermedad sin necesidad de tratamiento hospitalario. Alrededor de 1 de cada 5 personas que contraen la COVID-19 acaba presentando un cuadro grave y experimenta dificultades para respirar. Las personas mayores y las que padecen afecciones médicas previas como hipertensión arterial, problemas cardíacos o pulmonares, diabetes o cáncer tienen más probabilidades de presentar cuadros graves.

Sin embargo, cualquier persona puede contraer la COVID-19 y caer gravemente enferma. Las personas de cualquier edad que tengan fiebre o tos y además respiren con dificultad, sientan dolor u opresión en el pecho o tengan dificultades para hablar o moverse deben solicitar atención médica inmediatamente. Si es posible, se recomienda llamar primero al profesional sanitario o centro médico para que estos



Ilustración 4: Síntomas comunes y graves del Covid-19

remitan al paciente al establecimiento sanitario adecuado.

2.2.2 ¿QUÉ DEBO HACER SI TENGO SÍNTOMAS DE COVID-19 Y CUÁNDO HE DE BUSCAR ATENCIÓN MÉDICA?

Si tiene síntomas leves, como tos o fiebre leves, generalmente no es necesario que busque atención médica. Quédese en casa, aíslese y vigile sus síntomas. Siga las orientaciones nacionales sobre el autoaislamiento. Sin embargo, si vive en una zona con paludismo (malaria) o dengue, es importante que no ignore la fiebre. Busque ayuda médica.

Cuando acuda al centro de salud lleve mascarilla si es posible, manténgase al menos a un metro de distancia de las demás personas y no toque las superficies con las manos. En caso de que el enfermo sea un niño, ayúdelo a seguir este consejo.

Busque inmediatamente atención médica si tiene dificultad para respirar o siente dolor o presión en el pecho. Si es posible, llame a su dispensador de atención de la salud



Lavado
de manos



Ante una persona infectada,
mantener una distancia
de 2 metros



Evitar tocarse ojos,
nariz y boca



Toser en un pañuelo
desechable o en el hueco
del codo en su defecto

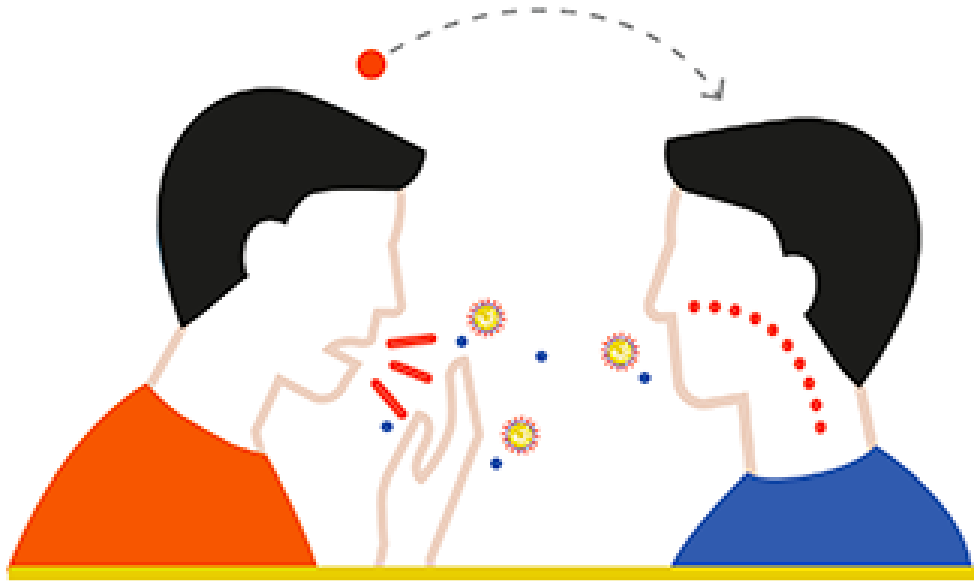
Ilustración 5: Qué medidas tomar frente al Covid-19

con antelación para que pueda dirigirlo hacia el centro de salud adecuado.

2.2.3 ¿CÓMO SE PROPAGA LA COVID- 19?

Una persona puede contraer la COVID- 19 por contacto con otra que esté infectada por el virus. La enfermedad se propaga principalmente de persona a persona a través de las gotículas que salen despedidas de la nariz o la boca de una persona infectada al toser, estornudar o hablar. Estas gotículas son relativamente pesadas, no llegan muy lejos y caen rápidamente al suelo. Una persona puede contraer la COVID- 19 si inhala las gotículas procedentes de una persona infectada por el virus.

Por eso es importante mantenerse al menos a un metro de distancia de los demás. Estas gotículas pueden caer sobre los objetos y superficies que rodean a la persona, como mesas, pomos y barandillas, de modo que otras personas pueden infectarse si tocan esos objetos o superficies y luego se tocan los ojos, la nariz o la boca. Por ello es importante lavarse las manos frecuentemente con agua y jabón o con un desinfectante a



base de alcohol.

La OMS está estudiando las investigaciones en curso sobre las formas de propagación de la COVID- 19 y seguirá informando sobre las conclusiones que se vayan obteniendo.

Ilustración 6 Una de las maneras que se propaga el Covid-19

2.2.4 ¿ES POSIBLE CONTAGIARSE DE COVID- 19 POR CONTACTO CON UNA PERSONA QUE NO PRESENTE NINGÚN SÍNTOMAS?

La principal forma de propagación de la COVID- 19 es a través de las gotículas respiratorias expelidas por alguien que tose o que tiene otros síntomas como fiebre o cansancio. Muchas personas con COVID- 19 presentan solo síntomas leves. Esto es particularmente cierto en las primeras etapas de la enfermedad. Es posible contagiarse de alguien que solamente tenga una tos leve y no se sienta enfermo.

Según algunas informaciones, las personas sin síntomas pueden transmitir el virus. Aún no se sabe con qué frecuencia ocurre. La OMS está estudiando las investigaciones en curso sobre esta cuestión y seguirá informando sobre las conclusiones que se vayan obteniendo.

2.2.5 ¿CÓMO PODEMOS PROTEGERNOS A NOSOTROS MISMOS Y A LOS DEMÁS SI NO SABEMOS QUIÉN ESTÁ INFECTADO?

Practicar la higiene respiratoria y de las manos es importante en TODO momento y la mejor forma de protegerse a sí mismo y a los demás.

Cuando sea posible, mantenga al menos un metro de distancia entre usted y los demás. Esto es especialmente importante si está al lado de alguien que esté tosiendo o estornudando. Dado que es posible que algunas personas infectadas aún no presenten

síntomas o que sus síntomas sean leves, conviene que mantenga una distancia física con todas las personas si se encuentra en una zona donde circule el virus de la COVID- 19.

2.2.6 ¿QUÉ DEBO HACER SI HE ESTADO EN CONTACTO ESTRECHO CON ALGUIEN QUE TIENE COVID- 19?

Contacto estrecho significa vivir con alguien que tiene la enfermedad o haber estado a menos de un metro de distancia de alguien que tiene la enfermedad. En estos casos, es mejor quedarse en casa.

Sin embargo, si usted vive en una zona con paludismo (malaria) o dengue, es importante que no ignore la fiebre. Busque ayuda médica. Cuando acuda al centro de salud lleve mascarilla si es posible, manténgase al menos a un metro de distancia de las demás personas y no toque las superficies con las manos. En caso de que el enfermo sea un niño, ayúdelo a seguir este consejo.

Si no vive en una zona con paludismo (malaria) o dengue, por favor haga lo siguiente:

- Si enferma, incluso con síntomas muy leves como fiebre y dolores leves, debe aislarse en su casa.
- Incluso si no cree haber estado expuesto a la COVID- 19 pero desarrolla estos síntomas, aíslese y controle su estado.
- Es más probable que infecte a otros en las primeras etapas de la enfermedad cuando solo tiene síntomas leves, por lo que el aislamiento temprano es muy importante.
- Si no tiene síntomas, pero ha estado expuesto a una persona infectada, póngase en cuarentena durante 14 días.

Si ha tenido indudablemente COVID- 19 (confirmada mediante una prueba), aíslese durante 14 días incluso después de que los síntomas hayan desaparecido como medida de precaución. Todavía no se sabe exactamente cuánto tiempo las personas siguen siendo contagiosas después de recuperarse. Siga los consejos de las autoridades nacionales sobre el aislamiento.

2.2.7 ¿QUÉ SIGNIFICA AISLARSE?

El aislamiento es una medida importante que adoptan las personas con síntomas de COVID- 19 para evitar infectar a otras personas de la comunidad, incluidos sus familiares.

El aislamiento se produce cuando una persona que tiene fiebre, tos u otros síntomas de COVID- 19 se queda en casa y no va al trabajo, a la escuela o a lugares públicos. Lo puede hacer voluntariamente o por recomendación de su dispensario de atención de salud. Sin embargo, si vive en una zona con paludismo (malaria) o dengue, es importante que no ignore la fiebre. Busque ayuda médica. Cuando acuda al centro de salud use una mascarilla si es posible, manténgase al menos a un metro de distancia de las demás personas y no toque las superficies con las manos. En caso de que el enfermo sea un niño, ayúdelo a seguir este consejo.

Si no vive en una zona con paludismo (malaria) o dengue, por favor haga lo siguiente:

Si una persona se encuentra en aislamiento, es porque está enferma pero no gravemente enferma (en cuyo caso requeriría atención médica)

- Ocupe una habitación individual amplia y bien ventilada con retrete y lavabo.
- Si esto no es posible, coloque las camas al menos a un metro de distancia.
- Manténgase al menos a un metro de distancia de los demás, incluso de los miembros de su familia.
- Controle sus síntomas diariamente.
- Aíslese durante 14 días, incluso si se siente bien.
- Si tiene dificultades para respirar, póngase en contacto inmediatamente con su dispensador de atención de salud. Llame por teléfono primero si es posible.
- Permanezca positivo y con energía manteniendo el contacto con sus seres queridos por teléfono o internet y haciendo ejercicio en casa.

2.2.8¿QUÉ DEBO HACER SI NO TENGO SÍNTOMAS, PERO

CREO QUE HE ESTADO EXPUESTO A LA COVID- 19?

¿QUÉ SIGNIFICA PONERSE EN CUARENTENA?

Ponerse en cuarentena significa separarse de los demás porque ha estado expuesto a alguien con COVID- 19 aunque usted mismo no tenga síntomas. Durante la cuarentena, debe vigilar su estado para detectar síntomas. El objetivo de la cuarentena es prevenir la transmisión. Dado que las personas que enferman de COVID- 19 pueden infectar a otros inmediatamente, la cuarentena puede evitar que se produzcan algunas infecciones.



Ilustración 7: Mujer en cuarentena

En este caso:

- Ocupe una habitación individual amplia y bien ventilada con retrete y lavabo.
- Si esto no es posible, coloque las camas al menos a un metro de distancia.
- Manténgase al menos a un metro de distancia de los demás, incluso de los miembros de su familia.
- Controle sus síntomas diariamente.
- Permanezca en cuarentena durante 14 días, incluso si se siente bien.
- Si tiene dificultades para respirar, póngase en contacto inmediatamente con su dispensador de atención de salud. Llame por teléfono primero si es posible.
- Permanezca positivo y con energía manteniendo el contacto con sus seres queridos por teléfono o internet y haciendo ejercicio en casa.

Sin embargo, si vive en una zona con paludismo (malaria) o dengue, es importante que no ignore la fiebre. Busque ayuda médica. Cuando acuda al centro de

salud use una mascarilla si es posible, manténgase al menos a un metro de distancia de las demás personas y no toque las superficies con las manos. En caso de que el enfermo sea un niño, ayúdelo a seguir este consejo.

2.2.9¿CUÁL ES LA DIFERENCIA ENTRE AISLAMIENTO, CUARENTENA Y DISTANCIAMIENTO?

La cuarentena significa restringir las actividades o separar a las personas que no están enfermas pero que pueden haber estado expuestas a la COVID- 19. El objetivo es prevenir la propagación de la enfermedad en el momento en que las personas empiezan a presentar síntomas.

El aislamiento significa separar a las personas que están enfermas con síntomas de COVID- 19 y pueden ser contagiosas para prevenir la propagación de la enfermedad. El distanciamiento físico significa estar físicamente separado. La OMS recomienda mantener una distancia de al menos un metro con los demás. Es una medida general que todas las personas deberían adoptar incluso si se encuentran bien y no han tenido una exposición conocida a la COVID- 19.



Ilustración 8: Distanciamiento social

2.3 QUE ES EL DESEMPLEO

El desempleo también es conocido como paro o nivel de desocupación, es el ocio involuntario de una persona que desea encontrar trabajo. Una persona se encuentra en situación de desempleo cuando cumple con cuatro condiciones: está en edad de trabajar, no tiene trabajo, está buscando trabajo y está disponible para trabajar. También se puede expresar como la incapacidad de una economía para absorber a toda la fuerza laboral.

En este orden de ideas el desempleo es un fenómeno involuntario, tanto del lado de los individuos como del lado de las empresas, esto es: las personas que desean emplearse no son contratadas y las empresas, al existir desempleo, no reciben los ingresos que serían posibles si hubiese pleno empleo o si el desempleo fuera menor.



