

Ante la crisis mayoría de empresas promueven oferta con herramientas digitales

Ricardo Zermeño González

Introducción

El INEGI publicó varias encuestas sobre las afectaciones de la pandemia que planeamos aprovechar en los siguientes reportes semanales *Tecnología y negocios*. En esta ocasión analizaremos los resultados de la encuesta sobre el impacto económico generado por Covid-19 (ECOVID-IE).

La encuesta se realizó entre el 7 de mayo y el 12 de junio del presente año. Participaron 4,920 empresas con instalaciones fijas de industria, comercio y servicios (se excluyeron empresas agrícolas, ganaderas, pesqueras e instituciones de gobierno).

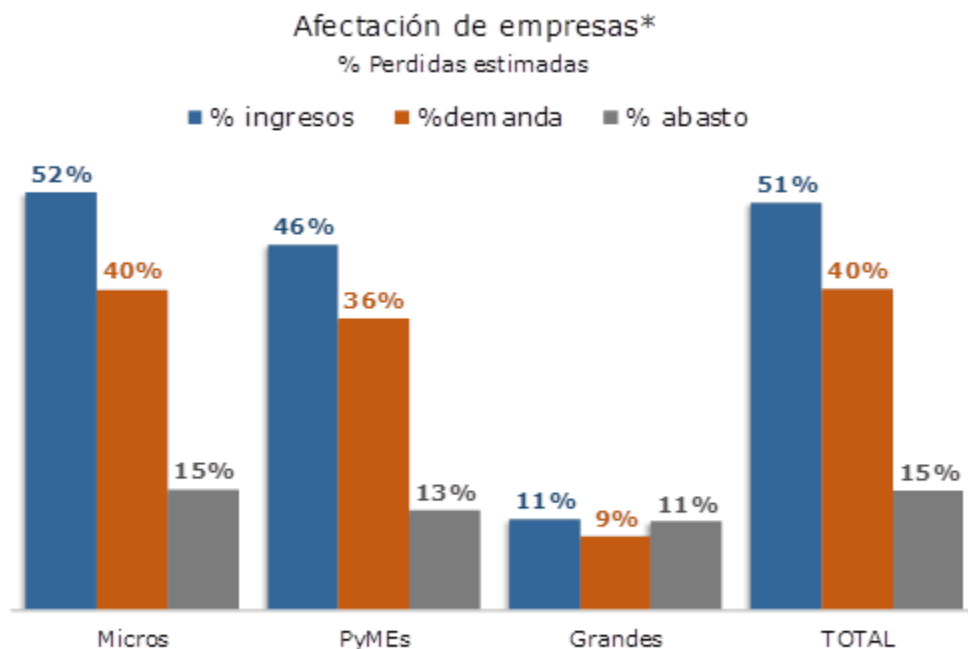
Afectaciones de la contingencia

De un universo de 1,873,564 empresas, 60% instrumentaron paros técnicos como medida de prevención; de éstas 93% son microempresas, 6% PyMEs y 0.7% grandes empresas.

El 93% de las empresas registró al menos un tipo de afectación debido a la contingencia. La siguiente tabla muestra, por un lado, la frecuencia identificada para cada afectación y por otro, el porcentaje de reducción promedio que experimentaron las empresas. Además, se muestra nuestra estimación del porcentaje de pérdida total que resulta de multiplicar frecuencia por reducción promedio. Las empresas perdieron en las semanas de paro, 51% de sus ingresos, derivados de una caída de 40% de la demanda y de 15% del abasto.

	AFECTACIÓN DE EMPRESAS		
	% empresas	% Reducción	% Perdidas
Menos ingresos	91%	56%	51%
Baja demanda	73%	55%	40%
Problemas abasto	34%	44%	15%

Utilizando el mismo cálculo de estimación con base a frecuencia y porcentaje de reducción promedio, en la siguiente gráfica se presentan las pérdidas estimadas por tamaño de empresa. Es evidente que las microempresas y las PyMEs sufrieron las pérdidas más cuantiosas sobre todo en ingresos y en demanda.



