

DESARROLLO DEL EMPRENDEDURISMO ANTE EL EFECTO DEL COVID-19, EN EL CASO DE LA VILLA TAMULTÉ DE LAS SABANAS, TABASCO

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE FACE OF THE EFFECT OF COVID-19, IN THE CASE OF VILLA TAMULTÉ DE LAS SABANAS, TABASCO



¹Darvelia Hernández Hernández,
²Arturo Martínez de Escobar Fernández

^{1,2}Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido: 20/11/23 Aprobado: 13/01/24

RESUMEN

El presente estudio de investigación analiza la motivación a emprender en tiempos difíciles, ya que el poder emprender es un factor importante para contribuir en una sociedad de escasos recursos. Por este motivo, este trabajo propone identificar los emprendedores, qué los motiva y propicia el éxito de cada uno de ellos. La metodología utilizada para la recolección de datos fue de investigación de campo mediante la aplicación de entrevistas, se estudiaron 4 casos lo que permitió obtener información útil para el análisis y estudio del emprendedor en la villa Tamulté de las Sabanas y cómo influye la autoeficacia en su persona frente a la pandemia del COVID-19. Como resultados se obtuvo que la crisis sanitaria provocó gran efecto que fueron muy notorios en sus actividades económicas, entre ellos se destaca la vida del emprendedor en su negocio, como construir nuevas oportunidades demostrando retos y desafíos.

Palabras clave: emprendedurismo, autoeficacia, economía, innovación.

ABSTRACT

The present research study analyzes the motivation to undertake in difficult times, being able to undertake is an important factor to contribute in a society with few resources. This work proposes to identify the entrepreneurs that motivate them and promote the success of each entrepreneur. The methodology used for data collection was field research through the application of interviews, 4 cases were studied, which allowed us to obtain useful information for the analysis and study of the entrepreneur in the Tamulté de las Hojas village and how self-efficacy influences their person facing the Covid-19 pandemic. As results, it was obtained that the health crisis caused a great effect that was

Citación: Hernández Hernández, D. ., & Martínez de Escobar Fernández, A. . (2024). Desarrollo del emprendedurismo ante el Efecto del COVID 19, en el caso de la Villa Tamulté de las Sabanas, Tabasco. *Publicaciones E Investigación*, 18(1). <https://doi.org/10.22490/25394088.7679>

¹ darvi07@outlook.com - <https://orcid.org/0000-0001-9379-7546>

² amef2403@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0001-5249-5824>

<https://doi.org/10.22490/25394088.7679>

very noticeable in their economic activities, among them the life of the entrepreneur in his business stands out, how to build new opportunities demonstrating challenges and challenges.

Key words: *entrepreneurship, self-efficacy, economy, innovation.*



1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad dar a conocer una visión general donde la autoeficacia cumple una función importante en la vida de los emprendedores y en los negocios reflejando así su autoestima en las tomas de decisiones.

El éxito de los emprendedores es una fuente de crecimiento personal mientras que el fracaso suele debilitar ese crecimiento, especialmente cuando se presentan situaciones que en el transcurso de los años afectan la vida de los emprendedores comprometiendo de esta manera su autoeficacia.

Una persona emprendedora es capaz de identificar oportunidades y se reconoce como poseedora de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar o llevar a cabo un proceso o negocio. Por tanto, y si bien es cierto que hay empresas que han tenido éxito al reinventar sus operaciones y modelo de negocio, por lo general se puede afirmar que el contexto actual al que se enfrentan quienes desean abrir su proyecto emprendedor, es sumamente complicado (Montiel Méndez, Flores Novelo, Ávila Paz & Sierra Martínez, 2021).

La contingencia del COVID-19 ha tenido un fuerte impacto a nivel global, representando un reto que ha requerido de toda la atención por parte de las organizaciones, instituciones y países para generar propuestas e implementar acciones para hacer frente a esta calamidad.

La pandemia ha llevado a cientos de familias en México y Tabasco a tener que modificar y organizar sus gastos diarios, ya que el presupuesto familiar se vio afectado hasta un 50 por ciento por la crisis económica derivada de la pandemia del COVID-19 debido al

cierre de negocios, y en general del desempleo causado y los recortes salariales (Maurilio Castro, 2020).

El estudio se basa en una comunidad que encamina sus acciones a lograr objetivos, fortalecer y participar de un proyecto, todo lo cual genera una identidad que caracteriza al emprendedor (Frias López, 2020).

En el 2019 los pequeños emprendedores se preparaban para un año 2020 con una serie de medidas que les afectó su crecimiento económico. Esta crisis trajo consigo grandes retos a los que tuvieron que hacerles frente en medio de la pandemia del COVID-19, obligándoles a buscar nuevas vías de negocios. En este sentido, el papel del emprendedor ha sido, es y será un recurso fundamental en periodos de crisis, en los que se dan oportunidades para renovar la economía de un territorio a través de su papel (Aguilar Talamante, Heredia Bustamante & Sainz Zarate, 2020).

Siguiendo lo expuesto, los pequeños negocios informales de la villa Tamulté de las Sabanas se vieron afectadas por la pandemia del COVID-19. En este estudio de caso analizaremos la forma cómo los emprendedores optaron por salir adelante, recuperar las ventas de sus productos y que relación tuvo la autoeficacia para alcanzar un éxito deseado sin dejarse vencer por la pandemia del COVID-19, teniendo en cuenta que las pequeñas empresas dependen de sus ventas diarias, así como también pueden verse afectadas por un grave estrés financiero por lo que se puede llegar a la necesidad de cerrar el negocio.

Debido a lo anterior, esta es una investigación donde se destacan las principales aportaciones sobre el estudio de la relación de la autoeficacia y el emprendimiento, las características de los emprendedores y las

adversidades que atravesaron para mantener sus negocios en medio de la pandemia sanitaria que hoy en día atraviesa a todo el mundo.

2. AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA

La autoeficacia emprendedora es el constructo más viable que ha permitido comprender el comportamiento de actividades de emprendimiento en diversas áreas, ya que evalúa la percepción de un emprendedor sobre las capacidades y habilidades para realizar diversas acciones cuando se desarrolla el emprendimiento, y permite visibilizar las creencias propias del emprendedor para ejecutar las situaciones que conllevan un emprendimiento exitoso (Manosalvas Vaca, Tobanda Barragan, Manosalva Vaca & Quevedo Amay, 2021).

