

Circular 1724-2021

Transcribimos un artículo escrito por Elizabeth López Argueta publicado en el diario “El Economista” el día 17 de marzo 2021, sobre la reinvención forzosa de las PYMES en virtud del Covid-19.

Un año en pandemia: Entre la muerte y la reinvención forzosa de las pymes

Más de 1 millón de pymes han cerrado desde que llegó la pandemia a México, menos del 10% ha recibido apoyos del gobierno y la gran mayoría ha transformado sus modelos de negocio para hacer frente a nuevos desafíos.

Durante 45 años, Amparo Martínez se ha dedicado al sector de reparación de electrodomésticos, también vende partes y accesorios de los mismos; sin embargo, por la **pandemia** su **negocio** ya no ha sido el mismo.

“Siempre he sido muy trabajadora y dedicada, pero desde que empezó lo de la pandemia he perdido ritmo, ya no abro todos los días y he cambiado la forma de operar”, detalló en entrevista con El Economista.

Indicó que cuando el gobierno del Estado de México comenzó a emitir [las indicaciones de cierre de negocios](#), tanto en su local como en el tianguis donde también tiene presencia, trasladó su negocio al hogar y difundió tarjetas para que pudieran contactarla. La atención era por citas y el ritmo de

su negocio se pudo mantener un tiempo.

Sin embargo, a mediados de 2020 se contagió de covid-19 y estuvo internada por semanas. Ahora está recuperada con algunas secuelas, pero ya no se dedica completamente a su negocio, sólo abre algunos días.

Como Amparo, millones de negocios en el país han sufrido daños por la pandemia de Covid-19. Datos de la segunda edición de la Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por Covid-19 en las Empresas (ECOVID-IE), realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), indican que 1 millón 873,564 empresas en el país (86.6%) ha sufrido diferentes afectaciones por la pandemia.

En total, 79.2% consideró que el principal impacto ha sido la disminución de ingresos, con una afectación de 48.6%, es decir, la situación se redujo en casi seis puntos porcentuales y ocho puntos en la afectación de ingreso en comparación con la primera edición de la encuesta realizada entre abril y mayo.

El segundo problema que han sufrido es la baja demanda. En la primera encuesta 67.6% de las empresas lo padecieron, mientras que para la segunda edición se redujo a 51.2 por ciento. En porcentaje de afectación, la cifra pasó de 54.6 a 47.9 por ciento.

Muerte de empresas

A un año del inicio de la pandemia en México, los daños no cesan, el más catastrófico ha sido el cierre definitivo de negocios, que suman 1 millón 10,857 (20.8%), revela el estudio Demografía de los Negocios (EDN) 2020 publicado por el Inegi.

Si se toma en cuenta que de los 4.9 millones de establecimientos en el país, 99.8% son micro,

pequeños y medianos, el cierre representa una crisis económica para el país.

Los tres sectores que más han sufrido la muerte de empresas son los de servicios privados no financieros (24.9%), comercio (18.9%) y manufacturas (15 %). Oaxaca es el estado que menos establecimientos “muertos” con 13.70%, mientras que Quintana Roo (31.8%) y Baja California Sur (28.1%) fueron los que mayores cierres tuvieron.

Los cierres definitivos generaron [la pérdida de cerca de tres millones de empleos](#) , mientras que los comercios que siguen operando, tuvieron que prescindir de 1.15 millones de personas, sumando así 4.12 millones de desempleados.

En un caso similar está la empresa Orígenes Orgánicos, dedicada a la venta de productos naturales, orgánicos y saludables, que a principios de la pandemia tuvo que recortar 20% del personal.

“Al principio sí tuvimos que recortar al personal. Comenzamos a enfocarnos más en la venta en línea, venta a domicilio e ingreso a tiendas de autoservicio, con lo que esperamos recuperar la plantilla perdida”, revela Jonathan Ocón, CEO de la marca.

Cambio de modelo

Las empresas han cambiado sus modelos de negocio, ya sea con servicios a domicilio, sistemas de citas, venta en línea o incursionando en otros sectores.

