

## EL EMPRENDIMIENTO EN TIEMPOS DEL COVID-19: LA DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES COMO PRINCIPAL RETO

Sofía Louise Martínez  
Martínez<sup>1</sup> Universidad de Málaga  
sofia.martinez@uma.es

### Resumen

La pandemia mundial del COVID-19 está generando importantes cambios en todos los ámbitos de la sociedad, influyendo intensamente en la economía y el tejido empresarial. Numerosas empresas y emprendedores se han visto obligados a cesar temporalmente sus actividades o a redefinir sus modelos de negocio integrando soluciones digitales. La situación actual produce una gran incertidumbre y la aparición de nuevos problemas, frente a ello, la detección de oportunidades se considera una competencia clave. El presente estudio analiza la importancia del emprendimiento, su situación actual y su rol en la superación de la crisis. Se evidencian las oportunidades emergentes a causa del COVID-19 en base a sectores clave. Además, se resalta la necesidad de abordar los nuevos retos a través de una perspectiva emprendedora que permita la reactivación de las empresas existentes y el surgimiento de iniciativas empresariales adaptadas a los nuevos tiempos.

### Palabras clave

Emprendimiento – Detección de oportunidades – Reto – Efectos económicos – Empresas – Economía – Sociología – Crisis humanitaria – COVID-19

### Abstract

The global pandemic of COVID-19 is generating important changes in all areas of society, strongly influencing the economy and the business fabric. Many companies and entrepreneurs have been forced to temporarily cease their activities or redefine their business models by integrating digital solutions. The current situation produces great uncertainty and the emergence of new problems, in the face of which the detection of opportunities is considered a key competence. This study analyses the importance of entrepreneurship, its current situation and its role in overcoming the crisis. The emerging opportunities due to the COVID-19 are evidenced on the basis of key sectors. In addition, the study highlights the need to tackle new challenges through an entrepreneurial perspective that allows the reactivation of existing companies and the merge of business initiatives adapted to the new reality.

### Key words

Entrepreneurship - Opportunities recognition - Challenge - Economic effects - Companies - Economy - Sociology - Humanitarian crisis - COVID-19

---

<sup>1</sup> Investigadora de la Universidad de Málaga e integrante del equipo de investigación GEM Málaga (Global Entrepreneurship Monitor), asociación referente mundial en el análisis del estado del trabajo por cuenta propia. Coordinadora de programas de formación en emprendimiento para estudiantes de la Universidad de Málaga. Programa de doctorado de Economía y Empresa, Universidad de Málaga.

## 1. EL ROL DEL EMPRENDIMIENTO EN LA SOCIEDAD

El emprendimiento es un factor clave para el avance de las sociedades. Se considera una solución frente al desempleo, entendiéndose como un mecanismo efectivo, tanto individual como colectivo, para mejorar las condiciones sociales y económicas de los países (Álvarez, Urbano, Coduras y Ruiz-Navarro, 2011). Schumpeter (1934) define emprendimiento como la creación de nuevos productos, servicios, procesos o modelos de negocio destinados a aumentar la competitividad en el mercado, potenciando el sistema económico en su conjunto. La finalidad principal de un proyecto de emprendimiento, entendido desde su concepción tradicional, es la consecución de beneficios. Estos se alcanzan a través de la generación y la transformación de valor a partir de recursos (inputs) que se convierten en productos o servicios (outputs) con un valor económico (Cuervo, Ribeiro y Roig, 2007).

Aunque el fenómeno emprendedor tiene una consolidada base económica, su ámbito de actuación converge con otras disciplinas, dando respuesta a diversas problemáticas. Prueba de ello es el emprendimiento social, que se basa en concebir soluciones para problemas sociales siguiendo la lógica empresarial. Así, el emprendimiento evoluciona adaptándose a las nuevas necesidades de los contextos sociales, respondiendo a cuestiones cada vez más complejas. Del mismo modo, los modelos de negocio se transforman y engloban ideas cada vez más innovadoras para dar respuesta a situaciones complejas, como por ejemplo la actual crisis. Para comprender el rol de las iniciativas emprendedoras en estos momentos es importante tener en cuenta la diferenciación de Reynolds et al. (2002) entre el emprendimiento por necesidad y el emprendimiento por oportunidad. Según estos autores el primer tipo de emprendimiento hace alusión a la puesta en funcionamiento de una empresa por la falta de opciones laborales alternativas o por el miedo a caer en un inminente desempleo. El segundo tipo de emprendimiento se refiere a la creación empresarial a partir de la detección de oportunidades rentables en el entorno. Estas iniciativas se basan en una idea innovadora o en la mejora de un planteamiento existente en el mercado para satisfacer de manera más efectiva una necesidad detectada en la sociedad.

