

La reapertura y la resiliencia durante el COVID-19, el giro de los alimentos en Celaya, Guanajuato: Un estudio de caso

Reopening and resilience during COVID-19, the food pivot in Celaya, Guanajuato: A case study

Reabertura e resiliência durante a COVID-19, a virada da alimentação em Celaya, Guanajuato: um estudo de caso

Recibido: 08/08/2024 - Aprobado: 27/09/2024 - Publicado: 10/10/2024
Proceso de Avaliação: Double Blind Review

Júlio Cesar Montiel Flores¹
Alvaro José Patiño Saucedo²

RESUMEN

Emprendedor es quien toma la decisión de materializar un proyecto de emprendimiento y prestar un servicio u ofrecer un producto. Esta investigación tuvo como objetivo indagar qué tan resilientes fueron algunos emprendimientos celayenses en el giro de alimento en su reapertura durante la pandemia del Covid-19 en el periodo 2020-2022. Este estudio se desarrolló bajo una metodología cualitativa como un estudio de caso y la herramienta utilizada para la recolección de datos fue la entrevista, se realizaron preguntas que permitieran captar información importante y generara un gran aporte a la investigación. Los resultados obtenidos demuestran la resistencia y perseverancia en los emprendedores en la reapertura de su emprendimiento a pesar de la disminución de sus ventas y la pérdida de clientes; usando algunas estrategias nuevas y otras con base a su experiencia como: las entregas a domicilio, buscar financiamiento con los familiares, implementar las medidas de bioseguridad, entre otras.

Palabras claves: emprendimiento, pandemia, resiliencia, retos.

ABSTRACT

Entrepreneur is the one who makes the decision to materialize an entrepreneurial project and provide a service or offer a product. The objective of this research was to investigate how resilient some celayense enterprises were in the food business in their reopening during the Covid-19 pandemic in the 2020-2022 period. This study was developed under a qualitative methodology as a case study and the tool used for data collection was the interview, questions were asked that allowed capturing important information and generated a great contribution to the investigation. The results obtained demonstrate the resistance and

¹ Profesor del Departamento de Finanzas y Administración de la División de Ciencias Sociales y Administrativas de la Universidad de Guanajuato. jc.montiel@ugto.mx

² Profesor del Departamento de Finanzas y Administración de la División de Ciencias Sociales y Administrativas de la Universidad de Guanajuato. aj.patino.saucedo@ugto.mx

perseverance of the entrepreneurs in reopening their business despite the decrease in their sales and the loss of clients; using some new strategies and others based on their experience such as: home deliveries, seeking financing with family members, implementing biosecurity measures, among others.

Keywords: *entrepreneurship, pandemic, resilience, challenges.*

RESUMO

É empreendedor quem toma a decisão de materializar um empreendimento e prestar um serviço ou oferecer um produto. Esta pesquisa teve como objetivo investigar o quão resilientes foram algumas empresas de Celaya no setor alimentar quando reabriram durante a pandemia de Covid-19 no período 2020-2022. Este estudo foi desenvolvido por meio de estudo de caso qualitativo e o instrumento utilizado para coleta de dados foi a entrevista. Os resultados obtidos demonstram a resistência e perseverança dos empresários em reabrir os seus negócios, apesar da diminuição das vendas e da perda de clientes. Foram utilizadas algumas estratégias novas e outras baseadas na experiência como: entregas domiciliares, busca de financiamento com familiares, implementação de medidas de biossegurança, entre outras.

Palavras-chave: *empreendedorismo, pandemia, resiliência, desafios.*

1. INTRODUCCIÓN

El emprendedor se considera como alguien generador del crecimiento económico, desempeñando un papel importante dentro de una población y en el desarrollo de la economía; en ocasiones cuando se habla o se refieren a la creación de nuevos negocios, por lo general tiene como figura principal a un emprendedor (Bucardo et al., 2015).

La resiliencia fue una de las bases fundamentales en los emprendedores para seguir desarrollando su actividad y poder mantenerse en el mercado, trayendo con ella una faceta innovadora y creativa. Permitiéndole crear estrategias acordes a la situación presente en el momento, debido a la incertidumbre del contexto pandémico que pudiera detonar el alza en los precios de los productos, generar una mayor demanda o por el contrario disminuir los precios y la demanda; por ende, debían ser resilientes para poder afrontar cualquier situación negativa presente en esos momentos (Torres et al., 2021).

Se pretende investigar cómo fue el comportamiento de los emprendedores en la reapertura de su emprendimiento durante el tiempo de pandemia en el giro de alimento por medio del método cualitativo. A través de la revisión de la literatura inicialmente de libros

como: Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada de Anselm Strauss y Juliet Corbin (2002) y la metodología de las ciencias sociales y el enfoque cualitativo en las organizaciones de Omar Aktouf (2001), entre otros.

Los cuales servirán de apoyo para obtener el conocimiento de como emplear el método cualitativo en una investigación, realizar un instrumento (una entrevista o encuesta) que nos permita recolectar la información necesaria para desarrollar la investigación y así poder llevarlo a cabo con el o los emprendedores ubicados en la ciudad de Celaya-Guanajuato que se decidan a colaborar.

La investigación estará dividida en las siguientes partes: en primer lugar, revisión de la literatura; segundo, metodología de la investigación; tercero, se exponen los resultados y por último las conclusiones.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. El Emprendedor

Según Azqueta (2017) el origen de las palabras emprendedor, empresa y el verbo emprender tienen una procedencia francesa, expresándose como *entrepreneur*, *entreprise* y *entreprendre*, en su respectivo orden. Entre los siglos XVI y XVII se le daban características de emprendedor a aquellos que eran capaces de tener iniciativa, ser valientes y audaces. Motivos por los cuales se les conocía con este nombre a aquellos dirigentes de expediciones militares, capitanes encargados de reclutar mercenarios para estar al servicio de príncipes o ciudades; su significado de pionero daba cabida para referirse a los aventureros con ganas de iniciar un viaje sin saber que les esperaba en un nuevo mundo.

Terán y Guerrero (2020) en su libro de “Teoría de Emprendimiento”, narran que Cantillon en 1755 fue el primero en llevar al campo de la economía la ocupación de un emprendedor, definiéndolo como aquella persona que se atreve a tomar el riesgo de adquirir un producto en cierto valor, para luego tener que venderlo a un precio del cual ni siquiera él puede estar seguro.

Asimismo, Bucardo et al. (2015) consideraron al emprendedor como aquella persona dedicada a la compra de productos a un precio establecido para luego venderlos o negociarlos

por un mayor valor en el mercado, valor del cual no se tenía conocimiento al momento de adquirir el producto. Quien se enfrenta a los riesgos financieros, se decide a ayudar al crecimiento económico de una región o país con la creación de una empresa, contribuye a la generación de empleos e incrementa la competencia en el mercado. Entendiendo que debe dedicar mucho tiempo y esfuerzo a la misma. (Charles et al., 2019).

