



# PLATAFORMAS VIRTUALES: LAS APPS COMO ESTRATEGIA EN EL EMPRENDIMIENTO NO TRADICIONAL

## VIRTUAL PLATFORMS: APPS AS NON-TRADITIONAL ENTREPRENEURSHIP STRATEGIES

Rosa Angélica Muñoz Chávez<sup>1</sup>, Lady Diana Muñoz Tumbaco<sup>2</sup>, María Leonor Parrales Poveda<sup>3</sup>

1,2,3 - Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Manabí, Ecuador

1. Email: [munoz-rosa5140@unesum.edu.ec](mailto:munoz-rosa5140@unesum.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1290-5443>

2. Email: [muniz-lady1535@unesum.edu.ec](mailto:muniz-lady1535@unesum.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5085-4192>

3. Email: [maria.parrales@unesum.edu.ec](mailto:maria.parrales@unesum.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3994-3711>

Recibido: 10/05/2021 Aceptado: 21/07/2021

**Para Citar:** Muñoz Chávez, R. A., Muñoz Tumbaco, L. D., & Parrales Poveda, M. L. (2021). Plataformas virtuales: las apps como estrategia en el emprendimiento no tradicional. *Revista Publicando*, 8(31), 207-224. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2245>

### Resumen:

Las Apps han logrado un gran impacto en la economía mundial generando sostenibilidad y desarrollo local para negocios y nuevos emprendimientos. Sin embargo, en muchos casos dueños y directivos desconocen su existencia, no tienen habilidades para aplicarlas al desarrollo de nuevos proyectos empresariales. Por ello el objetivo de esta investigación es conocer qué plataformas se constituyen en herramientas de apoyo al sector empresarial. Bajo un enfoque de tipo documental-bibliográfico, no experimental, esta investigación organiza, interpreta y analiza diferentes teorías de emprendimientos e innovación para su fundamentación. Los resultados muestran que las micro, pequeñas, medianas y gran empresa hacen uso de Apps para manejar su comercio. Redes sociales como Facebook, Whatsapp e Instagram, son las de mayor uso, por sus beneficios. Asimismo, las Apps de transporte como Glovo, Rappi, Uber en Ecuador han permitido que tanto el vendedor como consumidor no tenga que moverse de su espacio físico para realizar la compra - venta, aquí el e-commerce ha sido la clave del éxito junto a estas aplicaciones móviles.

**Palabras clave:** aplicaciones móviles, Apps, e-commerce, innovación, modelo de negocio.

### Abstract:

The Apps have significantly impacted the world economy, generating sustainability and local development for businesses and new ventures. However, in many cases, owners and managers are unaware of their existence. They do not have the skills to apply them to the development of new business projects. For this reason, the objective of this research is to know which platforms constitute tools to support the business sector. Under a documentary-bibliographic approach, not experimental, this research organizes, interprets, and analyzes different theories of entrepreneurship and innovation for its foundation. The results show that micro, small, medium, and large companies use Apps to manage their business. Social networks such as Facebook, WhatsApp, and Instagram, are the most widely used due to their benefits. Likewise, transport Apps such as Glovo, Rappi, Uber in Ecuador have allowed both the seller and the consumer not to move from their physical space to make the purchase - sale. Here e-commerce has been the key to success together with these mobile apps.

**Keywords:** mobile applications, apps, e-commerce, innovation, business model.



## INTRODUCCIÓN

**E**s un hecho que el emprendimiento se ha convertido en la opción más viable para muchas personas en todo el mundo. Las cifras de desempleo no dan tregua en medio de un panorama cada vez menos prometedor en Ecuador, producto de la pandemia del coronavirus. Resultado de esto, se observa cómo han comenzado a surgir una serie de nuevas empresas que luchan día a día por ganarse un lugar en el mercado, de las cuales, un importante porcentaje operan a través de internet, siendo el comercio electrónico el salvador de las transacciones comerciales que contactan con el consumidor final.

Los emprendimientos tradicionales hasta ahora, han tenido su espacio para comercializar de forma física sus bienes y servicios. Hoy para hacer frente a la Covid-19, todo negocio nuevo o con trayectoria en el mercado debe utilizar diversas Apps para hacer crecer su negocio o emprendimiento. Las redes sociales, y dispositivos móviles han transformado la forma de comprar, vender, informarse y hasta educarse.

Para Espínola y Torres (2020) en su artículo titulado Análisis cualitativo de los modelos de negocio para el emprendimiento social, identifican las diferencias conceptuales, características y modelos de negocio que aplican los emprendimientos sociales con la finalidad de establecer aportaciones para el desarrollo de estrategias para su impulso. Mediante la metodología investigativa documental, analítica, de discusión y comparación cualitativa, obtuvieron como resultados la identificación de diferentes modelos de negocio, tales como ventas de productos, servicios y marketing.

En tal sentido los autores Bravo y Bejarano (2015) en su proyecto de titulación denominado Plan de negocios para plataforma web INAP orientada a la administración de proyectos de emprendimientos, generación de informes, almacenamiento de historial y asesoramiento en línea, destacan que hace falta la difusión y conocimiento acerca de las organizaciones que apoyan el emprendimiento en Colombia. Su objetivo es establecer un enlace entre el emprendedor y las organizaciones. La metodología utilizada fue la inductora aplicando estudios de mercado, analizando variables de estudio y realizando una segmentación. Los resultados demuestran que los emprendimientos se vieron más interesados en utilizar INAP, que es una plataforma web para la administración de proyectos de emprendimiento, especializada en el almacenamiento de historial, generación de informes y asesoramiento en línea.

Asimismo, Benito y Jiménez (2017) en su investigación titulada Startups y Apps: Nueva fórmula del hacer juvenil encontraron como problemática que en ciertas partes no es común emprender, aún menos en clave de innovación, sin adaptarse a la evolución de la demanda y las nuevas tendencias tecnológicas, de ahí parte su objetivo que es analizar ese fenómeno empresarial. Utilizando metodologías de tipo analítica y de observación. Obtuvieron como resultados la inducción de jóvenes a mercados innovadores teniendo una repercusión positiva en el aspecto económico, y mostrando interés en emprender apoyándose en el uso de Apps.

