

Niveles de ventas durante el Covid-19 una revisión sistemática en microempresas en Latinoamérica

Sales levels during Covid-19 a systematic review in micro-businesses in Latin America

*MSc. Juan Alfredo Tuesta-Panduro^I, alfredo.tuesta@unas.edu.pe,
<https://orcid.org/0000-0002-1707-5143>;*

*MSc. Liliana Victoria Coronado-Chang^{II}, lilianacoronadochang@gmail.com,
<https://orcid.org/0000-0002-7050-4277>;*

*MSc. Clemente Pardo-Hidalgo^{III}, clepardo8@hotmail.com,
<https://orcid.org/0000-0001-9732-1465>;*

*MSc. Liz Sobeida Salirrosas-Navarro^{IV}, salirrosasliz@hotmail.com,
<https://orcid.org/0000-0002-2673-3312>*

^I Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú;

^{II} Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú;

^{III} Universidad Nacional de Ucayali, Ucayali, Perú;

^{IV} Universidad Cesar Vallejo, Perú

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo conocer el nivel de ventas durante el Covid 19 en las microempresas en Latinoamérica. Se utilizó como método la revisión sistemática siguiendo las directrices Prisma de los estudios en principales bases de datos. Los resultados señalan de forma categórica que las microempresas en Latinoamérica están al nivel de la exigencia en tiempo de crisis; reinventarse es la única opción que tienen, asimismo las nuevas tendencias del marketing y el perfil del microempresario frente a esta situación adversa son las enseñanzas que con el tiempo se irán perfeccionando. La revisión sistemática concluye que las microempresas en el futuro continuaron usando las redes sociales para su expansión y crecimiento.

Palabras clave: Niveles de venta, Microempresa, Latinoamérica, revisión sistemática.

Abstract

The objective of this study is to know the level of sales during Covid 19 in microenterprises in Latin America. A systematic review was used as a method, following the Prisma guidelines of the studies in the main databases. The results categorically indicated that micro-enterprises in Latin America are at the level of the requirement in times of crisis; reinventing themselves is the only option they have, also the new marketing trends and the profile of the micro-entrepreneur in the face of this adverse situation are the lessons that will be perfected over time. The systematic review concludes that microenterprises in the future continued to use social networks for their expansion and growth.

Keywords: Sales levels, Microenterprise, Latin America, systematic review.

Introducción

Para Tuesta, Valladolid y Coronel, (2020) las microempresas son un pilar fundamental en la economía de Latinoamérica, en algunos países cuentan con sus propias leyes que fomentan los nuevos emprendimientos pues estas originan nuevas fuentes de trabajo, dinamizan la economía y mejoran la calidad de vida, asimismo con una antigüedad de seis meses pueden obtener créditos en el mercado financiero peruano.

Baldwin y Di Mauro (2020) en base a información del Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico presentaron información macroeconómica, avances de la economía en la primera ola y el impacto mundial considerando las estadísticas de política económica, indicadores financieros, entre otros.

Las microempresas habían minimizado o no habían considerado estos riesgos de impacto en los negocios, pero el Covid-19 obligó a cerrar el negocio, siendo los más perjudicados las microempresas; estas necesitaban reinventarse, tener mano de obra calificada y no contaminada por el virus, reducir el aforo de atención, los colaboradores tenían que utilizar implementos de bioseguridad, cumplir la nueva normativa dictada por el gobierno del país en donde se encontraba la microempresa. (Heredia, Aguilar y Sainz 2020)

En el caso del Perú, las microempresas accedieron al programa “Reactiva Perú” (Ley 1455) aquellas empresas que tuvieron una calificación favorable durante los últimos seis meses en las principales centrales de riesgo; un factor determinante en el índice de impagos en muchas entidades financieras fueron estos factores sociales como un riesgo que no se consideró en la operación crediticia (Tuesta, 2018)

Por otro lado, Quilia (2020), presenta los desafíos de las microempresas durante la crisis provocada por el Covid-19, en el estado peruano, enfatizó en la necesidad de profundizar los desafíos empresariales que vienen atravesando las mypes y pequeñas empresas no estaban preparados para el gran cambio que fue provocado por la pandemia; trayendo consigo la poca eficiencia de los trabajadores y como consecuencia mermando sus ingresos económicos. Asimismo, Riofrio (2020) considera el *delivery* conocido también como reparto a domicilio, nuevamente fue la forma de hacer negocio de los microempresarios, con el objetivo de no perder las ventas por el distanciamiento social, buscaron nuevas formas de generar ingresos, las llamadas telefónicas, las redes sociales desempeñaron un papel importante es esta emergencia sanitaria.