El COVID-19 está provocando una gran crisis que afecta a todos los países del mundo en diversos ámbitos, tanto individuales como colectivos (sanidad, economía, desarrollo tecnológico, exclusión social...). Concretamente para España, en el mes de abril el Fondo Monetario Internacional estimó un descenso del producto interior bruto (PIB) en un 8% y un paro por encima del 20% para final de año (Fariza, 2020). El presente estudio analiza esta situación poniendo el foco en la importancia de la innovación y el emprendimiento, destacando sobre todo la relevancia del emprendimiento por oportunidad. Si bien es cierto que existe un gran desconocimiento sobre la evolución de la pandemia y la crisis humanitaria conlleva una incertidumbre muy elevada, el emprendimiento se configura como un gran mecanismo de salida de la crisis. Por ello, ahora más que nunca las iniciativas emprendedoras deben entenderse claves y verse respaldadas por políticas públicas que las faciliten y las promuevan.

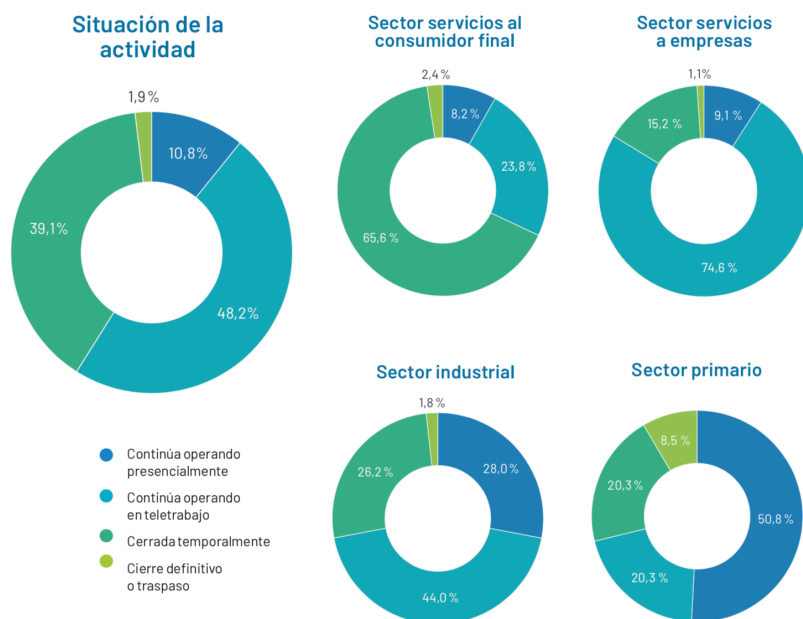
## 2. CONSECUENCIAS DEL COVID-19 EN EL EMPRENDIMIENTO ESPAÑOL

Durante los 50 primeros días de la crisis, la actividad presencial de las empresas disminuyó en un 90%. De este porcentaje, el 50% ha optado por el teletrabajo, mientras que el 40% se ha visto obligado a cerrar temporalmente, según muestra el Informe sobre la situación del emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19, elaborado por el Observatorio del Emprendimiento de España. El mismo informe muestra que el 42% de los emprendedores/empresarios ha experimentado una reducción notable de la demanda. Del mismo modo, en relación con el empleo, el 21% indica que ha tenido que reducir las horas de sus empleados, el 17% disminuir el número de empleados y el 10% ha tenido que realizar recortes salariales (GEM, 2020).

Estos datos muestran que estamos en una situación sin precedentes. Si bien es cierto que se han sucedido diversas crisis sociales y económicas de manera cíclica a lo largo de la historia, la crisis actual es diferente. Esto se evidencia especialmente a partir de dos dimensiones: el tiempo y la intensidad. La crisis del COVID-19 se ha producido en un periodo temporal muy reducido. En apenas unas semanas/meses se han alcanzado situaciones extremas, en comparación con el desarrollo progresivo de las anteriores crisis. Su intensidad también ha sido mucho mayor, no existen precedentes de caídas tan drásticas de empleo y cierres empresariales tan masificados.