De ahí que la creatividad e innovación deben ser inherentes a llevar la idea de negocio a ejecución. Ya lo expresó Schumpeter, quien



sostenía que el empresario era el líder y el principal promotor de un negocio y del avance técnico, científico y tecnológico. Es este economista austriaco, quien realiza una de las aportaciones más importante en la concepción del empresario, estableciendo que la innovación es el factor de crecimiento de la economía capitalista. Bajo este enfoque, el proceso innovador aparece como una herramienta competitiva en las empresas y el emprendimiento, como sus factores determinantes lo que trata de mostrar es que el emprendedor tiene como principal característica el liderazgo (Quevedo, 2019).

En las últimas décadas se han difundido diversas plataformas apoyadas en el uso de internet destinadas a presentar contenidos, a la vez que incorporan un conjunto de herramientas de comunicación facilitando la creación de entornos virtuales que hoy en día brindan factibilidad para las empresas. El objetivo básico de una plataforma virtual es crear un entorno donde se integren el uso de las distintas herramientas y aplicaciones que funcionen a través del internet en el proceso empresarial (Lindao, 2017).

IncurSIONAR en el mundo digital demanda del desarrollo de algunas competencias. Los emprendedores han encontrado aquí algunas limitaciones por la falta de preparación e infraestructura adecuada que permita atender el mercado virtual y adaptar el negocio tradicional, la tecnología, las plataformas de pagos, el servicio de los proveedores de producto, la logística entre otros aspectos al uso de las Apps para continuar con el negocio (Otto, 2014).

En ese mismo contexto, dentro del mercado, hoy existe una gran demanda de productos y

servicios; los consumidores y la situación actual por la Covid-19, exigen que los negocios tradicionales se expandan, no físicamente, sino en temas de e-commerce o comercio electrónico como se lo conoce comúnmente. Existe variedad de aplicaciones utilizadas para este fin, siendo esta una forma de mantener no solo física e innovadoramente un negocio a través de la web. Esta acción generalmente se da por medio de las redes sociales que son las más utilizadas por la comunidad de consumidores, y porque es la manera que menos gasto demanda.

Para un emprendedor estas Apps que se utilizan a diario son el foco perfecto para anunciar su producto o servicio que está ofertando y que puede tener un alto número de compradores potenciales allá en el infinito mundo de las necesidades, donde los deseos nunca se sacian. Y en donde la creación de nuevos negocios marca el inicio de esa espiral de crecimiento y desarrollo económico.

## **Comunicación Digital**

Cuando hablamos de comunicación digital nos referimos a la integración de las nuevas tecnologías que se introducen dentro del campo de la comunicación social. Es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, le permite al usuario expresarse de forma escrita y utilizar imágenes, videos, grabaciones de voz, correos electrónicos, blogs, hipertextos, entre otros; para expresar sus pensamientos e ideas. A través de buscadores y redes sociales, los usuarios pueden conectarse con otras personas e informarse sobre los acontecimientos más actuales (Parrales et al., 2017).



## Plataforma Virtual

Una plataforma virtual es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet. Esto quiere decir que, al utilizar una plataforma virtual, el usuario no debe estar en un espacio físico determinado, sino que sólo necesita contar con una conexión a la web que le permita ingresar a la plataforma en cuestión y hacer uso de sus servicios (Pérez y Gardey, 2015).

## Las plataformas digitales

Son todos aquellos sitios de internet que almacenan información de una empresa y a través de la cual los usuarios pueden acceder a cuentas personales y detalles sobre la empresa. Estas plataformas digitales se han convertido en el canal de comunicación más importante de las empresas e instituciones, agilizando los tiempos de respuesta, modernizando los procesos a fin de hacerlos más cómodos para el usuario y maximizando la productividad de sus recursos humanos. En este mismo contexto, Rodríguez (2019) menciona que existen una infinidad de tipos de plataformas digitales, pero menciona las principales, estas son:

### 1. Plataformas educativas

Estas plataformas se enfocan en la educación a distancia e intentan simular las mismas experiencias de aprendizaje que encontramos en un salón de clase. En el mundo y particularmente en Ecuador por el Sars-cov2, las instituciones educativas de todos los niveles de formación, desde el 16 de marzo de 2020 cuando se decretó el estado de excepción se activó el teletrabajo y

educación virtual como medio para continuar con las actividades diarias y evitar un colapso educativo. Ejemplos de plataformas educativas: Blackboard, e-College, Moodle y Google Meet.

### 2. Plataformas sociales

Las plataformas sociales conocidas también como redes sociales, son muy utilizadas actualmente por gran parte de nuestra sociedad. Gracias a ellas los usuarios se conectan y mantienen relaciones con familiares, amigos o conocidos a través de Internet. Ejemplos de plataformas sociales: Facebook, LinkedIn, Instagram y Twitter. Estas son muy útiles para potenciar la marca de un negocio. Solo hay que saber utilizarlas.

### 3. Plataformas de comercio electrónico

Las plataformas de comercio electrónico abundan hoy en día en la internet. Gracias a ellas es posible comprar los más diversos productos y servicios sin salir de casa, sin fronteras físicas. Ejemplos de plataformas de comercio electrónico: Magento, Shopify, WooCommerce, Tienda nube.

Según vallejo (2020) existen diferentes tipos de plataformas digitales y cada uno cumple funciones específicas.

- Plataformas audiovisuales: Su contenido se centra en videos y audios de diferentes categorías. Ejemplos: YouTube, Vimeo.
- Plataformas bursátiles: Los llamados brokers que son intermediarios entre los inversionistas y la bolsa de valores, son plataformas utilizadas para negociar en los mercados bursátiles del mundo. Ejemplos;



Sirix Webtrader, Ninjatrader, Atas, Metatrader 4, Mobile Trader.

