



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticaayvalores.com/>

Año: XI

Número: Edición Especial.

Artículo no.:55

Período: Diciembre, 2023

TÍTULO: Las perspectivas del emprendimiento con ayuda de las herramientas tecnológicas en tiempos de pandemia.

AUTORA:

1. Dra. Candelaria Vázquez Ramos.

RESUMEN: La pandemia y el confinamiento social han impulsado transformaciones significativas en el emprendimiento, destacando el papel crucial de la tecnología en este cambio. Surgieron nuevos negocios en respuesta a las dificultades presentadas. Desde una perspectiva socioeconómica, el emprendimiento se erige como el motor de crecimiento financiero, generando empleo e ingresos que influyen en la economía nacional. Mientras algunas empresas cerraron debido a la pandemia, otras aprovecharon las oportunidades emergentes en el mercado. La innovación y adaptación, impulsadas por el uso de tecnologías, han sido fundamentales para crear estas oportunidades, destacándose el papel clave de las herramientas tecnológicas en la creación de negocios. Se emplearán métodos exploratorios y descriptivos para obtener una comprensión completa de los desafíos, soluciones y variables involucradas.

PALABRAS CLAVES: emprendimiento, innovación, tecnología.

TITLE: The perspectives of entrepreneurship with the help of technological tools in times of pandemic.

AUTHOR:

1. PhD. Candelaria Vázquez Ramos.

ABSTRACT: The pandemic and social confinement have driven significant transformations in entrepreneurship, highlighting the crucial role of technology in this change. New businesses emerged in response to the difficulties presented. From a socioeconomic perspective, entrepreneurship stands as the engine of financial growth, generating employment and income that influences the national economy. While some businesses closed due to the pandemic, others took advantage of emerging opportunities in the market. Innovation and adaptation, driven by the use of technologies, have been fundamental to create these opportunities, highlighting the key role of technological tools in business creation. Exploratory and descriptive methods will be employed to obtain a complete understanding of the challenges, solutions and variables involved.

KEY WORDS: entrepreneurship, innovation, technology.

INTRODUCCIÓN.

La economía de un país está conformada por diversos negocios, empresas u organizaciones direccionadas a diferentes sectores productivos; muchos de ellos originados del emprendimiento. El emprendimiento es el desarrollo de un nuevo ente y que define los procedimientos administrativos en el inicio de un nuevo negocio. A partir del confinamiento social, el emprendimiento ha sufrido una transformación de desarrollo en el uso de las tecnologías, las cuales surgieron a partir de las dificultades presentadas en tiempos de pandemia. Algunas de estas dificultades fueron el distanciamiento, las medidas de higiene que limitaron la interacción de los comerciantes, los despidos masivos, la baja de ventas, la mala productividad, entre otros.

La tecnología originalmente surgió de la necesidad de comunicarse, y con el tiempo, un medio de entretenimiento, e inclusive, un medio para la realización de tareas, pero ante el confinamiento, más que un medio de información y comunicación se ha transformado en una herramienta del emprendimiento y del comercio.

Mientras que varias empresas se vieron en la necesidad de cerrar sus puertas por la pandemia, afectando toda la economía de un país y de miles de familias, otras han surgido tras aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el mercado.

Ante lo sucedido, el país ha buscado nuevas formas de mejora continua que permita restablecer las dificultades financieras y económicas; por ello, promovieron el desarrollo y uso de las tecnologías de la información y comunicaciones. La innovación y adaptación han sido responsables de la creación de oportunidades para múltiples negocios en la nueva modalidad de usos tecnológicos.

Por ese motivo, esta ponencia tiene como objetivo dar a conocer las perspectivas con respecto al emprendimiento en tiempos de pandemia con la ayuda de las herramientas tecnológicas para la creación de nuevos negocios y la adaptación a las circunstancias en las que se han desarrollado.

DESARROLLO.

Tiempo de crisis e incertidumbre.

Para poder entender el efecto de innovación del emprendimiento con la ayuda de las tecnologías es necesario entender qué causa tal efecto.

