

There are no translations available.

Circular 1085-2020

En la presente copiamos a ustedes un artículo escrito por Gerardo Hernández, publicado en el diario “El Economista” el día 14 de abril 2020, sobre alguno de los efectos del Covid-19, el empleo y algunas alternativas

Coronavirus y trabajo: 63% de empresas despedirá personal para reducir costos

El recorte de plantilla es una de las principales estrategias de contención de costos que planean implementar las empresas para sobrevivir al impacto del Covid-19.

El coronavirus (Covid-19) ha puesto en jaque a algunas empresas por la baja en ventas y producción que han experimentado derivado de la actual crisis sanitaria. Al menos 6 de cada 10 compañías en México que aplicarán estrategias de contingencia tiene como primera alternativa **recortar personal para reducir costos y evitar un daño mayor**.

De acuerdo con la encuesta *Navegando en tiempos de crisis ante el Covid-19*, elaborada por la consultora Mercer, el

88% de las empresas piensa implementar un plan de contención de costos

para aminorar el impacto que provocará la disminución de las ventas y producción debido al coronavirus. En casi la mitad de las organizaciones, las pérdidas estimadas van del 10 al 30

por ciento.

Entre las estrategias de contención de costos que analizan las empresas destaca el recorte de la plantilla, aunque [también se han puesto sobre la mesa](#) la reducción de prestaciones no monetarias (como automóvil, vales de restaurantes), posponer cualquier tipo de inversión (nueva maquinaria o sucursales, por ejemplo), posponer nuevas contrataciones y hasta reevaluar contratos con proveedores para buscar mejores condiciones.

Los **sectores más vulnerables a la crisis** son de los de Retail, Transporte, Entretenimiento, Hotelería, Manufactura, Construcción, Minería y Comercio y, por tanto, serían los tendrían el recorte de personal más marcado, comenta en entrevista Gerardo García Rojas, director de Servicios de Información de Mercer.

“Hemos tratado de recomendar a nuestros clientes **que no tomen una decisión puramente financiera** a la hora de pensar en un recorte”, dice García Rojas.

El especialista explica que, al momento de pensar en una estrategia de contención, si la empresa se deja guiar por el volumen, [la decisión se encamina a recortar los puestos más bajos y más fáciles de reemplazar](#). Sin embargo, la situación económica que se enfrenta con el coronavirus también está llevando a las empresas a transformar los modelos de negocios y para ello se requieren habilidades, conocimientos y energía que se tiene en las compañías.

“Es de suma importancia para las empresas que esta reestructura la hagan pensando en esos elementos. En donde se pueda **hacer un análisis de cuáles son las competencias** que a lo mejor sí puedes adquirir el día de mañana de una manera muy fácil, pero no por querer tomar una decisión financiera rápida por volumen, se vayan hacia lo típico, sino realmente que sea

una decisión pensada. El día de mañana, va a ser requerido que la gente que se quede en tus líneas, sean los que te ayuden a salir de esa situación en la cuál te encuentras”, puntualiza.

Recorte, la última alternativa

El director de Servicios de Información de Mercer opina que el [recorte de personal no debe ser la primera alternativa de las empresas](#) para implementar una estrategia de contención de costos, sino el último recurso que se aplique.

Por ello, es importante que antes de despedir empleados, evalúen opciones como la modificación de la estrategia de negocios, posponer la inversión y contrataciones nuevas o, [ajustar sueldos en mutuo acuerdo con los trabajadores](#)

Gerardo García Rojas considera que la primera estrategia que aplique la organización **dirá mucho del lugar que ocupan los colaboradores en la empresa**

“Si tu primera estrategia es deshacerte del personal, pues obviamente quizá vayas ahí en contra de los valores de la empresa. Yo creo que las [empresas tienen que repensar realmente cuáles son sus valores](#)”, expone el especialista.

¿Adiós capacitación?

De acuerdo con la encuesta de Mercer, el **67% de las empresas prevé dejar de invertir en capacitación y entrenamiento** como medida de contención de costos. Esta cifra es alarmante porque históricamente las compañías que más rápido salen de las crisis son las que a pesar de la situación, entrenan a su personal, advierte García Rojas.

“Este es un punto que, si hacemos historia, las empresas que han tenido mejores resultados postcrisis son aquellas que invirtieron en su gente durante la crisis”, concluye.

De los corporativos consultados por Mercer, un **56% pronostica que su operación volverá a la normalidad dentro de 3 a 6 meses**, 21% menos de tres meses, 12% comentó que un año y 6% más de un año; sin embargo, si la pandemia y las medidas de aislamiento continuaran más de 3 meses, 58% de los participantes consideran no estar listos para afrontar dicho escenario.

“Unámonos en un Gran Acuerdo Por México”