

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
COMERCIALES



Impacto de la COVID-19 en las empresas peruanas, 2020

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
ECONOMISTA

AUTORA

Jeniffer Fiorella Chavez Velasquez

ASESORA

Norma Constanza Velásquez Rodríguez

Lima, Perú

2023

## METADATOS COMPLEMENTARIOS

### Datos del autor

Nombres	Jeniffer Fiorella
Apellidos	Chavez Velasquez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número del documento de identidad	73173007
Número de Orcid (opcional)	

### Datos del asesor

Nombres	Norma Constanza
Apellidos	Velásquez Rodríguez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número del documento de identidad	08172294
Número de Orcid (obligatorio)	0000-0002-8877-6705

### Datos del Jurado

#### Datos del presidente del jurado

Nombres	Ilianov Pablo
Apellidos	Carrasco López
Tipo de documento de identidad	DNI
Número del documento de identidad	09982771

#### Datos del segundo miembro

Nombres	Walter Orlando
Apellidos	Tenorio Mendez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número del documento de identidad	07585542

#### Datos del tercer miembro

Nombres	Norma Constanza
Apellidos	Velásquez Rodríguez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número del documento de identidad	08172294

**Datos de la obra**

Materia*	COVID-19, empresas, innovación, herramientas tecnológicas, <b>MIT</b> Pymes. <b>MIT</b>
Campo del conocimiento OCDE Consultar el listado: <b>enlace</b>	<a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00</a>
Idioma (Normal ISO 639-3)	SPA - español
Tipo de trabajo de investigación	Tesis
País de publicación	PE - PERÚ
Recurso del cual forma parte (opcional)	
Nombre del grado	Economista
Grado académico o título profesional	Título Profesional
Nombre del programa	Economía
Código del programa Consultar el listado: <b>enlace</b>	311016

\*Ingresar las palabras clave o términos del lenguaje natural (no controladas por un vocabulario o tesoro).

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y COMERCIALES**

**TESIS**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ECONOMÍA**

**ACTA N° 003-2023-ECON.**

Siendo las 15:00 horas del día **jueves 23 de noviembre de 2023**, se conecta vía zoom el jurado calificador firmante, nombrado según Resolución de Decanato N° **265-2023-UCSS/VAC-FCEC-D** con el fin de recibir la sustentación de tesis **“Impacto de la COVID-19 en las empresas peruanas, 2020”** presentada por el bachiller **CHAVEZ VELASQUEZ JENIFFER FIORELLA**. Cumpliendo así con los requerimientos exigidos en el reglamento de grados y títulos, modificado según Resolución N° 045-2020-UCSS/VAC-FCEC-CF, para obtener su Título Profesional de **Economista**.

Finalizada la evaluación, el Jurado Calificador de la Sustentación acordó el siguiente resultado:

<b>Tema de la sustentación</b>	<b>Jurados</b>	<b>Calificativo</b>
“Impacto de la COVID-19 en las empresas peruanas, 2020”	Mg. Carrasco López, Ilianov Pablo. Econ. Tenorio Méndez, Walter Orlando. Dra. Velásquez Rodríguez, Norma Constanza.	<b>18</b> <b>Sobresaliente</b>

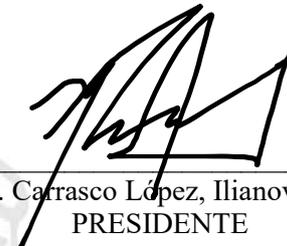
Concluida la sustentación del trabajo final y leída el Acta, la misma que fue aprobada Por unanimidad por los integrantes del jurado calificador en señal de conformidad, firma el presidente del jurado.



Econ. Tenorio Méndez, Walter Orlando  
MIEMBRO



Dra. Velásquez Rodríguez, Norma Constanza  
MIEMBRO



Mg. Carrasco López, Ilianov Pablo  
PRESIDENTE

**Anexo 2**

**CARTA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR(A) DE TESIS / INFORME ACADÉMICO/ TRABAJO DE INVESTIGACIÓN/ TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL CON INFORME DE EVALUACIÓN DEL SOFTWARE ANTIPLAGIO**

Ciudad, ..27.... de.....octubre..... ..... de 2023....

Señor(a),

William Amadeo Muñoz Marticorena

Jefe del Departamento de Investigación

Facultad de .....Ciencias Económicas y Comerciales..... UCSS

Reciba un cordial saludo.

Sirva el presente para informar que la tesis, bajo mi asesoría, con título: ...” Impacto de la COVID-19 en las empresas peruanas, 2020”.. presentado por Jeniffer Fiorella, Chávez Velásquez ... (código de estudiante 2015200096 y DNI 73173007) para optar el título profesional de ...Economista.... ha sido revisado en su totalidad por mi persona y **CONSIDERO** que el mismo se encuentra **APTO** para ser sustentado ante el Jurado Evaluador.

Asimismo, para garantizar la originalidad del documento en mención, se le ha sometido a los mecanismos de control y procedimientos antiplagio previstos en la normativa interna de la Universidad, **cuyo resultado alcanzó un porcentaje de similitud de ...9% .\*** Por tanto, en mi condición de asesor(a), firmo la presente carta en señal de conformidad y adjunto el informe de similitud del Sistema Antiplagio Turnitin, como evidencia de lo informado.

Sin otro particular, me despido de usted. Atentamente,



Norma Constanza Velásquez Rodríguez

DNI N°: .....08172294.....

ORCID: ..... 0000-0002-8877-6705 .....

Facultad de Ciencias Económicas y Comerciales

\* De conformidad con el artículo 8°, del Capítulo 3 del Reglamento de Control Antiplagio e Integridad Académica para trabajos para optar grados y títulos, aplicación del software antiplagio en la UCSS, se establece lo siguiente:

Artículo 8°. Criterios de evaluación de originalidad de los trabajos y aplicación de filtros

El porcentaje de similitud aceptado en el informe del software antiplagio para trabajos para optar grados académicos y títulos profesionales, será máximo de veinte por ciento (20%) de su contenido, siempre y cuando no implique copia o indicio de copia.



## AGRADECIMIENTO

A mis padres, Carlos y Marta, por estar conmigo, dándome su apoyo, para no darme por vencida, y comprensión en todo este tiempo. A mi hermana, por la paciencia y el apoyo brindado. A mi asesora Norma Velásquez Rodríguez, por ser mi guía en este largo camino, por su compromiso, conocimiento y, aunque no hemos tenido la oportunidad de trabajar presencialmente juntas, ha sido un gran apoyo en resolver las dudas que se me presentaban.

A todos, gracias.

## DEDICATORIA

*A mis padres y hermana por la  
paciencia y el apoyo.*

## TABLA DE CONTENIDO

<b>I. DATOS GENERALES.....</b>	<b>4</b>
1.1 Título tentativo.....	4
1.2 Autor.....	4
<b>II.PROBLEMA .....</b>	<b>4</b>
2.1 Planteamiento del problema .....	4
2.2 Formulación del problema – pregunta problema .....	7
2.3 Justificación del problema .....	8
<b>III. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>9</b>
3.1 Objetivo general .....	9
3.2 Objetivos específicos .....	10
<b>IV. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>10</b>
4.1 Antecedentes del estudio .....	10
4.1.1 Proyectos de tesis nacional .....	10
4.1.2 Documentos de trabajo.....	12
4.2 Bases teórico científicas.....	18
4.3 Bases legales .....	21
4.4 Definición de conceptos.....	22
<b>V.METODOLOGÍA .....</b>	<b>23</b>
5.1 Formulación de la hipótesis .....	23
5.1.1 Hipótesis general .....	23
5.1.2 Hipótesis específicas.....	23
5.2 Variables e indicadores.....	24
5.2.1 Identificación de la variable independiente.....	24
5.2.2 Identificación de la variable dependiente.....	25

<b>5.3 Tipo de investigación .....</b>	<b>26</b>
<b>5.4 Diseño de la investigación.....</b>	<b>26</b>
<b>5.5. Ámbito y tiempo social de la investigación.....</b>	<b>26</b>
<b>5.6 Unidades de estudio .....</b>	<b>26</b>
<b>5.7 Población y muestra.....</b>	<b>26</b>
<b>5.8 Recolección de los datos.....</b>	<b>26</b>
<b>5.8.1 Procedimientos.....</b>	<b>26</b>
<b>5.8.2 Técnicas de recolección de los datos .....</b>	<b>27</b>
<b>5.8.3 Instrumentos para la recolección de los datos.....</b>	<b>27</b>
<b>5.9 Procesamiento, presentación, análisis e interpretación de los datos</b>	<b>27</b>
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>29</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Europa: Principales medidas económicas laborales para la preservación de empleos durante la emergencia sanitaria.....	32
<b>Tabla 2.</b> Unión Europea: Medidas de apoyo para las empresas de estados miembros y protección del empleo .....	35
<b>Tabla 3.</b> América Latina y el Caribe: Cantidad de países con anuncios de medidas según objetivo .....	39
<b>Tabla 4.</b> América del Norte: Principales medidas económicas laborales para la preservación de empleos durante la emergencia sanitaria .....	40
<b>Tabla 5.</b> Perú: Stock y variación neta de empresas por trimestre, 2020 .....	49
<b>Tabla 6.</b> Perú: Stock, altas y bajas de las empresas, según actividad económica, IV trimestre 2020.....	50
<b>Tabla 7.</b> Ventas internas. Según grupo y clase CIU <sup>2/</sup> , diciembre 2019 – diciembre 2020...	51
<b>Tabla 8</b> Las cifras del E-commerce, 2020 .....	58
<b>Tabla 9.</b> Impacto e-commerce en giros .....	59
<b>Tabla 10.</b> Crecimiento del correo electrónico según Payu Perú .....	59
<b>Tabla 11.</b> Comercio: Valor agregado bruto .....	60

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> América Latina: Variación de empleo según rama de actividad 2020-----	37
<b>Figura 2.</b> Perú: Variación de empleo según sector económico 2020 -----	42
<b>Figura 3.</b> Perú: Fases de reactivación económica, 2020 -----	47
<b>Figura 4.</b> <i>Variación neta de altas y bajas de empresas por trimestres, 2020</i> -----	49
<b>Figura 5.</b> Participación %. Líneas de productos en tiendas por departamentos y supermercados (diciembre 2020) -----	52
<b>Figura 6.</b> Participación %. Líneas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar (diciembre 2020) -----	53
<b>Figura 7.</b> Participación %. Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal -----	54
<b>Figura 8.</b> Evolución mensual de la producción del subsector restaurantes 2020 -----	55
<b>Figura 9.</b> Grupos de restaurantes según incidencia, diciembre 2020 -----	56
<b>Figura 10.</b> Evolución de las ventas <i>online</i> en millones: 2015 - 2020-----	57
<b>Figura 11.</b> Perú: Trabajadores en situación especial de teletrabajo/trabajo remoto, 2020 -----	61
<b>Figura 12.</b> Perú: Trabajadores en situación especial de teletrabajo/trabajo remoto por actividad económica, 2020-----	62
<b>Figura 13.</b> Perú: Trabajadores en solicitud de SPL ( <i>¿</i> ) activa en el sector formal privado, 2020 (Absoluto) -----	63
<b>Figura 14.</b> Perú: Trabajadores en el sector formal privado según empresas con financiamiento de Reactiva Perú, 2020-----	64
<b>Figura 15.</b> Descargas de aplicaciones de teletrabajo por cada 100 000 habitantes (2020) – BID: Regiones -----	68
<b>Figura 16.</b> Lima Metropolitana: Empresas por estado de operatividad debido al impacto del COVID- 19 (julio – agosto 2020) -----	82
<b>Figura 17.</b> Lima Metropolitana: Empresas operativas según comportamientos de sus ventas debido al impactos del COVID-19. Segundo trimestre 2020/2019-----	82

<b>Figura 18.</b> Lima Metropolitana: Empresas operativas por modalidad de ventas adoptadas debido al impacto del COVID-19. Segundo trimestre 2020. -----	84
<b>Figura 19.</b> Lima Metropolitana: Empresas operativas según principales problemas que enfrentaron debido al impacto del COVID-19. Segundo trimestre 2020. -----	85
<b>Figura 20.</b> Lima Metropolitana: Empresas operativas por modalidad de trabajo adoptada debido al impacto del COVID-19 según tamaño de empresa. Segundo trimestre 2020. -----	86
<b>Figura 21.</b> Lima Metropolitana: Empresas operativas según medidas laborales adoptadas debido al impacto del COVID-19. Segundo trimestre 2020. -----	87
<b>Figura 22.</b> Lima Metropolitana: Empresas operativas según problemas financieros debido al impacto del COVID-19 -----	88
<b>Figura 23.</b> Lima Metropolitana: Empresas operativas que accedieron / piensan acceder a programas y medidas de incentivo y/o reactivación implementada por el Gobierno (16 de marzo a julio 2020) ----	89
<b>Figura 24.</b> Lima Metropolitana: Empresas operativas que no accedieron/no piensan acceder a los programas o medidas de incentivo y/o reactivación implementada por el Gobierno según motivos (16 de marzo a julio 2020)-----	90
<b>Figura 25.</b> Lima Metropolitana: Empresas operativas, por rango de meses que estima recuperará su nivel de ventas antes del COVID-19 (julio – agosto 2020)-----	91
<b>Figura 26.</b> Lima Metropolitana: Empresas operativas, por rango de meses que estima se reactivará la economía del país (julio – agosto 2020) -----	92

## RESUMEN

El año 2020 fue el periodo en el que se generó más cambios en todo el mundo. A consecuencia de la emergencia sanitaria causada por el COVID-19, las actividades económicas del Perú fueron sumamente afectadas, sobre todo el sector empresarial debido a que no contaban con las herramientas necesarias para afrontar esta situación. En tal sentido, el objetivo del estudio fue determinar el impacto de la COVID-19 en las empresas peruanas en el año 2020. Por ello, se utilizó un enfoque cualitativo básico con diseño causal-explicativo. La población estuvo conformada por 2 354 empresas mostradas en la “Encuesta de Opinión sobre el impacto del COVID-19 en las Empresas” del INEI ubicadas en Lima y Callao, Arequipa, Piura y Trujillo. Se utilizó una muestra de 1 600 empresas ubicadas en Lima y Callao, a las cuales se aplicó una encuesta de 16 preguntas elaboradas por el INEI. Los resultados demuestran que 75,5% de empresas se encontraban operativas, de las cuales el 67,4% presentaron una disminución en su nivel de ventas. Varias tuvieron que implementar las ventas *online*. Además, el 77,5% de empresas adoptó nuevas medidas laborales y el 81,4% presentó algún problema financiero. Se concluye que, en efecto, la pandemia tuvo un impacto negativo en muchos aspectos dentro de las empresas peruanas estudiadas sobre todo por la falta de herramientas que fuesen de ayuda para lidiar con las consecuencias presentadas.

## ABSTRACT

The year 2020 was a period that generated the most changes worldwide. As a result of the health emergency caused by Covid-19, Peru's economic activities were severely affected, especially the business sector since many of them did not have the necessary tools to face this situation. The objective of the study was to determine the impact of COVID-19 on Peruvian companies in 2020. Therefore, a basic qualitative approach, with casual-explanatory design, was used to this investigation. The population consisted of 2 354 companies, as shown in INEI's "Opinion Survey on the Impact of COVID-19 on Companies", located in Lima, Callao, Arequipa, Piura, and Trujillo. It was used a sample of 1600 located in Lima and Callao, to which a 16-question survey developed by INEI. The results showed that 75,5% of companies were operating, of which 67,4% presented a decrease in their level of sales, several of them had to implement online sales, 77,5% of companies adopted new labor measures, and 81,4% presented some financial problems. The conclusion is that the pandemic indeed had a negative impact on many aspects of the Peruvian companies studied, mainly due to the lack of tools to help them deal with the consequences of the pandemic.



## ÍNDICE DE ABREVIATURAS

Siglas	Denominación
AFP	Administradoras de Fondos de Pensiones
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
Capece	Cámara Peruana de Comercio Electrónico
Cepal	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
Coopac	Cooperativas de Ahorro y Crédito No Autorizadas a Captar Recursos del Público
COVID-19	Enfermedad causada por un coronavirus denominado SARS-CoV-2
CTS	Compensación por tiempo de servicios
E-commerce	Comercio electrónico
ESF	Estado de situación financiera
FMI	Fondo Monetario Internacional
IED	Inversión extranjera directa
INEI	Institución Nacional de Estadística e Informática
MEF	Ministerio de Economía y Finanzas
Mipymes	Micro, pequeñas y medianas empresas
MTPE	Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo
MYPES	Micro y pequeña empresa
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
ODS	Objetivos de desarrollo sostenible
OEGD	Objetivo estratégico de Gobierno digital
OMS	Organización Mundial de la Salud
PBI	Producto Bruto Interno
PCM	Presidencia del Consejo de Ministros
PGD	Plan de Gobierno Digital
Plame	Planilla mensual de pagos
Pymes	Pequeña y mediana empresa
SARS-CoV-2	Coronavirus de tipo 2 (del inglés <i>severe acute respiratory syndrome coronavirus 2</i> )
SBS	Superintendencia de Banca, Seguros y AFP
SPL	Suspensión perfecta de laborales
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences, plataforma de software estadístico.
Sunafil	Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral
Sunat	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
TIC	Tecnologías de información y comunicación
UCSS	Universidad Católica Sedes Sapientiae
UE	Unión Europea
UIT	Unidad impositiva tributaria
USD	Dólar estadounidense

## INTRODUCCIÓN

La pandemia causada por la COVID-19 no solo ha generado las pérdidas de miles de personas alrededor del mundo incluido el Perú, también ha generado un gran impacto en las pérdidas cuantiosas en el sector empresarial. Por ello, la finalidad del presente trabajo de investigación es la determinación del impacto que ha tenido la COVID-19 en las empresas peruanas durante el año 2020.

Con el propósito de realizar la investigación, por un lado, se analizará la información estadística obtenida de las empresas peruanas encuestadas de carácter cualitativo, enfocándose en los efectos en su lado económico y financiero durante la pandemia; y, por otro lado, se elaborará indicadores de carácter cualitativos con alusión a las ventas, empleo, finanzas, expectativas y accesos a los programas del gobierno por la relación con los efectos causado por el COVID-19. Toda esta información utilizada fue brindada en la “Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas” por el Instituto Nacional de Estadística e Informática del 2020, en el cual se encuentra la información necesaria para la investigación presente.

Para que se analice cualitativa y descriptivamente la información obtenida, se empleó el programa Microsoft Excel que permitió organizar la base de datos a través de gráficos. Asimismo, las pruebas estadísticas se utilizó el programa estadístico *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS), el cual permitió analizar las variables de estudio planteadas.

En el primer capítulo, se realiza el planteamiento del problema de la investigación y se propones las preguntas de la investigación que posibilita confirmar o refutar la hipótesis general. Luego, se presenta la justificación; y, al final, se presentan los objetivos generales y específicos de la tesis.

Seguidamente, en el segundo capítulo, se propone el marco teórico general, iniciando con los antecedentes de la investigación donde se encuentran diversos documentos de investigación que han ayudado a obtener un mayor conocimiento de las variables de estudio. Luego, se presenta el marco teórico de las variables estudiadas y brindadas por el INEI (2020) que ayudaron a la realización de las teorías planteadas. De igual manera, se presenta un marco

legal donde se citan las normas supranacionales y nacionales que guardan relación con las variables estudiadas. El capítulo finaliza con las definiciones de las variables de estudio.

Luego, en el tercer capítulo, se encuentra el marco metodológico de la investigación, seguido con la hipótesis general junto con algunas hipótesis específicas. Asimismo, se presentan las variables dependientes e independientes que se utilizaron; seguidamente, por el tipo de investigación usado que fue básico; asimismo, el tipo de diseño de investigación que se optó fue una de tipo causal-explicativa; además, el ámbito de estudio seleccionado por el INEI (2020) que fueron las empresas peruanas; y una explicación breve y detallada sobre la población y muestra, y las técnicas e instrumentos empleados para la recolección y elaboración de la base de datos trabajada.

En el cuarto capítulo de la investigación, se presentan los resultados, se muestra la descripción de la encuesta utilizada del INEI (2020) para la investigación. Además, se muestra la presentación de los resultados obtenidos del análisis descriptivo de la encuesta mediante gráficos. Este acápite concluye con el análisis estadístico desarrollado con el programa SPSS donde se evaluó la base de datos y se comprobó la hipótesis planteada.

Para finalizar, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación que se obtuvieron gracias al trabajo de campo realizado, las referencias bibliográficas y los anexos que complementaron la investigación.

## **CAPÍTULO I:**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 Planteamiento del problema**

La emergencia sanitaria mundial iniciada en diciembre del 2019 generó una serie de cambios significativos tanto en las personas como en las empresas. Esta pandemia ha traído diferentes problemas a las empresas, puesto que todas se vieron afectadas, incluso algunos sectores económicos como turismo y gastronomía aún sufren las consecuencias. El Banco Mundial (2021) indica que en el período comprendido entre octubre de 2020 a enero de 2021 poco más del 50% de las empresas mundiales vieron afectadas sus ventas (27%), sus salarios, así como la rotación de horarios (65%). Debido a estos ajustes, solo un 11% de las empresas despidieron a su personal. De otro lado, aún son pocas las empresas a nivel mundial que han adoptado soluciones digitales especialmente en los países más pobres, así como las empresas de menor tamaño. En cuanto las empresas que se han ido adaptando a la transformación digital, el 34% de las empresas ha aumentado el uso de internet, los medios sociales y las plataformas digitales, y el 17% ha invertido en nuevos equipos, programas informáticos o soluciones digitales. El estudio también, a nivel mundial, encontró que el apoyo del Gobierno fue escaso, ya que más del 70% de las empresas de los países de ingreso bajo careció de información, siendo el principal obstáculo para acceder a la asistencia técnica; es decir, solo 1 de cada 10 empresas de países de bajo ingreso recibió apoyo.

A nivel latinoamericano, los efectos originados por la pandemia han dado un impacto importante y ha evidenciado un mayor nivel de cuán débiles se encuentran los ámbitos sociales, empresariales y productivos. Así, a lo largo de los años, se ha hecho más notorio las brechas existentes. En el ámbito productivo, la heterogeneidad limitante se hace más notoria. De acuerdo con Cepal (2010), dicho ámbito es la base de las brechas internas y externas existentes.

En cuanto a la brecha externa, comparada con Estados Unidos, Latinoamérica solo alcanzó su quinta parte lograda en productividad laboral en un lapso de 19 años; mientras que, en la brecha interna, la heterogeneidad es muy elevada. La productividad de cada año en empresas medianas, pequeñas y microempresas no alcanza ni la mitad de lo generado por una grande. En el sector mipyme es aún mayor esta diferencia, más si las comparamos con la de la Unión Europea. Asimismo, el impacto que se ha generado en las empresas a nivel global ha sido muy grave, sobre todo en los sectores industriales. Cepal (2020) indica que, en el Perú, la condición suscitada ha sido muy grave, ya que se dio una caída del 47,9% en la fabricación de bienes de capital; además, en el primer cuatrimestre, la producción industrial se vio reducida un 21,4%. La industria, en este proceso de reactivación, ha tenido una importancia estratégica, sobre todo cuando el distanciamiento social causado por la pandemia ha hecho que la implementación tecnológica en las empresas sea algo primordial de manera interna aplicada en su modelo de negocio y de manera externa en su relación con los consumidores, proveedores y trabajadores.

En el contexto nacional, desde un inicio, el Gobierno implementó medidas necesarias para el ámbito laboral y social. De esa manera, pudo afrontar los efectos que se originarían a causa de la COVID-19. Entre las primeras acciones fue declarar el estado de emergencia nacional y, al mismo tiempo, entregar medidas enfocadas a diferentes aspectos. Respecto a lo laboral, debido al confinamiento social, los trabajadores no asistirían a los centros laborales tanto para el sector público como privado. A excepción de ciertas actividades económicas básicas, necesarias para el contexto en que se estaba comenzando a vivir, las nuevas medidas en los centros laborales debían comunicarse de una manera correcta sobre los nuevos protocolos de bioseguridad, reglas a partir de una eficiente capacitación.

Con el regreso al trabajo, tras acabar el periodo de aislamiento social obligatorio, se siguió manteniendo las medidas excepcionales y se adicionaron otras con el fin de que el COVID-19 no se extienda. Las empresas, teniendo como base los lineamientos para la vigilancia, prevención y control de la salud de los trabajadores con riesgo a exposición, debieron de aplicarlas a su gestión laboral al momento de reiniciar los trabajadores en sus labores como considerar si eran de riesgo, según el grado de afectación del virus. Por ello, se debieron evaluar su condición de salud, clasificar en qué grado de exposición se encontraba la empresa, dependiendo de los puestos de trabajo; acatar nuevas medidas preventivas generales y de protección personal, las cuales formaron parte del *Plan de vigilancia, prevención y control de COVID-19 en el trabajo* de cada empresa.

El impacto de la COVID-19 ha generado consecuencias en las empresas peruanas, condicionando su actividad de seguir con sus actividades económicas (operativa, y parcialmente operativa) o estén inoperativas. Así, las ventas, el empleo, las finanzas, las expectativas y la oportunidad de acceder a programas de ayuda de gobierno factores han sufrido cambios sustanciales respecto a su condición. Incluso, un factor determinante para su operatividad ha sido el uso de tecnologías de información. De ese modo, las empresas que se han mantenido en el mercado, a pesar de las condiciones en la “primera ola” de la COVID-19, han sido principalmente aquellas grandes o pequeñas que han invertido en el uso de herramientas tecnológicas.

El uso de herramientas digitales antes de la COVID-19 era muy básica. Ello determinó el gran reto de adaptación por parte de las empresas. Aun así, han logrado implementarlas y emplearlas mediante un uso intensivo para alcanzar una pronta recuperación de esta crisis y, frente a la competencia, una mayor ventaja competitiva. Ante ello, el Ministerio de Economía y Finanzas ha formulado un Plan de Gobierno Digital (PGD) 2021–2023<sup>1</sup> (MEF, 2021) que se enfoca en seguir el proceso de transformación digital de manera acelerada, estableciéndose seis (6) objetivos estratégicos<sup>2</sup> y centrándose en cerrar las barreras de accesibilidad y fomentar la inclusión digital de los ciudadanos y/o empresas. La finalidad es eliminar de la resistencia de ciertas empresas a innovarse digitalmente en sus procesos; y rediseñar los procesos tecnológicos de las empresas y facilitar su transformación.

---

<sup>1</sup> De acuerdo con la Resolución Ministerial N.º 065-2021-EF/44, el Plan de Gobierno Digital: “1. Comprende el conjunto de principios, políticas, normas, procedimientos, técnicas e instrumentos utilizados por las entidades de la administración pública en la gobernanza, gestión e implementación de tecnologías digitales para la digitalización de procesos, datos, contenidos y servicios digitales de valor para los ciudadanos”.

<sup>2</sup> OEGD1: Mejorar el nivel de liderazgo y capacidad digital de los recursos humanos de la institución, para facilitar la transformación digital del MEF.

OEGD2: Rediseñar los procesos y normativa que soporta la organización, para facilitar la transformación digital de la entidad.

OEGD3: Desarrollar los servicios digitales desde el diseño, empáticos e intuitivos para fortalecer la gestión de las instituciones administradas en los tres niveles de gobierno, instituciones privadas interesadas y ciudadanos en general.

OEGD4: Desarrollar un modelo integral de seguridad digital centrado en riesgos y que gestione la seguridad de la información, ciberseguridad y ciberdefensa para elevar la confianza digital de los administrados y ciudadanos.

OEGD5: Desarrollar un modelo de infraestructura tecnológica moderna que brinde flexibilidad escalabilidad e interoperabilidad para provisionar oportunamente soluciones o servicios digitales públicos.

OEGD6: Desarrollar modelos innovadores de análisis de datos históricos, predictivos y prescriptivos para mejorar la capacidad de toma de decisiones en políticas fiscales y económicas en los tres niveles de gobierno.

Por otro lado, la Agenda Digital al Bicentenario<sup>3</sup> (MEF, 2021), dicha norma de contingencia hacia lo local, entre sus compromisos, busca digitalizar los trámites o servicios brindados por distintas entidades. En el caso de las pymes, se orienta a la promoción del uso de tecnologías con el apoyo y liderazgo del Ministerio de la Producción y, sobre todo, la reducción de pasos entre el ciudadano o una empresa con el Estado.

La encuesta elaborada por Datum Internacional a finales del 2020 se enfocó en el panorama de emprendedores peruanos que iniciaron emprendimientos, considerando la digitalización como su principal aliado. Los resultados obtenidos muestran que el 55% de peruanos se dedica a esta actividad de manera exclusiva y el emprendimiento sería propio. Además, la publicidad por medios digitales como las redes sociales es el principal medio del 68% de los encuestados, lo que determina su emprendimiento. Con respecto al canal de venta de sus productos y servicios que emplean, el 42% comercializa por internet en compra y envió, incluso ellos mismo lo trasladan, demostrando que, en las circunstancias, actuales ha sido el canal más utilizado en Lima y Callao, y en todos los niveles socioeconómicos.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Interrogante principal**

¿En qué medida la COVID -19 ha impactado en la condición de las empresas peruanas, 2020?

### **1.2.2 Interrogantes secundarias**

**PP1:** ¿En qué medida las ventas han impactado en la condición de empresas peruanas, 2020?

**PP2:** ¿De qué manera el empleo ha impactado en la condición de empresas peruanas,

---

<sup>3</sup> De acuerdo a la Presidencia del Consejo de Ministros: “3. Este documento recoge las estrategias, metas y acciones concretas que el Perú desarrollará en material digital, a fin de desplegar tecnologías para promover la competitividad, el desarrollo económico y social y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos. Su objetivo es realizar una transformación digital que permita al Perú llegar al 2021 como un país transparente, competitivo, innovador y que pueda hacer viable la mejora social”.

2020?

**PP3:** ¿De qué manera se han visto afectadas las finanzas de las empresas peruanas en COVID-19, 2020?

**PP4:** ¿De qué manera se han visto afectadas las expectativas de las empresas peruanas en COVID-19, 2020?

**PP5:** ¿De qué manera el acceso a programas de gobierno ha afectado a las empresas peruanas en COVID-19, 2020?

### **1.3 Justificación de la investigación**

La investigación busca profundizar el conocimiento de los factores que han influido en la condición de que una empresa se encuentre operativa o no frente a la “nueva normalidad”. La implementación y transformación que ha sido sometido el mercado por la pandemia actual de la COVID-19 corrobora que, gracias al uso de herramientas tecnológicas, ha sido posible dirigirse a un mayor número de clientes.

A nivel internacional, los países trabajan para mejorar la calidad de vida en el mundo. Los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) generan una mirada a lo más susceptible de las empresas. De los 17 objetivos, tres se han tomado para el desarrollo de la investigación; en específico, los objetivos 8, 9 y 17. En los siguientes párrafos, se explica la relación que existe entre la investigación presente y los objetivos elegidos como base para su desarrollo. Al hablar del objetivo 8, se habla del trabajo decente y crecimiento económico. Lo que se plantea es que, al mostrar el impacto en las empresas referente a la actividad comercial peruana, se logra que se impulse su progreso, así como un mayor crecimiento económico formal.

