

EL ROL DE LA FILOSOFÍA EMPRESARIAL EN EL CONTEXTO COVID-19

Por **José Martín Cuéllar Fernández**

Resumen

El artículo tiene como finalidad estudiar y comprender el sistema de pensamiento y actuación de los “empresarios” del sector vitivinícola de la provincia de Ica durante el periodo comprendido entre el 16 de marzo del 2020 al 16 de marzo del 2021. La metodología utilizada fue el estudio descriptivo y analítico de los testimonios de empresarios seleccionados del sector vitivinícola, complementado con la opinión de especialistas en la materia. Llegándose a conclusiones y recomendaciones oportunas y viables dirigida a los actores involucrados para que hagan esfuerzos de promover y revalorar la cultura vitivinícola, con la finalidad de lograr el desarrollo técnico, científico, empresarial, económico y social de la región de Ica.

Palabras clave: Empresarios; Sector vitivinícola; Coronavirus en el Perú; Desarrollo de Ica.

Sumario: I. Introducción. II. Aspectos conceptuales. III. Del perfil de los entrevistados y sus testimonios en el plano personal y laboral (efectos del coronavirus). IV. La cultura empresarial en el sector vitivinícola. V. La cultura jurídica en el sector vitivinícola. VI. La cultura ética en el sector vitivinícola. VII. Conclusiones. VIII. Recomendaciones. XIX. Referencias.

INTRODUCCIÓN

En el mundo, en diciembre del año 2019 cuando en muchos países se festejaba la llegada de un nuevo año, la ciudad de Wuhan, al centro de China, comenzó a preocupar a la comunidad científica internacional al recibir en sus hospitales decenas de casos de un tipo de neumonía extraña para los médicos. Llamado inicialmente “2019-nCoV”, según fuentes oficiales de la Organización Mundial de la Salud – OMS.

El 11 de enero de 2020, la Comisión de Salud Municipal de Wuhan reportó la primera muerte provocada por el coronavirus. Extendiéndose luego fuera de China. El 21 de enero de 2020, el virus cruza el océano pacífico, y se confirmó el primer caso en Estados Unidos, según France 24.

El 11 de febrero de 2020, el director general de la OMS, Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, nombró por primera vez la palabra “COVID19” y la cifra de muertos en el mundo por coronavirus ascendió a más de 1500 en ese tiempo. Y el 11 de marzo de 2020, el mismo director general de la OMS, anunció que el COVID19 se puede caracterizar como una pandemia.

En Latinoamérica, Brasil y México encabezaron la lista de los países más afectados. Las aerolíneas más grandes de América latina se declararon en bancarrota. El 22 de mayo de 2020, Brasil superó a Rusia y se convirtió en el número dos del mundo en casos. Para el 7 de junio de 2022, las muertes en el mundo superaron los 400 mil y los casos confirmados se acercaban a los 7 millones.

En Perú, el 6 de marzo de 2020, se dio a conocer el anuncio del presidente de la República, Ingeniero Martín Vizcarra, confirmando el primer caso de infección por coronavirus (COVID-19) en el Perú, en un paciente varón de 25 años de edad con antecedentes de haber estado en España, Francia y República Checa. Pidiendo mantener la calma y confianza en el sistema de salud.

La denominada “pandemia del COVID-19” fue una experiencia nueva que cambió la vida de millones de peruanos que al inicio no creíamos que iba a llegar con fuerza al Perú, ni que iba a poner en peligro la vida y los empleos de trabajadores con estabilidad laboral (por antigüedad). Es más, a pesar de los miles de muertos por coronavirus en el mundo, se creyó que se volvería a la “normalidad” a los pocos meses de haberse iniciado el Estado de Emergencia Nacional el 16 de marzo de 2020 por Decreto Supremo N° 044-2020-PCM.

A partir de marzo de 2020, la expansión del coronavirus en el Perú provocó una crisis sanitaria sin precedentes. Los siguientes datos de la pandemia se encuentran

actualizados al 28 de abril de 2022 y fue elaborado en base a la plataforma de Datos Abiertos del Gobierno del Perú y publicado en la página web de la República.

Total, positivos	3.563.151 personas
Total, fallecidos	212.778 personas
Altas hospitalarias	107.944 personas

Fuente: La República. (2022)

El coronavirus también llegó a la región Ica que tiene una población total actual de 931,811 personas (urbana: 92% y rural: 8%), según la Defensoría del Pueblo. La región o departamento de Ica está situada en la costa central del territorio peruano.

La altitud del territorio de la región de Ica está entre los 2,0 msnm (distrito Paracas – provincia de Pisco) y los 4 mil 893 msnm (distrito San Pedro de Huacarpana-provincia de Chincha). Sus límites son por el norte con el departamento de Lima (capital del Perú), por el este con los departamentos de Huancavelica y Ayacucho, por el sur con el departamento de Arequipa y por el oeste con el Océano Pacífico o Mar de Grau.

Según, el censo más reciente del año 2017 del Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, el 80,0% de la población reside en el lugar donde nació, es decir, en la misma región de Ica, que representa 670 mil 867 personas; mientras que el 19,7% nació en una región diferente al de su residencia actual (165 mil 298 personas) y el 0,3% declararon haber nacido en otro país (2 mil 480 personas). Comparando el censo 2007 y 2017, se observa que el total de la población migrante aumentó en 38 mil 197 personas, es decir, creció en 29,5%

Según, el reporte de comercio publicado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, correspondiente al primer semestre 2019, Ica posee uno de los ingresos per cápita más altos del país (1,4 veces el per cápita país) e índices de pobreza mínimos. Pese a su poca población (810 mil habitantes, 2,5% del total), la región contribuye con 3,6% de la producción y 7,3% de la exportación país, debido al alto grado de capitalización de su economía.

La provincia de Ica, capital de la región y lugar donde se realizó la presente investigación posdoctoral se encuentra ubicada a una altura de 406 m.s.n.m. y a 300 kilómetros al sur de la ciudad de Lima, Capital de la República (cuatro horas de viaje en auto). Limitando por el norte con la provincia de Pisco, por el sur con las provincias de Palpa y Nasca, por el este con la región de Huancavelica y por el oeste con el Océano

Pacífico. Teniendo una extensión de 789,405.00 Ha. que constituyen el 37% de la superficie total de la región de Ica (2'132,783.00 Ha.), según la página web de la Municipalidad Provincial de Ica.

De acuerdo con los resultados del censo 2017, la provincia que concentra el mayor número de habitantes es Ica, con 391 mil 519 personas, agrupando poco menos de la mitad de la población del departamento (46,0%). Le sigue la provincia de Chincha, que alberga 226 mil 113 habitantes (26,6%), mientras que la provincia de Palpa es la menos poblada, con 13 mil 232 habitantes (1,6%).

Cabe señalar que hasta el 2 de enero de 2021 - 17:00 horas, se registraron 1354 fallecidos en la provincia de Ica, según la oficina de epidemiología de la Dirección Regional de Salud de Ica – Diresa en su publicación “Sala de Situación Covid-19 SE 53-2020 (del 27 de diciembre al 02 de enero de 2021) en su diapositiva titulada: *COVID-19: Defunciones (confirmados, sospechosos y probables), según Provincia de residencia, Departamento de Ica SE 10 a 53-2020*).

Asimismo, otra de las características de Ica como lugar de investigación, es la fuerte cultura de corrupción existente aquí y que no puede seguir siendo tolerada por la mayoría de su ciudadanía. Situación atestiguada como ex funcionario público (2012-2013) y ex candidato a la alcaldía provincial de Ica en las elecciones municipales 2018.

Prueba de ello, es que, durante el año 2021, la Contraloría General de la República emitió 804 informes de control en la región Ica y, como producto de los servicios de control posterior, detectó un perjuicio contra el Estado que ascendería a más S/ 5 millones aproximadamente (\$ 1 351 351 dólares americanos), identificando presunta responsabilidad penal, civil y/o administrativa en alrededor de 180 funcionarios y/o servidores públicos.

Por lo tanto, mi motivación como investigador iqueño es contribuir con mi región, explorando y aprendiendo muchos aspectos de la realidad empresarial actual e informar de sus hallazgos a la comunidad empresarial en general y a la micro y pequeña empresa del sector vitivinícola en particular, propiciando el dialogo para una filosofía empresarial acorde a los tiempos actuales de ética.

En ese sentido, me he centrado en la provincia de Ica, investigando los hechos relevantes ocurridos desde el 16 de marzo de 2021 al 16 de marzo de 2022, con motivo del programa posdoctoral 2021-2022 de la Escuela de Posgrados de la Universidad de

Ciencias Empresariales y Sociales – UCES, bajo la dirección general del Profesor Doctor Jorge Augusto De Medeiros Pinheiro.

A pesar de los riesgos de contagio de COVID19 durante el periodo del programa posdoctoral, no tuve ningún contagio ni enfermedad. Siendo la investigación recompensada con valiosos e inéditos testimonios de diez empresarios y diez especialistas del sector vitivinícola o sectores afines, quienes compartieron su cosmovisión, vivencias de lucha en el sector económico y laboral específico, así como, sus ideas y estrategias por mantenerse y sobrevivir a pesar de la crisis.

Sin duda, los resultados que se obtuvieron de los entrevistados (empresarios y especialistas) superaron mis expectativas en general como investigador en temas empresariales y sociales. Y fue una experiencia de redescubrimiento de los valores, talentos y potenciales talentos que tiene Ica para el Perú y el mundo.

El presente trabajo posdoctoral comprende cinco capítulos: 1.- Alcances Conceptuales, 2.- Del perfil de los entrevistados y sus testimonios en el plano personal y laboral (efectos del coronavirus), 3.- Cultura Empresarial en el sector vitivinícola, 4.- Cultura Jurídica en el sector vitivinícola y 5.- Cultura Ética en el sector vitivinícola. Todos ellos están llenos de ideas provocadoras, clarificadoras y reflexiones provisionales, nuevas percepciones y maneras alternativas de pensar sobre la realidad del sector vitivinícola y el rol del “empresario” en el contexto COVID19.