2.3.1 TIPOS DE DESEMPLEOS

Existen cuatro tipos básicos de desempleo en la teoría económica laboral:

- **Desempleo clásico:** Es el desempleo coyuntural causado por un nivel de salarios reales excesivo en relación con la productividad marginal de los trabajadores, lo

Ilustración 9 El desempleo en consecuencia del Covid-19

cual

disuade su contratación.

- **Desempleo keynesiano:** Desempleo resultado de una insuficiencia de la demanda efectiva de bienes y servicios que hace ociosa (por invendible) la producción adicional que podrían aportar los trabajadores en el desempleo, lo cual disuade, asimismo, claramente, su contratación.

- **Desempleo friccional:** Desempleo normal en cualquier economía, surgido de las fricciones en el proceso de toma de contacto entre trabajadores y empresas (trabajadores en tránsito entre dos puestos de trabajo, que buscan un empleo mejor, o trabajadores que se incorporan a la población activa en busca de su primer empleo).

- **Desempleo estructural:** Desempleo originado por las diferencias entre las cualificaciones o localización de la oferta de trabajo y las cualificaciones o

localización requeridas por los empleadores de la misma, esto es, las empresas, para llenar los puestos vacantes.

Además de los tipos de desempleos básicos existen otros:

- **Desempleo natural:** Es el que surge de las fricciones normales y del cambio estructural cuando no hay desempleo cíclico, es decir, cuando todo el desempleo es por fricción y estructural.
- **Desempleo estacional:** Es el caso de actividades en las que durante un periodo del año se incrementa la demanda laboral y en otro cae sustancialmente, por ejemplo, el turismo, durante el verano se requieren más empleados en hoteles, restaurantes y centros de entretenimiento, mientras que en invierno el número de empleados cae drásticamente.
- **Desempleo cíclico:** Es causado por el estancamiento y reducción de la producción, consecuencia de la modificación de la demanda, generalmente se presenta en etapas recesivas del ciclo económico.
- **Desempleo encubierto:** Un trabajador se encuentra en desempleo encubierto si la renta que obtiene por su nuevo empleo es menor que la renta que percibía en su empleo anterior. Es de dos clases: cuando se reduce el número de horas trabajadas y cuando la tasa de salario real, o el precio unitario del trabajo, es relativamente más bajo.

- **Desempleo institucional:** Cuando existe un impedimento de carácter legal para laborar.
- **Desempleo oculto:** Es el que se compone de personas desempleadas que se han desalentado en su búsqueda laboral y a quienes se clasifica en las mediciones como inactivos.
- **Desempleo voluntario:** formado por gente que no está dispuesta a trabajar al salario vigente.
- **Desempleo involuntario:** formado por gente que aun estando dispuestos a trabajar al salario vigente no encuentran un puesto de trabajo disponible.

2.4 QUE ES EMPRENDIMIENTO

El término emprendimiento es de origen francés “preneur” que significa “pionero”. Es el proceso que tiene la capacidad y voluntad de diseñar, lanzar, desarrollar y administrar la apertura de un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o una emergente, generando al mercado la venta de un nuevo producto, servicio o proceso; junto con los riesgos que esto implica, con el fin de generar ganancias.

El emprendimiento inicio un cambio en la humanidad, puesto que el hombre se caracteriza por ser uno de los pioneros en asumir riesgos con el objetivo de generar oportunidades de crecimiento económico y producir ganancias que le puedan brindar una mejor calidad de vida tanto a nivel personal, como familiar.



Ilustración 10: Emprendimiento

Sin embargo, se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades; es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos.

2.4.1 TIPOS DE EMPRENDIMIENTOS

Existen varios tipos de emprendimientos que son:

- **Emprendimiento empresarial**

Es la iniciativa o aptitud de un individuo para desarrollar un proyecto de negocio, u otra idea que genere ingresos que le permite cubrir principalmente sus gastos básicos, y el de su familia.

Una de las principales ventajas es el de generar ingresos y empleos; luego le permite al individuo ser su propio jefe y por lo tanto manejar su propio tiempo y tomar sus propias de decisiones.

Como fue dicho anteriormente ha surgido por las crisis económicas del país, lo cual lleva al individuo desarrollar ideas innovadoras en el mercado que le permita crecer en momentos dificultosos.

- **Pequeñas empresas**

Son los negocios que podemos ver en las calles o avenidas de nuestras ciudades y, que son apenas rentables para sus dueños; donde el propietario es quien dirige la organización, quizá con un par de empleados a su mando. Son considerados exitosos si logran mantener las necesidades básicas de la familia.

- **Emprendimiento cultural**

Es visto como el generador de instituciones creativas u organizaciones culturales pretendiendo que el emprendedor desarrolle proyectos participativos con el gran objetivo de que no se pierda el significado, ni el valor simbólico de los productos y costumbres pertenecientes de un país; mediante planes de negocios que direccionen sus estrategias de forma competitiva.

Busca que los emprendedores desarrollen todo su potencial productivo en las diferentes cadenas de valor de las industrias culturales, así como los artistas, creativos, productores, gestores y organizaciones culturales comunitarias. Se intenta fortalecer cada uno de los eslabones y actividades transversales, como el

diseño de estrategias orientadas hacia la generación o consolidación de relaciones, agentes e instituciones del campo cultural concebidas como una totalidad.

- **Emprendimiento social**

Se define a sí misma como aquella actividad económica en la que las personas que trabajan para una empresa puedan satisfacer las necesidades de la sociedad en donde se desenvuelve y no sólo busquen cumplir objetivos financieros, sino que además los cumplan sin explotar ni destruir el medio ambiente y que sea una experiencia gratificante de trabajo.

Como tal, el emprendimiento social es una persona u organización que atacan problemas de la comunidad, bien sea en lo social, económico, y cultural. En referencia a este punto, surge una distinción entre el emprendimiento empresarial ya que este busca ganancias para el emprendedor, mientras que el emprendimiento social busca soluciones que mejoren la sociedad sin ningún lucro económico.

- **Organizaciones sociales**

La intención principal no es generar dinero o tomar una cuota del mercado; Se trata de generar un impacto en el mundo. Normalmente son empresas sin fines de lucro y se centran en sectores como la educación, derechos y desarrollos humanos, salud o medio ambiente.

- **Empresas escalables**

Su propósito va más allá de producir lo suficiente para cubrir económicamente a su dueño. Son concebidos con la idea de generar grandes niveles de crecimiento gracias a la innovación y estrategias.

Un buen ejemplo de empresa con enfoque a escalabilidad son los negocios tecnológicos, relacionados con el desarrollo de softwares y dispositivos electrónicos.

- **Emprendimientos novedosos**

Estos son los que más impacto pueden generar frente a un problema o necesidad del mercado ya que se basan en desarrollar e investigar para crear un producto o servicio innovador.

Una de sus características principales es que, al momento de generarse la idea innovadora, requieren de mucho capital para lograr desarrollar todo el proceso de investigación y luego la puesta en marcha del modelo de negocios.

- **Negocios oportunistas**

Estos atienden una necesidad específica en un momento determinado con una propuesta de negocios diseñada especialmente para esa oportunidad. Requiere de una gran visión por parte del emprendedor para detectar, desarrollar y ejecutar un modelo de negocio que satisfaga esa carencia del mercado.

- **Emprendimientos incubadores**

A diferencia de todos los anteriores, estas ideas permanecen un largo tiempo en investigación y desarrollo; las grandes empresas usan las incubadoras de ideas para generar suficientes datos y asegurarse que dicho negocio dará resultados con el objetivo de satisfacer una necesidad recurrente dentro de un nicho.

Son ejecutadas por organizaciones que tienen una porción del mercado y son usadas para mantenerse actualizadas con las tendencias.

- **Negocios espejos**

No tienen nada de innovadores, solo se enfocan en sacar a la venta algún producto que ya existe en el mercado.

Un ejemplo muy claro, son las franquicias, en las que el inversionista o emprendedor no crea nada, sino que solo compra una licencia o “marca” con un modelo de negocio que funcione para adaptarlo de pies a cabeza en otra locación.

- **Emprendimiento y gestión**

Se denomina gestión a la diligencia para conseguir algo o resolver un asunto, de carácter administrativo o conlleva documentación. La gestión empresarial tiene como finalidad mejorar la productividad y competitividad de una empresa.

2.5 QUE ES UN EMPRENDEDOR

El término emprendedor proviene del francés “entrepreneur”, que se define como un individuo que tiene la capacidad de crear un equipo con liderazgo y con las habilidades de gestionar un negocio. Es aquel que se caracteriza por saber identificar oportunidades que se le presentan, tomar riesgos económicos y emocionales, posee la suficiente confianza en sí mismo para ser competente, valiente y disciplinado para empezar un negocio exitoso y a la vez incentivar a otras personas para que formen parte de su proyecto con el fin de obtener ganancias.

Generalmente se le acredita este término al economista francés Jean-Baptiste Say, lo define como un individuo que organiza u opera un negocio considerando al emprendedor como un planificador. Mientras que el economista Richard Cantillon definió el término primero en “Essai sur la Nature du Commerce en Général”, o “Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general”, un libro que William Stanley Jevons consideró como “la cuna de la economía política”, Cantillon vio al emprendedor como un tomador de riesgos, una persona que paga un cierto precio por un producto que luego lo revende por un precio incierto.

La palabra emprendedor apareció por primera vez en el diccionario Francés llamado "Dictionnaire Universel de Commerce" compilado por Jacques des Bruslons y publicado en 1723. En el siglo XX el economista Joseph Schumpeter ubico al emprendedor como el centro del sistema económico, mencionando que “la ganancia viene del cambio, y este es producido por el empresario innovador”.

Se denomina emprendedor a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para tomarla. En la etimología de la palabra se encuentra la voz latina “prendere” que significa coger o tomar. Es habitual emplear este término para designar a una persona que crea una empresa o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa.

2.5.1 CARÁCTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR

Existen características que ayudan a definir el carácter o perfil de un emprendedor en los cuales podremos encontrar, la creatividad, la capacidad de actuación bajo riesgo y el liderazgo. Para que un emprendedor tenga la capacidad de iniciar o emprender un proyecto, debe de afrontarse a nuevos retos propios, de esta manera se ayudará a llenarse de energía, y confianza



entusiasmo.

Ilustración 11: Características de un emprendedor

De manera que las diferentes actividades, funciones y tareas relativas podrán ser llevadas a cabo, especialmente al comienzo de su negocio, cuando este se encuentra en situación de startup “puesta en marcha”. Un individuo emprendedor debe poseer la capacidad de innovación, en la cual es hábil al momento de lograr diferenciarse de los demás competidores del mercado.

En el sector empresarial es necesario ser único y novedoso ya que es una buena manera de empezar su proyecto, dándole un empujón inicial a una idea innovadora, de la misma manera como se estudia en el campo del marketing digital. Se caracteriza por ser un sujeto ambicioso, en la que posea la seguridad de sus habilidades y tenga la capacidad de poder llevar a cabo su propio negocio; por lo que se siente motivado y esto lo ayuda a tener buenas ideas para implementarlas, y con esto alcanza sus objetivos.

También debe poseer el carácter de líder, ya que presenta la capacidad de convocar a demás personas a que vayan en su misma dirección orientando al grupo, transmite una visión global, y mantiene al equipo de trabajo animado pese a las circunstancias u obstáculos que se le presentan a lo largo del trabajo.

La imagen del emprendedor se encuentra cada vez más en boga, ya que no solo es quien tiene la idea, sino que existen quienes reúnan algunas características específicas e importantes que un innovador debe tener al momento de inicializar o empezar su negocio para que tenga éxito con su sueño.

- **Visión:** Un emprendedor debe tener un olfato que le permita anticiparse al mercado, para que el startup de su negocio realmente satisfaga las necesidades de su público objetivo.
- **Iniciativa:** Debe de llevar la iniciativa por delante de todo, pues es una persona que se plantea continuamente nuevas propuestas y oportunidades. Esto es necesario e indispensable para que el producto o servicio que desarrolle sea totalmente innovador.
- **Pasión:** Un emprendedor que no posee pasión por lo que realiza no tiene ningún sentido, y su negocio puede ser un total fracaso. El emprendedor debe sentirse con total entusiasmo para llevar a cabo lo que se ha propuesto realizar, defendiendo con firmeza y pasión su idea, pues de

esto dependerá que su proyecto crezca ya que de ello dependerá su éxito o fracaso.

- **Ambición:** Cualquier servicio o negocio emprendedor debe tener un líder ambicioso. Hay que tener claro que es lo que se quiere conseguir, y luego plantear como lo vamos a lograr, esto ayudará al emprendedor a ver el camino con mayor claridad.
- **Liderazgo:** El proyecto emprendedor necesita de un buen líder que tenga la capacidad de influencia especial y sepa conectarse con sus trabajadores. El líder de equipo debe ser capaz de comunicar correctamente las ideas de manera brillante hasta el punto de generar motivación, y explotar las mejores virtudes de los que forman parte de su equipo de trabajo.
- **Resolutivo:** Otra cualidad del emprendedor es tener la capacidad de resolver los inconvenientes o situaciones difíciles de una manera rápida y eficaz, esto es importante para un proyecto que acaba de nacer.
- **Creativo:** El emprendedor debe tener una mente abierta, creativa e innovadora. Su inspiración no tiene que tener límites al momento de idear un proyecto innovador, más bien debe resolver con cierta creatividad posibles problemas o plantear alternativas que no tengan nada que ver con lo comúnmente conocido.

