

ARTÍCULO ORIGINAL

Microempresas en pandemia: una aproximación desde el discurso del emprendedor

Microenterprises in pandemic: an approach from the entrepreneur's discourse

Edith Diana Ramírez Charca

Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann,
Perú

ORCID: 0000-0001-6750-4957

diana.ingeco@gmail.com

William B. Campos Lizarzaburu

Instituto Magister de Estudios para el Desarrollo,
Perú

ORCID: 0000-0002-9654-5915

wbclizarzaburu@gmail.com

Clasificación JEL: D840, D91, F610, L2

RESUMEN

Este estudio se planteó como objetivo aproximarse al comportamiento y expectativas de las micro y pequeñas empresas (mypes) en tiempos de pandemia del COVID-19. Se realizó un estudio cualitativo, de perspectiva fenomenológica, que se desarrolla en base al discurso del emprendedor que conduce la mype. Se trabajó con una muestra no probabilística de nueve mypes de diferentes sectores y de diferente área de procedencia. La recolección de información se hizo mediante la entrevista y el cuestionario. La entrevista se realizó mediante las funciones de llamada, mensaje de texto y videollamada de la red social WhatsApp; y el cuestionario, de ocho ítems, fue diseñado con la herramienta Formularios Google para facilitar su envío en línea. Se identificaron como categorías de análisis el impacto percibido de la pandemia, la acción de la mype respecto a la autoridad tributaria, la decisión respecto a la continuidad del negocio y las decisiones adoptadas ante la coyuntura. Como conclusión se encontró que, en opinión del emprendedor, la pandemia del COVID-19 y la cuarentena en el país han tenido un impacto negativo en la actividad de las micro y pequeñas empresas, a nivel de volumen de trabajo atendido, ventas e ingresos.

Palabras clave: Continuidad, emprendedor, impacto, microempresa, pandemia, pequeña empresa.

ABSTRACT

This study aimed to approach the behavior and expectations of micro and small enterprises (mise) in times of pandemic of COVID-19. A qualitative study was carried out, with a phenomenological perspective, based on the discourse of the entrepreneur who leads the mise. We worked with a non-probabilistic sample of nine mise from different sectors and areas of origin. The collection of information was done through an interview and questionnaire. The interview was carried out through the call, text message and video call functions of the social network Whatsapp; and the questionnaire, of eight items, was designed with the Google Forms tool, to facilitate its online sending. The perceived impact of the pandemic, the action of the mise with respect to the tax authority, the decision regarding business continuity and the decisions taken in the face of the situation were identified as categories of analysis. As a conclusion, it was found that, in the entrepreneur's opinion, the COVID-19 pandemic and the quarantine in the country have had a negative impact on the activity of micro and small businesses, at the level of volume of work served, sales and income.

Keywords: Continuity, entrepreneur, , impact, microenterprise, pandemic, small enterprise

INTRODUCCIÓN

Micro y pequeña empresa: motor de dinámica económica y social

La micro y pequeña empresa (mype) sigue siendo un fenómeno cuyo conocimiento no se agota en la amplitud y envergadura de las diferentes aproximaciones en las que se ha visto sometida. Por ejemplo, como un instrumento

DOI: <https://doi.org/10.33326/27086062.2020.2.968>

Presentado: 30/08/2020, **Aceptado:** 23/10/2020

de supervivencia para individuos y familias que no conseguían insertarse en el mercado laboral (Dini y Stumpo, 2018; Ríquez, 1999; Villarán, 1998), aunque en esa perspectiva posiblemente su estudio suponga una toma de posición ideológica; en tanto para algunos autores, su sola existencia denota la incapacidad de los gobiernos para atender apropiadamente las necesidades económicas y laborales de su población. Se la ha asumido también como un instrumento de empoderamiento económico y, por ello mismo, de empoderamiento social en diferentes escenarios (Campos et al., 2019; Saavedra y Camarena, 2015). Se la ha visto también como un mecanismo de autoafirmación y realización personal, en la medida que proporciona a su fundador la posibilidad de cristalizar sus aspiraciones y responder a sus motivaciones personales (Bhide, 1999; Navarro y Moreira, 2018). Y se la ha visto como un medio que posibilita aprovechar una oportunidad comercial en el mercado. En consecuencia, se le considera una importante oportunidad de crecimiento y desarrollo social para la población de los diferentes países en los que emerge, en la medida de la importancia que adquiere en las economías nacionales, sobre todo por su potencial para generar empleo, dinamizar la economía y favorecer la movilidad social. Esto resulta especialmente necesario en contextos en los cuales las políticas socioeconómicas estatales no son suficientes ni eficaces para asistir las necesidades laborales y económicas de la población, razón por la cual segmentos importantes de esta optan por buscar maneras de atender esas necesidades, al mismo tiempo que generan oportunidades de crecimiento social y económico para sí mismos y para los suyos (Saavedra y Camarena, 2015).