Luego, presentamos las conclusiones, recomendaciones (a manera de propuestas específicas), bibliografía (referencias y fuentes de información).

Finalmente, confiamos en la curiosidad y sabiduría de los lectores del presente trabajo quienes sabrán utilizar los resultados, conclusiones y recomendaciones en la dimensión teórica y práctica de sus actividades académicas, empresariales y culturales.

Nuestra investigación posdoctoral eligió un problema a través de la siguiente pregunta: ¿Cómo funcionó el sistema de pensamiento de los empresarios del sector vitivinícola de la provincia de Ica en la dimensión empresarial, jurídica y ética durante el periodo del Estado de Emergencia Nacional a consecuencia del COVID-19, del 16 de marzo de 2020 hasta el 16 de marzo de 2021?

Los objetivos fueron diseñados en torno al problema. Siendo mi objetivo general comprender el sistema de pensamiento de los empresarios del sector vitivinícola de la provincia de Ica durante el estado de emergencia nacional a consecuencia del COVID-

19, del 16 de marzo de 2020 hasta el 16 de marzo de 2021, para luego propiciar el dialogo vitivinícola.

Mientras que mis objetivos específicos fueron: 1) Dar a conocer los criterios más influyentes de la cultura empresarial en el sector vitivinícola de la provincia de Ica durante el estado de emergencia nacional como consecuencia de las circunstancias del coronavirus; 2) Dar a conocer los criterios más influyentes de la cultura jurídica en el sector vitivinícola de la provincia de Ica durante el estado de emergencia nacional como consecuencia de las circunstancias del coronavirus; 3) Dar a conocer los criterios más influyentes de la cultura ética en el sector vitivinícola de la provincia de Ica durante el estado de emergencia nacional como consecuencia de las circunstancias del coronavirus.

En ese sentido, nuestra metodología dependió de nuestro objetivo. Siendo nuestro trabajo de investigación de tipo histórica, descriptiva y explicativa. La unidad de análisis fueron los miembros de la Asociación de Productores Expositores Vitivinícolas del Festival de la Vendimia Iqueña (APROVI) y/o de la Asociación de Productores de Pisco de Ica (APROPICA), previamente seleccionados bajo los criterios expuestos detalladamente en el capítulo 1 del presente estudio.

Siendo nuestras variables: El sector vitivinícola iqueño como variable dependiente, la actitud filosófica de los empresarios como variable independiente y, el contexto COVID-19 como variable interviniente.

La técnica que se empleó fue la entrevista y el instrumento utilizado fue el cuestionario que varió según el perfil del entrevistado y las circunstancias presentadas durante la entrevista en base a la experiencia periodística de más de quince años del investigador.

A pesar de las explicaciones vertidas a los entrevistados (empresarios) sobre la razón académica de la entrevista, a varios de ellos, les costó mucho entrar en confianza, probablemente por el temor de dar a conocer o reconocer eventuales faltas a los sistemas normativos morales y/o legales.

El proceso de entrevistas, incluyendo su transcripción y revisión, tomo alrededor de cinco meses (agosto – diciembre 2021). Contando con la colaboración de dos personas: José Chacaliaza como joven estudiante de ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica y de Andrés Mansilla como enólogo argentino con más de diez años de residencia en el Perú.

El presupuesto que demandó esta investigación fue de S/. 5,000 (cinco mil soles) aproximadamente y fue financiada con recursos propios.

II. ASPECTOS CONCEPTUALES

1. Ideas, Creencias, Conocimiento y Actitud filosófica

La filosofía platónica considera que la esencia de las cosas se localiza en el mundo de las ideas. Es decir, para Platón, filósofo griego del siglo V y IV antes de Cristo, el mundo material ha sido creado a partir de unas formas o moldes originales y perfectos a los que llamamos ideas. Platón creó la teoría de las ideas a las que consideraba dos fuentes de conocimientos: los sentidos y la razón. Los sentidos correspondían al mundo físico sujeto a cambio constante, mientras que la razón corresponde al mundo ideal de las ideas, estas son perfectas e inmutables y a cada cosa que existe en el mundo físico que construimos le corresponde una idea del segundo mundo, el de las ideas.

Las creencias por principio:

“[...] constituyen productos de la mente cuya validación y justificación puede estar asentada en observaciones personales, en la autoridad de fuentes confiables, en inferencias lógicas, o en consensos culturalmente aceptados” (Van Dijk, 1999 en Martínez et al., 2010)

El filósofo hispano mexicano Villoro (2020) distinguió dos puntos de creencias. 1) Las creencias básicas que conforman los supuestos sobre nuestro entendimiento del mundo de ellas, se encuentran implícitas cuando damos opiniones. 2) Las creencias de las que damos razones las cuales se adquieren a través de otras creencias o por la experiencia en el mundo, así como a través de la reflexión sobre la misma.

Aristóteles definió el conocimiento como la posesión inmaterial del ser de una cosa, pero bien puede entenderse como el saber o la sabiduría obtenida de la capacidad de razonar propia del ser humano. La inteligencia es la capacidad de entender algo y de tal forma resolver un problema. El razonamiento es la habilidad de ejercitar la inteligencia para pensar de manera estructurada y producir argumentos bien fundamentados respecto de algún asunto. La racionalidad es la capacidad de obtener conocimientos

concretos y abstractos para después organizarlo y utilizarlo de manera apropiada, tiene como objetivo descubrir como es el mundo y traer conocimiento a partir de la realidad.

El filósofo argentino José Pablo Feinmann en su Programa "Filosofía Aquí & Ahora" transmitido en Canal Encuentro del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Argentina, explicó que la actitud filosófica es asumida cuando alguien está dispuesto a pensar de una manera crítica y disconforme sobre lo que le pasa a lo largo del día dentro del capitalismo del siglo XXI, siendo una práctica muy difícil porque uno deja de pertenecer a la manada y vuelve a pertenecer a uno mismo, ya no teniendo justificaciones ni distracciones para elegir y ser responsable de cada una de sus elecciones. (Nájera, 2008)

2. ¿Qué ayuda podemos esperar de la filosofía?

La filósofa mexicana, Velázquez (2020) investigadora, académica y locutora mexicana perteneciente al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del nivel II de CONACYT. Especializada en el estudio de las culturas prehispánicas y la bioética, en su artículo científico "El Rol de la filosofía en época de pandemia" nos dio una respuesta.

Para los filósofos que trabajan en el campo de la ética y la bioética esta pandemia suscita diversas reflexiones y probablemente abre nuevos campos de trabajo. Comencemos simplemente reconociendo que no hay expertos en Covid-19 en este momento: todo se está aprendiendo en el campo. Y muy a menudo la urgencia pone a los médicos frente a decisiones difíciles que no deberían estar obligados a tomar directamente sino apoyándose en protocolos establecidos por un cuerpo de expertos en bioética que deberían elaborar nuevas pautas para tomar decisiones éticamente responsables y saber cómo gastar mejor los limitados recursos disponibles. con el fin de mejorar la salud de la población y racionalizar los fondos para la atención médica.

Una última observación que me gustaría subrayar (y con esto concluyo) es que la filosofía y la pandemia nos enseñan que todos estamos de paso en esta vida, pero también que la crisis (otro concepto griego introducido en la medicina por Hipócrates) lleva a dos posibles resultados: recaída o recuperación. De ahí que no haya tanta distancia entre aprender a morir y aprender a vivir. El sentimiento de frustración y desánimo hacia la filosofía no debería ganar. La tarea del filósofo no es encontrar el sentido de la vida o decir a los demás cómo deben vivir, sino proporcionar herramientas conceptuales útiles a quienes toman decisiones difíciles, comunicándolas y explicándolas a los demás. Si vemos la filosofía de esta manera, todavía queda mucho trabajo por hacer para los filósofos, no sólo en la situación actual sino también, y quizás, sobre todo, en el futuro.

Cuando Platón se preguntaba cómo era posible asegurar lo mejor en la vida de un Estado, pensaba que esta tarea debía encomendarse a los filósofos que, precisamente por su capacidad de abarcar el bien de todos y cada uno, son

capaces de establecer necesidades y dictar políticas públicas para atenderlos. Este proyecto parecía plausible porque, en la época de Platón, el filósofo era de hecho un erudito con conocimientos también en el campo, por ejemplo, de las ciencias naturales y las matemáticas, así como ejercitado en la reflexión sobre los grandes temas del significado de vida y responsabilidades morales. Aún hoy las autoridades públicas, los líderes políticos para enfrentar la pandemia son asistidos por comités de expertos, pero estos son simplemente científicos y tecnólogos, cada uno capaz de dar valoraciones desde el estrecho punto de vista de su competencia, pero nadie es capaz de ofrecer las indicaciones de sabiduría y orientación básica que serían necesarias y nos enfrentamos a las incertidumbres y contradicciones que todos conocemos. Aún hoy la filosofía aún tendría su voz para expresarse frente a las difíciles elecciones que deben abordarse. (Velásquez, 2020)

Por otro lado, con un sentido crítico, podemos decir que la filosofía presenta una respuesta muy romántica de la realidad en este momento; en un mundo en crisis y conflictos permanentes, si su intervención fuera competente debería solucionar problemas de larga data como la guerra, el hambre, la pobreza o la discriminación entre los seres humanos, sin olvidar la existencia de un sistema de justicia que ya es solo una burocracia sin ninguna meta de reparación para las víctimas.

Es probable que los filósofos de la actualidad estemos en deuda con la humanidad y sus diferentes manifestaciones. Pero, todavía estamos a tiempo de filosofar para redescubrir el sentido de ser empresario en la sociedad iqueña dentro del sector vitivinícola después de la experiencia del coronavirus.

3. Las Neurociencias de las emociones

Rojas-Estapé (2021), médico psiquiatra y escritora española, autora del libro “Como hacer que te pasen cosas buenas”, gran apasionada del mundo de la mente, de las emociones y del comportamiento humano, en una entrevista para el Canal de YouTube del BBVA, señaló:

Lo importante es la interpretación que hacemos de lo que nos sucede y todos nosotros interpretamos la vida de una u otra manera, dependiendo de una serie de factores.