Es una característica distintiva del emprendedor y las comunidades pueden trabajar para crear un entorno que mejore la misma al hacer que los recursos estén disponibles y sean visibles, publicitar los éxitos empresariales, aumentar la diversidad de oportunidades y evitar políticas que creen obstáculos reales o percibidos (Manosalvas Vaca, Tobanda Barragan, Manosalva Vaca & Quevedo Amay, 2021).

3. PERFIL EMPRENDEDOR

A lo largo de la historia, el emprendedor ha sido objeto de estudio en diversas áreas como la economía y la administración, definiéndolo como la persona capaz de generar oportunidades dentro de un negocio, asumiendo riesgos y resolviendo problemas (Carranza Quimi, Carranza Quimi & Manosalvas Vaca, 2021).

4. EL EMPRENDIMIENTO

Es una decisión individual que se toma en relación con las percepciones que tienen las personas de sí mismos y de su entorno, estas consideraciones incluyen tanto las experiencias de conocer personas cercanas que son emprendedores y ver casos de éxito en

los medios de comunicación, como las percepciones que se poseen sobre el entorno macroeconómico y el desempeño futuro de la economía (Briseño Aguirre, Camarena Adame & Saavedra García, 2017).

El emprendimiento es un proceso de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades que conlleva empezar un nuevo negocio ofreciendo un producto o servicio a los consumidores (León Serrano, 2019).

5. AUTOEFICACIA Y APOYO SOCIAL EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

El hallazgo principal de esta investigación muestra que la autoeficacia emprendedora tiene relación con la intención de emprendimiento, no importando si se trata de hombres o mujeres, y la autoeficacia emprendedora percibida de los hombres es igual que el de las mujeres, excepto por la dimensión “inversionistas”, lo que podría deberse a la aversión al riesgo que tienen las mujeres (Briseño Aguirre, Camarena Adame & Saavedra García, 2017).

El espíritu del emprendedor se relaciona con la creatividad para poder administrar un negocio en condiciones no necesariamente óptimas, por lo que el factor innovación es muy importante (Sánchez, Aldana, De Dios & Yurrebaso, 2012).

6. AFRONTAR CAMBIOS INESPERADOS

Se refiere a la creencia sobre la capacidad de trabajar bajo incertidumbre. Esto es, dejar atrás el confort que supone desarrollar una labor profesional por cuenta ajena, mostrando tolerancia ante la ambigüedad y flexibilidad para adaptarse a los cambios (Salvador Ferrer & Morales Jiménez, 2009).

La autoeficacia desempeña un papel importante en la motivación al influir en los tipos de actividades que emprendan las personas y en su constancia en ellas. Es de suma importancia la motivación para consolidar logros y es un componente generador que estimula a seguir aprendiendo.

7. EL EMPRENDIMIENTO PROVOCADO POR LA PANDEMIA DEL COVID-19

El papel del emprendedor ha sido y es un recurso fundamental en periodos de crisis, en los que se dan oportunidades para renovar la economía de un territorio a través de su papel, es importante reconocer que el emprendimiento es parte de un capital humano creativo e innovador y aunado a la diversidad tecnológica, se debe aprovechar las formas en que los individuos satisfacen las necesidades para generar nuevos emprendimientos (Aguilar Taramante, Heredia Bustamante & Sainz Zárate, 2020).

8. DESAFÍOS DEL EMPRENDIMIENTO

Antes de la crisis originada por el COVID-19, la digitalización en las empresas ya era una clave competitiva

que permitía no sólo una comunicación más fluida, una mayor eficiencia de las operaciones internas, sino también el acceso a un mercado abierto y competitivo. Además de generar autonomía y aumentar el aprendizaje colectivo, permite entender mejor el entorno y, por tanto, adaptarse y aprovechar mejor las oportunidades que este ofrece, a su vez, facilita la planificación e impulsa el desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos (Nicolás Martínez & Rubio Bañón, 2020).

9. DECISIÓN DE EMPRENDER

Además de la maximización de la utilidad como motivación subyacente a la acción de emprender, existe un interés particular en encontrar las variables que inciden en la formación de la conducta emprendedora. (Querejazu, 2020).

TABLA 1. MEDIDAS DE LAS VARIABLES ANALIZADAS

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	Técnicas e instrumentos
Capacidades de organizar y ejecutar los cursos de acción necesarios para alcanzar determinados resultados.	Autoeficacia	Enfrentarse a múltiples y complejos desafíos	ENTREVISTA
El propósito de realizar una tarea y alcanzar las metas.	Confianza	Rescatar nuestras fortalezas y habilidades que poseemos como persona	ENTREVISTA

Nota: la tabla muestra a las personas cuando crean y desarrollan autopercepciones acerca de su capacidad, mismas que se convierten en los medios por los cuales siguen sus metas y toman sus decisiones.

Fuente: elaboración propia.

10. METODOLOGÍA

Este es un estudio descriptivo de enfoque cualitativo pues se recolectarán datos o componentes sobre los diferentes aspectos de la autoeficacia a estudiar y se realizará una medición de estas. “La investigación descriptiva busca especificar las propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”.

El foco de la investigación cualitativa no está en los números, sino en las palabras y en observaciones: historias, representaciones visuales, caracterizaciones

significativas, interpretaciones y demás descripciones expresivas (Abreu , 2012).

Se estudiarán los casos de cuatros emprendedores que mantuvieron sus negocios durante la crisis sanitaria en México. A partir de un análisis cualitativo y con un método de análisis de relato de vida. Dando una descripción de cómo enfrentaron la incertidumbre en su economía, y lograron sobreponerse en sus ventas, qué hicieron por mantenerse y cuáles fueron las estrategias utilizadas para no cerrar.

Para esto se identificaron cuatro casos de personas que iniciaron un emprendimiento durante un cierto periodo y que tuvieron que enfrentar el desafío del COVID-19, en particular en villa Tamulté de las Sabanas lugar donde se realizó el estudio (Montiel Méndez, Flores Novelo, Ávila Paz & Sierra Martínez, 2021).