Tras la pandemia del COVID-19, las fuentes de ingreso se disminuyeron, alterando así, las finanzas de muchas familias, provocando crisis e incertidumbre y la inducción de una crisis económica. Ante este acontecimiento, muchas empresas y negocios emergidas en la incertidumbre y el caos se vieron a la necesidad de cerrar.

De acuerdo con Ponte-Sucre, (2021), en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua (DRAE), incertidumbre se define como “contrario a la certidumbre”; y precisa certidumbre, como “conocimiento claro y evidente de las cosas”, sinónimo de certeza o certitud. Nos habla de la falta de certeza, como cualidad de la situación o circunstancia que estamos enfrentando, o falta de conocimiento fiable acerca del desenlace de la situación que vivimos. De forma más clara, las empresas que no se informan, no

se innovan, los negocios que no se capacitan y las personas que no aprenden, tendrán menores oportunidades debido a la falta de conocimientos.

La situación en la que se encuentra el mundo ha provocado que tanto personas como negocios u empresas tomen acciones precipitadas e inmediatas, y es por ello, que la Organización Panorámica de la Salud (OPS, 2022) afirma que el miedo, la preocupación y el estrés son respuestas normales en momentos en los que nos enfrentamos a la incertidumbre, o a lo desconocido o a situaciones de cambios o crisis. Así que es normal y comprensible que la gente experimente estos sentimientos en el contexto de la pandemia COVID-19.

El temor de contraer el virus en una pandemia como la de COVID-19, se le suma el impacto de los cambios abruptos de la vida cotidiana para contener y frenar la propagación del virus, las nuevas y desafiantes realidades de distanciamiento físico, el trabajo desde el hogar, el desempleo temporal, la educación de los niños en casa y la falta de contacto físico con los seres queridos y amigos, impulsan el deseo de emprender para obtener nuevas entradas de dinero.

Las mega-crisis financieras no estaban tan a la vista, de modo que se podía pensar en que la economía crecería, que el progreso continuaría y hasta que la inequidad, ese fantasma milenarío podría irse reduciendo. La incertidumbre es una condición inevitable de la existencia humana. No hay nada en la vida que sea totalmente previsible. Se puede levantar e imaginar que el día será de un modo y casi nunca es así, en estos tiempos incluso se puede recibir la triste noticia de que alguien sucumbió ante el virus. En el plano social, se imaginaba “la utopía digital” y de pronto llegó, pero cargada de angustia y como un recurso providencial.

Como se sabe, se está poco acostumbrado a un mundo sin certezas, y la pandemia ha arrojado un túnel impredecible; por lo mismo, es necesario aprender a convivir con lo inesperado, lo desconocido y lo inhabitual, para poder ver diversas oportunidades de vida y en los negocios los de emprendimiento.

Después de que las personas y los negocios perdieran las entradas de ingresos y se enfrentaran a la crisis, aplicaron ideas creativas que ayudaron a mejorar la economía, en el cual se emprenden nuevos negocios con la ayuda de las herramientas tecnológicas y que obtuvieron un impacto en la mejora e innovación en la venta de los productos o servicios a los clientes.

El emprendimiento en la pandemia.

Si se analiza un poco más los efectos de la incertidumbre tras la pandemia en las empresas y negocios, no todo es pérdida; y por ello, Torres-Torres, y otros (2021) muestran, que “el empleo en general se vio muy afectado durante la pandemia, pues muchas empresas realizaron reducción de sueldos entre otros factores más; sin embargo, todo esto no solo se podría considerar como negativo, ya que se afirma que en períodos de crisis también surgen nuevas oportunidades, que se pueden aprovechar para generar un nuevo negocio, transformar el modelo, emprender y generar tendencias de cambio, que permiten nuevos ecosistemas para emprender y generar ingresos.

Los emprendedores deben tomar acciones con diversas estrategias para afrontar situaciones y obtener opciones de salida a los problemas durante la pandemia, teniendo claro que la vuelta a la normalidad es algo relativo y muy lejano; por lo tanto, deben considerar que el tiempo avanza y con él van surgiendo cambios que se resaltan en el entorno. Reinventarse y tomar acciones estratégicas mediante la tecnología, el marketing de contenidos y redes sociales, junto al comercio electrónico es hoy en día una de las estrategias más factibles.