- Plataformas bancarias: Todos los bancos cuentan con plataformas que contienen información de sus productos y servicios, canales de atención e ingreso a cuentas personales de sus clientes. Ejemplos: Banca Móvil del Banco Pichincha, Banco Guayaquil, entre otras instituciones.
- Plataformas especializadas: Son plataformas que satisfacen una necesidad particular de un sector de la población, por ejemplo, plataformas de marketing digital, traducción de idiomas. Hostgator, Panda Creativos, Godaddy, Traductor Google.
- Plataformas de pago: Funcionan como administradores económicos a través de los cuales se puede enviar y recibir dinero. Ejemplo: Payoneer, Payza, PayPal, Skrill, Neteller.
- Plataformas de noticias: Son páginas especializadas en ofrecer noticias de actualidad, como los diarios impresos. Ejemplos: BuzzFeed, PolicyMic, Klynt.net.
- Plataformas de localización: Son plataformas que te ayudan a obtener direcciones de cualquier parte del mundo. Ejemplos: Google Earth, Google Maps.

## Las Apps

El término App es una abreviatura de la palabra en inglés application. Es decir, una App es un programa o aplicación informática que realiza funciones para las que han sido diseñadas: juegos, calculadoras de todo tipo, directorios, glosarios, programas formativos, presentaciones o catálogos

de empresas, entre otros (Gutiérrez, 2019).

Este es un término muy popular entre la comunidad tecnológica, se lo usa frecuentemente por el hecho de que es mucho más sencillo y rápido mencionarlo. La primera vez que se usó la palabra App fue en 2008 para referirse a las aplicaciones móviles después de que Apple lanzará su App Store y Google el Android Market.

A continuación, se describen las principales características de las Apps:

- Las Apps están destinadas sobre todo a smartphones o tablets.
- Son más dinámicas que los programas.
- Algunas dependen de internet, aunque no es una característica indispensable.
- Ocupan menos espacio que los programas y son más rápidas de instalar.
- Cualquiera con ciertos conocimientos informáticos puede crear una App para android o iOS.

## Tipos de Apps

Para Materan (2015) hay muchos tipos de Apps y con muchas funcionalidades: Apps de redes sociales (Instagram), Apps para salir a correr (Runtastic), apps para viajar (Tripadvisor), Apps de noticias (Marca), entre otras. Según Peira (2018), en la actualidad existen tres tipos de aplicaciones: Nativas, web e híbridas.

## Las aplicaciones nativas

Las aplicaciones nativas están capacitadas para sacar el máximo provecho de las funcionalidades del dispositivo. Pueden usar la cámara, el GPS, el acelerómetro, la lista de contactos, etc. Por



ejemplo: Las Apps para iOS se desarrollan con lenguaje Objective-C.

### ***Las aplicaciones web o web Apps***

Las webs Apps son un tipo de aplicaciones que no requieren instalarse en el dispositivo ni ocupan espacio en él. Se puede acceder a ellas a través de un navegador web (Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Microsoft Edge, etc.).

Para García (2019) muchas empresas no solo cuentan con aplicaciones nativas, sino también con web Apps. Entre las más conocidas están WhatsApp, Facebook, Spotify, Pixlr, Trello, Netflix, Microsoft Office Online, etc.».

### ***Las aplicaciones híbridas***

Estas aplicaciones combinan características de las aplicaciones nativas y de las aplicaciones web. Lo común que tienen con las aplicaciones nativas es que se adquieren a través de una tienda de aplicaciones y ocupan un espacio en el dispositivo.

Según Critza, (2016) manifiesta que las Apps, pueden clasificarse de la siguiente manera:

- Apps gratuitas: Estas Apps son completamente gratuitas y funcionales. Generalmente la desventaja es que cuentan con algún tipo de publicidad.
- Apps de pago o Apps Premium: Estas Apps cuestan dinero real, la mayoría de las Apps de pago te cuestan 1 dólar, así que están al alcance para la mayoría de personas. Algunas Apps mucho más avanzadas como las de uso empresarial pueden costar hasta más de 100 dólares.
- Apps Freemium: Estas Apps se pueden descargar gratis, pero no todas sus funciones y

características están al alcance, o tienen alguna limitación de algún tipo (como marca de agua, tiempo de espera, limitación en cantidad de uso, etc.).

- Apps de Suscripción: Este tipo de Apps, generalmente se pueden descargar gratis y te ofrecen funciones limitadas.
- Según Rus (2017) las suscripciones dentro de una App pueden ser de dos tipos:
- Suscripciones de publicaciones (revistas, periódicos, semanarios, entre otros.)
- Suscripciones de servicios (Apps de servicios especiales)

Las suscripciones de publicaciones: Son Apps especiales cuyo contenido, es decir, la revista, sólo puede visualizarse por medio de dicha App.

Las suscripciones de servicios: Recibes es el acceso a las funcionalidades completas de una determinada App, por el tiempo que dure tu suscripción.

### ***Mejores Apps Comerciales***

Las Apps comerciales pueden serte útiles para realizar más fácil y rápidamente tareas que te llevarían mucho tiempo, hay Apps para casi todo y varias tienen un costo que puede llegar a ser bastante alto. Vallejo, (2020) describe algunas Apps de finanzas como:

Wave: es una App gratis de contabilidad que te permite llevar el control de tus gastos e ingresos. Puedes usarla para controlar muchos negocios desde una sola cuenta, crear facturas personalizadas con el logo y los datos de tu negocio para tus clientes, aceptar pagos en línea mediante tarjetas de crédito.



Abukai Expenses: Solo se toma una foto de los recibos y la App creará automáticamente el informe con todos los datos necesarios: cantidades, proveedores, fecha, ubicación, descripción y categorías.