Y resulta importante también en contextos en los cuales una alta proporción de esos esfuerzos terminan siendo experiencias de fracaso. Aunque las cifras pueden diferir según los espacios en los cuales se desarrolla la experiencia. Lo cierto es que el fracaso de las nuevas empresas, sobre todo cuando se habla de la pequeña empresa, se destaca en diferentes estudios realizados en muy diversos escenarios: Ríquez (1999), Espino (2005), Mamani (2009), Avolio et al. (2011) y Mundaca-Guerra (2018), entre otros. En el caso peruano, Parra y Rubio (2013); en México, Dini y Stump (2018); en América Latina, en general, Abdul (2018), Eton et al. (2017); e Ikupolati et al. (2017), entre otros, en África.

Este amplio espectro de estudios mencionados da cuenta de la necesidad de reconocer algunos hechos importantes. Por una parte, el fracaso de los pequeños negocios, de las empresas de nueva creación, constituye un fenómeno generalizado en el Perú y el mundo. Los documentos citados dan cuenta de esta situación en espacios tan distantes como Perú, México, Centro América y América Latina, en general, como en países de Asia y África. Pero, por otro lado, indirectamente estos estudios también dan cuenta del proceso que le antecede: la creación de nuevas empresas. En ese sentido, los documentos reseñados muestran también que este es un fenómeno de envergadura mundial, más allá de las diferencias económicas y culturales que se les pueda reconocer a los pueblos en los cuales se produce este fenómeno. Por ello, tanto la creación de empresas como el fracaso de estas son objeto de permanente interés entre académicos y personas de empresa en diferentes partes del mundo (Carranco, 2017; Valdés y Sánchez, 2012).

En ese sentido, continuar adentrándose en la naturaleza y comportamiento de las mype no constituye tanto una novedad como sí una necesidad permanente; en tanto diferentes factores, desde los de índole personal hasta los coyunturales e incluso estructurales, entran en juego en su aparición, desarrollo, consolidación e incluso en su desaparición. Considerando una orientación socioeconómica (Campos, 2017), el estudio aborda un tema relevante en regiones del país cuyas ciudades se encuentran en proceso de crecimiento: la actividad de las mypes, que constituye un elemento clave de la dinámica de la economía regional, en tanto aquellas asumen el reto ya reconocido de promover el empleo.

Micro y pequeña empresa y la pandemia que desafía al mundo

Si bien las inquietudes en torno a la micro y pequeñas empresas constituyen una fuente casi inagotable de interés para académicos y personas de empresa en diferentes partes del mundo (Carranco, 2017; Valdés y Sánchez, 2012), se considera aquí que esta inquietud se vuelve aún más relevante en el contexto actual, donde el escenario económico y social del país, de la región y del mundo entero está profundamente marcada por la experiencia de la pandemia del COVID-19. Esta situación ha llevado a los diferentes gobiernos del mundo a adoptar una postura radical en relación a la pandemia, ya sea para intentar mitigar su expansión, atendiendo a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (2020), con el objeto de entrar pronto en una etapa de recuperación económica (Blackman et al., 2020) o para desconocer o minimizar sus impactos, con el objeto de mantener el desempeño económico alcanzado, sin reconocer que su presencia impone una situación totalmente nueva para el mundo entero.

Como fuere, se trata de una experiencia de gestión que se sustenta en el ejercicio de la prueba y error (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2020). Dada esa situación, cualquiera fuere el sentido de las medidas adoptadas por los gobiernos para afrontar la pandemia, necesariamente están generando impactos negativos de orden social y económico que se trasladan al tejido de la sociedad, en el cual operan y tienen relevancia las mypes, por su importancia social, fundamentada sobre todo en la cantidad de empleos que generan (Correa et al., 2018).

Propósito de investigación

En ese contexto, este estudio tiene como objetivo aproximarse al comportamiento y expectativas de las micro y pequeñas empresas en tiempos de pandemia del COVID-19, desde una perspectiva fenomenológica, sobre la base del discurso elaborado por el emprendedor. Con ese propósito, se desarrolló un marco directriz en base a dos inquietudes que se constituyeron en ejes de las entrevistas realizadas: 1) ¿La pandemia y la cuarentena tuvieron algún impacto en las actividades de la empresa? 2) ¿Cuáles fueron las decisiones que se tomaron en la empresa en cuanto a continuidad y en cuanto a actividad?

MATERIAL Y MÉTODOS

Estudio de campo (Muñoz, 2011) realizado en el marco del enfoque cualitativo (Bhattacharjee, 2012). Se sigue una perspectiva fenomenológica, con dos modalidades de acercamiento a los datos: entrevista no estructurada (Alvira, 2011) y cuestionario (Hernández et al., 2014).

Se trabajó con una muestra no probabilista de sujetos voluntarios (Martín-Crespo y Salamanca, 2007) de nueve micro y pequeñas empresas de diferente giro de negocio. Se accedió a representantes que ocupan algún puesto, cargo o función directiva dentro de la empresa. La información se recogió entre los meses de marzo y agosto del presente año. La entrevista se realizó mediante las funciones de llamada, mensaje de texto y videollamada de la red social WhatsApp.

