

## **Inflación y crisis política impactaron sobre el emprendimiento peruano**

“Para las nuevas empresas en el mercado es más difícil mantenerse cuando surgen este tipo de crisis”

César Ventura Pizarro  
Ant Work Datos y Mercado

De acuerdo con el Ministerio de Producción el 99.4% de empresas en el país son Mypes. Esto quiere decir que la principal fuente de impulso de los negocios en el Perú, no son las grandes inversiones, sino más bien, los capitales de trabajos que se generan a partir del ahorro de miles peruanos, que buscan en el emprendimiento una oportunidad de superación.

En los últimos años, este sueño se vio interrumpido por diversos factores. En 2020 y 2021 sufrimos la pandemia por el Covid 19; y desde el 2022 hasta nuestros días, vivimos bajo la incertidumbre causada por la inflación y la crisis política en el país. Como consecuencia de estos hechos, el número de empresas que dejaron de existir se incrementó de forma considerable en 2022; debido a que más de 150 mil empresas desaparecieron según el Instituto de Estadística e Informática (INEI). Este dato es aún más preocupante, si consideramos que el 2021 solo fueron menos de 4 mil.

Es relevante indicar, que la desaparición se ha manifestado de forma exponencial; debido a que durante enero y marzo, 9302 dejaron de operar, entre abril y junio se sumaron 27 208 y entre julio y setiembre fueron 59 040 respectivamente considerando la información adicional que el INEI da a conocer.

Para comprender la magnitud del impacto de los factores que han condicionado la pervivencia de los emprendimientos en el país, decidimos entrevistarnos con Sofía Estremadoyro, Doctora en Economía y Empresa, actual profesora del Departamento de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Católica San Pablo. La especialista nos señala que “para las nuevas empresas o con poco tiempo en el mercado es más difícil mantenerse cuando surgen este tipo de crisis. Además, este tipo de circunstancias, repercute en el cambio y la aparición de nuevos negocios”.

También precisó, que la crisis sanitaria vivida, aún está repercutiendo en el tiempo de vida de empresas con poco tiempo en el mercado. Nos señala que “hay negocios que han tratado de sobrevivir o han surgido a raíz de la pandemia, que recién están sintiendo un golpe”. Cabe señalar que además de los factores enunciados, existe otro grupo de factores, que podemos llamar externos, como la guerra entre Rusia y Ucrania y la inflación global que han terminado por sacar del mercado a muchos emprendimientos.

Dentro de este análisis, conviene precisar, que ante el colapso de miles de emprendimientos, las cifras que detallan el número de nuevas empresas no es alentador, debido a que el ritmo de "surgimiento" no es equiparable con el de "cierre". A finales del 2021 la diferencia entre nuevas empresas (68 915) y aquellas que salían del mercado (10 111) era de 58 804. Al penúltimo trimestre del año 2022 esa diferencia solo fue de 6 264, pues se crearon 65 734, pero desaparecieron 59 470. La Dr. Estremadoyro nos señala que estos valores deben interpretarse con cuidado porque puede que muchas de estas empresas, que cerraron, hayan desaparecido formalmente, pero que “el negocio no se haya dado de baja, sino que decidieron pasar a la

informalidad. Es habitual que, en países en crisis, la informalidad aumente”, precisó la especialista.

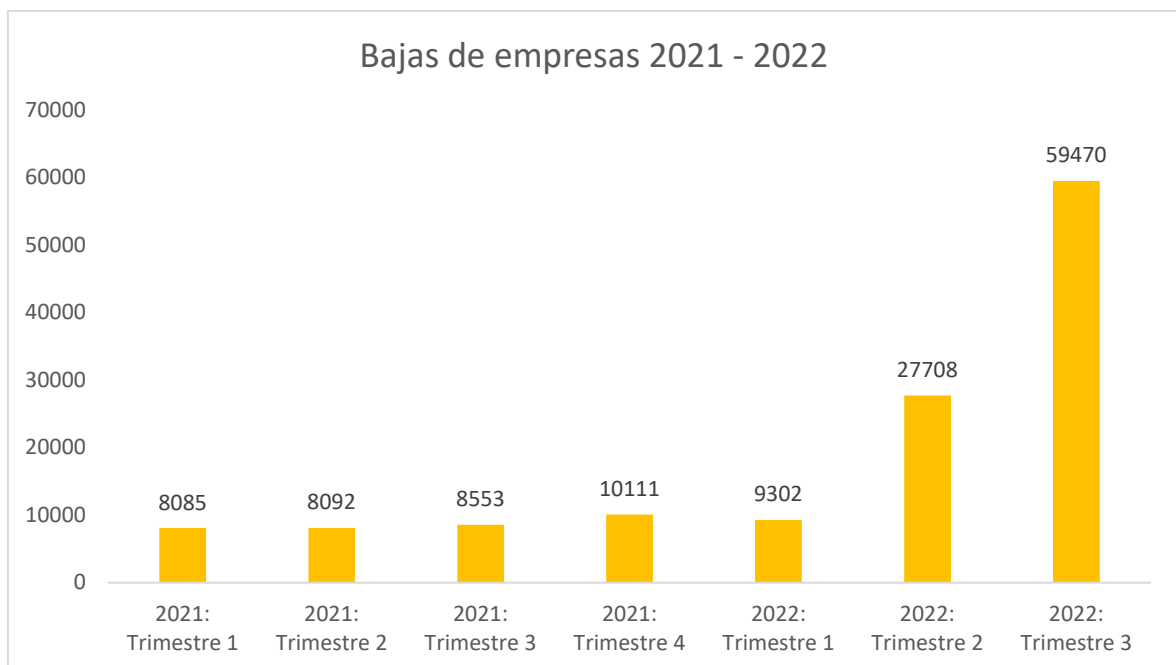
Según explicó la profesora Estremadoyro, los emprendimientos peruanos suelen tener un ciclo de vida corto. Muchos de ellos dejan de operar al año de ser creados, esto debido a la carencia de planificación, dado que en numerosos casos sus promotores suelen ser personas que carecen de conocimientos sobre gestión. Por lo que la problemática de los emprendimientos trasciende la coyuntura y requiere una transformación de enfoque.

De igual forma, el número de empresas que salen del mercado se incrementa en épocas de crisis, al mismo tiempo que el número de nuevos emprendimientos tiende a ser menor.

“Aquellos emprendimientos que nacen de una persona con preparación previa, o cuentan con asesoramiento, tienen mayor posibilidad de mantenerse en el mercado”, acotó. No obstante, también hay casos de emprendedores con formación, cuyo éxito no se ve en un primer negocio, sino en los posteriores. Sin embargo, el adiestramiento reduce este riesgo de quiebre en el corto plazo.

En ese sentido, la profesora Estremadoyro afirmó que, para la Escuela de Administración de Negocios de la UCSP, la formación profesional de emprendedores es una prioridad. Comentó que, a partir de este año, los estudiantes de esta carrera podrán optar por la mención de emprendimiento en su formación de pregrado. Esta propuesta, según relató la especialista, responde a la necesidad promover la estabilidad en nuevos negocios y a la vocación de emprendimiento que se hace visible en la realidad nacional.

#### Gráfico de apoyo:



Elaboración: Ant Work Datos y Mercado.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, Demografía Empresarial en el Perú.