PayPal: es uno de los métodos más conocidos y más fáciles para recibir pagos electrónicos con tarjeta de débito o crédito.

Goncalves, (2018) nos dice que existen Apps para compartir archivos estos son las siguientes:

G Suite: Es la mejor, ya que es parte de G Suite, un grupo de aplicaciones de Google que te permiten administrar tu correo (Gmail), agenda (Calendar) y archivos. Siempre y cuando todos los miembros de tu equipo tengan una cuenta de Gmail, podrás compartir archivos con ellos.

WeTransfer: Permite enviar archivos de hasta 2GB a 3 personas, como máximo, al mismo tiempo. La única desventaja que tiene la versión gratuita de WeTransfer es que el archivo que cargas solo está disponible durante 7 días, después se borra.

Dropbox: Es otra App útil y gratuita para compartir archivos con una capacidad de almacenamiento de 2GB.

En tal sentido Giraldo, (2020) describe algunas Apps de marketing como:

Canvas: Permite crear o editar imágenes para tu sitio web o para cualquier red social. En cuestión de minutos, puedes diseñar publicaciones para redes sociales, pósteres, anuncios, invitaciones, infografías, etc.

MailChimp: En ella podrás administrar todas

tus campañas de email marketing, permitirá enviar boletines informativos a tus clientes cuántos abren el correo y leen el contenido.

### ***Otras Apps para potencializar emprendimientos***

Asimismo, Parrales (2020) en un panel sobre emprendimiento e innovación organizado por la Universidad del Valle de México, expresa que, si tomamos a la comunicación digital como un potencial recurso para resolver una serie de problemas, a partir de ahí, se puede impulsar un emprendimiento. Presenta algunas ideas innovadoras que permiten desarrollar un negocio mediante diferentes Apps, destacando a:

Gidpi: Es una guía interactiva para el desarrollo de proyectos bajo metodología de marco lógico. Plataforma eficaz que le permite a cualquier persona formular un proyecto de innovación, investigación o emprendimiento.

Asana: es una especie de gestor de proyectos permite controlar los avances que se tienen en el desarrollo de cada actividad o proceso.

MindMeister: es una aplicación de mapas mentales en línea que permite a sus usuarios visualizar, compartir y presentar en tiempo real con varias personas.

Expensify: ayuda a llevar el control de egresos e ingresos en un negocio.

Hootsuite: es una plataforma web y móvil para gestionar redes sociales por parte de personas u organizaciones.



## ***Apps utilizadas en Ecuador ante la emergencia sanitaria***

Durante la situación de la pandemia a causa del Sars-cov2, Ecuador es uno de los países con mayor afectación económica, sin embargo, el alto índice de emprendimientos con los que cuenta para no dejar decaer los negocios existentes, ha optado por apoyarse en diferentes plataformas virtuales y redes sociales para afrontar las circunstancias, haciendo uso de Apps. Al respecto El Universo, (2020) nos indica las Apps de movilización de productos que hacen usos algunos los negocios:

Glovo: presencia en 7 ciudades

Uber Eats: presencia en 3 ciudades

Ktaxi: presencia en 14 ciudades

Rappi: presencia en 2 ciudades

Tipti: presencia en 3 ciudades

Según Umante (2020) las redes sociales más utilizadas por los emprendimientos en la pandemia de Covid-19 fueron:

Facebook: es la red social gratuita más popular a nivel mundial y cuenta con una amplísima interfaz publicitaria.

Instagram: En esta red lo que mejor funciona son las campañas con un elevado componente visual

Twitter: esta es una red social muy usada por grandes empresas para captar la atención de consumidores.

WhatsApp: ha pasado a ser de tipo comunicativa, a convertirse en una red comercial, es mucho el uso de esta aprovechando que en la actualidad la gran parte de consumidoras hacen uso de ella.

Las aplicaciones móviles están a la disposición de todo emprendedor en la web. Lo interesante es decidir a conocer de sus bondades y beneficios así como manejarlas y aplicarlas en un mundo cambiante en donde lo que hoy es novedad, mañana puede ser parte del pasado. Ahora, es importante que analicemos cómo va la novedad del emprendimiento en el Ecuador.

## **Emprendimiento**

En la actualidad el Ecuador es reconocido como uno de los países con más emprendimiento a nivel latinoamericano, pero lamentablemente estos negocios suelen ser efímeros o de muy poca duración por muchos factores que les impide progresar y conservarse en el mercado, entre los que destacan la poca o nula innovación, la decreciente rentabilidad y las diferentes problemáticas que se les presentan al acceder a un crédito entre otros componentes que debilitan a estos generadores de empleo para generar sustentabilidad y sostenibilidad en el tiempo y sus negocios (Rodríguez et al., 2020).

El significado de emprendimiento entrepreneurship y la figura del empresario entrepreneur corresponden a términos y figuras muy utilizados en la academia y en discusiones de políticas públicas, pero en general existe poca claridad respecto a qué nos referimos cuando hablamos de estos asuntos. El estudio del emprendimiento ha sido abordado desde distintas perspectivas y disciplinas, siendo por eso complicado llegar a conceptualizaciones claras (Kirberg, 2014).

## ***Emprendimiento y desarrollo económico***



La hipótesis de que el emprendimiento está vinculado con el desarrollo económico tiene su fundamento más inmediato en la intuición, el sentido común y la observación económica pura. Las actividades para convertir ideas en oportunidades rentables se encuentran en el núcleo mismo del emprendimiento. El emprendimiento es una fuente de innovación y cambio, y como tal, induce mejoras en la productividad y competitividad económica (Sornoza et al. 2018).

Para Rodríguez, et al. (2020) estos son algunos tipos de emprendimientos:

Según su tamaño: emprendimientos pequeños, emprendimientos escalables, emprendimientos grandes, emprendimientos innovadores. Según la innovación: emprendimiento innovador, emprendimiento oportunista, emprendimiento innovador, emprendimiento de imitación (págs. 11-12).