Para la fase de investigación se incluyeron entrevistas y todo tipo de experiencias y conversaciones que se realizaron durante el trabajo de campo, incluyendo la compañía del trabajador informal a su sitio de trabajo y a su lugar de domicilio para tener un pleno conocimiento del momento de las actividades y las entrevistas. Las visitas a su domicilio, sus empleos y a su diario vivir hacen parte del conocimiento adquirido en la investigación y que fue plasmado en las crónicas que se hicieron. (Montiel Méndez, Flores Novelo, Ávila Paz & Sierra Martínez, 2021).

En cada relato, se destaca el momento exacto en el cual deciden iniciar un negocio, a pesar de la situación en que se vieron involucrados, tomando muchas iniciativas para salir adelante. Se destaca la muestra de cuatro emprendedores, seleccionados por iniciativa de la investigadora y selectiva para contar sus experiencias en tiempo de la pandemia de la COVID-19 bajo el criterio de posibilidad de abordaje, se pretendió caracterizar los cuatros emprendimientos de la villa Tamulté de las Sabanas.

Emprendedor	Emprendimiento
A Útiles escolares	Papelería la Fe en Dios
B Mochilas	La casita de las bolsas
C Frutas	Frutería la huerta
D Fotos	Foto-Valencia

11. ESTRATEGIAS

Para cumplir con los objetivos de los cuatros emprendimientos, se definieron ciertas estrategias que permitieron describir cada uno de ellos. Los criterios que cumplieron fueron:

- *Uso de las redes sociales:* se pretendió asociarse a las redes sociales: Instagram, Facebook, WhatsApp Business.
- *Desarrollo de iniciativas:* dar a conocer nuevas ideas de productos.
- *Idea de negocio:* presencial y por pedido.

12. LEVANTAMIENTO DE RELATOS DE LA VIDA DE CUATRO EMPRENDEDORES DE LA VILLA TAMULTE DE LAS SABANAS CENTRO TABASCO

- Emprendedor A

Papelería “La Fe en Dios”

El Sr. Efraín Sánchez García radicado en la villa Tamulté de las Sabanas, desde niño soñó con tener su propio negocio y ganar su propio dinero, su mayor inspiración fue su abuelo ya que lo inculcaba en el sueño de las aspiraciones, entonces un día se propuso que quería ser como su abuelo ya que le enseñó que en esta vida “si se quiere se logra”. Su último grado de estudio fue el colegio de bachilleres. Tiene una pequeña familia, un pequeño hijo que nació con una discapacidad, el cual fue más su motivación para salir adelante a pesar de la circunstancia que en ese momento padecía, busco más oportunidades para ganar dinero. Optó por buscar un empleo. Explica que empezó de jornalero con un profesor el cual le ofreció trabajo, pero al paso de los años el profesor le dijo, que se dedicara a la venta de útiles escolares a estudiantes ya que su domicilio está frente a una secundaria, por lo que empezó a probar suerte en el año 2018 y poco a poco el negocio fue formando una papelería, ya que los estudiantes que por allí pasaban le pedían más cosas que ellos utilizaban en la escuela. Aunque de niño esa fue su mayor ilusión: ser un buen emprendedor.

Es así como él decide iniciar el negocio ya en forma oficial para cual hace arreglos en su domicilio y adquiere todo el equipo esencial que necesitaría para atender todos sus clientes, y consideraba que su negocio con el paso del tiempo tenía posibilidades de crecimiento.

Estaba en los inicios del negocio en el cual le iba muy bien, cuando el Gobierno mexicano anuncia el cierre de los negocios no esenciales por la emergencia que se presentaba a nivel mundial ocasionada por el COVID-19. El sr. Efraín estaba realmente en un estado de incertidumbre, y al escuchar que las clases se darían de forma virtual lo obligaba a bajar sus ventas, ya que en tiempo de clases presenciales es cuando el negocio es productivo. Narra que él tomó la iniciativa de comentarlo con su familia, hablar sobre qué medidas tomarían ya que él se rehusaba a dejar de vender ya que era el sustento familiar y con mucho esfuerzo había logrado hacer crecer el negocio. La confianza con sus clientes y en él mismo le daban la seguridad de que al pasar esta crisis volvería a tener un negocio exitoso. Aunque el negocio en el tiempo de la pandemia no tuvo el éxito en sus ventas, siempre se había mantenido optimista, mientras tanto, él como emprendedor, tomó otra iniciativa, ya que se propuso la venta de antojitos en su domicilio, en lo cual le comenzó a ir muy bien y hacía entrega a domicilio ya que al mirar a su hijo tenía una gran motivación de salir adelante, con ese entusiasmo, su hijo es su mayor inspiración para no dejarse caer. Ahora que todo está volviendo a la normalidad logró comprender que la crisis sanitaria, le propuso muchos retos que afrontar, salió ganando, ahora él tiene dos negocios: la papelería y la venta de antojitos. La manera de tratar a los clientes es su mayor habilidad porque él sabía que así lo podía lograr dando un buen servicio y trato. El COVID-19 le enseñó muchas cosas, que no hay que dejarse vencer, aunque la vida nos enfrente a retos, las ganas de seguir adelante y la confianza de uno mismo son la clave principal de todo proyecto. Se considera un emprendedor proactivo, es decir, tener una vocación en las ventas, su mayor reto fue enfrentar dicha problemática de la pandemia que el mundo atravesaba, pero él, con todo el entusiasmo que le propiciaba al ver a su hijo, tuvo ganas de seguir adelante y su mayor logro es que ahora cuenta con un negocio más, con la venta de antojitos.

Emprendedor B

“La casita de las bolsas”

La Sra. Flor de Liz, tiene su domicilio en la villa Tamulté de las Sabanas, narra que desde muy joven

le gustaron las ventas, su único estudio fue ser costurera, ella solía hacer ropas, pero con el tiempo empezó hacer bolsas de tela para damas a máquina. El proyecto se dio, ya que una de sus primas la animó a vender dichos productos y formar un negocio. Ella al principio dudaba emprender y que el negocio tuviera futuro. Al pasar los años, dichas ventas lograron tener el éxito deseado ya que la mayoría de sus clientes eran damas, y le empezaron a pedir modelos de bolsas más atractivos y llamativos, las ventas de las bolsas para dama empezaron a mejorar con el aumento de pedidos, mientras el negocio daba más ganancias por las ventas de bolsas en tela, se dio a la tarea de vender bolsas de cuero, las hacía por pedido y así aumentó las ventas de su negocio. Debido al éxito, empezó a vender otros accesorios para damas con lo cual el negocio se fue expandiendo hasta formar un local en ventas de bolsas para dama y accesorios y optó por conseguirse dos empleados para ayudarla.