Para Montiel et al. (2021) el emprendedor por medio del emprendimiento busca la forma de generar mayores ganancias a las que obtendría trabajando para otras personas y al mismo tiempo está creando nuevos productos para generar una mayor competencia en el mercado, nuevos puestos de trabajo y nuevas oportunidades para trabajar a otras personas.

Por otro lado, para Pérez et al. (2019) los emprendedores se mueven dentro de un entorno donde existen unos factores primordiales como: el ambiente, el sitio o lugar donde desarrollan sus actividades y las personas que lo rodean (familiares y amigos). El Monitor Global de Emprendimiento (GEM) por sus siglas en inglés, tiene en cuenta para el ecosistema de un emprendedor 6 dimensiones señaladas como importantes para el desarrollo de sus actividades: el gobierno, redes de comunicaciones y sociales, inversionistas, familiares y amigos, las comunidades y universidades; estos ayudan a enlazar el emprendimiento con el entorno donde se desenvuelven.

2.2. Retos a los que se enfrentaron los emprendedores

El informe brindado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2020), para la fecha de enero 30 del 2020 el Covid-19 quien ya había sido declarado epidemia avecinaba una gran emergencia de salud pública que generaría preocupación internacional por su extensión a través de varios países. Luego, el 11 de marzo del 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) anuncia como pandemia la enfermedad causada por el coronavirus 2019 (Covid-19). “La pandemia de COVID-19 ha implicado choques tanto de oferta como demanda que han ocasionado importantes afectaciones a los diversos sectores de actividad económica” (Banco de México, 2021, pág. 1).

Según Chiatchoua et al. (2020) a nivel mundial se realizaron estudios con el fin de conocer los impactos macroeconómicos ocasionados globalmente por esta pandemia, a través de estos se observó que para los empresarios no fue nada fácil pasar por este proceso y al igual que otros sectores económicos estuvieron lidiando con los efectos presentados por esta

crisis y buscando la manera de proteger a sus empresas. La pandemia afectó varios sectores económicos en México.

Por otra parte, el Banco de México (2022, pág. 78) en su reporte trimestral sobre las economías regionales correspondiente a enero-marzo, informa que:

Los efectos de los choques de la pandemia, que aún no se han resuelto, a los cuales se agregaron los más recientes derivados del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania continuaron presionando al alza a la inflación general anual de todas las regiones. Las disrupciones en las cadenas de producción y abastecimiento y el aumento en los precios de materias primas, agravado por dicho conflicto, siguieron afectando los costos de producción en un entorno de baja flexibilidad de la oferta y de todavía una elevada demanda a nivel global, lo que ha derivado en la persistencia del desbalance entre oferta y demanda en diversos mercados. Así, la inflación aumentó en el primer trimestre de 2022 en todas las regiones y se ha mantenido en niveles elevados, situándose en mayo incluso por arriba de los registrados en ese trimestre.

En un informe realizado por Ewing Marion Kauffman (como se citó en Soldevila, 2021) se dan a conocer los retos enfrentados por los emprendedores menores a un año y de uno a cinco en la reapertura gradual económica después del Covid-19 (tabla 1).

Tabla 1. Principales retos a los que se enfrentaron los emprendedores menores a 1 año y de 1 a 5 años en la reapertura económica.

< 1 año de antigüedad	De 1 a 5 años
Encontrar nuevos clientes (80 %)	Encontrar nuevos clientes (76 %)
Fondos para iniciar el negocio (72 %)	Fondos para hacer crecer el negocio (64 %)
Mantener a los clientes existentes (68 %)	Mantener a los clientes existentes (59 %)
Fondos para hacer crecer el negocio (64 %)	Duda y miedo (59 %)

Nota. Adaptada principales retos a los que se enfrentan los emprendedores en base a la edad de la empresa, de Lluís Soldevila, 2021 (<https://bit.ly/3wQtbw0>).

Con la llegada del Covid-19 se empieza a crear la incertidumbre sobre cómo afrontar una crisis de tan grande magnitud y los efectos que conllevaba. Aunque, no solo generaría efectos negativos a los negocios y en la economía mexicana, también abriría la posibilidad de crear nuevas empresas a raíz de las necesidades presentes; era cuestión de analizar los factores externos e internos, en épocas de crisis también pueden empezar a surgir ideas en

busca de transformar la realidad que se está viviendo, crear un valor agregado por medio de la innovación y nuevos modelos de negocios. Todo esto se puede lograr a través de un espíritu emprendedor, el compromiso con la causa, los ecosistemas y la resiliencia empresariales (Montiel et al., 2021).

2.3. Impacto del Covid-19 en el sector alimentario

Una de las características del sector primario es ofrecer producto de primera necesidad (alimentos), motivos por los cuales se considera que este sector resultó menos afectado respecto al sector de servicio y manufactura por el Covid-19. Pero, al cerrarse las rutas de transporte y las prohibiciones a raíz del aislamiento se entorpecieron los procesos de distribución y entrega de alimentos frescos, generando un aumento en las pérdidas y desperdicios de los productos (Martínez et al., 2021).

Las empresas de alimentos y bebidas al igual que otros sectores han sufrido un aumento en sus costos debido a las medidas de seguridad extraordinarias implementadas, incluyendo las laborales, para la prevenir terminar contagiados y al mismo tiempo se observaba una disminución en sus ingresos como consecuencia de la crisis del Covid-19 (Migueláñez, 2021).

Igualmente, en el reporte de boletín N°11 de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) por sus siglas en inglés, informa que:

A causa de restricciones impuestas para evitar la propagación del COVID-19, el principal escollo que la agricultura familiar debe sortear no es la disponibilidad de mano de obra – los pequeños predios agrícolas son, después de todo, unidades de autoempleo familiar –, sino la falta de liquidez de los productores (FAO, 2020, pág. 3).

2.4. La Resiliencia

La resiliencia es definida por la Real Academia Española (RAE, 2021) como la “capacidad de adaptación de un ser vivo frente a un agente perturbador o un estado o situación adversos”.

Asimismo, de acuerdo con García et al. (2016) la resiliencia se puede definir desde cuatro puntos de vista: i) adaptabilidad: cuando se logra superar la vulnerabilidad o el riesgo al que se estuvo expuesto; ii) habilidad y/o capacidad: al lograr el éxito a pesar de las

adversidades; iii) factores externos e internos: encuentran una relación de interacción constante entes lo externo e interno (uno depende del otro), y iv) adaptación y procesos: se determina como el producto de la relación existente en un conjunto de actividades realizadas de una manera muy dinámica.