El primero es el sistema de creencias: todos nosotros tenemos unas ideas prefijadas sobre cómo debe ser la vida, como quiero que me traten, cómo quiero que se gobierne el mundo. Es decir, a nivel ético, a nivel moral, a nivel político, a nivel personal, a nivel económico. Tenemos unas expectativas, unas aspiraciones

personales, profesionales, nuestras, de nuestro entorno, pero también de cómo debe ser gestionada la vida

El sistema de creencias es lo más difícil de cambiar. La resistencia al cambio es lo que impide que disfrutemos de la vida.

El segundo es el estado de ánimo, si uno está contento, la interpretación de las cosas es mucho mayor. Ese estado de ánimo va determinar nuestra interpretación de las cosas. El estado de ánimo depende como durmamos, de las circunstancias, ejemplo vivir en tiempo de coronavirus, y la personalidad (desconfiado, sensible, etc.).

El tercero es el sistema reticular activador ascendente, es una zona que se encuentra en el tallo encefálico y es una zona muy primitiva de neuronas que tiene múltiples funciones, pero tiene una muy interesante que es filtrador, como un rastreador del cerebro. Y es la zona que se encarga de filtrar todo aquello que me sucede y de quedarme con lo que me interese.

Por otro lado, pensemos en que el ser humano cuenta con una psicología que lejos de conocerse a sí misma apoya un ego sobre el cual se construyó la cultura basada en ideas, teorías y supuestos que no permitirían percibir el mundo “real”, y si permite adoptar ideas fácilmente sin cuestionamientos profundos. Es decir, en este momento el ser humano no tiene contacto consigo mismo ni con otro ser humano si no es a través de una idea, un icono, una religión (sistema de ideas) y todo esto es solo para sentirse más seguro. Habiendo sido la experiencia del coronavirus un desaprendizaje y aprendizaje del concepto seguridad tanto para los empresarios como para todos los que conforman una organización empresarial en el sector vitivinícola.

4. La resiliencia

“La resiliencia es la capacidad de resistir la adversidad y recuperarse de sucesos vitales difíciles. De manera comunitaria es la capacidad sostenida, por parte de un grupo de personas que utilizan los recursos disponibles, como la planificación urbana, el

transporte, la alimentación, etc. para responder a los acontecimientos adversos, soportarlos y recuperarse de sus efectos” (Bahena, et al. 2020)

En nuestra opinión, los casos de resiliencia registrados en el presente estudio, nos lleva a pensar en la buena salud mental como fortaleza para crear y ejecutar estrategias de ventas durante la pandemia. En otras palabras, así como hubo empresarios que prefirieron no enfrentar la crisis por miedo o seguridad, también hubo empresarios que, aprovechando sus conocimientos en la industria, fueron capaces de incursionar como proveedores de los materiales o insumos más requeridos durante el año 2021.

La experiencia del coronavirus nos debe hacer pensar también en la necesidad de los servicios de los psicólogos industriales o de recursos humanos para innovar las políticas, estrategias y criterios en los nuevos procesos de selección de personal, contratación laboral, clima laboral, compensaciones laborales y desvinculación laboral. Incluyéndose a los directivos de la empresa.

Finalmente, no debemos quedarnos solamente con la resiliencia individual sino reconocer la influencia de la familia, los compañeros de trabajo, vecinos y amigos en nuestra actitud frente al coronavirus (motivación y automotivación).

5. Micro y Pequeña Empresa

Si bien, instituciones públicas como la SUNAT dan a conocer información sobre la micro y pequeña empresa a través de plataformas en el internet, consideramos necesario no perder de vista que nuestro público objetivo no se encuentra cien por ciento digitalizado y le viene costando acceder a las nuevas formas de comunicación que el Estado viene acelerando bajo el supuesto que hay internet, técnica y equipos para ello.

Por otro lado, advertimos por la práctica profesional del derecho que muchos emprendedores crean una MYPE sin tomar conciencia del sentido del negocio para una MYPE que a pesar de llamarse micro o pequeña empresa es una empresa y con ello surge la necesidad de entender y criticar los paradigmas que rigen la conducta y decisiones de un empresario a diferencia de un comerciante como, lo hizo el argentino Guillermo Gonzales en su libro “De Comerciante a Empresario” (González, 2020).

PRINCIPALES CARACTERISTICAS	
Comerciante	Empresario

<ul style="list-style-type: none"> - Actitud guerrera - Hace todo - Nadie lo hace mejor que él - Yoísmo - No trabaja en equipo - Corto plazo - La plata se gana haciendo - Limitado a la capacidad de sobrevivencia del emprendedor 	<ul style="list-style-type: none"> - Construye el futuro - Conciencia de equipo - La plata se gana pensando - Limitado a la capacidad de sobrevivencia de la organización empresarial.
---	--

Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=tcwfoOpqkIE&t=1254s&ab_channel=JonathanBaldovino

En ese sentido, consideramos que en el sector vitivinícola iqueño existen tanto comerciantes como empresarios. Siendo los primeros una suerte de autoempleados con un mínimo de contratación de personal y los segundos, una especie de nuevas generaciones que quieren imitar, a su estilo, los casos de éxito conseguido en el sector vitivinícola, dentro y fuera de Ica.

En el presente estudio nos hemos inclinado por promover el espíritu empresarial en el sector vitivinícola, pero somos conscientes de sus limitaciones y dependencia a factores internos y externos, que nos debe hacer pensar sobre el sentido de la vida empresarial y el rol del empresario en el sector vitivinícola iqueño.

5.1. Definición

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando se hace mención de la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas.

5.2. Características

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) o S/. 690,000 en la actualidad.

- Pequeña Empresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) o 7,820,000 en la actualidad.

Cabe señalar que el valor de la Unidad Impositiva Tributaria en el Perú es de S/. 4600 (cuatro mil seiscientos soles), según el Decreto Supremo N° 398-2021-EF

5.3. ¿Qué es el Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa?

Es un régimen laboral creado especialmente para las MYPES, que por el tipo de negocio o contexto socio empresarial, no generan los mismos ingresos que una empresa de régimen común. Podrán acogerse a este régimen laboral las MYPES que se inscriban en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE). No obstante, ambas partes pueden pactar mejores condiciones laborales a lo que establece la ley. La permanencia en este Régimen Laboral especial puede variar si la MYPE supera por dos años consecutivos sus niveles máximos de ventas, especificados en el punto anterior.

6. Producción de vino en 2020, según OIV

Según, las primeras estimaciones de la Organización Internacional de la Viña y el Vino – OIV del 27.10.2020., “América del Sur es la región del hemisferio sur que registra la mayor disminución con respecto al nivel de producción de 2019. En Argentina, la producción vinícola en 2020 se redujo significativamente a 10,8 Mill. hL (-17 %/2019) debido a las condiciones climáticas desfavorables provocadas por El Niño. Chile, con 10,3 Mill. hL, registra un descenso del -13 % con respecto a 2019, principalmente debido a la sequía. Ambos países muestran niveles de producción muy por debajo de su promedio de los últimos cinco años, con -13% y -10% respectivamente”.

III. DEL PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS Y SUS TESTIMONIOS EN EL PLANO PERSONAL Y LABORAL (EFECTOS DEL CORONAVIRUS)

1. Perfil de los empresarios

Sobre el perfil de los empresarios entrevistados podemos decir que fueron seleccionados bajo criterios señalados en la legislación empresarial para el sector de la micro y pequeña empresa (formalización de la actividad económica vitivinícola), la

experiencia empresarial en el sector vitivinícola (promedio de 27.9 años de experiencia específica en el sector vitivinícola), su importancia al interior de su organización empresarial (Propietario, Titular, Gerente General, Gerente de Operaciones, Gerente Comercial, Sub Gerente), la percepción de éxito y de confianza generada en el investigador como residente en Ica por más de 40 años.

Ellos y su marca son: Julio Alejandro Sotelo Alca (Sotelo), Rodolfo Alejandro Mejía Soler (Mejía), Marcus Amado Bustamante (Amado), Itala Matilde Vega Zarate (Zarate), María Consuelo Gonzales Martínez (Tres Generaciones), Luis Alberto Pisconte Bravo (Pisconte), Rosa Angélica Grados Mora (Grados), Allan Salinas Cordero (De Allan), José Guillermo Chomon Salgado (De Carral) y Manuel Alejandro Lengua Zambrano (Lengua).

Los diez empresarios seleccionados son profesionales de diferentes áreas, teniendo algunos de ellos hasta dos profesiones. Por ejemplo: Ingeniero químico, Médico veterinario, Ingeniero en Enología y Viticultura, Abogado, Contadora, Economista, Ingeniero Industrial y Técnico Agropecuario.

Cabe señalar que el 70% de los entrevistados manifestaron haber nacido y estudiado en Ica, y un 90% haber viajado al extranjero en el rango de 1 mes hasta 6 años. Asimismo, el 50% señaló tener experiencia laboral en el sector público en el rango de 1 año hasta 31 años, adicional a la experiencia en el sector privado y/o vitivinícola.

Respecto a la procedencia de los padres (papá y mamá) de los empresarios entrevistados, hallamos que el 70% son de Ica y que sus ocupaciones en general fueron: comerciante, transportista, viticultor, abogado, empresario(a), técnico agropecuario, agricultor, servidor público, policía y ama de casa.

El 90% de las entrevistas se llevaron a cabo en forma presencial con una duración mínima de 15 a 20 minutos y una duración máxima de 60 a 75 minutos aproximadamente, siguiendo el Protocolo y el Guión previamente validado por opinión de experto de mi directora de investigación.

2. Perfil de los especialistas

Sobre el perfil de los especialistas entrevistados podemos decir que fueron seleccionados bajo criterios de amplia experiencia de vida en el sector público y privado, especialmente en el sector vitivinícola (promedio de 16.9 años de experiencia específica en el sector vitivinícola), su visión profesional y laboral, así como su identificación y amor por el sector vitivinícola y/o tradición vitivinícola, la condición de especialista técnico-

profesional en el sector, la recomendación de otros especialistas del sector y la confianza generada en el criterio del investigador.