Además, se utilizó un cuestionario de ocho ítems, diseñado con Formularios Google, que se envió en la modalidad en línea. Este cuestionario abordaba características sociodemográficas del emprendedor (sexo, edad, estado civil y nivel de estudios alcanzado) y aspectos de caracterización de la empresa (inicio de actividades, tipo de empresa, giro de negocio, provincia y/o región, y zona de ubicación de la empresa).

El análisis de la información se hizo en función de las categorías identificadas a partir de las unidades de significado emergentes durante el análisis de las conversaciones. Las categorías de análisis corresponden al impacto percibido de la pandemia, la acción seguida respecto de la autoridad tributaria, la decisión respecto de la continuidad del negocio, y las decisiones adoptadas para afrontar la coyuntura, aunque no estuvieran programadas. En este último caso, se identificaron decisiones a nivel estratégico y a nivel operacional.

RESULTADOS

Tabla 1. Caracterización del emprendedor

Empresa	Sexo	Edad	Estado civil	Nivel estudios	Puesto
1	Hombre	44	Casado	Superior universitario	gerente operaciones
2	Hombre	50	Casado	Superior universitario	gerente general
3	Hombre	49	Soltero	Superior universitario	gerente general
4	Hombre	41	Soltero	Superior no universitario	gerente general
5	Mujer	80	Casado	Superior universitario	directora
6	Hombre	50	Casado	Superior universitario	gerente general
7	Mujer	49	Casado	Superior universitario	gerente general
8	Mujer	49	Casado	Superior universitario	gerente general
9	Mujer	31	Soltera	Superior universitario	propietaria

En la Tabla 1 se presentan las características que identifican al emprendedor. Lo primero que se observa es que tanto hombres como mujeres estuvieron representados en la muestra: cinco varones frente a cuatro mujeres. La mediana de la edad se ubica en 49 años, mientras que el rango varía entre 31 y 80 años. De los nueve emprendedores, solo tres son solteros, mientras que el resto es casado. Por otro lado, todos han cursado estudios superiores, aunque solo uno corresponde a estudios no universitarios. Y en cuanto al puesto o cargo desempeñado, seis son gerentes de la empresa, mientras que tres ocupan otros cargos: gerente de operaciones, directora y propietaria.

Tabla 2. *Caracterización de la empresa*

Empresa	Tipo	F. Inicio	Actividad	Región	Ubicación	Régimen Tributario
1	EIRL ¹	2010	Exportación	Tacna	Urbana	General
2	SAC ²	2005	Capacitación	Moquegua	Urbana	Mype
3	EIRL	2017	Capacitación	Ancash	Urbana	Especial
4	EIRL	2017	Alquiler MP	Moquegua	Urbana	Mype
5	SAC	2018	Publicaciones	La Libertad	Urbana	Mype
6	EIRL	2019	Logística	Lima	Urbana	Mype
7	SAC	2018	Capacitación	Moquegua	Urbana	Mype
8	SAC	2018	Capacitación	Moquegua	Urbana	Mype
9	PNc/N ³	2016	Eventos	Tacna	Urbana	RUS ⁴

¹ Empresa individual de responsabilidad limitada

² Sociedad anónima cerrada

³ Persona natural con negocio

⁴ Régimen único simplificado

En la Tabla 2 se presentan las características de tipificación de la empresa. En cuanto al tipo de empresa que se ha constituido, destacan tanto la empresa de responsabilidad limitada (EIRL) como la sociedad anónima cerrada (SAC). En lo que respecta a la actividad principal que realiza la empresa o giro de negocio, se identifican seis tipos de actividad: exportación, capacitación, alquiler de maquinaria, publicaciones, logística y realización de eventos; de todos modos, es notorio que cuatro empresas correspondan al rubro de la capacitación. En cuanto a procedencia de la empresa, se identifican cuatro en la región Moquegua, dos en Tacna, y una en cada caso de Ancash, La Libertad y Lima. Por otro lado, en cuanto a ubicación del establecimiento, todas se ubican en zona urbana. Finalmente, en lo que respecta al régimen tributario en el cual desarrollan actividades, la mayoría (seis empresas) se han acogido al régimen mype. Es interesante señalar que ocho de las nueve empresas, iniciaron actividades desde el 2016 en adelante, mientras que solo una lo hizo el 2005.