Actualmente, los empresarios o emprendedores se encuentran en una etapa en que la toma de decisiones tanto operativas como financieras se vuelven relevantes mediante un proceso. Muchos hablan de preparar el negocio para el impacto Pos-coronavirus y otros sobre las medidas que se deben tomar para sobrevivir a la pandemia; “sin embargo es importante también destacar, que algunos giros de negocio se encuentran creciendo de manera impresionante en las condiciones adversas”.

Impacto en los sectores empresariales.

La crisis sanitaria vivida en el año 2020 tuvo repercusiones de impacto en los ciudadanos, pero sobre todo en los sectores empresariales que se vieron afectadas por falta de recursos y la preparación para sobrellevar la situación de magnitud, provocando la inminente quiebra de muchos negocios.

Uno de los sectores de comercio más afectados por la pandemia sin duda alguna es el sector turismo, no solo en México, sino en todo el mundo. Esto debido al confinamiento obligatorio que los gobiernos de los países utilizaron como método para controlar en buena medida la propagación del virus.

México es uno de los países cuya gran parte de su economía se basa en el turismo; de acuerdo con Ruiz-Hermoso (2020), el Sector Turismo aporta casi el 8.9% del PIB directo, representa casi el 9% de los empleos formales y entre turismo nacional e internacional se dan más de 250 millones de visitas al año; pero si a ello le integramos toda la cadena de valor y los empleos indirectos, el alcance es ya mucho mayor.

En el año 2019 se registró un número significativo de viajes internacionales, de los cuales una gran parte de los viajes se realizaron a México. Este incremento posicionó al país en el séptimo lugar dentro de las listas récord de visitas turistas internacionales de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo; sin embargo, de forma inesperada surge el COVID-19, que terminaría ocasionando una pandemia a nivel internacional, afectando aún más la actividad turística del mundo, las actividades económicas y sociales. Es de enfatizar, que inclusive los negocios no formales y los emprendedores se beneficiaban del turismo.

De acuerdo a Ruiz-Hermoso (2020), el Consejo Mundial de Viajes (WTTC) por sus siglas en inglés, a estimado un impacto negativo a nivel mundial de 30 mil millones de dólares y la pérdida de 1 millón de empleos cada día que pasa de la pandemia; la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) por sus siglas en inglés, estima el impacto negativo en unos 45 mil millones de dólares, y la Asociación

Internacional de Transporte Aéreo (IATA) por sus siglas en inglés, prevé un impacto negativo en su industria de alrededor de 100 mil millones de dólares.

A raíz de todo lo ocurrido en la crisis sanitaria, además de la reducción del turismo, el sector primario se ha puesto sobre la mesa. Aunque las actividades del sector primario no siempre son visibles y reconocidas, en situaciones extraordinarias como la que se vive por la pandemia, es cuando se exalta el gran valor del trabajo que realiza.

No en vano, el sector primario es el encargado de cubrir una de las necesidades básicas del ser humano para poder sobrevivir como lo es la alimentación. Puede considerarse el punto de partida de cualquier economía, y las actividades que se desarrollan en él son imprescindibles. Es el trabajo de agricultores, ganaderos, pescadores, y todo el sector de la distribución lo que hace posible que todos los días se disponga de productos hasta la mesa del hogar.

Otro impacto muy notorio fueron los retos que representaron el miedo y la incertidumbre, provocando un incremento de la demanda en los productos de manera notable, en cuestión de horas debido a la avalancha de compras ocurrida en los supermercados y tiendas de servicio, se duplicaron y en algunos casos triplicaron el volumen de los pedidos. Esta situación se incidió en toda la cadena de suministro de productos básicos de alimentación e higiene; afortunadamente, gracias a los medios de tecnología de la información y de comunicaciones, los negocios y emprendimientos surgidos, están llevando los productos y servicios a los mercados sin ningún problema.

Métodos usados para contrarrestar el impacto.