Por otro lado, el objetivo 9 se refiere a la industrialización sostenible junto con la innovación. El enfoque de la investigación es mostrar su influencia causada por la implementación de tecnologías digitales, fomentando la promoción, las oportunidades que se presentan en la innovación de cada empresa. Por último, el objetivo 17 se refiere a formar alianzas entre países para lograr cumplir con los objetivos propuestos. La pandemia ha relucido las carencias de cada empresa, sobre todo al no estar preparadas ante una nueva situación. En este caso, a partir de la pandemia, se ha demostrado que la empresa no se podrá recuperar solo,

debido a la falta de recursos. Por ello, la promoción tecnológica es fundamental, y, también, formar alianzas con grandes empresa u países que apoyen lo que se necesite.

La investigación está enfocada en conocer, a través de la encuesta del INEI (2021), denominada “Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas”, desde el enfoque de las empresas, cómo se ha afectado la organización empresarial a partir de las restricciones establecidas por el Gobierno en la “primera ola”. Asimismo, determinar de qué manera la tecnología (uso de redes, comercio electrónico, entre otros) ha generado una condición positiva para seguir desarrollando sus actividades. Para la presente investigación, se ha tomado la línea de gestión de talento humano de la sublínea economía laboral de la Facultad de Ciencias Económicas y Comerciales de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS).

## **1.4           Objetivos de la investigación**

### **1.4.1   Objetivo general**

Determinar el impacto de la COVID-19 en las empresas peruanas, 2020.

### **1.4.2   Objetivos específicos**

**OE1:** Determinar en qué medida las ventas han impactado en la condición de empresas peruanas, 2020

**OE2:** Determinar de qué manera el empleo ha impacto en la condición de empresas peruanas, 2020

**OE3:** Determinar de qué manera se han visto afectadas las finanzas de las empresas peruanas en COVID-19, 2020

**OE4:** Determinar de qué manera se han visto afectadas las expectativas de las empresas peruanas en COVID-19, 2020

**OE5:** Determinar de qué manera el acceso a programas de gobierno han afectado a las empresas peruanas en COVID-19, 2020

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

El capítulo enfocado al marco teórico considera cuatro acápites: primero, los antecedentes de investigación, donde se ha desarrollado un resumen de documentos que ayudarán a conocer las variables de estudio; segundo, el marco teórico de las variables de estudio que define las teorías que aportan al trabajo y destacan los instrumentos desarrollados por el INEI (2020) para conocer, desde el enfoque de las empresas, cómo la COVID-19 ha afectado las actividades; tercero, el marco legal donde se citan normas supranacionales y nacionales entorno a las variables de estudio; y, cuarto, las definiciones que ayudarán a profundizar el trabajo de las variables de estudio.

#### **2.1 Antecedentes de la investigación**

##### **2.1.1 *Proyectos de tesis internacionales***

El objetivo del *Estudio del impacto de la adquisición tecnológica en tiempos de COVID-19, en las pymes de servicio (2021)*, elaborado por Martínez y Zambrano (2021) para optar por el título de Ingeniería en Sistemas Administrativos Computarizados, en la Universidad de Guayaquil – Ecuador, fue analizar los efectos que se han establecido debido a la implementación tecnológica en las pymes de servicios en Guayaquil. Su metodología fue descriptiva-explicativa con uso de métodos observacionales y de análisis, aplicando la encuesta como técnica de campo. Entre los resultados encontrados, se estableció que, previo a la pandemia, solo un 69% de las pymes de Guayaquil contaba con herramientas tecnológicas en sus actividades comerciales, por lo cual no se vieron tan afectados como aquellas que aún no

lo habían implementado. Asimismo, sus datos indicaron que la herramienta tecnológica más utilizada fue las plataformas de redes sociales (36%), servicios de software (11%) y computación en la nube (10%). Entre sus conclusiones, se mencionó que el sector pyme fue afectado económicamente: 213 empresas debieron cerrar y liquidarse debido a que no pudieron afrontar la pandemia por falta de adquisición tecnológica en sus negocios. Se escogió esta tesis porque estudia la importancia de la adquisición tecnológica en pymes de servicio en tiempos de COVID-19. Esa perspectiva otorga a mi trabajo una visión general y aplicada de cómo ciertas pymes han logrado adoptar herramientas tecnológicas en su administración de procesos para perdurar durante la emergencia sanitaria. Muchas de las pymes que se encontraban activas antes de la pandemia se vieron en la necesidad de cerrar y liquidar sus negocios, debido a la falta de recursos tecnológicos, lo cual les hubieran ayudado a sobrevivir económicamente.

*Adopción del comercio electrónico en Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de Bahía Blanca, Argentina: un análisis exploratorio*, tesis elaborada por Encina (2018) para optar el título de maestría en Administración de Negocios, en la Universidad Tecnológica Nacional de Argentina, tuvo por objetivo analizar los factores más relevantes que se encuentran asociados en el proceso de adopción del comercio electrónico (ACE), en micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de Bahía Blanca, Argentina. La investigación ha realizado un estudio tipo exploratorio – descriptivo donde los datos se obtuvieron a través de una encuesta que fue enviada a través de correos electrónicos a las empresas que formaron parte de la muestra. Asimismo, para la elaboración de los indicadores, se empleó la técnica de análisis factorial. De acuerdo con los resultados encontrados de las empresas encuestadas, el 70% con nivel medio de adopción de comercio electrónico (ACE) cuentan con un sitio web informativo-interactivo propio; el 25% con nivel alto de ACE, con su propio sitio web transaccional; y el 5% con nivel bajo de adopción, con e-mail, pero no con sitio web. Asimismo, el 25% de empresas pertenecientes al sector servicios evidencian un nivel medio de ACE. Entre sus conclusiones presentadas, se da a conocer que la aptitud digital objetiva, nivel de uso y complejidad de las TIC influyen en el nivel de ACE de las empresas. Por consiguiente, el documento establece un aporte amplio sobre la adopción de las TIC y el comercio electrónico, en este caso, de las mipymes de Bahía Blanca que los vieron como un medio para mantenerse competitivas y rentables al futuro, mejorando sus procesos organizacionales internos, sus productos y servicios, su relación con el público y su crecimiento en el mercado. Se afirma que la introducción de nuevas herramientas siempre va a traer un cambio interno complejo que, si no

se tiene a un personal capacitado para su efectivo desarrollo, la empresa no llegará alcanzar los beneficios esperados. Por ello, se recomienda fortalecer las competencias tecnológicas y aumentar el compromiso por parte de los trabajadores para el desarrollo de las TIC y el comercio electrónico de las empresas.

*Adopción de tecnologías de información y comunicación (TIC) como herramientas de crecimiento económico en las pymes del sector manufacturero del cantón Antonio Ante (2020)*, trabajo de investigación elaborado por Chiliquinga (2020) para optar el grado previo a la obtención del título en la carrera de Ingeniería en Economía mención Finanzas, en la Universidad Técnica del Norte de Ecuador, tuvo como objetivo analizar las condiciones de las mipymes que logran la adopción de las TIC. La investigación presentó un enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo, usando como herramienta a la encuesta. Por medio de un cuestionario, se logró recolectar los datos necesarios para la resolución de las preguntas de investigación planteadas elaborada en Google Forms y realizada de manera presencial. Los datos obtenidos fueron calculados a través de las herramientas ofimáticas Excel. Entre los resultados encontrados se muestra como limitantes la falta de servicios de capacitación (22%), falta de confianza y seguridad en el uso de las herramientas (25%) y el alto costo de las TIC (10%) que connotan que las empresas de Ecuador y el Gobierno no está dando una inversión necesaria en este ámbito. Concluye que la adopción de las TIC en las mipymes es necesaria para que la economía del cantón siga creciendo a través de los años. El presente estudio otorga a mi investigación una visión sobre las ventajas y desventajas que pueden traer o han traído la adopción de las tecnologías de información y comunicación (TIC) por parte de las pymes en el sector manufacturero del cantón Antonio Ante como una herramienta de crecimiento económico y organizacional. Asimismo, se resalta el comercio electrónico como la clave principal en la subsistencia de las empresas en el cantón sobre todo en la crisis sufrida a causa de la COVID-19, pero también enfatiza que, si no hay una capacitación correcta del sector en el manejo de las TIC ni confianza y seguridad en su uso, será un limitante en su correcto funcionamiento.

*Análisis de las oportunidades para la transformación digital de las Mipymes boyacenses en tiempos de pandemia (COVID-19) (2021)*, estudio realizado por López y Malpica (2021) para obtener el grado de especialización en Innovación y Marketing en la

Universidad Santo Tomás de Colombia, estableció un diagnóstico documental de las oportunidades de transformación digital de las mipymes boyacenses, reconociendo el estado y la disposición de incorporación en el mundo digital; asimismo, se analizó los factores que se han implementado, y las condiciones y variables que brindan oportunidades para que las mipymes logren su transformación digital. El estudio adoptó la metodología Sostac (Madero, 2018), modelo de planificación con el fin de que las organizaciones creen estrategias definidas desde la concepción de los objetivos hasta la medición de los resultados. Estos afirman que la transformación digital será la herramienta que ayude a las mipymes a sobrellevarse en el contexto actual; sin embargo, se observó que aún hay empresas que se resisten al cambio. También se encontró que un 23% de los empresarios manifiesta un desconocimiento de los programas dedicados al sector empresarial por parte del Gobierno nacional y que las informaciones llegan de una manera inadecuada a causa de estrategias incorrectas. Este documento aporta a mi investigación sobre la implementación de las tecnologías digitales en las empresas de Boyacá, ya que la perciben como una herramienta de sobrevivencia ante el contexto actual causado por la pandemia COVID-19. Se indica que su implementación aún está siendo vista como una situación complicada, generando resistencia al cambio, haciendo evidencia también la desigualdad existente en su uso a falta de dispositivos adecuados, falta de cobertura, así como el cambio de hábito de compra de los consumidores.

### **2.1.2 *Proyectos de tesis nacional***

*Influencia del marketing digital en las ventas de las mypes de comercio al por menor en Gamarra durante el último trimestre del 2020*, proyecto de tesis realizada por Garamen y Martínez (2021) para optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Lima, tuvo el objetivo de demostrar la positiva influencia en el incremento de ventas por la implementación de estrategias y del marketing digital como estrategia de recuperación frente a la crisis por parte de las empresas dedicadas al comercio al por menor en Gamarra. La investigación utilizó un enfoque cuantitativo no experimental, transversal junto con una encuesta realizada de forma virtual donde la base de datos obtenidas se analizó en los softwares Excel (versión 2016) y SPSS (versión 27). El documento aporta a mi investigación sobre la implementación de las tecnologías digitales en el emporio comercial de Gamarra y quiénes sufrieron un fuerte impacto económico por esta nueva normalidad, generando pérdidas millonarias en ventas, encontrando e implementando el marketing digital a las estrategias de recuperación sobre todo en ventas para desarrollar mejores

campañas publicitarias por diferentes medios como las redes sociales, y con la finalidad de dar a conocer sus productos y servicios que ofertan para lograr un mayor alcance en el mercado consumidor de prendas de vestir.

*Innovación empresarial de pymes en tiempo de pandemia (2020)*, trabajo de investigación realizada por Graneros (2020) para optar el grado académico de bachiller en Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Peruana Unión de Lima, pretende realizar una descripción general sobre las oportunidades generadas para enfrentar la crisis económica ocasionada por la pandemia actual y otorgar a las pymes pautas concretas aplicables para generar acciones con vistas al desempeño en un escenario futuro. Entre la información que se encontró, se indica que el marketing digital, a causa de la pandemia, se ha convertido en una herramienta de innovación necesaria en las empresas y, en el caso de empresas del rubro de comida, dieron más énfasis al delivery para acercarse y conseguir nuevos clientes. Se concluye de manera integral que la vulnerabilidad y la poca innovación por parte de las pymes ha sido evidenciada en esta pandemia, debido al desconocimiento de las tecnologías de información. Por otra parte, otro desafío encontrado es el financiero, ya que, a partir de la paralización comercial, se ha originado el incumplimiento de deudas, pagos a colaboradores, proveedores, bancos, Sunat, por falta de liquidez. El documento aporta a mi investigación respecto a la implementación de las tecnologías digitales en las pymes como un recurso de sobrevivencia ante un panorama sumamente complicado que las ubica como el grupo empresarial más afectada por el COVID-19. De la misma forma, se enfatiza que, aunque las acciones tomadas por muchos países han sido el reflejo de ensayo y error, si el Estado no las respalda mediante un fuerte gasto público para brinda liquidez, estímulos y beneficios fiscales, no tendrán futuro.

*Impacto de la pandemia COVID-19 en la rentabilidad de la empresa del sector construcción en el periodo 2020*, tesis elaborada por Ramírez y Sánchez (2021) para optar el título profesional de Contador Público en la Universidad Tecnológica del Perú, tuvo el objetivo el analizar el impacto significativo que tuvieron las empresas del sector construcción en su rentabilidad a causa del COVID-19, sobre todo para la empresa Tactical IT S.A.C. Por ello, su investigación es de modelo descriptivo y explicativo, ya que por medio de una encuesta y entrevista se recolectó la información necesaria para el análisis. El resultado evidenció que sí llegó a ser afectada por la pandemia, ya que incrementaron los costos reales y el presupuesto meta por proyecto, impactando significativamente la rentabilidad de la empresa. También los

resultados mostraron que en el 2020 su ratio de rentabilidad sobre ventas cayó a un 1.66% en comparación del 2019 con un 2.31%. La presente investigación establece una visión a mi investigación de otro sector económico afectado por la COVID-19, en este caso el sector de construcción donde principalmente su rentabilidad ha sido afectada. Las empresas constructoras han tenido que realizar cambios en su gestión, ampliación del tiempo de la ejecución de sus obras, problemas de liquidez y pérdida de sus clientes. Asimismo, se recomienda que las empresas deben realizar planes de contingencias para enfrentar y minimizar problemas futuros.

### **2.1.3 Documentos de trabajo**

“Impacto económico por COVID-19 en el primer semestre del 2020 a mypes de Lima Metropolitana (2020)”, trabajo de investigación elaborado por Mendoza (2020) para optar el grado académico de bachiller en Administración en la Universidad San Ignacio de Loyola de Lima, tuvo como objetivo determinar los principales factores internos y externos que, a causa del COVID-19, han impactado económicamente en las mypes de Lima Metropolitana durante el primer semestre del 2020. Su metodología fue de tipo cuantitativo y cualitativo bajo la modalidad de encuestas. Los datos que se obtuvieron fueron analizados en el programa Excel y SPSS versión 23. Se concluyó y confirmó que se presentó un desempeño económico y laboral bajo para las mypes a comparación de años anteriores, pese a los esfuerzos del Gobierno. Asimismo, a causa de la pandemia, muchos empresarios han tenido que implementar el teletrabajo o cambiarse de rubro de negocio. Asimismo, hacen énfasis que al sector mypes se le debe otorgar mayor acceso a los programas del Gobierno, mayor asesoramiento e incrementar el número de trabajos dirigido a dicho sector. El presente trabajo aporta a mi investigación sobre el impacto económico causado por la COVID-19 en el primer trimestre del 2020 a mypes de Lima Metropolitana una mayor información de la percepción y las acciones tomadas por empresarios que han enfrentado la pandemia.

“Impacto de los canales de comercialización online en tiempos del COVID-19”, artículo realizado por Tello *et al.* (2020) de la Universidad Norbert Wiener de Perú, publicada en la revista *Innova Research Journal* de la Universidad Internacional del Ecuador, buscó exponer el impacto que se ha generado en las ventas por parte del comercio online durante el proceso de pandemia COVID-19 por medio del uso de plataformas online por compradores en

general. La presente investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo básico, ya que se orienta a buscar nuevos conocimientos y campos de investigación sin un fin práctico específico e inmediato, mediante la encuesta como técnica de investigación y el cuestionario como instrumento. Las estadísticas demostraron que los canales de comercialización online han tenido un impacto significativo en el incremento de las ventas y en la intención de compra en tiempos de COVID-19. El documento aporta a mi investigación sobre la implementación de las tecnologías digitales y que el comercio electrónico ha sido el mejor aliado y medio de atracción para los clientes. De ese modo, pudieron cumplir el reto impuesto por la pandemia actual en relación al fomento de las ventas online tanto para las empresas que trabajaban con el comercio electrónico para quienes recién se estaban insertando en sus operaciones.

“La transformación digital como mecanismo para la sostenibilidad de las pymes en Colombia durante la pandemia del COVID-19”, artículo de reflexión realizado por Bohórquez y Robles (2020) para obtener la Especialización en Administración Financiera en la Universidad Católica de Colombia. El documento estudió el impacto económico de las pymes en Colombia a causa de la pandemia y las posibles alternativas que utilizaron para reinventarse haciendo uso de la transformación digital, reinventando así la forma de comercializar sus productos. Dentro de la metodología, se hizo uso encuestas. Se llega a la conclusión de que la pandemia actual ha cambiado las actividades cotidianas de la sociedad, encaminándolas a lo digital, aspecto que no ha sido indiferente al comportamiento de los consumidores. Ello ha dado origen a que la era digital convierta la crisis causada por la pandemia en una nueva oportunidad de desarrollo para las pymes colombianas. El documento aporta a mi investigación sobre la implementación de las tecnologías digitales como una opción para sobrevivir a esta crisis, y continuar siendo competitivas y rentables para sus dueños. Asimismo, resalta su uso como un nuevo medio de acercamiento a clientes con un modelo distinto a la economía tradicional y de incursión al mundo digital.

“El e-commerce y las mipymes en tiempos de COVID-19”, artículo realizado por Rodríguez *et al.* (2020) de la Universidad Estatal del Sur de Manabí de Ecuador para la *Revista Espacios*, se enfoca en analizar el impacto generado por e-commerce en las mipymes ecuatorianas por la disrupción de la pandemia del COVID-19. Explica lo que ofrece el comercio electrónico a las mipymes, abordando el crecimiento del e-commerce y el impacto a nivel nacional durante la pandemia. Para ello, se utilizó un diseño de tipo documental, haciendo uso de métodos científicos teóricos y empíricos. Además, se empleó la base de datos

académicas-científicas. Las mipymes ecuatorianas han tenido que afrontar los problemas causados por la COVID-19 para sobrevivir en el mercado, a pesar de ello, en las empresas que no cerraron, se mostró un incremento, al menos, de 15 veces la actividad comercial en línea. Dicha investigación concluye que, para alcanzar el éxito, la versatilidad empresarial en respuesta a la exigencia de cambios depende mucho de algunos factores imprescindibles como la disponibilidad de herramientas tecnológicas. Asimismo, el apoyo, por parte del Gobierno por medio de políticas públicas, es fundamental para la reactivación de la economía de las mipymes. El documento aporta a mi investigación sobre la implementación de las tecnologías digitales formulándola como una nueva metodología de comercialización en el momento actual y en un futuro cercano, así como un requisito obligatorio a nivel empresarial. Las mipymes ecuatorianas han tenido la capacidad de adaptación que les permite acceder a las nuevas tecnologías que las ha convertido en catalizadoras del e-commerce.

“Impactos y efectos de una pandemia global en las principales cadenas hoteleras peruanas en el año 2020”, trabajo de investigación realizado por Dulanto y Osore (2020) para optar el grado académico de bachiller en Administración Hotelera en la Universidad San Ignacio de Loyola en Lima, tuvo como finalidad brindar una mayor información sobre los impactos y efectos que dejó la pandemia del COVID-19 en las principales cadenas hoteleras del país. El tipo de investigación que realizaron fue un análisis cualitativo. Utilizaron información existente y encuestas que fueron analizadas en el programa Excel. Su conclusión consiste que las empresas hoteleras, aéreas y turísticas, el sector turismo, fue uno de los más impactados por el contexto vivido. Por ello, muchos negocios dentro del rubro se han visto en la necesidad de reinventarse y encontrar la manera adecuada de que sus actividades se reactiven. Por ello, se recomienda que el sector hotelero deberá realizar mayor inversión, buscando la sostenibilidad futura teniendo en cuenta diferentes escenarios y crear maneras para atraer a nuevos turistas. El presente trabajo otorga acercamientos sobre los impactos y efectos de una pandemia global en las principales cadenas hoteleras peruanas en el 2020, un mejor panorama sobre lo acontecido y cuán afectados se vieron el sector empresarial hotelero debido a las restricciones a causa de la pandemia. Asimismo, la necesidad de reinventarse, elaborar planes a futuro que les ayude a afrontar futuros acontecimientos como lo acontecido.

## **2.1.4 Bases teórico-científicas**

### **2.1.4.1 Teoría de la variable dependiente: Empresas en COVID-19**

La primera variable del estudio es la COVID-19. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2020), esta enfermedad es causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La OMS tuvo noticia por primera vez de la existencia de este virus el 31 de diciembre de 2019 al informarse de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se había declarado en Wuhan (República Popular China). Al principio, la COVID-19 era catalogada como una epidemia, ya que solo afectaba a una parte del mundo, pero poco a poco, debido al constante tráfico mundial de personas que viajaban de un lugar a otro. Este letal virus se fue propagando hasta convertirse en una pandemia mundial que ha afectado no solo al sector salud, sino a todos los ámbitos dentro del cual se encuentra el empresarial (Campines y González, 2021).

A causa de ello, la COVID-19 ha tenido una amplia repercusión en el ámbito (mercado) laboral a nivel mundial, incluyendo al Perú. Resulta innegable el impacto que se ha presentado en el ámbito de salud en sus trabajadores y familiares. En ese mismo contexto, los aspectos fundamentales del mercado laboral, la cantidad de empleo, el desempleo y subempleo, el trabajo de calidad medido por los salarios y la protección social han sido afectados, sobre todo en las poblaciones más vulnerables.

Uno de los sectores más afectados fue el turismo al término del 2020, el cual había perdido grandes cantidades de dinero debido a la pandemia. Además, las principales regiones turísticas se vieron perjudicadas de gran manera y miles de puestos de trabajo dejaron de ser necesarios en gran medida. Se dejó en claro que la recuperación postpandemia será muy larga (Urbieta, 2020).

Asimismo, las medidas tomadas por el gobierno como de inmovilización y el cese de ciertas actividades de comercio, pese a ser una medida, buscó resguardar la salud de los pobladores para el sector económico, específicamente en las micro y pequeñas empresas. Eso significó un fuerte impacto negativo, pues muchas requieren de actividades que involucren trabajar en establecimientos y el cese de sus labores. Gran parte de estas empresas perdieron fondos para los gastos que presentan diariamente (Mendoza, 2020).

El impacto de la enfermedad por el COVID-19 ocasionó un hipercrecimiento del e-commerce en la industria, debido al cierre de espacios físicos, provocando tanto a nivel de usuario como a nivel de consumo un volcamiento a este canal. Sectores como el de entretenimiento, turismo, aviación, entre otros, eran los grandes sectores que marcaban el comercio electrónico. Ahora el consumo se volvió bastante esencial: el crecimiento de todo lo relacionado con alimentos, salud e higiene resulta importante. (Rodríguez *et al.*, 2020)

#### ***2.1.4.1.1 Efectos económicos causados por la COVID-19 en empresas de Europa y Asia***

La pandemia ha dado un gran golpe a la evolución económica global para mostrar y agrandar las brechas que existían en el mundo.

##### **A. Caso Europa**

En el continente europeo, el sistema de bienestar social se describe como un sistema sólido a comparación de otros continentes, aun así, al igual que muchos sistemas no estuvo preparado para afrontar lo que la COVID-19 traería como consecuencias. De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI) (2020), los servicios no esenciales que fueron cerradas debido a las decisiones tomadas por los gobiernos frente a la pandemia representan para el continente europeo un tercio del producto. Debido al tiempo incierto que permanecían cerrados dichos negocios por cada mes que pasaba, ello significaba una caída anual del 3% del PBI anual, volviendo inevitable el inicio de una profunda recesión en Europa.

En el continente europeo, el subsidio fue la medida más usada por parte de los gobiernos dirigidos para que la población pueda cumplir cubrir con sus obligaciones: el alquiler de sus inmuebles, los pagos de nóminas, incentivar la contratación de jóvenes y mujeres, dar un mejor acceso a líneas crediticias mediante avales brindados por el Estado y otorgar facilidad para pagar impuestos.

De acuerdo con el informe del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021), se presentan las principales medidas económicas laborales para la preservación de empleos durante la emergencia sanitaria que tomaron países del continente europeo.

**Tabla 1**

*Europa: Principales medidas económicas laborales para la preservación de empleos durante la emergencia sanitaria*

<b>PAÍS</b>	<b>MEDIDAS ECONÓMICAS</b>
Alemania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las empresas serán reembolsadas por los ingresos pedidos durante el cierre por parte del Gobierno Federal bajo condiciones de acuerdo con el tamaño de las empresas.</li> <li>- Amplió el acceso al programa de trabajo de corta duración (Kurzarbeit),</li> <li>- Otorgó un subsidio a los trabajadores bajo ciertas condiciones hasta 67% del salario neto no percibido (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2021).</li> <li>- Retención de empleos con apoyo a los ingresos (80% del salario bruto y la contribución total de la seguridad social). Se extendió a todos los sectores y a las empresas independientemente de su tamaño.</li> </ul>
Italia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Otorgó apoyo salarial a empresas no elegibles para el esquema de retención de empleo en casos de reducción de actividad o reducción de horas de trabajo (80% del salario por hora).</li> <li>- Otorgó subsidio a trabajadores con una renta bruta anual hasta que hayan trabajado en marzo de 2020. Luego, cesaron sus actividades.</li> <li>- Otorgó crédito fiscal para propietarios de tiendas equivalente al 60% por alquiler comercial (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2021).</li> </ul>

- Otorgó un fondo de 20 mil millones de euros para la reducción de impuestos a la producción, 3 mil millones para fortalecer el patrimonio de las empresas debilitadas por la crisis y mil millones para inversiones vinculadas a innovación o relocalización.
  - Otorgó subsidios de 4 mil euros para la contratación de jóvenes menores de 26 años por un contrato mínimo de tres meses.
  - Permitió a las empresas colocar a sus trabajadores en actividad parcial para alcanzar una reducción sostenible de actividades.
  - Implementó un sistema excepcional de desempleo parcial que prevé el pago por parte de la empresa de una indemnización equivalente al 70% del salario bruto a sus empleados
  - A partir de diciembre del 2020, el Sistema de Fondos Solidarios integró a las empresas medianas de los sectores más afectados para recibir financiamiento (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2021).
  - Permitió que los trabajadores ingresen a un esquema de trabajo de tiempo reducido en empresas que enfrentan una recesión drástica basado en el acuerdo tripartito de compensación salarial temporal.
- Francia
- Dinamarca
- Portugal
- El Estado cubrió la licencia por enfermedad relacionada al COVID-19 durante el primer mes (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2021).
  - Reforzó las líneas de crédito con aval del Estado hasta final de año con un fondo de 6,8
-

millones de euros

- Otorgó subvenciones a la contratación, especialmente dirigidas a jóvenes y desempleados, creación de empleo en territorios del interior y mayores incentivos económicos para contratos indefinidos (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2021).

---

*Nota.* Impacto de la crisis sanitaria por la COVID-1 en el sector formal privado de Perú. Boletín de Economía Laboral N.º 49 (2021).

Fuente: Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo [MTPE] (2021). Elaboración propia.

Asimismo, la Comisión Europea es una de las siete instituciones políticamente independiente, de la Unión Europea [UE]. Como medidas de apoyo para las empresas de los Estados miembros y protección del empleo, se crearon tres instrumentos de apoyo como el Instrumento Europeo de Apoyo Temporal para Atenuar los Riesgos de Desempleo en una Emergencia (SURE), apoyo al empleo juvenil y pilar de derechos sociales.

**Tabla 2**

*Unión Europea: Medidas de apoyo para las empresas de estados miembros y protección del empleo*

MEDIDAS DE APOYO	ESTRATEGIA
<p><i>Support to mitigate Unemployment Risks in an Emergency (SURE). Instrumento Europeo de Apoyo Temporal para Atenuar los Riesgos de Desempleo en una Emergencia</i></p>	<p>Estrategia enfocada en apoyar la protección del empleo y a los trabajadores que se vieron afectados por la pandemia. Da apoyo financiero a través de préstamos a los Estados miembros por un importe total hasta 100 000 millones de euros para afrontar los aumentos imprevistos del gasto público y la conservación del empleo, evitando así el aumento de nivel de desempleo y mantener el ingreso familiar (Comisión Europea, 2020).</p>
<p><i>Apoyo al empleo juvenil – Un puente hacia el empleo para la próxima generación.</i></p>	<p>La UE ha invertido varios miles de millones de euros en programas de capacitación, preparación para jóvenes y adultos a su inserción al mercado laboral como el programa Garantía Juvenil que inició en el 2013. Los participantes menores de 30 años reciben una buena oferta de empleo, capacitación continua y periodos de prácticas tras perder su trabajo o la culminación de sus estudios (Comisión Europea, 2020).</p>
<p><i>Plan de Acción del Pilar Europeo de Derechos Sociales.</i></p>	<p>Anunciado en el año 2017, donde se establecieron 20 principios del pilar europeo de derechos sociales con el fin de que el continente llegue a tener mercado laboral lleno de oportunidades, teniendo como principales objetivos para el año 2030 que, por lo menos, el 78% de su población entre los 24 a 64 años deberán tener trabajo; al menos el 60% de los adultos deberá ser capacitado anualmente (Comisión Europea, 2020).</p>

Fuente: Comisión Europea (2020).

## **B. Caso Asia**

En el caso de Asia Sudoriental, la COVID-19 golpeó y sacó a relucir aún más las brechas sociales, el gran sector informal existente en los países, aunque los sistemas de salud de la mayoría se encontraban en capacidad de responder ante emergencias de salud pública. De acuerdo con la Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para el Pacífico (Cespap), el PBI de la subregión se vio reducido en un 0.1% en el 2020. Debido a las restricciones sociales, la caída del sector turístico, la reducción del comercio ha afectado a la producción económica, siendo los más afectados la población más pobre de las zonas urbanas, población rural, pueblos indígenas, las personas con discapacidad, los migrantes y los trabajadores informales. Por ello, Camboya, Filipinas, Indonesia, Myanmar y la República Democrática Popular Lao se han beneficiado con el apoyo del Banco Mundial para enfrentar las consecuencias de la COVID-19. Incluso, Indonesia, Filipinas y la República Democrática Popular Lao también accedieron a la ayuda financiera del Banco Asiático de Desarrollo (Naciones Unidas, 2020).

El gobierno de China, si bien tiene un plan de modernización para el 2035, debido a la pandemia el logro de sus objetivos está siendo obstaculizado. Sin embargo, para afrontar y reducir las consecuencias de la COVID-19 en su economía, ha creado un plan en que se centra en el apoyo fiscal enfocada principalmente en las pymes en darles mayor tiempo en pagar sus deudas y facilidades para pagarlas. Corea del Sur, por su parte, ha sido fuertemente golpeada económicamente por la pandemia, sobre todo en sus importaciones que llegaron a caer un 40%. Por ello, el Gobierno estuvo al mando Moon Jae-In, quien entregó fondos para el sector medio y apoyar a las pymes que debido a la crisis sanitaria fue afectada directamente (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2020).