Tabla 3. *Impacto de la pandemia en la empresa*

Empresa	Impacto percibido			
	Volumen trabajo	Ventas/ ingresos	Relación c/SUNAT ¹	Continuidad
1	positivo	incremento	no ha variado	sigue
2	negativo	descenso	no ha variado	sigue
3	no ha variado	no ha variado	no ha variado	suspendida
4	negativo	descenso	no ha variado	sigue
5	no ha variado	no ha variado	no ha variado	sigue
6	negativo	descenso	no ha variado	sigue
7	no ha variado	no ha variado	no ha variado	suspendida
8	negativo	descenso	suspendida	suspendida
9	negativo	descenso	suspendida	suspendida

¹ SUNAT: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

En la Tabla 3 se presentan los aspectos que describen el impacto que la pandemia y, sobre todo, la cuarentena ha tenido sobre las micro y pequeñas empresas. En cuanto al impacto percibido por el emprendedor en el volumen de trabajo, en cinco casos se considera que hubo disminución respecto de periodos anteriores; en tres casos se considera que no hubo variación; en contraste, sí hubo quienes consideran que tuvieron un incremento del trabajo realizado.

En cuanto a ventas o ingresos, también en cinco casos hubo decrecimiento de las ventas y, por tanto, de los ingresos; en tres empresas se considera que las ventas han permanecido iguales; y solo un caso reconoce que tuvo un incremento de sus ingresos.

En lo que concierne al vínculo con la autoridad tributaria, solo en dos casos se han suspendido actividades y por lo tanto se corta temporalmente el vínculo; mientras que en los otros siete, la relación no ha cambiado.

Por otro lado, en la Figura 1 se resume la situación de la mype en lo que se refiere a continuidad.

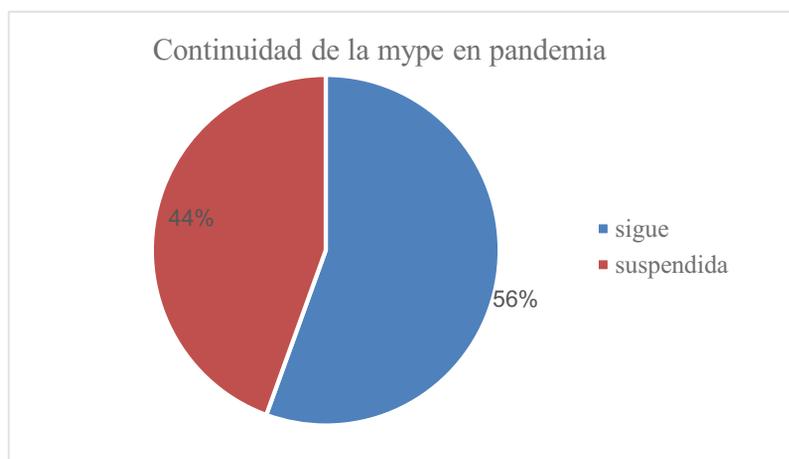


Figura 1. Continuidad de la mype en pandemia

Aunque la muestra alcanzada no pretende ser representativa en términos estadísticos, la Figura 1 da cuenta de un hecho palpable durante el periodo de extensión de la pandemia: no todas las mypes han suspendido actividades, sino que algunas continúan actividades.

Tabla 4. Decisiones adoptadas en la empresa para responder a la coyuntura

Empresa	Decisiones en torno al negocio	
	Dimensión estratégica	Dimensión operacional
1	Estrategia de enfoque	Ampliar cartera de clientes para exportación
2	Desarrollo organizacional	Virtualizar servicios
3	No identifica	Aproximación al sector público
4	No identifica	Modificación de giro de negocio: venta de equipo de protección
5	Desarrollo organizacional	Fortalecer presencia en la red
6	No identifica	Modificación de giro de negocio: venta de equipo de protección
7	Retirada temporal	No mencionó
8	Retirada temporal	No mencionó
9	Retirada temporal	No mencionó

En la Tabla 4 se presenta la síntesis de las decisiones identificadas a partir de las conversaciones efectuadas con los representantes de las empresas que fueron parte de la muestra. En este caso, se observa que algunas de las empresas han actuado en la dimensión estratégica de funcionamiento, a lo que se ha añadido también actuaciones en el plano operacional. En la dimensión estratégica destacan la estrategia de enfoque y el desarrollo de la organización. Frente a ello, tres empresas optaron por la retirada y en tres casos el emprendedor no reconoce haber actuado a nivel de estrategia. Esto se representa a continuación:

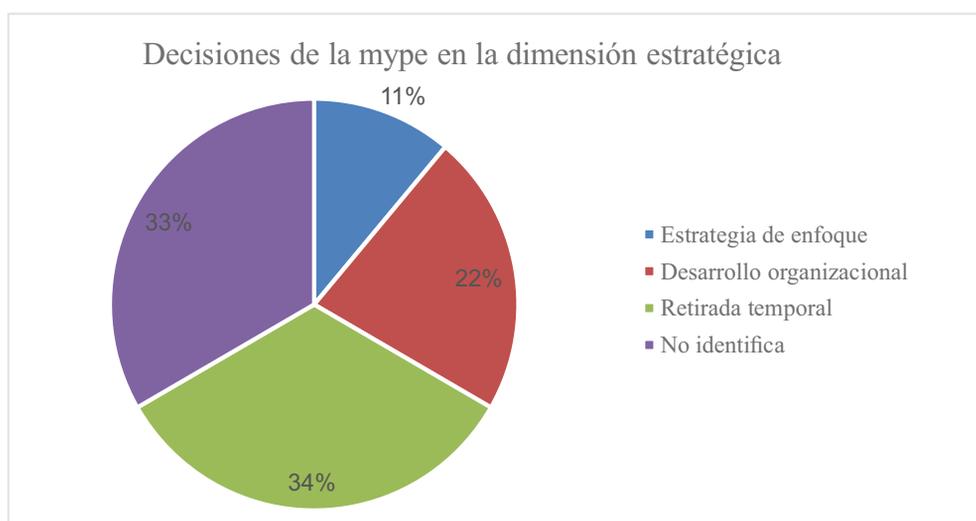


Figura 2. Decisiones de la mype en la dimensión estratégica

Y en lo que se refiere a las actuaciones en el plano operacional, se identifican cinco acciones distintas: ampliar la cartera de clientes de exportación, migrar la oferta de servicios a la red, interactuar con el sector público, fortalecer la presencia en la red, y modificar el giro del negocio, que para el caso viró hacia la venta de equipo de protección (trajes y protectores faciales).

DISCUSIÓN

Consideraciones previas

Si bien los resultados del estudio refieren micro y pequeñas empresas que proceden principalmente de dos regiones muy próximas entre sí, Moquegua y Tacna, en el extremo sur del Perú, lo cual podría haber servido como un criterio de inclusión en la muestra considerando no solo la proximidad geográfica, sino también la afinidad cultural e incluso étnica que existe entre ellas. No se puede soslayar el hecho de que el fenómeno mype trasciende los espacios de esas dos regiones y se extiende a muchas otras partes del país y del mundo, en especial del mundo no desarrollado. Este reconocimiento se observa, por ejemplo, en trabajos que proceden de distintas latitudes como los de Akbar et al. (2017), Dini y Stumpo (2018) o Ramírez et al. (2017).

Por otro lado, la experiencia de la pandemia y sus impactos en casi todo aspecto de la vida individual y colectiva son también experiencias que no se reducen al espacio regional, sino que se extienden en toda dirección donde se pueda identificar una comunidad, una nación o un país, que han sido influenciados de una manera u otra por la civilización occidental debido a la lógica de mercado, que impulsa la globalización y los intercambios comerciales en un escenario que se vuelve cada vez más reducido. En ese sentido, lo que hasta hace pocos años se tendía a calificar como otra realidad, hoy termina siendo también la propia realidad, en tanto nadie está exento de experimentar las mismas o parecidas vicisitudes que poblaciones de otros espacios de la Tierra.

En ese sentido, intentar reducir la magnitud de la interpretación de los resultados al contraste con hallazgos efectuados por otros estudios únicamente a nivel de región podría ser aconsejable, quizá para realizar una primera lectura de los resultados a la luz de la caracterización del fenómeno en este espacio. Pero definitivamente no es recomendable en el marco del esfuerzo por entender el significado que el emprendedor, en tanto propietario, gerente o directivo de la mype, atribuye a los acontecimientos provocados por la pandemia del COVID-19, que en la actualidad configuran el escenario en el cual las mypes desarrollan sus actividades. Por lo tanto, este estudio desarrolla esa doble línea de interpretación; primero, en el marco de los estudios realizados en las inmediaciones de la región; y segundo, en el marco del fenómeno mype como tal; un esfuerzo cuyos alcances permiten aprehender con mayor profundidad los hechos que rodean a la mype e interpretar los significados que emergen de ese proceso. Esa intención es la que ampara la selección de aquellas mype que proceden de otros espacios regionales, en especial, de Lima y del norte del país, aun cuando su representatividad regional no sea destacada.

Lo primero a señalar es que, a nivel de región e incluso de macro región sur en el Perú, todavía no se ha arribado a resultados que den cuenta de los impactos que la pandemia ha tenido en el comportamiento de las mypes, más allá de los datos de nivel macroeconómico que los medios de prensa y el mismo Gobierno proporcionan. Prácticamente, ninguna experiencia anterior a nivel de región parece pertinente en un escenario como el actual, si se considera desde ese punto de vista. En ese sentido, los resultados asumen una línea de interpretación distinta y distante de los hallazgos reportados por Mamani (2009) y Coaguila (2010), en la medida que estos autores se acercan al fenómeno mype sobre la base de una concepción operacional y, por tanto, cuantitativa de las variables que definen para su abordaje. A diferencia del abordaje de estos autores, cuyos resultados se inscriben en lo que se puede identificar como una línea de investigación en torno a la noción de éxito de la micro y pequeña empresa, en estas líneas se sigue una aproximación diferente, de orientación más próxima al fenómeno en sí. Por otro lado, los resultados también toman distancia de los estudios realizados por Colque (2013), Mamani-Meza (2015) y Ramírez et al. (2019), que siguen una lógica cuantitativa, aun cuando ampliaron su perspectiva de observación sobre las mypes respecto de la perspectiva anterior.