Cuando logró tener el éxito deseado tuvo que enfrentar el reto de la pandemia del COVID-19, ya que su negocio se vio afectado por ser productos no esenciales, lo cual la llevó a un momento de desesperación ya que de igual manera la economía venía por los suelos tanto para ella como para sus clientes. Para no dejarse vencer optó por planear estrategias buscando alternativas. Empezó por implementar sus productos con promociones de descuentos en las redes sociales a un buen precio con entrega a domicilio, fue una buena idea ya que allí podía tomar la iniciativa de vender dichos productos y mostrar los diseños que ella vendía. El riesgo que tomó fue seguir vendiendo a pesar de que el local lo había cerrado. Pero la estrategia planeada tuvo éxito, ya que gracias a las redes sociales sus productos se vendían más, mostrando apartados con ciertas fechas de entrega quedando a un buen ajuste de la economía de sus clientes ya que si apartaban un producto le podían abonar en pagos haciendo transferencias bancarias; gracias a la tecnología logró implementar con más éxito el negocio. Obtuvo la confianza en su persona mostrando así su habilidad para con sus productos y pensando en la economía de sus clientes. Debido al confinamiento de la pandemia del COVID-19 la hizo desarrollarse como persona tanto en

lo profesional y en lo personal, el negocio actualmente se encuentra mucho más fuerte puesto que la Sra. Flor no se dejó vencer a pesar de las adversidades a las que se enfrentaba. Se considera una emprendedora muy competente con muchas más ganas de sobresalir en el mundo de las ventas. Su mayor satisfacción son su familia, y es debido a ellos ese entusiasmo que le pone a su negocio. Nunca pensó emprender ella de tal manera que tuviera el éxito alcanzado, la Sra. Flor narra que la crisis sanitaria solo le ha dejado enseñanzas, que al principio tuvo esa incertidumbre, pero con el apoyo de su familia sacaron adelante las ventas de su negocio y ahora están más firmes que nunca, llevando cada día el gusto por las ventas y ahora cuenta con más clientes que antes y fue gracias a la tecnología que en parte se pudo avanzar. El negocio se volvió exitoso.

Emprendedor C

“Frutería La Huerta”

El sr. Alfonso Hernández Morales, es un padre de familia, su mayor ilusión son sus cinco hijos. Narra que desde joven le gustó el campo: solían vender frutas y verduras junto con su padre a ciertos productores, pero no tenían un negocio establecido, al paso de los años decidieron establecer un pequeño local de ventas en frutas y verduras ya que ellos mismos cultivaban dichos productos, al mismo tiempo hubo personas cercanas a ellos que los animaban a emprender dicho negocio. Aunque al principio dudaron de su capacidad como vendedores decidieron tomar el reto de vender ciertas frutas y verduras, lo más básico para la familia del hogar en el año 2006, formando así una tiendita, en la que lo más primordial para ellos era tratar bien a sus clientes. pero no pensaron el éxito que iban a tener, ya que al buen trato que se les daba a los clientes se sumaba la calidad y el buen precio, muy económico, de sus productos, el negocio iba por buen camino por lo que los clientes le hacían más pedidos.

El local empezó a expandir sus ventas, el Sr. Alfonso empezó a comercializar su producto tanto en pedidos a clientes externos, así como dentro de su local, para él su mayor inspiración fue su padre ya que le inculcó valores que le permitieron sobresalir, como que cuando se quiere algo se lucha hasta obtenerlo. Teniendo eso en mente,

las ventas de frutas y verduras seguían teniendo el éxito deseado, cuando la incertidumbre, de no saber qué pasaría con el fenómeno de la pandemia del COVID-19, dio un giro menos esperado en su local. El Gobierno mexicano anunciaba medidas sanitarias y confinamientos, por lo que era tanta la desesperación que tuvieron que hacer estrategias para el negocio y continuar con las ventas, la confianza que se tuvieron fue primordial para toda la familia, los riesgos que se tomaron en las ventas era de que la economía familiar ya no era la misma después de la pandemia ya que muchas personas se quedaron sin empleo. Para la familia Hernández Morales no era nada fácil, pero menos imposible, enfocándose más en el sustento de toda la familia hacia sus clientes, la pandemia del COVID-19 le proponía un gran reto y no dejarse vencer ante la circunstancia que se enfrentaban. Una de las estrategias fue en los precios de sus productos, implementando así la entrega de pedidos a domicilio. La tecnología tuvo mucho que ver en sus grandes estrategias dejándose ver mucho más en las redes sociales. Para implementar las estrategias buscaron muchas formas de distribuir los productos, estar más cercanos a sus clientes brindando esa confianza que la frutería La Huerta les ofrecía. La frutería no cerró sus puertas durante la pandemia del COVID-19 ya que sus estrategias tuvieron el éxito alcanzado, el gran reto para ellos fue vender a pesar de la economía que se atravesaba por la crisis sanitaria. Con respecto a sus productos, se diseñó y aplicó un protocolo especialmente pensado para la unidad alimentaria de la ciudadanía. Dentro de la tiendita se atendía a todo cliente que llegaba hacer sus compras con medidas sanitarias tal y como lo marcaba el protocolo de la Secretaría de Salud, a las frutas y verduras se les daba la limpieza adecuada. Fue necesario tener confianza en su habilidad, así como implementar las estrategias planeadas, por lo que pudo lograr el llevar a cabo todas sus actividades como emprendedor. Ahora, en el negocio se hacen promociones de frutas y verduras los fines de semanas, su estrategia se siguió implementando, promocionando sus productos ya que en vez de perder por la crisis sanitaria él ganó y lo que más le importa son sus clientes. El sr. Alfonso narra que fue una experiencia vivida con muchas más ganas de salir adelante ya que para él, lo que cuenta son el gusto por las ventas y el amor a su familia.