*: Empresas con instalaciones fijas de industria, comercio y servicio (se excluyen agricultura, ganadería, pesca y gobierno)

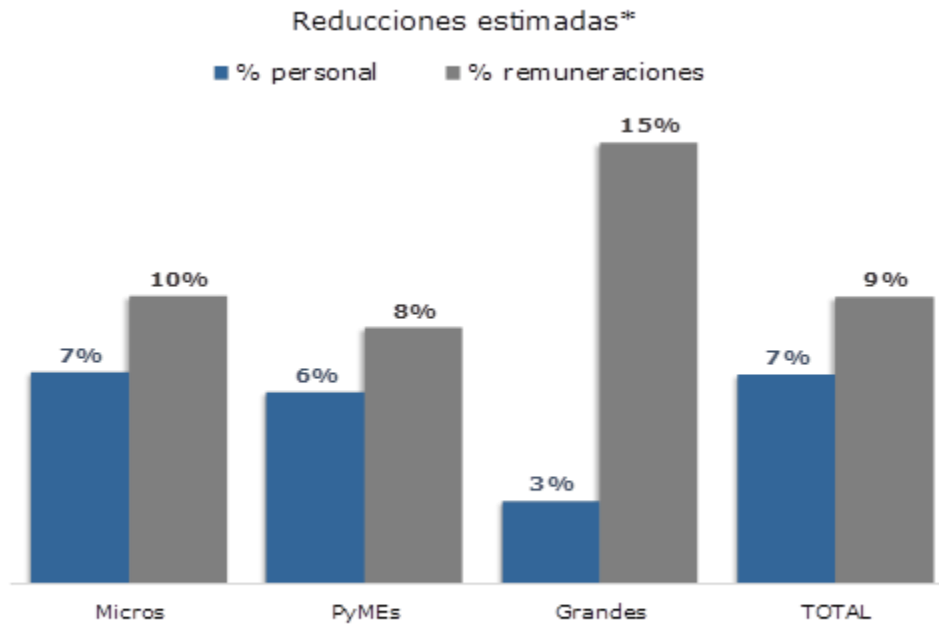
Fuente: INEGI, 2020, Encuesta sobre impacto económico generado por la pandemia.

Respuestas ante la crisis

Sólo el 8% de las empresas recibieron apoyos externos, la gran mayoría de instituciones gubernamentales. Por lo tanto, ante las afectaciones sufridas, las empresas tuvieron que responder con reducciones de costos y con acciones para promover su oferta.

Acciones de reducción de costos

Las acciones de reducción de costos incluyeron recortes de personal y de sus remuneraciones. De nuevo con base a la frecuencia y el porcentaje promedio de recortes, estimamos una reducción total de 7% del personal y 9% de remuneraciones. En la siguiente gráfica se muestran los resultados por tamaño de empresa; las reducciones más grandes de personal se registraron en microempresas y PyMEs y las grandes empresas llevaron a cabo los recortes mayores a remuneraciones.



*: Empresas con instalaciones fijas de industria, comercio y servicio (se excluyen agricultura, ganadería, pesca y gobierno)

Fuente: INEGI, 2020, Encuesta sobre impacto económico generado por la pandemia.

Acciones para promover la oferta

Para salir de una crisis no basta con reducir costos, es necesario adoptar una postura de largo plazo y tomar medidas proactivas para fortalecer el posicionamiento. En la siguiente gráfica se muestran el peso que tuvieron las múltiples acciones que tomaron las empresas para promover la oferta de sus bienes y servicios.