Ellos y su nacionalidad son: Julio Gerónimo Montenegro (Argentina), Abel Omar Furlan (Argentina), María José Luvaro (Argentina), Eduardo Félix Luyo Luyo (Peruana), Luis Ignacio Aquije Hernández (Peruana), Andrés Mansilla (Argentina), Alan Edgar Watkin Sejuro (Peruana), José Humberto Cuéllar Moyano (Peruana), Cesar Roberto Vieira Cervera (Peruana), y Nery Cesibel Sánchez Pacheco de Palma (Peruana).

Los diez especialistas seleccionados son técnicos, profesionales y/o académicos de diferentes áreas, destacando varios de ellos por sus múltiples facetas y/o actividades culturales y/o de capacitación. Por ejemplo: Enólogo, Abogado, Técnico Agropecuario, Economista, Servidor público, Productores de vino y/o pisco, Periodista, Docente universitario, Asesor, Auditor técnico, Catador y Sommelier.

Cabe señalar que el 60% de los entrevistados son peruanos (Lima e Ica) y 40% argentinos (Con estudios en la Provincia de Mendoza). Asimismo, el 70% señaló tener experiencia laboral en el sector público en el rango de 1 año hasta 38 años, adicional a la experiencia en el sector privado y/o vitivinícola.

Respecto a las ocupaciones de los padres (papá y mamá) de los especialistas entrevistados, hallamos: comerciante, profesor - docente, viticultor, químico industrial, albañil, agricultor, administrador de empresas, carpintero, policía, secretaria, propietaria de su negocio, salvavidas y ama de casa.

El 60% de las entrevistas se llevaron a cabo en forma no presencial, vía zoom, con una duración mínima de 40 a 45 minutos y una duración máxima de 60 a 75 minutos aproximadamente, siguiendo el Protocolo y el Guión previamente validado por opinión de experto de mi directora de investigación.

3. Testimonios de los empresarios y especialista

El testimonio de los empresarios del sector vitivinícola seleccionados que vivieron en Ica en el periodo de la considerada pandemia del COVID-19 por la OMS, fue unánime.

El 100% de los empresarios entrevistados respondieron que el fenómeno coronavirus afectó poco a sus familiares más cercanos, pero tuvieron familiares contagiados sin consecuencias mortales en general, pero si una afectación inesperada, fuerte, negativa y temporal a todo el sector vitivinícola y turístico con el cual se relacionan directamente, con la paralización de sus labores sobre todo en los meses de marzo, abril,

mayo, junio, julio y agosto del año 2020, no pudieron cosechar con normalidad ante la falta de personal y las restricciones en el tema del transporte decretado por el gobierno nacional y cumplido por los gobiernos subnacionales y la Policía Nacional del Perú.

Nuestros entrevistados sintieron mucha incertidumbre, hasta terror en materia de salud y economía. Y también la necesidad de subsistir y cumplir simultáneamente con obligaciones financieras y laborales. Afectó la producción de pisco de las empresas vitivinícolas y generó la necesidad de ayuda entre los actores del sector vitivinícola.

Describieron una situación dramática para el negocio vitivinícola y el desarrollo de las empresas vitivinícolas que estuvieron pendientes de las soluciones que pedían del gobierno nacional. Habiendo sido el rubro vitivinícola uno de los últimos en reactivarse.

El testimonio de los especialistas del sector vitivinícola o afines seleccionados que vivieron también en el periodo de la pandemia del COVID-19 fue también unánime.

El 100% de los especialistas entrevistados respondieron que el coronavirus afectó poco a sus familiares y amigos más cercanos, produjo la separación física con ellos, así como en los hábitos de compra y el estado de ansiedad por la seguridad.

En el plano laboral, el 50% de los especialistas respondió que estuvo restringido por la inmovilización, que todo era egresos y no había ingresos, aislamiento por largo tiempo, se restringió las comunicaciones personales, un cierre completo del negocio, paralización del 100% de las actividades laborales por su dependencia al sector turismo, y con la necesidad de adaptarse a la modalidad del trabajo remoto.

Mientras que el otro 50% respondió que no lo afectó negativamente por el contrario fue una oportunidad para disfrutar en familia, solucionar los problemas desde casa, consideran que tuvieron una mejor comunicación, el desarrollo online en el trabajo y la academia (catedra virtual), trabajo permanente en la Provincia de Mendoza en Argentina en donde el vino es un bien esencial, el desarrollo de nuevas competencias y habilidades con un sentido de aprendizaje.

IV. LA CULTURA EMPRESARIAL EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA

1. Para los empresarios

A los empresarios seleccionados se les preguntó sobre los siguientes puntos: la empresa, sus productos, el negocio, los clientes, los trabajadores, los proveedores y el

gobierno (administración pública). Todo vinculado al coronavirus como causa y efecto. Habiéndose obtenido los siguientes diez resultados de parte de los empresarios:

1.1. Beneficios sobre los productos vitivinícolas

Acerca de los beneficios que tienen los productos vitivinícolas que venden los empresarios entrevistados, el 66.33% respondieron un conjunto de beneficios en la medida que el producto vitivinícola, vino y pisco, haya sido bien procesado, siendo favorable para la imagen del país, la identidad nacional, puestos de trabajo para la población, la felicidad, la socialización, la salud de sus consumidores, teniendo en algunos casos comprobación científica y en otros no. Reconociéndose al vino y pisco como favorables para la digestión, para bajar el colesterol, pero pudiendo también subir la presión del consumidor y producir dolor de cabeza al día siguiente de su consumo cuando no son productos vitivinícolas 100% naturales.

Mientras que el 33.33% de los entrevistados respondieron no conocer los beneficios o no respondieron o respondieron en un sentido diferente al propósito de la pregunta.

1.2. Nuevas Oportunidades

Sobre las nuevas oportunidades para el negocio vitivinícola debido al fenómeno del coronavirus, el 60% de los empresarios entrevistados respondieron que no hubo nuevas oportunidades, que no hubo nada positivo, incluso que desaparecieron las oportunidades con el coronavirus.

Mientras que un 40% respondieron que, si hubo nuevas oportunidades, utilizando los subproductos de la industria para producir alcohol medicinal para atender la necesidad de desinfección que acrecentó el fenómeno coronavirus, elaboración de nuevos vinos (secos y semi secos) con uvas pisqueras, la digitalización de la empresa (inclusive sus procesos), la venta por delivery dentro y fuera del mercado local.

1.3. Cambio en los productos vitivinícola

Acerca del cambio de sus productos vitivinícolas con motivo del fenómeno del coronavirus, el 100% de los empresarios entrevistados respondieron que sus productos vitivinícolas no cambiaron con motivo del coronavirus, pero si pusieron énfasis en que el cambio se produjo en la estrategia de venta. Cabe señalar que el fenómeno del

coronavirus se inició un año antes de la conmemoración del bicentenario de la proclamación de la independencia del Perú (28/7/2021) lo que generó un cambio previsto en la presentación del pisco debido a ese acontecimiento político.

1.4. Identificación empresarial

Sobre lo que más identifica a la empresa, el 50% de los empresarios entrevistados respondieron que la calidad y la búsqueda de la calidad es lo que más identifica a su empresa, el 30% respondió el pisco, el 10% respondió el tema tradicional y el 10% respondió la seriedad en los procesos (en campo, bodega, producción e identidad).

1.5. Orgullo empresarial

Acerca de lo que más enorgullece a la empresa, el 50% de los empresarios entrevistados respondieron que la tradición (mantenerla y pasarla de generación en generación) y la calidad son lo que más enorgullece a su empresa.

Mientras que el 20% respondió que son los premios ganados o medallas obtenidas en los concursos; el 10% respondió la condición de producto bandera del pisco (denominación de origen); el 10% respondió la marca y el otro 10% respondió la producción de pisco.

2. Para los especialistas

A los especialistas se les preguntó sobre los siguientes puntos: el negocio del vino y pisco, los riesgos en su inversión, su rentabilidad, la empresa vitivinícola, su realidad empresarial, su importancia, la provincia de Ica, el gerenciamiento, y el perfil del consumidor. Todo vinculado al coronavirus como causa y efecto. Habiéndose obtenido los siguientes diez resultados de parte de los especialistas:

2.1. Negocio del vino

Acerca del funcionamiento del negocio del vino en general, el 50% de los especialistas respondió que funciona como en los tiempos de los abuelos, regidos por la tradición, dependiendo su crecimiento al cambio de visión empresarial en el sector vitivinícola, dejando el excesivo individualismo, no habiéndose sistematizado el conocimiento y la historia de la producción del vino, siendo necesario ensamblar y presentar los emprendimientos como en Cafayate (Salta, Argentina). Reconociéndose

que hay empresas que han empezado a organizarse para mejorar sus instalaciones. Incluyendo dentro de su estrategia de comercialización el tema del enoturismo. Observándose una traba entre el productor y el consumidor. Siendo Ica cuna de la quebranta, donde existen muchas bodegas con historia, bodegas de culto, debiéndose promover el turismo, la gastronomía, para combinarlo con un buen quebranta, Torontel.

Mientras que el otro 50% de los entrevistados respondieron que el negocio del vino está enfocado a un mercado nacional, la producción está limitada a las variedades pisqueras, cuya realidad es que son pequeños productores de pisco con muy pocas empresas industriales, ausencia de plantaciones de uvas especiales para vino de mesa. Destacando también el funcionamiento bastante informal del sector, afectando la calidad de sus productos y el turismo enológico, que a su vez necesita un desarrollo social y urbano que los visitantes no observan en Ica. Pero, sobre todo, se observa una falta de convencimiento del sector vitivinícola en Ica para competir, falta que se la crean ellos mismos.

2.2. Negocio del Pisco

Sobre el funcionamiento del negocio del pisco y sus semejanzas y diferencias con el negocio del vino, los especialistas respondieron que primero es el vino y después el pisco, que ambos provienen de la vid, con público para ambos productos vitivinícolas, aunque el productor podría elegir dedicarse a producir solo uno de ellos para lo cual tendría que especializarse para ser más competitivo con la ayuda del marketing. Por otro lado, se señaló que son contadas las empresas que producen vino, no dándose a conocer la realidad del negocio del vino en Ica, en donde existe importaciones de Argentina y Chile.