- **Asertivo:** Debe mostrarse seguro de sí mismo y que el resto lo pueda ver. Es muy importante esta faceta ya que el emprendedor dejará ver su seguridad y confianza que tiene en sí mismo, y al mismo tiempo que le permita orientarse a los objetivos ya planteados.
- **Capacidad de aprendizaje:** Se necesita poseer una muy buena actitud tanto para lo bueno que vendrá, como para lo malo que está por llegar. Otras de las grandes cualidades que debe tener un emprendedor es aprender de los aciertos y errores que suceden día a día.
- **Optimista:** Esta cualidad ayudará al emprendedor a convertir las amenazas en oportunidades y a desarrollar una mentalidad constructiva; de la misma manera favorecerá a cumplir con cada una de las anteriores cualidades, ya que le permitirá afrontar con mejor actitud cualquier adversidad que se le presente.

2.5.2 TIPOS DE EMPRENDEDORES

Los tipos de emprendedores son:

- **Innovador o Visionario:** Es aquel que busca nuevas maneras de solucionar un problema, adelantándose a las tendencias del momento y que estas sean más accesibles y económicas para un sector de la población. Piensa en proyectos de largo alcance y desarrolla planes para hacerlos rentables en un futuro.

- **Inversionista:** Es el que cuenta con los recursos necesarios, buscando rentabilizar su dinero con proyectos e ideas innovadoras para poner dinero sobre ellas y lograr desarrollarlas; actúa como un socio capitalista, cuyo único riesgo y repercusión suele ser del asesoramiento y de aportar capital.
- **Especialista:** Suele tener un perfil metódico y técnico. Y aunque empieza un proyecto empresarial, sus conocimientos se concentra en las ideas para un sector específico y busca generar impacto a nivel corporativo. La mayoría son profesionales que combinan sus conocimientos con el emprendimiento y desarrollan un proyecto que le permita generar dinero.
- **Persuasivo:** Es la punta de la lanza de un proyecto; es quien arrastra y convence a cada persona de su equipo, es bueno para liderar más que desarrollar el producto o servicio innovador.
- **Intuitivo:** Sabe perfectamente donde está el negocio, ya que es un empresario nato y emprender es parte de su pasión.
- **Empresario:** Ya conoce el mundo empresarial y nada le es nuevo. El asume el riesgo de emprender y le gusta consolidar los proyectos.
- **Oportunista:** Sabe detectar e identificar las oportunidades de negocio y los pasos que debe seguir para desarrollar una solución a un problema en específico. Conoce del mercado, sus claves y las explota.

- **Vocacional:** Estos emprendedores cuando consiguen posicionar su producto, marca o servicio, van en busca de nuevas aventuras, ya que el emprende por emprender. Todos los perfiles de emprendedores tienen algo de este.
- **Social:** No busca dinero, ni fama; solo se enfoca en resolver algún problema en la sociedad o comunidad mediante un sistema innovador. Desea ejecutar sus ideas para que las personas puedan tener una mejor calidad de vida en cualquier parte del mundo.
- **Multi-funcional:** Son personas que pueden hacer mil cosas a la vez; pues son personas que se enfocan en varios proyectos a la vez, sin tener mucho que ver uno con el otro. Son capaces de generar avances con dos o más negocios simultáneamente, sin perder el enfoque en ninguno.
- **Por Accidente:** A lo largo de la historia nos hemos dado cuenta que muchos errores o fracasos han ocasionado grandes descubrimientos. Estos se topan con una idea al azar y la identifican como una posibilidad real de negocios. Un claro ejemplo es Zuckenberg cuando ayudaba a unos compañeros de estudio en su página web de la fraternidad y la transformó en lo que hoy en día es Facebook.

- **Por necesidad:** Son aquellas personas que después de pasar por una situación desfavorable, como desempleo, situación económica, entre otras, deciden que iniciar un negocio es la manera de solventarlo. Son los más frecuentes puesto que en todos lados podemos encontrar personas que no se conformaron con recibir un sueldo o no podrían acceder a mejores salarios y decidieron satisfacer sus necesidades con un negocio.



2.6 QUE ES MARKETING

Es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o un beneficio para las empresas u

organizaciones que las ponen en práctica; razón por la que nadie duda de que el marketing es necesario e indispensable para lograr llegar al éxito en los mercados actuales.

Por esta razón es que resulta muy importante que todas las personas que forman parte directa o indirectamente del área comercial de una empresa u organización, sepan a profundidad la definición de marketing o mercadotecnia. Ya que este es un sistema de investigación de mercado que le permite ofrecer un valor y ayuda a satisfacer al cliente con un objetivo de lucro.



Esta disciplina se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores. Puesto analiza la gestión comercial de las compañías con la única finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y resolución de sus problemas.

Es una estrategia que toda empresa debe implementar en su plan global o plan de

Ilustración 13: Marketing

negocio para poder crecer como tal. Muchas compañías usan diferentes técnicas de marketing para conseguir sus objetivos. Y una de las más utilizadas hoy en día es la del marketing digital. La mercadotecnia no es otra cosa que el intercambio entre varias



Ilustración 14: Estrategias del Marketing

partes, de forma que se produzca un beneficio mutuo.

Existen muchas personas que no saben exactamente qué es el marketing y cuando se les hace una pregunta acerca de mercadotecnia lo definen con que es vender y otros que es publicidad; pues todas estas respuestas son acertadas, pero es solo una parte de lo que significa el marketing en realidad. El paraguas del marketing es muy amplio y engloba todas aquellas estrategias que ayudan a una empresa, marca o persona a conseguir sus objetivos.

Es un sistema global o un conjunto de actividades relacionadas con el mundo mercantil, encaminadas a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos o servicios con el objetivo de ayudar a satisfacer las necesidades del consumidor, teniendo un beneficio empresarial de por medio. Ya que este es un proceso empresarial interno por el cual se planifica con anterioridad la manera de aumentar y saciar la demanda de servicios o productos, mediante la creación, promoción y distribución física o digital de mercancías o servicios.

Una de las características más interesantes en el ámbito del marketing es que dispone del producto o servicio adecuado en el momento preciso para la estimulación de los intercambios que por lo general existe un mínimo de dos personas, con la idea del “yo te cambio esto por este otro y de esa manera saciamos nuestras necesidades”, en

ocasiones teniendo detrás un beneficio económico y en otras solo por un bienestar o por una necesidad; esta frase ha sido últimamente usada en consecuencia del covid-19.

Debe existir un valor añadido en el proceso de mercadotecnia, debido a que el consumidor busca cubrir o satisfacer una necesidad o un deseo; ya que siempre se le promete algo más que adquirir con un valor aplicado en donde las dos partes deben de ceder tanto la empresa al ajustar los precios y el cliente al adaptarse a la demanda del mercado.

En la mercadotecnia ya no existe una comunicación bidireccional, sino que debe haber canales bidireccionales. Y más en estos tiempos en donde el cliente es el centro de todas las estrategias de marketing en las que puede expresar sus ideas u opiniones las cuales deben de ser respondidas. Con esto se puede dar a relucir claramente la conclusión de que el marketing actual se centra más en las necesidades y deseos del consumidor; pues ya no se trata de impactarlo o llegar a el de una manera indiscriminada más bien debemos de escucharlo y adaptarnos a lo que demanda.

2.6.1 TIPOS DE MARKETING

En la actualidad existen muchas estrategias que se pueden usar, implementar o implantar en una empresa o negocio, también observamos varios productos y servicios que se ofrecen para la satisfacción de una necesidad, pues de la misma manera hay muchos tipos o clases de marketing.

Pero en esta ocasión se detallará los tipos de marketing más relevantes:

- **Marketing Estratégico:** Se caracteriza por enfocarse en buscar y conocer las necesidades actuales y futuras de los clientes, se encarga de implantar y localizar nuevos nichos de mercado, orientar a la empresa a buscar oportunidades y diseñar un plan de ruta que consiga los objetivos planeados que es la definición de acciones con el fin de tener estrategias que maximicen los beneficios y que la empresa sea un negocio altamente rentable.

- **Marketing Mix o Mezcla de Marketing:** También conocido como el marketing de las 4P's (precio, plaza, producto y promoción). Cuatro variables que tratan estrictamente de como influenciar en la manera de que se debe montar las estrategias de un negocio; con el único objetivo de adaptarse a las necesidades del cliente al 100% y de la misma manera se conocerá cómo actúan dichas variables en el mercado, respondiendo a tus inversiones.
 - **Precio:** Punto bien explicativo; se refiere a la cantidad de dinero que el cliente está dispuesto a gastar al momento de la adquisición de un producto o servicio, y a las diferentes estrategias empleadas al momento del cobro o pago de lo adquirido.
 - **Plaza o distribución:** Es el proceso por el cual el producto debe pasar desde que entra como materia prima hasta que sale como producto final, el cual será distribuido y comercializados hasta que llega al consumidor final.

- **Producto:** Es importante porque deja claro cuáles son las características del producto o servicio que la empresa está poniendo a disposición en el mercado y a los consumidores con el fin de satisfacer sus necesidades, además de los procesos de la cadena de suministro.
- **Promoción:** Se refiere a las estrategias que serán utilizadas en la divulgación del producto o servicio para dar a conocerlo. En esta variable entra la publicidad y las comunicaciones.
- **Marketing Operativo o Marketing Táctico:** Es encargado del desarrollo y la ejecución de una serie de acciones y tácticas, con el objetivo de cumplir con una serie de KPIs (indicador clave de desempeño o rendimiento). Se caracteriza por tener una visión a corto plazo del marketing, pero debe trabajar en conjunto con el marketing estratégico para lograr objetivos mayores que vaya más allá de los números y la métrica.
- **Marketing directo:** Una de las clases de marketing que más relevancia está adquiriendo; pues trata de dar una comunicación mucho más personalizada al cliente, una comunicación más acorde a aquello que el consumidor quiere o necesita.
- **Marketing relacional:** En muchas ocasiones, se lo relaciona con el marketing directo. Sin embargo, el marketing relacional lo que intenta es

identificar a los clientes que son más rentables y tratar de priorizarlos y darles una relación más cercana.

- **Marketing digital:** Está enfocada en el mundo online, un mundo donde los usuarios hacen uso del Internet, a través por el cual las empresas tratan de ganar posicionamiento web en los buscadores. Entre las herramientas de marketing digital, encontramos técnicas de SEO (Search Engine Optimization Optimización para mecanismos de búsqueda).
- **Marketing de Influencers:** Consiste en definir una estrategia de promoción y construcción de marca a través de la colaboración con los denominados influencers (actores de internet con masivas audiencias en RRSS que tienen un gran poder de influencia sobre ellas).
- **Marketing social:** Cuando se aplica el marketing para comunicar y promocionar una idea, tratando de lograr un cambio de actitud en las personas, para lograr un beneficio a la sociedad. Este es aplicado a las instituciones que trabajan sin un fin de lucro, pero sigue siendo una relación de un intercambio de valor. La institución promociona la idea y el público objetivo que recibe el mensaje responde cambiando su actitud. Si esto sucede, está logrando su objetivo que es transformar el ambiente o la calidad de vida de la sociedad.
- **Marketing ecológico o Marketing Verde:** Representa una tendencia de marketing en la cual las empresas responden a las exigencias de los

consumidores que están dispuestos a sacrificar su satisfacción en el uso de un satisfactor, si la empresa es amigable con el ambiente.

- **Neuromarketing:** Tipo de marketing que analiza cómo reacciona el cerebro del consumidor durante su proceso de compra, enfocándose en los procesos de la atención, la emoción y memoria. Los estímulos que se usan pueden ser auditivos, visuales y kinestésicos. Los kinestésicos se usan cuando queremos transmitir una sensación olfativa, gustativa o táctil, por ejemplo, cuando te presentan en un anuncio una taza de café humeante te transmiten el aroma del café. Están estimulando tus sentidos, en este caso el olfato.
- **Marketing de contenidos:** Es uno de los más populares y utilizados. Trata de elaborar y llevar a cabo una estrategia de comunicación que permita dar valor a una marca, la diferencia de la competencia y el aporte de conocimiento sobre un tema específico.
- **Marketing olfativo:** Es una técnica de comunicación muy sofisticada que utiliza la estimulación sensorial, pretende asociar un determinado aroma con los valores que desea transmitir la empresa, cliente o producto para transmitir valores de marca. Lo consigue aprovechando las capacidades del olfato, uno de los sentidos que genera mayor impacto en el recuerdo.

