

IMPACTO DEL COVID-19 AL COMERCIO EN MÉXICO

IMPACT OF COVID-19 ON TRADE IN MEXICO



¹ **Edith Lorena Magaña Pérez**

² **Francisca Silva Hernández**

³ **Germán Martínez Prats**

^{1,2,3} *Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México*

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

Este análisis pretende dar un panorama de cómo el comercio en México se ha visto afectado debido a la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19, en donde ha mostrado cambios significativos en la manera en cómo las empresas se han adaptados a los cambios impuestos por los gobiernos y aún más importante los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, en donde la actual contingencia sanitaria ha acelerado esta transición, atrayendo un mayor número de clientes que adquieren productos mediante plataformas digitales. Las pequeñas empresas han sido las más afectadas al registrar pérdidas que para algunos ha significado el cierre definitivo de las mismas, al no contar con capital suficiente para sobrellevar los cambios, y de manera contraria esto ha sido una gran oportunidad y excelente apoyo para empresas que han sabido adaptarse y cambiar métodos y estrategias de ventas para lograr colocar su producto en buenos lugares en mercados competitivos dando lugar a un crecimiento económico potencial. Todos los retos que ha presentado México son también oportunidades que podría utilizar a su favor para alcanzar una estabilidad económica, ya que actualmente otros países ven a este país como una plataforma para sus inversiones. Sin embargo, es necesario reforzar y dar seguridad a esas inversiones para consolidarlas y así hacer más llamativa las ofertas para atraer más inversionistas a nuestro país. También, analizaremos como ha afectado a las familias en México, siendo esto un factor importante para llevar a cabo el comercio. Una familia sin empleo derivado de la situación actual es perjudicial para las empresas y de igual manera la creación de nuevos empleos brinda mayores posibilidades para adquirir productos. Para complementar el tema se realizará la comparación con otros trabajos metodológicos similares, concluyendo que esta crisis ha marcado un punto importante de evolución de la economía en México, con resultados tanto positivos como negativos.

Citación: Magaña Pérez, E. L. , Silva Hernández, F. , & Martínez Prats, G. Impacto del Covid-19 al comercio en México. Publicaciones e Investigación. <https://doi.org/10.22490/25394088.5563>

¹dita_mag@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2931-149X>

²fany987@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3533-0002>

³germanmtzprats@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6371-448X>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5563>

Palabras clave: COVID-19, plataformas digitales, crecimiento económico.

ABSTRACT

This analysis aims to give an overview of how commerce in Mexico has been affected due to the health crisis caused by the covid-19 pandemic, where it has shown significant changes in the way companies have adapted to the imposed changes by governments and even more importantly changes in consumer tastes and preferences, where the current health contingency has accelerated this transition, attracting a greater number of customers who purchase products through digital platforms. Small companies have been the most affected by registering losses that for some have meant their definitive closure, as they do not have enough capital to cope with the changes, and on the contrary, this has been a great opportunity and excellent support for companies that they have been able to adapt and change sales methods and strategies to achieve a good position in competitive markets, leading to potential economic growth. All the challenges that Mexico has presented are also opportunities that it could use in its favor to achieve economic stability, since other countries currently see Mexico as a platform for their investments. However, it is necessary to reinforce and give security to these investments to consolidate them and thus make the offers more attractive to attract more investors to our country. Also, we will analyze how it has affected families in Mexico, this being an important factor to carry out the trade. A family without employment derived from the current situation is detrimental to companies and in the same way the creation of new jobs offers greater possibilities to acquire products. To complement the topic, a comparison will be made with other similar methodological works, concluding that this crisis has marked an important point in the evolution of the economy in Mexico, with both positive and negative results. After the first case of COVID-19 was known, the first thing that became evident is its easy contagion, since in just three months this virus had reached various countries, generating several questions about a new disease worldwide, based on what above the World Health Organization declares the coronavirus a pandemic on March 11, 2020.

Key words: COVID-19, digital platforms, economic growth.



1. INTRODUCCIÓN

Este análisis pretende dar un panorama de cómo el comercio en México se ha visto afectado debido a la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19, en donde ha mostrado cambios significativos en la manera en cómo las empresas se han adaptados a los cambios impuestos por los gobiernos y aún más importante los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, en donde la actual contingencia sanitaria ha acelerado esta transición, atrayendo un mayor número de clientes que adquieren productos mediante plataformas digitales.