La revaloración de la figura del emprendedor

Si se consideran otros puntos de vista, más propios de la mype como fenómeno y del emprendedor como conductor de esta, la situación que exponen los resultados es distinta de la que presentan los estudios señalados anteriormente y, por lo tanto, de sus hallazgos. En este caso, sí es posible interpretar los resultados procurando construir una reflexión no solo en torno a la mype, sino también en torno al emprendedor, una tendencia en realidad poco abordada en los ámbitos regional y nacional, y que está más cerca de la reflexión teórica de Kirzner (2007) o de los enfoques intuitivos de Bhide (1999) o de Durand (1999, 2008).

En ese sentido, emergen líneas de interpretación en torno a la mype y el emprendedor, como agentes que interactúan intrínsecamente en un proceso casi permanente de encuentro, confrontación y adaptación que contribuye a su sostenimiento y crecimiento en el mercado. Este proceso se produce en un contexto que, si bien es específico en su dimensión, evidencia una capacidad heurística considerable, en tanto no deja de estimular la posibilidad de expresar rasgos que se definen por una pretensión de universalidad o de búsqueda de ella.

Bajo esa perspectiva, los resultados están más cerca de la aproximación empírica de Campos (2019) e incluso de Chávez (2019), en el plano regional, que de los hallazgos de los autores anteriormente señalados. Hay que considerar que si bien Chávez (2019) también aborda el fenómeno mype desde una perspectiva cuantitativa, la interpretación que hace del comportamiento emprendedor y de la formalización, en tanto proceso y resultado en el que se inscribe una mype a lo largo del tiempo, llevan sus hallazgos mucho más lejos de lo que se pretendía con su hipótesis de trabajo, al rescatar y poner el énfasis en el emprendedor.

Hay que destacar también que este énfasis era reclamado por Campos (2013), incluso cuando se aborda el tema de la estrategia, hasta el punto de señalar que más que enfocarse en lo que la empresa debía hacer para seguir adelante (adoptar el planeamiento estratégico como una receta más dentro del *maremágnum* de herramientas del management), debía enfocarse en el emprendedor, es decir, en sus motivaciones, pretensiones y búsquedas porque es este quien en la práctica sigue adelante o declina. Los resultados aquí obtenidos muestran un grupo de empresas (seis, para ser precisos) que, en el contexto de la pandemia, procuran seguir en actividad. Pero detrás de esta continuidad subyace la figura protagónica del emprendedor (propietario, gerente o directivo de la mype), que es quien finalmente opta por una línea más o menos definida de acción, ya sea fortalecer las acciones que ya venía realizando (caso de las empresas 2 y 5), darle un giro de timón a la actividad principal de su negocio (caso de las empresas 1, 4 y 6), o ampliar la clientela potencial de su mercado (caso de la empresa 3), bajo la lógica de proporcionar un bien conocido en un mercado establecido, situación suficientemente expuesta en cualquier tratado de *márketing* (Arellano, 2010), pero en una oportunidad en la que la competencia puede haber perdido el rumbo o descuidado su posición en el mercado.

Es precisamente este énfasis lo que pone en el centro de la atención del análisis de la mype no solo al emprendedor, sino a las decisiones que adopta para proseguir, para sobrevivir en tanto negocio, al punto que esas decisiones no necesariamente se condicen con lo que era el negocio principal de la empresa o con lo que ni siquiera era parte de su oferta. En este sentido, la necesidad de seguir adelante como negocio, que podría esconder en el fondo la necesidad subyacente del emprendedor de procurarse medios de subsistencia, posición largamente destacada (Villarán, 1998; Ríquez, 1999, entre otros), exigida por una coyuntura ante la cual

prácticamente nadie puede elaborar un pronóstico plausible, pone a las mype ante el desafío de aventurarse en actividades que o bien desconocen o bien preferirían no llevar a cabo, entrando así en un proceso de legitimación de actividades que se incorporan incluso en un nivel estratégico, como sostienen Campos et al. (2018). Esto es lo que se observó en el caso de las empresas 4 y 6 que, de ofrecer servicios de alquiler de maquinaria pesada (la primera) y servicios de logística (la segunda), se decantaron por la venta de equipo de protección sanitaria (trajes de protección, guantes y protectores faciales).

Sin embargo, los resultados encontrados también muestran que, aunque estas dos empresas (la 4 y 6) continuaron en actividad, una de ellas no prosiguió en la consolidación de su introducción en esa esfera de actividad (con la venta de otros equipos de atención sanitaria, entre balones de oxígeno y pulsioxímetros); y eso ocurrió simplemente porque el emprendedor consideró que hacerlo se alejaba tanto de la línea principal de su negocio como de sus valores personales de empresario. En otras palabras, se detuvo porque no quiso traspasar la frontera de lo que podía asumir como legítimo en un contexto en el cual, siguiendo la perspectiva de Campos et al. (2018), bien se podía ingresar en un terreno que proporcionara ingresos y sostenibilidad a la empresa.