Aun así, es importante considerar que esta crisis no afecta de igual manera a todos los emprendedores y empresas. En más detalle, el *Gráfico 1* muestra la situación de la actividad empresarial por sectores tras los 50 primeros días de la pandemia:

*Gráfico 1: Situación de la actividad empresarial por sectores tras COVID-19*



Fuente: GEM (2020)

Los datos recogidos por el Observatorio del Emprendimiento de España muestran que el sector primario ha sido el menos afectado, pudiendo mantener su operativa de forma presencial en un 50%. En el otro extremo se encuentran las empresas de servicios al consumidor final. Estas son las principales afectadas por el COVID-19, sólo el 8,2% ha podido continuar con su actividad de manera habitual. Es importante destacar también que el sector servicios, aun teniendo una baja tasa de operatividad presencial, ha podido conservar su actividad gracias al teletrabajo. Es el sector en el que más se ha instaurado esta forma laboral (GEM, 2020).

El contexto de alta incertidumbre hace compleja la toma de decisiones empresariales, sobre todo para las empresas de nueva creación. El miedo al fracaso se considera un factor relevante en la paralización de la acción emprendedora (Arenius y Minniti, 2005; Birney, Burdick y Teevan, 1969) y se ve acentuado por la pandemia actual. La mayoría de las empresas de pequeña dimensión y las dedicadas al sector servicios señalan el miedo al fracaso como una de las principales preocupaciones derivadas de la pandemia. Aun así, sólo el 2% de empresas considera no reabrir y retomar su actividad pasada la crisis (GEM, 2020). Este último dato es positivo, aun así, es crucial que los emprendedores y las empresas cuenten con los mecanismos necesarios para ello, no siendo suficiente la mera intención. Se requieren herramientas para adaptar los negocios a los requerimientos de la nueva realidad. En este sentido, se entiende que la detección de oportunidades es una competencia crucial, ya que no solo favorece la creación de iniciativas emprendedoras por oportunidad, si no que también ayuda a las empresas actuales a diferenciarse y a reactivar su actividad.

### **3. LA DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES COMO RETO**

#### **3.1. La detección de oportunidades como mecanismo de supervivencia y éxito empresarial**

La decisión emprendedora viene determinada por la detección de oportunidades, también conocida como alerta emprendedora (Tang, Kacmar y Busenitz 2010), entendiéndose como el primer paso de la creación empresarial (Arenius y Clercq, 2005). Morris et al. (2013) definen esta competencia como la capacidad de percibir las fluctuaciones de las condiciones del entorno y las posibilidades que estas ofrecen y que han sido pasadas por alto por otras empresas en un contexto que presenta fuentes de beneficio potenciales.

En este sentido, la detección de oportunidades en la nueva realidad derivada del COVID-19 se define como un mecanismo de supervivencia y éxito empresarial que permite la puesta en marcha de iniciativas destinadas a cubrir las nuevas necesidades. Además, se configura como una alternativa para todas aquellas empresas que no pueden seguir desarrollando su actividad como hacían antes de la pandemia. La detección de nuevas oportunidades abarca el desarrollo de nuevos productos o servicios, la identificación de nuevos segmentos de clientes o incluso la entrada a nuevos mercados tanto nacionales como internacionales. Las oportunidades se

encuentran latentes hasta que la iniciativa emprendedora/intraemprendedora las identifica y las aprovecha, creando valor no solo para el negocio si no también para la sociedad en su conjunto.

A continuación, se analizan las oportunidades derivadas del COVID-19 en diversos sectores, con la finalidad de aportar información sobre posibles líneas de negocio. También se pretende incentivar el pensamiento crítico en torno al contexto emprendedor que debe dar respuesta a los nuevos paradigmas (económicos, tecnológicos, sanitarios...) de nuestra sociedad.