2.6.2 PLAN DE MARKETING

Es un documento donde se recolecta todo el análisis de la situación de la empresa, los objetivos que busca conseguir y los pasos que se deben seguir para conseguirlos. Existen una sin número de razones para la elaboración de un plan de marketing detallado: ayuda a obtener los objetivos de la empresa, aumenta el compromiso de los trabajadores, contribuye en la construcción de una visión a largo plazo, mejora la eficiencia y previene errores, solucionando los rápidamente cuando se presentan.

Al momento de elaborar un plan de marketing, la clave es la organización. Se presentan una serie de aspectos que todo plan de negocio debe incluir, y un orden lógico en el que trabajar sobre ellos; para que el resultado final sea coherente y operativo.

Si bien el Marketing Plan es un documento que requiere dedicarle tiempo y esfuerzo, requiere agregar mucho valor porque no sólo se convertirá en un manual de ejecución, sino que también será una dirección más clara de hacia dónde se quiere llevar el negocio, y eso es esencial para cualquier empresa, sea grande, mediana o una start-up.

- **Análisis de mercado**

Al momento de tener bien aterrizada la idea de negocio, lo primero que se debe hacer un estudio de mercado para averiguar los productos y servicios similar que

existen, por lo tanto, así poder definir la competencia, qué ofrecen y cómo venden su producto o servicio. Afortunadamente en la actualidad se vive en la era digital por lo que haciendo una investigación online puede dar una muy buena idea de lo que ofrece la competencia.

- **Análisis FODA**

Este análisis ayuda a hacer un estudio a fondo de la empresa o negocio; donde se analizan y redactan las Fuerzas y Debilidad (Intrínsecas o propias de la empresa), de la misma manera las Oportunidades y Amenazas (Extrínsecas o del mercado/competencia). Este análisis servirá para determinar cuáles son las ventajas, puntos débiles o áreas de oportunidad en las que se debe trabajar y dónde pudiera ser vulnerable el negocio.

- **Target**

Es el grupo objetivo o cliente. Existen algunas empresas que no tienen bien definido su público objetivo. Es recomendable definir el rango de edad, sexo, nivel socioeconómico, dónde vive, qué le gusta, entre otros. Cuanta más información se pueda conseguir del target, mayor será la probabilidad de ofrecerle un producto o servicio que realmente le agregue valor o probablemente le resuelva un problema en su vida.

- **Posicionamiento**

Se define como “la frase que quisiéramos en la que pensara nuestro cliente cuando se acuerde de nuestra marca o empresa”. Algunos ejemplos exitosos de posicionamiento son: Burger King: Have it your way (Pídelo a tu gusto); 7Up:

The Un-cola (El refresco que NO es de cola); Apple: Think different (Piensa diferente). Esta etapa ayudará a pensar en la conceptualización de lo que se quiere ofrecer al cliente y como comunicar le dicha oferta de valor.

- **Plan de Acción**

En esta etapa se debe desarrollar un plan de manera más detallada, que incluya los tiempos y personas responsables de todas y cada una de las actividades que se llevarán a cabo para la empresa. Es recomendable hacer un plan al año e ir desglosando y revisando en periodos semestrales, trimestrales o mensuales (en caso de ser necesario), dando seguimiento a los objetivos planteados previamente en el plan.

2.7 QUE ES MARKETING DIGITAL

Conocido también como Mercadotecnia Digital, consiste en utilizar los medios digitales o el internet para que las empresas o las instituciones puedan contactar con sus clientes o consumidores. Utilizando estos medios se puede igualmente realizar las mismas tareas del marketing tradicional. Por ejemplo, vender productos, realizar investigación de mercados, generar publicidad y promoción de productos.

Es una de las principales formas disponibles para que las empresas se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado. Pues en estos últimos años y en tiempos de confinamiento se ha generado con más énfasis el marketing digital. Por eso, actualmente, es imposible hablar de marketing e ignorar que más de la mitad de la población guayaquileña tiene acceso a Internet y a

medida que avancen los años y la tecnología existirán aproximadamente más de 2,3 billones de consumidores digitales.

Philip Kotler es considerado el padre del Marketing, y lo define como “El proceso social a partir del cual las personas y grupos de personas satisfacen deseos y necesidades con la creación, oferta y libre negociación de productos y servicios de valor con otros”.

Ello explica por qué el Marketing Digital es el modo más destacado de hacer y conceptuar el marketing en estos momentos. El término es usado para resumir todos tus esfuerzos de marketing en el ambiente online; usando canales digitales, como blogs, sitios webs, motores de búsqueda, redes sociales, emails entre otros, las empresas intentan solucionar dolencias y deseos de sus clientes potenciales.



Ilustración 15: Marketing Digital

El Marketing Digital, puede ser realizado por las personas, empresas, universidades, ONGs, asociaciones, iglesias, etc. Pero debe tener en cuenta factores culturales, psicológicos, geográficos, jurídicos que influyen en las personas a la hora de comprar o vender un producto o servicio.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

DESCRIPCIÓN

Se adoptarán estrategias apropiadas para abordar los problemas y lograr los objetivos planteados de la investigación. El marco metodológico es una explicación de los mecanismos utilizados para analizar nuestras preguntas de investigación. Por lo general, es el resultado de los conceptos, sistemas básicos y aplicaciones lógicas reveladas en el marco teórico. Incluye la comparación de diferentes fuentes de información o la aplicación de un conjunto de fundamentos teóricos al problema en estudio. Se utilizan estándares estadísticos para procesar la información recopilada.

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se aplicará al diseño es la investigación cualitativa basada en muestras reducidas de sujetos seleccionados por métodos no probabilísticos. Es de carácter interpretativo mediante la observación directa de los emprendimientos que se han ido dando durante el año 2020 a causa del coronavirus.

Esta investigación permitirá describir y analizar de forma ordenada los datos adquiridos en la encuesta realizada, donde se considerará un grupo determinado de personas de la ciudad de Guayaquil, con el único objetivo de conocer cuántas personas quedaron desempleadas, a cuántas les afectó en el negocio y cuántas comenzaron un emprendimiento para generar ingresos en sus hogares.

El presente proyecto de tesis trata sobre las estrategias que los nuevos emprendimientos deben emplear en sus negocios; por lo que se desarrollará una guía informativa con tips o consejos que los actuales y futuros emprendedores deben saber para mejorar su financiamiento.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El presente proyecto se basa en los siguientes tipos de investigación:

Investigación Bibliográfica o Documental: Este tipo de investigación se ha aplicado porque se han consultado varias páginas webs, libros, tesis de grado, entre otros, pues esto ayuda a fundamentar teóricamente la investigación.

Investigación Exploratoria: Esta investigación posee carácter exploratorio porque se ha realizado un análisis del tema abordado con la finalidad de penetrar en lo desconocido y así realizar indagaciones teóricas para un mayor aprendizaje en el ámbito del emprendimiento.

Se utiliza cuando el objetivo de hacer una primera aproximación a un asunto desconocido o sobre el que no se ha investigado lo suficiente. Esto permitirá decidir si efectivamente se pueden realizar investigaciones posteriores y con mayor profundidad.

Este método parte del estudio de fenómenos poco estudiados, este no se basa tanto en la teoría, sino en la recolección de datos que permitan detectar patrones para dar explicación a dichos fenómenos.

Investigación Cuantitativa: La investigación cuantitativa se basa en la investigación y el análisis de la realidad, medida a través de diferentes procedimientos. En comparación con otros tipos de investigación, puede proporcionar un mayor nivel de

control e inferencia, lo que permite realizar experimentos y oponerse a explicaciones derivadas de hipótesis. Los resultados de estas encuestas se basan en datos estadísticos y pueden generalizarse.

3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Se entiende por técnicas de investigación a los procesos e instrumentos utilizados al iniciar el estudio de un fenómeno o investigación determinada. Estos métodos permiten recopilar, examinar y exponer la información; en la que se pretende dar una propuesta de solución, de esta forma se logra el principal objetivo de toda investigación, que es adquirir nuevos conocimientos.

El instrumento de investigación aplicado consistió en un cuestionario de 10 ítems de tipo opcional, dirigido a la totalidad de personas de todos los ámbitos. El procesamiento de datos se realizó a través del procesador Microsoft Excel 2010, consistió en el diseño de tablas y gráficos para la organizar de información recopilada, calculando los porcentajes de personas encuestadas, que permitieron llegar a un análisis detallado de las variables estudiadas.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Es el conjunto global de individuos con el objetivo de estudiar el proceso o fenómeno de un determinado tema, es una agrupación de características, elementos, artículos o temas comunes, que se estudiaran de esta manera, conduciéndonos a conclusiones específicas.

El tipo de investigación que se empleará en este proyecto será el de la encuesta, para obtener un mayor alcance de información, la encuesta es una de las alternativas más viables debido a la emergencia sanitaria del Covid-19.

Los principales instrumentos de la encuesta son (entrevista y cuestionario).

El cuestionario contiene todos los aspectos del fenómeno que se consideran imprescindibles; además, nos permite aislar algunos de los temas que más nos interesan; reduce la realidad a una cierta cantidad de datos básicos y designa objetos de investigación.

En cuanto a la estructura y formato del cuestionario, su pregunta debe ser meticulosamente elaborada, es importante no incluir preguntas irrelevantes. Debe haber un vínculo y relación con el orden en que se hacen las preguntas. La redacción de la pregunta debe ser simple, fácil y clara de entender, de modo que pueda llegar directamente al punto de información requerido.

La población para la investigación del presente proyecto de tesis involucra a cada uno de los habitantes de la ciudad de Guayaquil, de los cuales se tomará una muestra de 57 personas de diversos campos, quienes serán encuestados según el formato de encuesta; para nuestro análisis, a fin de obtener datos estadísticos específicos.

TABLA N° 1

Ítem	Población	Muestra	Porcentaje
-------------	------------------	----------------	-------------------

1	2'698.077	57	2,11%
---	-----------	----	-------

Fuentes: Elaboración Propia

Autor: Sheila Pfeil La Rosa

3.5 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se refiere a un método sistemático de recopilación y medición de información de diversas fuentes para obtener una imagen completa y precisa del área de interés. Permite a las personas o empresas responder preguntas relevantes, evaluar los resultados y predecir mejor las posibilidades y tendencias futuras. La precisión de la recopilación de datos es esencial para garantizar la integridad de la investigación, decisiones comerciales sólidas y garantía de calidad.

Existe una variedad de técnicas de recopilación de información (primarias o secundarias), algunas de las cuales son estudios típicos con tendencias cuantitativas, mientras que otras son cualitativas. Por tanto, disponemos de observaciones para captar fenómenos de forma sistemática a través de la observación, recogida de documentos, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos auxiliares. En este caso la observación va dirigida a los emprendimientos que se dieron lugar por consecuencia del Covid-19.

La encuesta tiene un total de cincuenta y siete personas, el propósito es recolectar información de manera efectiva, para que se puedan considerar las opiniones

de las personas sobre el tema. El entrevistador hizo 10 preguntas muy fáciles y muy claras para determinar la pregunta sobre el tema.

Encuesta

1. ¿Usted o alguno de sus familiares perdió su plaza de trabajo?

Si

No

2. ¿Le ha afectado la emergencia sanitaria económicamente en su hogar?

Si

No

3. ¿Usted sabe que es un emprendimiento?

Si

No

4. ¿Ha tenido en mente un proyecto de emprendimiento para cristalizar?

Si

No

5. ¿Usted ha tenido una guía o consejos para cristalizar su emprendimiento?

Si

No

6. ¿Ha pensado que el proyecto que tiene en mente pudiera no tener el éxito deseado?

- Si
- No

7. ¿Qué le preocupa más al momento de poner en marcha su emprendimiento?

- Se siente preocupado para sacarlo adelante
- El no obtener financiamiento necesario para llevarlo a cabo
- El no obtener la acogida en el mercado
- Todas las anteriores

8. ¿Por qué cree usted que surgen los emprendimientos?

- Por la falta de plazas de trabajo
- Por la necesidad de nuevos productos o servicios
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

9. ¿Usted creó un nuevo negocio en consecuencia de la pandemia?