Desarrollarse y crecer de forma vigorosa en las adversidades y poder funcionar óptimamente cuando se supera un trauma causado por una u otra circunstancia se puede considerar como resiliencia; la esperanza, el optimismo, el valor o la perseverancia, entre otras. Son cualidades consideradas como fortalezas humanas y características positivas para combatir las afectaciones que puedan impactar o afectar los sentimientos, el estado de ánimo, el comportamiento y los pensamientos de una persona en momentos difíciles (Morán et al., 2019).

La relación existente entre la resiliencia y el emprendimiento se encuentra por lo menos en dos aspectos. Primero, hace énfasis a la relevancia que tiene en la personalidad del emprendedor, el aspecto que la estudia como personalidad del emprendedor tiene como punto de referencia a la psicología positiva y la percibe como una característica de factores psicológicos y cognitivos o un proceso desarrollado acorde a las condiciones en que vivan las personas; y segundo, ayuda a la empresa a levantarse de las adversidades, esta realiza un aporte a las características organizacionales (Segura, 2021).

2.5. El enfoque cognitivo en los emprendedores para ser resilientes

Para Tejada (2005) el proceso cognitivo como alternativa a la solución de problemas se puede proponer por medio de los siguientes procesos: i) definir elementos pertinentes a la situación, se desarrollan habilidades para identificar y definir problemas; ii) análisis de alternativa de solución, se desarrollan habilidad para identificar cuáles son las posibles acciones que se pueden hacer; iii) análisis de estrategia de solución; se desarrollan habilidades para identificar como se debe hacer; iv) análisis de la direccionalidad de la acción y el reconocimiento de los resultados; se desarrollan habilidad para saber hacia dónde debe ir la acción, rectificar los procesos, evaluar, reconocer la información y las respuestas correctivas del medio; y v) análisis de procesos de reestructuración: se desarrollan habilidades que ayuden a reconocer en donde está la retroalimentación, identificar los elementos de cambio y transformación, como redireccionar los procesos.

El emprendedor puede actuar desde un contexto, un lugar, con un equipo de trabajo y en un tiempo determinado, o sea, con base a situaciones. Debe analizar cada escenario para tener conocimiento de que forma puede interpretar o comprender las diferentes situaciones en que se encuentra y sobre cual se proyecta (Morúa, 2017). Empezará a recurrir a la experiencia obtenida, a recordar de qué forma se llevaban a cabo los procesos en este tipo de situaciones (la memoria) o tratará de basarse en la teoría para proyectarse construyendo o rechazando hipótesis conforme a su percepción del medio ambiente y sus representaciones mentales le vayan indicando (Morúa et al., 2019).

3. METODOLOGÍA

3.1. Método

El método de investigación que se utilizó fue el cualitativo, se tomó este enfoque por el tipo de investigación a realizar, donde se va a tener en cuenta las experiencias vividas por los emprendedores celayenses durante el periodo de pandemia del coronavirus (Covid-19). De igual forma, en el desarrollo de la investigación va a existir la necesidad de obtener datos de forma escrita, verbal, visual, entre otras. Circunstancias que conlleva a introducirse en el campo a explorar y tener contacto directo con los actores sociales en el cual se pretende desarrollar la investigación para conocer las estrategias, que tan resilientes fueron y cómo enfrentaron esta problemática desde su experiencia.

Según Strauss y Corbin (2002) la investigación cualitativa se puede llevar a cabo cuando se trata sobre experiencias vividas, las emociones y sentimientos, los comportamientos, movimientos sociales, entre otras; además, permite que dependiendo de la información recolectada se deberá revisar que tanto avance genera para la investigación y observar si se debe hacer ajustes a lo ya planteado (Hernández y Mendoza, 2018). Para la interpretación de los resultados, el análisis de las entrevistas se realizó con el software Atlas.ti versión 7.

3.2. El caso de estudio

Un estudio de caso según Yin (1994) está basado en una pregunta empírica por medio de la cual se busca investigar un fenómeno actual determinado por las vivencias de la vida real, mas, cuando el final entre el fenómeno y lo que se está viviendo no están claramente evidenciados.

Al contemplar esta investigación como un estudio de caso se pudo indagar y comprender con mayor profundidad de qué manera fueron capaces de adaptarse los emprendimientos celayenses cuando debieron reanudar sus actividades durante la pandemia del Covid-19.

La información entregada por las cinco unidades económicas del sector de alimento fue muy enriquecedora para la investigación, ya que por medio de las entrevistas realizadas permitieron captar información sobre cuál era su situación actual al momento de abrir nuevamente su de negocio, con qué recursos contaban para reiniciar, qué efectos negativos les ocasionó y cómo pudieron realizar nuevas estrategias con base a su experiencia para ser resiliente y perseverantes ante un fenómeno totalmente desconocido en su momento como fue el virus del Covid-19. Para Hernández y Mendoza (2018), en un estudio de caso se pueden utilizar de 3 a 5 casos cuando la investigación se lleva a cabo a profundidad. Pero, no se descarta la posibilidad de que se pueda seguir indagando y profundizando en ella.

3.3. Recolección de la información

La recolección de datos se llevó a cabo en los entornos laborales donde desempeñan sus actividades los emprendedores celayenses. Se le realizó una entrevista a cada uno de los participantes, teniendo en cuenta el distanciamiento social, el respeto y la disposición de escucharlos.

El desarrollo de la investigación fue de la siguiente manera: en primera instancia, se tuvo en cuenta que las personas tuvieran más de un año ejerciendo como emprendedores, así se podía tener la certeza que estuvieron presentes o estaban ejerciendo durante el periodo de pandemia, para luego consultar sobre la experiencia, estrategias y que tan resilientes debieron ser para seguir con su emprendimiento; y segundo, en el diagnóstico destacaron los criterios de resistencia y perseverancia, recursos y estrategias, desigualdad por parte del gobierno, los

efectos negativos y como se pudieron contrarrestar a partir de la experiencia con que contaban en sus emprendimientos.

El instrumento de recolección inicialmente tenía un total de 20 preguntas, pero al observar el rechazo por parte de algunos emprendedores visitados por el tiempo que les demandaba, se tomó la decisión de reducir estas a 10 preguntas, de una forma estratégicas que se pudieran abarcar dos o más de las variables principales para la investigación.