CONCLUSIONES

La pandemia del COVID-19 y, específicamente, la cuarentena que se impuso en el país han tenido un impacto negativo en la actividad de las micro y pequeñas empresas, lo que se verifica en la caída del volumen de trabajo atendido. Eso implica que tanto las ventas y, por tanto, los ingresos se vieron mermados. Aun con ello, la mayoría de las mypes han optado por seguir manteniendo su misma situación respecto de la autoridad tributaria.

En las micro y pequeñas empresas que fueron parte de la muestra, se identificaron decisiones en dos planos de actuación: a nivel estratégico y a nivel operacional. En el plano estratégico destacan la estrategia de enfoque, el desarrollo de la organización y la retirada. En el plano operacional se identifican la ampliación de la cartera de clientes con incorporación del sector público, el fortalecimiento de la presencia de la empresa en la red y la modificación del giro de negocio.

REFERENCIAS

- Abdul, O.E. (2018). Entrepreneurial skills and growth of Small and Medium Enterprise (SMEs): A comparative analysis of Nigerian entrepreneurs and Minority entrepreneurs in the UK. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(5), 27–46.
- Akbar, F., Bin-Omar, A.R., Wadood, F. & Bin-Tasmin, R. (2017). The Niche Marketing Strategy Constructs (Elements) and its Characteristics - A Review of the Relevant Literature. *Galore International Journal of Applied Sciences and Humanities*, 1(1), January-March, 73-80. Recuperado de https://www.gijash.com/GIJASH_Vol.1_Issue.1_March2017/GIJASH0011.pdf
- Alvira, F. (2011). *Cuadernos Metodológicos 35. La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Arellano, R. (2010). *Al medio hay sitio. El crecimiento social según los Estilos de Vida*. Lima: Planeta.
- Avolio, B., Mesones, A. & Roca, E. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, 22, 70-80.
- Bhide, A. (1999). Las preguntas que todo emprendedor debe responder. *Harvard Business Review*, noviembre-diciembre.
- Bhattacharjee, A. (2012). *Social Science Research: Principles, Methods, and Practices*. Textbooks Collection, 3. University of South Florida, Scholar Commons.
- Blackman, A. et al. (2020). *La política pública frente al Covid-19. Recomendaciones para América Latina y el Caribe*. New York: Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-politica-publica-frente-al-Covid-19-recomendaciones-para--America-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Campos, W.B. (2013). ¿Planeamiento estratégico en las mypes? Apuntes para un nuevo modelo de análisis. *Conocimiento para el desarrollo*, 4(1), enero-junio, 109-116.

- Campos, W.B. (2017). *Apuntes de metodología de la investigación científica: un enfoque para la administración de negocios*. Magister SAC. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/319551210>
- Campos, W.B. (2019). Aproximación al Sostenimiento de la Microempresa: El Caso de Microempresas de Mecánica de Producción. *Sincretismo*, 1(1) 25-34. Recuperado de <https://revistas.unam.edu.pe/index.php/sincretismo/article/view/11/6>
- Campos, W.B., Lizarzaburu, L.M. & Campos, B. (2018). Estrategias de legitimidad: hacia un modelo para empresas de reciente creación. *Magister Science Journal*, 1(1), julio – diciembre, 9 – 23. ISSN 2707-5311. Recuperado de <https://magisterpub.com/ojs/index.php/msj/article/view/24>
- Campos, A.L., Campos, S.R., Colque, A.I. & Vela, J.L. (2019). Notas sobre empoderamiento femenino en el Perú. *Magister Science Journal*, 2(1), enero – junio 2019, 83 – 95. ISSN 2707-5311. Recuperado de <https://magisterpub.com/ojs/index.php/msj/article/view/52>
- Carranco, R. (2017). La aportación de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en la economía ecuatoriana. *Ciencia administrativa*, 2, 146 - 157. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf>
- Chávez, M.E. (2019). *Modelo de componentes de normatividad tributaria para la formalización de las micro y pequeñas empresas de la región Moquegua, 2018*. Tesis para optar el grado de doctor. Escuela de Posgrado, Universidad José Carlos Mariátegui, Perú.
- Coaguila, E.A. (2010). *Voluntad emprendedora y nivel de proyección empresarial en las mypes del distrito de Moquegua, región Moquegua, 2009*. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Economía. Facultad de Ciencias Económico – Administrativas, Universidad Católica de “Santa María”, Arequipa, Perú.
- Colque, A.I. (2013). *Influencia de la gestión del talento en la competitividad de las pequeñas empresas de servicios de la región Moquegua, 2011*. Tesis para optar el grado académico de Doctor en Administración. Escuela de Postgrado, Universidad de Tacna, Perú.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (3 de abril, 2020). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del Covid-19. Efectos económicos y sociales*. Informe Especial COVID-19 N°1. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/4/S2000264_es.pdf
- Correa, F., Leiva, V. & Stumpo, G. (2018). Mipymes y heterogeneidad estructural en América Latina. En Dini, M. & Stumpo, G. *Mipymes en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. pp. 9-34. Santiago: Naciones Unidas.
- Dini, M. & Stumpo, G. (coords.) (2018). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Documentos de Proyectos (LC/TS.2018/75). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Durand, T. (1999). *El perfil y las habilidades del empresario*. PL17/136. Nota técnica. Departamento de Investigación del Instituto de Empresa, Madrid.
- Durand, T. (2008). *El perfil y las habilidades del empresario*. GE2/113. Instituto de Empresa, Madrid. Recuperado de http://ocw.ie.edu/ocw/materiales/gestion/GE2_113_NF.pdf
- Espino, P. (2005). *Estrategia de inserción en la Nueva Economía para las pymes en el Perú*. Tesis para optar el grado de Doctor en Economía y Desarrollo Industrial. Escuela de Postgrado, Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Eton, M., Mwosi, F., Mutesigensi, D. & Ebong, C.D. (2017). The Role Of Entrepreneurial Skills In The Performance Of Smes In Nebbi District, West Nile Region Uganda. *Researchjournal's Journal of Entrepreneurship*, 5(1), abril, 1-10.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación científica*. 6ª. Edición. México: McGraw Hill/ Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Ikupolati, A.O., Adeyeye, M.M., Oni, E.O., Olatunle, M.A. & Obafunmi, M.O. (2017). Entrepreneurs' Managerial Skills as Determinants for Growth of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Nigeria. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 5(1), June, 1-6. Doi: 10.15640/jsbed.v5n1a1
- Kirzner, I.M. (2007). El empresario. *Revista de Economía y Derecho*, 4(14), otoño, 1143-1367.
- Mamani, G.R. (2009). *Factores del emprendedor que determinan el nivel empresarial en la región Moquegua*. Tesis presentada para optar el grado de Doctor en ciencias Empresariales. Unidad de posgrado de la facultad de Ciencias Contables y Financieras, Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú.
- Mamani-Meza, E.A. (2015). *Método de gestión basado en estrategias para micro y pequeñas empresas del sector de mecánica de producción: caso Jodimac Metal Mecánica y Construcción EIRL*. Tesis para