Entre los emprendimientos más destacados en Ecuador tenemos la venta y comercialización de ropa, muebles para hogar, asesorías, ventas de joyería y belleza, venta de comida rápida, panaderías, servicios a domicilio, viveros, entre otros.

### ***El emprendimiento en Ecuador***

Hay que destacar que la principal actividad en la que se sitúan los emprendimientos ecuatorianos son las actividades de comercio y a productos o servicios inmersos en el mercado doméstico. Por la razón de querer aprovechar una oportunidad de negocio que se esté presentando y que está a su vez le permita obtener mayores ingresos, independización económica y satisfacer o resolver necesidades o problemas (Zamora Boza, 2018, pág. 15).

### ***Apoyo a los emprendedores en el Ecuador***

Es conocido que Ecuador es el país con la tasa más alta de emprendimiento en la región, aunque las personas que invierten en un nuevo negocio lo hacen más para sobrevivir. De ahí que la probabilidad de fracasar es alta. La legislatura ecuatoriana y su Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación aborda varios temas que van en dirección a acceso a fondos estatales para capital semilla y de riesgo, líneas de crédito para emprendedores, regulación para los fondos colaborativos o 'crowdfunding' y modalidades de contratación de personal que respondan a la realidad de un negocio que recién empieza (El comercio, 2020).

### ***El emprendimiento y comercio electrónico en tiempos de pandemia como fórmula para generar nuevos negocios***

En Ecuador particularmente, existen vendedores de todo tipo, pero este 2020 lo que más se ha estimado es la exportación de sábanas y mantas para cama, ropa y accesorios para hombre y mujer, videojuegos, repuestos para motocicletas, impresoras, entre otras cosas (Jaramillo, 2020).

La Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico reportó en su estudio denominado «Situación de las empresas durante el Sars-cov2» que el 40 % de las empresas encuestadas en el país planean abrir un canal de venta en línea y un 18 % planean darles prioridad a sus plataformas de comercio electrónico ya existentes (Otatti, 2020).



## METODOLOGÍA

Desde el punto de vista del alcance de la investigación, se diseñó un estudio de tipo descriptivo, documental y no experimental, con enfoque cualitativo, en donde los métodos inductivos y deductivos han permitido fundamentar el contenido del trabajo, el cual, ha sido obtenido de la revisión de una considerable literatura y compilaciones bibliográficas de diversos recursos de consultoría en línea, tales como revistas científicas regionales indexadas y repositorios digitales con el propósito de organizar los distintos esquemas y criterios sostenidos por otros autores que han tratado las variables de estudio con anterioridad, generando espacio para la inferencia y punto de vista de los autores a fin de encontrar resultados novedosos sobre las variable independiente (plataformas virtuales-Apps) sobre la variable dependiente (emprendimiento), estableciendo el efecto de utilizar estas herramientas digitales en todo tipo de negocios y emprendimientos. Fruto de la revisión bibliográfica se seleccionó a 14 negocios ecuatorianos para conocer qué tipo de redes sociales y Apps utilizan como estrategia para hacer conocer y comercializar su producción.

## RESULTADOS

En Ecuador es muy común que los ciudadanos tengan pequeños negocios y este sea su principal fuente de ingresos. La comercialización de bienes y servicios de forma online incrementó un 90%, durante la pandemia de la Covid-19. Facebook tuvo un 70% más de usabilidad y WhatsApp el 100% de uso. Mientras que aplicaciones con poca relevancia como Uber, Glovo, PayPhone, entre otras, resurgieron para brindar beneficios a

emprendimientos no tradicionales. Manteniendo un uso activo de Apps en negocios de alimentación, comidas rápidas, ventas de prendas de vestir, utensilios para hogar, temas de jardinería, entre muchos más que se desarrollan en el país.

En la actualidad, es imposible imaginarse un emprendimiento que no utilice los recursos de internet para crecer. Las redes sociales y los dispositivos móviles han transformado la forma de comprar, vender, informarse y, hasta educarse. Desde la teoría de Schumpeter, del potencial y capacidad de innovación que tiene el ser humano se muestra la capacidad de adaptación e innovación de las Mipymes en tiempos de crisis. La pandemia por Covid-19 revolucionó la forma de comercializar, la producción pasó de lo tradicional a lo online, obligó a las empresas a comercializar sus productos a través de una Apps y del e-commerce.

La Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE, 2020) establece que las compras a través de canales digitales de sectores estratégicos durante la emergencia tuvieron un gran aumento aproximadamente 15 veces más en compras online. Surgiendo así emprendimientos de diferentes índoles, como ventas de mercaderías con entregas a domicilio, que es uno de los factores que más influencia tuvo en el uso de aplicaciones webs para compra y venta, especialmente de las redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, fueron de las Apps con utilización en mayor volumen por vendedores y consumidores.

Para conocer que redes sociales y Apps utilizan los negocios con mayor recurrencia se seleccionó a través de la revisión bibliográfica a 14 negocios de



diferente tamaño (micro, pequeños, medianos y grandes), detallados a continuación:

**Tabla 1**  
*14 Negocios que hacen uso de Redes Sociales y Apps.*

Negocios	Apps y redes sociales								
	Uber	Glovo	Payphone	Ktaxi	Rappi	Facebook	Whatsapp	Twiter	Youtube
Mueblería		x							
ZAMGA		x	x			x	x	x	
Parrilladas El Profe		x	x			x	x	x	
Centro Apícola La									
Colmena		x	x			x	x	x	
Karli Store		x	x			x	x	x	
Comercial Patilín	x	x	x			x	x	x	
Comercial Gonzalo Zambrano	x	x				x	x		
La gallada del chinito	x	x				x	x	x	x
Tía	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Akí	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Super Paco	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Ferrisariato	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Mi comisariato	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Fybeca	x	x	x	x	x	x	x	x	x
La Fabril	x	x	x	x	x	x	x	x	x