- Si
- No

10. Para realizar su emprendimiento requirió apoyo de:

- Ayuda de inversionista
- Uso de ahorros
- Préstamo bancario

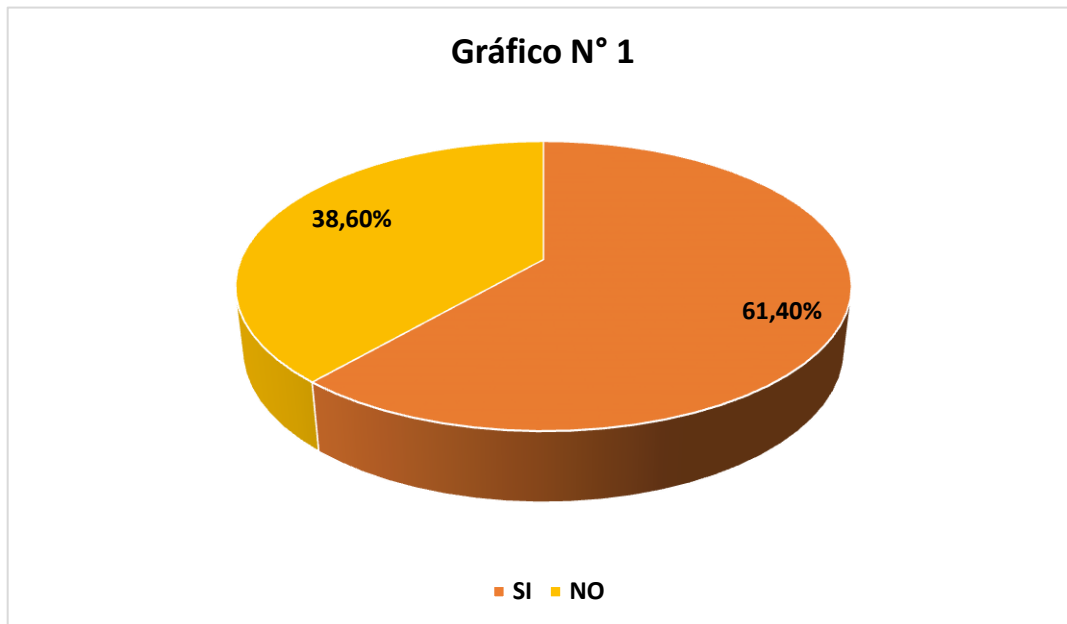
3.9 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez realizada la encuesta de diez preguntas en una muestra de cincuenta y siete personas del total de la población de la ciudad de Guayaquil se han obtenido los siguientes resultados cada uno con sus respectivas tablas y gráficos estadísticos.

1.- ¿Usted o alguno de sus familiares perdió su plaza de trabajo?

TABLA N° 2

Opciones de respuesta	Total	Porcentaje
Si	35	61,4%
No	22	38,6%
TOTAL	57	100%



Fuente: Investigación

Elaborado por: Sheila Pfeil La Rosa

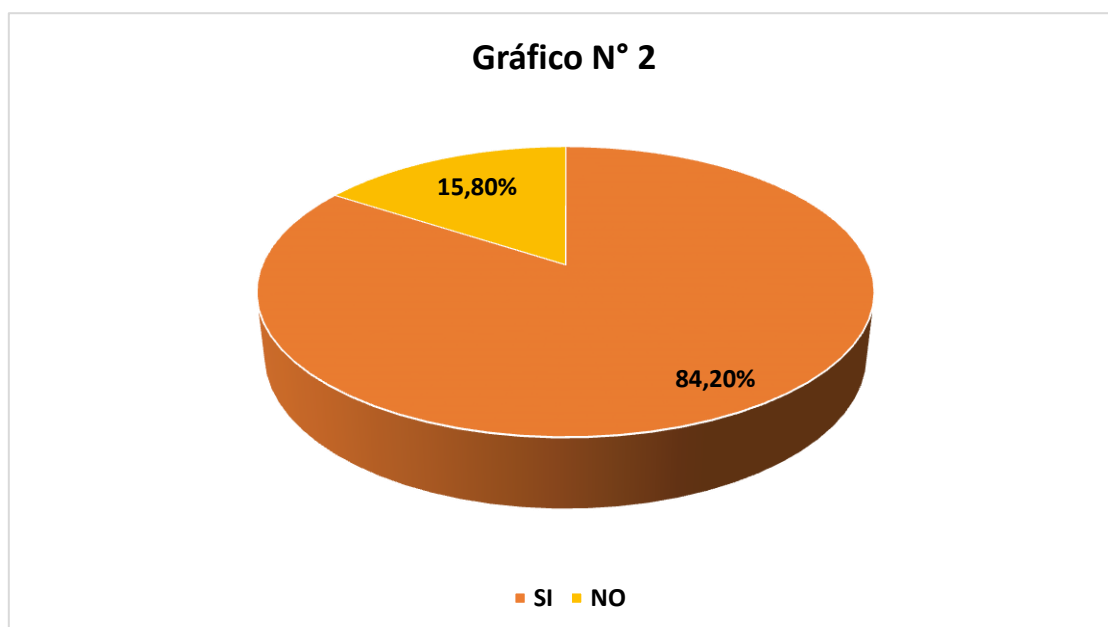
Total, de personas encuestadas: 57

Análisis: Según estas dos respuestas, arrojan que el 61,4% de las personas encuestadas perdieron su plaza de trabajo mientras que el 38,6% aún conservan su puesto laboral.

2.- ¿Le ha afectado la emergencia sanitaria económicamente en su hogar?

TABLA N° 3

Opciones de respuesta	Total	Porcentaje
Si	48	84,2%
No	9	15,8%
TOTAL	57	100%



Fuente: Investigación

Elaborado por: Sheila Pfeil La Rosa

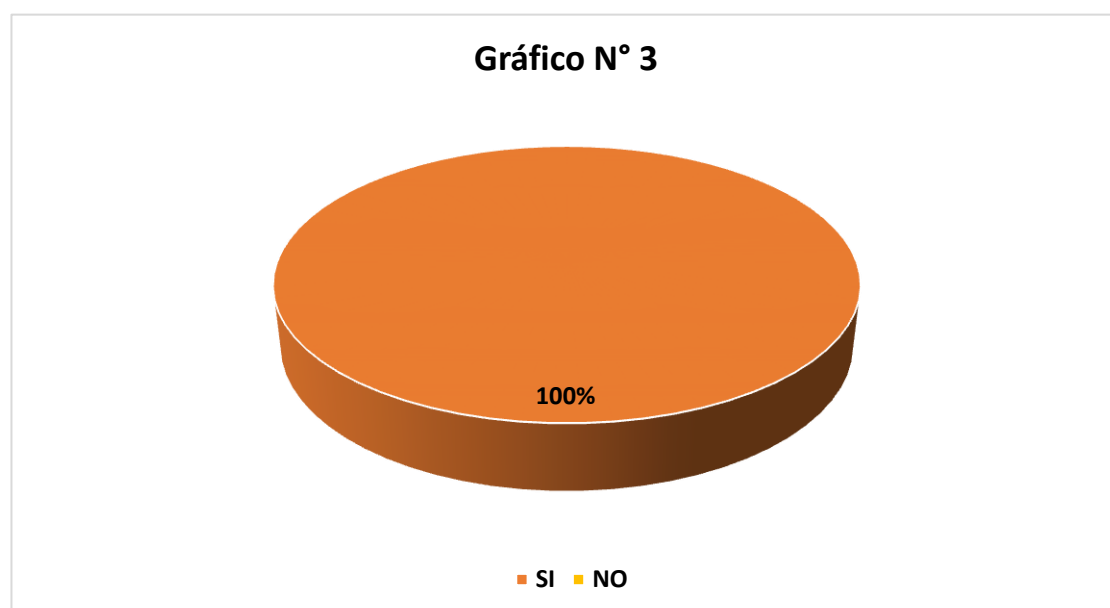
Total, de personas encuestadas: 57

Análisis: Según estas dos respuestas, arrojan que el 84,2% de las personas encuestadas les ha afectado la emergencia sanitaria económicamente, mientras que el 15,8% no les ha afectado en la economía de su hogar.

3.- ¿Usted sabe que es un emprendimiento?

TABLA N° 4

Opciones de respuesta	Total	Porcentaje
Si	57	100%
No	0	0%
TOTAL	57	100%



Fuente: Investigación

Elaborado por: Sheila Pfeil La Rosa

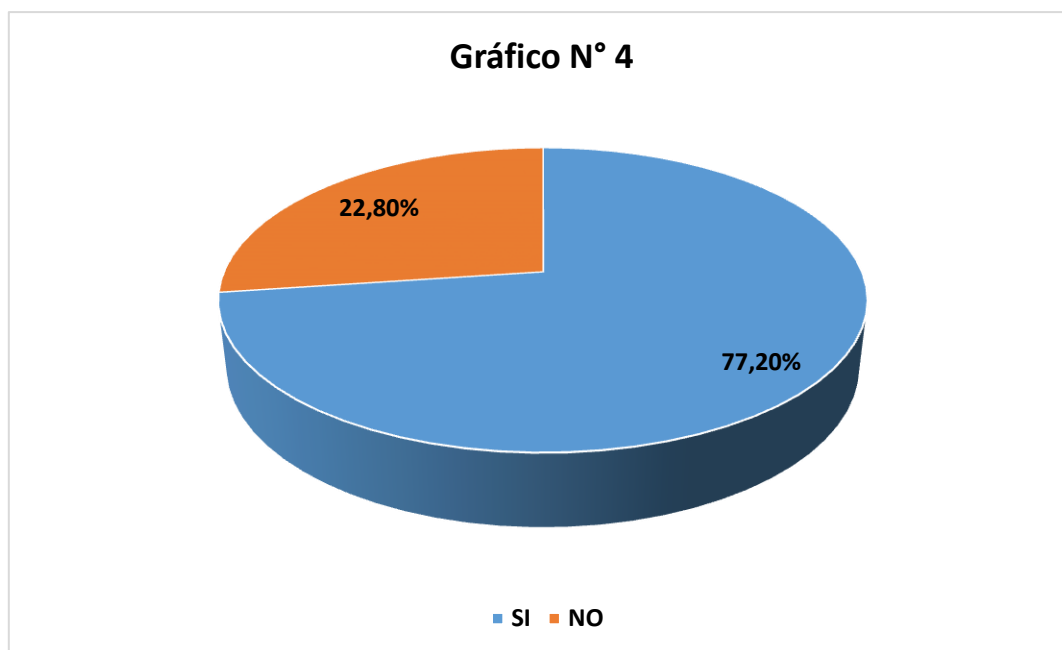
Total, de personas encuestadas: 57

Análisis: Según estas dos respuestas, arrojan que el 100% de las personas encuestadas tienen conocimiento de que es un emprendimiento.

4.- ¿Ha tenido en mente un proyecto de emprendimiento para cristalizar?

TABLA N° 5

Opciones de respuesta	Total	Porcentaje
Si	44	77,2%
No	13	22,8%
TOTAL	57	100%



Fuente: Investigación

Elaborado por: Sheila Pfeil La Rosa

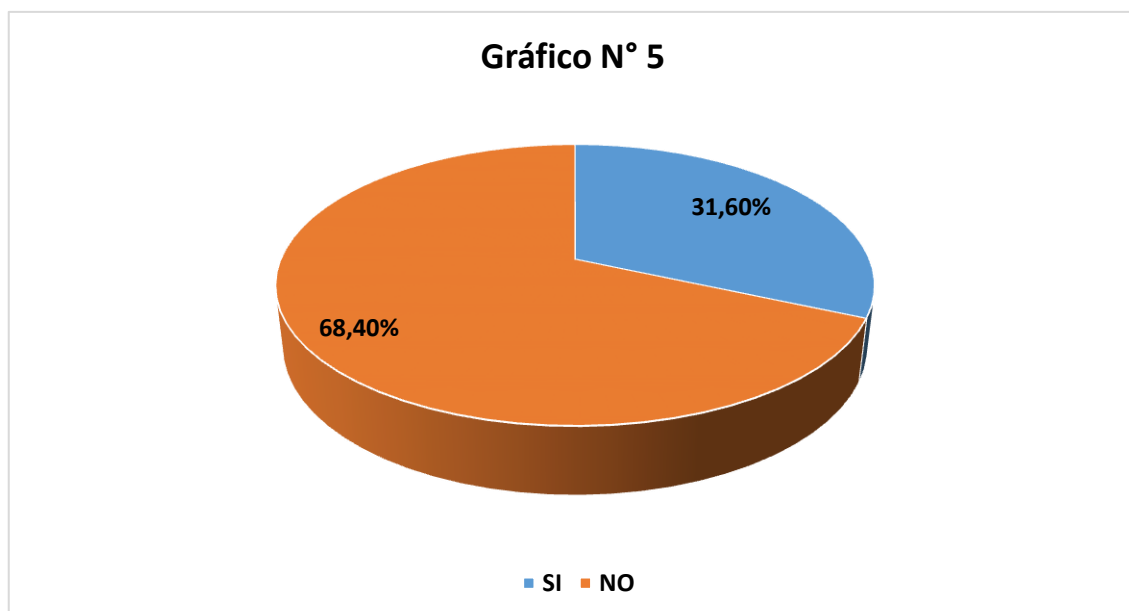
Total, de personas encuestadas: 57

Análisis: Según estas dos respuestas, arrojan que el 77,2% de las personas encuestadas han tenido un proyecto en mente para cristalizar mientras que el 22,8% no han tenido un emprendimiento para cristalizar.

5.- ¿Usted ha tenido una guía o consejos para cristalizar su emprendimiento?