Emprendedor D **“Foto-Valencia”**

El Sr. Humberto Valencia García es originario de la villa Tamulté de las Sabanas, Villahermosa, Tab. Es un emprendedor de profesión, desde joven ejerce dicho trabajo, le gusta viajar, su interés por las fotografías lo han llevado a conocer lugares diferentes, mayormente por el sureste mexicano, y es contratado para todo tipo de eventos. Su mayor motivación es su familia ya que por ellos lucha para salir adelante. Así como esta es su profesión, no tenía un negocio como tal en su domicilio puesto que siempre le gustaba viajar promocionando su trabajo en las fotografías hacia otros lugares. Pero debido a la pandemia del COVID-19 los viajes empezaron a prohibirse y ya no le daban los contratos para eventos, puesto que eso también lo había prohibido el Gobierno mexicano. Para no dejarse vencer y seguir solventado la economía montó un local en su domicilio para todas aquellas personas que gustaban tomarse, aunque sea una pequeña foto en reunión en familia. Implementó en la villa Tamulté de las Sabanas nuevas estrategias que les permitiera estar más cerca de su gente, ya que el antes de la pandemia solía hacer su trabajo fuera de casa.

Aunque el Sr. Humberto estaba con la incertidumbre de no poder obtener clientes donde él vive, pues las personas sabían que no permanecía en su domicilio, pensaba que no tendría clientes y es allí donde empezó hacer un plan estratégico y pensó como poder diseñar sus servicios en las fotografías.

Empezó a promover su trabajo por las redes sociales, para que toda aquella persona que requiriera de su servicio fuera hasta su domicilio y realizó grandes promociones de fotografías. Fue tanta la confianza que depósito en él, que no se equivocó, porque sabía que con grandes descuentos y un buen trato los clientes se le acercarían para su servicio. Entre los meses de febrero y mayo es cuando las personas requieren de algunas fotografías ya sea con su pareja o por el día de las madres, son fechas fuertes para su negocio. El emprendedor D se considera una persona muy hábil, ya que implementó su estrategia depositando toda su confianza en poder lograrlo. Hoy en día el negocio va

muy bien, en su domicilio da sus servicios los fines de semana y entre semana los hace por fuera, ya que la pandemia del COVID-19 va a la baja y cuando todo regrese a la normalidad él sabe que logró tener el éxito tanto dentro y fuera de su domicilio.

13. RESULTADOS

Los cuatro casos que se estudiaron son de mucha importancia para el análisis de un fenómeno emprendedor, hoy en día el emprendedor latino se enfrenta en diversas situaciones, lo que hace que se desarrollen sus ingenios y habilidades para poder adaptarse ante cualquier situación. La contingencia derivada del COVID-19, plantea un marco que impone a los empresarios el reto de sobrevivir replanteando sus estrategias y adoptando una postura que les permita aprovechar sus ventajas competitivas y adaptar sus productos y servicios. (Montiel Méndez, Flores Novelo, Ávila Paz & Sierra Martínez, 2021).

El *emprendedor A* se considera un emprendedor proactivo, es decir, dice tener una vocación en las ventas, su mayor reto fue enfrentar dicha problemática de la pandemia que el mundo atravesaba, pero con todo el entusiasmo que le propiciaba al ver a su hijo que nació discapacitado fueron esas ganas de seguir adelante, se dio a la tarea de vender antojitos logrando así los recursos proporcionados de la papelería.

Mi esposa y yo decidimos empezar a vender antojitos, aunque al principio yo no quería porque no sabía si esto iba a dar resultado, para empezar no se cocinar muy bien, apenas y hago mi comida, cuando mi esposa está ocupada o no está en la casa, yo lo tengo que hacer ya que los niños tienen que comer en el día. Pero un día me senté al patio de mi casa y dije tengo que salir adelante por mis niños y principalmente por Jorgito él es la luz de mis ojos y no me dejaré vencer ante esta adversidad.

Llame a mi esposa y le dije... hija, vamos a hacer lo de las ventas de antojitos, mi esposa me vio tan decidido que no dudó en darme más ánimo y es cuando en ese momento empezamos a planear todo para empezar un

nuevo proyecto. Aunque en ese momento la papelería la cerré, pero abrí otro negocio en lo cual me siento feliz... y empezamos con las ventas con ayuda de toda mi familia aprendí ser un buen cocinero, que con el paso de los días los clientes que empezábamos a tener nos pedían más variedad de comida y a los clientes hay que dejarlos satisfechos y hacíamos lo que nos pedían en las ventas de los antojitos [...] las personas que se nos acercaban en nuestro negocio les gustaba nuestra comida y empezaron por recomendar el negocio.

El sr. Efraín nos relata que el éxito obtenido en las ventas de antojitos los llevó a adaptarse y a diseñar sus nuevos productos de comida, con el logro obtenido y tener al alcance las redes sociales, empezaron a publicar ofertas de sus productos de variedades de comida rápida. Durante la entrevista él explica cómo se dieron a la tarea de plantear otro negocio, aunque la papelería ya la había cerrado, pero decidió emprender otro tipo de ventas con entrega a domicilio debido a la pandemia del COVID-19.

Aprendí a ser buen cocinero, que un día me llega una oferta de ir a preparar una comida en casa de un cliente ya que iban a tener un pequeño cumpleaños de su hijo, es una pequeña comida que quería que yo se lo preparara, al principio me sonreí. [...] pero mi esposa me dijo ve, demuestra lo que has aprendido.... no dude en ir y me puse de acuerdo con el dueño de la casa y que tipo de comida quería y que íbamos a necesitar.

En contraste el emprendedor A su primer negocio no tuvo el éxito, ya que fue una papelería y todas las clases de los estudiantes empezaron hacerse en línea, la papelería cerró sus puertas. La crisis sanitaria hizo que reflexionara sobre como poder salir adelante y mantener esa confianza demostrando sus capacidades y habilidades, logrando así canalizar sus motivaciones económicas, pero también demostró que el logro es llegar a vencer considerándose un fuerte motivador. Haciéndolo en un momento muy difícil por lo que el mundo enfrentaba económicamente y por el temor a tener un pequeño negocio ya que la mayoría de las personas pudieron ir a comprar en negocios más establecidos, él se visualizaba como una empresa pequeña

frente a su competidor que ya llevaban tiempo de estar en el gusto del público.