### **3.2. Las nuevas oportunidades derivadas del COVID-19**

La necesidad de distanciamiento social provocada por el COVID-19 ha impulsado la tecnología de las comunicaciones. En la mayoría de los países desarrollados las empresas de este sector han demostrado durante la pandemia contar con una gran infraestructura que ha posibilitado las comunicaciones tanto personales como profesionales. Zoom o Microsoft son ejemplos de empresas que han logrado un gran aumento usuarios y de impacto social durante esta pandemia, gracias a sus plataformas de trabajo online. También en relación con las telecomunicaciones, el auge de la geolocalización asociada a los dispositivos está permitiendo monitorizar y analizar los patrones de movilidad de los ciudadanos, aportando datos a las investigaciones sobre la propagación del virus (Cuesta, 2020). La tecnología es parte indispensable de un gran número de soluciones a las nuevas necesidades derivadas del COVID-19. Por ello, las empresas deben aprovechar su desarrollo en ámbitos como la digitalización, la inteligencia artificial o la identidad digital, un aspecto relevante ante el aumento de las transacciones diarias de los individuos a través de la web, tanto en el plano personal como en el laboral. El desarrollo de nuevas tecnologías requiere de un aumento de la inversión empresarial en I+D y un alineamiento con las instituciones públicas, cuyos objetivos estratégicos deben ser fomentar la investigación científica. Otra oportunidad potencial impulsada por esta pandemia es el negocio de datos. Se ha podido comprobar la relevancia del acceso a datos fiables que permitan monitorizar la evolución de la crisis.

La inversión en el sector sanitario también cobra una gran importancia. Se aboga por el desarrollo de iniciativas emprendedoras que promuevan la innovación en este ámbito y que aumenten las posibilidades de autosuficiencia de las regiones en cuanto a producción de material sanitario, con el objetivo de impedir el desabastecimiento. Las empresas deben redefinir las cadenas logísticas y apostar por la diversificación de proveedores de recursos estratégicos.

Otras oportunidades aparecen en torno al rediseño de los modelos de ciudad. El avance hacia la sostenibilidad ha sufrido una aceleración forzosa durante los primeros meses de pandemia. La implementación de la perspectiva medioambiental en las empresas es una necesidad cada vez más imperante a la que pueden responder los emprendedores. La filosofía de la sostenibilidad es aplicable a cualquier sector, aun así, el ámbito del transporte (automoción, aeronáutica...) es uno de los más afectados por la crisis y que mayor readaptación debe realizar

para integrar una economía más verde y circular basada en energías sostenibles. Por otro lado, el apoyo al entorno próximo y a los negocios locales se convierte en una prioridad que puede ser aprovechada como oportunidad empresarial a través de la producción y promoción de productos y servicios autóctonos. En este sentido, el fortalecimiento del ecosistema emprendedor local es crucial. Se requiere de una perspectiva de cooperación y co-creación de valor por parte de todos los agentes del mismo. Es decir, no solo es importante la colaboración entre empresas, stakeholders y proveedores, si no también sus relaciones con las instituciones públicas y la sociedad civil. El desarrollo de estrategias locales que aprovechen las ventajas competitivas del contexto y la identidad local es una oportunidad y a la vez en una necesidad para el conjunto de la sociedad.

La economía colaborativa también es una fuente importante de oportunidades empresariales y de emprendimiento, en especial de emprendimiento social. Durante la pandemia se ha podido comprobar un aumento de la colaboración ciudadana, por ejemplo, para paliar los problemas de desabastecimiento de material sanitario. Tanto personas individuales como empresas han realizado donaciones y fabricado de primera mano recursos. Las impresoras 3D han sido una tecnología crucial en este proceso y se han creado numerosas redes de *makers* tanto a nivel nacional como internacional. Esto ofrece grandes oportunidades para emprendedores y empresarios que, aprovechando el nuevo paradigma de la fabricación distribuida, pueden hacer frente de forma más efectiva a la demanda de sus productos. Esto también conlleva un mejor ajuste de los costes de producción ya que cada componente podría fabricarse en el territorio con mejores condiciones. En este sentido, es importante que el emprendimiento considere que el sector industrial puede ser tan digital como cualquier otro e innovar no sólo en productos y servicios sino también en modelos de negocio y en procesos. La automatización también es un ámbito clave para el desarrollo empresarial, en gran parte impulsada por la necesidad de considerar el distanciamiento social y el teletrabajo. Esta automatización no es solo aplicable a la industria y a la producción, si no que puede entenderse como una oportunidad en cualquier sector.