De acuerdo con Pliego (2020), a medida que se prolonga la pandemia del COVID-19, los empresarios mexicanos diversifican las medidas para enfrentar la recesión en el mercado, que globalmente afecta más al sector de viajes, turismo y ocio con -22.25 puntos, lo que representa 12.5 puntos más respecto a la visión de pérdidas a nivel mundial. Muchas de las medidas para enfrentarse a los efectos de la pandemia están enfocadas en subsistir, sobresalir o evolucionar a través de la innovación. A pesar de

ello, se debe considerar que no todas las medidas son iguales, ya que estas deberán tomarse de acuerdo a las necesidades básicas. Esto visto desde un punto de vista individualista.

Ahora, si se determina a nivel social y mundial las medidas para contrarrestar el impacto de la pandemia, se puede notar la diferencia de los planes de acción; es por ello, que Pliego (2020) presenta que en México, las principales acciones para enfrentar al COVID- 19, según el IBR de Grant Thornton son:

- Ajustar estrategia de negocios (58.3%), cambiar patrones de trabajo dentro de las organizaciones (47.6%), trabajo remoto y flexibilidad de horarios (45.6%), revisar presupuesto anual y posponer algunas inversiones (37.9%), así como reducir la reducción o suspender operaciones y los planes para interrumpir la oferta y demanda (28.2% cada uno).
- Respecto a las acciones tomadas o que planeó para la gestión del efectivo, destaca que los empresarios mexicanos buscaron negociar con los clientes el pronto pago (38.8%) mientras que en segundo lugar fue la eliminación de efectivo ocioso en capital de trabajo, buscar conexiones fiscales y subvención gubernamental con 36.9% en cada una de tales acciones, y en tercer lugar, con 34%, postergar pago a proveedores. “A nivel mundial, con 32.9% de los empresarios, coincidieron que la principal acción era buscar la subvención gubernamental”.
- Los empresarios mexicanos, para recuperar el mercado, “optan en primer lugar por la seguridad en el lugar de trabajo (55.3%), analizar los recursos financieros que serán necesarios (50.5%) y determinar cuáles clientes y mercados priorizarán (46.6%)”, mencionó Pliego (2020).
- Respecto a las áreas de la empresa que deberán cambiar después de la crisis del COVID-19, los empresarios de México mencionaron en primer lugar la flexibilidad organizacional (49.5%) y en segundo sitio, con 46.6%, mejorar la gestión de la crisis, así como aumentar la tecnología y digitalización. “En tercer término se situó mejorar la cadena de suministro (35%)”, dijo el Socio de la firma.

En análisis de las medidas que se tomaron para combatir los efectos de la pandemia, se puede observar, que una de las medidas más acertadas fue la de implementación de nuevas tecnologías; con la llegada de la cuarentena, se hizo énfasis en las herramientas tecnológicas para poder seguir en el mercado económico, y no solo eso, también se usaron como método para poder seguir con las actividades cotidianas de la gente.

Emprendimiento tecnológico.

La globalización y los avances tecnológicos ha logrado cortar distancias, disminuir brechas culturales y mejorar economías y comercios; de esta manera, los emprendedores han aprovechado el fácil acceso a nuevas herramientas digitales con la finalidad de potenciar sus negocios y llegar a nuevos clientes; que pasan de ser locales a nacionales e incluso internacionales.

Martins-Ferreira (2022) define, que el emprendimiento es la acción de crear un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias. La definición de emprendimiento más moderna —la del año 2022— también incluye la transformación del mundo para resolver grandes problemas, iniciar un cambio social, crear o vender un producto innovador, etc. Si se determina desde un punto de vista administrativo, se define como la acción de comenzar un proceso que implica todas las funciones, tareas y actividades asociadas a la percepción de oportunidades y a la creación estratégica de una organización para conseguirlas (RSS, 2021).

La llegada de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en tiempos de pandemia ha permitido que las tiendas se conviertan en digitales y los vendedores apuesten por ser productores, administradores y publicistas de sus propias marcas. Es toda una reinención sobre la forma de comercializar y brindar los servicios a los consumidores, de forma entretenida, fácil y sin salir de casa.

Actualmente, un local o una oficina puede ser simplemente un teléfono móvil, otorgando la facilidad de atender a clientes desde cualquier parte del mundo. La comunicación se hace eficiente, gracias a plataformas como Facebook, Twitter, WhatsApp, e incluso, páginas de venta online. De esta forma, tecnología y emprendimiento se unen para invitar a los emprendedores a desarrollar procesos innovadores y creativos, que permitan mejorar, abaratar y optimizar sus recursos.