Tomando en cuenta que México no cuenta con la capacidad económica para mantener el país en cuarentena por mucho más tiempo y que a pesar de los

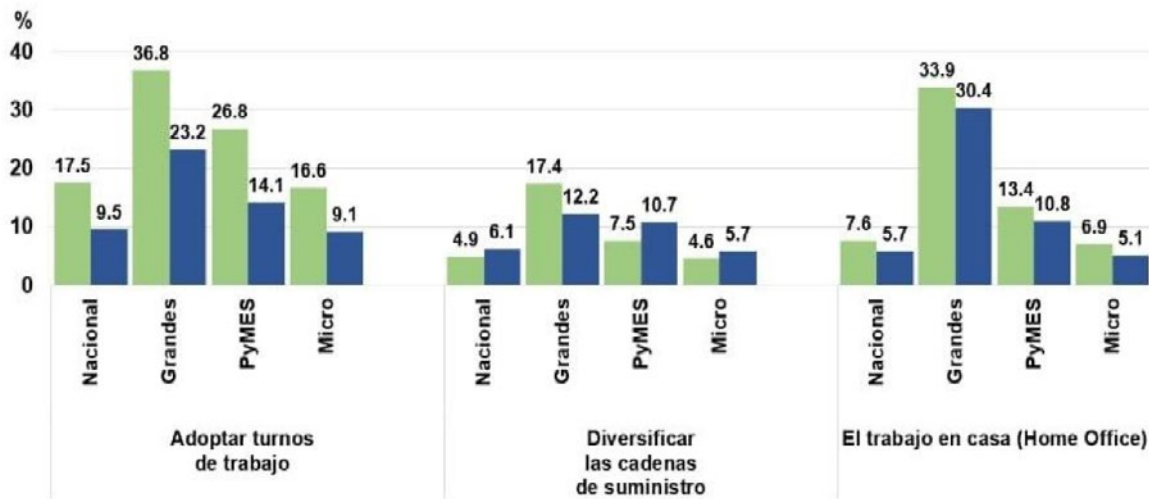
apoyos gubernamentales y medidas que se han implementado se ve en la necesidad de ir activando la economía gradualmente.

Las pequeñas empresas han sido las más afectadas al registrar pérdidas que para algunos ha significado el cierre definitivo de las mismas, al no contar con capital suficiente para sobrellevar los cambios, y de manera contraria esto ha sido una gran oportunidad y excelente apoyo para empresas que han sabido adaptarse y cambiar métodos y estrategias de ventas para lograr colocar su producto en buenos lugares en mercados competitivos dando lugar a un crecimiento económico potencial.

2. ADOPCIÓN PERMANENTE DE MEDIDAS OPERATIVAS POR TAMAÑO

Haciendo un análisis comparativo por tamaño de empresa, se observa que la principal medida operativa que planean practicar de forma permanente es la adopción de turnos de trabajo, con 9.5% del total de empresas, de las cuales, 9.1% son microempresas, 14.1% son pymes y 23.2% son empresas grandes.

La segunda medida operativa es la diversificación de cadenas de suministro, con 6.1% del total de empresas, de las cuales, 5.7% son microempresas, 10.7% son pymes y 12.2% son empresas grandes. El trabajo en casa probablemente será adoptado por las grandes empresas, con 5.7% del total de empresas, donde 5.1% son microempresas, 10.8% son pymes y 30.4% son empresas grandes (INEGI, 2021).



Fuente: gráfica tomada de la página oficial del INEGI.

El cierre de empresas destruye el saber empresarial y el capital físico localizado, así como cadenas productivas completas y circuitos de flujo de pagos. La imposibilidad de los agentes económicos de adaptarse a los cambios bruscos del entorno tiene efectos localizados y sistémicos, y se inician procesos de histéresis en que dichos agentes mantienen su comportamiento en el tiempo más allá de la crisis, prolongando así sus efectos (Caribe, 2020).

El estudio, en el que participaron empresas como Metlife, Citibanamex, BBVA México, Uber, Total Play, Walmart, entre otras; destaca que la crisis por el coronavirus modificó la percepción de las compañías sobre el trabajo en casa (home office), convirtiéndolo en una clara opción para ajustar el regreso a las oficinas.