2.3. Riesgos de inversión

Respecto a los principales riesgos de invertir en el negocio del vino y del pisco, los especialistas respondieron que el riesgo se presenta cuando no diagnosticamos con la suficiente claridad, cuando no reinvertimos y preferimos despilfarrar, cuando no somos lo suficientemente pensadores, analíticos y sistémicos y dedicados en nuestro rubro.

Asimismo, los especialistas sostienen que para el mercado nacional resulta más barato y productivo producir vino que pisco, porque es una etapa previa al pisco y para producir pisco tengo que concentrar cerca de 5 litros de vino para producir un litro de

pisco, Es por ello, que es más fácil producir un vino de muy buena calidad sin tener que llegar al pisco y no tener después que competir con un pisco en un mercado que se encuentra saturado a nivel nacional y en donde el precio prima sobre la calidad.

Finalmente, manifiestan que los riesgos son muy eventuales y que en definitiva es un buen negocio ya que si uno produce calidad va tener aceptación en todas partes del Perú.

2.4. Rentabilidad de la inversión

Acercas de la rentabilidad de la inversión en el negocio del vino o pisco, los especialistas respondieron que ambos productos son rentables, pero que requieren de una dedicación profunda cada uno de ellos, ya que nos falta una cultura de desarrollo en el producto que elijamos.

Por otro lado, se señaló que es más productivo y necesario para el Perú el tema del vino, teniéndose en cuenta que la producción artesanal como la producción industrial necesitan superficies cultivadas de uva, cuyo dato no se tiene porque no está censada. El Perú carece de un vino bandera para poder acompañar toda su gastronomía.

Finalmente, también se dijo que se trata de dos actividades diferentes, existiendo una preferencia mayoritaria a lo que se llama vino dulce. El vino te permite tener caja, mientras que hacer pisco es muy caro. El vino no tiene denominación de origen, ni reglamento.

2.5. Terminología

Sobre al termino “empresa vitivinícola” y su alcance al vino y pisco, los especialistas respondieron que el termino abarca ambos negocios (vino y pisco). Pero, por otro lado, consideran que hay que tomar cierta conciencia sobre qué puntos definir y cuales todavía no. Ya que no sería lógico, por ejemplo, poner una industria pisquera dentro de una casa ubicada en zona urbana donde todos los desagües colapsarían.

Finalmente, sostienen que, en realidad, el productor es el que decide si va hacer todo pisco o parte vino, más valor tiene el pisco, pero más comercial es el vino dulce.

3. Una reflexión provisional

Son varias las ideas y creencias que conforman la cultura empresarial en el sector vitivinícola que nos lleva a pensar si la actividad vitivinícola es un hobby o una empresa

que ellos como empresarios quieren que crezca. Si fuese más un hobby, no tendría mucho sentido la queja y/o el lamento de ellos durante el coronavirus; en cambio, si la actividad se convierte en un oficio o en una profesión, los sujetos se vuelven profesionales.

Esto se refleja en el asunto de la calidad, conceptos y definiciones, su relación con la producción tradicional en pequeñas cantidades; a pesar de que el volumen determina los costos para lograr ser más competitivos en el mercado. Siendo una de nuestras debilidades el poco volumen de producción de los productos vitivinícolas para poder aprovechar los mercados internacionales a través del comercio exterior (exportación). Llevándonos a pensar si la tradición está hecha para la calidad o si la calidad está hecha para la tradición.

Por eso, la necesidad, de cultivar una conciencia practica para saber distinguir y comprender entre lo cultural y lo científico, entre la información y la cultura, entre persona natural o persona jurídica (empresa), entre rentabilidad y cultura, entre tradicional e industrial, entre orgullo y venta, entre confrontar y solucionar, entre seguridad y capacidad financiera para un desarrollo financiero, entre el desarrollo personal y el desarrollo económico, entre Estado y gobierno, entre lo ordinario y lo extraordinario, entre demanda y oferta, entre las relaciones humanas y las relaciones comerciales, entre lo racional y lo emocional, entre mercado local, nacional e internacional, entre asesorar y orientar en función de las fiscalizaciones que puede llevar a cabo las entidades competentes por ley.

V. LA CULTURA JURÍDICA EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA

1. Para los empresarios

A los empresarios seleccionados les pusimos a su consideración los siguientes puntos: la reforma constitucional, normas legales, Congreso de la República, Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral – SUNAFIL, administración de justicia, la conciliación, los Sindicatos, comunicación con los trabajadores, las sanciones laborales, y los servicios legales. Todo vinculado al coronavirus como causa y efecto. Habiéndose obtenido los siguientes diez resultados de parte de los empresarios:

1.1. Reforma constitucional

Acerca de la necesidad de reformar la Constitución Política del Perú, el 70% de los empresarios entrevistados respondieron a favor de una reforma constitucional parcial, en algunos temas puntuales o artículos, con el ánimo de corregir algunas cosas.

Mientras que el 20% respondió no estar de acuerdo con ninguna reforma constitucional, señalándose que el problema no es la Constitución sino el Estado. Y el 10% respondió estar a favor de una reforma constitucional total.

En nuestra opinión, antes de hacer una reforma a un sistema es necesario ser competente en la ejecución del que ya está instalado. Desgraciadamente ni siquiera el sistema de salud ni el de inversión pública regional son competentes y esto es falencia humana. Hay una profunda falta de comprensión, fiscalización y transparencia que hace fallar cualquier sistema.

El crecimiento de un país es de todos y para todos, por lo tanto, ninguna ideología, partido político o personas debe adjudicarse méritos por esto; ya que es una obligación y responsabilidad de todo funcionario de gobierno.

1.2. Conocimiento legal

Sobre el conocimiento de las normas legales, el 83.33% de los empresarios entrevistados respondieron que si es necesario tomar conocimiento de las normas legales que se utilizan en el mundo laboral y empresarial para no cometer infracciones, porque es una obligación que nos ayuda a tomar conciencia de los derechos, señalándose la importancia de relacionarse con personas entendidas en la materia.

Mientras que el 16.66% respondió que no es necesario tomar conocimiento de las normas legales debido a su condición de micro y pequeña empresa – MYPE.

1.3. Congreso de la Republica

Acerca del actual Congreso de la República, el 70% de los empresarios entrevistados respondieron no tener expectativas, ninguna expectativa, no tener buenas expectativas o expectativas negativas sobre la labor legislativa del Congreso de la República debido a los conflictos con el poder ejecutivo, debido a que los políticos solamente defienden sus intereses, y por el alza de los impuestos al sector vitivinícola.

Mientras que el 30% respondió tener alguna expectativa en el Congreso de la República debido a la percepción general de tener ganas de trabajar, el apoyo en las normas de DIGESA y en la afirmación de que hay mucho que hacer.

1.4. SUNAFIL

Sobre la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral – SUNAFIL, el 42.85% de los empresarios entrevistados respondieron tener una opinión no satisfactoria sobre el desempeño de la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral – SUNAFIL en tiempo de coronavirus, resaltando que no sintieron un acercamiento, comunicación ni comprensión de dicha institución hacia ellos, quienes necesitaban ayuda y respuestas a sus preguntas en el ámbito laboral; así como la percepción de mucho cartel para tan poco trabajo.

Mientras que el 28.57% respondió haber escuchado que hacen buenas intervenciones, que velan por la seguridad del trabajador y reconocen su actuación institucional frente a las protestas de los trabajadores agrarios que buscaban desde fines del año 2020 la derogación del régimen de trabajo de dicho sector. Y el 28.57% respondió no tener una opinión satisfactoria o insatisfactoria debido a que no fueron inspeccionados durante el tiempo del coronavirus, en donde ninguna institución del Estado trabajó, según la respuesta del entrevistado.

1.5. Administración de justicia

Acerca de la administración de justicia, el 70% de los empresarios entrevistados no creen en la administración de justicia impartida por los Juzgados del Poder Judicial, debido a la idea de gente no proba en el Poder Judicial, las arbitrariedades, a su desempeño actual, a la corrupción, la sensación de inseguridad, falta de seriedad e insatisfacción como usuario del servicio de acceso a la justicia.

Mientras que el 30% respondió si creer en la administración de justicia a pesar de escuchar de terceros que no hay justicia.

2. Para los especialistas

A los especialistas seleccionados se les pregunto sobre los siguientes puntos: la reforma constitucional, las normas del vino y pisco, las entidades del sector, los especialistas en el sector, derecho vitivinícola, los abogados, los conflictos laborales, el

teletrabajo, la seguridad y salud en el trabajo y la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral - SUNAFIL. Todo vinculado al coronavirus como causa y efecto. Habiéndose obtenido los siguientes diez resultados de parte de los especialistas:

2.1. Reforma constitucional

Acerca de la necesidad de reformar la Constitución Política del Perú para reactivar la economía del sector vitivinícola del país, el 100% de los especialistas entrevistados respondieron que no era necesario una reforma constitucional por las siguientes razones:

i) La actual constitución tiene un capítulo económico que es bastante amplio y flexible para hacer estrategias empresariales, creo que nos falta decisión desde un punto de vista empresarial para crecer, competir y sacar el mejor provecho al producto bandera que tenemos.

ii) No está relacionado el tema de una nueva constitución para un nuevo rubro o una industria en desarrollo dentro del país. Si la constitución en alguno de sus artículos dice que el ciudadano tiene la necesidad y la libertad de trabajar y es reconocido por la constitución con eso es suficiente.

iii) La industria vitivinícola no es tan grande ni importante para entrar en esos temas de la constitución, porque son pequeños.

2.2. Normatividad vitivinícola

Sobre las principales normas que regulan la actividad económica del vino y pisco, los especialistas entrevistados respondieron que la regulación normativa es necesaria ante las falsificaciones de productos vitivinícolas y la impunidad de su accionar ilegal. También, les pareció que estamos en un círculo muy pequeño, en donde el productor se conforma con lo que invirtió en la producción, siendo perjudicial para el crecimiento de la empresa. Por lo tanto, sentencian que estamos frente a un tema de gestión de las pequeñas empresas enfocadas a aumentar su producción a nivel escalable de exportación, mientras eso no suceda no hay manera de invertir en ellas. La participación del gobierno debe ser brindar formación e información de esta gente para poder ayudarle a encontrar los mercados. Dejarlos en una condición competitiva tecnológicamente y de costos para el desarrollo de sus empresas.