Emprendimiento es un término de moda. En la situación actual de crisis económica y altos niveles de desempleo, el emprender aparece como una solución a los problemas tanto desde la perspectiva de las personas individuales (como una solución de autoempleo o de iniciar un proyecto alternativo a trabajar por cuenta ajena) como desde la perspectiva general, ya que un nuevo tejido empresarial supone nuevos puestos de trabajo, crecimiento, dinamismo en la economía, etc.

Sin duda, los emprendedores brindan beneficiosos para la sociedad. Son creativos, generan empleo, dan impulso a la economía, son motores de cambio y de crecimiento; en este sentido, un país "rico" en emprendedores, y que tiene muchas posibilidades de evolucionar y crecer.

Las herramientas tecnológicas y el impacto en las PYMES.

Las herramientas tecnológicas, también son conocidas como las TIC, que como se dice al inicio, son un conjunto de herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten una mejor organización, ya que tienen diferentes funciones como es el procesamiento, almacenamiento de datos importantes y transmisión de información, ya sea en voz, textos, videos o imágenes.

La conversión que sufren las empresas no solo es a nivel externo (directamente con los clientes, competencias, etc.) sino además de forma interna (directamente con los procesos, personal, etc.), por lo que las herramientas tecnológicas se han convertido en necesarias.

Las empresas por más grandes o pequeñas que sean, deben de buscar un proceso sistemático, como son las herramientas tecnológicas, que ayudan a facilitar y ahorrar tiempo en la elaboración de las

actividades. Esto ayudará que los empleados mejoren y faciliten sus tareas. La tecnología ha avanzado tanto que permite a las pequeñas empresas y a los emprendedores la conversión de los mismos a micromultinacionales; es decir, que vendan productos, ofrezcan servicios e ideas, ya sea desde sus propias comunidades hasta un nivel internacional.

Si el alcance de los negocios se expande, es necesario que su nivel de producción también. De acuerdo a Negocios Digitales, (2022), las herramientas tecnológicas transforman también los procesos productivos, mejorando el manejo de las producciones, ya sea que esto sea más ágil y rápida, para facilitar la disminución de los costos y la inserción de las empresas en la economía global.

Para las PYMES, que solían tener muchas limitaciones, se han incentivado con el uso de las tecnologías durante la pandemia, ya que los obligó a buscar el cambio, a generar nuevas innovaciones, a enfrenar retos y armar nuevos criterios de negocio, generando así una nueva era la historia del comercio.

La tecnología como factor de crecimiento económico.

Es innegable el avance y desarrollo que ha tenido la tecnología en los últimos años. Ha obtenido un desarrollo que va más allá de las personas y su entorno, ya que se ha posicionado como un factor relevante para el crecimiento económico en todos los países del mundo.

La tecnología se clasifica desde las especializadas al servicio del sector industrial hasta las tecnologías de consumo, y que se extiende a las personas en pro de facilitar y mejorar su calidad de vida; en este mismo sentido, la capacitación juega un papel fundamental para mantener el equilibrio entre el crecimiento y el desarrollo de habilidades tecnológicas, ya que finalmente el consumo más importante viene de los usuarios.

Como usos estratégicos, los medios han permitido el avance en diversas actividades y mercados; no obstante, es importante detenerse y destacar uno de los sectores que actualmente aportan en gran medida a la materia económica; los startups. Negocios que muchas veces inician con una pequeña idea y que terminan resolviendo necesidades fundamentales de las personas alrededor de todo el mundo.

De acuerdo con Castro (2021), la tecnología ha dejado de ser un lujo o privilegio en todo el mundo, su uso se ha convertido en un elemento fundamental en el ámbito personal y empresarial. En un mundo tan activo y globalizado, las empresas deben ser rápidas y eficientes con todos sus recursos, la tecnología ha llegado para resolver los problemas y eliminar las barreras de las organizaciones a través de sistemas innovadores y que son adaptables a las necesidades de cada una. La rapidez y la eficacia de los servicios es un gran detonador para incrementar las ventas, y por ende, las finanzas. Lo que antes tomaba días, actualmente puede tomar segundos; desde la comodidad del hogar y con un solo clic.