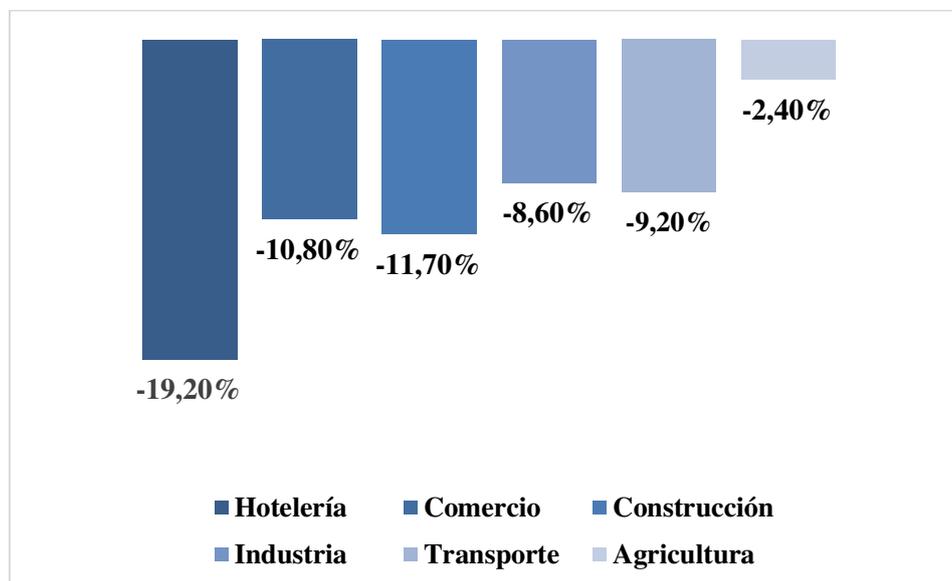
### ***2.1.4.1.2 Efectos económicos causados por la COVID-19 en empresas en Latinoamérica.***

En caso de Latinoamérica, se presentó un gran retroceso en la generación de empleo entre sectores económicos. Brasil, Perú, Uruguay y El Salvador fueron los más afectados por la caída del empleo. El Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo presentó en su Boletín de Economía Laboral de 2021 la variación de empleo según rama de actividad 2020. Además, se indicó que los sectores más afectados por las medidas restrictivas fueron hotelería (-19.2%),

comercio (-10.8%), construcción (-11.7%), industria (-8.6%) y transporte (-9.2%).

### Figura 1

América Latina: Variación de empleo según rama de actividad 2020



*Nota.* Impacto de la crisis sanitaria por la COVID-1 en el sector formal privado de Perú. Boletín de Economía Laboral N.º 49 (2021)

Fuente: Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo [MTPE] (2021). Elaboración propia

Como señala Cepal (2020) (como se citó en MTPE, 2021), en América Latina, las empresas del sector formal se ven en riesgo de cierre. Se estima que serían más de 2,7 millones afectadas, debido a que se le estaban presentando inconvenientes para cumplir con los temas salariales y financieros a causa de los bajos ingresos que estaban percibiendo. En el caso de Colombia, las ventas cayeron en un 75% en sus ventas, viéndose afectadas el 96% de empresas existentes. Del total de empresas formales, solo el 82% podrían lograr subsistir entre uno y dos meses con sus recursos propios. De igual manera, Chile se encuentra en un estado financiero crítico o malo de, al menos, el 44% de sus empresas. En el caso de las microempresas, esta se incrementa al 51%. En Centroamérica, el tiempo de recuperación económica al nivel previo a la pandemia es diferenciada entre empresas y microempresas. En el caso de las empresas, el 50% necesitaría entre cuatro y nueve meses para recuperarse; y en el caso de las microempresas, un periodo entre siete meses a más de un año.

Durante el periodo de pandemia muchas empresas no lograron recuperarse y tuvieron que cerrar, afectando gravemente la economía. Una de sus consecuencias fue la destrucción de

las cadenas productivas, el desempleo en masa y la pérdida de inversiones. Con respecto a la inversión extranjera directa en la región Latinoamericana, en el 2020 se presentó el nivel más bajo de los últimos años. De acuerdo con Cepal (2021), “en América Latina y el Caribe ingresaron 105 480 millones de dólares por concepto de inversión extranjera directa (IED), lo que representa unos 56 000 millones de dólares menos que en 2019” (p. 13).

En el año 2020, se alcanzó el valor más bajo de la última década: solo cinco países de la región recibieron más capitales extranjeros. En ese año, eso se vio afectado por la pandemia. Estos países fueron las Bahamas y Barbados en el Caribe, Ecuador y Paraguay, en América del Sur, y México, el segundo mayor receptor de la región después de Brasil. En Centroamérica, las entradas de IED se redujeron, resaltando el caso de Panamá (-140,5%). En el Caribe, las entradas se redujeron en -25,5%. En América del Sur, las entradas se redujeron en -40,4%, donde el caso más resaltante fue de Bolivia (-406,6%) (Cepal, 2021).

Por ello, los gobiernos durante el 2020 anunciaron medidas que puedan contrarrestar estas pérdidas económicas, enfocándose en proveer liquidez y facilitar el acceso al crédito de las compañías. La principal medida fue los subsidios para recuperar el empleo. En la mayoría de los países ese fue un acceso menos complicado a líneas crediticias dirigidas a las mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) con el fin de que puedan seguir con sus actividades y cumplir con el pago de sus obligaciones. Las transferencias monetarias fueron las herramientas más empleadas, en forma de subsidios o bonos de ayuda, así como la reducción, posposición o eliminación de cargas tributarias.

Según el Boletín de Economía Laboral del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021), las medidas tomadas por los países de América Latina y el Caribe estuvo dirigida a sus objetivos nacionales (ver tabla 3). Para la continuidad y no destrucción de la cadena productiva empresarial, 24 gobiernos, entre ellos Colombia, Brasil, Chile, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Panamá, anunciaron medidas con el objetivo de dar liquidez a las empresas. En 22 países, como Colombia, Perú, Costa Rica, Uruguay, El Salvador, Guatemala, flexibilizaron el acceso a líneas de crédito especialmente como apoyo a las mipymes. De esa manera, se continuó con las actividades. La implementación de subsidios como medida de recuperación del empleo o la eliminación de responsabilidades tributarias fue adoptada por Brasil, República Dominicana, Ecuador, Chile, Perú, Argentina, Uruguay, Costa Rica, Bolivia y otros 13 países más de la región. Ecuador, Paraguay, Perú, Guatemala, Honduras, Chile,

Argentina, y 11 países más se enfocaron en la protección del empleo a través de la flexibilización laboral y el ofrecimiento de subsidios a salarios. De la región, cinco países implementaron medidas para la fomentación del comercio exterior. Estas medidas están centradas en crecer la producción nacional de bienes y servicios de primera necesidad, las cuales fueron empleadas por 12 países de la región como Argentina, Chile y Guatemala.

**Tabla 3**

*América Latina y el Caribe: Cantidad de países con anuncios de medidas según objetivo*

	<b>OBJETIVO</b>	<b>PAÍSES</b>
Liquidez	Mantener el flujo de pagos en el corto plazo mediante la postergación de pagos y renegociaciones.	24
Crédito	Aumentar la disponibilidad de recursos para créditos, fondos para garantías y flexibilidad de las condiciones de acceso a ellos.	22
Ayuda directa	Realizar transferencias de fondos (subsidios) o cancelar obligaciones (se incluyen medidas para trabajadores independientes formales).	22
Protección del empleo	Evitar despidos mediante subsidios a salarios y aportes patronales, suspensión de salarios y reducción de jornadas y flexibilización laboral.	18
Apoyo a la producción	Fomentar la producción interna de bienes y servicios esenciales en la emergencia (se incluyen medidas de compras públicas).	12
Exportación	Fomentar la actividad exportadora.	5

*Nota.* Impacto de la crisis sanitaria por la COVID-19 en el sector formal privado de Perú. Boletín de Economía Laboral N.º 49 (2021)

Fuente: Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo [MTPE] (2021). Elaboración propia

De acuerdo con el Boletín de Economía Laboral del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021), se plantearon principales medidas económicas laborales para la preservación de empleos durante la emergencia sanitaria de países de América del Norte.

**Tabla 4.**

*América del Norte: Principales medidas económicas laborales para la preservación de empleos durante la emergencia sanitaria*

PAÍS	MEDIDAS ECONÓMICAS
Canadá	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumentó el crédito disponible para las pequeñas, medianas y grandes empresas, incluida la creación de un nuevo Programa de Disponibilidad de Crédito Comercial para brindar préstamos directos y otros tipos de apoyo financiero.</li> <li>- Otorgó financiamiento a los propietarios de propiedades comerciales para cubrir hasta el 50% de los pagos de alquiler durante tres meses.</li> <li>- Otorgó un beneficio impositivo de \$ 2 000 al mes durante un máximo de 4 meses a los trabajadores elegibles que hayan perdido sus ingresos debido al COVID-19.</li> </ul>
Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asignó USD \$ 350 mil millones en préstamos parcialmente condonables para pequeñas empresas y organizaciones sin fines de lucro con 500 empleados o menos como parte de un nuevo Programa de Protección de Cheques de Pago (PPP).</li> <li>- Proporcionó créditos fiscales de USD \$5 000 por los salarios pagados a cada empleado por negocios afectados negativamente por el coronavirus.</li> </ul>

- 
- Expandió el programa de préstamos de emergencia por desastre, financiando USD \$ 10 mil millones en anticipos en solicitudes de préstamos para pequeñas empresas para pago de capital de trabajo.

---

*Nota.* Impacto de la crisis sanitaria por la COVID-19 en el sector formal privado de Perú. Boletín de Economía Laboral N.º 49 (2021)

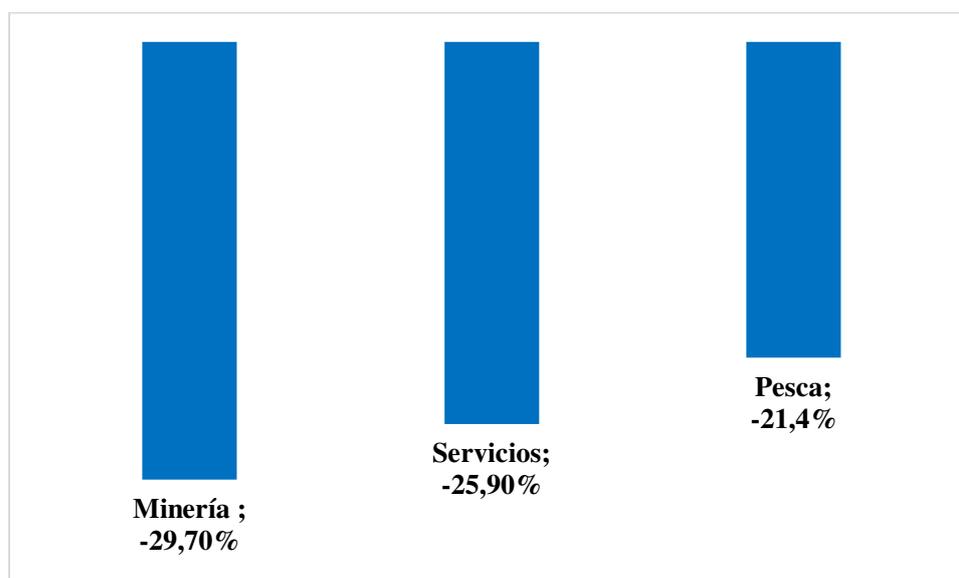
Fuente: Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo [MTPE] (2021). Elaboración propia.

#### **2.1.4.1.3      *Efectos económicos causados por la COVID-19 en el Perú***

Antes de la pandemia al Perú, la generación de empleo en el sector privado iba en crecimiento. Por ello, en el 2020, se presentó un descenso del 9%, ya que muchas de las actividades económicas se vieron paralizadas por las medidas restrictivas del Gobierno. De acuerdo con el Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo (2021), los sectores que se vieron afectados por el descenso de la economía causada por la COVID-19 y las medidas de confinamiento principalmente fueron la minería (-29,7%), servicios (-25,9%) y pesca (-21,4%), tal como se muestra en la figura 2.

**Figura 2**

Perú: Variación de empleo según sector económico 2020



*Nota.* Impacto de la crisis sanitaria por la COVID-1 en el sector formal privado de Perú. Boletín de Economía Laboral N.º 49 (2021)

Fuente: Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo (2021). Elaboración propia

Las inversiones, a causa de la pandemia, se perjudicaron. En el Perú, también se sintió dicho suceso. Las entradas de IED sufrieron una caída del 87,8% en 2020. Se registró un total de 982 millones de dólares, la cifra más baja registrada desde el 2000. Eso ha ocurrido debido a la salida de capitales en forma de préstamos entre empresas. Este componente pasó de recibir 2 823 millones de dólares en 2019 a un valor negativo de 1 015 millones de dólares. También se explica menores ingresos de aportes de capital que se contrajeron de forma importante (-87,7%) y la menor disminución de la reinversión de utilidades (-28,1%) (Cepal, 2021).

El Gobierno peruano pretendió proteger la relación laboral entre empleadores y trabajadores mediante la aplicación del trabajo remoto mediante el Decreto de Urgencia N.º 026-2020. De la misma manera, para que no se pierdan los puestos laborales, durante los primeros meses, se entregaron subsidios a los empleadores para pagar las planillas durante los meses de marzo y abril de 2020. Se amplió los tiempos de pago de las Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), se aplazó el tiempo del pago de las obligaciones tributarias y la solicitud de solicitar la suspensión perfecta de labores de trabajadores justificados bajo la supervisión de la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (Sunafil). El sector empresarial estuvo fuertemente afectado por la pandemia, pero fueron quienes les tomó más tiempo en reanudar sus actividades. De acuerdo con el Ministerio de Trabajo y Promoción del

Empleo (2021), las medidas creadas por el Gobierno como apoyo a las empresas fueron:

**a) Fondo de Apoyo Empresarial (FAE mype)**

Fue creado mediante el Decreto de Urgencia N.º 029-2020. Su finalidad fue avalar créditos para la financiación de capitales de trabajo para reestructurar y refinanciar sus deudas con el propósito de que su productividad siga desarrollándose. Cuenta con un fondo total de S/ 300 millones aproximadamente, teniendo como beneficiarios a 304 839 empresas.

A cada mype se le otorgará como máximo S/ 30 mil como total de crédito. Después de pasar por una evaluación individual, se les asignará su respectiva línea de crédito acorde a cada entidad financiera. Se les entregará con periodos de gracia hasta 12 meses, en casos preferenciales, y a plazos de hasta 36 meses. Asimismo, el plazo mínimo es 9 meses con un periodo de gracia de hasta 3 meses.

**b) Primer subsidio a trabajadores en planilla electrónica**

Fue aprobada el 27 de marzo, a través del Decreto de Urgencia N.º 033-2020 con el fin de preservar los empleos, y de esa manera dar apoyo a 265 391 empresas.

El apoyo se evidencia de dos maneras:

1. A los empleadores se les otorgará un subsidio excepcional pertenecientes al sector formal privado por cada trabajador que se encuentre en planilla electrónica (Plame) y percibirá un sueldo bruto mensual de hasta S/1 500.
2. El subsidio no será mayor al 35% de la suma de las remuneraciones brutas mensuales de los empleados pertenecientes a la quinta categoría en su totalidad, y sobre todo que el empleador cumpla con las condiciones pertenecientes a la norma.

**c) Reactiva Perú**

Programa promulgado a través del Decreto Legislativo N.º 1455 el 6 de abril. El monto establecido fue duplicado el 10 de mayo de 2020 que, en un principio, era S/ 30 mil millones. Se tuvo como objetivo asegurar que las empresas cumplan con el pago de las remuneraciones y otras obligaciones con sus empleados. Mediante, esta manera, la continuidad de la cadena de pagos queda

asegurada. El crédito máximo que se otorga fue de S/ 10 millones con 36 meses como periodo de crédito y de hasta 1 año de periodo de gracia.

Para el acceso, las empresas deben contar con ciertos requisitos:

1. Deben estar categorizadas como “normal” o “con problemas potenciales (CPP)” acorde a la central de riesgo de la SBS hasta el 29 de febrero de 2020.
2. En Sunat, no debe tener deudas tributarias por periodos anteriores a 2020.

El programa llegó a beneficiar a 501 298 empresas. El 88.9% fue microempresas; el 9.4%, pequeñas empresas; el 0.4%, medianas empresas; y 1.3%, grandes empresas con un total de créditos de S/ 57 863 millones.

#### **d) Suspensión perfecta de labores**

En el Decreto de Urgencia N.º 038-2020, se concertó nuevas medidas para flexibilizar la suspensión perfecta de labores el 14 de abril:

1. Tras autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), esta medida se puede aplicar a las empresas que, por alguna razón comprobada, no puedan implementar el trabajo remoto o llegar a otorgar una licencia de goce de remuneración, y se encuentren en algún sector golpeado por la inmovilización social.
2. Los trabajadores que se encuentren en suspensión perfecta pertenecientes a microempresas y perciban un sueldo mensual hasta S/ 2 400, se encontrarían aptos para los S/ 760 de prestación por parte del Estado. Asimismo, el Estado dejó, a libre disposición, los fondos de pensiones (AFP) y de la compensación por tiempo de servicios (CTS).

Asimismo, el Ministerio de Economía y Finanzas (2020) menciona que el Gobierno emitió otras medidas para que las empresas afrontaran a la crisis.

#### **e) Fondo de apoyo empresarial para el sector turismo (FAE-Turismo)**

Medida creada a favor de las micro y pequeña empresa (mype) establecida en el Decreto de Urgencia N.º 076-2020. El objetivo fue garantizar el financiamiento del capital de trabajo a las empresas pertenecientes al sector turismo que se

vieron afectadas por el cierre de fronteras y reducción de la actividad como los establecimientos de hospedaje, transporte interprovincial terrestre de pasajeros y turístico, agencias de viaje y turismo, restaurantes, actividades recreativas, organización de congresos convenciones y eventos, guiado turístico, producción y comercialización de artesanías.

Igualmente se aplicaron ciertas restricciones:

1. Empresas con antecedentes de corrupción y delitos relacionados, con vinculación a las ESF y a las Coopac.
2. Empresas que hayan accedido a programas del gobierno como Reactiva Perú y al FAE-Mypes.
3. Las que han recibido apoyo a través del Procedimiento Acelerado de Refinanciación Concursal (PARC).

**f) Medidas tributarias**

El gobierno planteó varias acciones para el apoyo de las empresas y el pago de sus obligaciones durante el estado de emergencia nacional. La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat) estableció medidas tributarias convenientes para las empresas con respecto a la tributación como las medidas que facilitan y amplían la fecha de obligaciones tributarias mensuales y anuales de las personas naturales y las micro, pequeñas y medianas empresas; y la presentación de libros y registros electrónicos, entre otros, promulgados a través de la Resolución de Superintendencia N.º 099-2020/SUNAT, Resolución de Superintendencia N.º 075-2020/SUNAT, Resolución de Superintendencia N.º 069-2020/SUNAT, Resolución de Superintendencia N.º 065-2020/SUNAT y la Resolución de Superintendencia N.º 055-2020/SUNAT.

Del mismo modo, a través de la Resolución de Superintendencia N.º 099-2020/SUNAT y la Resolución de Superintendencia N.º 061-2020/SUNAT se modificó la fecha del pago y entrega de la Declaración Jurada Anual 2019 de empresas con ingresos de hasta 5 000 UIT que equivale S/ 21 millones.

A través de la Resolución de Superintendencia N.º 067-2020/SUNAT publicado por la Sunat, las empresas pudieron liberar y flexibilizar con anticipación sus detracciones y disponer de sus fondos.

Entre otras medidas tributarias, se publicó la Resolución de Superintendencia N.º 066-2020/SUNAT y la Resolución de Superintendencia N.º 058-

2020/SUNAT donde se indicaba el aplazamiento del pago de las deudas tributarias fraccionadas que en el estado de emergencia venzan y la reducción de los intereses moratorios.

Por medio de la Resolución de Superintendencia N.º 066-2020/SUNAT, la tasa de interés moratorio aplicado a alguna devolución y deuda tributaria que deban ser canceladas en moneda nacional y extranjera.

Además, el gobierno peruano al mando del presidente Martín Vizcarra anunció en el mes de junio del 2020 la creación del programa Arranca Perú

**g) Arranca Perú**

El Consejo de ministros aprobó el programa Arranca Perú mediante el Decreto de Urgencia N.º 070-2020. Estuvo dirigido a la población, dando reinicio a las actividades enfocadas en los cuatro sectores importantes para la economía del país: agricultura, mantenimiento de los sistemas de captación de agua y canales de riego y drenes; transportes y comunicaciones, mantenimiento de las vías nacionales y vecinales; vivienda, incrementar el presupuesto dirigido al financiamiento de la construcción de 20 mil nuevas viviendas y la construcción y mejoramiento de pistas y veredas; y el programa Trabaja Perú del Ministerio de Trabajo, brindar un financiamiento adicional para el Programa para la generación de empleo temporal. De esa manera, se pudo generar más de 1 millón de puestos de trabajo.

La reactivación económica en el país fue necesaria, sobre todo para las empresas que se vieron obligadas al cese de sus actividades causadas por las disposiciones del gobierno. De acuerdo con el MTPE (2021), se creó en abril de 2020 por mandato del gobierno un Grupo de Trabajo Multisectorial que estableció 4 fases de reanudación de actividades. Dichas autorizaciones se encuentran en los Decretos s N.º 080-2020-PCM; N.º 101-2020-PCM; N.º 117-2020-PCM, y N.º 157-2020-PCM, donde se encuentran las actividades que se debían reincorporasen en cada fase. Las actividades en la fase 1 se reincorporaron el en mayo de 2020, la fase 2 en junio, la fase 3 en julio, y, en el mes de octubre la fase 4. Como se presenta en la figura 3.

**Figura 3.**

Perú: Fases de reactivación económica, 2020

1	<b>MINERÍA E INDUSTRIA</b>	2	<b>MINERÍA E INDUSTRIA</b>	3	<b>MINERÍA E INDUSTRIA</b>	4	<b>MINERÍA E INDUSTRIA</b>
	Gran minería (tajo abierto) Textil y confecciones Industria de vidrio Minerales no metálicos Sustancias químicos/abono		Gran minería (subterránea) Mediana minería (tajo abierto) y explotación. Pequeña minería y convexos Producción de papel e imprenta Fabricación de calzado		Todas las actividades del sector energía y minas no dispuestas en la fase 1 y 2 Mediana minería (subterránea) y explotación Fabricación de armas, aeronaves, maquinária, y vehículos minerales		Elaboración de tabaco Habilitación de actividades mineras faltantes
	<b>CONSTRUCCIÓN</b>		<b>CONSTRUCCIÓN</b>		<b>CONSTRUCCIÓN</b>		<b>CONSTRUCCIÓN</b>
	Proyectos del Plan Nacional de Infraestructura Proyectos de la autoridad para la reconstrucción con cambios 56 proyectos de transporte 36 obras de saneamiento		Proyectos de inversión pública, privada, asociaciones público privadas, proyectos en activos, IOARR y el PIRCC. 108 proyectos de transporte 48 obras de saneamiento		Proyectos en general 26 proyectos de transporte 146 obras de saneamiento		99 obras de saneamiento
	<b>SERVICIOS Y TURISMO</b>		<b>SERVICIOS Y TURISMO</b>		<b>SERVICIOS Y TURISMO</b>		<b>SERVICIOS Y TURISMO</b>
	Restaurantes y afines por delivery Transporte de carga Telecomunicaciones Complementarios a la agricultura Almacenamiento Servicios notariales		Servicios prestados a empresas Servicios de protección y seguridad Servicio de comunicaciones Actividades inmobiliarias Alquiler de maquinária de bienes		Restaurantes, excepto bares (aforo al 40%) Transporte nacionales aéreo Transporte vía férrea Servicios de alojamiento Centros de entretenimiento y esparcimiento (aforo al 50%)		Restaurantes en general, excepto bares (aforo al 50%) Transporte internacional aéreo Transporte marítimo Agencias de viaje
	<b>COMERCIO</b>		<b>COMERCIO</b>		<b>COMERCIO</b>		<b>COMERCIO</b>
	Producto agrario Comercio electrónico de bienes		Venta al por mayor de metales, minerales metalíferos y reparación de vehículos automotores, no motorizados y motocicletas		Productos agrarios Tiendas en general al por mayor y menor (aforo al 50%).		Tiendas en general, excepto bares (aforo al 60%) Gimnasios (aforo al 60%) Audiovisuales (aforo al 40%) Juegos de azar (aforo al 40%)
							<b>AMPLIACIÓN</b>
							Servicios (aforo máx. 70%) Películas y cines (aforo al 40%) Entretenimiento, gimnasios y enseñanza cultural (aforo 40%), artes escénicas (aforo máx. Juegos de azar (aforo al 40%)

*Nota.* Impacto de la crisis sanitaria por la COVID-19 en el sector formal privado de Perú. Boletín de Economía Laboral N.º 49 (2021).

Fuente: Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo (2021). Elaboración propia

### **2.1.4.2 Teoría de la variable independiente: Factores de impacto en la empresa**

La segunda variable utilizada para este documento fueron los factores de impacto en la empresa. Se considera el estado de operatividad, nivel de ventas (tiempo de recuperación), modalidad de ventas adoptadas, problemas presentados, modalidad de trabajo (adoptada), medidas laborales, empresas y los programas del estado.

#### **2.1.4.2.1 *Estado de operatividad***

Ante el impacto generado por la pandemia de la COVID-19, el sector empresarial ha tenido que afrontar grandes desafíos para los cuales no estaban preparados. Muchas tuvieron que dejar de operar temporalmente y, en algunos casos, el cese de sus actividades en el mercado fue total. Para el 31 de diciembre del 2020, el INEI<sup>4</sup> informó que el número de empresa que se registraron fueron 1,6% cifra mayor que se obtuvo en el mismo periodo del año 2019. Al cuarto trimestre, “se constituyeron 83 mil 170 empresas y se dieron de baja 7 mil 469 empresas entre octubre y diciembre, presentando así una variación neta de 75 mil 701 empresas” (Institución Nacional de Estadística e Informática, 2020, p. 2)

En la tabla 5, se aprecia la variación del stock y variación neta de empresas por trimestre del Perú en el 2020. La tasa de altas muestra el total de empresas que iniciaron sus actividades empresariales en el IV Trimestre del 2020 fueron el 3,0% del total; en cambio, la tasa de las empresas que se dieron de baja fue de 0,3%, dando una tasa de variación neta de 2,7%.

---

<sup>4</sup> Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

**Tabla 5**

Perú: Stock y variación neta de empresas por trimestre, 2020

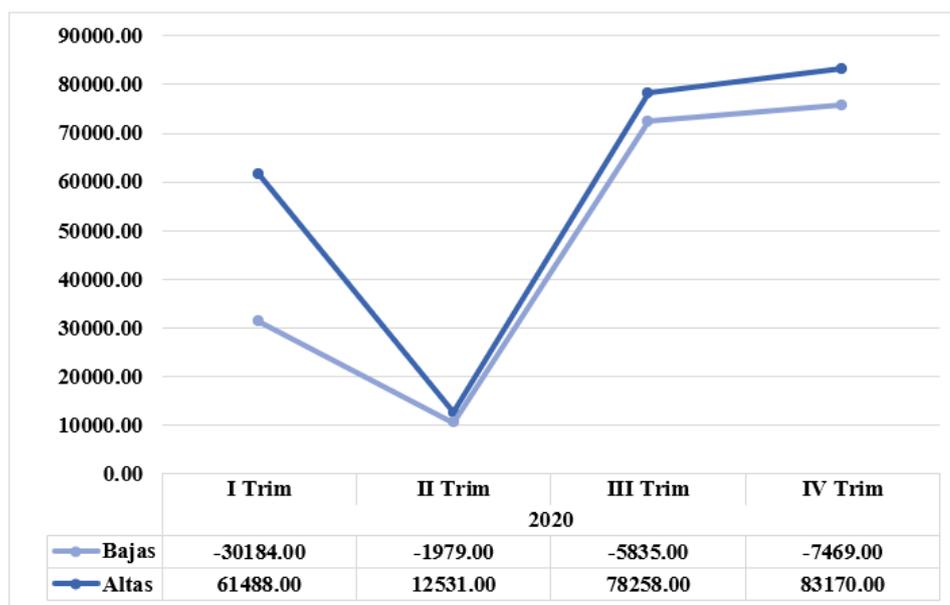
Concepto	2020			
	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim
<b>Stock al inicio del periodo</b>	<b>2 734 619</b>	<b>2 734 699</b>	<b>2 628 354</b>	<b>2 701 066</b>
Altas	61 488	12 531	78 258	83 170
Bajas	- 30 184	- 1 979	- 5 835	- 7 469
Otros Ingresos y salidas	-224	- 147 897	289	657
Variación neta	31 304	10 552	72 423	75 701
<b>Stock al final del periodo</b>	<b>2 765 699</b>	<b>2 628 354</b>	<b>2 701 066</b>	<b>2 777 424</b>
Tasa de altas (%)	2,2	0,5	2,9	3,0
Tasa de bajas (%)	1,1	0,1	0,2	0,3
Tasa neta	1,1	0,4	2,7	2,7

*Nota.* Demografía Empresarial en el Perú. Informe Técnico, IV Trimestre de 2020  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020). Elaboración propia.

En la figura 4, se muestra la variación de altas y bajas de las empresas por trimestre en el 2020. Asimismo, se muestra que, comparando los números de altas, mostró un crecimiento en 6,3% equivalente a 4 mil 912 empresas y los números de bajas muestran una variación de un 28% que equivale a 1 mil 634 empresas.

**Figura 4**

Variación neta de altas y bajas de empresas por trimestres, 2020



*Nota.* Demografía Empresarial en el Perú. Informe Técnico, IV Trimestre de 2020  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020). Elaboración propia

Se observa en la tabla 6, el stock, altas y bajas de las empresas en el Perú según actividad económica para el IV Trimestre del año 2020. Como se muestra las empresas con mayor tasa de alta fueron las pertenecientes a las actividades económicas de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (4,9%), comercio al por mayor (4,5%), construcción (3,9%), transportes y almacenamiento (3,4%), venta y reparación de vehículos (3,2%) y comercio al por menor (3,1%) entre las más representativas. Cabe resaltar que las tasas de bajas de las empresas son menores al 0,5% para todas las actividades, para el último trimestre del año 2020 a comparación de los anteriores.

**Tabla 6**

*Perú: Stock, altas y bajas de las empresas, según actividad económica, IV Trimestre 2020*

Actividad Económica	Stock	Altas	Bajas	Tasas de altas (%)	Tasas de bajas (%)
<b>Total</b>	<b>2 777 424</b>	<b>83 170</b>	<b>7 469</b>	<b>3,0</b>	<b>0,3</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	43 003	2 094	114	4,9	0,3
Explotación de minas y canteras	25 912	719	49	2,8	0,2
Industrias manufactureras	210 480	5 549	471	2,6	0,2
Construcción	86 493	3 377	72	3,9	0,1
Venta y reparación de vehículos	78 039	2 492	194	3,2	0,2
Comercio al por mayor	272 170	12 250	1 193	4,5	0,4
Comercio al por menor	874 068	27 344	2 818	3,1	0,3
Transportes y almacenamiento	167 817	5 656	655	3,4	0,4
Actividades de alojamiento	28 230	496	69	1,8	0,2
Actividades de servicio de comidas y bebidas	223 860	5 402	526	2,4	0,2
Información y comunicaciones	56 133	1 108	81	2,0	0,1
Servicios prestados a empresas	265 733	6 489	340	2,4	0,1
Salones de belleza	41 717	997	97	2,4	0,2
Otros servicios	403 769	9 195	790	2,3	0,2

*Nota.* Demografía Empresarial en el Perú. Informe Técnico, IV Trimestre de 2020

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020). Elaboración propia.