2.3. Entidades vinculadas al sector

Respecto a las entidades públicas o privadas encargadas de aplicar las normas del sector vitivinícola, los especialistas entrevistados respondieron que son: el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI (ejemplo por el etiquetado), la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - SUNAT, la Dirección General de Salud Ambiental - DIGESA, el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Cultura, las direcciones regionales de producción y agricultura del Gobierno Regional de Ica, las municipalidades, los organizadores del Festival internacional de la Vendimia Iqueña - FIVI, donde se vende la cachina como una alternativa más barata que el vino.

2.4. Contratación de personal

Acerca de la necesidad de contratar profesionales y/o técnicos especialistas para el cumplimiento de las normas del sector vitivinícola, los especialistas entrevistados dijeron que, si era necesario, pero no lo estarían demostrando, al vender lo primero que pueden con el menor costo y con la menor posibilidad de declarar temas tributarios.

Por lo tanto, cuando el Perú decida desarrollar toda su industria vitivinícola y una industria pisquera a un nivel exportable, ahí se hará necesario la participación de profesionales y/o técnicos especialistas.

En la actualidad, para el consumidor todo vale lo mismo y el más barato es el más viable de comprar o el sustituto, el consumidor no tiene una forma de percibir la calidad del producto y eso influye en la necesidad de contratación de terceros especialistas.

Por otro lado, recomiendan que los empresarios se apoyen en asociaciones o colectivos que congreguen a estos empresarios del sector, para buscar con el estado una agenda que priorice la competitividad empresarial, en donde el cumplimiento de la normatividad juega un papel importante.

Finalmente, sentencian que toda actividad tiene que tener un profesional técnico en la materia, tiene que saber el proceso de producción, ya que hay casos de adulteración con el propósito de lograr utilidades indebidas, incumpliendo las normas del sector vitivinícola.

2.5. Derecho Vitivinícola

Sobre la existencia de un Derecho Vitivinícola en el Perú, no hay un consenso entre los especialistas entrevistados, encontrándose tres posiciones:

i) No existe, pero sería interesante que existiera a partir de los pequeños productores. El único capacitado en este momento para atender las normas es el profesional quien responde ante los problemas que tenga el producto vitivinícola, colocando su matrícula o registro profesional como evidencia de su participación. El productor y el asesor técnico son co-responsables.

ii) Está en construcción, mereciendo la atención de los legisladores, hay que alentar en ese sentido.

iii) Si existe, Todo producto va de la mano con una legislación existente. Ejemplo Caso Champagne. A mayor calidad y mejor proceso de producción, mayor será el precio.

3. Una reflexión provisional

Se observa una especie de resistencia a los cambios normativos para el sector vitivinícola al amparo de una crítica y/o queja basada en la supuesta realidad del negocio vitivinícola que no soportaría mayores exigencias que pondrían en riesgo su sostenibilidad y sobrevivencia. A pesar de que el coronavirus viene motivando nuevas políticas y normas para su aplicación en los diferentes sectores económicos del país.

En ese sentido, la evolución de la cultura jurídica en el sector vitivinícola dependerá de las fiscalizaciones y su nivel de eficacia, constancia, tecnicismo y transparencia, realizadas por los organismos públicos de alcance nacional, regional y local. Por ejemplo, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, la Dirección Regional Agraria del Gobierno Regional Ica y la Gerencia de Promoción Económica la Municipalidad de Ica, respectivamente.

Es evidente que en Ica hay un problema de fondo que es la tolerancia a la corrupción y la falta de responsabilidad tanto en el sector público como privado; con instituciones públicas y gremios o asociaciones débiles, que hace pensar que la justicia no existe, así como cuestionar el valor, la contribución y la capacidad del pequeño productor vitivinícola para tomar decisiones en beneficio del sector vitivinícola, donde hay productores que adulteran el pisco y que después de ser investigados por la Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI pueden ser sancionados con el retiro de la Denominación de Origen Pisco (DO Pisco). Existiendo una dependencia con Indecopi Lima, para llevar a cabo dichas inspecciones e investigaciones en la región de Ica.

VI. LA CULTURA ÉTICA EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA

1. Para los empresarios

A los empresarios seleccionados se les pregunto sobre los siguientes puntos: los valores, la justicia, la legalidad, el reconocimiento, los daños, el teletrabajo, las relaciones laborales, Código de ética, y toma de decisiones. Todo vinculado al coronavirus como causa y efecto. Habiéndose obtenido los siguientes diez resultados de parte de los empresarios:

1.1. Los valores

Acerca del valor o valores que puso a prueba el coronavirus en la empresa, el 40% de los empresarios entrevistados respondieron que fue la unión, la fidelidad, la lealtad, la valentía, la innovación y la identificación con la empresa, el 30% de los empresarios entrevistados respondieron la responsabilidad, y el otro 30% respondieron la solidaridad.

En nuestra opinión, siempre será complejo determinar los valores que predominaron en la actitud de los empresarios durante el COVID, en donde también hubo empresarios dispuestos a vender cualquier cosa al consumidor sin garantizar calidad.

1.2. Crisis

Sobre la crisis de valores o crisis de personas, el 55.55% de los empresarios entrevistados respondieron que estamos frente a una crisis de personas pero que antes de juzgarla hay que enseñarle debido a la ignorancia. El 22.22% respondió que la crisis es de valores y el 22.22% respondió que la crisis es tanto de personas como de valores.

En nuestra opinión, no solamente hace falta apostar por una formación ética o moral a una persona, sino darnos cuenta cuando hacemos un daño a otra persona. Necesitándose para ello un poco de inteligencia (emocional) y colocarse en lugar del otro sufriendo las consecuencias (empatía). Y esto nuevamente nos lleva a reconocer la importancia actual que tiene la psicología y las neurociencias en el ámbito empresarial.

1.3. Justicia e Injusticia

Acerca del entendimiento de la justicia o injusticia con los trabajadores, el 50% de los empresarios entrevistados respondieron que entienden más fácilmente la justicia, el 30% respondió discrepando con el planteamiento de la pregunta, diciendo que no es cuestión de entender sino como ven los demás lo que haces, los hechos y no como situaciones polarizadas o separadas. Y el 20% dijo entender más fácilmente la injusticia.

1.4. Legalidad y justicia

Sobre si las decisiones laborales tienen que ser legales y también justas, el 60% de los empresarios entrevistados respondieron que las decisiones laborales tienen que ser legales y justas, el 30% respondió que las decisiones laborales tienen que sobre todo justas, y el 10% respondió que las decisiones laborales tienen que sobre todo legales.

1.5. Reconocimiento laboral

Acerca de considerar al trabajador o colaborador más valioso en la empresa, el 40% de los empresarios entrevistados respondieron que consideran como más valiosos a sus trabajadores del área de producción (jefe, asistente, asesor y destilador), el 30% de los empresarios entrevistados respondieron que todos sus trabajadores son valiosos y que no hay uno mejor que otro. Y el 30% restante respondió específicamente, diciendo que era su padre, su hijo o Jenny quien está en el vivero.

2. Para los especialistas

A los especialistas seleccionados les preguntamos sobre los siguientes puntos: los valores, los clientes, los trabajadores, la justicia, el comportamiento ético, responsabilidad empresarial, el ambiente, la corrupción, el teletrabajo, seguridad y salud en el trabajo, Código de ética, y toma de decisiones. Todo vinculado al coronavirus como causa y efecto. Habiéndose obtenido los siguientes once resultados de parte de los especialistas:

2.1. Valor empresarial

Respecto al valor más necesario en el mundo empresarial o de los negocios, los especialistas entrevistados dijeron que el valor de una empresa es como el valor del ser humano, debe tener ética, ser consciente de que el producto que sale de Ica tiene un prestigio ganado, por lo tanto, se debe cuidar que no baje la calidad del producto

vitivinícola, evitando poner en riesgo la credibilidad y la imagen de los productos. Por ejemplo, la honestidad es un valor necesario en el sector donde existe mucha adulteración.

Asimismo, se necesita una capacidad de percepción, de comprensión, y una transmisión clara de las intenciones. Lo primero y lo final que termina siendo el ser humano, un ser humano que produce y un ser humano que gana en base a una colaboración con ese otro ser humano; tiene que existir cierta fidelidad, comunicación y comprensión de esas situaciones de biodependencia. Ante las mismas necesidades, los condicionamientos deberían de ser casi iguales.

2.2. Los valores

Sobre el valor más afectado con el inicio del coronavirus en el sector empresarial o de los negocios, los especialistas entrevistados consideraron que fue la transparencia, la honestidad, la ecuanimidad, la tranquilidad y la serenidad. Asimismo, sostuvieron que nos hemos vuelto demasiado nervioso; que hemos retrocedido, que nos hemos aislado, y que tenemos que seguir haciendo marketing para hacer conocida nuestra marca.

2.3. Cliente y trabajador

Acerca de la importancia de los clientes y trabajadores en la empresa, los especialistas entrevistados sostuvieron que lo uno tiene que ver con lo otro, el empresario no se está dando cuenta que su crecimiento no está en mantener esa planilla, sino en diseñar una estrategia de marketing con herramientas de impacto digital. Por lo tanto, la importancia es para ambos.

En otras palabras, los dos son cliente, el cliente externo que es el consumidor, y el cliente interno que es el trabajador, ambos están aportando valores, en realidad son todo un tema de biodependencia de situaciones, todo es un ecosistema del cual participa la empresa, el tema de la dinámica de la empresa, tiene que cuidar la capacidad, la habilidad y la vida de cada uno de esos entes que participan del ecosistema empresarial.

2.4. Justicia empresarial

Respecto a la necesidad de ser justo en el mundo de los negocios del vino y/o pisco, los especialistas entrevistados no coinciden.