TABLA N° 6

Opciones de respuesta	Total	Porcentaje
Si	18	68,4%
No	39	31,6%
TOTAL	57	100%



Fuente: Investigación

Elaborado por: Sheila Pfeil La Rosa

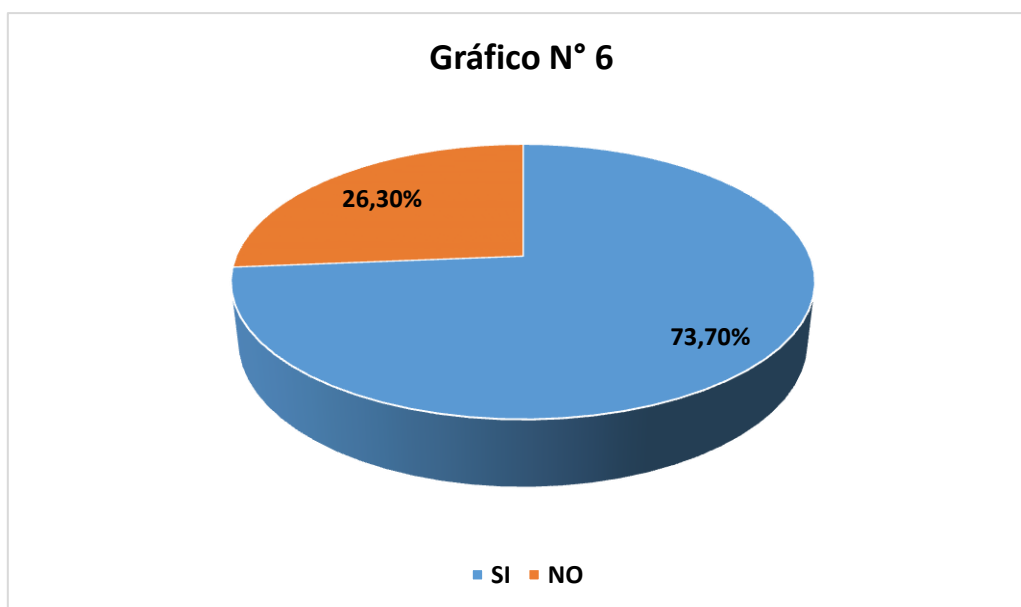
Total, de personas encuestadas: 57

Análisis: Según estas dos respuestas, arrojan que el 68,4% de las personas encuestadas no han tenido una guía para poder cristalizar su emprendimiento mientras que el 31,6% han podido tener consejos para realizar su negocio.

6.- ¿Ha pensado que el proyecto que tiene en mente pudiera no tener el éxito deseado?

TABLA N° 7

Opciones de respuesta	Total	Porcentaje
Si	42	73,7%
No	15	26,3%
TOTAL	57	100%



Fuente: Investigación

Elaborado por: Sheila Pfeil La Rosa

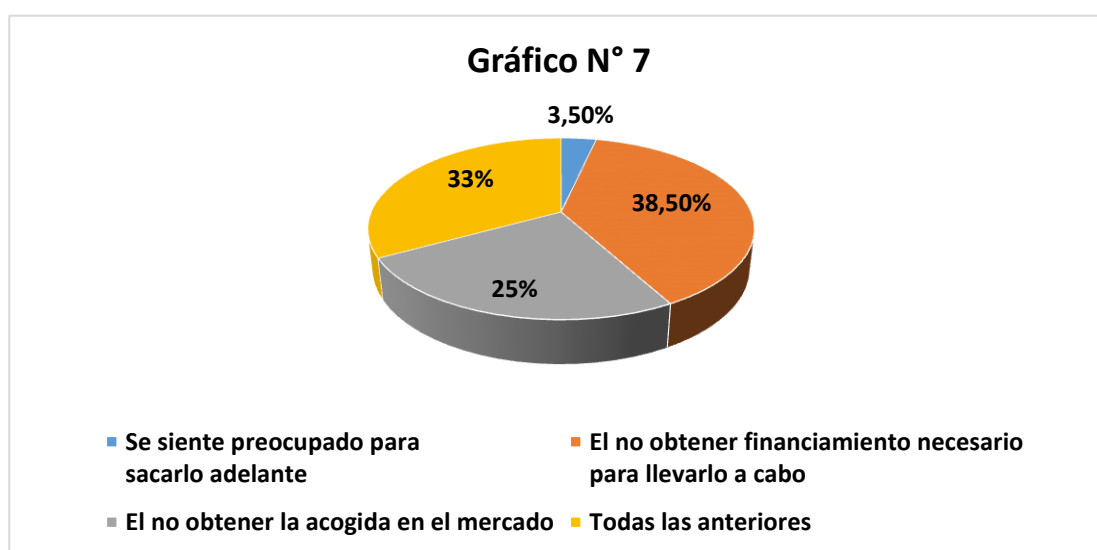
Total, de personas encuestadas: 57

Análisis: Según estas dos respuestas, proyectan que el 61,4% de las personas encuestadas perdieron su plaza de trabajo mientras que el 38,6% aún conservan su puesto laboral.

7.- ¿Qué le preocupa más al momento de poner en marcha su emprendimiento?

TABLA N° 8

Opciones de respuesta	Total	Porcentaje
Se siente preocupado para sacarlo adelante	2	3,5%
El no obtener financiamiento necesario para llevarlo a cabo	22	38,5%
El no obtener la acogida en el mercado	14	25%
Todas las anteriores	19	33%
TOTAL	57	100%



Fuente: Investigación

Elaborado por: Sheila Pfeil La Rosa

Total, de personas encuestadas: 57

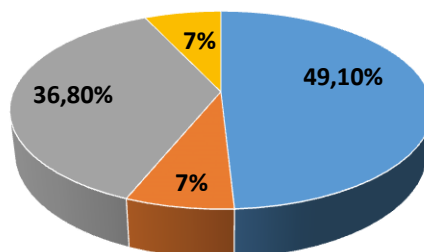
Análisis: Según, el 3,5% de las personas encuestadas se preocupan por sacar adelante su negocio, el 38,5% temen no obtener el financiamiento necesario, el 25% le preocupa el no obtener la acogida en el mercado, mientras que el 33% dijeron que les preocupaban todas las anteriores.

8.- ¿Por qué cree usted que surgen los emprendimientos?

TABLA N° 9

Opciones de respuesta	Total	Porcentaje
Por la falta de plazas de trabajo	28	49,1%
Por la necesidad de nuevos productos o servicios	4	7%
Todas las anteriores	21	36,8%
Ninguna de las anteriores	4	7%
TOTAL	57	100%

Gráfico N° 8



- Por la falta de plazas de trabajo
 - Todas las anteriores
- Por la necesidad de nuevos productos o servicios.
 - Ninguna de las anteriores

Fuente: Investigación

Elaborado por: Sheila Pfeil La Rosa

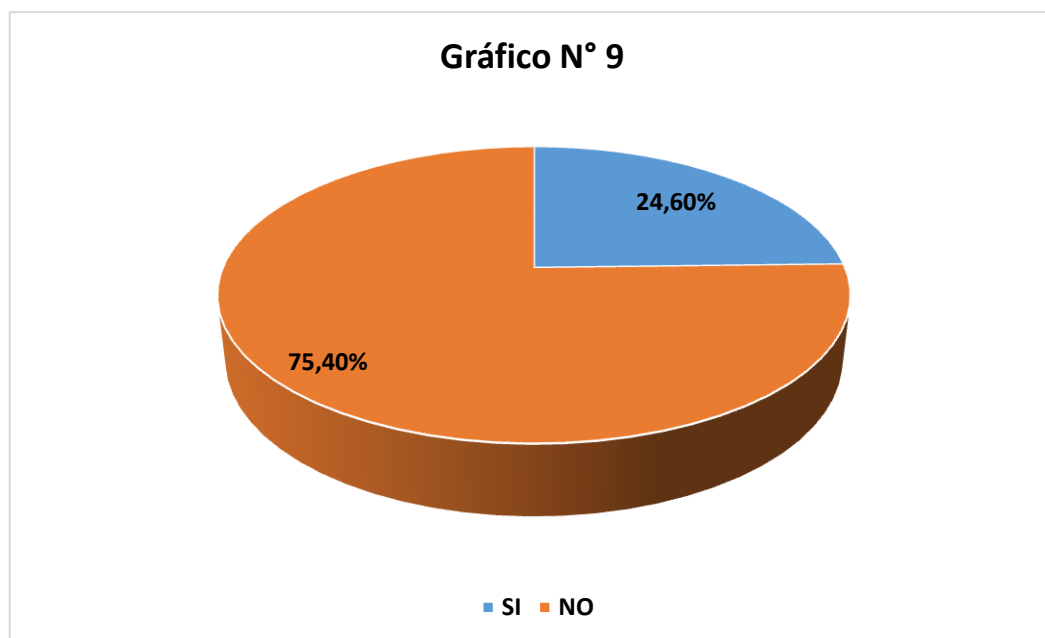
Total, de personas encuestadas: 57

Análisis: Según estas cuatro respuestas, dan como resultado que el 49,1% de las personas encuestadas indicaron que los emprendimientos surgen por la falta de trabajo, el 7% respondieron que es por la necesidad de nuevos productos o servicios, el 36,8% contestaron todas las anteriores, mientras que el 7% reaccionaron con ninguna de las anteriores.

9.- ¿Usted creó un nuevo negocio en consecuencia de la pandemia?

TABLA N° 10

Opciones de respuesta	Total	Porcentaje
Si	14	75,4%
No	43	24%
TOTAL	57	100%



Fuente: Investigación

Elaborado por: Sheila Pfeil La Rosa

Total, de personas encuestadas: 57

Análisis: Según estas dos respuestas, proyectan que el 24,6% de las personas encuestadas si realizaron su emprendimiento a raíz de la pandemia mientras que el 75,4% indicaron que no pusieron su negocio por consecuencia del Covid-19.

10.- Para realizar su emprendimiento requirió apoyo de:

TABLA N° 11

Opciones de respuesta	Total	Porcentaje
Ayuda de inversionista	6	10,5%
Uso de ahorros	39	68,4%
Préstamo bancario	12	21,1%
TOTAL	57	100%



Fuente: Investigación

Elaborado por: Sheila Pfeil La Rosa

Total, de personas encuestadas: 57

Análisis: Según estas dos respuestas, arrojan que el 61,4% de las personas encuestadas perdieron su plaza de trabajo mientras que el 38,6% aún conservan su puesto laboral.

3.6 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las mejores estrategias que los emprendedores Guayaquileños pueden utilizar en este tiempo de confinamiento a consecuencia del Covid-19 para que su negocio tenga una mejor estabilidad en el mercado?

3.7 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una aplicación y plataforma digital que le brinde ayuda a los nuevos y futuros emprendedores de manera que sirva de guía con pautas esenciales para desarrollar correctamente su emprendimiento.

3.8 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear una página web que ofrezca ayuda a los nuevos y futuros emprendedores para que estén mejor informados.
- Insertar un video instructivo para organizar las ideas del emprendedor.
- Crear una aplicación que sea una adaptación a la página web.
- Incentivar a los emprendedores a emplear las nuevas estrategias del marketing digital en la que pueden ser de gran ayuda para su negocio.

- Brindar una guía informativa con tips o consejos necesarios para el emprendedor.

CAPÍTULO IV

4.1 PROPUESTA

Construir una nueva herramienta y plataforma tecnológica que le permita a los emprendedores actuales a desarrollar de manera eficiente las actividades empleadas en su negocio; permitiéndoles identificar los métodos más eficaces para aumentar su rentabilidad durante el tiempo de confinamiento por el Covid-19.

4.2 INTRODUCCIÓN

Se utilizarán plataformas que nos permitan la maquetación de la página web, que servirá de apoyo para los emprendedores, a través de una guía informativa teniendo en cuenta los tips o consejos que se le facilitarán para que ellos puedan organizar mejor sus ideas al momento de poner su negocio o si ya lo tiene establecido esto le ayudará a llevar una mejor organización en su emprendimiento.

De la misma manera obtendrán una aplicación móvil, con la cual podrán ingresar de manera fácil y directa para visualizar cada uno de los emprendimientos disponibles y observando que ofrecen cada uno de ellos.

Para la elaboración de pagina web se utilizará el administrador Joomla.

Para el desarrollo de la aplicación móvil se usará App Inventor 2 perteneciente a la empresa de Google.