- optar el grado de Doctor en Economía y Gestión Empresarial. Unidad de Postgrado de la Facultad de Economía, Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú.
- Martín-Crespo, C. & Salamanca, A.B. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. *Nure Investigación*, 27, Marzo - Abril. Recuperado de <https://www.nureinvestigacion.es//OJS/index.php/nure/article/view/340>
- Mundaca-Guerra, J.A. (2018). *Modelo conceptual de desarrollo empresarial para las mypes de la región Lambayeque: caso Centro de Desarrollo Empresarial*. Tesis para optar el grado académico de Doctor en Bienestar Social y Desarrollo Local. Escuela de Postgrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
- Muñoz, C. (2011). *Cómo elaborar una investigación de tesis*. 2ª ed. México: Pearson Educación.
- Navarro, R.A. & Moreira, C.A. (2018). Influencia de percepción y actitudes en la intención emprendedora. Análisis Factorial Confirmatorio para el caso Ecuador. *Revista Publicando*, 5(15, 2), 468-478.
- Organización Mundial de la Salud. (11 de marzo, 2020b). *Alocución de apertura del Director General de la OMS en la rueda de prensa sobre la COVID-19 celebrada el 11 de marzo de 2020*. Disponible en <https://www.who.int/es/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Parra, M. & Rubio, G. (2013). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito: casos de estudio en empresarios de Ibagué, Tolima. *Pensamiento y Gestión*(43), 89-127.
- Ramírez, N., Mungaray, A., Aguilar, J.G. & Inzunza, R. (2017). Una explicación de la rentabilidad y poder de mercado de las microempresas marginadas. *Economía. Teoría y Práctica*, Nueva Época (46), enero-junio, 97-113. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-33802017000100097&script=sci_abstract
- Ramírez, E.D., Saira, E.W. & Chávez, M.E. (2019). Características de formalización de la micro y pequeña empresa de la provincia de Ilo, Perú. *Magister Science Journal*, 2(2), julio-diciembre, 33-45. ISSN 2707-5311. Recuperado de <https://magisterpub.com/ojs/index.php/msj/article/view/41>
- Ríquez, E. (1999). *La microempresa. Alternativa socioeconómica*. Colección Cuadernos Sociales. Lima: San Marcos.
- Saavedra, M.L. & Camarena, M.E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en Latinoamérica. *Criterio Libre*, 13(22), enero – junio, 129-152.
- Valdés, J.A. & Sánchez, G.A. (2012). Las mipymes en el contexto mundial: sus particularidades en México. *Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, VII(14), julio-diciembre, 126-156. Recueprado de <https://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>
- Villarán, F. (1998). Pequeña empresa, la ventana que se cierra. En Ortiz de Zeballos, F., Webb, R., Coseriu, E. et al. *El Perú en los albores del siglo XXI*. Vol. 2. Lima: Congreso del Perú.