Por un lado, consideran que, si es necesario ser justo en cualquier rubro o negocio, pero eso pasa por tener un nivel cultural en el sentido que estamos frente a la continuidad de productos iqueños y que tienen un prestigio que mantener o acrecentarlo. De lo contrario no habría SUNAFIL ni controles que se hacen justamente para que no haya adulteraciones, falsificaciones de productos. Así como hay empresarios buenos, hay malos, este último vende producto malo, pero a menos precio y la gente no conoce.

Y, por otro lado, hay la opinión que la justicia no tiene nada que ver, siendo un tema muy ilusorio. Cada uno de las personas elige participar dentro de un nivel funcional, siendo un tema de equilibrios, entonces lo que es justo puede ser injusto también.

2.5. Ética de los proveedores

Sobre la valoración de los clientes al comportamiento ético de los proveedores de vinos y/o pisco, los especialistas entrevistados optaron por tres posiciones:

i) Si valoran el comportamiento ético, debiendo darlo a conocer estratégicamente para aumentar los clientes.

ii) No valoran el comportamiento ético, ya que el empresario solamente valoraría si tiene ventaja o desventaja en un determinado momento con un determinado cliente, no existiendo garantía de que siga siendo después su cliente a pesar de las condiciones de calidad, precio y legalidad de la operación comercial.

iii) Es relativo la valoración del comportamiento ético, ya que solamente pueden valorar los que conocen la empresa o han visto el proceso de fabricación, pero el resto compra y pregunta si es bueno y el vendedor de la tienda no le va a decir que es malo, y el comprador no va poder realizar un análisis en laboratorio.

3. Una reflexión provisional

Los resultados del estudio nos llevan a repensar la formación y la conducta ética del empresario al frente de su empresa, sobre todo en un contexto nuevo y complejo como fue el coronavirus. Poniéndose en práctica conceptos, derechos y principios como el de responsabilidad social empresarial, reforzándose la solidaridad y la lealtad.

Si bien no hallamos consensos éticos, tampoco hay consensos jurídicos entre los entrevistados, pero si una relación entre ética y derecho. En ese sentido, para ser ético hay que cumplir con las normas legales y si son justas y correctas, mucho mejor. Por lo

tanto, surge como una necesidad el análisis ético de la legislación del sector vitivinícola; que nos lleva a la filosofía aplicada al campo empresarial y/o económico.

En el Perú, desde antes de la llegada del coronavirus se atravesaba una grave crisis política motivada por la conducta ética de representantes del Poder Ejecutivo y Poder Legislativo del Perú. Es así que, desde julio del año 2016 hasta julio del año 2021, hubo hasta cinco presidentes: Pedro Pablo Kuczynski, Martín Vizcarra, Manuel Merino (Ex presidente del Congreso de la República), Francisco Sagasti (Ex presidente del Congreso de la República) y Mercedes Aráoz, quien juró como presidenta ante el Congreso de la República disuelto el 30 de setiembre de 2019 por Martín Vizcarra. Decisión política que fue validada por el Tribunal Constitucional del Perú. En este contexto se produjeron los hechos objeto de estudio de la presente investigación posdoctoral.

VII. CONCLUSIONES

Como hemos revisado anteriormente, advertimos una conexión entre la teoría desarrollada (alcances conceptuales) y los resultados presentados. Asimismo, observamos que el sistema de creencias y normas en general se vieron afectados por las decisiones que se tomaron en y para el sector vitivinícola. Siendo, por ejemplo, la comunicación y el lenguaje, dos factores globales que se han visto transformados por el fenómeno coronavirus, dejando como tarea pendiente repensar nuestro sistema de comunicación y lenguaje para la sobrevivencia y desarrollo comunal.

El COVID19 generó la redefinición del principio fundamental de empresa, así como la vigencia de los derechos humanos en las relaciones laborales y/o comerciales. Cobrando el termino incertidumbre una influencia relevante tanto en la empresa como principio fundamental y en los derechos humanos como teoría del siglo XX que viene alcanzando un desarrollo y enfoque critico cada vez mayor en este siglo XXI.

Las decisiones que se tomaron en el sector público y privado ante la pandemia, moldearon nuestros sistemas de creencias y normas en general, haciendo que las empresas del sector vitivinícola analicen y/o controlen su impacto para garantizar su supervivencia. Surgiendo la necesidad de tener una estrategia de cara a la nueva realidad empresarial, tomando en consideración varios factores, tales como: el financiamiento, la transformación digital y tecnológica, la legislación empresarial y/o

sectorial, la claridad y transparencia en la información financiera y contable (confianza), la gestión de personas, los planes de contingencia para mantener la actividad en medio de la incertidumbre, la revisión de su resiliencia ante situaciones de contingencia de la cadena de suministro.

El COVID19 afectó a la resiliencia y la flexibilidad de las cadenas de abastecimiento o suministro, la rapidez de respuesta de las empresas. En cadenas rígidas los cambios fueron casi imposibles, mientras que en cadenas más flexibles se pudo agilizar los cambios de decisión. En muchos casos dependieron de las relaciones con los proveedores y clientes. Resiliencia y flexibilidad, con proveedores más cercanos y procesos de producción más eficientes y competitivos, son la clave que nos permitirá reaccionar ante situaciones extremas que se podrían repetir más adelante.

Hay una falta de cooperativismo en la cultura empresarial en el sector vitivinícola que influye en la decisión de hacer crecer el sector vitivinícola en la provincia de Ica, a pesar de situaciones adversas y/o retadoras como el contexto del COVID19.

Hay una falta y/o desactualización de metodología para el negocio vitivinícola que influye en la concepción de rentabilidad para el negocio del pisco y vino, como parte de la cultura empresarial en el sector vitivinícola.

Se hace necesario repensar la definición actual de las palabras “*productor*”, “*empresario*” y “*empresa*” debido a las nuevas experiencias que generó el coronavirus en la forma de hacer empresa, con la participación activa de la comunidad vitivinícola iqueña. Debido a que hemos hallado un perfil más cercano al comerciante que al empresario, según los criterios de Guillermo González.

En ese sentido, se hace necesario repensar el actual modelo de educación para el emprendimiento aplicado al nivel secundario y superior, con la finalidad de formar empresarios con identidad regional y conscientes de la realidad nacional y empresarial postcovid para contribuir al crecimiento sostenido del sector vitivinícola a través de la gestión de empresas y dirección proactiva de asociaciones vitivinícolas formales.

En la actualidad, no existe una política regional ni provincial efectiva e identificada con el crecimiento y desarrollo del sector vitivinícola de Ica, a pesar de existir gobiernos subnacionales, como el Gobierno regional de Ica, cinco gobiernos provinciales y cuarenta y tres gobiernos distritales, con la agravante de que sus leyes orgánicas señalan que deben promover el desarrollo integral de sus pueblos.

En general, no se evidencia un liderazgo institucional ni trabajo en equipo de parte de las entidades públicas y privadas vinculadas al sector vitivinícola en Ica. Existiendo una cultura de improvisación en la planificación y organización de eventos y ceremonias como, por ejemplo, el Festival Internacional de la Vendimia Iqueña – FIVI, a pesar de las nuevas tecnologías.

Si bien hay una preocupación ética de los empresarios y especialistas del sector vitivinícola hacia valores como la honestidad para mantener el mercado, es todavía insuficiente debido a la adulteración del pisco, en donde se ven involucradas empresas vitivinícolas formales con emprendedores informales, generándose un círculo vicioso en perjuicio de la buena fe del consumidor final.

Cabe señalar que para la comercialización del pisco no se pueden usar envases de plástico (botellas, galoneras o tanques). Asimismo, está prohibida la venta de Pisco a granel. Mientras que la etiqueta debe consignar la expresión “Denominación de Origen Pisco”, en caracteres legibles, seguida del número de certificado de la autorización de uso. Además, debe indicarse el tipo de Pisco, la variedad de la uva pisquera empleada, el valle de ubicación de la bodega productora y el año de cosecha, según el Indecopi.

VIII. RECOMENDACIONES

- Gestionar eficientemente los datos e información del impacto del COVID19 en el sector vitivinícola para el desarrollo de la prospectiva como característica de la nueva cultura científica empresarial en el sector vitivinícola iqueño y peruano.
- Tecnificar y profesionalizar la gestión empresarial de las empresas vitivinícolas a través de acuerdos y planes de trabajo a largo plazo entre el sector educativo superior público y privado, licenciado por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - SUNEDU con el sector vitivinícola iqueño organizado (saberes prácticos).
- Proponer a las autoridades universitarias y de institutos superiores de la región Ica, la inclusión del tema vitivinícola como línea de investigación de sus carreras técnicas y universitarias, bajo un enfoque interdisciplinario y de equipo de investigación (centros de investigación vitivinícola).
- Diseñar políticas y planes de internacionalización de los productos vitivinícolas iqueños, aprovechando estratégicamente las fortalezas que tiene Ica, como el ser

la cuna del Pisco (bebida bandera del Perú), las 56 ediciones del Festival Internacional de la Vendimia Iqueña – FIVI (habiendo sido la última con actividades festivas la programada entre el 6 al 16 de marzo del año 2020, que fue finalmente suspendida por el COVID19), la popularidad de la laguna de Huacachina que empezó a tener desde 1940 (considerada el oasis de América), entre otras características.

