



Perú: emprender en tiempos de COVID-19

Peru: entrepreneurship in times of COVID-19

Christian Paolo Martel Carranza ^{1,a}

<https://orcid.org/0000-0001-9272-3553>

Nathalie Zinzia Torero Solano de Martel ^{2,a}

<https://orcid.org/0000-0002-8810-2719>

Jorge Luis López Sánchez ^{1,b}

<https://orcid.org/0000-0002-0520-8586>

Filiación y grado académico

1. Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú.
2. Instituto de Educación Superior Juan Bosco de Huánuco Perú.
 - a. Doctor en Administración de la Educación.
 - b. Doctor en Gestión Empresarial

RECIBIDO 05-07-2021

ACEPTADO 08-08-2021

Citar como:

Martel, C., Torero, N. y López, J. (2021). Perú: emprender en tiempos de COVID-19. *Innovación Empresarial*, 1(1); 1-4. <https://doi.org/10.37711/rcie.2021.1.1.1>

La pandemia por la COVID-19 viene afectando de manera significativa la economía, tanto en las empresas grandes como en las pymes. El emprendimiento nacional tuvo que seguir sus labores con las siguientes características: aplicación de protocolos sanitarios, reducción de la actividad económica y problemas sociales, que representaron retos para su vigencia hasta la actualidad.





El impacto que deja la COVID-19 hasta el momento a escala global, expresado en números, es de 223 296 909 casos sintomáticos confirmados y 4 608 047 muertes. En el Perú, las cifras son también un reflejo de las brechas sanitarias con 2 158 493 de casos confirmados y 198 621 decesos (Johns Hopkins University, 2021).

En el aspecto económico, la economía mundial se encontraba a un ritmo de crecimiento del 3,2 % (2018) y para el 2019 esta cifra se contrajo en 2,5 %. En el 2020, el crecimiento se vio aún más afectado por la pandemia en un -3,5 %. Aunque la dinamización de la economía se viene realizando de forma paulatina, se prevé que, para el cierre del 2021, el crecimiento llegue a la cifra del 5,6 % (Banco Mundial, 2021). Para el caso peruano, las empresas nacionales sufrieron cambios estructurales particulares; a continuación, algunos datos: en Lima Metropolitana, en el tercer trimestre del año 2020, el 67,4 % del sector empresarial manifestó una reducción en sus ventas y el 81,4 % de las empresas también manifestaron tener problemas financieros (INEI, 2020).

Como si estos indicadores no fueran suficientes retos para el emprendedor peruano, a ellos se suma la inestabilidad política que se vive actualmente por la rivalidad entre los poderes legislativo y ejecutivo, con una sucesión de cinco presidentes de la república en los últimos cinco años.

La pandemia golpeó de manera directa a los pequeños empresarios, particularmente a aquellos que comercializaban productos diferentes al consumo básico. Por este motivo, algunos emprendedores se vieron en la obligación de reinventarse con la finalidad de no entrar en quiebra total y otros, que no tuvieron esa oportunidad, se vieron en la obligación de cerrar sus puertas. En ese contexto, la revista Forbes (2020) declaró que el comercio, por ejemplo, perdería 1,4 millones de empresas y 4 millones de puestos de trabajo.

El emprendimiento de nuevos negocios es crucial para el desarrollo económico, de lo que se desprende la evidencia empírica de muchos países que encontraron en el fomento del emprendimiento el camino para el desarrollo económico nacional; de ahí el interés de los círculos de investigación por entenderlo y generar acciones que permitan su desarrollo. No debiera extrañar, por consiguiente, que el emprendimiento se haya convertido en un área de estudio esencial de las ciencias administrativas, dado su impacto económico-social. En general, el emprendimiento crea un círculo virtuoso que favorece al desarrollo de nuevos puestos de trabajo o la generación de nuevos productos (bienes y servicios), fomentando la competencia en el mercado, también permite acceder a nuevas oportunidades de trabajo, lo que, bajo esta perspectiva, otorga al emprendedor la oportunidad de percibir ingresos superiores a los del trabajo dependiente (Montiel et al., 2021).

Castro et al. (2015) concluyen que el emprendedor es quien utiliza el ingenio, la audacia, el entusiasmo, la ilusión y la insatisfacción laboral, para realizar un cambio que genere nuevas ideas o productos sin ser necesariamente parte de una empresa;



y “el empresario” es quien invierte en la empresa capital propio o ajeno y la dirige con la finalidad de obtener un rendimiento.

Un factor determinante para emprender es la creatividad, es decir, realizar un proyecto con un factor diferencial que lo haga entrar, destacar y logre mantenerse en una fuerte competencia comercial. Ahora bien, aunque este término, como afirma Pérez (2006), no es sinónimo de empresario, si el agente sabe aprovechar las oportunidades y hace crecer su negocio, podría convertirse en uno de ellos, ya que el empresario nace y crece entre los emprendedores. Dicho en otros términos, todo empresario ha sido catalogarlo previamente como emprendedor aunque no todo emprendedor deviene empresario. Ser emprendedor es algo que tiene una dimensión exclusivamente personal e individual; en cambio, ser empresario es algo que sólo puede concebirse bajo una dimensión social, dado que se necesita de los demás, apoyarse en los demás, atraer, o empujar a los demás, utilizando un equilibrio sabio y adecuado entre la capacidad de liderazgo y de autoridad.