#### **2.1.4.2.2 Nivel de ventas (tiempo de recuperación)**

##### **a) Ventas del comercio interno**

Para finales del año 2020, el nivel de las ventas del sector comercio a nivel interno incrementaron en 7,2% interanual. De acuerdo con el Ministerio de la Producción (2020), “debido a las principales actividades pertenecientes a este sector se produjo este incremento, como son las tiendas por departamento y supermercados (5,3%), ferreterías y equipamiento del hogar (11,7%), boticas y farmacias (16,7%). A cambio en la actividad de venta de libros, periódicos y artículos de papelería se ve una caída al -26,3%.” (p.3). (Ministerio de la

Producción, 2021). Se muestra en la tabla 7, las ventas internas según el grupo y la clase CIIU en el periodo de diciembre 2019 y diciembre 2020.

**Tabla 7**

*Ventas internas. Según grupo y clase CIIU<sup>2/</sup>, diciembre 2019 – diciembre 2020*

*(Millones de soles a precios corrientes)*

CIIU	Actividad	Dic-19	Dic-20	Var. (%) Dic 20/19
	<b>Total</b>	<b>4 537,4</b>	<b>4 866,4</b>	<b>7,2</b>
471	Tiendas por departamento <sup>1/</sup> y supermercados	3 076,4	3 240,6	53
475	Ferreterías y equipamiento del hogar	829,3	926,1	11,7
4772	Boticas y Farmacias	544,6	635,5	16,7
4761	Libros, periódicos y artículos de papelería	87,1	64,2	-26,3

*Nota.* Grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas. *Boletín de Comercio Interno* (2020).

1/ Establecimientos comerciales de gran tamaño con variedad de productos.

2/ Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Grupo CIIU (tres dígitos), Clase CIIU (cuatro dígitos)

Fuente: Ministerio de la Producción (2020) - Oficina de Estudios Económicos. Elaboración propia.

## **b) Desempeño según actividades**

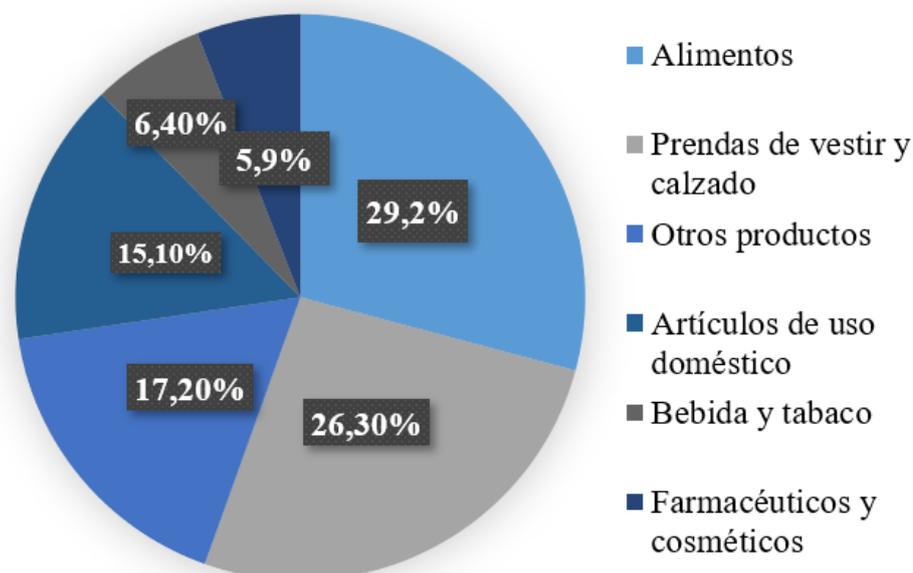
### **i. Ventas en tiendas por departamento y supermercados**

Las ventas en tiendas por departamento y supermercados registraron un aumento interanual de 5,3% al mes de diciembre del 2020 que fueron resultados de una mejor organización en las campañas, mayor consumo de la población de productos básicos y la implementación de canales de venta online que terminaron por incrementar el número de ventas a comparación de lo que se vio en meses anteriores.

En la figura 5, se muestra la participación porcentual en las ventas de las diferentes líneas de productos en tiendas por departamentos y supermercados en el mes de diciembre. Se observa que las líneas de los alimentos, prendas de vestir y calzado, otros productos y artículos de uso doméstico, tuvieron mayor participación (87,8%) en el valor de ventas de dicho mes.

**Figura 5**

Participación %. Líneas de productos en tiendas por departamentos y supermercados (diciembre 2020)



*Nota.* Grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas. *Boletín de Comercio Interno* (2020).

Fuente: Ministerio de la Producción (2021) – Oficina de Estudios Económicos. Elaboración propia.

De acuerdo con el Ministerio de Producción (2020), las principales empresas que presentaron un mayor nivel de ventas fueron los Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus, Saga Falabella, Tiendas Ripley y Makro Supermayorista. (Ministerio de la Producción, 2021).

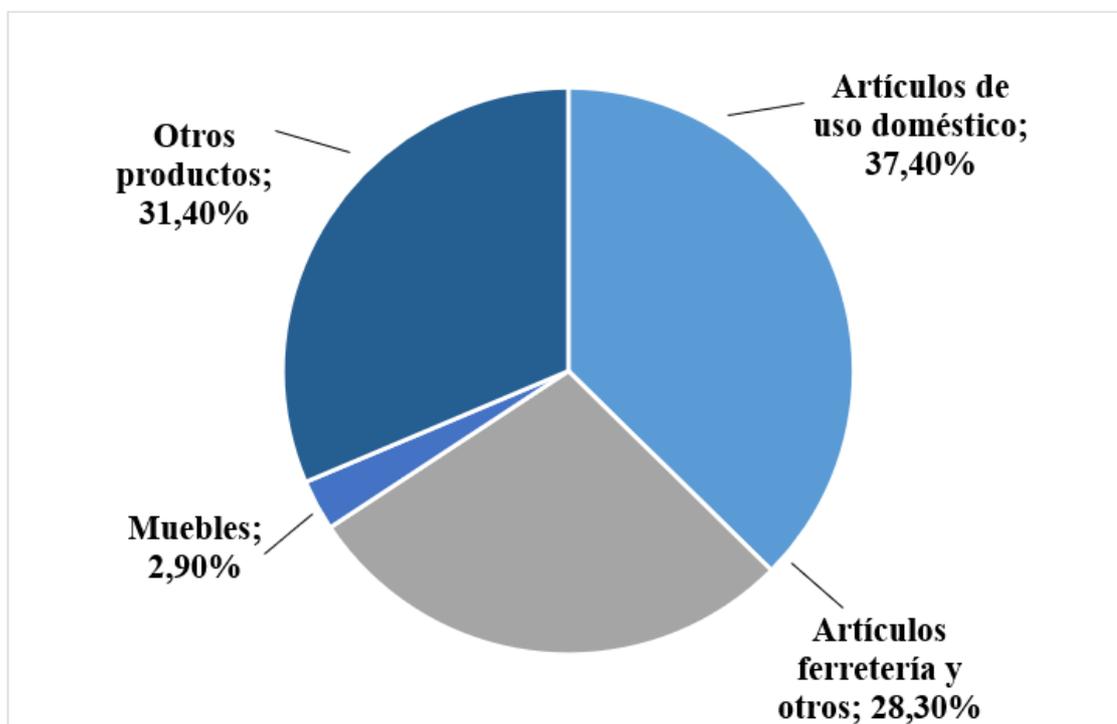
## ii. Ventas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar

En el mes de diciembre del 2020, las ventas se incrementaron de las actividades comerciales de ferreterías y equipamiento de mueble en un 11,7% interanual. Influenciada por la reactivación de los sectores de construcción, remodelación y acabados del hogar.

La figura 6 muestra la participación porcentual en las ventas de las líneas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar en el mes de diciembre. En dicho mes, las líneas que tuvieron mayor incidencia en las ventas fueron los artículos de uso doméstico (37,4%), productos diversos (31,4%) y artículos de uso doméstico (28,3%); la línea de muebles (2,9%) fue la de menor participación.

**Figura 6**

Participación %. Líneas de productos de ferreterías y equipamiento del hogar (diciembre 2020)



*Nota.* Grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas. *Boletín de Comercio Interno* (2020).

Fuente: Ministerio de la Producción (2021) – Oficina de Estudios Económicos. Elaboración propia.

Según el Ministerio de Producción (2020), las principales empresas beneficiadas por el incremento en el nivel de ventas fueron Promart Homecenter, Conecta Retail (Efe/Curacao), Maestro Homecenter, Importaciones Hiraoka, Elektra del Perú y Cemento y Acero (Ministerio de la Producción, 2021).

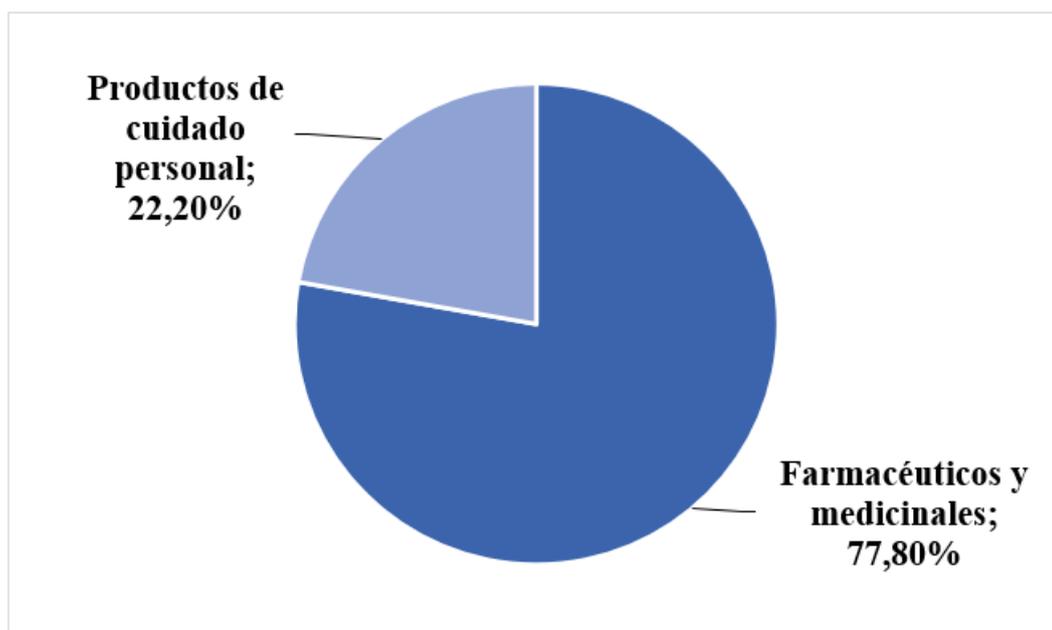
### iii. Ventas de productos farmacéuticos y cosméticos

La línea de ventas de productos farmacéuticos y cosméticos presentaron en el mes de diciembre del 2020 un aumento de 16,7%. Según el Ministerio de la Producción (2020), las principales farmacias con mayores ventas del mes de diciembre fueron Ekerd Perú, Mifarma, Cetco, Albis y Productos Avon. Como se observa en la figura 7, la participación porcentual en las ventas totales fue lideradas por la línea de productos farmacéuticos y medicinales con un 22,2%, debido a la creación de nuevos canales de distribución y la inclusión de ventas online que incrementaron su nivel; mientras que la línea de productos de cuidado personal tiene 22,2% de

participación.

### Figura 7

Participación %. Líneas de productos farmacéuticos y de cuidado personal (diciembre 2020)



*Nota.* Grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas. *Boletín de Comercio Interno* (2020).

Fuente: Ministerio de la Producción (2021) – Oficina de Estudios Económicos. Elaboración propia.

#### iv. Ventas al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería

Ante la llegada de la pandemia y las medidas restrictivas, se activó el trabajo de manera remota y clases virtuales. Por ello, las ventas en el mes de diciembre del 2020, de la venta de libros, periódicos y artículos de papelería siguen siendo bajas presentando una disminución en 26,3% interanual. Según el Ministerio de la Producción (2020), las empresas que se encuentran este sector son Distribuidora Navarrete, Tai Loy, Ibero Librerías y Librerías Crisol (Ministerio de la Producción, 2021).

#### v. Subsector restaurantes (servicios de comida y bebidas)

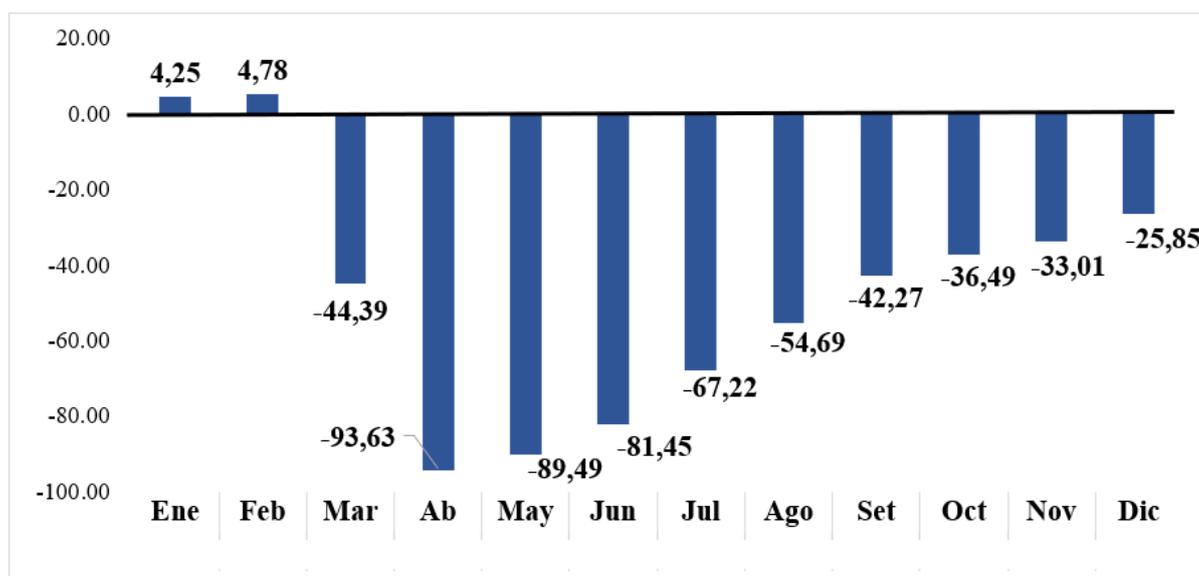
El gobierno peruano, durante la fase 4 de la reactivación económica, dio autorización a que los

restaurantes y servicios incrementen su aforo en un 50%, mas los bares no fueron incluidos. En la figura 8, se observa la evolución mensual del subsector restaurantes del año 2020. Del mes de diciembre, se aprecia una variación de -25,85%, que se ha visto influenciada por la emergencia sanitaria y la cuarentena a causa de la COVID-19.

### Figura 8

*Evolución mensual de la producción del subsector restaurantes 2020*

*(Variación % respecto a similar periodo del año anterior)*



**Nota.** Encuesta mensual del sector servicios. (Encuesta mensual de restaurantes). Informe técnico (2020).

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021). Elaboración propia.

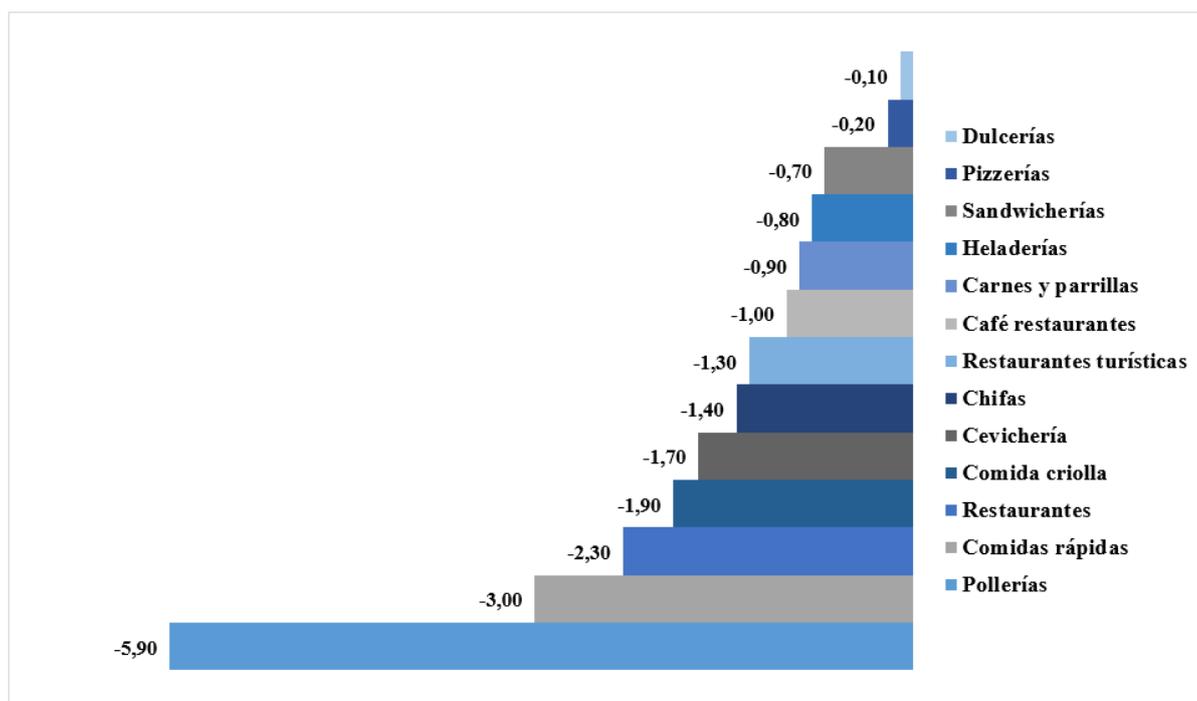
De acuerdo con el INEI (2021), el cierre continuo de los establecimientos determinó las restricciones con respecto a los aforos y de que algunos negocios cambiaron su giro. El sector restaurante decreció un 29,09%, debido a la reducción en ventas del rubro de pollerías, restaurantes, comidas rápidas, cevicherías, chifas, comida criolla, café restaurantes, heladerías, restaurantes turísticos, carnes y parrillas; asimismo, el rubro de restaurantes de comida italiana, comida internacional, sandwicherías y de comida japonesa. Además, las empresas de catering, comidas por encargo, tuvo una caída en 43,74% como consecuencia de la prohibición de reuniones sociales y familiares. Por ello, los contratos fueron menores (INEI, 2021).

En la figura 9, se muestra los grupos de restaurantes según su nivel de incidencia en el mes de diciembre del 2020. Se inició con las pollerías, comidas rápidas, restaurantes, comida criolla, cevicherías, chifas, restaurantes turísticos, café restaurantes; después se ubica los

negocios de carnes y parrillas, heladerías, sandwicherías, pizzerías y dulcerías que aún presentaban un crecimiento lento que lleva a un retraso económico del grupo.

**Figura 9**

*Grupos restaurantes. Según incidencia, diciembre 2020*



*Nota.* Encuesta Mensual del Sector Servicios. (Encuesta mensual de restaurantes). Informe técnico (2020).

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021). Elaboración propia.

#### **2.1.4.2.3 Modalidad de ventas adoptadas**

##### **1. Digitalización de las empresas**

Con la llegada de la COVID-19 y las medidas restrictivas impuestas por el Gobierno, el uso de herramientas tecnológicas se volvió imprescindible para que las empresas realicen sus ventas.

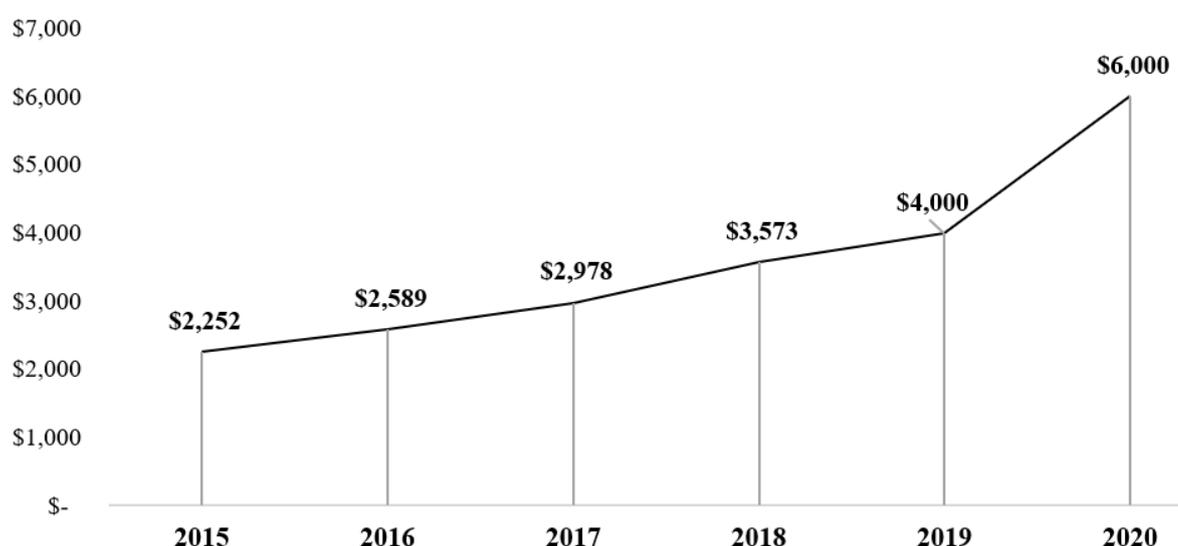
##### **2. E-commerce**

La llegada de la pandemia ha tenido un impacto significativo en las empresas y el comportamiento de los consumidores. El consumo pasó de ser de manera presencial a un medio online. La Cámara Peruana de Comercio Electrónico (Capece) (2021) indica que el Perú registraba un crecimiento del 58% antes de la cuarentena obligatoria (16 de marzo 2020).

Debido a ello, y a ciertas limitaciones impuestas a las operaciones de comercio electrónico, no se registró mayor crecimiento. Por ello, en el mes de marzo del 2020, dichas operaciones de venta solo crecieron un 25% y, en el mes de abril, hubo una caída del -11%; y en el caso de envíos registró una mayor caída del -60%. La COVID-19 aceleró el proceso de crecimiento para el 2020. Se estimaba que fuera 30%, pero, por la pandemia, el crecimiento del comercio electrónico fue de un 50%. En la figura 10, se observa la evolución de las ventas online desde el 2015 al 2020, influenciado principalmente por el contexto de pandemia vivido. La manera de venta y consumo cambió a ser online.

### Figura 10

*Evolución de las ventas online en millones: 2015 - 2020*



*Nota.* Impacto del COVID-19 en el comercio electrónico en Perú y perspectivas al 2021. Reporte Oficial de la Industria E-commerce en Perú (2021).

Fuente: Cámara Peruana de Comercio Electrónico - Capece (2021). Elaboración propia.

Se presenta las cifras del E-commerce del año 2020 en la tabla 8. Se indica varios puntos importantes como la evolución del E-commerce en la manera de consumir a través de tarjetas bancarias. Eso presentó un crecimiento al mes de julio del 2020, y una caída al 35% al cierre del año. En la cantidad de compradores online, hubo un crecimiento constante: de 8.9 millones registrados en el mes de julio a 11.8 millones al cierre del año. Asimismo, la inserción del e-commerce, en el total del sector comercio, ha presentado un continuo crecimiento, pasando de un 3.5% a 5% al terminar el 2020. En el caso del número de negocios que realiza sus ventas de manera online pasaron de ser 65 800 antes del inicio de la cuarentena; 131 600, durante el mes de julio a 263 200 al final del 2020.

**Tabla 8***Las cifras del E-commerce, 2020*

	<b>Pre Cuarentena (Enero 2020)</b>	<b>Durante (Julio 2020)</b>	<b>Total Cierre 2020</b>
Penetración del Ecommerce en el consumo a través de tarjeta	12,50%	45%	35%
Crecimiento del ecommerce (YTY)	43%	160%	50%
Compradores Online	6 millones	8.9 millones	11.8 millones
Ticket promedio	171	231	141
Penetración del Ecommerce sobre el total del comercio	1,50%	3,50%	5%
Nº de negocios que venden online	65 800	131 600	263 200
Penetración Ecommerce sobre el retail	2,80%	6%	8%

*Nota.* Impacto del COVID-19 en el comercio electrónico en Perú y perspectivas al 2021. Reporte Oficial de la Industria E-commerce en Perú (2021).

Fuente: Cámara Peruana de Comercio Electrónico - Capece (2021). Elaboración propia.

En la tabla 9, se presenta el impacto e-commerce en los diversos giros de negocios existentes. Debido a la pandemia, los hábitos de consumo cambiaron. Muchos negocios que comúnmente solo se usaba efectivo, ahora incluye el e-commerce. Ese es el caso de las panaderías donde su nivel de crecimiento en el 2020 fue de 2 683%. En el caso de las bodegas, hay un 97% de crecimiento; en los centros mayorista, un 2 171%; en supermercados, el consumo se elevó en un 414%; y en educación, un 224%.

**Tabla 9***Impacto e-commerce en giros*

	<b>Crecimiento CE<sup>1/</sup></b>	<b>Ticket prom<sup>2/</sup></b>
Bodegas	97%	S/ 408
Panaderías	2683%	S/ 93
Supermercados	414%	S/ 401
Mayoristas	2171%	S/ 219
Educación	224%	S/ 579

*Nota.* Impacto del COVID-19 en el comercio electrónico en Perú y perspectivas al 2021. Reporte Oficial de la Industria E-commerce en Perú (2021).

*1/ Correo electrónico – CE*

*2/ Resultado de dividir el total de ventas entre el número total de pedidos.*

Fuente: Cámara Peruana de Comercio Electrónico - Capece (2021). Elaboración propia.

El crecimiento del correo electrónico es mostrado en la tabla 10. Según Payu Perú, las empresas de app delivery han crecido alrededor de 233%; los Marketplace y retailers, un 295%; los artículos para el hogar, un 200%; y multinivel, un 106% (Cámara Peruana de Comercio Electrónico, 2021).

**Tabla 10.***Crecimiento del correo electrónico, según Payu Perú*

	<b>Crecimiento CE<sup>1/</sup></b>
App Delivery	233%
E-Marketplaces	295%
Retailers Online	295%
Artículos para el hogar	200%
Multinivel	106%

*Nota.* Impacto del COVID-19 en el comercio electrónico en Perú y perspectivas al 2021. Reporte Oficial de la Industria Ecommerce en Perú (2021)

*1/ Correo electrónico - CE*

Fuente: Cámara Peruana de Comercio Electrónico - Capece (2021). Elaboración propia.

#### 2.1.4.2.4 *Problemas presentados*

##### **Sector comercio**

Según el INEI, al cuarto trimestre del año 2020, el valor agregado bruto del sector comercio, con valores a precios constantes de 2007, presentó una caída del -2,6% (ver tabla 11). En el subsector de comercio al por mayor y menor registró una caída del -3,0%. Incluso, la venta se determinó al por menor en almacenes no especializados (6,4%), debido al crecimiento de las ventas en los centros comerciales reabiertos y la venta por mayor de otros productos domésticos (1,9%); asimismo, los relacionados a alimentos bebidas y tabaco (1,8%) lograron afrontar esa caída.

**Tabla 11**

*Comercio: Valor agregado bruto*

*(Variación porcentual del índice de volumen físico respecto al mismo periodo del año anterior) Valores a precios constantes de 2007*

Actividad	2020 / 2019				Año
	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre	
<b>Comercio</b>	-7,1	-46,2	-7,8	-2,6	-15,8
Comercio al por mayor y menor	-7,0	-44,9	-8,3	-3,0	-15,6

*Nota.* Producto bruto interno trimestral. Informe técnico. IV Trimestre de 2020

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021). Elaboración propia.

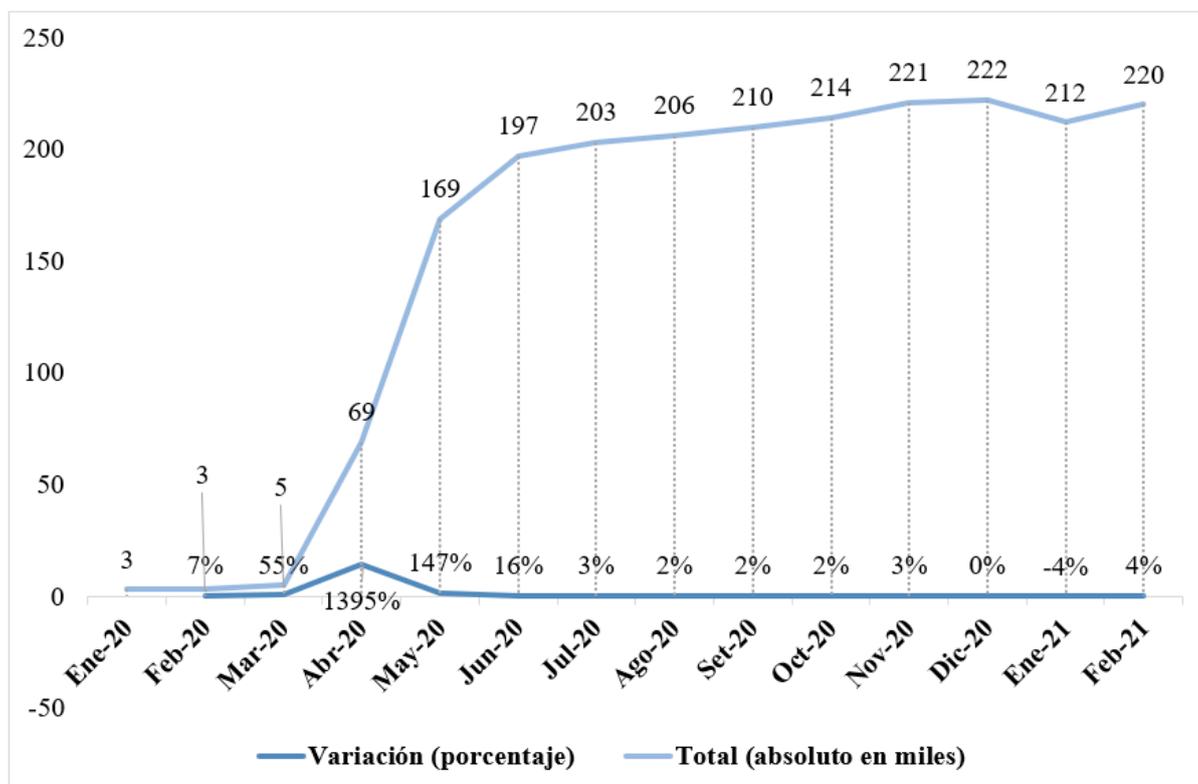
#### 2.1.4.2.5 *Modalidad de trabajo (adoptada)*

La modalidad de trabajo de las empresas se vio inmersa en diferentes cambios. La que fue adoptada fue el teletrabajo/trabajo remoto debido al confinamiento a nivel nacional. En la figura 11, se muestra a los trabajadores de Perú en situación especial de teletrabajo/trabajo remoto en el 2020. Para el mes de febrero de 2021, se dio un incremento hasta 220 mil de la cantidad de puestos laborales que se encontraban en modalidad de teletrabajo/trabajo remoto registrados en planilla electrónica. Esa cifra fue mayor, pues en el mismo mes, aparecieron 8 mil puestos de trabajo más.