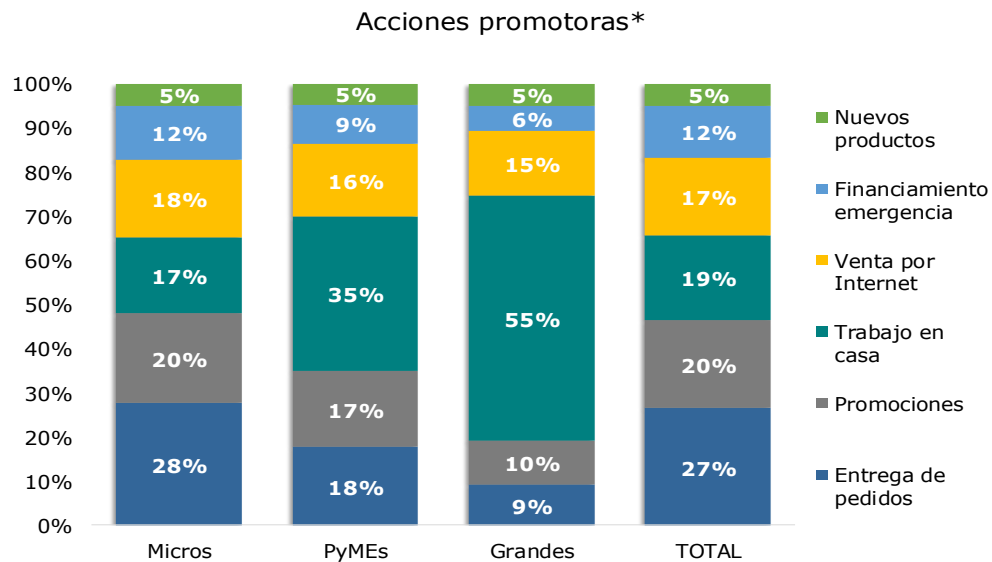
En lo general, las acciones más frecuentes fueron las ventas y entrega de pedidos a domicilio. Esta acción fue tomada sobre todo por microempresas y en menor medida por PyMEs.

En segundo lugar, las empresas diseñaron nuevas promociones para estimular a clientes. De nuevo estas acciones fueron tomadas sobre todo por microempresas y PyMEs.

Las acciones que se ubican en tercer lugar son las de trabajo en casa; estas no son necesariamente dirigidas a promover la oferta, pero sin duda, son clave para operar ante la contingencia y atender a clientes. En esta acción destacan las grandes empresas que identificaron al trabajo a distancia como la acción más importante con un alto porcentaje. Asimismo, las PyMEs identificaron al trabajo a distancia como la acción más importante en contraste con las microempresas.

La venta por Internet se ubicó en cuarto lugar, con una importancia muy similar para todas las empresas. Por último, están otras acciones como otorgamiento de financiamiento y lanzamiento de nuevos productos y servicios.

Es interesante señalar que las acciones apoyadas con herramientas digitales representan 63% de las acciones (entrega por pedido, trabajo en casa y ventas por Internet). Estas son más importantes entre más grande es la empresa.



*: Empresas con instalaciones fijas de industria, comercio y servicio (se excluyen agricultura, ganadería, pesca y gobierno)

Fuente: INEGI, 2020, Encuesta sobre impacto económico generado por la pandemia.

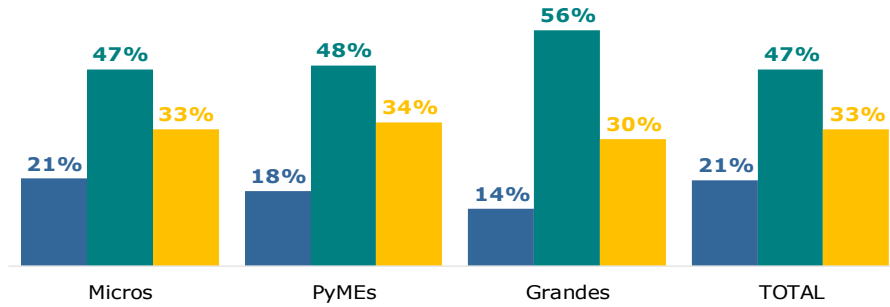
Expectativas de crecimiento

La encuesta termina identificando tres escenarios de crecimiento esperado para los próximos seis meses; optimista, regular y pesimista.

En la siguiente gráfica se muestran las respuestas al escenario regular. Desgraciadamente casi la mitad de los encuestados esperan una reducción de sus ingresos. Sin embargo, es importante señalar que las diferencias entre el escenario optimista y el pesimista son de más de 100% del escenario regular, lo que refleja el grado de incertidumbre que existe. Ante este panorama, las empresas de todos tamaños deben redoblar esfuerzos para generar demanda utilizando herramientas digitales como los portales, las APPs, las redes sociales y el trabajo a distancia.

Expectativas de crecimiento* Escenario regular

■ % Aumenten ■ % Disminuyan ■ %Igual



*: Para los próximos seis meses

Fuente: INEGI, 2020, Encuesta sobre impacto económico generado por la pandemia.