Ejemplo de ello es el negocio de Yessica Urbina, quien tenía un restaurante de hamburguesas llamado Las Carnes de la Gorda, ubicado en el Estado de México, y que tuvo que cerrar sin saber si volvería a abrir. Tras evaluar cómo retomarlo, se cambió en nombre a Dark Kitchen, que garantiza la comodidad y seguridad tanto para empleados como clientes.

“Llevamos en esta modalidad unos dos meses. Parece que está teniendo muy buena aceptación y nos está dando nuevas ideas para adaptar el proyecto a un modelo de franquicias de baja inversión”, dijo. Ahora el servicio lo ofrecen a domicilio de jueves a domingo y los pedidos son tomados vía WhatsApp o a través de Facebook e Instagram.

Otro modelo que cambió fue el de Jonathan, quien al tener tiendas de alimentos no se vio en la necesidad de cerrar sus tres sucursales en Ciudad de México. Sin embargo, las ventas bajas y prescindir de empleados lo llevó a lanzar su marca de alimentos e incursionar en las tiendas de autoservicio como CityMarket y HEB. Su meta es subir 30% su presencia en tiendas.

Si bien el modelo ya lo venía pensando desde antes de la pandemia, fue la crisis sanitaria lo que aceleró el proceso. Uno de sus logros fue ingresar al Palacio de Hierro como proveedor de snacks saludables a granel.

A pesar de que el panorama no es el mejor, reinventarse ha sido una solución para sobrevivir e incluso ha motivado a otros negocios a surgir.

Se estima que a nivel nacional, [nacieron 619,443 establecimientos en 2020](#), esto representa 12.75% de la población de negocios del país. El sector que más nacimientos tuvo fue el de comercio con 13.75% y los estados que más destacan son Tlaxcala con 19.31% y Quintana Roo con 7.67%, revela el EDN.

Políticas de apoyo

Los cambios de modelos de negocio no bastan para seguir de pie, [también se requiere de apoyo gubernamental](#). A lo largo de la pandemia se han lanzado programas como Tandas del bienestar y Crédito a la Palabra, sin embargo, no han sido suficientes para sortear la crisis, pues las pymes señalan que el monto de 25,000 pesos que reciben como financiamiento no solventa los pagos de nómina o rentas.

Hasta el 26 de febrero, se aprobaron 11,000 solicitudes de Créditos a la Palabra y se ha comenzado la dispersión de 2,000 apoyos en las modalidades de Empresas Cumplidas y Mujeres Solidarias, cuyo objetivo es entregar 20,000 apoyos en ambas modalidades.

Más que estas iniciativas, 61.3% de las empresas pide más apoyo fiscal, seguido de aplazamiento de créditos o servicios con 40.6%, transferencias de efectivo con 34.4% y acceso a créditos nuevos con 30.2 por ciento.

De seguir con el ritmo que se tiene hasta el momento en relación a las alertas de semáforo y normas establecidas, en un escenario pesimista, 48.5% considera que los ingresos disminuirán en los siguientes seis meses, pero en un panorama positivo la expectativa de aumento es de 52.3 por ciento.

Si los ingresos no cambian, 47.9% de las pymes y 46.6% de las micro esperan seguir operando tres a 12 meses más mientras que 41.3% de pymes y 37.2% de micro considera que sí sobrepasa el año. Solo un 10.8% de pymes y 16.3% de micro, siente que serían menos de tres meses.

En el caso de Amparo, Yessica y Jonathan, ninguno recibió un apoyo financiero, sin embargo, no se detienen para crecer. Una vez que pase la crisis, Amparo desea abrir un comercio de venta de mayoreo de piezas de electrodomésticos “ha sido mi sueño”, dice. Yessica trabajará en desarrollar el modelo de franquicias y Jonathan seguirá aumentando su presencia en tiendas de autoservicio.

“Unámonos más que nunca en un Gran Acuerdo Por México”