### Figura 11

Perú: Trabajadores en situación especial de teletrabajo/trabajo remoto, 2020

(Absoluto en miles y variación porcentual)



Nota. Situación del empleo en 2020. Informe trimestral del mercado laboral.

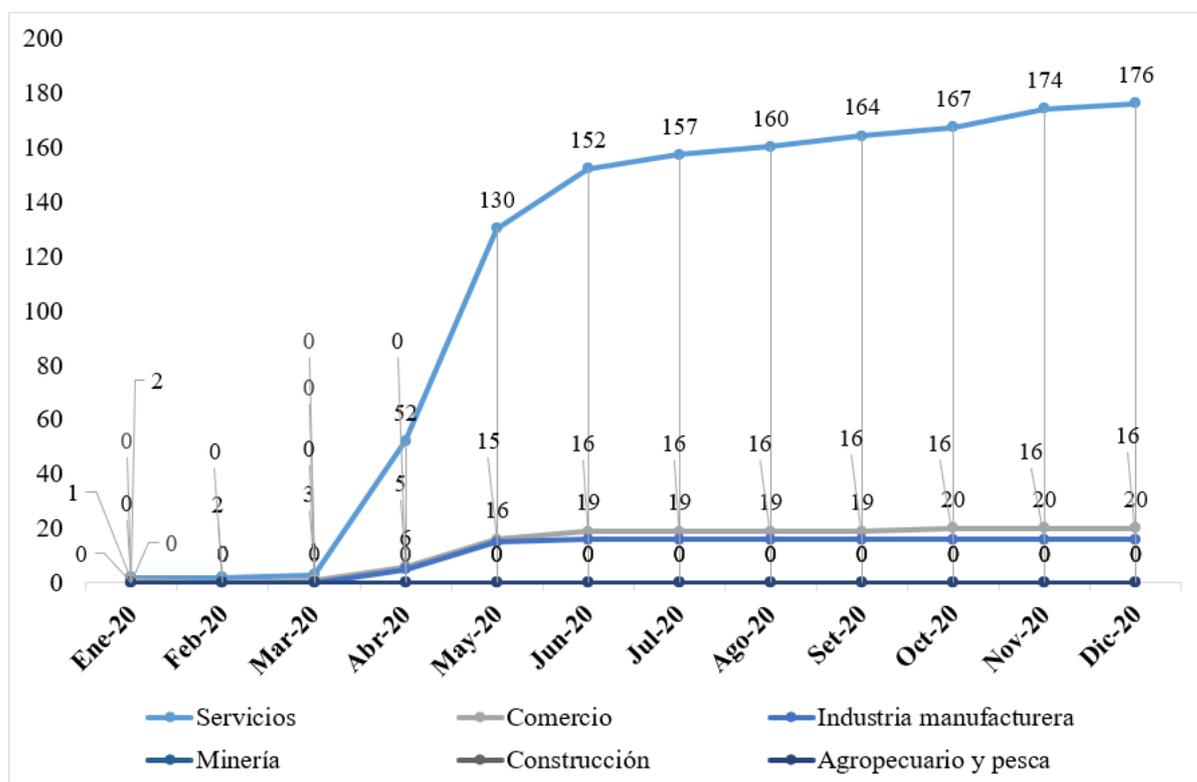
Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021). Elaboración propia.

En la figura 12, se muestra a los trabajadores que se encontraban en una situación especial de teletrabajo/trabajo remoto según la actividad económica del 2020. El 80% de trabajadores en total pertenecen al sector servicios, lo que equivale 176 mil trabajadores laborando por teletrabajo. Asimismo, el sector comercio posee cerca de 20 mil trabajadores e industrias manufactureras con 16 mil trabajadores que labora.

**Figura 12**

Perú: Trabajadores en situación especial de teletrabajo/trabajo remoto por actividad económica, 2020

(Absoluto en miles)



Nota. Situación del empleo en 2020. Informe trimestral del mercado laboral.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021). Elaboración propia.

#### 2.1.4.2.6 Medidas laborales

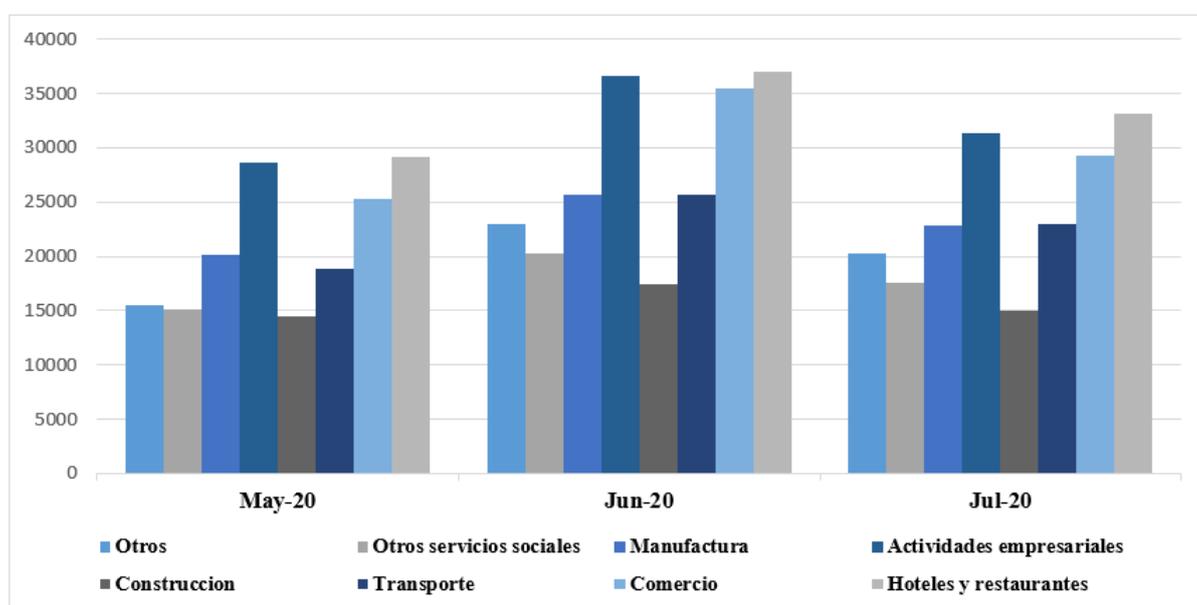
##### Suspensión perfecta de laborales en el sector formal privado

De acuerdo con el MTPE (2021), en los meses de mayo, junio y julio del 2020, se realizó la mayoría de la solicitud de suspensión perfecta de labores. En los siguientes meses, a partir de agosto, se empezó a disminuir, ya que se empezó a reactivar diversas actividades laborales. En la figura 13, se muestra el número de trabajadores en solicitud de SPL activa en el sector formal privado en el Perú en el 2020. Asimismo, en el mes de mayo del 2020, se solicitaron 167 mil puestos de trabajo a través de la suspensión perfecta de laborales (SPL), ya que, debido a las restricciones que se impusieron, se paralizaron muchas actividades en distintos sectores como restaurantes y hoteles. Al respecto, las actividades empresariales, cerca de 29 mil puestos, y en

el sector comercio, con más de 25 mil puestos, equivale el 50% de solicitudes hechas. Asimismo, el sector de transporte se encuentra cerca al 10% de solicitudes, así como otros servicios sociales y construcción. Dichos escenarios empezaron a cambiar hacia el mes de agosto a causa de que la economía se empezó a reactivar. El crecimiento continuo PBI se empezó a recuperar, y las solicitudes se redujeron en mayor medida. A pesar de ello, los sectores como hoteles y restaurantes (20%), en marzo de 2021, y otros servicios sociales han continuado con el número de solicitudes.

### Figura 13

Perú: Trabajadores en solicitud de SPL ( $\zeta$ ) activa en el sector formal privado, 2020  
(Absoluto)



*Nota.* Situación del empleo en 2020. Informe trimestral del mercado laboral.  
Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021). Elaboración propia.

#### 2.1.4.2.7 Empresas y los programas del estado

Durante el periodo de pandemia, el Gobierno peruano activó varios programas como modo de apoyo financiero para las empresas. Uno de los programas fue Reactiva Perú. De acuerdo con el MTPE<sup>5</sup>(2020), las empresas que accedieron al programa, creado mediante el Decreto Legislativo N°1455, registrando a sus empleados en planilla electrónica. Siendo beneficiarias del financiamiento, registraron en total de 1 millón 858 mil puestos de trabajo equivalente al 53% del total de inscritos en planilla electrónica, mostrando similitud con los niveles

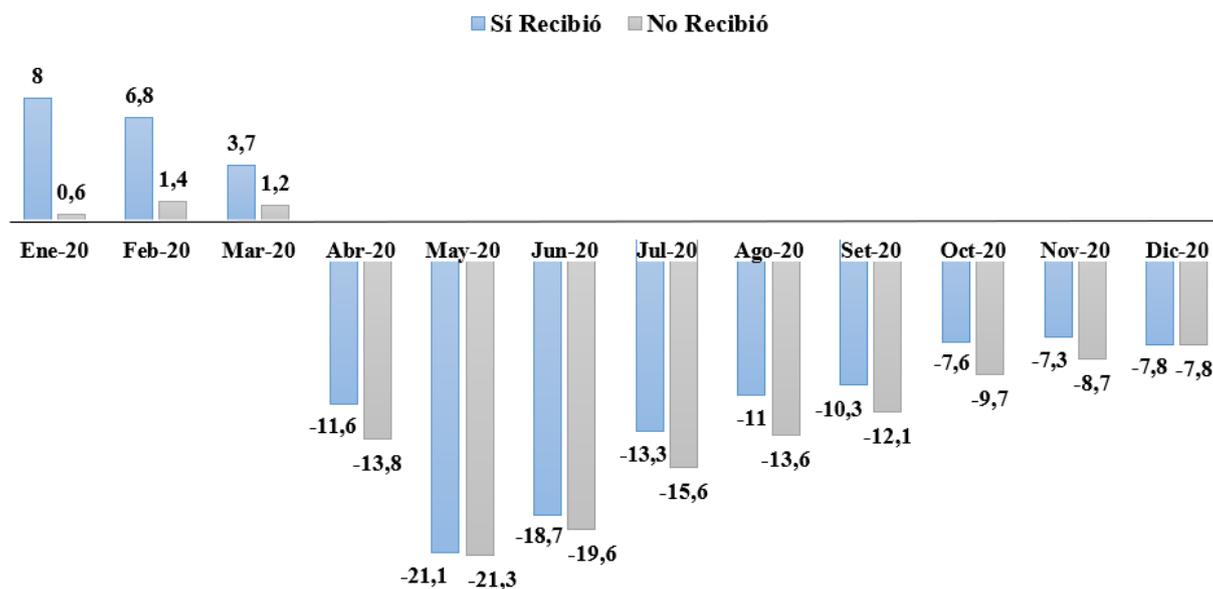
<sup>5</sup> Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE)

registrados antes de la pandemia. Por otro lado, sumaron un total de 1 millón 660 puestos de trabajo (47%) de empresas que no llegaron a acceder al financiamiento al mes de diciembre de 2020 (MTPE, 2021).

En la figura 14, se muestra a los trabajadores del sector formal privado según empresas con financiamiento del programa “Reactiva Perú” en el Perú en el periodo del 2020. Durante ese año, muchas empresas registraron un mayor nivel porcentual negativa de -10% con respecto a su crecimiento de empleo. Si bien en el 2019 se registró una tasa negativa de liberación de puestos de trabajos (-1.6%), se muestra una menor caída de las empresas (-7.6%) que fueron financiadas por el programa Reactiva Perú en el 2020. Cabe añadir que, para el MTPE, no se puede aseverar una relación de causalidad.

**Figura 14**

*Perú: Trabajadores en el sector formal privado según empresas con financiamiento de “Reactiva Perú”, 2020*



*Nota.* Situación del empleo en 2020. Informe trimestral del mercado laboral.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021). Elaboración propia.

## 2.2 Tecnología en las mypes

La segunda variable de estudio utilizada para este documento es la tecnología. Según el Manual de Frascati (OCDE, 1994), es un conjunto ordenado de instrumentos, conocimientos, procedimientos y métodos aplicados en las distintas ramas industriales para alcanzar un objetivo específico, generalmente permite producir y distribuir un bien o servicio (PCM, 2004). En este caso enfocado en las mipymes, sería entendido como:

Una herramienta básica para las compañías del siglo XXI. Si desean permanecer vigentes en el mercado, el E-commerce es uno de los ejes fundamentales con gran impacto en las ventas. (Gil Carmona, 2020, p. 3)

Asimismo, según Pinoargote *et al.* (2019), la tecnología ha permitido que estos medios cuenten con sofisticados sistemas de seguridad, haciendo uso de dispositivos como puntos de ventas, cajeros automáticos, lectores de tarjetas inteligentes, computadoras, celulares, *tablets*, entre otras, que permiten la comunicación con el mundo exterior, brindando nuevas alternativas que permiten satisfacer la necesidad de realizar transacciones sin intercambio físico de papel moneda, brindando mayor comodidad y seguridad física. (Gil Carmona, 2020)

La implementación de herramientas tecnológicas en algunas empresas fue un recurso nuevo a causa de la pandemia. Existen casos donde las herramientas habían sido implementadas en años anteriores y que, en ese momento, se vieron beneficiadas de su uso. Se han presentado casos no solo en mipymes del Perú y en empresas de países vecinos como Ecuador. Una de las mipymes ecuatorianas tuvo éxito en el e-commerce. De Prati, la empresa, cuenta con un canal digital desde hace 12 años. En 2019, las ventas en línea representaron el 3% del total de la facturación. Así, la coyuntura de la emergencia sanitaria proyectó un gran crecimiento a gran escala de doble dígito debido al aumento de las visitas que registran por día en su sitio web, ya que muestran un crecimiento por más del 50%. Por otro lado, Funky Fish inició su plataforma e-Commerce hace tres años y vio cómo su promedio de venta que era del 10 % del total, aumentó al 15 %. (Rodríguez *et al.*, 2020).

### 2.2.1 Desde el punto de vista del BID

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) considera y resalta a la tecnología como un factor positivo para el desarrollo y crecimiento futuro de muchos países, sobre todo de la región y para sus programas de desarrollo económico y social. Para el Banco, las tecnologías de la información son el principal vehículo para crear, reunir, transmitir, presentar y almacenar información (BID, 2022). Dentro de su campo, el banco de ciencia y tecnología tiene como

visión “contribuir a reforzar la competitividad mediante la innovación empresarial destacando que el conocimiento de las economías de la región es una condición necesaria para el éxito, en el contexto de las transformaciones tecnológicas en curso” (BID, 2022). Asimismo, existen objetivos generales planteados para el campo de tecnología y desarrollo del BID:

- Aumentar las oportunidades de formación de capital humano y de aprendizaje permanente.
- Realzar la eficiencia de todos los mercados por conducto de un medio nuevo y más accesible para determinar las comunicaciones indispensables en la producción y el comercio.
- Ampliar el acceso de las personas de bajos ingresos a informaciones que pueden potenciar sus posibilidades de mejorar sus vidas y su bienestar.
- Acrecentar la participación de los ciudadanos y de las organizaciones cívicas en los procesos de los regímenes democráticos
- Aumentar la eficacia de las reformas económicas.
- Establecer mejores comunicaciones entre ciudadanos, órganos de supervisión y organizaciones públicas y privadas a fin de mejorar la supervisión y vigilancia del medio ambiente.
- Reducir la distancia entre los agentes económicos en el plano nacional y entre los agentes nacionales y extranjeros.
- Crear una industria enteramente nueva que brinde puestos de trabajo a personas con diferentes niveles de calificación (BID, 2022).

Las tecnologías digitales se han vuelto indispensables para las empresas y para las personas que las utilizan. Reducen todo tipo de costos, desde la búsqueda de información, hasta la replicación (facilitada por escáneres o fotocopiadoras), el transporte (los bienes digitales viajan en el ciberespacio a través de entornos digitales a un costo casi nulo) o el seguimiento (pedidos, estado y ubicación). Sin embargo, a pesar de la creciente importancia de la economía digital en América Latina y el Caribe, la adopción de tecnologías digitales por parte de las empresas de la región sigue estando muy por detrás de la de las economías avanzadas. (Cathles *et al.*, 2022, p. 2)

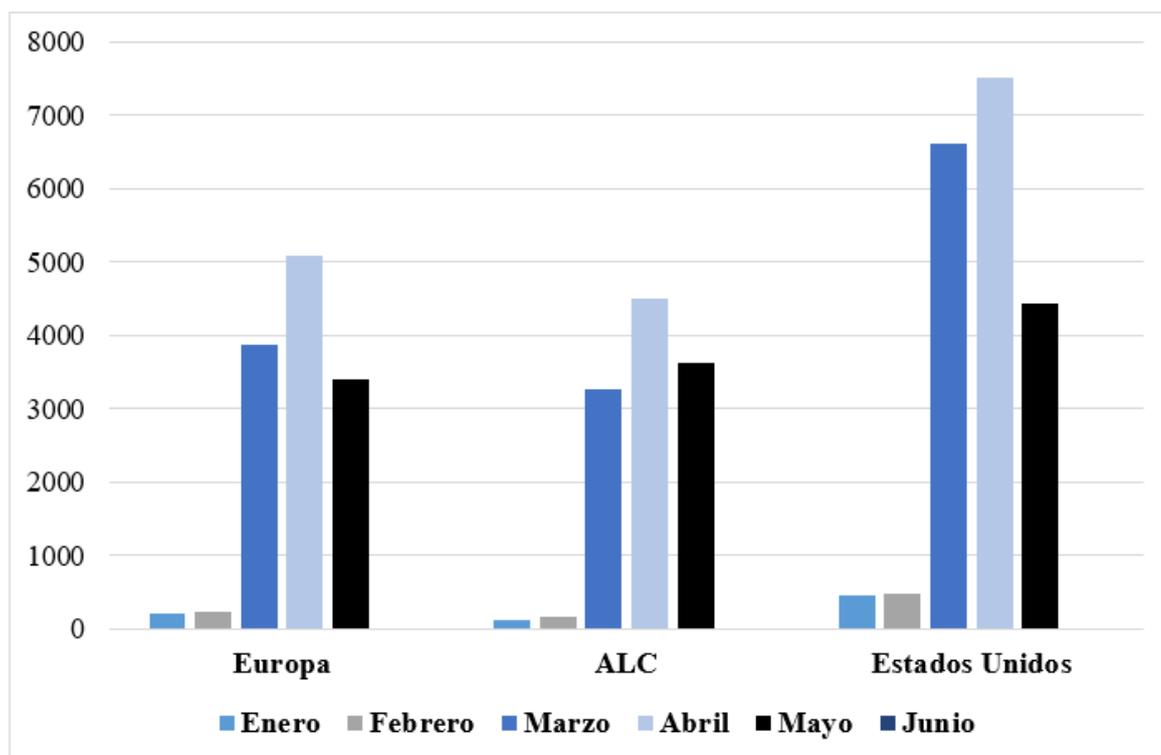
### **2.2.2 La tecnología y el trabajo**

Durante la última década, las herramientas tecnológicas han ido desarrollándose y, sobre todo, aplacándose al ámbito laboral por medio de plataformas. Muchos procesos de adopción tecnológica, a causa de la pandemia, se han acelerado, aunque su incorporación no ha sido tan rápida como el teletrabajo, el uso de plataformas laborales y la capacitación virtual. Respecto

al teletrabajo, su aumento se evidencia en las descargas de aplicaciones que, en principio, facilitaron las videoconferencias, entrevistas de trabajo y el trabajo remoto (Zoom, Skype for Business o Microsoft Teams). De acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), entre enero y abril de 2020, la tasa de descargas de estas aplicaciones se incrementó de manera sustancial: 3.340% en América Latina y el Caribe, 2.433% en Europa y 1.509% en Estados Unidos (Azuara *et al.*, 2020).

**Figura 15**

*Descargas de aplicaciones de teletrabajo por cada 100.000 habitantes (2020) – BID:  
Regiones*



*Nota. El futuro del trabajo en América Latina y el Caribe: ¿Cómo puede la tecnología facilitar la recuperación del empleo tras el COVID-19?*

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo (2020). Elaboración propia.

Dentro de la región, los países con mayor penetración de las aplicaciones de teletrabajo son Ecuador, Costa Rica, Chile Panamá y Perú. Las descargas en mayo oscilaron entre cinco y ocho por cada 100 habitantes (Azua *et al.*, 2020). Asimismo, se hace evidente que, en abril de 2020, se llegó al punto más alto en torno a las descargas de aplicaciones usadas para el teletrabajo. Ese mes se dio un mayor confinamiento obligatorio a nivel mundial a causa de la pandemia.

Durante el confinamiento, la mayor parte de nuestra región, por primera vez, empleó las plataformas virtuales como medio de trabajo. En nuestro país, a través de la encuesta de opinión de nombre “Cuarentena COVID-19” realizada el 21 de marzo de 2020 por Ipsos se reveló lo siguiente: un 14% de personas mayores de 18 años señaló que se encontraba

trabajando desde sus hogares<sup>6</sup>.

Con respecto del teletrabajo en el Perú, el 15 de mayo de 2013, la Ley 30036, ley que “regula el teletrabajo como una modalidad especial de prestación de servicios caracterizada por la utilización de tecnologías de la información y las telecomunicaciones, en las instituciones públicas y privadas” (D.S. N° 009-2015-TR., 2013), fue promulgada mediante el Decreto Supremo 009-2015-TR del 2 de noviembre del 2015. Ello facultaba al empleador o al trabajador a solicitar esta modalidad de trabajo cuando se crea necesario; además, le otorga los mismos derechos, obligaciones y beneficios que los trabajadores que prestan sus servicios bajo la modalidad convencional. El teletrabajo se realiza en dos formas: de forma completa, cuando el teletrabajador brinda sus servicios a su centro laboral de manera remota y, ocasionalmente, de manera presencial; y, de forma mixta, cuando el teletrabajador presta servicios dentro del centro laboral y, de manera remota y continua.

### 2.3 Bases legales

Ley	Artículos
<b>Ley N.º 28015: Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (2003)</b>	La presente ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al producto bruto interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria (Sunat, 2003).

<sup>6</sup> Encuesta de opinión: Cuarentena COVID-19. (2020).

<p><b>Ley N.º 30309: Ley que promueve la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica. (2015)</b></p>	<p>La presente ley tiene por objeto promover la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación tecnológica, mediante el beneficio tributario aplicable a los gastos en proyectos de investigación científica, desarrollo e innovación tecnológicos. Los contribuyentes que efectúen gastos, en este tipo de proyectos, están vinculados o no al giro de negocio de la empresa (Ley N° 30309, 2015).</p>
<p><b>D.U N.º 019-2021: Se dicta medidas complementarias destinadas al financiamiento a micro y pequeños empresarios para la reducción del impacto del COVID-19</b></p>	<p>El presente Decreto de Urgencia tiene por objeto establecer medidas extraordinarias, en materia económica y financiera, que promuevan el financiamiento para capital de trabajo de las micro y pequeñas empresas (mype) que se vean afectadas por el contexto internacional y local adverso, producto de la continua propagación del COVID-19 y la nueva variante del virus en el territorio nacional (Decreto de Urgencia N.º 019-2021).</p>
<p><b>D.U N.º 029-2020: Se dictan medidas complementarias destinadas al financiamiento de la micro y pequeña empresa y otras medidas para la reducción del impacto del COVID-19 en la economía peruana</b></p>	<p>El presente decreto de urgencia tiene por objeto establecer medidas extraordinarias, en materia económica y financiera, que promuevan el financiamiento de las micro y pequeñas empresas (mype), que se vean afectadas por el contexto internacional y local adverso, producto de la propagación del COVID-19 en el territorio nacional, así como establecer medidas que permitan adoptar las acciones preventivas, de respuesta y de financiamiento, para reducir el riesgo de propagación y el impacto sanitario de la enfermedad causada por el virus. (D.U. N° 029-2020, 2020)</p>

---

<b>D.L. N.º 1455: que crea el Programa Reactiva Perú para asegurar la continuidad en la cadena de pagos ante el impacto del COVID-19</b>	El presente decreto legislativo promueve el financiamiento de la reposición de los fondos de capital de trabajo de las empresas que enfrentan pagos y obligaciones de corto plazo con sus trabajadores y proveedores de bienes y servicios, a efectos de asegurar la continuidad en la cadena de pagos en la economía nacional. (D.L N° 1455, 2020)
--	---

---

Fuente: Sunat (2003), Congreso de la República (2014), Poder Ejecutivo (2021), MTPE (2020 - 2021).

Elaboración propia

## 2.4 Conceptos básicos

a) Mipymes: La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente. Tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Sunat, 2003).

b) TIC: Término que se utiliza para aludir a una gama amplia de servicios, aplicaciones, y tecnologías que utilizan diversos tipos de equipos y de programas informáticos. A menudo se transmiten a través de las redes de telecomunicaciones. La importancia de las TIC no es la tecnología, sino el hecho de que permita el acceso al conocimiento, la información y las comunicaciones (Comisión Europea, 2001).

c) Transformación tecnológica: Es un medio para lograr una mejor productividad y sobre todo una adaptación positiva a los nuevos cambios que se han originado. Según Salas (2019), para la transformación digital, se puede usar, redes sociales, computación en la nube, acceso remoto y movilidad Big Data, internet (IoT) y la inteligencia artificial. En estos campos, las empresas pueden desarrollar diferentes acciones para la digitalización, no es necesario que sean implementadas todas las herramientas, esto dependerá de la actividad y el segmento que tenga la empresa debe seleccionar la que más le convenga (López & Malpica,

2021).

d) COVID-19: Enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La OMS tuvo noticia por primera vez de la existencia de este nuevo virus el 31 de diciembre de 2019, al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan (República Popular China) (Organización Mundial de la Salud, 2020).

e) E-commerce: Producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos (Organización Mundial del Comercio, 2011).

f) Innovación: Puesta a disposición de un producto o proceso nuevo o mejorado (o una combinación de estos) que difiere significativamente de los productos o procesos de una organización ante usuarios potenciales o empleado por la organización. (Ley N° 31250, 2021).

g) Innovación tecnológica: Interacción entre las oportunidades del mercado y el conocimiento base de la empresa y sus capacidades. Implica la creación, desarrollo, uso y difusión de un nuevo producto, proceso o servicio nuevo y los cambios tecnológicos significativos. Además, implica cambios en las formas de organización y administración: métodos de organización, reingeniería de procesos, planeamiento estratégico, control de calidad, etc. (Ley N° 31250, 2021)

h) Revolución Industrial: El término “revolución industrial” se empezó a utilizar a principios del siglo XIX para referirse a lo que hoy denominamos la Primera Revolución Industrial, un episodio de cambio tecnológico y social que tuvo lugar originariamente en Inglaterra durante el periodo 1760-1840, aproximadamente (Aibar, 2019).

i) Economía circular: La economía circular reconoce el funcionamiento de la economía en cualquier nivel - grandes y pequeños negocios, organizaciones e individuos, global y localmente. La transición hacia una economía circular no se limita a ajustes que reducen los impactos negativos de la economía circular, sino que representa un cambio sistémico. Ella construye resiliencia a largo plazo, genera oportunidades económicas y de negocios, proporciona beneficios

ambientales y sociales (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

j) Marketing digital: Según Kotler *et al.* (2013):

El marketing digital surge en la actual era de la información, basada en las tecnologías de la información. Los informadores están bien documentados y pueden comparar diversas ofertas de productos similares. Es el cliente el que define el valor del producto. La empresa debe segmentar el mercado y desarrollar un producto superior para cada segmento objetivo. Hoy en día las empresas intentan llegar a la mente y al corazón de los consumidores. Es la era del marketing orientada al consumidor. (Suárez, 2018, p. 6)

k) Industria 4.0: Se caracteriza por la creciente automatización y el uso de fábricas inteligentes que obtienen información de datos para producir bienes de manera más eficiente y productiva. Se mejora la flexibilidad para que los fabricantes puedan satisfacer mejor las demandas de los clientes mediante la personalización masiva. El objetivo, en muchos casos, consiste en lograr la eficiencia con grupos de un solo producto. Al recopilar más datos de la planta de producción y combinarlos con otros datos operativos de la empresa, una fábrica inteligente permite tomar mejores decisiones. (IBM, s.f.)

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

En el capítulo del marco metodológico, se presenta las hipótesis planteadas para la realización y explicación de la investigación, así como las variables dependientes e independientes utilizadas en el trabajo. Asimismo, el tipo de investigación fue básica, el diseño de investigación, ya que se optó por realizar una investigación de tipo causal-explicativa. Posteriormente, el ámbito de estudio elegido por INEI (2020) fue la empresa peruana para una explicación a detalle de la población y muestra, y las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección y elaboración de la base de datos utilizada.

#### 3.1 Hipótesis

##### 3.2.1 *Hipótesis general*

Hi: El uso de herramientas tecnológicas ha influido de manera positiva en la modalidad de venta de las mipymes peruanas.

Ho: El uso de herramientas tecnológicas no ha influido de manera positiva en la modalidad de venta de las mipymes peruanas.

##### 3.2.2 *Hipótesis específicas*

HE1i: La implementación de herramientas tecnológicas influye positivamente como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las mipymes.

HE1o: Ho: La implementación de herramientas tecnológicas no influye positivamente como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las mipymes.

HE2i: La implementación de tecnología influye de manera positiva en la demanda del

servicio como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las MiPymes.

HE2o: Ho: La implementación de tecnología no influye de manera positiva en la demanda del servicio como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las MiPymes.

## 3.2 Variables

### 3.2.1 Variable dependiente

<b>TECNOLOGÍA</b>	
<b>Dimensión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competitividad</li> <li>- Expansión de mercado</li> <li>- Estrategia económica</li> </ul>
<b>Indicador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad instalada operativa</li> </ul>
<b>Definición teórica</b>	Es una herramienta básica para las compañías del siglo XXI si desean permanecer vigentes en el mercado con el propósito de ser más competitivos (Gil Carmona, 2020).
<b>Concepto empírico</b>	Se supera estas barreras a través de servicios como el correo electrónico, envío de archivos y páginas informativas (INEI, 2014).

#### 3.2.1.1 Denominación de la variable

Es una herramienta básica para las compañías del siglo XXI, si desean permanecer vigentes en el mercado con el propósito de ser más competitivos (Gil, 2020).