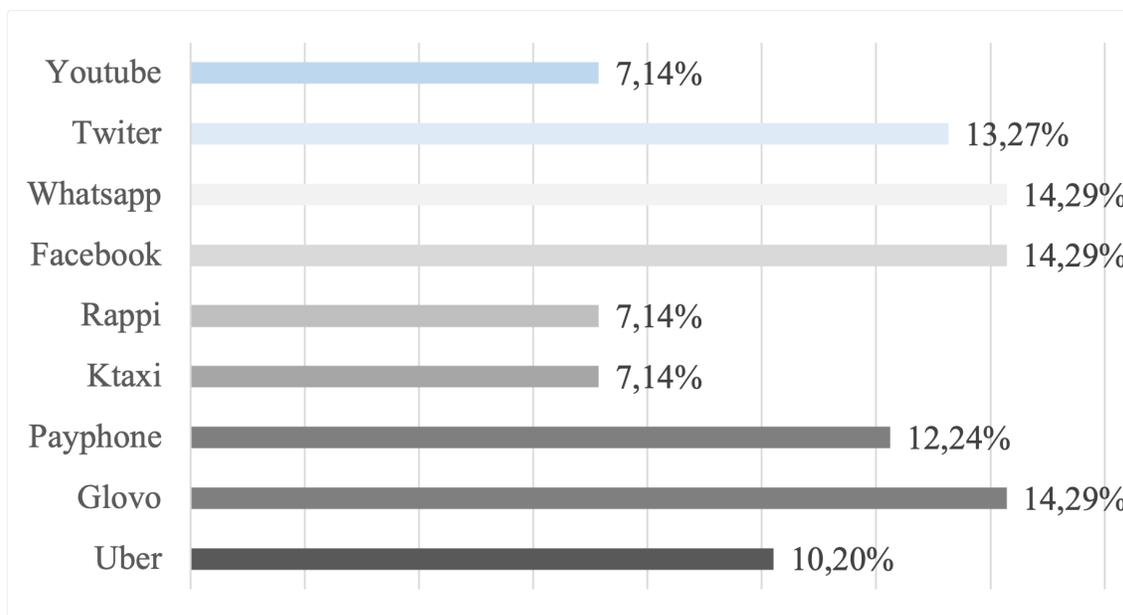
Fuente: Elaborado por los autores.



El uso de Apps y redes sociales no solo se limita a grandes empresas como Tía, Akí, Mi comisariato, empresas con mayores capacidades tecnológicas, sino también al sector más pequeño. El uso de redes sociales y los dispositivos móviles han transformado la forma de comprar y vender. Por lo que resulta imposible pensar en el crecimiento de un negocio sin presencia en internet. Para el sector de las Mipymes el uso de Apps permite desde la presentación de productos en redes sociales y plataformas, hasta conocer el grado de

satisfacción del cliente. En cuanto a lo operativo, es clave contar con mecanismos para trabajar de manera remota, chats privados para compartir información delicada, tecnología para gestión de proyectos, etc., En tiempos de pandemia por Covid-19, incremento el uso de aplicaciones móviles como Glovo, Uber Eats, Ktaxi, Rappi, Tipti, Payphone. De los negocios elegidos intencionadamente a través de la información proporcionado por artículos de periódicos se tiene que las apps y redes sociales más usadas se detallan en la Figura 1.

**Figura 1**  
*Apps y redes sociales más usadas.*



Fuente: Diario El Universo (2020).

El mundo tecnológico esta vez más interconectado, existen cambios acelerados y repentinamente bruscos, obligando a las empresas a repensar sus modelos de negocios, en este contexto, los negocios sean grandes o pequeños

deben de transformarse para hacer frente a las exigencias reales del mercado. La digitalización es una oportunidad para las empresas, la comercialización hoy más que nunca dio un giro de los tradicional o lo online. Las empresas,



especialmente el sector Mipymes pasó a usar redes sociales para promocionar y comercializar sus productos, el uso de Facebook, WhatsApp, Twitter son las redes sociales que usan mayormente los negocios pequeños. Esto se demuestra en los resultados obtenidos del grupo seleccionado de negocios detallados en la figura 1. El uso de redes sociales representa el 41,85%, mientras que YouTube representa el 7,14%. Entre las Apps usadas están Glovo con 14,29%; Uber con 10,20%; Rayphone con 12,24%; Rappi con 7,14% y Ktaxi con un 7,14%.

Por otra parte, la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación incremento la ayuda a emprendimientos, dando paso a un acceso rápido a préstamos bancarios. Para los negocios online resultó de forma positiva, ya que por el apoyo que obtuvieron de parte de esta normativa, lograron emprender, crecer y establecerse, fortaleciendo el sistema financiero y emprendedor.

Al inicio resultó difícil adaptarse a este cambio, especialmente el sector Mipymes, el conocimiento para hacer uso del e-commerce, Apps, redes sociales y plataformas virtuales incidió en no aprovechar al máximo las bondades de estas herramientas tecnológicas. Hoy las aplicaciones móviles se han convertido en herramientas indispensables para el crecimiento de todo proyecto online. Los usuarios, hoy descargan una Apps y disfrutan de todos los beneficios que esta ofrece.

## DISCUSIÓN

Según la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE, 2020), desde la emergencia sanitaria de la Covid19 que inició en el mes de marzo de 2020, se dio paso al confinamiento

estricto en el Ecuador, las micro, pequeñas, medianas y gran empresa, se vieron en la obligación de utilizar diferentes tipos de plataformas para seguir en el mercado competitivo y poder sostener su participación en el mercado. No era opcional hacer comercio electrónico o e-commerce, fue una estrategia vital para mantener el negocio.