A la pregunta expresa: ¿Qué éxito logró tener en su negocio con base en su estrategia durante la pandemia el COVID-19? Al respecto el menciona:

Pues más que nada logré implementar otro proyecto en lo que son las ventas de comida rápida. El lugar donde vivo hay personas que son de profesiones a ellos sus pagos de su quincena no les falla trabajen o no, y por mi necesidad implementé las ventas de mis antojitos de comida rápida y con las propuestas de mi familia todo se llevó a cabo impulsando así el negocio que hoy en día en vez de uno ya tenemos dos negocios.

Con el respaldo de toda su familia y el apoyo que se les brindó por parte del Gobierno mexicano de cómo llevar todas las medidas sanitarias posibles, para así poder darle continuidad del negocio pese a la pandemia del COVID-19. ¿Su negocio como se encuentra, actualmente está logrando colocarse en el mercado? Al respecto menciona:

Pues donde yo vivo la mayoría somos de bajos recursos, pero hay también personas que están económicamente solventadas y se nos hace más fácil proporcionarles nuestros productos de comida rápida en su domicilio y aunque a veces no se nos acercan al negocio, nosotros vamos para su domicilio porque lo que nos importa es que la venta salga.

El emprendedor B es una emprendedora con grandes capacidades y con mucha habilidad que tomó los riesgos adecuados ante la pandemia del COVID-19, su emprendimiento es muy proactivo.

Hubo personas a mi alrededor que me animaban a formar dicho proyecto, ya que me veían haciendo costura y me dicen: porque no te animas hacer bolsas para damas, te garantizamos que será un proyecto con éxito, aunque al principio lo dudé, pero tomé la iniciativa de poder hacerlo, empecé con los diseños de las bolsas, yo les preguntaba que diseño les gustaría tener ya que así me voy garantizando que sí lo podía vender.

Los emprendedores descritos, muestran diferentes razones por las cuales decidieron emprender en plena emergencia sanitaria, a pesar de la grande incertidumbre económica que se presentaba tenían una visión positiva a futuro, confiaron en ellos mismos para salir adelante haciendo así diferentes estrategias, eran grandes sus motivaciones que combinaron sus pasiones y el gusto por las ventas.

El *emprendedor A* cuenta que lo motivó a salir adelante la situación que vivía con su hijo por su enfermedad. La cual le dejó la sensación y las ganas de luchar por él, analizó la situación que enfrentaba debido a la pandemia del COVID-19. El tener el apoyo de su familia lo motivo más para seguir adelante y tener confianza en sí mismo.

La pandemia tuvo un gran impacto a nivel mundial, creando una crisis económica, así como en el ámbito laboral, ya que las personas no contaban con el mismo trabajo, debiendo así emprender por sí solos. Los emprendedores entrevistados decidieron buscar la manera de tener un sustento económico, por lo cual emprendieron diferentes alternativas en el mercado del negocio.

Las investigaciones señalan que cuando surgen crisis económicas, el número de personas involucradas en la actividad emprendedora tiende a aumentar y es entonces cuando aparece el autoempleo y el emprendimiento como palanca de cambio para la recuperación económica y la creación de empleo (Montiel Méndez, Flores Novelo, Ávila Paz & Sierra Martínez, 2021).

Así mismo, los cuatro casos de estudio decidieron iniciar, ya sea un nuevo negocio o planear su propia estrategia para seguir en las ventas y poner en práctica su creatividad e innovación dando a conocer sus nuevos productos al mercado.

Se señala que el emprendedor actúa como un instrumento para dinamizar las economías y promover la flexibilidad del tejido productivo a través de la creatividad y la innovación, junto con otras políticas de fortalecimiento económico generando cambios

estructurales en la economía local, regional y nacional (Montiel Méndez, Flores Novelo, Ávila Paz & Sierra Martínez, 2021).

La toma de riesgos se define generalmente como una función de probabilidad o como un individuo tiene disposición hacia el riesgo, como disposición individual, es considerado como una característica de los individuos que establece la tendencia a la asunción de riesgos (Diez Farhat, 2020).

Los estudios que examinaron la preferencia de riesgo empresarial han demostrado que un empresario puede tomar riesgos y tener aversión al riesgo. La propensión al riesgo describe la tendencia de los individuos que toman acciones riesgosas. Es una voluntad de tomar riesgos de una manera consistente, reflejando cómo los individuos evalúan el riesgo en general (Diez Farhat, 2020).

El *emprendedor C* vio el cambio como una oportunidad para elevar sus habilidades, que puede emprender más allá pese a los problemas a los que se pueda enfrentar ya que en ocasiones no es fácil, pero siempre teniendo la confianza de que se pueden alcanzar las metas propuestas.

Los cuatros emprendedores enfrentaron el desafío para obtener ingresos económicos y solventar sus gastos. Cada uno de ellos hizo lo que tuvo a su alcance.

El *emprendedor A* relata: *Que, aunque en un negocio siempre estaremos en la de ganar y perder, pero hay que saber sobreponerse ante dicha situación, ya que muchas veces si nos dejamos vencer, estaríamos cayendo y nuestra autoestima bajaría porque siempre pensaremos que no podemos y en realidad cada persona tenemos una virtud solo hay que saber explotarlo. A veces las pruebas en un negocio son oportunidades para saber en qué estamos fallando o que nos hace falta, pues de los errores se aprende y sería una experiencia más a nuestro favor.*

El *emprendedor C* reporta que durante la pandemia tuvo el éxito en su negocio puesto que implementaron estrategias acordes a las necesidades tanto para el

negocio como para los clientes y quedó en buenas expectativas logradas. Explica: *si tenemos la confianza en nosotros mismos podemos sobrevivir ante muchas adversidades ya que sería una experiencia vivida y es cuando más explota ese potencial que quizás en su momento lo tenemos oculto.*

Los individuos proactivos buscan oportunidades y actúan sobre ellas, manifiestan iniciativa, toman acción directa y perseveran hasta que hayan hecho un cambio específico (Diez Farhat, 2020).