#### 3.2.1.2 Indicadores

- Capacidad instalada operativa.

### 3.2.1.3 Escala para la medición de la variable

- Escala nominal.

### 3.2.2 Variable independiente

---

<b>COVID-19</b>	
<b>Dimensión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apertura de nuevos canales de negocio</li> <li>- Evolución de modelo de negocio</li> </ul>
<b>Indicador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estado de operatividad debido al impacto del COVID-19.</li> <li>- Comportamiento de sus ventas debido al impacto del COVID-19</li> </ul>
<b>Definición teórica</b>	<p>Ante la enfermedad por coronavirus, acrónimo del inglés coronavirus <i>disease</i> 2019, también conocida como enfermedad por coronavirus en español, las economías se cierran y paralizan. (Rodríguez <i>et al.</i>, 2020)</p>
<b>Concepto empírico</b>	<p>La COVID-19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. (OMS, 2020)</p>

---

#### 3.2.2.1 Denominación de la variable

La COVID-19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La OMS tuvo noticia por primera vez de la existencia de este virus el 31 de diciembre de 2019, al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan (República Popular China). (Organización Mundial de la Salud, 2020).

### 3.2.2.2 Indicadores

- Estado de operatividad debido al impacto del COVID-19.
- Comportamiento de sus ventas debido al impacto del COVID-19.

### 3.2.2.3 Escala para la medición de la variable

- Escala nominal.

## 3.3 Tipo de investigación

El tipo de investigación fue básica.

## 3.4 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación fue de tipo causal – explicativa.

## 3.5 Ámbito de estudio

Las empresas peruanas que fueron consideradas en la presente investigación se encuentran en la base de datos del INEI. Sus datos fueron recopilados en el Perú en julio del 2020. Su periodo de referencia fue el segundo trimestre los meses de abril, mayo y junio de los años 2019 y 2020.

## 3.6 Población y muestra

### 3.6.1 Unidad de estudio

La unidad de estudio fueron empresas peruanas. Donde las siglas mipymes hace referencia a la micro, pequeña y mediana empresa, quienes poseen características propias:

Microempresa

- Número total de trabajadores entre 1 a 10 personas.

- Nivel de venta anual menor a 150 UIT<sup>7</sup>.

#### Pequeña empresa

- Número total de trabajadores teniendo como máximo a 50 personas.
- Nivel de venta anual a partir de 150 UIT hasta 1 700 UIT.

#### Mediana empresa

- Nivel de venta anual superior a 1 700 UIT hasta 2 300 UIT.

### **3.6.2 Población**

A pesar de que la información mostrada en la “Encuesta de Opinión sobre el impacto del COVID-19 en las Empresas” del INEI, se abarcó a 2 354 empresas del ámbito geográfico del Área Metropolitana de las ciudades de Lima (Lima y Callao), Arequipa, Piura y Trujillo. Para el presente trabajo, se utiliza las empresas ubicadas en Lima y Callao.

### **3.6.3 Muestra**

La muestra que fue tomada para el estudio fue de 1 600 empresas de Lima y Callao.

### **3.6.4 Recolección de los datos**

### **3.6.5 Procedimientos**

La encuesta elaborada por el INEI, que lleva por nombre “Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas”, constó de 16 preguntas. Las tres últimas preguntas se dirigieron en caso si la empresa se encontraba inoperativa. Los procedimientos para la recolección de los datos son los siguientes.

- Se analizó la ficha técnica de la encuesta generada por el INEI.
- Se utilizó la base de datos de la encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas realizada en julio de 2020. La misma fue brindada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021).

---

<sup>7</sup> UIT (Unidad Impositiva Tributaria) 2022 = 4 600 soles

### **3.7 Técnicas e instrumentos**

#### **3.7.1 Técnicas**

- Para la recolección de datos, se usará la encuesta del INEI que lleva por nombre “Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas”.
- Para la realización de dicha encuesta, el INEI empleó un formulario diseñado para una plataforma web y bel uso de correo electrónico. En caso de que alguna empresa no haya contado con correo electrónico, se utilizó los dispositivos móviles.

#### **3.7.2 Instrumentos para la recolección de los datos**

- Este cuestionario consta de 16 preguntas. La manera de acceso fue a través de un enlace (link) enviado a las empresas seleccionadas por correo electrónico para que éstas realicen el auto diligenciamiento respectivo.

#### **3.7.3 Procesamiento, presentación, análisis e interpretación de los datos**

- Para el análisis descriptivo de la encuesta, se usará el software SPSS y Excel.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS

El capítulo de resultados se presenta la descripción de la encuesta utilizada del INEI (2020) para el estudio. Posteriormente, la presentación de los resultados de manera descriptiva de la encuesta a través de gráficos. Finaliza con la prueba estadística donde se evalúa los datos obtenidos y, de esa manera, comprobar la hipótesis planteada.

#### 4.1 Descripción del trabajo de campo

Para la realización del trabajo, se utilizó lo brindado en la “Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas” por el Instituto Nacional de Estadística e Informática del 2020. Se realizó con los objetivos de llegar a obtener información estadística de carácter cualitativo sobre los efectos económicos y financieros sufridos por las empresas a causa de la pandemia del COVID-19. Asimismo, se planteó la elaboración de indicadores sobre aspectos cualitativos con referencia a las ventas, empleo, finanzas, expectativas y accesos a los programas del gobierno, relacionados a los efectos en las empresas por el COVID-19.

La información brindada por el/la propietario/a, gerente/a, contador/a, representante legal o la persona designada como tal por parte de las empresas se encuentra bajo estricta reserva, cumpliendo estrictamente lo dispuesto por el Decreto Supremo N.º 043-2001-PCM, título quinto, capítulo V, sobre el secreto estadístico y la confidencialidad de la información. La recolección de información se dio a través de un formulario online cuyo enlace (*link*) fue enviado a las empresas seleccionadas por medio de correo electrónico.

La encuesta utilizada cuenta con una temática propia. Esta se clasifica del siguiente modo:

- Impacto del COVID-19 en la empresa:
  - Nivel de operatividad de la empresa.
- Ventas:
  - Nivel de ventas respecto al segundo trimestre de 2019.
  - Capacidad instalada operativa.
  - Modalidad de ventas: presencial, delivery, presencial y delivery. Online.
  - Problemas que enfrentó la empresa a causa de la pandemia del COVID-19.
- Empleo:
  - Personal que laboró en la empresa en el segundo trimestre de 2020.
  - Modalidades de trabajo adoptadas por la empresa en el segundo trimestre de 2020: Trabajo presencial, remoto o mixto.
  - Medidas laborales adoptadas por la empresa en el segundo trimestre de 2020: No renovación de contratos, flexibilidad de horarios, reducción de horas trabajadas en la semana, vacaciones adelantadas, licencia sin goce de haber, suspensión perfecta de labores, entre otros.
- Finanzas:
  - Problemas financieros que presenta la empresa.
- Apreciación y expectativa:
  - Estimación de meses de recuperación de los niveles de ventas de la empresa antes de la pandemia del COVID-19.
  - Estimación de meses de reactivación de la economía del país.
  - Acceso a programas del gobierno.
  - Programas y medidas de incentivo y/o reactivación del Gobierno a los que ha accedido o piensa acceder la empresa.
  - Motivos por los que la empresa no accedió a programas de incentivo y/o reactivación brindada por el Gobierno.
- Empresa inoperativa:
  - Periodo de inoperatividad de la empresa.
  - Motivos de la inoperatividad de la empresa.
  - Expectativa de la empresa sobre la reanudación de operaciones.

## **4.2 Diseño de la presentación de los resultados**

Después de procesar los datos obtenidos de la “Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas” elaborado por Instituto Nacional de Estadística e Informática del 2020, los resultados se presentan a continuación.

### 4.3 Presentación de los resultados descriptivos

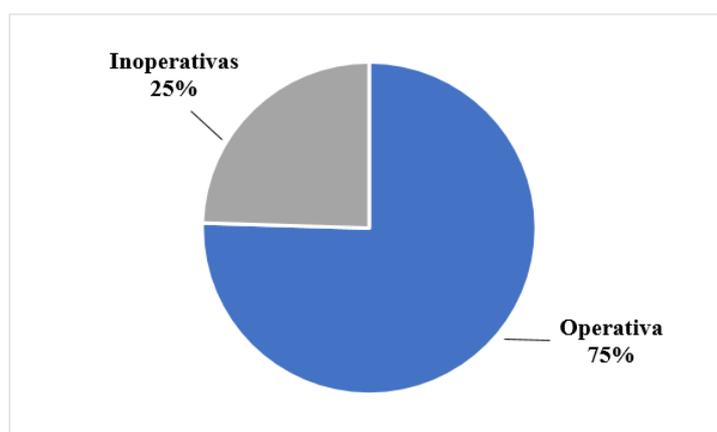
#### 4.3.1 Análisis descriptivo

##### a) Estado de operatividad

Los datos recogidos por la encuesta determinan que, en Lima Metropolitana, el 75% de las empresas encuestadas a pesar de la COVID-19 se encontraban operativas. Solo un 25% pasaron a la condición de inoperatividad (figura 16).

#### Figura 16.

*Lima Metropolitana: Empresas por estado de operatividad debido al impacto del COVID-19. (julio – agosto 2020)*



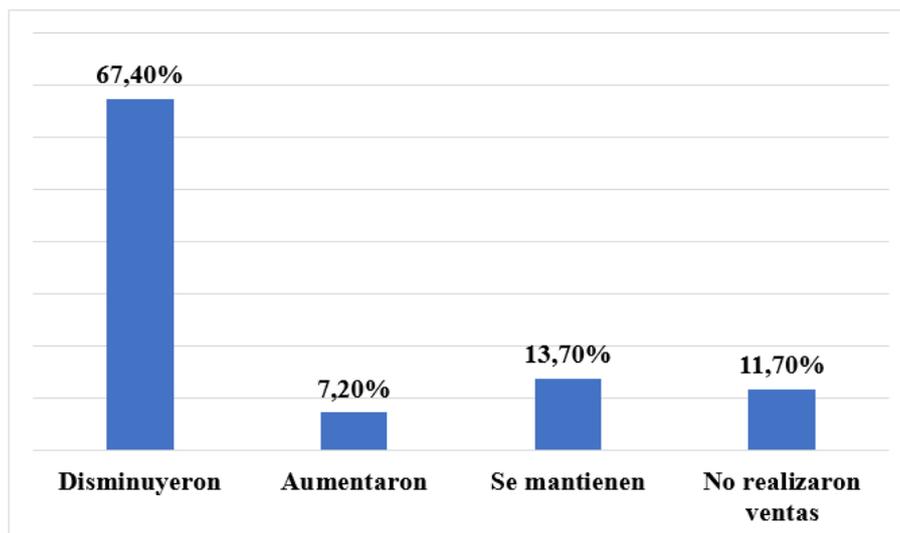
*Nota. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas de Lima Metropolitana.  
/. Operativa: Incluye a empresas que están operando de forma parcial y total.  
Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.*

##### b) Comportamiento de ventas / comercial

En cuanto al comportamiento de sus ventas, las empresas operativas informaron que disminuyeron un 67,4%; un 13,7% se mantienen; un 11,7% no realizaron ventas; y solo un 7,20% aumentaron.

#### Figura 17

*Lima Metropolitana: Empresas operativas, según comportamientos de sus ventas debido al impactos del COVID-19. Segundo trimestre 2020/2019*



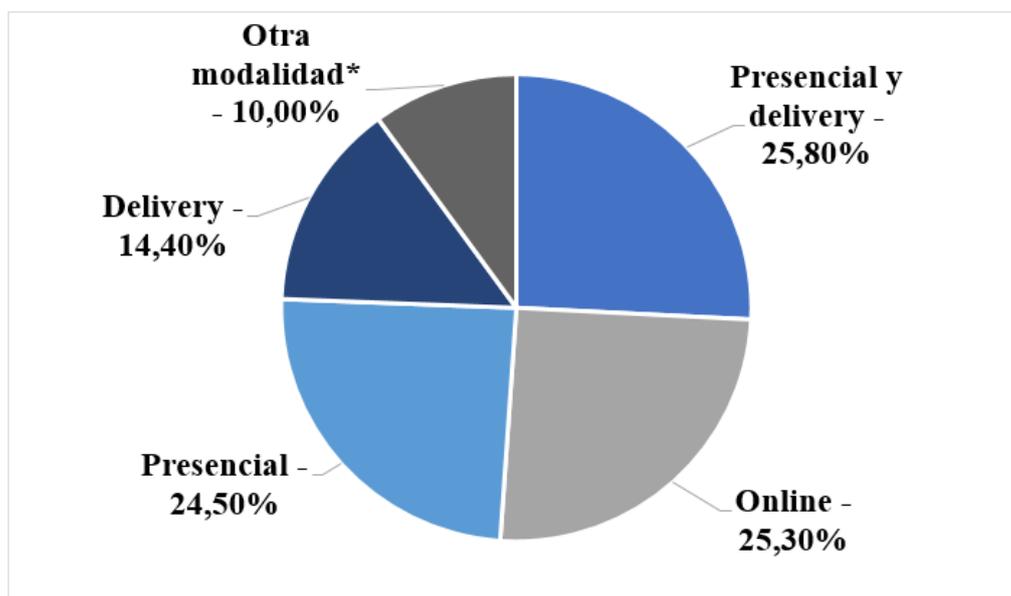
*Nota. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas de Lima Metropolitana.*  
 Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.

c) Modalidad de ventas

En la figura 18, se puede apreciar que, de acuerdo con las empresas que manifestaron que se encontraban operativas, en cuanto su modalidad de venta debido a la COVID-19, un 25,8% desarrolla actividad presencia y delivery, un 25,3% su operatividad es online, un 24,5% es solo presencial, un 14,4% realiza delivery, y un 10% realiza otra modalidad optada por cada empresa.

**Figura 18**

*Lima Metropolitana: Empresas operativas, por modalidad de ventas adoptadas debido al impacto del COVID-19. Segundo trimestre 2020*



*Nota. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas de Lima Metropolitana.*

*\* Comprende la modalidad mixta: delivery – online, presencial – online, entre otras.*

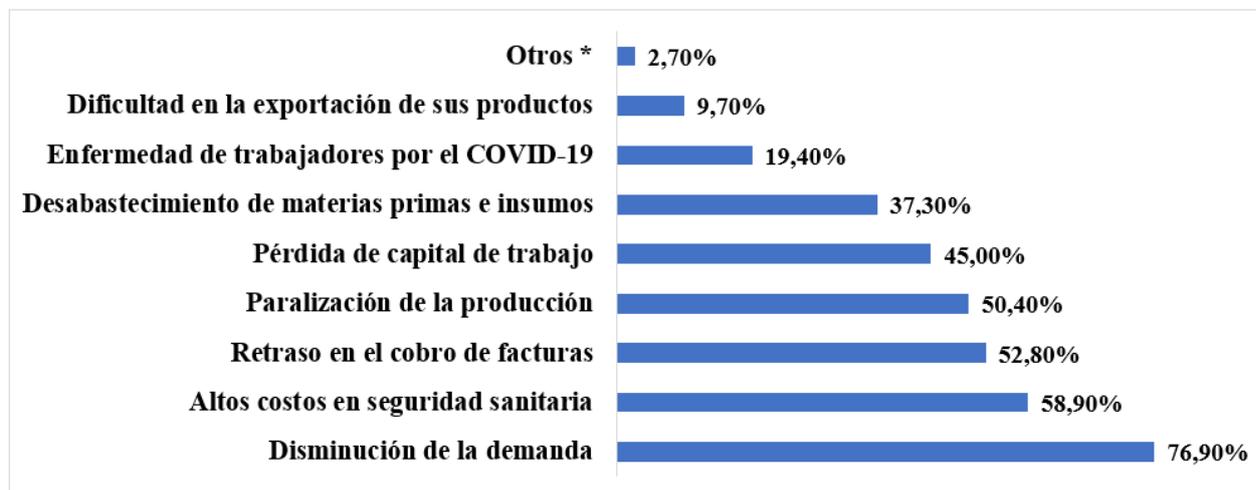
Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.

d) **Problemas presentados**

Del total de empresas operativas, el 92,5% reportó que enfrentaron algún tipo de problema a causa del COVID-19. Los principales problemas consisten en la disminución de la demanda (76,90%), altos costos en seguridad sanitaria (58,9%), retraso en el cobro de facturas (52,8%), paralización de la producción (50,4%), pérdida de capital de trabajo (45%), desabastecimiento de materias primas e insumos (37,3%), enfermedad de trabajadores por el COVID-19 (19,4%), dificultad en la exportación de sus productos (9,7%), entre otros (2,7%).

### Figura 19

*Lima Metropolitana: Empresas operativas, según principales problemas que enfrentaron debido al impacto del COVID-19. Segundo trimestre 2020*



*Nota. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas de Lima Metropolitana.*

*\* Comprende problemas con el transporte, traslado del personal, adaptación al trabajo remoto, actividades no permitidas, pago de alquiler de local y/o cierre de local, entre otros.*

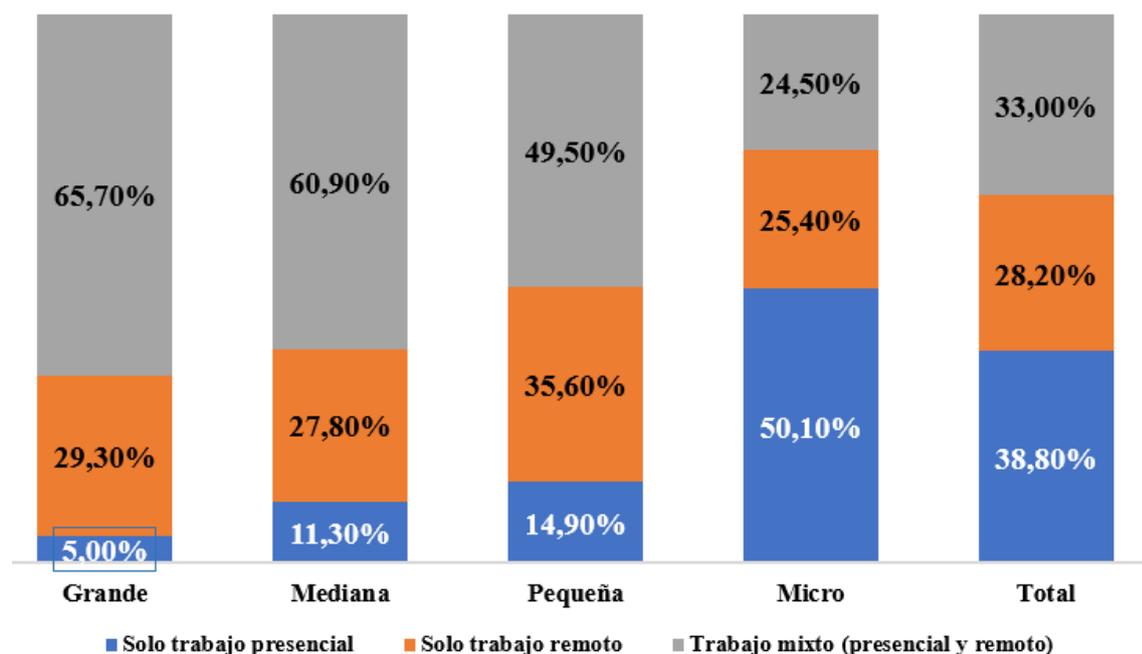
Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.

#### e) Modalidad de trabajo adoptada

Se observa, en la figura 20, que las modalidades adoptadas por las empresas operativas debido al contexto fueron solo trabajo presencial (38,8%), sólo trabajo remoto (28,2%) y trabajo mixto (presencial y remoto) (33%). Las empresas grandes optaron mayormente por la modalidad de trabajo mixto (65,7%); empresas medianas por el trabajo mixto (60,9%); empresas pequeñas por trabajo mixto (49,5%) y las microempresas por el trabajo de manera presencial (38,8%).

**Figura 20**

*Lima Metropolitana: Empresas operativas, por modalidad de trabajo adoptada debido al impacto del COVID-19, según tamaño de empresa. Segundo trimestre 2020.*



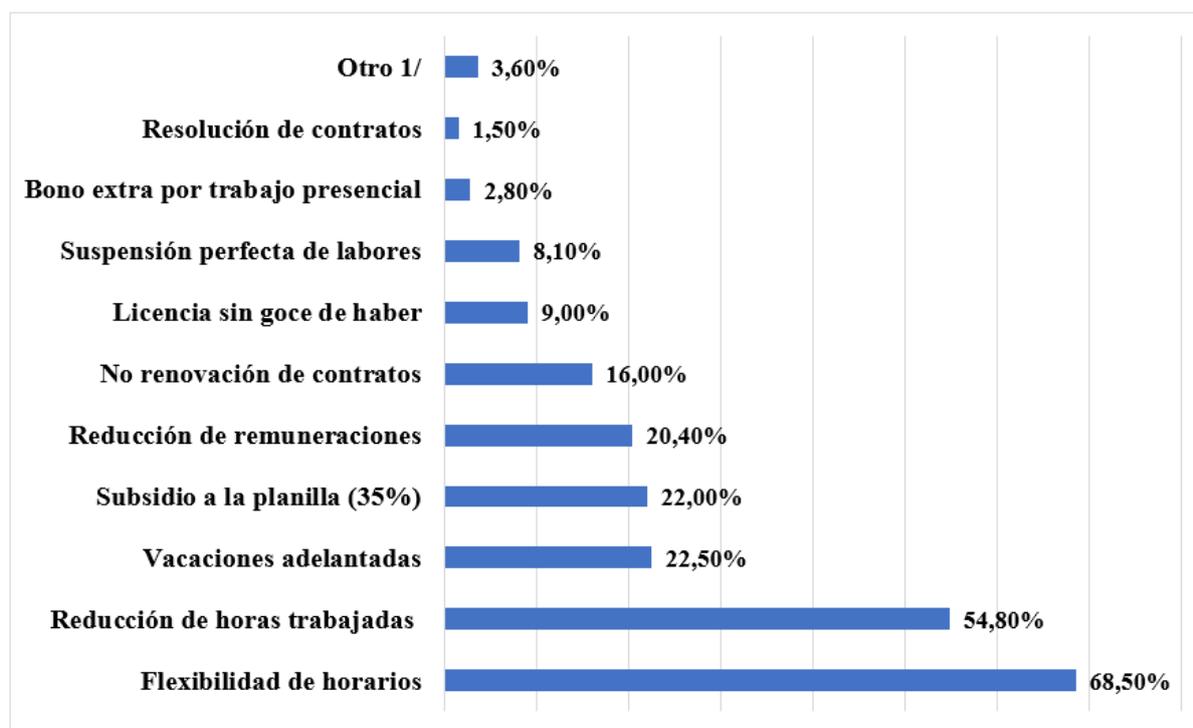
*Nota. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas de Lima Metropolitana.  
Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.*

f) Medidas laborales adoptadas

A causa del COVID-19, del total de empresas que se encontraban operativas, el 77,5% adoptó nuevas medidas laborales. El 68,5% de empresas flexibilizó los horarios de trabajo, el 54,8% redujo las horas de trabajo, 22,5% adelantó vacaciones, el 22% dio un subsidio a la planilla (35%), 20,4% redujo las remuneraciones, el 16% no renovaron contratos, el 9% dieron licencia sin goce de haber, el 8,1% dieron suspensión perfecta de labores, 2,8% dieron un bono extra por trabajo presencial, 1,5% dieron resolución de contratos y el 3,6% otras medidas.

**Figura 21**

*Lima Metropolitana: Empresas operativas, según medidas laborales adoptadas debido al impacto del COVID-19. Segundo trimestre 2020*



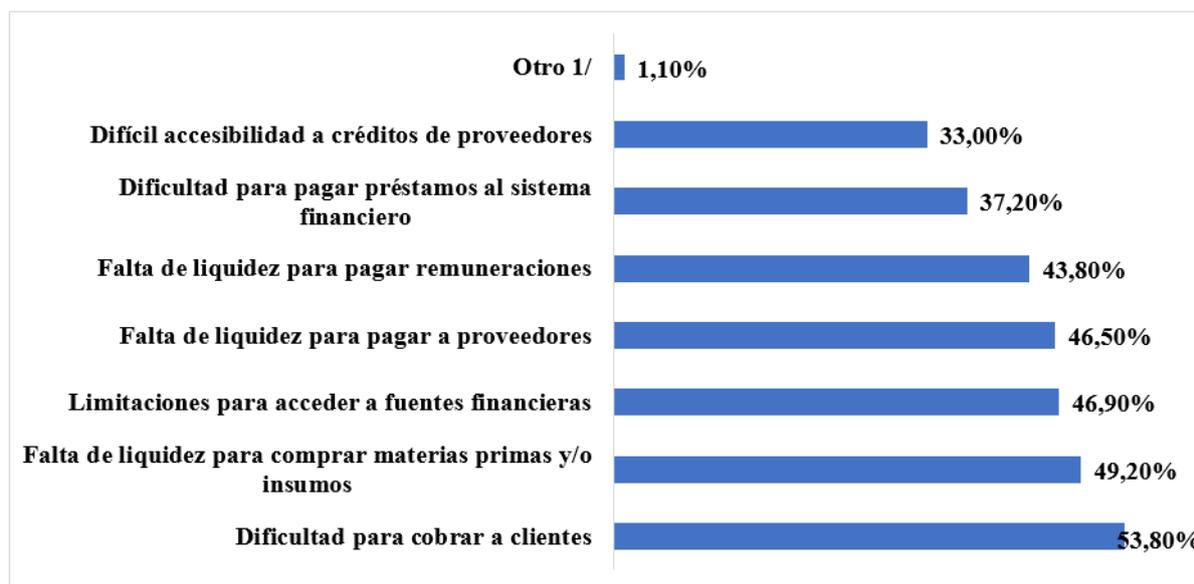
*Nota. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas de Lima Metropolitana. 1/Comprende licencia con goce de haber, adelanto de gratificaciones, adelanto de sueldos, entre otros. Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.*

g) Problemas financieros

En la figura 22, se observa que el 81,4% del total de empresas operativas presentó algún problema financiero debido al impacto causado por la COVID-19. De los problemas financieros, lo que más afectó fue la dificultad para cobrar a clientes (53,8%), la falta de liquidez para comprar materias primas y/o insumos (49,2%), limitaciones para acceder a fuentes financieras (46,9%), la falta de liquidez para pagar a proveedores (46,5%), falta de liquidez para pagar remuneraciones (43,8%), dificultad para pagar préstamos al sistema financiero (37,2%), difícil accesibilidad a créditos de proveedores (33%), entre otros problemas (1,1%).

**Figura 22**

*Lima Metropolitana: Empresas operativas, según problemas financieros debido al impacto del COVID-19*



*Nota. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas de Lima Metropolitana. 1/ Comprende falta de liquidez para pagar alquiler, pagar impuestos y distribuir utilidades; disminución de ventas, retraso en cobro de facturas, entre otros.*

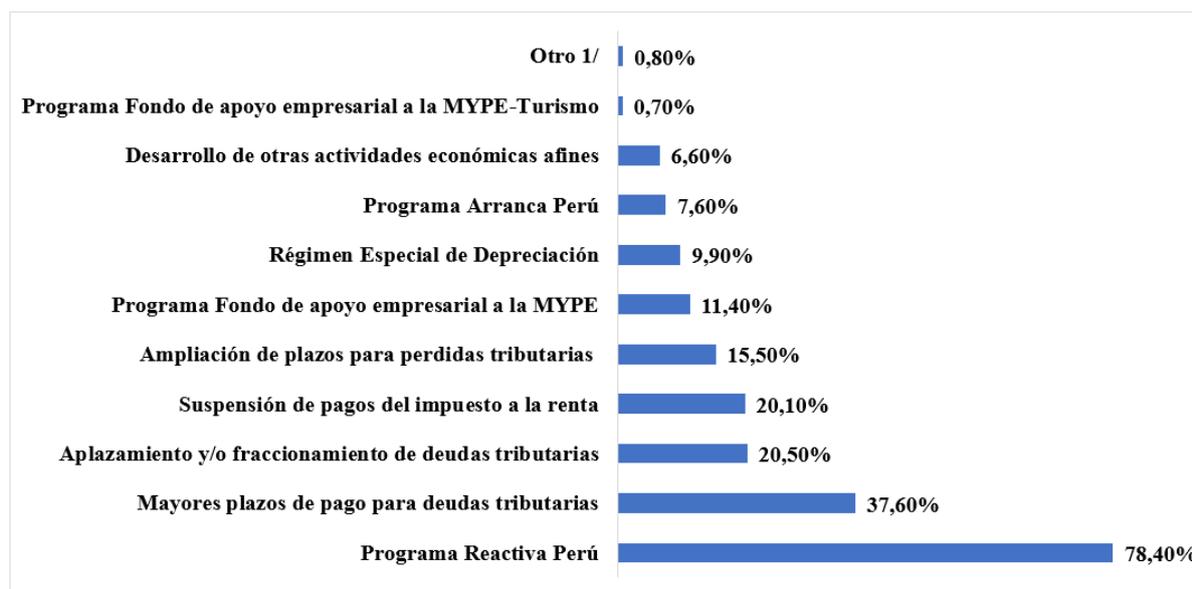
Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.

#### h) Acceso a programas y medidas planteadas por el gobierno

En cuanto el acceso a programas y medidas del gobierno, el 57% de las empresas operativas en total logró acceder a aquellas propuestas. El programa Reactiva Perú (78,4%) es el que más empresas accedieron, seguido de mayores plazos de pago para deudas tributarias (37,6%), aplazamiento y/o fraccionamiento en deudas tributarias (20,5%), suspensión de pagos del impuesto a la renta (20,1%), a la ampliación de plazos para perdidas tributarias (15,5%), al Programa Fondo de apoyo empresarial a la mype (11,4%), entre otros.