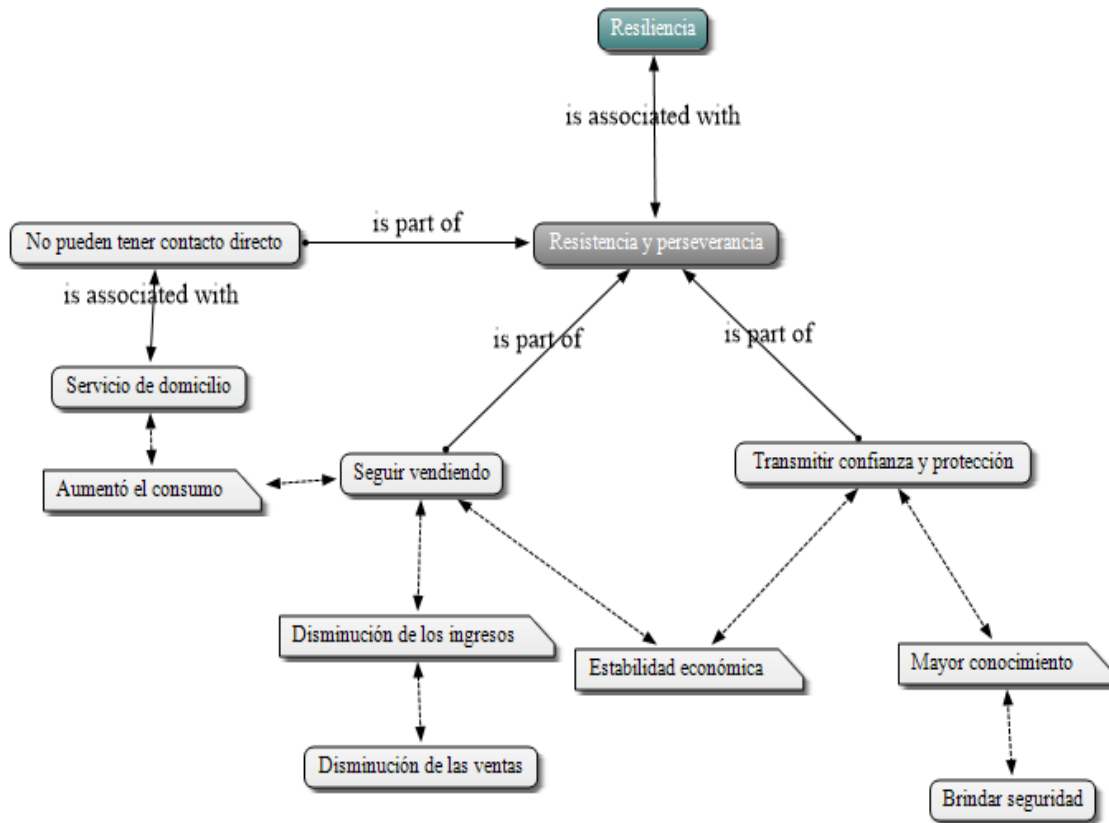
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para la obtención de los resultados se dividió el tema principal en 2 dimensiones: resiliencia y lo cognitivo/percepción; de estas se obtuvieron 5 propiedades: resistencia y perseverancia, recursos, efectos negativos, experiencia y estrategias, con base a la cuales se realizaron los análisis pertinentes de la investigación. A través del software Atlas.ti versión 7.5.7, respaldado por la teoría fundamentada que hace alusión a la generación de dimensiones y propiedades. Se procederá a mostrar los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a los cinco emprendedores celayenses, estos se muestran mediante las propiedades más relevantes que dan a conocer la resiliencia y la percepción que tuvieron para poder afrontar los retos presentado por la pandemia.

4.1. Resistencia y perseverancia

Al presentarse una situación como esta, donde su principal fuente de generar ingresos es el contacto con el cliente y no poder hacerlo, los emprendedores debieron buscar la manera de transmitirle confianza a las personas, de esta forma se podrían sentir protegidos y seguirían vendiendo sus productos para conseguir una mejor estabilidad económica en el momento. La disminución de los ingresos eran notables a raíz que disminuían las ventas, aunque hubo un momento donde la incertidumbre llegó a la puerta de las personas y creyeron en un posible desabastecimiento de la canasta familiar, por eso al inicio de la pandemia hubo un aumento considerable en las ventas, pero luego decayeron. Por lo tanto, algunos acudieron a ofrecer servicios a domicilios como hubo otros que por la ubicación y el tipo de negocio no podían ofrecerlo, estos se vieron obligados a cerrar su emprendimiento por un tiempo (figura 1).

Figura 1: Percepción de la resistencia y perseverancia

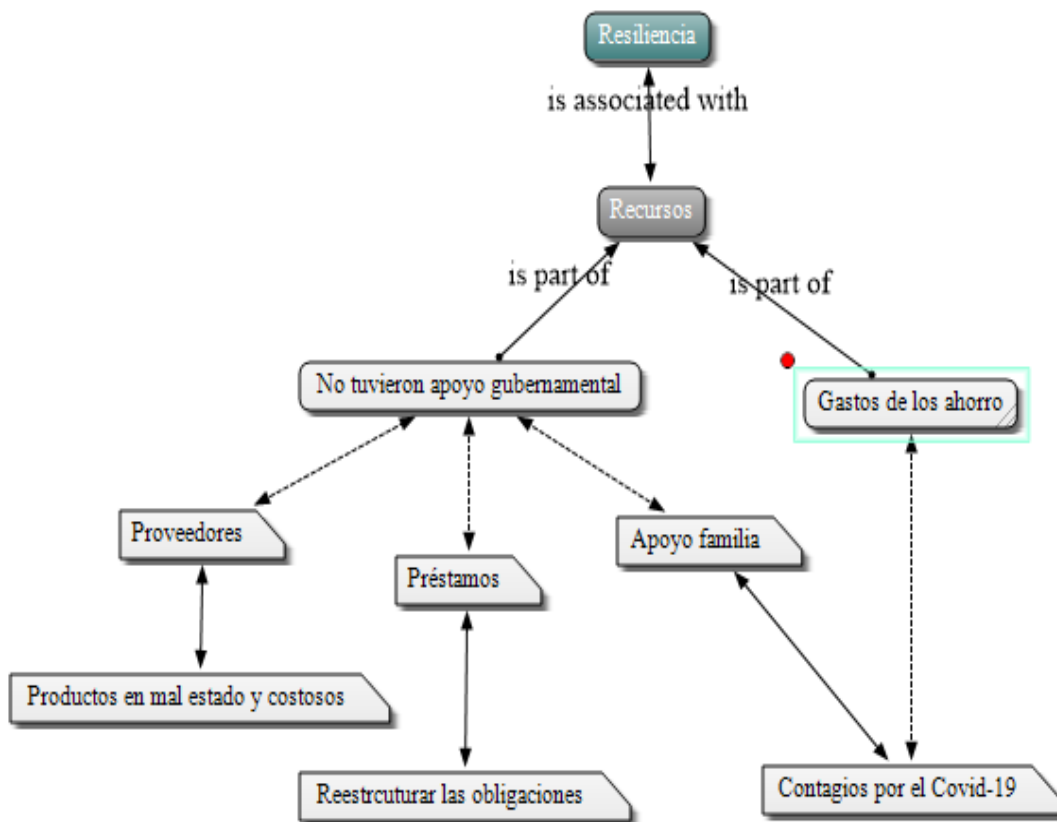


4.2. Recursos

Los emprendedores mencionan que hubo un abandono total por parte del gobierno mexicano, refiriéndose a la ausencia de contactar a los pequeños emprendedores como ellos para brindarle algún tipo de capacitación o preparación sobre cómo afrontar esta crisis y al hecho de no haber sido escuchado al momento de solicitar ayudas para el financiamiento, denotando que solo quedaron como campañas publicitarias, porque al momento de hacer las solicitudes no se contactaron con ellos ni tuvieron respuesta alguna. Motivos por los cuales debieron acudir a préstamos con entidades financieras, aunque no se tuviera certeza de cuanto ingreso iban a tener y en algunos casos tomaron como medida estratégica la reestructuración de estas obligaciones; los créditos con proveedores; a pesar de ser una ayuda en el momento, también podían presentarse perjuicios como tener que comprar a precios más alto de lo normal y las condiciones en que eran enviados los productos no resultaban ser los más