Antes de la pandemia, el 60% estaba más en contra que a favor del teletrabajo, pero actualmente el 91%

desarrolla sus actividades a través de esta modalidad y otras prácticas digitales; y solo 6% sigue en contra de él (Zúñiga, 2020).

3. RETOS Y OPORTUNIDADES DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

El reciente cambio de las cadenas de producción globales a raíz de la crisis del COVID-19 ha tenido, y tendrá en los siguientes años, un impacto significativo en la reconfiguración del comercio mundial a la que México deberá adaptarse y pese a que ha tenido enormes repercusiones adversas en el comercio, también ha proporcionado nuevas oportunidades para que México aumente su participación en las cadenas globales de valor.

Nuestro país le ha apostado desde hace varias décadas al comercio exterior como un mecanismo para

incrementar el crecimiento económico y el bienestar de los mexicanos. Para aprovechar estas oportunidades, sin embargo, es necesario que se atiendan algunas de las debilidades más notorias en materia de infraestructura energética y de transporte, seguridad pública y desarrollo de capital humano que le restan competitividad a México y que limitan nuestra capacidad como país para atraer a aquellas empresas que busquen relocalizarse más cerca del mercado más grande del mundo: Estados Unidos.

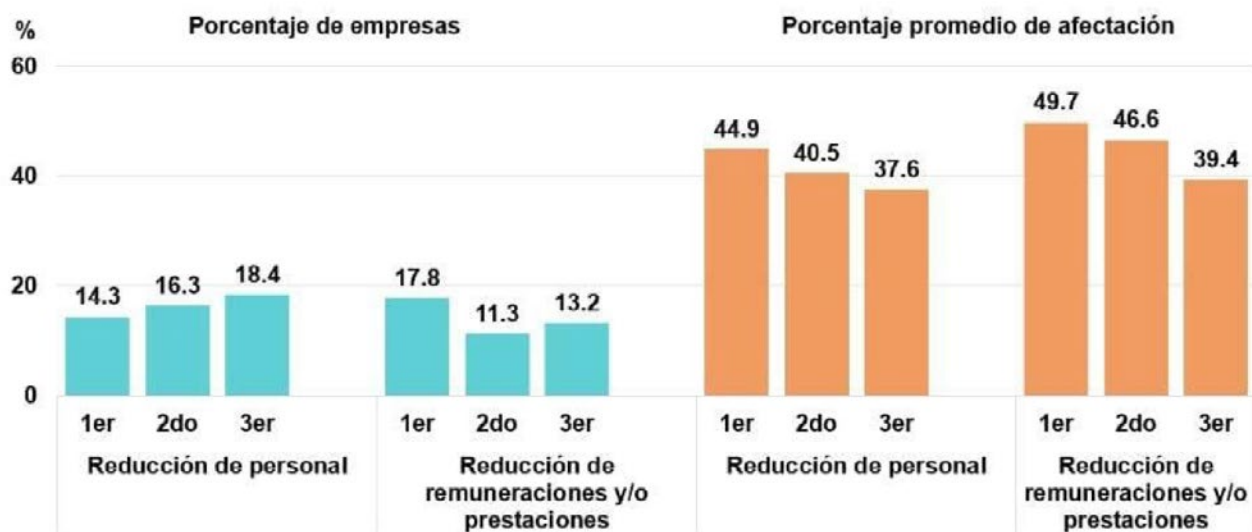
Hoy en día, los retos en materia de comercio exterior para el país son enormes, no solo en términos de la implementación de los tratados comerciales antes señalados, sino también de la coyuntura por la que atraviesa el comercio internacional; sin embargo, las oportunidades también lo son. Si el Estado mexicano será capaz de aprovechar las oportunidades que presenta la coyuntura actual en materia comercial en beneficio de todos los mexicanos, eso está por verse (Díaz, 2021).

4. REDUCCIÓN DEL PERSONAL, DE REMUNERACIONES Y NIVEL DE AFECTACIÓN

En las empresas que reportaron reducción de personal, hay un incremento de 2.1 puntos porcentuales lo que significa un 18.4% y se declaró un 13.2% de empresas afectadas por la reducción de remuneraciones y/o prestaciones, Observando el comportamiento de acuerdo con el tamaño de empresa, se manifiesta un incremento en las afectaciones mencionadas por las empresas grandes (INEGI, 2021).