La pandemia del COVID-19 también tiene importantes repercusiones en el ámbito de los recursos humanos. Las relaciones laborales tradicionales se ven modificadas por la gestión online y a partir de ello surgen nuevos desafíos que pueden aprovecharse como oportunidades empresariales. Por ejemplo, la formación en competencias digitales y tecnologías o el desarrollo de plataformas de comunicación interna de empresas (intranets). También se requiere un replanteamiento de los sistemas de contratación de personal. La no presencialidad complica el proceso de reclutamiento, ya que la falta de contacto personal derivada de la selección online puede conllevar un menor conocimiento de las actitudes personales de los candidatos y sobreestimar el papel de los datos objetivos del curriculum, como la formación académica o la experiencia profesional. Se requieren soluciones que puedan cubrir este vacío y que resalten las competencias y actitudes personales de los candidatos. En relación a la contratación, el auge

del teletrabajo también complica el proceso de retención del talento. Esta nueva realidad exige el desarrollo de mecanismos de incentivos laborales que posibiliten a las empresas retener al personal frente al auge de la competencia derivada del trabajo remoto. El teletrabajo también hace necesario el desarrollo de nuevas fórmulas de motivación de los trabajadores para suplir las deficiencias derivadas de la falta de contacto personal.

#### 4. CONCLUSIÓN

El gran reto de la sociedad actual es detectar los cambios que se producen en ella. Esto no es una tarea fácil ya que esta crisis difiere de todas las anteriores por la celeridad de los acontecimientos y por la falta de referentes históricos. Ni los factores causantes ni las consecuencias resultantes del COVID-19 son equiparables a las de anteriores crisis. Este escenario de enorme incertidumbre ha producido y está conllevando un gran detrimento del tejido empresarial y emprendedor español (GEM, 2020). Ante esta situación es necesaria una actitud de alerta, proactiva y creativa, en continua búsqueda de problemas y soluciones. Es decir, se requiere una gran capacidad de detección de oportunidades para hacer frente a las fluctuaciones mundiales de oferta-demanda y a los cambios en los patrones de consumo. Aun así, considerando siempre la complejidad de la situación, esta debe afrontarse desde el emprendimiento detectando las oportunidades asociadas. Para ello es importante afrontar el cambio y definir estrategias ágiles de diversificación enfocadas a nuevos productos, mercados, clientes y formas de gestión y basadas en modelos de negocio mucho más flexibles y digitales.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, C., Urbano, D., Coduras, A., y Ruiz-Navarro, J. (2011). Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1), 120-140.
- Arenius, P., y Clercq, D. (2005). A Network-based Approach on Opportunity Recognition. *Small Business Economics*, 24, 249-265.
- Arenius, P., y Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 233-247.
- Birney, R. C., Burdick, H., y Teevan, R. C. (1969). *Fear of Failure*. New York, USA: Van Nostrand.
- Cuervo A., Ribeiro D., Roig S. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Berlin Heidelberg, Germany: Springer.
- Cuesta, A. (2020). Impacto del Covid-19 en el sector. Disponible en: <https://www.mobileworldlive.com/spanish/en-directo-impacto-del-covid-19-en-el-sector/> Consultado el 13/05/2020 14:06
- Fariza, I. (2020). La economía española se desplomará un 8% este año y el paro se disparará hasta el 20,8%, según el FMI. Disponible en: <https://elpais.com/economia/2020-04-14/el-fmi-preve-que-la-economia-espanola-se-desplome-un-8-este-ano-y-que-el-paro-se-dispare-hasta-el-208.html> Consultado el 14/05/2020 a 20:13

Morris, M.H, Webb, J.W., Fu, J., Singhal, S. (2013). A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3) pp. 352-369.

Reynolds, P.D., Camp, S.M., Bygrave, W.D., Autio, E. & Hay, M. (2002). "GEM Global Entrepreneurship Report, 2001 Summary Report". Babson College. Massachusetts, USA.

Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. New Jersey, USA: Transaction Publishers.

Tang, J., K. M. Kacmar, and L. Busenitz (2010). "Entrepreneurial Alertness in the Pursuit of New Opportunities," *Journal of Business Venturing* 27, 77–94.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2020): Situación del emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19. Disponible en: <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/05/InformeGEM-COVID-19-2020.pdf> Consultado el 16/05/2020 a 10:22.