óptimos; y el apoyo familiar, por la forma de expresarse cuando llegaban a este tema, en algunos se notó descontento y en otros generó mucha felicidad, catalogándolo como su mayor empuje, apoyo moral, en el cuidado de la salud e incluso financieros y con quienes se espera contar en momento de dificultades como fue la pandemia (figura 2).

Figura 2: Percepción de los recursos



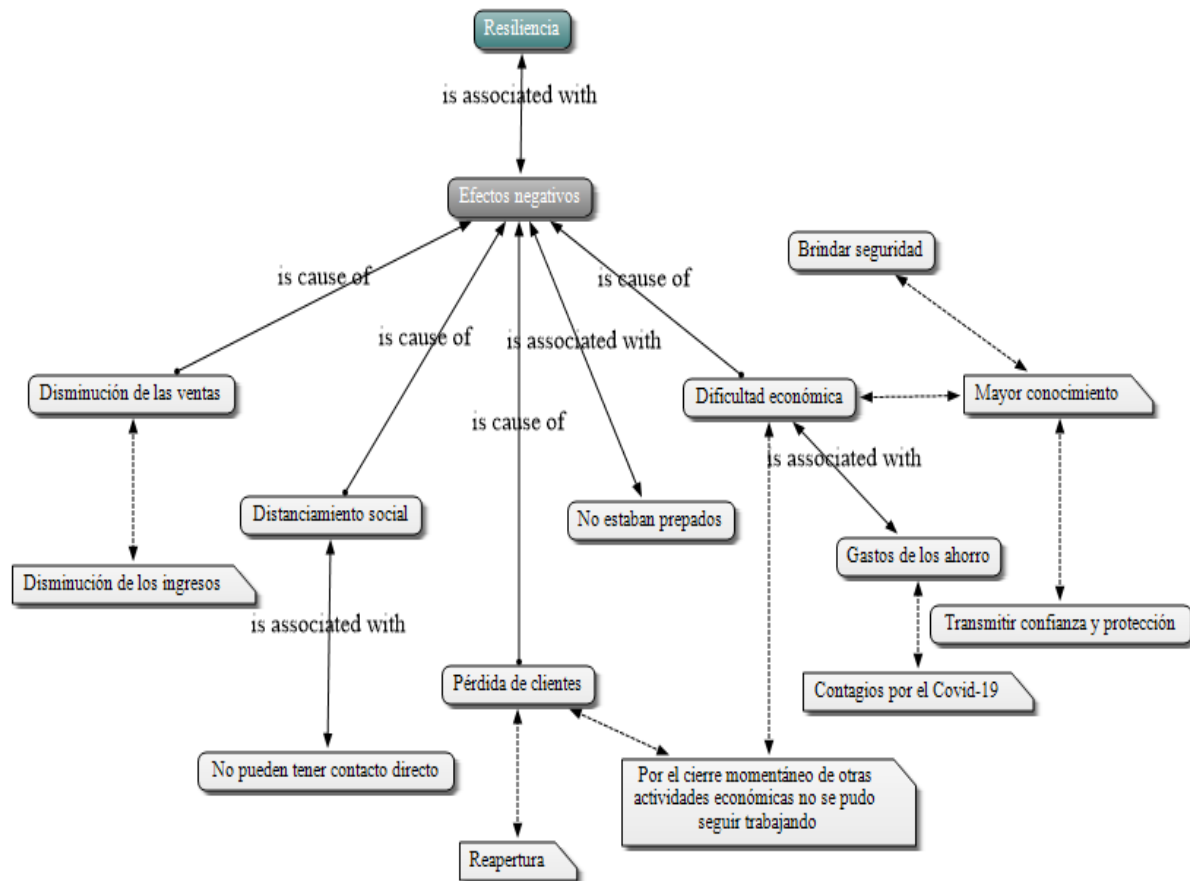
4.3. Efectos Negativos

Manifiestan no haberse imaginado tener que pasar por un evento de tan gran magnitud como lo fue la pandemia y por lo tanto no estaban preparados para ella. Las afectaciones sufridas por el distanciamiento social (medidas de precaución) dejó como consecuencia la disminución en las ventas y pérdidas de clientes, de esta forma empezaron a llegar las dificultades económicas; motivos por los cuales hubo una notable disminución en los

ingresos y se debieron subsanar tanto gastos personales como del emprendimiento con lo mucho o poco que tenían ahorrado. También, por lo cierres presentados en actividades económicas de las cuales dependían directa o indirectamente no se generaban ganancias y los resultados fue el cierre de su emprendimiento.

Luego, se presenta lentamente la reapertura económica según las directrices del gobierno, la cual permitió la reactivación y prepararse para lo que venía, ahora debían brindarle al cliente garantías de que consumir sus producto o servicio era seguro; aunque, esta reapertura ha generado un poco de controversia en algunos emprendedores, porque han perdido varios clientes y deben captar nuevos para poder generar un mayor ingreso. Pero a nivel general, dicen haber vuelto con un mayor conocimiento sobre cómo tratar el virus del Covid-19, tomar de decisiones y plantear estrategias (figura 3).