- Promover una cultura de reconocimiento a todos aquellos actores del sector vitivinícola que destacaron por su excelencia en el desempeño de sus labores durante el coronavirus e identificación regional y/o local a través de la viticultura.
- Promover una adecuación y mejor comunicación de los contenidos educativos en el sistema educativo escolar y superior en la región Ica por parte de los especialistas del gobierno regional, con la finalidad de crear una identidad local y regional, así como un pensamiento crítico constructivo que permita hallar soluciones viables y prácticas a los problemas de los más importantes sectores económicos de Ica como, por ejemplo, el sector vitivinícola y turismo.
- Elaborar un Plan Estratégico para el Sector Vitivinícola, tomando como referencia los avances en este campo por parte de países vecinos con tradición vitivinícola como, Chile y Argentina. Tomándose en cuenta que en un mercado cada vez más globalizado y competitivo la cooperación se presenta como una de las fórmulas con las que cuenta el empresario agrario, especialmente el que ostenta una pequeña y mediana explotación, para mejorar y desarrollar su actividad y alcanzar una mayor dimensión que le permita obtener ventajas en los aspectos económicos, productivos, comerciales y sociales.
- Organizar con la ayuda de los medios de comunicación, concursos y/o ferias público-privados, que permita identificar los nuevos talentos y motivar a los potenciales talentos en el sector vitivinícola y de nuestra variada gastronomía regional iqueña, con la finalidad de unir estas dos actividades afines con productos regionales para ayudar a potenciar nuestro turismo (marca Ica).
- Promover la Política Nacional de Integridad y Lucha contra la Corrupción que es el más importante instrumento de gestión en esta materia que establece los objetivos, lineamientos y estándares que deben cumplir las instituciones del Estado para promover la integridad, prevenir y sancionar la corrupción.

Dicha Política Nacional fue producto del debate, colaboración e intercambio de información a nivel público –Ministerios y otras entidades públicas– como privado –PROETICA, Cámara de Comercio de Lima, Sociedad Nacional de Industrias, Consejo de la Prensa Peruana, CONFIEP e instituciones de la sociedad civil miembros de la CAN–, que han permitido lograr consenso en el contenido de la mencionada política nacional, como base sólida para un próximo desarrollo del Plan Nacional de Integridad y Lucha contra la Corrupción.

Siendo la SUNAT, INDECOPI, SUNAFIL, el Ministerio de Salud, la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, el Gobierno Regional y la Municipalidad Provincial de Ica, algunas de las instituciones del Estado con facultad para fiscalizar y sancionar, dentro de su competencia, donde se necesita hacer cumplir a cabalidad la Política Nacional de Integridad y Lucha contra la Corrupción para promover una cultura ética, jurídica y empresarial más humana en medio de las crisis.

XIX. REFERENCIAS

1. Bibliografía

- BRUGUÉ, J., Martins, S. y Pineda, C. (2020). Uma nova democracia para o século XXI? Universidade Federal de Viçosa. Instituto de Políticas Públicas e Desenvolvimento Sustentável. CDD 22. ed. 321.8
- BAHENA, R., Arreguín, F. y Cervantes-Jaimes, C. (2020). Assessing resilience of cities to hydrometeorological hazards. *Tecnología y Ciencias del Agua*, 12(1). <http://www.revistatyca.org.mx/index.php/tyca/article/view/2107>
- BARREDA, Liliana. (2019). Estudio de factibilidad para la instalación de una plantación de vid en el distrito del Algarrobal provincia de Ilo departamento de Moquegua.
- CARDOSO, Nerione. (2007). Hannah Arendt e o declínio da esfera pública. 2da Edicao, Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edicoes Técnicas, 2007, 147 p.
- CASTAGNOLA, C.G., Cotrina, J.C., Villegas, D.A. (2021). La resiliencia como factor fundamental en tiempos de Covid-19. *Propósitos y Representaciones* Jan. Apr. 2021, Vol. 9, Nº 1, 1044.
- CRESPO, Miguel. (2003). Lo ético de la ética empresarial. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 8, núm. 22, abril-junio, 2003, pp. 307-322.

- CRANE, A., Matten, D. y Moon, J. (2008). Corporations and citizenship. Cambridge University Press. Information on this title: www.cambridge.org/9780521848305
- _____ (2016). Business Ethics. Fourth edition, Oxford University Press.
- CUMPA, P.C. y Fuster, D.C. (2019). Modelo de Asociatividad de Pequeños Productores de Pisco del distrito Los Aquijes del valle de Ica para la generación de oferta exportable. Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/>
- GIBSON, Rowan (1997). Preparando el Futuro. Ediciones Gestión 2000, Barcelona, 307 p.
- GONZÁLEZ, Guillermo (2020). De Comerciante a Empresario. Editorial Cruz del Sur, 258 p.
- GORDILLO, Eduardo. (2006). La empresa: su organización y funcionamiento. Editora Jurídica Grijley, 232 p.
- GUIBOURG, Ricardo. (2002). Moral, Antropocentrismo y Etnocentrismo. Zavad062.Universidad de Buenos Aires Argentina.
- HUBER, Ludwig. (2005). Una interpretación antropológica de la corrupción. IEP (Instituto de Estudios Peruanos). <https://cies.org.pe/es/investigaciones/descentralizacion-y-modernizacion-del-estado/una-interpretacion-antropologica-de-la>
- MARTÍNEZ, R, Montero, Y & Pedrosa, M. (2010). Creencias epistemológicas, estrategias de búsqueda de información, y criterios para validar la información de la Web. Revista Electrónica De Investigación, Educativa, 12(1), 1-27.
- MENDONCA, Katia. (2013). Valores Para a Paz. Editora EditAedi, v. 1, Belém: UFPA / EditAEDI, 2013. XI, 196 p.: il ISBN: 978-85-65054-08-9
- MULINARI, Filicio. (2020). Ética, justiça social e os desafios impostos pelo COVID-19. Voluntas: Revista Internacional de Filosofia, Ed. Especial Pandemia e Filosofia, Santa Maria, v.11, e42, p. 1-9.
- PONT, Josep (2020). Gobernanza de la pandemia del covid-19 y modelos de gestión: ¿Hacia un nuevo tipo de vínculo sociedad-Estado? Revista do Serviço Público | Brasília 71 (special) 235 – 265.
- PUCHOL, Luis. (2006). Falsas Economías (y verdaderos despilfarros). Ediciones Díaz de Santos, España, 148 p.
- SHARMA, Vipin. (2011). Business Ethics and Human Values. en Conferencia Internacional sobre “India Emergente – Oportunidades y Desafíos”.

https://www.researchgate.net/publication/283792955_Business_Ethics_and_Human_Values

VIEIRA, Cesar. (2015). Código de Ética: Mucho más que buenas intenciones. Editado por: Imagen Ediciones, 1ra Edición, 176 p.

VELÁZQUEZ, L. (2020). The role of philosophy in the pandemic era. *BIOETHICS Update*, 6(2),92–100. <https://www.elsevier.es/en-revista-bioethics-update-232-articulo-the-role-philosophy-in-pandemic-S2395938X2030019X>

VILLORO, L. (2020). Luis Villoro, el desafío de una nueva comunidad y las tareas de la razón crítica. *Ideas y valores*, 69(173),103-122. <https://www.redalyc.org/journal/809/80966753005/html/>

2. Fuentes de información

APROPICA. (2022). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado de https://www.facebook.com/apropica/?locale2=es_LA&_rdr

APROVI. (2022). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado de <https://www.facebook.com/asociaciondeproductoresvitivnicolasdeica/>

Emprender SUNAT, página web creado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT, con la finalidad de brindar información a las MYPES, ofreciendo dos grandes opciones: “Tributando” y “Emprendiendo”. Recuperado de <https://emprender.sunat.gob.pe/>

INDECOPI. (2019). Guía Práctica de la Denominación de Origen Pisco, elaborado por la Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/3710558/Pisco2019.pdf/2f7d235c-8995-1e70-8838-ac8367a6e6c1>

Gestion.PE. (2021). Chile con nueva estrategia para seguir usando marca pisco que corresponde a Perú [Internet]. Consultado el 22 de abril del 2022. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/pisco-la-nueva-estrategia-de-chile-para-enfrentar-a-la-produccion-peruana-noticia/>

- Gestión.PE. (2020). Pandemia golpea a los productores de pisco en Perú. [Internet]. Consultado el 30 de abril de 2022. Recuperado de: <https://gestion.pe/peru/covid-pandemia-golpea-a-los-productores-de-pisco-en-peru-noticia/?ref=gesr>
- LA REPÚBLICA. (2022). Coronavirus en Perú: así evoluciona la pandemia en el país. Recuperado de: <https://data.larepublica.pe/envivo-casos-confirmados-muertes-coronavirus-peru/>
- MINISTERIO DE AGRICULTURA. (2008). Informe de registro de productores de uva en las regiones de Ica, Arequipa, Moquegua, Tacna y Lima provincias. Recuperado de: <https://www.midagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/boletines/DocumentoFinalVid.pdf>
- MINISTERIO DE AGRICULTURA Y RIEGO (2019). Plan Nacional de Cultivos. Recuperado de: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/471867/Plan_Nacional_de_Cultivos_2019_2020b.pdf
- NÁJERA, E. (2008). ¿Qué hacemos con lo que hicieron de nosotros? [Video]. YouTube. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=bzzsoMyO_VU&ab_channel=EusebioN%C3%A1jeraMart%C3%ADnez
- Organización Internacional de la Viña y el Vino (2020). Producción de Vino en 2020. Recuperado de: <https://www.oiv.int/public/medias/7536/es-produccion-de-vino-primeras-estimaciones-oiv-2020.pdf>
- Política Nacional de Integridad y Lucha contra la Corrupción, aprobada por el Gobierno del Perú, el 14 de septiembre del 2017, mediante Decreto Supremo N° 092-2017-PCM. El proceso de formulación de la Política Nacional fue conducido por la Comisión de Alto Nivel Anticorrupción. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/45986/Politica-Nacional-de-Integridad-y-Lucha-contra-la-Corrupcion%CC%81n.pdf>
- Recomendaciones principales del INDECOPI para identificar que el Pisco que adquieren los ciudadanos se encuentre autorizado y no adulterado. Recuperado de <https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/7006/NP%20190725%20D%C3%ada%20del%20Pisco.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Resultados definitivos de los Censos Nacionales 2017, publicados por el Instituto Nacional de Estadística e informática – INEI, correspondiente a Ica. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1545/

ROJAS-ESTAPÉ [BBVA]. (2021). Versión Completa. La neurociencia de las emociones. Marian Rojas-Estapé, psiquiatra y escritora [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=Tjgrualxgkl&ab_channel=AprendemosJuntos

Sala COVID-19, publicado por el Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y control de Enfermedades del Viceministerio de Salud Pública del Ministerio de Salud del Perú, donde se actualiza un resumen de la situación actual del país. Recuperado de <https://www.dge.gob.pe/covid19.html>