Los resultados en esta investigación son concordantes con lo expuesto por Schumpeter, (citador por Quevedo, 2019); Benito y Jiménez, 2017; Umante, 2020; El Universo, 2020; Estas nuevas aplicaciones como Rappi, Glovo, Uber etc., y nuevos emprendimientos en la web, son muy beneficiosos y facilitan la comercialización entre vendedor y consumidor. El mundo se mueve aceleradamente en este siglo XXI, así que los empresarios innovadores son los que sobrevivirán a las tendencias, globalización e incluso nuevas pandemias. Seguir el ejemplo de empresarios creativos que con ideas como Apple fundada por Steve Jobs; Facebook ideada por Mark Zuckerberg; Google por Sergei Brin y Larry Page y Marc Randolph de Netflix debe ser la brújula porque con su proyección en nuevos productos han revolucionado el mercado con sus ideas innovadoras.

Atendiendo a estas consideraciones, una de las redes sociales más utilizada día a día es WhatsApp como una herramienta de estrategia de marketing, se ha adaptado a las nuevas modalidades y emprendimiento tradicional y no tradicional. Esta herramienta ha facilitado la comunicación, presentación, promoción de producto, atención al cliente, consulta y cotización de precio por un bien o servicio. Las compras online en la actualidad han incrementado y para efectivizar sus ventas han



tenido que recurrir al uso de Apps como de movilización de producto como Ktaxi es una plataforma que ha evolucionado a delivery, transporte de carga, movilidad corporativa, entre otras. En la actualidad están presente en 14 ciudades como: Loja, Machala, Cuenca, Riobamba, Ambato, Latacunga, Quevedo, Manta, Quito, Guayaquil, Ibarra, Tulcán, Santo Domingo.

Bravo y Bejarano (2015) en su proyecto de titulación denominado «Plan de negocios para plataforma web INAP orientada a la administración de proyectos de emprendimientos» Respecto a la percepción para cualquier trámite o asesoramiento las empresas y emprendimiento hacen uso de plataformas webs para continuar con sus negocio, sin embargo no hay que dejar de lado a las microempresas que no cuentan con un capital estable para hacer uso de algún tipo de plataforma web, estas más bien se apoyan de las redes sociales, ya que al ser gratuitas y de masivo uso encuentran mayor beneficio. Por ello el interés de la investigación de Benito y Jiménez (2017) «Startups y Apps: Nueva fórmula del hacer juvenil», con una percepción diferente de la evolución de los modelos de negocios existentes en el mercado, se deben hacer uso de Apps más convencionales, y de beneficios de gratuidad, para lograr potencializar un negocio.

## CONCLUSIONES

En la última década, las Apps móviles se han posicionado como unas de las herramientas más eficaces para las empresas, especialmente en el campo del e-commerce. Y no es para menos, pues las aplicaciones facilitan la vida de los usuarios, promueven la interconectividad y mejoran la experiencia en la adquisición de productos y

servicios. Las Apps son una estrategia de venta sólida para permitir el crecimiento empresarial, alcanzar sostenibilidad económica y participación en el mercado. Las Apps permiten a las Mipymes generar ingresos y optimizar el proceso de compra, logrando acaparar fidelidad del cliente, al permitirles usar herramientas digitales para efectuar compras de forma rápida, segura y sencilla. Además, su uso permite a la empresa posicionarse en la mente del consumidor joven, son ellos los que más usan el dispositivo móvil. Es decir, permite ganarse la mente de una nueva generación de consumidores, los millennials y la posmilénica.

La orientación tecnológica es un factor de éxito en mundo empresarial, la inmediatez, la simplificación e hiperconectividad permiten a los propietarios de las Mipymes conocer las necesidades insatisfechas de los clientes y cubrirlas en cualquier nicho del mercado. Implementarlas es esencial para desarrollar formas disruptivas de presentar sus servicios al público.

Actualmente, todavía existen muchas empresas reacias a la implementación de Apps, ya sea porque desconocen su alcance o por miedo a los cambios de esa tecnología disruptiva. Los negocios que se atreven a experimentar por las nuevas tecnologías terminan por tomar la batuta del mercado, al lograr obtener una ventaja diferencial en comparación con las empresas de modelos tradicionales.

Entender el comportamiento y las necesidades del consumidor es un trabajo indispensable para el crecimiento de las nuevas empresas, las Apps y las plataformas virtuales son la opción para obtener este tipo de información, permitiendo mejorar y



obtener productos y servicios, valorar su calidad, así como tomar decisiones sobre el rumbo de la empresa, negocios, estudios con mayor precisión. Las herramientas electrónicas son el principal aliado para los negocios digitales que están surgiendo como tales o para los tradicionales que están cambiando. Plataformas, 'Apps', programas y demás tecnología que funciona a través de la Internet son básicos para la gestión empresarial, particularmente poscovid-19. La idea es facilitar con todo esto los procesos de comunicación, registro, optimización de recursos, trazabilidad, contacto segmentado, entre otros para alcanzar clientes y simplificar la vida en una sociedad en crisis por la pandemia de la Covid-19.