El *emprendedor D* relata: *Que durante la pandemia lo único que logré es tener más experiencia de cómo sobrepormerme ante una situación, ser muy proactivo, buscar la manera de seguir adelante con el negocio, tal vez se nos cierre una puerta, pero se abrirá otra y es cuando debemos mirar hacia adelante. Me ayudó mucha la tecnología porque de esa manera implementé más de mis servicios para que las personas me conozcan más y las redes sociales fueron mis aliados por eso tuve el éxito y no el fracaso en mi negocio.*

Los cuatro casos de emprendedores analizados confiaron en la idea que pusieron en marcha, enfrentaron desafíos, pero buscaron la forma de innovar el producto y el proceso de venta. Demostraron que tienen la capacidad de pasar de la idea a la acción y con la suficiente fortaleza para afrontar la situación adversa provocada por la pandemia ocasionada por el COVID-19 y generar innovaciones para diferenciarse de la competencia, satisfacer las necesidades del consumidor mejor que sus competidores lo que coincide con lo reportado por Montiel Méndez, Flores Novelo, Ávila Paz & Sierra Martínez (2021).

Los emprendedores hicieron uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para poder promocionar sus productos ya que fue la vía más fácil, para muchos el uso de la tecnología es de vital importancia ya que con ello se puede comercializar mucho mejor sus productos dándose a conocer en otros lugares y estar más fuerte en el mercado.

Las redes sociales como Twitter, Instagram y TikTok y las aplicaciones de videoconferencia como Google Meet, Webex, Zoom y Kudo demostraron su

utilidad en este contexto y para muchas organizaciones se convirtieron en esenciales para seguir operando y lograr mantenerse en el mercado ofreciendo sus productos o servicios (Montiel Méndez, Flores Novelo, Ávila Paz & Sierra Martínez, 2021).

De los cuatro casos, el *emprendedor A* logró formar otro negocio obteniendo como resultados la papelería y la venta de antojitos. Los emprendedores B, C y D solo implementaron estrategias para poder continuar con sus negocios.

Cada emprendedor se volvió líder, demostraron carácter, confianza, tomando sus propias iniciativas. Cada uno de ellos fomentó más oportunidades y liderazgos. Cada emprendedor enfrentó la crisis sanitaria con mucha cautela, tomaron las medidas posibles bajo todos los cuidados que el Gobierno mexicano alertaba.

14. DISCUSIÓN

En esta investigación se buscó determinar los efectos que ocasionaron al emprendedor en medio de la pandemia del COVID-19; como bien se sabe, la salud mental que se pueda tener para un espíritu emprendedor se obtiene con base en sabiduría para alcanzar el éxito que se desee.

Hoy, la adversidad que presenta el coronavirus a nivel local, nacional y mundial pone a los emprendedores en la prueba de fuego de la resiliencia para recrearse y repensarse con suficiente tiempo y salir adelante. Y, sobre todo, se tiene el tiempo para pensar más y no sólo en ganar dinero, sino en romper paradigmas que por sí mismos generen dinero (Martínez Guzmán, 2020).

El emprender un negocio es un gran reto, especialmente cuando se tiene al frente una crisis económica generada por los efectos de una pandemia global que ocasiona la pérdida de miles de empleos, obligando al emprendedor a iniciar un nuevo negocio o a reinventarse, ya que se plantea nuevos desafíos. Algunos de ellos por primera vez usaron la red de la tecnología para promocionar sus productos. El cambio no les fue

nada fácil, se requirió de muchas decisiones propias y a no tener miedo para afrontar los riesgos. La emergencia sanitaria conllevó grandes cambios en la forma de trabajar para los emprendedores.

Hoy tenemos que demostrar que la acción de los emprendedores es clave para reactivar la economía, y que son quienes conservan en su espíritu la capacidad de adaptarse a los cambios y sorprender con propuestas que impactan en la sociedad, en la cultura y en la economía. Para lograr estos desafíos es fundamental subirse al carro de la transformación digital. Hemos sido testigos de que la tecnología en este contexto es nuestra mayor aliada y que sin su uso nos quedamos fuera. Si queremos sobrevivir, debemos integrarla en nuestros modelos de negocios (Carvajal Zambrano, Nogueira Rivera, Lemoine Quintero, & Mielles Zolorzano, 2021).

15. CONCLUSIONES

La autoeficacia es un constructo que ha proporcionado un marco teórico adecuado al estudio de la innovación y el emprendimiento. Dicho constructo considera que las creencias, actitudes, conocimientos y otros aspectos de la conducta humana, hacen que una persona desarrolle una conducta emprendedora y tienen una alta relación con el ambiente social en el cual se desenvuelve (Flores Novelo, Bojórquez Carrillo & Ceballos López, 2016).

Los emprendedores constituyen uno de los factores económicos que estimulan las actividades productivas, cada emprendedor posee aquella actitud y aptitud que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos, es lo que le permite avanzar e ir más allá de lo que puede planear. El emprendimiento se vincula con la innovación ya que aporta al desarrollo económico y da crecimiento a varios factores. El papel del emprendedor ha sido, es y será un recurso fundamental en periodos de crisis, ya que se dan las oportunidades para renovar a la economía de todo un territorio. El emprendimiento después de la pandemia necesita un plan de acción y una planeación estratégica para poder

tomar decisiones que ayude a enfrentar dicha crisis. Hoy en día, la importancia de los trabajos informales le ha cambiado mucho la vida de quienes la ejercen y los relatos de las personas entrevistadas evidencian como los seres humanos tienen diferentes formas de actuar y de pensar, ya sea en sus miedos, el estrés y la manera de enfrentarlos. Se analizó sus experiencias vividas en el momento de la pandemia. Estos casos fueron de gran importancia ya que revelaron como enfrentar el desafío del COVID-19 para lograr salir adelante pese a las adversidades. Las historias logran dar unas perspectivas de como cuatro emprendedores en la villa Tamulté de las Sabanas hicieron frente a la pandemia, muchas personas en una situación de crisis desarrollan más sus habilidades potenciales que puedan tener para que sus iniciativas se concreten aun en condiciones ante adversidades que se puedan presentar. Si bien es cierto, la pandemia provocada por el COVID-19 ha hecho que la empresa enfrente un enorme reto desde diferentes perspectivas, es importante hacer un alto y recordar que los cambios son una constante, y esto continuará, pero lo que sí se puede hacer es aprender de las experiencias de otras épocas y de otras empresas (Aguilar Talamante, Heredia Bustamante & Sainz Zárate, 2020).