En ese mismo orden de ideas, Gaona, Zabaleta y Bargados (2020) los microempresarios ante la disminución de las ventas optaron por el trabajo remoto, enviaron a sus colaboradores a vacaciones anticipadas; muchas plantas de producción tuvieron que reducir de personal, porque no tenían los canales de distribución convencionales ni el mercado presencial para los productos.

El marketing digital se volvió un desafío y desempeñó un papel importante en esta “nueva normalidad” pues muchas microempresas se valieron de esta tendencia actual del marketing para promocionar, comercializar y mantener informados a sus clientes. (Suárez, 2020).

El objetivo de la investigación fue conocer el nivel de ventas durante el Covid 19 en las microempresas en Latinoamérica, en ese sentido los diversos autores coinciden en que la pandemia tuvo consecuencias para la economía mundial y local; Bargados, Suárez, Gaona y Zavaleta (2020). “La nueva normalidad” aceleró la forma de hacer negocios, entre ellos es importante considerar el perfil del microempresario como un factor que ayuda a continuar pese a la situación difícil que el mercado todavía se encuentra; Segura (2019), a pesar de ello el nivel de ventas no decayó, el reparto a domicilio conocido como *delivery* ayudó a cumplir esta misión.

Métodos

En este trabajo, se efectuó una revisión sistemática de la literatura científica en materia de nivel de ventas y microempresas en Latinoamérica. Para su elaboración, se han seguido las directrices de la declaración PRISMA para realizar una correcta revisión sistemática. A continuación, se detallará el proceso en distintas etapas.

Búsqueda inicial: Las primeras búsquedas se realizaron en diciembre de 2020 combinando los términos “microempresa”, “mypes”, “ nivel de ventas”, “Latinoamerica” en las bases de datos de Scopus, Scielo, Redalyc, Latindex. Seguidamente se amplió con una combinación, usando los operadores boléanos, y u o según conviniera de los términos.

Búsqueda sistemática: La búsqueda sistemática se realizó nuevamente en marzo del 2021, en Scopus y Scielo, hasta la actualidad. La ecuación de búsqueda (Español) fue la siguiente: (ventas o microempresa) y (Latinoamérica y negocios) (mypes o ventas) y (mypes o Latinoamérica).

Criterios de inclusión:

- Publicaciones realizadas en los últimos 5 años (2016-2020) y no de libros o manuales.
- Búsqueda preferencial en Advanced Search y se han utilizado las siguientes palabras clave nivel de ventas, microempresa, marketing digital.
- Bases de datos internacionales secundarias fueron Latindex, Dialnet, Doaj y Scielo.
- Al ser un tema nuevo se han considerado tesis de maestría de las microempresas dentro del país perteneciente al estudio
- Se considero el estado del arte solo de países de Latinoamérica.

Criterios de exclusión:

- Se excluyen los estudios que se refieran a empresas fuera del contexto de Latinoamérica.
- Los que estudien las microempresas en un contexto diferente al Covid-19.

Resultados

La revisión fue realizada a 9 documentos que se dividen de la siguiente manera: Los trabajos son de tipo transversal en total (6) artículos científicos; (3) tesis de maestría o trabajo de grado. Los cuales se muestran en la **Tabla 1**.

Tabla 1. Relación de documentos por años

2019	2020	2021
1	6	2

Fuente: Elaboración propia

Hay una serie de documentos que hablan de la temática tras la pandemia del Covid-19 pero en esta revisión se ha tratado la temática de niveles de venta, la situación de los trabajadores, el manejo comercial que tuvieron los administradores en esta época de crisis para lo cual se trabajaron con los países de Argentina, Colombia, México, Perú, Uruguay; es importante mencionar que México es uno de los países que más ha escrito sobre el tema. Asimismo, se ha considerado dentro de la **Tabla 2** el descriptor de

microempresa, país; así como la metodología que son el tipo de estudio e instrumento utilizado en la revisión sistemática.

Tabla 2. Investigaciones incluidas en la revisión sistemática

Autor	Microempresa	País	Metodología	
			Tipo de estudio	Instrumento
Bargados (2020)	x	Argentina	Cuantitativo	Cuestionario
Gaona y Zavaleta (2020)	x	Colombia	Cualitativo	Documental
Heredia, Aguilar y Sainz (2020)	x	México	Cuantitativo	Cuestionario
Quilia (2020)	x	Perú	Cualitativo	Entrevista
Riofrío (2020)	x	Perú	Cuantitativo	Cuestionario
Suárez (2020)	x	Uruguay	Cualitativo	Documental
Segura (2019)	x	México	Cuantitativo	Cuestionario
Vega, Mejía y Duran (2021)	X	México	Cuantitativo	Cuestionario
Vega, Cerón y Figueroa (2021)	x	México	Cualitativo	Entrevista

Fuente: Elaboración propia

Vega, Cerón y Figueroa (2021) coinciden que la pandemia del Covid afectó a todo el mundo, en tamaño y giro de negocio, pero ellos consideran como una opción el comercio electrónico, indicador de compras en línea para mejorar las ventas en las empresas debido a las restricciones que los gobiernos en distintos países como son la atención a domicilio, la utilización de las redes sociales y poder continuar en el mercado.