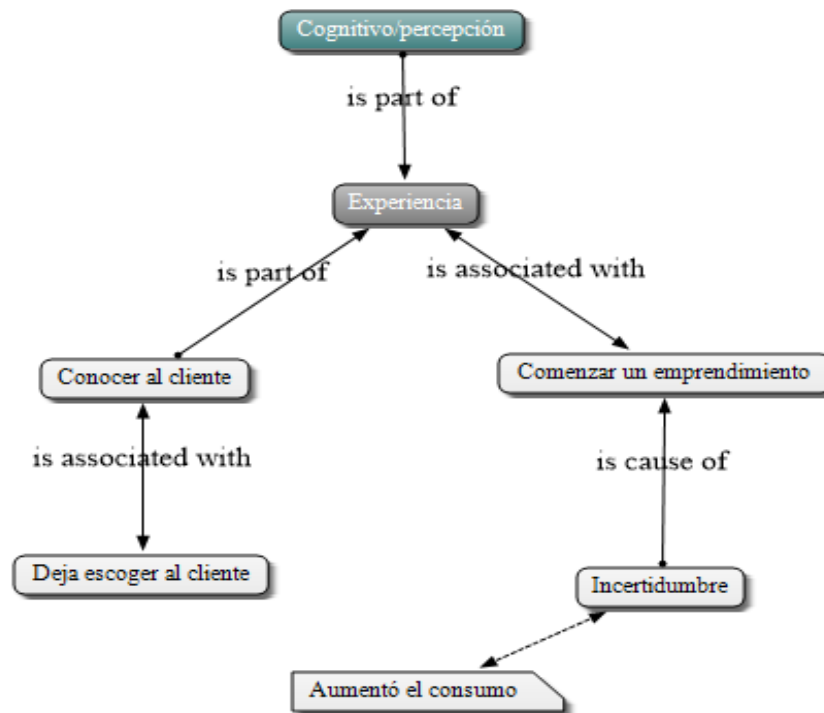
Figura 3: Percepción de los efectos negativos



4.4. Experiencias

Los emprendedores mostraron el conocimiento obtenido a través de los años sobre sus emprendimientos, el manejo que se le debe dar y saber lo que el cliente quiere o desea, situación que llevaría a tomar mejores decisiones, saber establecer estrategias con el objetivo de atraer al cliente y aumentar el consumo. Evidentemente no era fácil hacerle frente a una situación totalmente novedosa a nivel mundial, pero saber cómo se desenvuelve el entorno donde desarrollan sus actividades pudo ser ventajoso y valioso; aunque ocasione un poco de incertidumbre, así como cuando toca iniciar nuevamente con una unidad de emprendimiento, siendo el caso puntual de uno de los participantes y para otros, aunque continuaron ofreciendo el mismo producto o servicio, iniciar sin recursos económicos era casi lo mismo (figura 4).

Figura 4: Percepción de la experiencia

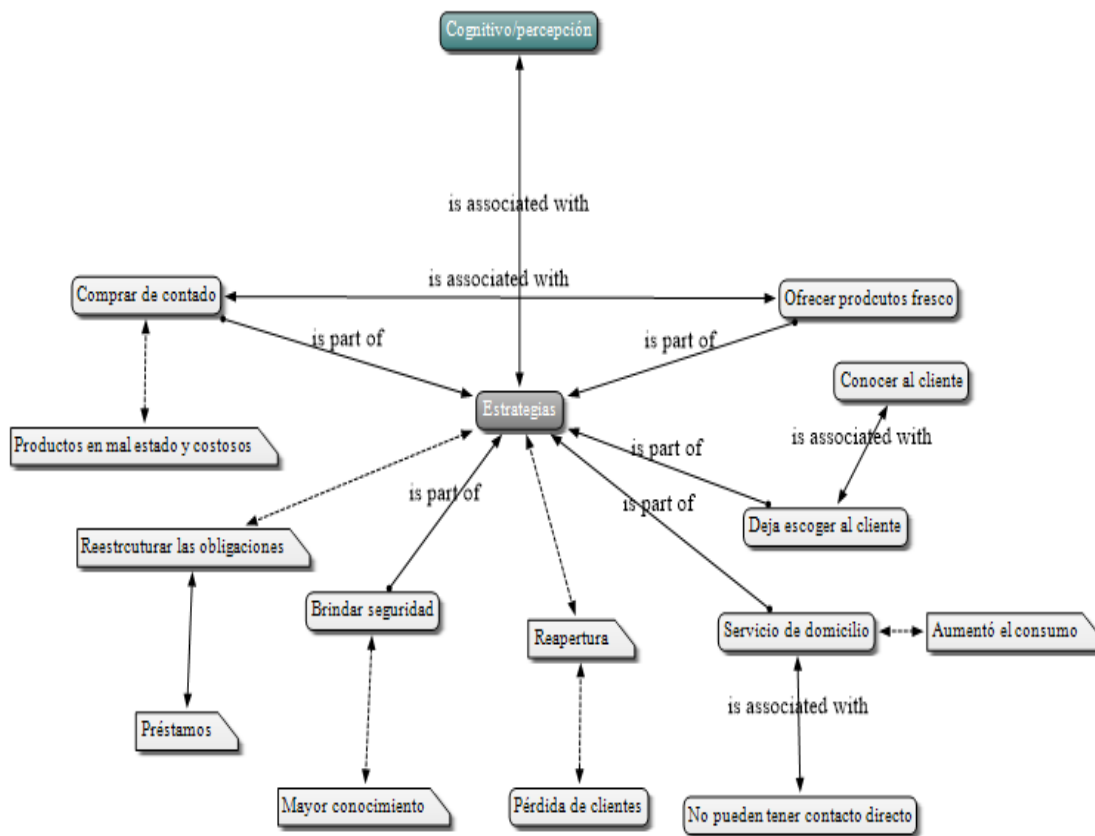


4.5. Estrategias

Desde el punto de vista estratégico se puede evidenciar como buscaban la manera de generar mayores ingresos y ofrecerles alternativas a los clientes con el fin de ofrecer un mejor servicio, aumentar la calidad y obtener mayor flujo de dinero. Entre estas estrategias se pueden destacar las siguientes (figura 5):

- **Comprar de contado:** comprando de contado podían obtener los productos a un menor precio y más fresco, así podrían superar la posible problemática que se desencadenaría al seguir comprando a crédito a un mayor valor y sin certeza del estado de los productos.
- **Reestructurar obligaciones:** se dirigieron a las entidades con las cuales obtuvieron financiamiento para acogerse a los planes o servicios ofrecidos en el periodo de pandemia, con el fin de poder solventarse económicamente y disminuir el valor a pagar por las cuotas.
- **Servicio a domicilio:** al no poder tener contacto con los clientes, ofrecieron el servicio de domicilio de entrega en la vivienda o recoger en el sitio donde estaba ubicado el emprendimiento, sólo debían comunicarse con anterioridad para armar su pedido con tiempo.
- **Medidas de bioseguridad:** aprovecharon el conocimiento adquirido sobre como debían cuidarse del virus Covid-19 e implementaron estas medidas para ofrecerle una mayor seguridad al cliente cuando estuviera presencialmente.
- **El cliente podía escoger:** al conocer el entorno y saber que varios sitios no dejan al cliente escoger los productos, con el conocimiento de esto y de lo que el cliente en ocasiones quiere, dejaron que ellos mismo fueran quienes escogieran lo que iban a llevar o necesitaban.