En la presente investigación se deja como manifiesto que al emprendedor después de una crisis le deja muchas enseñanzas de vida, ya que utiliza varias estrategias para alcanzar un objetivo y continuar en el mercado laboral.

La crisis sanitaria ha provocado una crisis mundial afectando hasta los emprendedores más vulnerables, la crisis de la pandemia del COVID-19 hizo que los emprendedores informales, optaran por hacer nuevas estrategias para lograr sacar adelante su patrimonio familiar ya que es el sustento de su familia. En tiempos de crisis es cuando los problemas de convivencia aumentan en una persona que es emprendedora, uno de los factores que puede manejarse es cuando se decide ser líder ya que es un proceso de influir otras personas, en este aspecto podemos manejar la autoeficacia hacia nuestra persona y la manera de cómo podemos doblegar el esfuerzo hacia un objetivo o meta específica.

La autoeficacia va ligada al desarrollo de una persona para alcanzar sus metas y sus objetivos y las habilidades que va obteniendo en su camino. En la actualidad existe el fenómeno del mercado informal en la villa Tamulté de las Sabanas. Las fuentes consultadas muestran que en la mayoría de los casos quienes se desempeñan en el mercado informal terminan en un nicho de mercado.

Quienes se desempeñan en el mercado informal están en constante búsqueda de oportunidades laborales, la gran mayoría de estas personas suelen pasarse de uno a más trabajos. De las personas consultadas, la mayoría no tienen estudios completos, por lo que es de mucha importancia que este aspecto demuestra que en la villa Tamulté de las Sabanas las personas que hacen parte del mercado informal no tienen una educación completa, lo que los hace buscar muchas alternativas fuera del mercado formal. Quienes son emprendedores, evidencian que el futuro lo construyen con sus logros y esfuerzos que se plantean día a día. Cabe destacar que para el emprendedor es muy difícil atravesar momentos de riesgos, pero nada es imposible si se logra.

REFERENCIAS

- Abreu, J. L. (2012). Hipótesis, método & diseño de investigación. *Daena. International Journal of Good Consience*, 7(2), 187-197.
- Aguilar Talamante, P., Heredia Bustamante, J. A. & Sainz Zárate, N. (2020). El emprendimiento frente a la pandemia provocada por el COVID-19. *Académica sin Frontera*, 34(13), 1-18.
- Briseño Aguirre, N. L., Camarena Adame, M. E., & Saavedra García, M. L. (2017). Relación de la autoeficacia con la intención de emprendimiento: un enfoque de género. XXII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. ANFECA, *Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración*, 3-18.
- Carranza Quimi, W. D., Carranza Quimi, E. j. & Manosalvas Vaca, L. O. (2021). Evaluación de la autoeficacia de emprendimiento y las capacidades de innovación en emprendedores del servicio Turístico. *Innova Research Journal*, 6(3), 190-210.
- Carvajal Zambrano, V., Nogueira Rivera, D., Lemoine Quintero, F. A., & Mielles Zolorzano, V. P. (2021). Emprendimiento frente al COVID-19: impactos, reacciones y redes de apoyos personal y digital. *Uleam Bahía Magazine*, 2(3), 1-13.
- Diez Farhat, S. (2020). Factores clave para el desarrollo emprendedor en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 145-158.
- Esquivel, G. (2020). Los impactos económicos de la pandemia en México. *Economía Unam*, 17(51), 1-18.
- Flores Novelo, A., Bojórquez Carrillo, A. L. & Ceballos López, S. (2016). El impacto de la autoeficacia emprendedora en los resultados de innovación de los emprendedores del sector de software en Yucatán. *Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 10(1). <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1334>
- Frias López, A. K. (2020). Análisis de la estructura de la promoción cultural en una población indígena en Tabasco, México. Miradas desde un estudio de Caso. Tamulte de las Sabanas. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 25(50), 1-17.
- León Serrano, L. (2019). La intención emprendedora del comercio informal de la economía popular y solidaria. *Fides Et Ratio*, 18(18), 215-238.
- Manosalvas Vaca, L. O., Tobanda Barragan, A. A., Manosalva Vaca, C. A. & Quevedo Amay, D. V. (2021). Liderazgo Transformacional y Transaccional en la Autoeficacia Emprendedora del turismo comunitario amazonico, caso provincia de Pastaza. *Innova Research Journal*, 6(1), 1-17.
- Martínez Guzmán, V. (29 de abril del 2020). Los emprendedores y el COVID-19. *El Financiero*, <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/veronica-martinez-guzman/los-emprendedores-y-el-covid-19/>
- Maurilio Castro, J. (26 de octubre del 2020). Tabasqueños se ajustan cinturón; reducen 50% gasto familiar. *Diario Presente*. <https://www.diariopresente.mx/tabasco/tabasquenos-se-ajustan-cinturon-reducen-50-gasto-familiar/271636>
- Montiel Méndez, O. J., Flores Novelo, A., Ávila Paz, E. & Sierra Martínez, S. J. (2021). "Tengo que Sobrevivir": relato de la vida de tres jóvenes microemprendedores bajo COVID-19. *Télos*, 23(1), 67-78.
- Nicolás Martínez, C., & Rubio Bañón, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: un análisis exploratorio de los efectos del COVID-19. *SBIR Small Business International Review*, 4(2), 53-66.
- Querejazu Vidovic, C. V. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía, Teoría y Práctica*, 52, 69-97.
- Salvador Ferrer, C. M. & Morales Jiménez, J. (2009). Fundamentos psicológicos de la autoeficacia emprendedora en jóvenes mexicanos. *Alternativas en Psicología*, 14(20), 35-45.
- Sánchez, J. C., Aldana, R., De Dios, S. & Yurrebaso, A. (2012). Autoeficacia y apoyo social en la intención emprendedora. *IN-EAD Revista de psicología*, 4(1), 511-520.