Vega, Mejía y Duran (2021); consideran que las microempresas en muchos países han tenido problemas en cuanto al continuar cumpliendo con sus pagos de deudas, en algunos casos muchos países le han tenido que dar facilidad como reprogramar los créditos, no aplicar nuevas tasas de interés, papel fundamental que desempeña el ministerio de

Economía a través de sus órganos colegiados o el que haga sus veces en dictar políticas en beneficio del microempresario. Para que las microempresas consideren que tienen apoyo del estado y puedan seguir generando nuevos puestos de trabajo, generar dinamismo, así como ayudar a mejorar la calidad de vida, subsistir a esta época de crisis que afecta a todo el mundo.

Conclusiones

- 1. Las microempresas en Latinoamérica desempeñaron un papel muy importante durante el confinamiento, porque demostraron que tienen la capacidad de reinventarse, que están dispuestos a seguir manteniéndose o conservando su posición que tenían antes de la pandemia.**
- 2. En el mundo comercial hay un antes y después del Covid-19 el trabajo remoto, el reparto a domicilio, las redes sociales son y serán unos aliados en la nueva forma de continuar haciendo negocios.**

Referencias bibliográficas

1. Bargados, A. (2020) Impacto del Covid-19 en las Pymes argentinas: actividad, empleo y condiciones de trabajo. *Trabajo y Sociedad*. Núm. 36, 2021. 123-145
2. Baldwin, R., y Weder di Mauro, B. (2020). *Economics in the Time of COVID-19*. London: CEPR Press.
3. Congreso de la Republica de Perú (2020). Decreto Ley N°1455 del 6 de abril del 2020 mediante el cual se crea el programa “Reactiva Perú” para asegurar la continuidad en la cadena de pagos ante el impacto del covid-19
4. Gaona, J. y Zavaleta S. (2020). *Cómo están afrontando la crisis las empresas colombianas durante el Covid 19*. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía. Especialización en Administración Financiera. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://hdl.handle.net/10983/24627>
5. Heredia, A., Aguilar, P., y Sainz, N. (2020). Situación de las Pymes de Hermosillo, Sonora ante la crisis presentada por COVID-19. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas y Sociales*, (32), 1–22. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi32.311>
6. Quilia, J. (2020) *Desafíos en la gestión empresarial de las mypes en tiempos de COVID-19, Perú*. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Perú. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/48291>
7. Riofrio, A. (2020) *Habilidades Gerenciales y Nivel de Ventas en los Microempresarios que ofrecen Delivery ante la Pandemia del COVID-19, Piura, 2020*. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Perú. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/47539>
8. Segura, F. (2020) El perfil emprendedor y la intensidad competitiva del mercado como predictores de supervivencia en microempresas mexicanas. *Contaduría y Administración* 65 (3), 2020, 1-27. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2121>
9. Suárez, M. (2020). Estrategias digitales utilizadas por 7 empresas durante el Covid-19: estudio de casos. *Economía Y Administración (E&A)*, 11(1), 41-52. <https://doi.org/10.5377/eya.v11i1.10513>
10. Tuesta, J. (2018) *Factores determinantes de la morosidad en créditos microempresa mi banco, agencia tingo maría, período 2015-2017* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unas.edu.pe/handle/UNAS/1339>
11. Tuesta, J., Valladolid, A., y Coronel N. (Octubre de 2020). Créditos microempresa y el desarrollo de negocios en el mercado Modelo en Tingo María, Huánuco. XI Encuentro Científico

- Internacional ECI Norte Verano – Invierno 2020.
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7419/LIBRO%20RESU%CC%81MENES%20XI%20ECI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
12. Vega, F., Mejía, M. y Durán, J. (2021). Estrategias de mercadotecnia de MIPyMEs durante la pandemia COVID-19 en Ciudad Juárez, Chihuahua, México. *European Scientific Journal, ESJ*, 17(4), 229. <https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n4p229>
 13. Vega, A., Cerón, A. y Figueroa, G. (2021). Perspectivas de eCommerce y los Hábitos de Consumo Tras COVID-19. *European Scientific Journal, ESJ*, 17(4), 112. <https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n4p112>