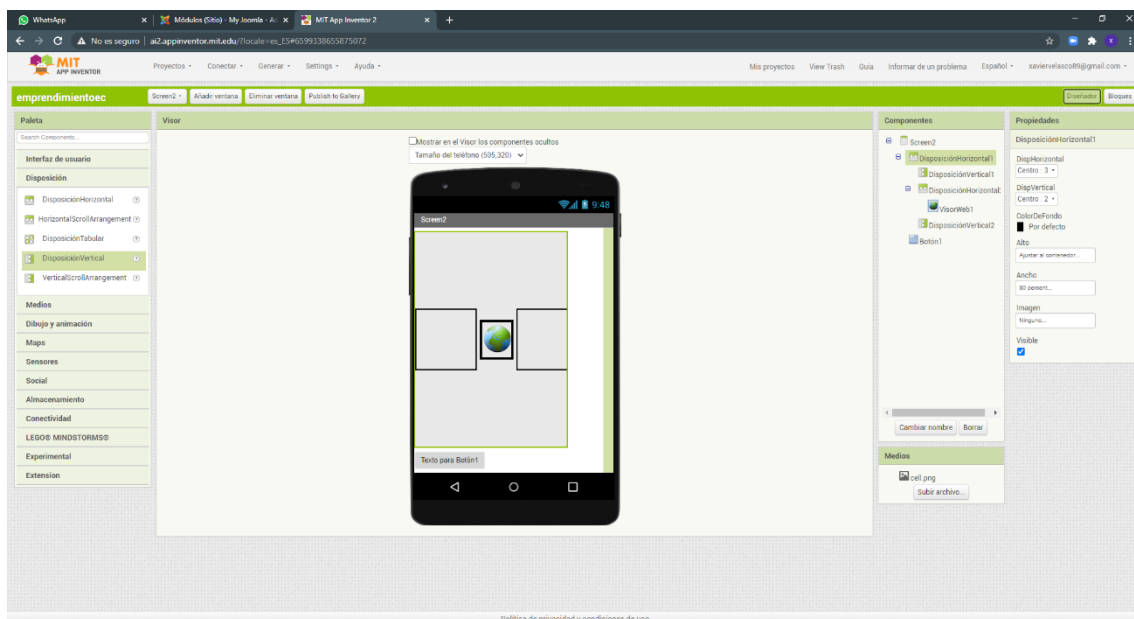
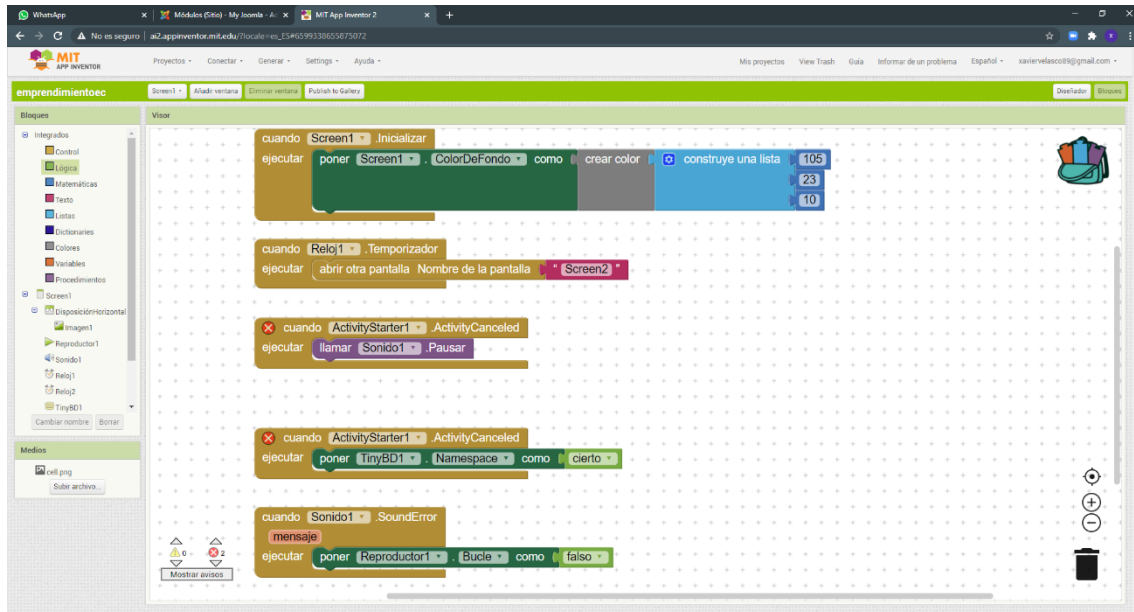


BAUHAUS 93

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz





WhatsApp | Módulos Datos de acceso - My Joomla | MT App Inventor 2

emprendecurgent.com/administrator/index.php?option=com_modules&view=module&layout=edit&id=16

Inicio | Sistema | Usuarios | Menús | Contenido | Componentes | Extensiones | Ayuda

My Joomla!

Guardar | Guardar y cerrar | Guardar y nuevo | Guardar como copia | Cerrar

¿Habilitar las estadísticas de Joomla?

Siempre | Una vez | Nunca

Título: Registro de usuarios

Módulo: Asignación de menú | Avanzado | Permisos

Datos de acceso

Este módulo muestra un formulario de datos de acceso que permite la introducción del nombre de usuario y contraseña. También muestra un enlace para recuperar una contraseña olvidada. Si el registro de usuarios está habilitado (Usuarios > Opciones), se mostrará otro enlace, el cual facilitará el acceso a un formulario de registro, que permita iniciar el proceso de creación de una cuenta de usuario.

Mostrar el título: Mostrar Ocultar

Posición: off-canvas

Estado: Publicado

Inicio de la publicación:

Finalización de la publicación:

Acceso: Public

Orden: 1 Login Form

Idioma: Todos

Nota:

Ver sitio | Administrador | Mensajes | Desconectar

Joomla! 3.9.24 — © 2021 My Joomla!

WhatsApp | Artículos: Editar - My Joomla | MT App Inventor 2

emprendecurgent.com/administrator/index.php?option=com_content&view=article&layout=edit&id=4

Inicio | Sistema | Usuarios | Menús | Contenido | Componentes | Extensiones | Ayuda

My Joomla!

Guardar | Guardar y cerrar | Guardar y nuevo | Guardar como copia | Versiones | Cerrar

Artículos: Editar

Joomla! podría necesitar de su permiso para recolectar algunas estadísticas básicas.

Para poder entender mejor la base de nuestra instalación y el entorno de trabajo del usuario final, este plugin le será útil si lo usa para enviar cierta información de su sitio al administrador desde Plugins > Sistema - Estadísticas de Joomla! Seleccione aquí para ver la información de su sitio al administrador.

¿Habilitar las estadísticas de Joomla?

Siempre | Una vez | Nunca

Título: CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR

Contenido | Imágenes y enlaces | Opciones | Extra Fields | Publicación | Opciones de la pantalla de edición | Permisos

Editar | Insertar | Ver | Formato | Tabla | Herramientas

• **Visión:** Un emprendedor debe tener un oficio que le permita anticiparse al mercado, para que el startup de su negocio público objetivo.

• **Iniciativa:** Debe de llevar la iniciativa por delante de todo, pues es una persona que se plantea continuamente nuevos proyectos e ideas.

• **Pasión:** Un emprendedor que no posee pasión por lo que realiza no tiene ningún sentido, y su negocio puede ser un total fracaso. El emprendedor debe sentirse con total entusiasmo para llevar a cabo lo que se ha propuesto realizar, defendiendo con firmeza y pasión su idea, pues de esto dependerá que su proyecto crezca ya que de ello dependerá su éxito o fracaso.

• **Ambición:** Cualquier servicio o negocio emprendedor debe tener un líder ambicioso. Hay que tener claro que es lo que se quiere conseguir, y luego plantear como lo vamos a lograr, esto ayudará al emprendedor a ver el camino con mayor claridad.

• **Liderazgo:** El proyecto emprendedor necesita de un buen líder que tenga la capacidad de influencia especial y sepa conectarse con sus trabajadores. El líder de equipo debe ser capaz de comunicar correctamente las ideas de manera brillante hasta el punto de generar motivación, y explotar las mejores virtudes de los que forman parte de su equipo de trabajo.

• **Resolutivo:** Otra cualidad del emprendedor es tener la capacidad de resolver los inconvenientes o situaciones difíciles de una manera rápida y eficaz, esto es importante para un proyecto que acaba de nacer.

• **Creativo:** El emprendedor debe tener una mente abierta, creativa e innovadora. Su inspiración no tiene que tener límites al momento de idear un proyecto innovador, más bien debe resolver con cierta creatividad posibles problemas o plantear alternativas que no tengan nada que ver con lo comúnmente conocido.

• **Asertivo:** Debe mostrarse seguro de sí mismo y que el resto lo pueda ver. Es muy importante esta faceta ya que el emprendedor dejará ver su seguridad y confianza que tiene en sí mismo, y al mismo tiempo que le permita orientarse a los objetivos ya planteados.

• **Capacidad de aprendizaje:** Se necesita poseer una muy buena actitud tanto para lo bueno que vendrá, como para lo malo que está por llegar. Otras de las grandes cualidades que debe tener un emprendedor es aprender de los aciertos y errores que suceden día a día.

• **Optimista:** Esta cualidad ayudará al emprendedor a convertir las amenazas en oportunidades y a desarrollar una mentalidad constructiva; de la misma manera favorecerá a cumplir con cada una de las anteriores cualidades, ya que le permitirá afrontar con mayor actitud cualquier adversidad que se le presente.

Idioma: Todos

Etiquetas:

Nota:

Nota de la versión:

Ver sitio | Administrador | Mensajes | Desconectar

Joomla! 3.9.24 — © 2021 My Joomla!

WhatsApp | Plantillas Entitas (Site) | My bo... | TIPOS DE EMPRENDEDORES | MIT App Inventor 2

No es seguro | emprendec.turgenla.com/index.php/tipos-de-emprendedores

TIPS CONSEJOS TIPOS DE EMPRENDEDORES CARACTERÍSTICAS

Emprende ec.

TIPOS DE EMPRENDEDORES

Administrator | [Uncategorized](#) | 19 Enero 2021 | Visto: 3

Los tipos de emprendedores son:

- **Innovador o Visionario:** Es aquel que busca nuevas maneras de solucionar un problema, adelantándose a las tendencias del momento y que estas sean más accesibles y económicas para un sector de la población. Piensa en proyectos de largo alcance y desarrolla planes para hacerlos rentables en un futuro.
- **Inversionista:** Es el que cuenta con los recursos necesarios, buscando rentabilizar su dinero con proyectos e ideas innovadoras para poner dinero sobre ellas y lograr desarrollarlas; actúa como un socio capitalista, cuyo único riesgo y repercusión suele ser del asesoramiento y de aportar capital.
- **Especialista:** Suele tener un perfil metódico y técnico. Y aunque empieza un proyecto empresarial, sus conocimientos se concentra en las ideas para un sector específico y busca generar impacto a nivel corporativo. La mayoría son profesionales que combinan sus conocimientos con el emprendimiento y desarrollan un proyecto que le permita generar dinero.
- **Persuasivo:** Es la punta de la lanza de un proyecto, es quien arrastra y convence a cada persona de su equipo, es bueno para liderar más que desarrollar el producto o servicio innovador.



WhatsApp | Plantillas Entitas (Site) | My bo... | Características | MIT App Inventor 2

No es seguro | emprendec.turgenla.com/index.php/caracteristicas

TIPS CONSEJOS TIPOS DE EMPRENDEDORES **CARACTERÍSTICAS**

Emprende ec.

CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR

Administrator | [Uncategorized](#) | 19 Enero 2021

You are muted. Press Alt+A to unmute your microphone, or press and hold the SPACE key to temporarily unmute.



- **Visión:** Un emprendedor debe tener un olfato que le permita anticiparse al mercado, para que el startup de su negocio realmente satisfaga las necesidades de su público objetivo.
- **Iniciativa:** Debe de llevar la iniciativa por delante de todo, pues es una persona que se plantea continuamente nuevas propuestas y oportunidades. Esto es necesario e indispensable para que el producto o servicio que desarrolle sea totalmente innovador.
- **Pasión:** Un emprendedor que no posee pasión por lo que realiza no tiene ningún sentido, y su negocio puede ser un total fracaso. El emprendedor debe sentirse con total entusiasmo para llevar a cabo lo que se ha propuesto realizar, defendiendo con firmeza y pasión su idea, pues de esto dependerá que su proyecto crezca ya que de ello dependerá su éxito o fracaso.
- **Ambición:** Cualquier servicio o negocio emprendedor debe tener un líder ambicioso. Hay que tener claro que es lo que se quiere conseguir, y luego plantear como lo vamos a lograr, esto ayudará al emprendedor a ver el camino con mayor claridad.
- **Liderazgo:** El proyecto emprendedor necesita de un buen líder que tenga la capacidad de influencia especial y sepa conectarse con sus trabajadores. El líder de equipo debe ser capaz de comunicar correctamente las ideas de manera brillante hasta el punto de generar motivación, y explotar las

emprende ec. TIPS CONSEJOS TIPOS DE EMPRENDEDORES CARACTERÍSTICAS

1. Invierte sabiamente en tu emprendimiento.
2. Trabaja en lo que te beneficie.
3. Corre riesgos.
4. Cree en ti mismo.
5. Ten una visión y misión de tu negocio.
6. Encuentra personas que te brinden apoyo.
7. No temas emprender.
8. Toma acciones en tu negocio.
9. Ten paciencia y perseverancia.
10. Maneja tu energía no tu tiempo.
11. Construye un buen equipo de trabajo.
12. Aprende de los errores que cometes.
13. Conoce a tu consumidor.
14. Pide la opinión de tu cliente.
15. Da más de lo esperado.