**Figura 23.**

*Lima Metropolitana: Empresas operativas que accedieron / piensan acceder a programas y medidas de incentivo y/o reactivación implementada por el gobierno. (16 de marzo a julio 2020)*



*Nota. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas de Lima Metropolitana. 1/ Comprende aplazamiento de deudas tributarias, liberación de fondos de detracción, aplazamiento de CTS, autorización para ofrecer bienes y servicios al Estado, entre otros.*

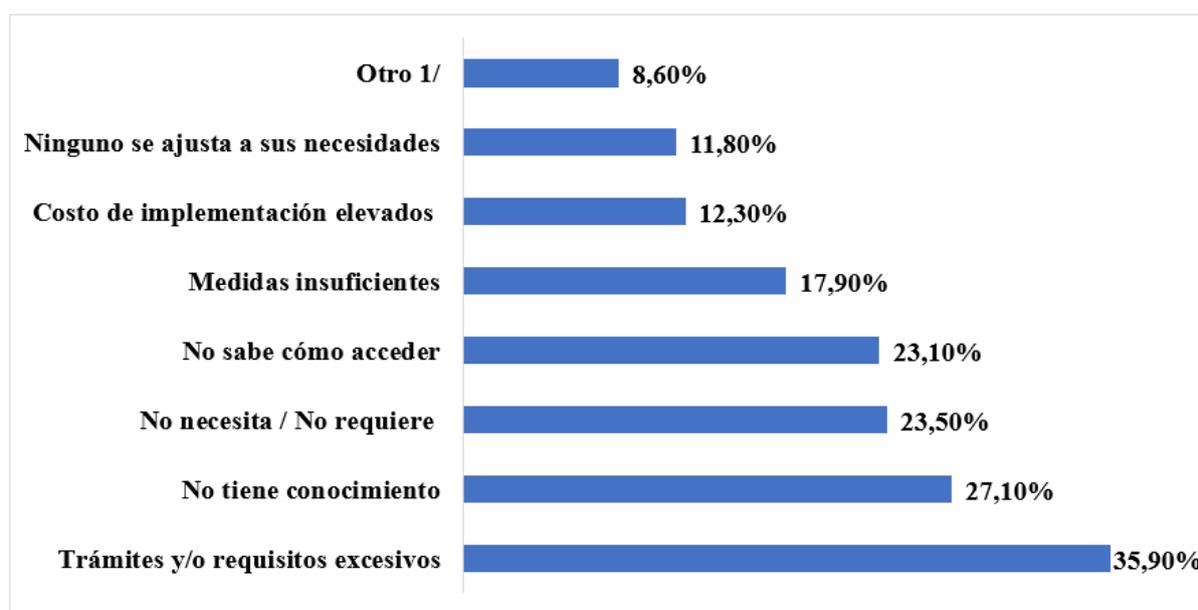
Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.

i) No acceso de programas o medidas implementadas por el gobierno

En la figura 24, se muestra que el 57,7% de empresas operativas no llegó a acceder a los programas o medidas brindadas por el gobierno por diversos motivos. Siendo los trámites y/o requisitos excesivos (35,9%) el motivo más importante por el cual no llegaron a concretar su acceso, seguido por no tener conocimiento (27,1%). De ellos, no necesita / no requiere (23,5%), no sabían cómo acceder a ellos (23,1%), medias insuficientes (17,9%), costo de implementación elevados (12,3%), ninguno se ajustaba a sus necesidades (11,8%) y algún otro motivo (8,6%).

### Figura 24

*Lima Metropolitana: Empresas operativas que no accedieron/no piensan acceder a los programas o medidas de incentivo y/o reactivación implementada por el gobierno, según motivos. (16 de marzo a julio 2020)*



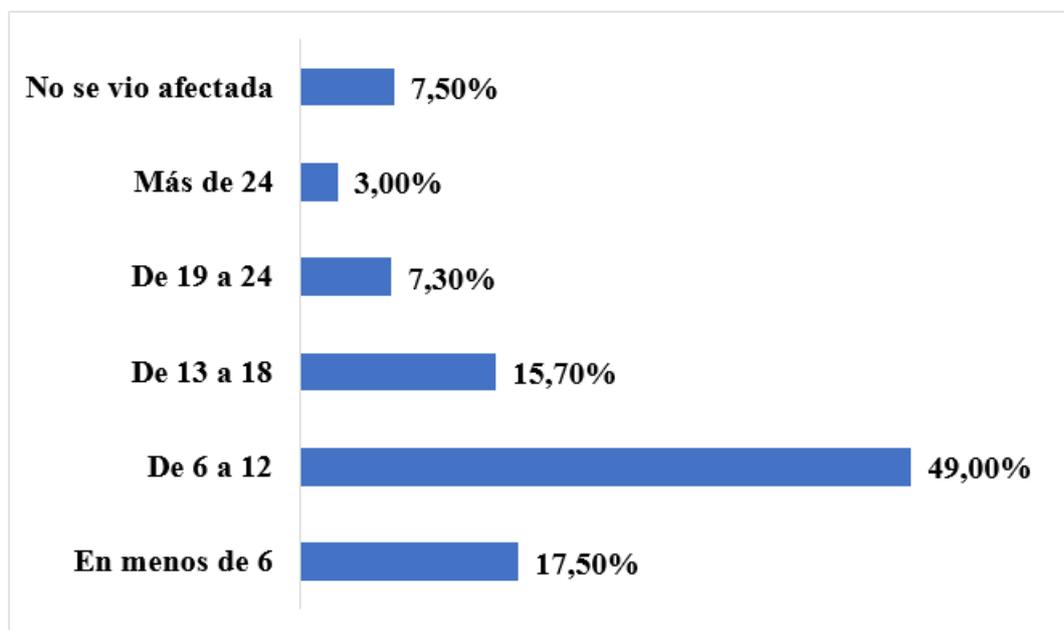
*Nota. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas de Lima Metropolitana.  
1/ Comprende poca difusión, poca confiabilidad, entre otros.  
Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.*

#### j) Tiempo de recuperación de nivel de ventas

En la figura 25, se logra observar el tiempo en que las empresas operativas estimaron la recuperación de su nivel de ventas que percibían antes del COVID-19: de 6 a 12 meses, el 49%; menos de 6 meses, 17,5%; de 13 a 18 meses; 15,7%, no se vio afectada el 7,5%; de 19 a 24 meses, 7,3%; y de más de 24 meses, el 3%.

**Figura 25**

*Lima Metropolitana: Empresas operativas, por rango de meses que estima recuperará su nivel de ventas antes del COVID-19. (julio – agosto 2020)*



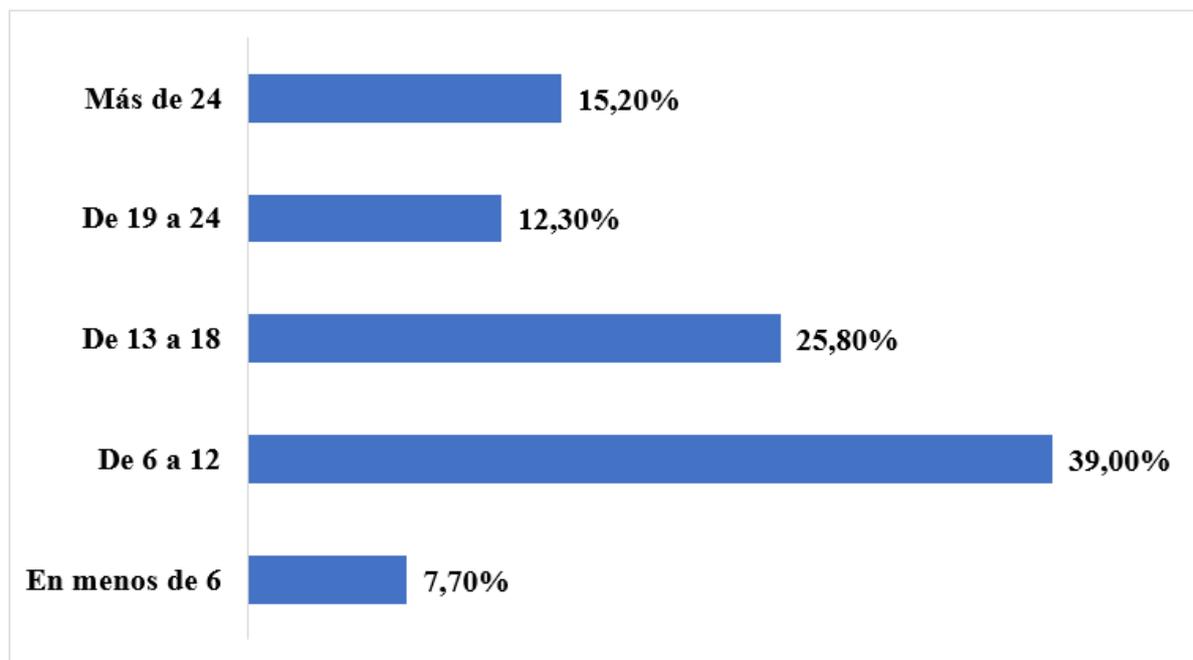
*Nota. Encuesta de Opinión sobre el impacto del COVID-19 en las Empresas de Lima Metropolitana.  
Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.*

k) Reactivación de la economía del país

Respecto al tiempo en que la economía del país se reactivara de acuerdo con las empresas operativas, el 39% estimaba entre 6 a 12 meses, el 25,8% de 13 a 18 meses, 15,20% más de 24 meses, de 19 a 24 meses el 12,3% y en menos de 6 meses el 7,7% (Figura 26).

**Figura 26.**

*Lima Metropolitana: Empresas operativas, por rango de meses que estima se reactivará la economía del país. (julio – agosto 2020)*



*Nota. Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas de Lima Metropolitana.  
Fuente: INEI (2020). Elaboración propia.*

#### **4.4 Prueba estadística**

En esta parte, se presentará el análisis estadístico. Como se mencionó, se utilizó el programa SPSS para analizar a través de pruebas estadísticas las variables de estudio planteadas.

##### **Prueba de hipótesis general**

Hi: El uso de herramientas tecnológicas ha influido de manera positiva en la modalidad de venta de las mipymes peruanas.

Ho: El uso de herramientas tecnológicas no ha influido de manera positiva en la modalidad de venta de las mipymes peruanas.

**Tabla 12***Distribución de la relación dicotómica de las variables ventas y nivel de ventas*

	Dicotómica de ventas		Total
	Presencial	Tipos delivery	
Disminuyó	80.7	85.9	84.0
Aumentó	3.5	4.6	4.2
Se mantiene	15.7	9.6	11.8
Total	100.0	100.0	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta – SPSS.

**Comprobación de hipótesis general****Tabla 13***Prueba de chi-cuadrado de las variables ventas y nivel de ventas*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,243 <sup>a</sup>	2	0.044
Razón de verosimilitud	6.055	2	0.048
Asociación lineal por lineal	4.826	1	0.028
N de casos válidos	714		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 10,67.

Fuente: Elaboración propia.

Se evaluó a través de la prueba chi-cuadrado: si es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se comprueba la existencia de asociación entre las variables. Se obtuvo un valor de 0,028 y, con ello, se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ . Es decir, el uso de herramientas tecnológicas ha influido de manera positiva en la modalidad de venta de las mipymes peruanas

**Primera hipótesis específica**

HE1i: La implementación de herramientas tecnológicas influye positivamente como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las mipymes.

HE1o: La implementación de herramientas tecnológicas no influye positivamente como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las MiPymes.

**Tabla 14**

*Distribución de relación de las variables ventas y el estado de operatividad de las empresas como consecuencia del COVID-19*

	1. Actualmente, la empresa como consecuencia del COVID-19, se encuentra:			Total
	Operativa	Parcialmente operativa	Inoperativa	
Presencial	37.3	34.5	22.2	35.6
Delivery	62.7	65.5	77.8	64.4
	100.0	100.0	100.0	100.0

**Tabla 15**

*Prueba de chi-cuadrado de las variables ventas y el estado de operatividad de las empresas como consecuencia del COVID-19*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,308 <sup>a</sup>	2	0.520
Razón de verosimilitud	1.361	2	0.506
Asociación lineal por lineal	0.995	1	0.319
N de casos válidos	714		

a. 1 casillas (16,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,20.

Fuente: Elaboración propia.

Se evaluó a través de la prueba chi-cuadrado: si es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis específica nula y se comprueba la existencia de asociación entre las variables. Se obtuvo un valor de 0,319. Con ello, se acepta la HE1o y se acepta la HE2i; es decir, la implementación de herramientas tecnológicas no ha influido positivamente como una medida para afrontar la pandemia en las mipymes.

**Tabla 16**

<b>Medidas simétricas</b>					
		Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0.037	0.037	0.998	,319 <sup>c</sup>
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	0.035	0.037	0.941	,347 <sup>c</sup>
N de casos válidos		714			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

c. Se basa en aproximación normal.

Fuente: Elaboración propia.

### **Segunda hipótesis específica**

HE2i: La implementación de tecnología influye de manera positiva en la demanda del servicio como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las mipymes.

HE2o: Ho: La implementación de tecnología no influye de manera positiva en la demanda del servicio como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las mipymes.

**Tabla 17**

*Distribución de relación de las variables nivel de ventas y la demanda del servicio (H)*

<b>Tabla cruzada Dicotómica de ventas (X Variable) *H</b>				
Recuento		H		Total
		,00	1,00	
Dicotómica de ventas (X Variable)	,00	182	72	254
	1,00	343	117	460
Total		525	189	714

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 18**

*Prueba de chi-cuadrado de las variables nivel de ventas y demanda del servicio*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>					
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,713 <sup>a</sup>	1	0.399		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	0.571	1	0.450		
Razón de verosimilitud	0.708	1	0.400		
Prueba exacta de Fisher				0.426	0.224
Asociación lineal por lineal	0.712	1	0.399		
N de casos válidos	714				

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 67,24.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2.

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que la significación asintótica (bilateral) es  $0,399 > 0,05$  no se rechaza la HE2o. Significa que la implementación de tecnología no influye de manera positiva en la demanda del servicio como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las MiPymes. Y se rechaza la HE2i.

### **Modelo logístico**

El modelo de regresión logística binaria es útil cuando desea modelar la probabilidad de un evento para una variable de respuesta categórica con dos resultados, siendo la probabilidad de cada uno de ellos constante a lo largo de una serie de repeticiones.

Matemáticamente, se representa con la siguiente ecuación:

$$\ln(Y) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \epsilon_i$$

Donde:

Y: Variable dependiente, explicada o regresada

$X_n$ : Variable explicativas, independientes o regresores

$\beta_0$ : es la ordenada en el origen parámetro de la población.

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ : coeficiente a estimar y marca la pendiente de la recta

$\epsilon_i$ : Término de error

Y: “empresas de Lima y Callao operativa e inoperativa en covid-19, 2020”

X: nivel de ventas de las empresas durante la COVID-19.

## Regresión logística

**Tabla 19**

*Procesamiento de casos*

Resumen de procesamiento de casos			
Casos sin ponderar <sup>a</sup>		N.º	Porcentaje
Casos seleccionados	Incluido en el análisis	460	49.5
	Casos perdidos	0	0.0
	Total	460	49.5
Casos no seleccionados		469	50.5
Total		929	100.0

a. Si la ponderación está en vigor, consulte la tabla de clasificación para el número total de casos.

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 20**

*Codificación de la variable dependiente*

Codificación de variable dependiente	
Valor original	Valor interno
,00	0
1,00	1

Fuente: Elaboración propia.

## Bloque 0: Bloque de inicio

**Tabla 21**

*Resumen del modelo*

<b>Historial de iteraciones<sup>a,b,c</sup></b>			
Iteración	Logaritmo de la verosimilitud -2		Coeficientes
			Constante
Paso 0	1	150.779	1.939
	2	88.409	2.945
	3	74.465	3.677
	4	72.559	4.070
	5	72.488	4.165
	6	72.487	4.170
	7	72.487	4.170

a. La constante se incluye en el modelo.

b. Logaritmo de la verosimilitud -2 inicial: 72,487

c. La estimación ha terminado en el número de iteración 7 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 22.**

*Tabla de clasificación*

<b>Tabla de clasificación<sup>a,b</sup></b>								
Observado			Pronosticado					
			Casos seleccionados <sup>c</sup>			Casos no seleccionados <sup>d,e</sup>		
			Dumy Y Empresa		Porcentaje correcto	Dumy Y Empresa		Porcentaje correcto
			,00	1,00		,00	1,00	
Paso 0	Dumy Y	,00	0	7	0.0	0	60	0.0
	Empresa	1,00	0	453	100.0	0	357	100.0

Porcentaje global	98.5	85.6
-------------------	------	------

- a. La constante se incluye en el modelo.  
 b. El valor de corte es ,500
- c. Casos seleccionados Dicotómica de ventas (X Variable) EQ 1  
 d. Casos no seleccionados Dicotómica de ventas (X Variable) NE 1
- e. Algunos de los casos seleccionados no están clasificados, debido a que faltan algunos valores en las variables independientes o que hay variables categóricas con valores fuera del rango de los casos seleccionados.

Fuente: Elaboración propia.

Se observa en la tabla 22, que 7 de los casos seleccionados fueron estimados de manera correcta y 453 de manera incorrecta. Así, se evidencia un 98,5% de estimación correcta de modelo presentado.

**Tabla 23**

*Variables en la ecuación*

		<b>Variables en la ecuación</b>					
		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 0	Constante	4.170	0.381	119.869	1	0.000	64.714

**Tabla 24**

*Variables que no están en la ecuación*

		<b>Las variables no están en la ecuación</b>			
		Puntuación	gl	Sig.	
Paso 0	Variables	Dummy de sexo	0.104	1	0.747
		Dummy propietario	1.542	1	0.214
	Estadísticos globales	1.612	2	0.447	

## Bloque 1: Método = Entrar

**Tabla 25**

*Resumen del modelo*

<b>Historial de iteraciones<sup>a,b,c,d</sup></b>					
Iteración		Logaritmo de la verosimilitud -2	Coeficientes		
			Constante	Dummy de sexo	dummy propietario
Paso 1	1	150.629	1.951	-0.012	-0.134
	2	87.981	2.982	-0.037	-0.380
	3	73.644	3.767	-0.088	-0.784
	4	71.502	4.236	-0.159	-1.142
	5	71.401	4.377	-0.200	-1.254
	6	71.400	4.388	-0.205	-1.261
	7	71.400	4.388	-0.205	-1.261

a. Método: Entrar

b. La constante se incluye en el modelo.

c. Logaritmo de la verosimilitud -2 inicial: 72,487

d. La estimación ha terminado en el número de iteración 7 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

Fuente: Elaboración propia.

Se muestra que el valor -2LL respecto a anterior (tabla 21), muestra una disminución. Eso nos indica que el modelo muestra una mayor similitud a los datos utilizados.

**Tabla 26.**

*Prueba ómnibus de coeficientes de modelo*

<b>Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo</b>				
		Chi-cuadrado	gl	Sig.
Paso 1	Paso	1.087	2	0.581
	Bloque	1.087	2	0.581
	Modelo	1.087	2	0.581

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 27***Resumen del modelo*

<b>Resumen del modelo</b>			
Paso	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	71,400 <sup>a</sup>	0.002	0.016

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 7 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

Prueba de bondad de ajuste.

Ho: El modelo es bueno

P=0,016 < 0,05 Se rechaza la Ho

El modelo presentado no es bueno.

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 28***Prueba de Hosmer y Lemeshow*

<b>Prueba de Hosmer y Lemeshow</b>			
Paso	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	0.302	1	0.583

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 29.***Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow*

<b>Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow</b>						
		Dumy Y Empresa = ,00		Dumy Y Empresa = 1,00		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	1	1.000	20	20.000	21
	2	4	3.336	218	218.664	222
	3	2	2.664	215	214.336	217



Paso 1 <sup>a</sup>	Dummy de sexo	-0.205	0.773	0.070	1	0.791	0.815	0.179	3.705
	dummy propietario	-1.261	1.107	1.296	1	0.255	0.283	0.032	2.484
	Constante	4.388	0.594	54.510	1	0.000	80.458		

a. Variables especificadas en el paso 1: Dummy de sexo, dummy propietario.

Se observa que el nivel de significancia de las variables es mayor a 0,05, demostrando que el género del propietario de las empresas no ha tenido mayor influencia en el nivel de ventas durante la pandemia. Además, el Exp(B) entre ambas variables no presenta una gran diferencia. Aun así, muestra que una mujer haya sido propietaria de alguna empresa durante tiempo de COVID-19, lo que ha tenido 0,815 veces más la probabilidad de haber alcanzado un mayor nivel de ventas.

**Tabla 32**

*Matriz de correlaciones*

<b>Matriz de correlaciones</b>				
		Constante	Dummy de sexo	Dummy propietario
Paso 1	Constante	1.000	-0.722	-0.203
	Dummy de sexo	-0.722	1.000	-0.074
	Dummy propietario	-0.203	-0.074	1.000

Fuente: Elaboración propia.

## Bloque 2: Método = Entrar

**Tabla 33**

*Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo*

<b>Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo</b>				
		Chi-cuadrado	gl	Sig.
Paso 1	Paso	13.890	4	0.008
	Bloque	13.890	4	0.008
	Modelo	14.977	6	0.020

El P-valor= 0,020 < 0,05 Tiene sentido introducir las variables.

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 34***Resumen del modelo*

<b>Resumen del modelo</b>			
Paso	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	57,510 <sup>a</sup>	0.032	0.220

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.

Prueba de bondad de ajuste.

Ho: El modelo es bueno

P=0,220 > 0,05 No se puede rechazar la Ho

Fuente: Elaboración propia.

El modelo presentado es bueno.

**Tabla 35***Prueba de Hosmer y Lemeshow*

<b>Prueba de Hosmer y Lemeshow</b>			
Paso	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	1.169	6	0.978

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 36***Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow*

<b>Tabla de contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow</b>						
		Dumy Y Empresa = ,00		Dumy Y Empresa = 1,00		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	3	2.690	17	17.310	20
	2	1	1.751	96	95.249	97
	3	2	1.675	105	105.325	107
	4	1	0.542	65	65.458	66
	5	0	0.342	53	52.658	53
	6	0	0.000	41	41.000	41
	7	0	0.000	46	46.000	46
	8	0	0.000	30	30.000	30

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 37**

*Tabla de clasificación*

Observado		Tabla de clasificación <sup>a</sup>							
		Pronosticado							
		Casos seleccionados <sup>b</sup>				Casos no seleccionados <sup>c,d</sup>			
		Dumy Y Empresa		Porcentaje correcto		Dumy Y Empresa		Porcentaje correcto	
		,00	1,00			,00	1,00		
Paso 1	Dumy Y Empresa	,00	1	6	14.3	0	60		0.0
		1,00	0	453	100.0	1	356		99.7
Porcentaje global				98.7				85.4	

a. El valor de corte es ,500

b. Casos seleccionados Dicotómica de ventas (X Variable) EQ 1

c. Casos no seleccionados Dicotómica de ventas (X Variable) NE 1

d. Algunos de los casos seleccionados no están clasificados debido a que faltan algunos valores en las variables independientes o que hay variables categóricas con valores fuera del rango de los casos seleccionados.

Fuente: Elaboración propia.

El porcentaje pronosticado por el modelo es 98,7%.

**Tabla 38**

*Variables en la ecuación*

		Variables en la ecuación				95% C.I. para EXP(B)	
		B	Wald	gl	Sig.	Inferior	Superior
Paso 1 <sup>a</sup>	Mujer empresaria	-0.145	0.030	1	0.863	0.166	4.502
	Propietario	-0.541	0.152	1	0.697	0.038	8.855
	Demanda de servicios	17.173	0.000	1	0.996	0.000	

Programa Fondo de apoyo empresarial a la MYPE (FAE MYPE)	-1.678	1.760	1	0.185	0.016	2.228
Programa Reactiva Perú	-0.895	0.626	1	0.429	0.045	3.753
Programa Arranca Perú	-2.162	3.128	1	0.077	0.010	1.264
Constante	5.036	19.134	1	0.000		

a. Variables especificadas en el paso 1: H, 12. ¿A qué programas y medidas de incentivo y/o reactivación del Gobierno ha accedido o piensa acceder la empresa? Programa fondo de apoyo empresarial a la mype (FAE MYPE), 12. ¿A qué programas y medidas de incentivo y/o reactivación del Gobierno ha accedido o piensa acceder la empresa? Programa Reactiva Perú, 12. ¿A qué programas y medidas de incentivo y/o reactivación del Gobierno ha accedido o piensa acceder la empresa? Programa Arranca Perú.  
Fuente: Elaboración propia.

Se observa que el nivel de significancia de la variable Programa Arranca Perú es el más cercano al valor 0,05, demostrando que programa ha tenido mayor influencia en la operatividad y supervivencia de las empresas, y por ende en su nivel de ventas durante la COVID-19.

#### 4.5 Comprobación de hipótesis (discusión)

En la presente investigación, se analizó y determinó que, efectivamente, la COVID-19 tuvo un impacto en las empresas peruanas durante el 2020, viéndose corroborado en los resultados obtenidos en los análisis descriptivos y estadísticos realizados.

A causa de la pandemia, el sector empresarial fue uno de los más golpeados y afectados por la COVID-19, viéndose obligadas al punto de tener que cesar sus actividades. De acuerdo con los resultados obtenidos, la cuarta parte de las empresas, en el caso de las que se encontraban en Lima Metropolitana, pasó a un estado de inoperatividad, es decir, no lograron afrontar los problemas causados a la COVID-19. Esto guarda relación con lo manifestado por Rodríguez *et al.* (2020) en su trabajo de investigación “El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19”, en el cual sostienen que en Ecuador el papel de las Mipymes es trascendental en su economía, pero a causa del confinamiento cerca del 70% de sus actividades económicas de las áreas comerciales, de servicios, manufactura y agricultura fueron paralizadas siendo 432 empresas que fueron canceladas.

En el ámbito de ventas, durante la pandemia, se vivió un ambiente de incertidumbre donde las ventas de distintos sectores se vieron fuertemente afectadas. Acorde con los resultados obtenidos, más de la mitad de las empresas encuestadas que se encontraban operativas presentaron una disminución en su nivel de ventas. Lo mencionado está ligado a lo mencionado por Dulanto y Osore (2020) en su trabajo de investigación “Impactos y efectos de una pandemia global en las principales cadenas hoteleras peruanas en el año 2020”, en el cual mencionaron que el sector hotelero ha tenido un alto porcentaje de pérdidas económicas y la disminución de ventas es nombrado el mayor efecto dejado por el COVID-19 en el hotel.

La pandemia nos introdujo en un escenario de incertidumbre donde las empresas se vieron en la necesidad de adaptarse a la nueva forma de consumo de las personas que se volvió más digital. Conforme a los resultados obtenidos, las empresas operativas encuestadas manifestaron que optaron por venta de manera online, delivery principalmente y alguna de ellas si optaron por seguir vendiendo presencialmente. Esto guarda relación con lo mencionado por Jones *et al.* (2013), en su trabajo “Adopción del comercio electrónico en Micro, Pequeñas y Medianas empresas comerciales y de servicios de Córdoba, Argentina”, en el que muestran que las empresas del sector comercio y servicios, ya poseen con sitio web transaccional donde denotan mayor adaptación a otras maneras digitales de vender. De igual manera, se asemeja por lo aseverado por Segovia (2020) en su trabajo de investigación “Innovación empresarial de Pymes en tiempo de pandemia”, en el que mencionan que, a causa de la coyuntura vivida, el marketing digital se ha convertido en una herramienta para la innovadora y volver más competitivo a las empresas, siendo el delivery la forma de venta a la que se dio mayor énfasis las empresas de comida; asimismo, las compras online tuvieron un gran rol como forma de venta ya que muchos optaron por cambiar a sus costosas tiendas físicos por tiendas digitales evitándoles mayores gastos y ayudándoles a afrontar la coyuntura vivida. Asimismo, se encuentra ligado con lo mencionado por Rodríguez *et al.*, en su trabajo “El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19”, mencionan que debido a la Covid-19 generó un cambio dramático en la forma de comercializar cambiando el comercio tradicional por el e-commerce, mostrando un incremento en el nivel de ventas en línea que pasaron de generar 1.600 millones en 2019 y solo en los meses de marzo y mayo en 2020 unos 500 millones en el país de Ecuador.

De los problemas presentados en las empresas a causa de la pandemia, la disminución

de la demanda ha sido el principal debido a las medidas de restricción social emitidas por el gobierno. También los altos costos en seguridad sanitaria que eran necesarias a causa de la coyuntura, paralización productiva, desabastecimiento de materias primas e insumos, trabajadores que se enfermaron por la COVID-19, entre otros. Esto guarda relación con lo mencionado por Mendoza (2020) en su trabajo de investigación “Impacto económico por Covid-19 en el primer semestre del 2020 a Mypes de Lima Metropolitana”, donde se menciona que la disminución de clientes y la disminución de proveedores fueron los principales problemas presentados, también el de tener una producción y capital de trabajo limitado.

Asimismo, lo manifestado por Dulanto y Osoreo (2020) en su trabajo de investigación en “Impactos y efectos de una pandemia global en las principales cadenas hoteleras peruanas en el año 2020”, mencionan que los mayores problemas presentados a causa de la pandemia en el sector hotelero fue la baja demanda de huéspedes, la existencia de la gran cantidad de protocolos sanitarios implementados y pérdidas económicas.

En el marco de la crisis sanitaria, los empleadores adoptaron diversas medidas laborales donde la principal fue la flexibilización de los horarios de trabajo, la reducción de las horas de trabajo, la no renovación de contratos de trabajo, adelanto de vacaciones, reducción de remuneraciones, la emisión de licencia sin goce de haber, de la suspensión perfecta de labores, entre otros. Esto guarda relación con lo mencionado por Mendoza (2020), en su trabajo “Impacto económico por Covid-19 en el primer semestre del 2020 a Mypes de Lima Metropolitana”, ya que manifiesta que la reducción o despido de personal es un efecto que se consideró muy importante, también la disminución de horas de trabajo.

El COVID-19 afectó de manera directa a las empresas, generando severos problemas más a causa del confinamiento social donde las actividades comerciales se paralizaron, originando mayor crisis económica, ocasionándoles severos problemas financieros principalmente la falta de liquidez para la compra de materiales, pagar a proveedores y pagar las remuneraciones; dificultad en la cobranza a clientes, problemas para el pago de préstamos, entre otros. Esto guarda relación a lo encontrado por Rodríguez *et al.* (2020), en su trabajo “el e-commerce y las MiPymes en tiempos de Covid-19”, donde mencionan que Ecuador el 70% de sus actividades económicas quedaron paralizadas por la pandemia, causando una crisis económica ocasionando diversos problemas sobre todo la falta de liquidez que trajo como efecto el cierre de muchas empresas.

De igual manera, se asemeja con lo mencionado por Graneros (2020) en su trabajo de

investigación “Innovación empresarial de pymes en tiempo de pandemia”, donde manifiestan que la pandemia afectó la liquidez en las pymes y que, debido a su tamaño, ha sufrido más por ello, también debido a que pararon muchas de sus operaciones, las disposiciones sanitarias impuestas y la falta de clientes.

Para atender la situación y se mitiguen los efectos generados por la pandemia, el Gobierno implementó programas y medidas de ayuda para las empresas, siendo el programa Reactiva Perú. La mayoría de las empresas accedieron, luego a los mayores plazos de pago para deudas tributarias, aplazamiento y/o fraccionamiento en deudas tributarias, a la ampliación de plazos para perdidas tributarias, acceso al programa Fondo de apoyo empresarial a la MYPE, entre otros. Esto guarda relación con lo encontrado por Mendoza (2020) en su trabajo “Impacto económico por Covid-19 en el primer semestre del 2020 a mypes de Lima Metropolitana”, donde menciona que el crédito brindado por del programa Reactiva Perú del Gobierno ayuda, pero de manera parcial a las problemáticas que les tocaba enfrentar.

Por otro lado, a pesar de que el gobierno haya implementado programas y medidas para afrontar el impacto del COVID-19, hay cierto sector de empresas operativas que no llegaron acceder a ellos por diversas razones. Entre ellos, los requisitos y/o trámites excesivos que fue encontrado como el mayor motivo por el que la mayoría de los empresarios no concretaron su proceso, seguido por el desconocer los programas, el no necesitar / no requerirlos, no saber cómo acceder a ellos, no eran suficientes medidas, el costo elevado de implementación, no se ajustaban a las necesidades y otros motivos. Esto guarda relación con lo encontrado por López y Malpica (2020) en su trabajo “Análisis de las oportunidades para la transformación digital de las MiPymes Boyacenses en tiempos de pandemia (COVID-19), donde manifiestan que encontraron que una parte mayoritaria de empresarios manifestaron desconocimiento de los programas y otro grupo que no tenían información suficiente, evidenciando una incorrecta manera de informar a la población.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES**

#### **Primera conclusión**

La presente tesis de investigación tuvo como objetivo el determinar el impacto de la COVID-19 en la gestión de las empresas peruanas durante el 2020, brindando así una nueva manera de comprender el contexto vivido.