La tecnología tiene un gran impacto en las operaciones comerciales. No importa el tamaño de la empresa, la tecnología puede aportar muchos beneficios que ayudarán a obtener mayores ingresos. El principal papel de la tecnología en los negocios es impulsar el crecimiento y mejorar las operaciones. Sin la tecnología, es casi seguro que las empresas no logren mantenerse a flote en el competitivo mercado y globalizado actual. Las diferentes industrias y empresas confían en la tecnología, porque ésta mejora la comunicación comercial, optimiza la producción, la gestión de inventario y el mantenimiento de registros financieros.

El marketing y las redes sociales.

La emergencia sanitaria y el distanciamiento han traído consigo medidas drásticas en relación con los emprendimientos, los cuales buscan nuevas formas de ofrecer los productos y servicios. Afortunadamente, Moreno (2022) afirma que “Las redes sociales en cuarentena se han convertido en la distracción de todos en casa, y las marcas que lograron ver esa oportunidad llevaron su estrategia de redes sociales a todas las plataformas que iban con su tipo de contenido. Adaptaron su lenguaje a uno más humano y le dieron una oportunidad a diferentes herramientas que antes ni pensaban utilizar”. También conocidas como estrategias de marketing digital.

Una estrategia de marketing digital es la planificación de ciertos pasos para llegar a objetivos definidos por medios online, que conlleva aspectos como la creación y difusión de contenidos a través de los sitios web y las redes sociales, la gestión de correos electrónicos y blogs, entre otros (Sordo, 2022).

“Las redes sociales en cuarentena aprovecharon las puertas cerradas, decidieron entrar por múltiples pantallas y a diferentes escalas. Adaptaron su contenido de forma empática y buscaron conectar desde el apoyo; ¿Cómo?, creando contenido divertido, informativo y aprovechando al máximo todas las ventanas para aprender cosas nuevas. Todos en distanciamiento, pero más cerca, al igual que se adaptaron en casa para pasar los días festivos desde la distancia”, de acuerdo con Moreno (2022).

La existencia de las estrategias de marketing anteriormente representaba guías que permitían alcanzar los objetivos comerciales, los cuales desarrollaban un procediendo de promoción y de ventas, conectando de forma familiarizada con el público objetivo, pero tras la pandemia y el decreto de las normas de seguridad e higienes y la sana distancia, el concepto de marketing revolucionó, creando así un nuevo término y clasificación: “el marketing digital”, las cuales conservan la originalidad de los objetivos comerciales y del público, pero a través de los medios online, y es a partir de este último término, que surgen los nuevos emprendedores con ayuda de las herramientas tecnológicas en tiempos de pandemia. Una nueva forma de ver el comercio.

CONCLUSIONES.

A pesar de todos los aspectos negativos que se han presenciado a causa de la pandemia como lo son el distanciamiento, las perdidas, la crisis económica, entre otros, se ha demostrado que tanto las personas como las empresas son capaces de evolucionar y renacer entre el caos y la incertidumbre.

El emprendimiento durante el confinamiento social es la prueba de dicha evolución, el cual no solo representa la reactivación de la economía, sino además una nueva era comercial en base al uso de las tecnologías de la información y comunicaciones. Un nuevo concepto donde la tecnología brindan estrategias de promoción y de ventas con familiaridad, respetando la distancia, pero a su vez

conectando con miles de personas que comparten ciertas necesidades y preferencias desde cualquier parte del mundo.

Mientras que la nueva era comercial digital brinda conectividad a los consumidores, a los emprendedores les otorga la actitud y aptitud para iniciar nuevos retos, nuevos proyectos, ya que permite avanzar un paso más hacia la mejora financiera, profesional y personal.

Propuesta de solución.

Dado a los resultados de investigación, se propone la siguiente Tabla 1 de recomendaciones estratégicas de marketing para los emprendedores.

Tabla 1: Estrategias de marketing para los emprendedores.