La crisis económica derivada de la pandemia ha colocado a las empresas mexicanas en ladisyuntiva de conservar su plantilla laboral en espera de la normalización de actividades o despedir a empleados para sobrevivir. Hasta el momento, un 42% ha logrado mantener intacta sunómina, mientras que 33% ha recurrido al recorte de plazas. (Zúñiga, 2020)

Esto debido al impacto que afecto a las empresas por la crisis sanitario, ya que de acuerdo con el estudio, un 58.7% de las empresas encuestadas sufrió un decremento en su facturación; 33.6% mantuvo sus cifras prospectadas y sólo 7.7% pudo aumentarla a raíz de la pandemia.



Fuente: gráfica tomada de la página oficial del INEGI.⁹

5. MERCADO LABORAL

Con la declaratoria de “emergencia sanitaria”, la actividad económica nacional sufrió un paro inmediato en todas las actividades no esenciales, que afectó de manera significativa al mercado laboral. Este mercado ya venía perdiendo dinamismo desde finales de 2018 debido a una menor actividad económica. La tasa de desocupación publicada por el INEGI había aumentado de 3.3% en promedio en el 2018 a 3.6% en 2019 y primeros meses de 2020. Sin embargo, el freno casi total de la actividad económica a partir de la “emergencia sanitaria” produjo un tremendo choque negativo en el mercado laboral que derivó en despidos inmediatos y significativos en varios sectores económicos.

Las autoridades y la sociedad se encuentran obligadas a monitorear la reactivación de la actividad económica, la recuperación de los puestos de trabajo y a diagnosticar las necesidades más urgentes de política pública para el mercado laboral, debido a la contingencia sanitaria y la caída de la actividad económica que ha tenido como efecto la pérdida de empleos e ingresos entre los trabajadores.

Se deben recuperar 2.3 millones de empleos perdidos durante la pandemia para regresar a los niveles de ocupación registrados a inicios del año. Durante abril se perdieron poco más de 12 millones de empleos, es decir, el 22% de los puestos de trabajo registrados en el primer trimestre del 2020. Al mes de octubre se han recuperado 9.7 millones empleos, de modo que aún existe una brecha de 2.3 millones de empleos para la recuperación total de puestos de trabajo (IMCO, 2020).

6. CONCLUSIÓN

El COVID-19 en México generó el aislamiento preventivo obligatorio a nivel nacional, afectando la economía interna y externa del país, la mayoría de las actividades económicas fueron suspendidas o cerradas generando mayor desempleo, cambio en las formas de operar de las empresas, etc., implicando una transformación acelerada para estas.

Actualmente existen diversos factores que se tomaron en cuenta para conocer el impacto que ha tenido el COVID-19 al comercio en nuestro país, se establecieron estrategias para mitigar cada uno de los factores afectados por el COVID-19, pero aún no son suficientes para equilibrar la economía.

Consideramos que la reactivación económica se debe hacer teniendo en cuenta la situación actual del país en temas económicos, sociales, culturales, ambientales, utilizar los recursos actuales y organizar estrategias para mitigar los riesgos que presenta esta pandemia. Como se ha venido mencionando anteriormente, las organizaciones deben reinventar su idea de negocio de acuerdo a la contingencia actual, utilizando toda su estructura para generar nuevas oportunidades impulsando la economía del país.

REFERENCIAS

- Caribe, C. E. (2020). *Evolución y efectos de la pandemia del covid-19 en América latina y el Caribe*, informe especial, 4ta edición. CEPAL.
- Díaz, D. (junio de 2021). *IMCO Centro de investigación en política pública*. <https://imco.org.mx/retos-y-oportunidades-del-comercio-exterior-de-mexico/>
- IMCO (diciembre de 2020). *IMCO Centro de investigación en política pública*. <https://imco.org.mx/los-efectos-del-covid-19-en-el-mercado-laboral-mexicano-se-visualizan-en-> <http://imco.org-mx-monitor-mercado-laboral/>
- INEGI. (2021). *Resultados de la encuesta sobre el impacto generado por COVID-19 en las empresas (ecovid-ie)*. Tercera edición. México: comunicado de prensa.
- Zúñiga, E. (agosto de 2020). *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/capital-humano-despedir-o-mantener-al-personal-dilema-empresas-pandemia/>