Figura 5: Percepción de la experiencia



4.6. Resistencia y perseverancia

Los emprendedores que se encuentran abiertos a aprender sobre las nuevas tendencias de venta en el mercado en el cual desarrollan su actividad están más propensos a seguir desarrollando su actividad en momentos de dificultad y buscan la forma de hacer llegar su producto o servicio a los clientes. Asimismo, se pueden encontrar otro tipo de emprendedor que se muestra muy perseverante y a pesar de las dificultades deciden buscar la manera de seguir con su unidad de emprendimiento, pero, al no hacer uso de las nuevas plataformas o ideas para vender, tienden a ir desapareciendo o se ven obligados a realizar cierres temporales como lo sucedido en este caso.

Donde se observa por parte de los emprendedores mucha resistencia para poder superar estos momentos tan difíciles, pero al ser el contacto con los clientes una de las

principales estrategias de venta y por motivos de que se podían contagiar algunos clientes se abstuvieron hacerlo, terminaron cerrando su emprendimiento hasta que se inició con la reapertura de negocios.

4.7. Recursos

El apoyo por parte del gobierno para los emprendedores puede jugar un papel muy importante al momento de desarrollar un proyecto de emprendimiento, sobre todo en momentos de dificultad. Puede ayudar a solventar las dificultades económicas y resultar un apoyo emocional para ello al sentirse respaldados, sentir que tiene un gobierno dispuesto a extenderles la mano para poder progresar y no pensar que solo las grandes empresas tienen derecho a este tipo de beneficio es importante. La credibilidad que puedan despertar los entes gubernamentales impactaría de forma positiva en su estado de ánimo, la manera de afrontar las dificultades presentes y cambia la forma de pensar en ellos, ya no se sentirán solos luchando una batalla difícil de ganar según los informes entregados por los organismos de salud.

Por el contrario, la falta de ayuda y desinterés del gobierno aumenta la incertidumbre de los emprendedores y los termina llevando a un callejón sin salida, sometiéndolos a préstamos informales o formales con tasas de interés altas, al abuso de algunos proveedores de aprovecharse de la situación y establecer precios altos por productos en mal estados como se puede ver en la figura 2.

4.8. Efectos negativos

Así como lo manifestó la OMS, la pandemia del Covid-19 fue causando de muchos enfermos con estados muy graves hasta llegar tristemente a la muerte, causantes por las cuales las personas tomaron mucho miedo de establecer contactos con personas más allá de su círculo familiar con quienes convivían su día a día. Por lo tanto, se desató para los emprendedores una gran disminución en los ingresos por las pérdidas en las ventas y clientes, asimismo, se empezaron a presentar cierres en otros establecimientos de los cuales sus ingresos dependían de manera directa o indirecta (figura 3).

La llegada inesperada de un fenómeno como este y de tan gran magnitud resultó ser muy dañino para la economía a nivel mundial y estas personas que se arriesgaron a emprender sintieron los efectos de este, donde perdieron un factor muy importante para todo emprendedor como es su clientela. Porque, aún después de haberse autorizado por parte de los entes gubernamentales una reapertura gradual de la economía, manifiestan que la afluencia de personas a los locales no eran la misma, otros tuvieron que recurrir a sus ahorros para poder sobrevivir durante a este periodo y uno de ellos se vio en la obligación de cerrar definitivamente su emprendimiento que tenía al iniciar la pandemia y explorar en otra unidad de emprendimiento, no tuvo manera de recuperarse.

4.9. Experiencia

La experiencia fue un factor muy clave para poder afrontar los momentos difíciles presentados a causa de la pandemia, puesto que, algunos acudieron al conocimiento adquirido a través de los años para darle solución a algunas de las problemáticas presentadas en la actividad que desempeñan, para hallar recursos financieros, encontrar una actividad a desarrollar mientras podían volver a sus actividades cotidianas, establecer estrategias, iniciar con una nueva unidad de emprendimiento y así poder afrontar los efectos negativos. Los emprendedores a través de esta pudieron analizar cuáles eran las alternativas más prosperas para poder brindarle una solución a la problemática que los azotaba en esos momentos, decidir cuál era la mejor manera de actuar y determinar si debían si debían reestructurar sus procesos o iniciar labores nuevas en otras áreas.

4.10. Estrategias

Las estrategias fueron los resultados de la experiencia obtenida por lo emprendedores con el pasar de los años y otras fueron gracias a los hallazgos o soluciones brindadas en el momento por los entes gubernamentales y privados encargados de estudiar el comportamiento del virus Covid-19. Estas estrategias estuvieron se realizaron gracias a que en el transcurso del tiempo aprendieron de sus actividades diarias a conocer el cliente, cuáles eran sus gustos, de qué manera debían ser atendidos, cual es la mejor manera de llevarle los productos o servicios hasta su hogar, ser resilientes en los momentos de dificultad y saber

cómo podían atraer nuevos clientes. De igual forma, hacer alianzas con algunas entidades financieras y proveedores para poder conseguir fondos o productos con los cuales debían comercializar y hacer negocios (figura 5).

5. CONCLUSIONES

En primera instancia y de forma general según los datos arrojado, se nota una gran afectación en los emprendedores participantes a raíz de la pandemia del Covid-19, los efectos negativos y la forma en como trataron de afrontarlos fueron muy similares; motivos por los cuales, a pesar de haber sido una muestra pequeña se repitieron varios patrones rápidamente. Asimismo, es notable la ausencia o uso de la tecnología en estos emprendedores para ofrecer sus productos o servicios, siendo esta uno de los factores más detonante en época de pandemia para seguir o iniciar un emprendimiento.

Según Torres et. (2021) durante el periodo de pandemia los emprendedores debieron accionar diferentes tipos de estrategias para afrontar la situación presente en esos momentos, eran tiempos de cambios y el tiempo avanzaba, entonces, la tecnología, el marketing de contenido y las redes sociales hacían parte de las estrategias que se podían tomar.

Aunque, la experiencia, el conocer, el saber y ser resilientes han sido la base para que los emprendedores hayan seguido con su emprendimiento aun después de haber tenido que cerrar por un tiempo durante la pandemia; fueron resistentes y perseverantes para poder mantenerse cuando cerraron, al buscar otra manera de generar ingresos, poder sostenerse y en la apertura nuevamente. Porque, iniciar de nuevo con la incertidumbre de cómo será el comportamiento de los clientes, si el negocio volverá a funcionar y la inseguridad vivida en esos momentos no es fácil.