Por ello, las preguntas planteadas para la presente investigación se dedujeron de la revisión bibliográfica amplia que permite analizar de manera conjunta los impactos sufridos por las empresas en distintos aspectos. La implementación tecnológica en los procesos de las empresas, ya se venía dando a paso lento y que con la llegada del COVID-19 el proceso se vio acelerado, la tecnología fue la herramienta más importante para afrontar y sobrevivir a la coyuntura que se vivía. Martínez (2021) y Encina (2018) coinciden en que la tecnología que se ha sido un medio para afrontar y subsistir durante la pandemia y no llegar al punto de tener que cerrar, y no solo ello sino el volverse mas competitivas en el mercado mirando al futuro. Asimismo, la tecnología digital es vista y ha sido usada como un camino tomado por las empresas para acercarse a nuevos mercados que por la coyuntura cambió el modo de consumo de las personas. Garamende y Martinez (2021), Tello *et al.* (2020) y Bohórquez y Robles (2021) coinciden con que la tecnología, en el plano digital, les ha ayudado a crear mejores maneras de publicitar sus negocios y productos digitalmente así teniendo un mayor alcance en la población, incidiendo en que su nivel de ventas aumente.

Por el otro lado, el gobierno no solo promulgó programas de ayuda para las empresas, sino también leyes de apoyo como la Ley N.º 28015, Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (2003); Ley N.º 30309, Ley que promueve la Investigación Científica,

Desarrollo Tecnológico e Innovación Tecnológica. (2015); D.U N.º 019-2021 y el D.U N.º 029-2020, medidas complementarias destinadas al financiamiento de la micro y pequeña empresa y otras medidas para la reducción del impacto del covid-19 en la economía peruana. Y el D.L N.º 1455: que crea el Programa Reactiva Perú para asegurar la continuidad en la cadena de pagos ante el impacto del COVID-19.

### **Segunda conclusión**

El análisis causal – explicativa, de este trabajo de investigación, permite entender la influencia de los factores en la incidencia del impacto del COVID-19 en las empresas peruanas durante el año 2020.

Por ello, las empresas de Lima y Callao forman parte de la base de datos que fue recopilada durante el mes de julio del 2020, obtenidas de la encuesta “Encuesta de opinión sobre el impacto del COVID-19 en las empresas” por el Instituto Nacional de Estadística e Informática del 2020.

### **Tercera conclusión**

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta, se sabe que más de la mitad de las empresas (75,5%) se encontraban operativas, de las cuales el 67,4% de las empresas presentaron una disminución en sus ventas lo cual responde a nuestra pregunta de investigación, y cuyos resultados se asemejan a la realidad vivida donde aquellas que si lograron sobrevivir tuvieron que adaptarse e implementar nuevas medidas de trabajo y venta.

### **Cuarta conclusión**

La recuperación económica es un proceso que a las empresas sobre todo a las de menor tamaño les va a tomar más tiempo recuperarse en especial el nivel de ventas antes de la pandemia. De acuerdo con los resultados obtenidos por la encuesta, el 49% de las empresas operativas estima que demorará de 6 a 12 meses el recuperar su nivel de ventas que tenían antes del COVID-19. Además, estiman (39%) que le tomará al país de 6 a 12 meses en reactivarse económicamente. Dichos resultados comparados con la realidad se muestran les está tomando mayor cantidad de tiempo, aun en el 2023 se puede hablar de que el crecimiento sigue bien

encaminado, pero presentando niveles bajos a comparación de años anteriores a la pandemia.

### **Quinta conclusión**

De acuerdo con los resultados de la tabla 38, se determinó que el nivel de significancia de la variable programa Arranca Perú es el más cercano al valor 0,05 con un valor de 0,077, demostrando que programa ha tenido mayor influencia en la operatividad y por ende en su nivel de ventas de las empresas durante la COVID-19.

Aun así, dicha influencia ha valido mas para la supervivencia de las empresas y de sus operarios que pudieron acceder al programa mencionado u otros brindados por el Gobierno, debido a que la mayoría de ellas eran del sector mypes viéndose más afectadas y cuya ayuda económica por el contexto que se vivía no solo sirvió para poder seguir ofreciendo sus servicios y/o productos sino también para el día a día de sus familias. Ello lo determina porque muchas empresas sobre todo del sector son empresas familiar dependientes de sus negocios.

## **RECOMENDACIONES**

### **Primera recomendación**

El Estado, durante la pandemia ha brindado a la población diversos programas de ayuda económica, lo cual fue muy necesario. Aun así, hubo muchas empresas que no llegaron a acceder a ellos debido a procesos muy complicado y falta de conocimiento. Por ello, los procedimientos legales deberían ser más accesibles, eficientes, sobre todo transparentes. Asimismo, la promoción de los beneficios otorgados sea transmitidos con mayor eficiencia y a través del uso de más canales de comunicación llegar a toda la población.

El sistema de salud del Perú aún demuestra deficiencia y vulnerabilidad si se llegase a presentar una situación como la vivida, incluso cuando el secretario general de la ONU hace llamado a la humanidad de tener un sistema de atención primaria de salud fortalecido para evitar colapsos. Por ello, el Gobierno tiene que realizar mayor inversión en el sector salud para la construcción de centros de salud de localidades alejadas e implementarlos eficientemente de equipos, ser transparentes en dichas gestiones para el bien de la población.

### **Segunda recomendación**

Se ha demostrado que la implementación tecnológica es una herramienta necesaria para el crecimiento empresarial y expansión en el mercado donde el modo de consumo ha evolucionado. Por ello, la promoción de estrategias para su digitalización debe ser fundamental. De igual manera, la capacitación a los empresarios sobre todo a los del sector mipymes que cuentan con pocos accesos en varias situaciones limitados.

### **Tercera recomendación**

Implementar herramientas tecnológicas no es suficiente, si las personas que le darán uso no cuentan con el conocimiento básico. Por ello, las instituciones deben dar información necesaria para comprender el manejo, realizar capacitaciones tanto para docentes y estudiantes para comprender el uso de las plataformas digitales y cómo afrontar las diferentes situaciones que se puede generar por su uso.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aibar, E. (2019). Revoluciones industriales: un concepto espurio. *Oikonomics* (12), 1-8.  
doi:<https://doi.org/10.7238/o.n12.1909>
- Azuara, O., Fazio, M., Hand, A., Keller, L., Rodríguez, C. & Silva, M. (2020). *BID*.  
doi:<http://dx.doi.org/10.18235/0002646>
- Banco Mundial. (2021). *Cómo la COVID-19 (coronavirus) afecta a las empresas en todo el mundo*.  
[https://www.bancomundial.org/es/news/infographic/2021/02/17/how-covid-19-is-affecting-companies-around-the-world#:~:text=Febrero%2017%2C%202021-,C%3%B3mo%20la%20COVID%2D19%20\(coronavirus\)%20afecta%20a%20las,empresas%20en%20todo%20el%20mundo&text=Casi%20un](https://www.bancomundial.org/es/news/infographic/2021/02/17/how-covid-19-is-affecting-companies-around-the-world#:~:text=Febrero%2017%2C%202021-,C%3%B3mo%20la%20COVID%2D19%20(coronavirus)%20afecta%20a%20las,empresas%20en%20todo%20el%20mundo&text=Casi%20un)
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (3 de abril de 2020). *Los anuncios de China y Corea para reactivar su economía después del Coronavirus*. Observatorio Parlamentario.  
<https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/anuncios-economicos-china-surcorea-covid-19>
- BID. (2022). *Banco Interamericano de Desarrollo*. <https://www.iadb.org/es/acerca-del-bid/tecnologia-y-desarrollo%2C6210.html>
- BID. (2022). *Ciencia y tecnología*. <https://www.iadb.org/es/sectores/ciencia-y-tecnologia/perspectiva-general>
- Bohórquez, M. & Robles, I. (2021). *La transformación digital como mecanismo para la sostenibilidad de las pymes en Colombia durante la pandemia del Covid-19*.  
<https://hdl.handle.net/10983/25635>
- Cabezas, C. (2020). Pandemia de la COVID-19: tormentas y retos. *Rev. Peru Med. Exp. Salud Publica*, 37(4), 603-604. doi:<https://doi.org/10.17843/rpmesp.2020.374.6866>
- Cámara Peruana de Comercio Electrónico. (2021). *Impacto del COVID-19 en el comercio electrónico en Perú y perspectivas al 2021*. Reporte oficial de la Industria Ecommerce en

Perú, CAPECE. <https://www.capece.org.pe/wp-content/uploads/2021/03/Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021.pdf>

Campines, F. & González, T. (2021). Comercio electrónico como estrategia de venta de la administración empresarial en tiempos de pandemia del COVID-19. *Revista Científica Guacamaya*, 5(2), 58-71.

<https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/guacamaya/article/view/2058>

Cathles, A., Suaznabar, C., & Vargas, F. (J 2022). *Radiografía de la transformación digital en las firmas de América Latina y el Caribe*. BID. doi:<http://dx.doi.org/10.18235/0004328>

Cepal. (2021). *La Inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe 2021*. Informe Anual. [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47147/S2100319\\_es.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47147/S2100319_es.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Chillinquinca Ponce, C. F. (2020). *Adopción de tecnologías de información y comunicación (TIC) como herramientas de crecimiento económico en las pymes del sector manufacturero del cantón Antonio Ante*. Trabajo de grado p, Universidad Técnica del Norte.

<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11314>

Comisión Europea. (2020). *Apoyo al empleo juvenil - Un puente hacia al empleo para la próxima generación*. [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/economy-works-people/youth-employment-support\\_es](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/economy-works-people/youth-employment-support_es)

Comisión Europea. (2020). *Plan de acción del pilar europeo de derechos sociales*. [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/economy-works-people/jobs-growth-and-investment/european-pillar-social-rights/european-pillar-social-rights-action-plan\\_es](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/economy-works-people/jobs-growth-and-investment/european-pillar-social-rights/european-pillar-social-rights-action-plan_es)

Comisión Europea. (2020). *SURE*. [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/sure\\_factsheet\\_es.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/sure_factsheet_es.pdf)

Congreso de la República. (2014). *Ley N.º 30254*.

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/356704/NORMA\\_1887\\_LEY\\_N\\_\\_30254.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/356704/NORMA_1887_LEY_N__30254.pdf)

?v=1567031095

Congreso de la República. (2015). *Ley N.º 30309*.

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1066464/Ley\\_30309.pdf?v=1596051992](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1066464/Ley_30309.pdf?v=1596051992)

D.L N.º 1455. (06 de abril de 2020). *MTPE*.

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1291510/COMPENDIO%20DE%20NORMAS%20LABORALES%20DE%20LA%20MYPE%20PARA%20AFRONTAR%20LA%20PROPAGACION%20DEL%20COVID-19\\_NV.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1291510/COMPENDIO%20DE%20NORMAS%20LABORALES%20DE%20LA%20MYPE%20PARA%20AFRONTAR%20LA%20PROPAGACION%20DEL%20COVID-19_NV.pdf)

D.S. N.º 009-2015-TR. (2013). Ley N.º 30036, Ley que regula el teletrabajo. *El Peruano*.

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-de-la-ley-n-30036-decreto-supremo-n-009-2015-tr-1307067-3/>

D.U. N.º 029-2020. (20 de marzo de 2020). *MTPE*.

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1291510/COMPENDIO%20DE%20NORMAS%20LABORALES%20DE%20LA%20MYPE%20PARA%20AFRONTAR%20LA%20PROPAGACION%20DEL%20COVID-19\\_NV.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1291510/COMPENDIO%20DE%20NORMAS%20LABORALES%20DE%20LA%20MYPE%20PARA%20AFRONTAR%20LA%20PROPAGACION%20DEL%20COVID-19_NV.pdf)

Datum Internacional. (2020). *Emprendedores en contexto COVID-19*.

[https://www.datum.com.pe/new\\_web\\_files/files/pdf/Estudio%20Emprendedor%20COVID-19%20-v3\\_220405035510.pdf](https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Estudio%20Emprendedor%20COVID-19%20-v3_220405035510.pdf)

Decreto de urgencia N.º 019-2021. (12 de febrero de 2021). *Poder Ejecutivo*.

<https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-de-urgencia-que-dicta-medidas-complementarias-destin-decreto-de-urgencia-n-019-2021-1927409-1>

Dulanto, A. (2020). *Impactos y efectos de una pandemia global en las principales cadenas hoteleras peruanas en el año 2020*. Trabajo de investigación, Universidad San Ignacio de Loyola.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/e85a29fb-a918-49eb-b071-390b24c1118b/content>

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *Economía circular*.

<https://archive.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/concepto>

Encina, M. (2018). *Adopción del comercio electrónico en micro, pequeñas y medianas empresas de Bahía Blanca, Argentina: un análisis exploratorio*. Tesis de Maestría, Universidad

Tecnológica Nacional. <http://hdl.handle.net/20.500.12272/4468>

Garamende, A. & Martínez, D. (2021). *Influencia del marketing digital en las ventas de las mypes de comercio al por menor en Gamarra durante el último trimestre del 2020*.

<http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/16569>

IBM. (s.f.). *¿Qué es la Industria 4.0?* <https://www.ibm.com/pe-es/topics/industry-4-0>

IMD. (2020). *IMD World Competitiveness Center*.

INEI. (2021). *Encuesta mensual del Sector Servicios*. Informe Técnico, Instituto Nacional de Estadística e Informática.

[https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin\\_servicios\\_dic20.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_servicios_dic20.pdf)

Institución Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Demografía empresarial en el Perú*. Informe Técnico.

[https://m.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin\\_demografia\\_empresarial\\_3.pdf](https://m.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_3.pdf)

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). *Producto bruto interno trimestral*. Informe Técnico. <https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-pbi-iv-trim-2020.pdf>

Ipsos. (21 de marzo de 2020). *Encuesta de Opinión: Cuarentena COVID-19*.

[https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-03/encuesta\\_de\\_opinion\\_-\\_cuarentena\\_covid-19.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-03/encuesta_de_opinion_-_cuarentena_covid-19.pdf)

Ley N.º 30309. (2015). *Congreso de la República*. <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/886802-30309>

Ley N.º 31250. (2 de julio de 2021). *Congreso de la República*. Ley del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (Sinacti). <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/ley->

del-sistema-nacional-de-ciencia-tecnologia-e-innovacion-ley-n-31250-1968664-1

López, E. & Malpica, A. (2021). *Análisis de las oportunidades para la transformación digital de las MiPymes boyacenses en tiempos de pandemia (COVID-19)*.

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/32002/2021vanesal%c3%b3pez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Martínez, C. (2021). *Estudio del impacto de la adquisición tecnológica en tiempos de COVID-9, en las pymes de servicio*. Trabajo de titulación, Universidad de Guayaquil. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/59104>

Mendoza, L. (2020). *Impacto económico en el primer semestre del 2020 a mypes de Lima Metropolitana*. Trabajo de Investigación, Universidad San Ignacio de Loyola.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/65a0745a-16fd-419f-9c49-5da252be3745/content>

Ministerio de la Producción. (2021). 2020 Diciembre: Grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas. *Boletín de Comercio Interno*.

<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oee-documentos-publicaciones/boletines-comercio-interno/item/953-2020-diciembre-grandes-almacenes-supermercados-y-tiendas-especializadas>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2021). Impacto de la crisis sanitaria por la COVID-19 en el sector formal privado de Perú. *Boletín de Economía Laboral*, 49.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2035054/BEL%2049%20Impacto%20del%20COVID19.pdf>

MTPE. (2021). *Situación del empleo en 2020*. Informe trimestral del mercado laboral.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1795315/Reporte%20de%20empleo%201T%202021.pdf?v=1618078052>

Naciones Unidas. (2020). *Informe de políticas: Las repercusiones de la COVID-19 en Asia*

*Sudoriental*. [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/impact\\_of\\_covid-19\\_on\\_southeast\\_asia\\_spanish.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/impact_of_covid-19_on_southeast_asia_spanish.pdf)

OECD. (2020). *COVID-19 en América Latina y el Caribe: Panorama de las respuestas de los gobiernos a la crisis*. The Organization for Economic Cooperation and Development. [https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=132\\_132868-3ikx3m7ikl&title=Covid-19-en-America-Latina-y-el-Caribe-panorama-de-las-respuestas-de-los-gobiernos-a-la-crisis](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=132_132868-3ikx3m7ikl&title=Covid-19-en-America-Latina-y-el-Caribe-panorama-de-las-respuestas-de-los-gobiernos-a-la-crisis)

Organización Mundial del Comercio. (2023). *Comercio electrónico*. [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/minist\\_s/mc12\\_s/briefing\\_notes\\_s/bfecom\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/minist_s/mc12_s/briefing_notes_s/bfecom_s.htm)

RAE. (2021). *Real Academia Española*. <https://dle.rae.es/tecnolog%C3%ADa>

Ramírez, E. (2020). *El comportamiento del consumidor y el comercio electrónico en los tiempos de COVID-19 en Chorrillos - Lima 2020*. [Trabajo de Investigación, Universidad César Vallejo]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81031/B\\_Ram%c3%adrez\\_AE-A-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81031/B_Ram%c3%adrez_AE-A-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rodríguez, K., Ortiz, O., Quiroz, A. & Parrales, M. (2020). El e-commerce y las mipymes en tiempos de Covid-19. *Revista Espacios*. doi:10.48082/espacios-a20v41n42p09

Suárez, T. (2018). Evolucion del marketing 1.0 al 4.0. *Redmarka. Revista de Marketing*, 1(022), 209-227. doi:<https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.022.4943>

Sunat. (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Tello, J. D., Nizama, M., Huamán, B. & Vargas, J. (2020). *Impacto de los canales de comercialización online en tiempos del COVID-19*. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.1.2020.1531>

## ANEXOS

**Anexo 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA – PLAN DE TESIS**

**TÍTULO: INFLUENCIA DE LA COVID-19 EN EL USO DE TECNOLOGÍA EN LA MODALIDAD DE VENTAS DE LAS MIPYMES EN EL PERÚ, 2020-2021**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES E INDICADORES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<p><b>1. INTERROGA NTE PRINCIPAL</b></p> <p>¿De qué manera ha influido la COVID-19 en el uso de tecnologías en la modalidad de ventas en las Mipymes peruanas 2020-2021?</p> <p><b>2. INTERROGANTES ESPECÍFICAS</b></p> <p>a) ¿Cuán importante ha sido la implementación de herramientas como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 tecnológicas en las mipymes?</p> <p>b) ¿Cómo influyó la implementación de tecnología como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en la demanda del servicio de las mipymes?</p>	<p><b>1. OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar la influencia de la COVID-19 en las mipymes por el uso de herramientas digitales en su modalidad de ventas, 2020-2021.</p> <p><b>2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>a) Identificar la importancia de la implementación de herramientas tecnológicas como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las mipymes, 2020-2021.</p> <p>b) Determinar el nivel de influencia a causa de la implementación de tecnología en la demanda del servicio como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las mipymes, 2020-2021.</p>	<p><b>1. HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p>El uso de herramientas tecnológicas ha influido de manera positiva en la modalidad de venta de las mipymes peruanas.</p> <p><b>2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <p>a) La implementación de herramientas tecnológicas influye positivamente como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las mipymes.</p> <p>b) La implementación de tecnología influye de manera positiva en la demanda del servicio como medida para afrontar la pandemia causada por la COVID-19 en las mipymes.</p>	<p><b>TECNOLOGÍA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad instalada operativa.</li> </ul> <p><b>COVID-19</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estado de operatividad debido al impacto del COVID-19.</li> <li>- Comportamiento de sus ventas debido al impacto del COVID 19.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Tipo de investigación</b></li> <li>Investigación básica de tipo cuantitativa</li> <li>- <b>Diseño de la investigación</b></li> <li>- Causal</li> <li>- Explicativa</li> <li>- <b>Ámbito de estudio</b></li> <li>Fue realizada en el Perú en el mes de julio de 2020.</li> <li>- <b>Población</b></li> <li>Empresas del área metropolitana de las ciudades de Lima, Arequipa, Piura y Trujillo.</li> <li>- <b>Muestra</b></li> <li>Fueron 2 354 empresas.</li> <li>- <b>Técnicas de recolección de datos</b></li> <li>Encuesta</li> <li>- <b>Instrumentos</b></li> <li>Cuestionario</li> </ul>

## Anexo 2. Encuesta INEI 2020



## ENCUESTA SOBRE EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LAS EMPRESAS DE LIMA METROPOLITANA

Decreto Legislativo N.º 604 Ley de Organización y Funciones del INEI.  
Decreto Supremo N.º 043- 2001-PCM del Secreto Estadístico y Confidencialidad de la Información.

### I. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

A. UBICACIÓN GEOGRÁFICA		Cód.
1. Departamento:		
2. Provincia:		
3. Distrito:		

4. Dirección de la empresa donde desarrolla su actividad económica: (Para tipo de vía seleccione sólo un código)

Tipo de vía: Avenida.....1 Calle.....2 Jirón.....3 Pasaje.....4 Carretera.....5 Otro.....6

Nombre de vía	Puerta N.º	Block	Int.	Piso	Mz.	Lote	km.

5. Referencia de la dirección:	
--------------------------------	--

### II. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

1. N.º de RUC:	2. Razón social o apellidos y nombres del propietario:

3. Nombre comercial de la empresa:	
------------------------------------	--

4. Año de inicio de funcionamiento:	5. Página web:	6. Correo electrónico:	7. Teléfono fijo:	8. Teléfono móvil:

9. Tipo de organización jurídica de la empresa:	Persona natural ..... 1    Sociedad anónima cerrada ..... 4    Otro ..... 7 Sociedad anónima ..... 2    Sociedad comercial de responsabilidad limitada .. 5    (Especifique) Sociedad anónima abierta ... 3    Empresa individual de responsabilidad limitada ... 6
---	---

10. Actividad económica principal que realiza la empresa  <input style="width: 100%;" type="text"/>  <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: flex; align-items: center;"> <span style="margin-right: 5px;">Código CIU</span> <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/> </div>	11. Como consecuencia del COVID-19, ¿su empresa se encuentra operativa?  Sí ..... 1 No ..... 2 → <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Pase a SECCIÓN III</span>	12. A causa del COVID-19, ¿su empresa ha cambiado o desarrolla otra actividad económica?  Sí ..... 1 No ..... 2
---	--	--

### III. DATOS DEL/DE LA INFORMANTE

1. Nombres y apellidos del/de la informante de la empresa:

2. Sexo:	Mujer ..... 1 Hombre ... 2	3. Cargo:	Propietario ..... 1    Gerente general ..... 3    Otro (Especifique) ..... 5 Administrador ..... 2    Contador ..... 4
----------	-------------------------------	-----------	---

4. Correo electrónico:	5. Teléfono móvil:	6. Teléfono fijo:

### RESULTADO DE LA ENCUESTA (para ser llenado al final de la encuesta)

Fecha	Día	Mes	Año	(*) CÓDIGOS DE RESULTADO		
				Completa ..... 1	Rechazo ..... 4	Otro (Especifique) ..... 7
				Incompleta ..... 2	Pendiente con cita ..... 5	
				Ausente ..... 3	Teléfono no existe ..... 6	
(*) Resultado				←		

OBSERVACIONES:	

## IV. IMPACTO DEL COVID-19 EN LA EMPRESA

A. PRODUCCIÓN	C. FINANZAS																													
<p><b>1. A causa del COVID 19, ¿su nivel de ventas...</b> (Lea la pregunta, cada una de las alternativas y seleccione solo un código)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Ventas</th> <th colspan="4">¿En qué porcentaje?</th> </tr> <tr> <th>Hasta 25%?</th> <th>De 26 a 50%</th> <th>De 51 a 75%</th> <th>De 76 a 100%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>...ha disminuido?..... 1</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>...ha aumentado?..... 2</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>...se mantiene?..... 3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>...no realizó ventas..... 4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Si la empresa declaró no estar operativa (código 2 de pregunta 11, sección 2) <b>FIN DE LA ENCUESTA</b></p>	Ventas	¿En qué porcentaje?				Hasta 25%?	De 26 a 50%	De 51 a 75%	De 76 a 100%	...ha disminuido?..... 1	1	2	3	4	...ha aumentado?..... 2	1	2	3	4	...se mantiene?..... 3					...no realizó ventas..... 4					<p><b>7. Como consecuencia del COVID-19, la empresa presenta problemas financieros como:</b> (Lea la pregunta, cada una de las alternativas y seleccione uno o más códigos)</p> <p>¿Difícil accesibilidad a créditos de sus proveedores? .. 1</p> <p>¿Financiar la compra de insumos o materia prima? .... 2</p> <p>¿Limitaciones para acceder a fuentes de financiamiento?..... 3</p> <p>¿Pagar remuneraciones del personal? ..... 4</p> <p>¿Pagar préstamos al sistema financiero? ..... 5</p> <p>¿Pagar a sus proveedores? ..... 6</p> <p>¿Cobro a sus clientes? ..... 7</p> <p>¿Otro? (Especifique)..... 8</p> <p>Ninguno..... 9</p>
Ventas		¿En qué porcentaje?																												
	Hasta 25%?	De 26 a 50%	De 51 a 75%	De 76 a 100%																										
...ha disminuido?..... 1	1	2	3	4																										
...ha aumentado?..... 2	1	2	3	4																										
...se mantiene?..... 3																														
...no realizó ventas..... 4																														
<p><b>2. Como consecuencia del COVID-19, ¿el nivel de capacidad operativa que viene utilizando la empresa es...</b> (Lea la pregunta, cada una de las alternativas y seleccione solo un código)</p> <p>...hasta de 25%? ..... 1</p> <p>...de 26 a 50%? ..... 2</p> <p>...de 51 a 75%? ..... 3</p> <p>...de 76 a 100%? ..... 4</p>	<p style="text-align: center;"><b>D. APRECIACIÓN Y EXPECTATIVA</b></p> <p><b>8. ¿En cuántos meses estima usted que la empresa volverá a los mismos niveles de producción o de normal funcionamiento?</b> (Lea la pregunta, espere la respuesta y seleccione solo un código)</p> <p>De 0 a 6 meses..... 1</p> <p>De 7 a 12 meses ..... 2</p> <p>De 13 a 18 meses..... 3</p> <p>De 19 a 24 meses..... 4</p> <p>Más de 24 meses ..... 5</p> <p>No se vio afectada ..... 6</p>																													
<p><b>3. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta la empresa por causa del COVID 19?</b> (Lea la pregunta, cada una de las alternativas y seleccione uno o más códigos)</p> <p>¿Problemas de abastecimiento de materias primas e insumos? ..... 1</p> <p>¿No hay producción a causa de la pandemia? ..... 2</p> <p>¿La empresa no está autorizada para producir en la emergencia?..... 3</p> <p>¿Los trabajadores dejaron de trabajar por enfermarse del COVID-19?..... 4</p> <p>¿Disminución de la demanda de sus productos o servicios?..... 5</p> <p>¿Pérdida de capital de trabajo?..... 6</p> <p>¿Altos costos para implementar planes de seguridad (personal y/o clientes)?..... 7</p> <p>¿Otro? (Especifique)..... 8</p> <p>NO TUVO PROBLEMAS ..... 9</p>	<p style="text-align: center;"><b>E. ACCESO A PROGRAMAS DEL GOBIERNO</b></p> <p><b>9. ¿A qué programas y medidas de incentivo y/o reactivación del Gobierno ha accedido la empresa?</b> (Lea la pregunta, cada una de las alternativas y seleccione uno o más códigos)</p> <p>¿Subsidio del 35% para los trabajadores que ganen hasta 1500 soles? ..... 1</p> <p>¿Suspensión perfecta de labores? ..... 2</p> <p>¿Determinación de pagos a cuentas del impuesto a la renta (suspender o modificar)?..... 3</p> <p>¿Facilidades de financiamiento a las mypes? ..... 4</p> <p>¿Mayores plazos de pago para deudas tributarias vencidas o por vencer? ..... 5</p> <p>¿Régimen especial de depreciación y modificación de plazos de depreciación?..... 6</p> <p>¿Plan Reactiva Perú? ..... 7</p> <p>¿Fondo de apoyo empresarial a la mype? ..... 8</p> <p>¿Giros afines o complementarios entre sí para el funcionamiento de actividades simultáneas? ..... 9</p> <p>¿Extensión del plazo de arrastre de pérdidas tributarias?..... 10</p> <p>¿Régimen de aplazamiento y/o fraccionamiento (RAF) de deudas tributarias?..... 11</p> <p>¿Otro? (Especifique)..... 12</p> <p>No accedió a ningún programa..... 13</p>																													
<p style="text-align: center;"><b>B. EMPLEO</b></p> <p><b>4. A causa del COVID 19, ¿del total de sus trabajadores, qué porcentaje se encuentra laborando entre los meses de marzo a mayo 2020?</b> (Lea la pregunta y cada una de las alternativas y seleccione solo un código)</p> <p>Hasta 25%? ..... 1</p> <p>De 26 a 50%? ..... 2</p> <p>De 51 a 75%? ..... 3</p> <p>De 76 a 100%?..... 4</p>	<p><b>10. ¿Por qué motivos no accedió a ningún programa de incentivo y/o reactivación brindada por el Gobierno?</b> (Lea la pregunta, cada una de las alternativas y seleccione uno o más códigos)</p> <p>¿No sabe cómo acceder? ..... 1</p> <p>¿Considera que son medidas innecesarias? ..... 2</p> <p>¿Demasiados trámites? ..... 3</p> <p>¿Requisitos muy excesivos?..... 4</p> <p>¿Los costos de implementación son muy elevados?..... 5</p> <p>¿La empresa está en proceso de adecuar los protocolos establecidos por el gobierno?..... 6</p> <p>¿Ninguno se ajusta a sus necesidades?..... 7</p> <p>¿No tiene conocimiento? ..... 8</p> <p>¿Otro? (Especifique)..... 9</p>																													
<p><b>5. ¿Cuáles son las modalidades y/o medidas que ha adoptado la empresa para las labores de sus trabajadores?</b> (Lea la pregunta, espere la respuesta y seleccione uno o más códigos)</p> <p>Trabajo presencial ..... 1</p> <p>Trabajo remoto ..... 2</p> <p>Trabajo mixto (Presencial y remoto)..... 3</p> <p>Flexibilidad de horarios ..... 4</p> <p>Bono extra por trabajo presencial..... 5</p> <p>Reducción de horas trabajadas..... 6</p> <p>Otro (Especifique) ..... 7</p>	<p style="text-align: center;"><b>FIN DE LA ENCUESTA</b></p>																													
<p><b>6. ¿La empresa considera adecuados los protocolos de salud y seguridad establecidos por el Gobierno a causa del COVID 19?</b></p> <p>Si ..... 1</p> <p>No..... 2</p>																														
<b>OBSERVACIONES:</b>																														

**Anexo 3. Modelo**