## REFERENCIAS

- Benito, D., & Jiménez, M. (diciembre de 2017). Startups y Apps: nueva fórmula del hacer juvenil. Revista de estudios de juventud. Obtenido de [http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/29/publicaciones/6\\_startups\\_y\\_apps\\_nueva\\_formula\\_del\\_hacer\\_juvenil.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/29/publicaciones/6_startups_y_apps_nueva_formula_del_hacer_juvenil.pdf)
- Bravo, L., & Bejarano, J. (10 de agosto de 2015). Plan de negocios para plataforma web INAP orientada a la Administración de proyectos de emprendimientos, generación de informes, almacenamiento de historial y asesoramiento en línea. Obtenido de [http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/3048/1/Plan\\_negocios\\_plataforma\\_bejarano\\_2015.pdf](http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/3048/1/Plan_negocios_plataforma_bejarano_2015.pdf)
- Critza. (22 de Septiembre de 2016). Clasificación de las aplicaciones móviles. Obtenido de <http://www.critza.com/post/clasificacion-de-las-aplicaciones-moviles>
- El Comercio. (21 de Febrero de 2020). Apoyo a los emprendedores. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/opinion/editorial/editorial-opinion-apoyo-emprendedores.html>
- Espinola, V. y Torres, I. (2020). Análisis cualitativo de modelos de negocio para el emprendimiento social. Scielo. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4576/457662386015/html/index.html>
- García, M. (31 de Octubre de 2019). appandweb. Principales tipos de apps: ventajas e inconvenientes Obtenido de <https://www.appandweb.es/blog/tipos-de-apps/>
- Giraldo, V. (22 de Julio de 2020). rockcontent.com. Plataformas digitales: ¿Qué son y qué tipo existen? Obtenido de rockcontent.com: <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
- Goncalves, A. (12 de Septiembre de 2018). Rockcontent. 4 Herramientas para compartir archivos Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/herramientas-para-compartir-archivos/>
- Gutiérrez, A. (1 de Noviembre de 2019). aboutespanol.com. ¿Qué es una app y cómo descargarla? Obtenido de aboutespanol.com: <https://www.aboutespanol.com/que-es-una-app-y-como-descargarlas-3507717>
- Jaramillo, A. C. (24 de noviembre de 2020). El emprendimiento y comercio electrónico en tiempos de pandemia como fórmula para generar nuevos negocios. EL UNIVERSO, págs. <https://www.eluniverso.com/larevista/2020/11/20/nota/8055829/emprendimiento-comercio-electronico-negocios-internet>.
- Kirberg, A. S. (2014). Emprendimiento exitoso. Chile: ECOE. Obtenido de <https://www.worldcat.org/title/emprendimiento-exitoso/oclc/989816871>
- Lindao, M. (17 de Mayo de 2017). Emprendedores. Internet como plataforma virtual para emprender Obtenido de <https://emprededores.tv.pe/internet-como-plataforma-virtual-para-emprender/>
- Materan, E. (2 de Marzo de 2015). evainnova. Conoce los tipos de apps que existen y para qué sirven Obtenido de <https://evainnova.com/app/conoce-los-tipos-de-app-que-existen-y-para-que-sirven/>



- Otatti, L. (30 de octubre de 2020). Cámara Ecuatoriana de Comercio electrónico. Pedidos por canales digitales se han multiplicado por 15 en Ecuador durante la emergencia por el coronavirus COVID-19 Obtenido de <https://www.cece.ec/tag/2020/>
- Otto, C. (11 de Noviembre de 2014). El confidencial. ¿A qué problemas se enfrenta un negocio digital? Obtenido de [https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2011-11-11/a-que-problemas-se-enfrenta-un-negocio-digital\\_773154/](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2011-11-11/a-que-problemas-se-enfrenta-un-negocio-digital_773154/)
- Parrales, M. L. (30 de noviembre de 2020). Incubadoras de empresas UVM. Panel Internacional Innovación y Emprendimiento. Obtenido de <https://youtu.be/nCBVLnfxZNw>
- Parrales, M., Gracia, E., Miller, J., & Ponce, O. (2017). Lineamientos Estratégicos y Comunicación Digital. En E. G. María Parrales, Lineamientos Estratégicos y Comunicación Digital (págs. 13-14). Mawil Publicaciones de Ecuador.
- Peira, L. (2018). Evainnova.com. Conoce los tipos de apps que existen y para qué sirven Obtenido de Evainnova.com: <https://evainnova.com/app/conoce-los-tipos-de-app-que-existen-y-para-que-sirven/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2015). definicion.de. Plataforma virtual Obtenido de definición de: <https://definicion.de/plataforma-virtual/>
- Picasso, N. (16 de Diciembre de 2016). blablanegocios.com. La comunicación digital Obtenido de blablanegocios.com: <https://blablanegocios.com/comunicacion-digital-consiste/>
- Quevedo, L. F. (2019). Aproximación crítica a la teoría económica. Investigación&Negocios, 3-4. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2521-27372019000200006](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200006)
- Rodríguez, J. (12 de Septiembre de 2019). rankia.co. ¿Qué son plataformas digitales y para qué sirven? Obtenido de rankia.co: <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven#:~:text=Las%20plataformas%20digitales%20son%20todos,y%20detalles%20sobre%20la%20empresa.>
- Rodríguez, V., Reina, C., Rodríguez, K., y Cañarte, L. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. FIPCAEC, 96-97. Obtenido de <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/download/298/525>
- Rus, C. (14 de Agosto de 2017). Applesfera. Por qué las apps se pasan al modelo de suscripción: éstas son las ventajas que aporta a usuarios y desarrolladores Obtenido de <https://www.applesfera.com/general/por-que-las-apps-se-pasan-al-modelo-de-suscripcion-estas-son-las-ventajas-que-aporta-a-usuarios-y-desarrolladores>
- Sornoza, D., Parrales, M. L., Sornoza, G., Cañarte, T., Castillo, M., Guaranda, V., y Delgado, H. e. (Octubre de 2018). Fundamentos de emprendimiento. FIPCAEC, V, 19. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.298> Obtenido de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/300>
- Umante, T. J. (marzo de 2020). Redes sociales como medio de comunicación publicitaria por emprendedores en la ciudad de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/>



[bitstream/handle/49000/8880/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000362.pdf?sequence=1](https://bitstream/handle/49000/8880/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000362.pdf?sequence=1)

El Universo. (mayo de 2020) Uso de plataformas virtuales. Obtenido de: <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/05/28/nota/7853841/uso-plataformas-virtuales-no-es-sistema-nuevo-algunos-planteles/>

Vallejo, I. (23 de Enero de 2020). caminofinancial.com. Las mejores apps gratuitas para empezar el 2020 en grande Obtenido de caminofinancial.com: <https://www.caminofinancial.com/es/las-mejores-apps-gratuitas-para-empezar-el-2020-en-grande/>

Zamora Boza, S. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía en Ecuador. Espacios, 15. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>