Tipo de marketing	Estrategias
Marketing de contenido	Esta estrategia va entorno a la creación, publicación y distribución a un público objetivo. Acompaña desde la compra hasta las bases de información.
Marketing de red social	Las redes sociales son prácticamente de consumo diario, atrae a la audiencia, es rentable y otorgan visibilidad de marca, generando prestigio.
Marketing de email	Se lanza anuncios sutiles a través de correos, tienen una visibilidad de más de 50% y su acción es en tiempo real.
Marketing de Google AdWords	En los buscadores te permite aparecer en los primeros resultados, trabaja rápido, aumenta el conocimiento de marca y mide el rendimiento.
Marketing de CEO	Cada sitio web y contenidos están optimizados hacia el nicho de negocios y responde a la búsqueda de usuarios.
Marketing de influencer	Este es la comercialización y presentación de productos a través de la popularidad y la influencia que cree el presentador.
Marketing de retargeting	Basa la información por cookies para seguir a la audiencia y volverlos a encontrar en caso de una búsqueda con el nicho.

Fuente: Elaboración propia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Moreno, M. J. (2022). Estrategia de redes sociales en tiempos de COVID-19. Contenttu. <https://contenttu.com/blog/redes-sociales/estrategia-de-redes-sociales-en-tiempos-de-covid-19>
2. Castro, J. (2 de Septiembre de 2021). Importancia de la tecnología en las empresas. Corponet. <https://blog.corponet.com/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento#:~:text=La%20tecnolog%C3%ADa%20en%20las%20empresas%20es%20un%20recurso%20fundamental%20para,y%20cobranza%2C%20capacitaci%C3%B3n%2C%20etc.>
3. Martins-Ferreira, N. (03 de Febrero de 2022). ¿Qué es el emprendimiento? Significado de emprender en 2022. Oberlo. <https://www.oberlo.com.mx/blog/definicion-y-significado-emprendimiento.>
4. Negocios Digitales. (20 de 06 de 2022). <https://negociosdigitalesmovistar.com/emprendimiento/impacto-tic-pequenas-empresas/#:~:text=Las%20TIC%20pueden%20transformar%20los,eran%20capaces%20de%20comerciar%20globalmente.>
5. OPS. (6 de Mayo de 2022). Salud Mental y COVID-19. Organizacion Panoramica de la Salud. <https://www.paho.org/es/salud-mental-covid-19.>
6. Pliego, F. (2020). Impacto del Covid-19 en las empresas. Salles Sainz Grant Thornton. <https://www.grantthornton.mx/prensa/diciembre-2020/impacto-del-covid-19-en-las-empresas/>
7. Ponte-Sucre, A. (2021). COVID-19, perplejidad, incertidumbre, acción... Objetivos. Revista Digital de Postgrado, 10(1). <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2021/02/1147575/20934-144814494573-1-sm.pdf>
8. RSS. (27 de Octubre de 2021). Emprendimiento: qué es, definición, tipos, características y ejemplos. Responsabilidadsocial. <https://responsabilidadsocial.net/emprendimiento-que-es-definicion-tipos-caracteristicas-y-ejemplos/?amp>

9. Ruiz-Hermoso, J. (02 de Abril de 2020). Impacto del COVID-19 en el Turismo. Anáhuac. <https://www.anahuac.mx/puebla/impacto-del-covid-19-el-turismo-0>
10. Sordo, A. I. (20 de Abril de 2022). Cómo hacer una estrategia de marketing digital en 2022. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-completa-estrategia-marketing-digital#:~:text=Una%20estrategia%20de%20marketing%20digital%20es%20la%20planificaci%C3%B3n%20de%20ciertos,electr%C3%B3nicos%20y%20blogs%2C%20entre%20otros.>
11. Torres-Torres, Ángel; O., Bernal-Ávala, Ángel F., Peñafiel-Moncayo, y IR. (2021). La afectación de los emprendedores en Épocas de pandemia. Revista publicando, 8(32), 51-60. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2267>

DATOS DE LA AUTORA.

1. **Candelaria Vázquez Ramos.** Doctora en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología, Profesora Investigadora de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. Cel: 9933-010841, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0856-5044> y Email: cvazquezramos@hotmail.com

RECIBIDO: 14 de septiembre del 2023.

APROBADO: 1 de noviembre del 2023.