Con todo, teniendo presente las principales características sanitarias, económicas y sociales en tiempos de la COVID-19, el principal reto que el emprendedor nacional tiene por delante reside en tratar de aprender a convivir y adaptarse lo más pronto posible a los cambios para que sus modelos de negocios sigan teniendo vigencia.

En ese contexto de reflexión, Martínez y Rubio (2020) exponen que la crisis ha convertido a la digitalización en una prioridad para hacer frente a los retos y oportunidades derivados de las consecuencias de la pandemia por la COVID-19. Hoy en día, el uso de plataformas digitales es, además de una realidad, una estrategia *prime* para promocionar productos. Las empresas tuvieron que innovar y digitalizarse para poder llegar a los usuarios que, debido a la realidad pandémica, estaban reclusos en casa, y de esta forma conservar presencia como negocio. Estas plataformas digitales han contribuido a que todo negocio consiga adaptarse y aprovechar mejor las oportunidades que este medio ofrece. A su vez, estas facilitan la planificación e impulsan el desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos.

Más aún, emprendimientos que cuentan con años de experiencia han dejado atrás el *marketing* tradicional, optando por crear contenido sobre sus productos y servicios en diferentes plataformas digitales, dado que ven en ellas una oportunidad clave para expandir su negocio. Tal como lo menciona Galvis, et al. (2020), los emprendedores se han adaptado de manera sorprendente a la atención digital del cliente, a no tener ningún contacto físico con sus clientes y realizar la entrega de sus productos a domicilios. Lo que conforma que todo emprendedor desarrolla la capacidad de ver oportunidades en momentos de crisis.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, cabe citar a Chaves y Fonseca (2015), quienes mencionan que el emprendedurismo se ha convertido en un proceso de mucha importancia para el desarrollo económico de los países. A través de la creación

de empresas, el progreso tecnológico y la innovación liderada por personas emprendedoras permite mejorar la creación de riqueza de una nación y coadyuvar así con el bienestar de sus habitantes. Para ello, se requiere de políticas públicas orientadas a mejorar las condiciones del mercado, y de esta forma, se desarrollen con éxito nuevas actividades emprendedoras.

REFERENCIAS

- Banco Mundial. (2021). *Perspectivas Económicas Mundiales* [Archivo PDF]. <https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects>
- Castro, B., Alberto, M. A., Saavedra, M. L. y Camarena, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de negocios*, 6(13), 98-107. <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v6n13/2027-5692-sdn-6-13-98.pdf>
- Chaves N. y Fonseca H. (2015). Emprendedurismo en Costa Rica: estancamiento en la transición a la innovación. *Economía y Sociedad*, 20(48), 1-19. <https://doi.org/10.15359/eyes.20-48.5>
- Instituto Nacional de Estadística E Informática. (2020). *Lima Metropolitana. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas*. <http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/resultados-encuesta-covid-lima-metropolitana-2020.pdf>
- Galvis, M. L., Moreno, A. M., Rueda, M. P. y Ruiz, D. (2020). *Pandemia y emprendimiento: relatos de experiencias en Bucaramanga* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Bucaramanga]. Repositorio Universidad Autónoma de Bucaramanga. https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/12467/2020_Tesis_Maria_Lucia_Galvis_Gomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Forbes Staff. (2020). Casi 3 millones de micro y pequeñas empresas cerrarán por la pandemia en la región. *Forbes*. <https://forbes.co/2020/07/02/actualidad/casi-3-millones-demicroempresas-cerraran-por-la-pandemia-en-la-region/>
- Martínez, C. N. y Rubio, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53-66.
- Montiel, O., Flores, A., Ávila, E. y Sierra, S. (2021). "Tengo que sobrevivir": Relato de vida de tres jóvenes microemprendedores bajo COVID-19. *Telos*, 23(1), 67-81. <https://doi.org/10.36390/telos231.06>



REVISTA CIENTIFICA
NEGOCIO, GESTIÓN Y CONTABILIDAD
ISSN

INNOVACIÓN EMPRESARIAL

EDITORIAL



Pérez, J. J. (2006). Evolución del Emprendedor, al Empresario, a la Empresa. *Boletín de estudios económicos*, 189, 413-430.
<http://www.vingest.com/pdf/Publicaciones/EVOLUCION-emprendedor.pdf>

Johns Hopkins University. (2021, 10 de septiembre). *COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU)*. <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>

Correspondencia:

Correo: christian.martel@udh.edu.pe

Teléfono: 962 612 266



Este es un artículo Open Acces bajo licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Universidad de Huánuco