LOS MEJORES TIPS PARA EMPREN...
TIPS PARA EMPRENDER

Anterior

emprende ec. TIPS CONSEJOS TIPOS DE EMPRENDEDORES CARACTERÍSTICAS

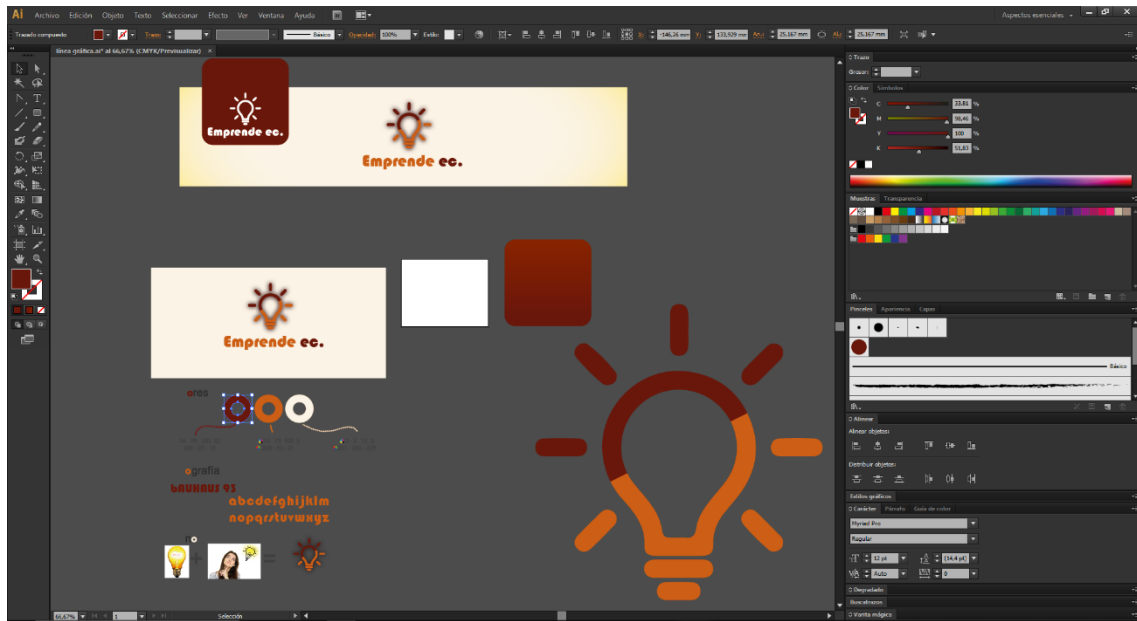
Emprende ec.

Consejos para un emprendedor principiante

Administrador [Utaalegryisoc](#) 19 Enero 2021 · Visto: 2

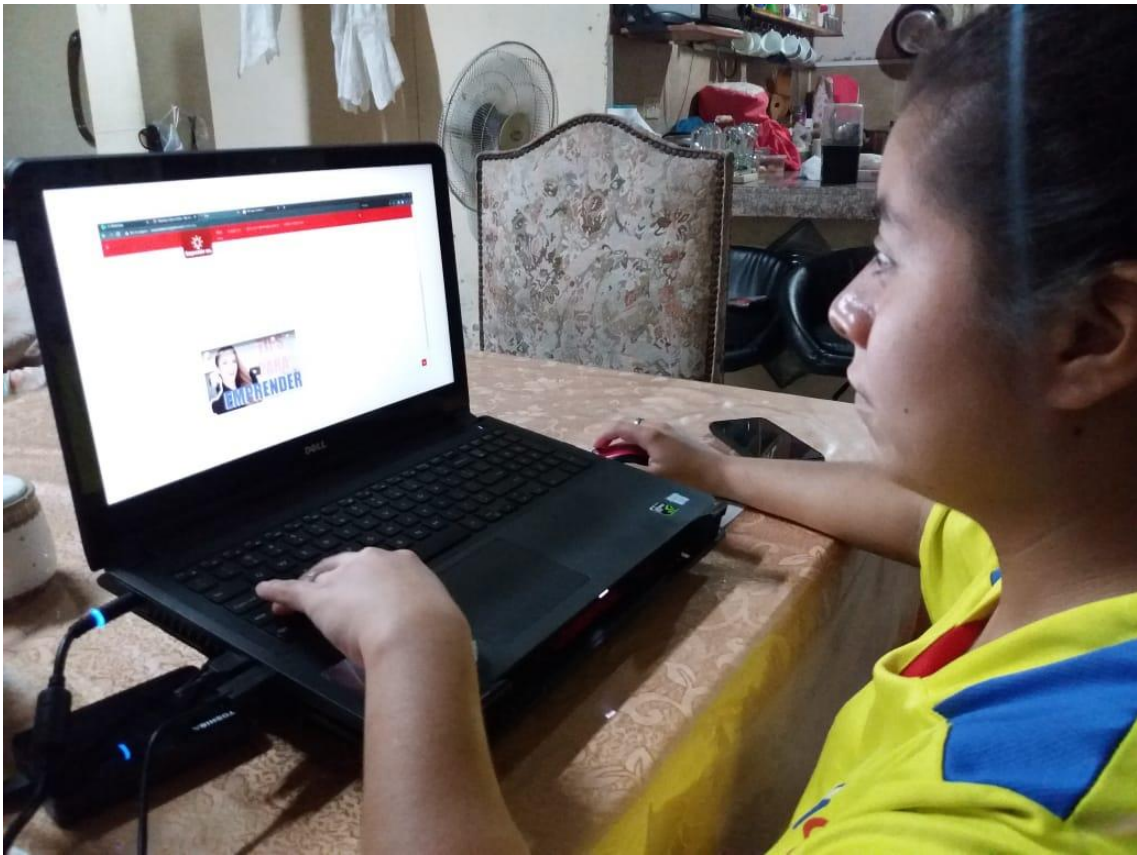
1. Busca lo positivo
Intenta alejarte de personas que te digan que no es un buen momento para comenzar tu emprendimiento, que no puedes conseguirlo o porque los tiempos son malos. Más bien siempre piensa que es un buen momento para generar una buena idea.
2. Procura aprender
No refutes por lo que obtienes cada día, sino alégrate por lo que siembras, por lo que lograrás a largo plazo. Se perseverante, paciente y constante. Recuerda que a lo largo del camino seguramente cometerás muchos errores de los cuales debes aprender.

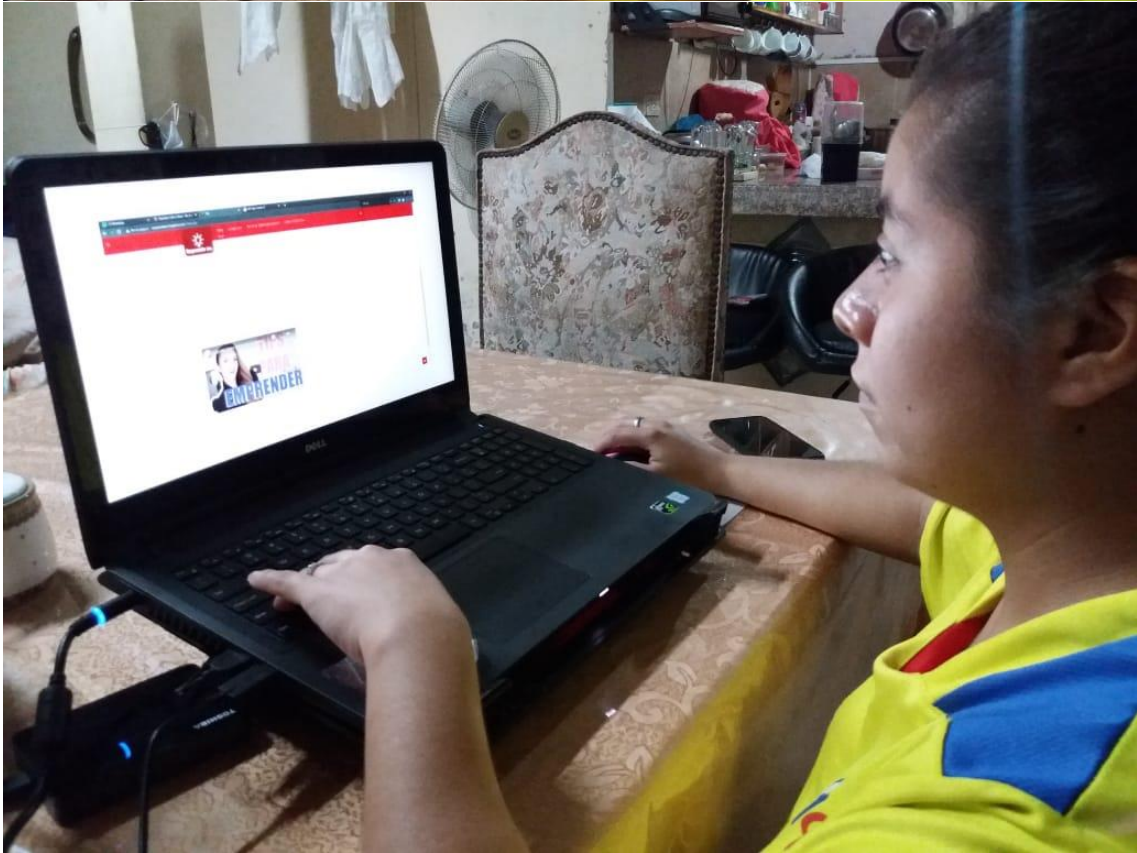
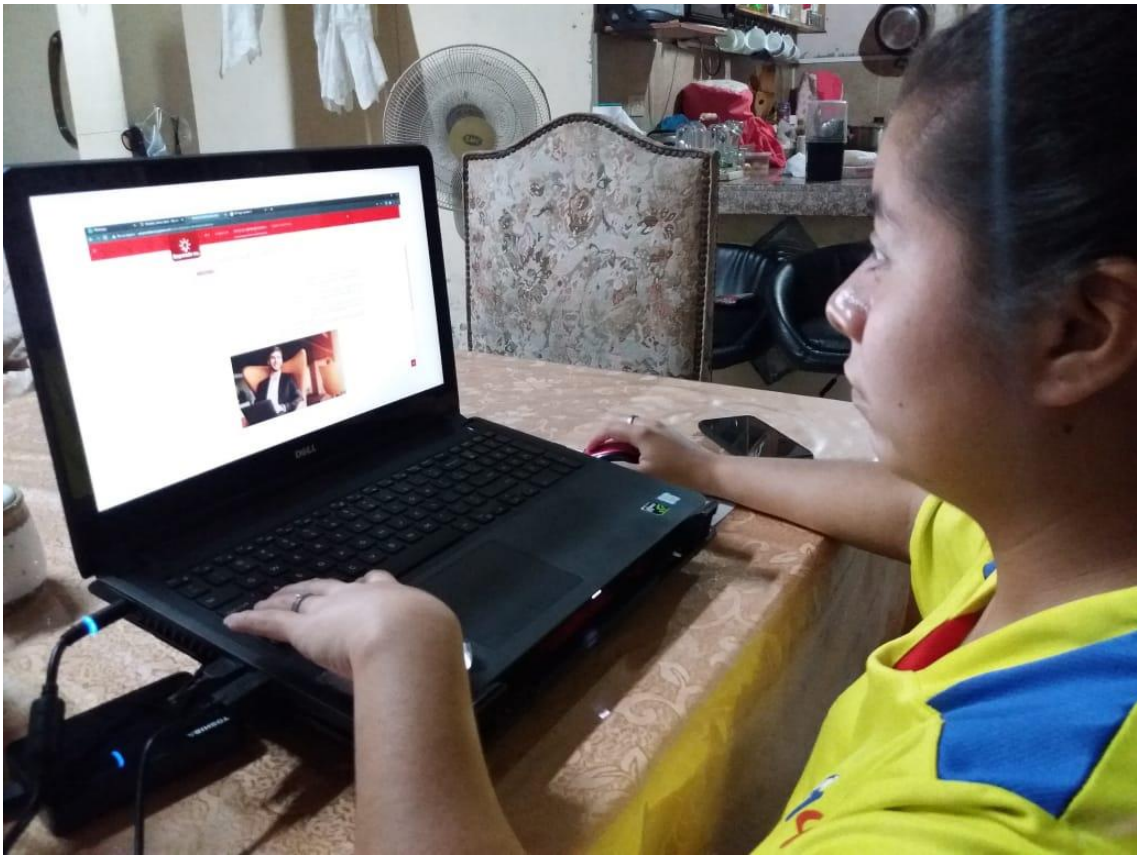
Características...



CAPÍTULO V

ANEXOS





CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Ferreira, N. M. (26 de Diciembre de 2020). *OBERLO*. Obtenido de <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>.
- Station, E. d. (20 de Junio de 2017). *Marketing Digital*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/co/marketing-digital/>
- group, C. (14 de Noviembre de 2018). *OBS BUSINESS SCHOOL*. Obtenido de Tendencias en Innovación: <https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/direccion-general/que-es-emprendimiento-definicion-y-perspectivas>
- Christina Newberry, N. C. (7 de Agosto de 2019). *HootSuite*. Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/publicidad-en-redes-sociales/>
- EscobaR, C. (18 de Abril de 2018). *Sprout Social*. Obtenido de <https://sproutsocial.com/insights/publicidad-en-redes-sociales/>
- MartinZwilling. (15 de Abril de 2019). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/265756>
- Peçanha, V. (2019 de Febrero de 2019). *RockContent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Valencia, G. (12 de Abril de 2019). *Cámara Valencia*. Obtenido de <https://www.mastermarketing-valencia.com/comunicacion-publicidad/por-que-es-importante-hacer-publicidad-en-redes-sociales/>