La experiencia vivida por este acontecimiento se ve reflejada muchas veces por la forma en como hacen sus comentarios y gestos, resaltaron la importancia que tiene la familia para ellos, posiblemente el haber vivido un periodo tan difícil cuando prácticamente todo se derrumbaba y contar con ese apoyo familiar, demuestra el valor de estos seres en el entorno del emprendedor. Esta experiencia les ha servido para empezar a ver las situaciones del día a día de diferentes perspectivas, dejan ver las enseñanzas sobre como tomar decisiones y el

significado del ahorro, su pensamiento es más arraigado hacia eventos futuros sin dejar a un lado el presente

Por otro lado, las afectaciones sufridas como: pérdidas de los clientes, dificultades económicas, el cierre de los negocios y sobre todo el factor más importante para un emprendimiento que ofrece productos o servicios, el contacto físico con las personas y adicional no contar en el momento con el apoyo del gobierno nacional; demuestra el alto nivel de resiliencia presente en los emprendedores en este periodo fuerte de la pandemia del Covid-19. Porque, a pesar de todos estos factores negativos, debieron buscar prontas soluciones para generar confianza, estabilizarse económicamente y hacer el esfuerzo de seguir con las ventas. Más cuando se está viviendo un momento grande de incertidumbre, era difícil poder saber o tener el control de lo que podría pasar.

Para finalizar, se vivió la experiencia de cómo hacer una investigación cualitativa, conocer los posibles obstáculos que se pueden presentar y despertar la experticia necesaria para enfrentar los nuevos retos que se avecinan; dejando ver que este tipo de investigaciones con emprendedores puede resultar muy compleja por los diferentes miedos o las precauciones tomadas por parte de estos al momento de intentar hacer un acercamiento, debido a la inseguridad existente en la ciudad de Celaya.

REFERENCIAS

Azqueta, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. *In Simposio Internacional El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI (2017)*, p 21-39. Universidad de Sevilla.

Aktouf, O. (2001). *La metodología de las ciencias sociales y el enfoque cualitativo en las organizaciones: una introducción al procedimiento clásico y una crítica*. Universidad del Valle.

Banco de México (2021). *Impacto de la Pandemia de COVID-19 en la Actividad Económica Sectorial en México y Estados Unidos*. Recuperado de <https://bit.ly/3R0KrFT>

Banco de México (2022). *Reporte sobre las Economías Regionales Enero - marzo 2022*. Recuperado de <https://bit.ly/3DGqDV6>

Bucardo, A., Saavedra, M. y Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de negocios*, 6(13), 98-107. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>

Charles, H., Sánchez, R., Ramírez, A. y Aguirre, J. (2019). Emprendedores en México, un acercamiento a su calidad de vida. *Dimensión Empresarial*, 17(2), 37-50. Doi: [10.15665/dem.v17i3.1646](https://doi.org/10.15665/dem.v17i3.1646)

Chiatchoua, C., Lozano, C. y Macías, J. (2020). Análisis de los efectos del COVID-19 en la economía mexicana. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad la Salle*, 14(53), 265-290. Doi: <https://doi.org/10.26457/recein.v14i53.2683>

García, J. A., García, Á., López, C., y Dias, P. C. (2016). Conceptualización teórica de la resiliencia psicosocial y su relación con la salud. *Health and Addictions*. 16(1), 59-68. Url: <https://bit.ly/3PJTW6s>

Martínez, A., Aguilera, C., Juárez, A., Hernández, J., Ruiz, J., y Mireles, A. (2021). Percepción e impacto del COVID 19 en el sector agroalimentario del estado de Guanajuato. *Jóvenes en la ciencia*, 10. Recuperado de <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/3374>

Miguelañez, R. (2021). Impacto Covid-19 en el sector alimentario. *Euroganadería.eu*. Recuperado de <https://www.euroganaderia.eu/ganaderia/reportajes-y-entrevistas-portada/impacto-covid-19-en-el-sector-alimentario-8410-11-11394-0-1-in.html>

Montiel, O. J., Flores, A., Ávila, E., y Sierra, S. J. (2021). “Tengo que sobrevivir”: Relato de vida de tres jóvenes microemprendedores bajo COVID-19. *Telos: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23(1), 67-84. Doi: <https://doi.org/10.36390/telos231.06>

Molina, R. (2014). *El fuerte crecimiento de la Pyme desde la perspectiva de las competencias esenciales: la empresa gacela*. Universidad de Guanajuato. Guanajuato, México.

Morán, M. C., Finez, M. J., Menezes, E., Pérez, M. C., Urchaga, J. D., y Vallejo, G. (2019). Estrategias de afrontamiento que predicen mayor resiliencia. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 4(1), 183-190. Doi: <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2019.n1.v4.1542>

Morúa, J. (2017). El emprendedor, su proyecto y sus limitantes desde un enfoque dinámico y cognitivo: reflexiones de una intervención en campo. *Projectics/Proyectica/Projectique*, (1), 51-67. Url: <https://bit.ly/31Ranj9>

Morúa, J., Aguirre, K. y Montoya, M. (2019). Herramienta visual con enfoque financiero para emprendedores y pequeños empresarios. *Ide@s CONCYTEG*. 14(221).

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2020). *Sistemas alimentarios y COVID-19 en América Latina y el Caribe: Impactos y oportunidades en la producción de alimentos frescos*. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45897/1/cb0501_es.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD). (2022). *Una agenda integral de reformas ayudaría a optimizar la fortaleza y calidad de la recuperación en México*. Url: <https://oecd.org/coronavirus/es/>

Organización Panamericana de la Salud (OPS). (2020). *La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia*. Url: <https://bit.ly/3tiyzF8>

Pérez, Z., Molina, R., Schmitt, C. y López A. (2019). Emprendimiento en dos universidades públicas: universidad de Guanajuato, México y Université de Lorraine, France *Projectics/Proyética/Projectique*, (2), 99-116. Url: <https://bit.ly/3IFuRwf>

Real Academia Española (2021). *Resiliencia*. Recuperado de <https://dle.rae.es/resiliencia>

Segura Mojica, F. (2021). Resiliencia y género como determinantes de supervivencia en microproyectos de emprendimiento. *Revista Dimensión Empresarial*, 19(4), 25-48 DOI: [10.15665/dem.v19i4.2493](https://doi.org/10.15665/dem.v19i4.2493)

Soldevilla, L., (2021). Principales retos a los que se enfrentaron los emprendedores en base a la edad de la empresa [Fotografía]. Url: <https://bit.ly/3wQtbw0>

Strauss, A., y Corbin, J. (2016). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.

Terán, F., y Apolo, G. (2015). El uso de organizadores gráficos en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 20(1), 2-14. Url: <https://bit.ly/3KmvUBI>

Torres, A. T., Bernal, Á. F., y Peñafiel, I. R. (2021). La afectación de los emprendedores en época de pandemia. *Revista Publicando*, 8(32), 51-60.

Tejada, A., (2005). Agenciación humana en la teoría cognitivo social: Definición y posibilidades de aplicación. *Pensamiento psicológico*, 1(5), 117-123. Url: <https://www.redalyc.org/pdf/801/80100510.pdf>

Yin, R. (1994). Investigación sobre estudio de casos. Diseño y métodos. *Applied social research methods series*, 5(2), 1-35.