

COVID-19: EFECTOS DESIGUALES ENTRE SECTORES Y EMPRESAS DE GUATEMALA

Astrid Beltetón Mohr, investigadora del Instituto de Investigación y Proyección sobre Economía y Sociedad Plural (Idies)

La crisis provocada por la pandemia de la COVID-19 ha resultado en una contracción sin precedentes en la actividad económica, debido a que afecta directamente la estructura productiva y empresarial de Guatemala y del mundo. Aún con los pronósticos mucho más alentadores, revelados recientemente por el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial y otras entidades, la duración prolongada y los efectos de la pandemia han generado costos económicos elevados de forma directa e indirecta, para las empresas de todo tamaño y sector, aunque de forma distinta. En este sentido, ya son evidentes los cambios en el consumo, la organización productiva y el comercio internacional, algunos serán temporales y otros quizás irreversibles.

Comprender la gravedad del impacto de la pandemia, así como los mecanismos de ajuste adoptados por las empresas, es fundamental para diseñar mejores estrategias y políticas que puedan ayudar a mitigar las consecuencias y respaldar la recuperación.

En Guatemala, el impacto de la pandemia en el 2020 produjo una contracción económica del -1.5 %; sin embargo, al analizar la evolución del Producto Interno Bruto (PIB) trimestral 2020, por actividad económica, se evidencia que la crisis ha tenido distintos patrones entre las actividades económicas y, por lo tanto, se puede esperar que la recuperación también sea desigual (Banguat, 2021).

La contracción ha sido mayor en sectores, cuyas actividades son intensivas en contacto cercano entre personas, como lo son la hotelería y restaurantes, el transporte y los servicios personales. En este sentido, mientras que las actividades de alojamiento y de servicio de comidas registraron una reducción del -24 % del total anual, la contracción en el segundo trimestre fue considerable, con -77 % en el sector hotelero y de - 41. 7 % en las actividades de servicio de comidas y bebidas, a causa de la caída del flujo

Figura 1. Guatemala, tasa de variación interanual del PIB trimestral por actividad económica 2020

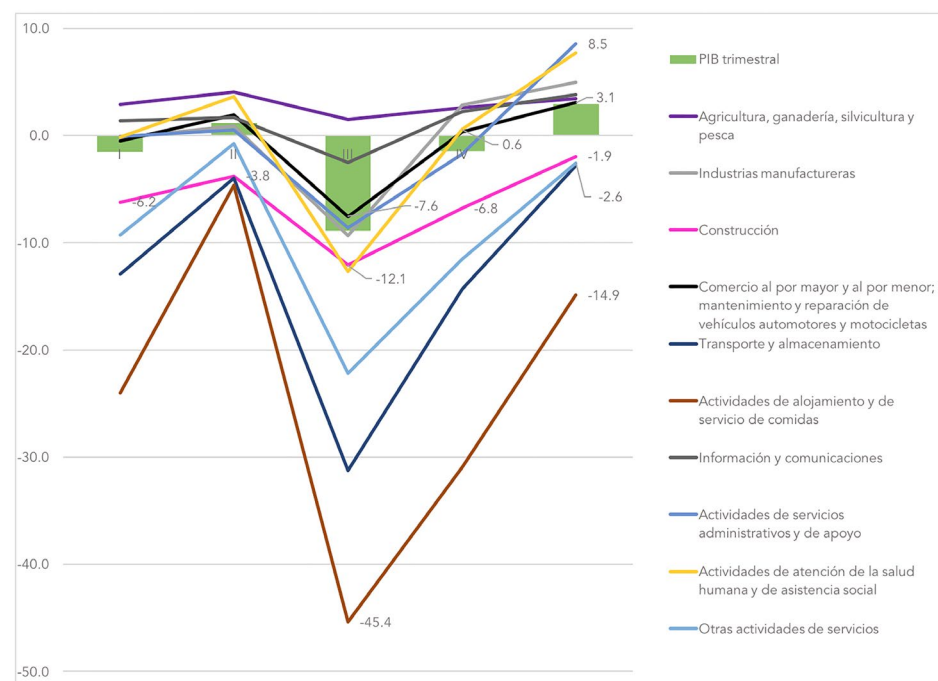


Figura 1. Tasas de variación interanual, con año de referencia 2013. Actividades económicas seleccionadas. Fuente: elaboración propia con datos del Banco de Guatemala (2021).

de turistas que ingresaron al país y las limitaciones en el aforo. Por otro lado, el impacto de la pandemia ha sido menor en aquellos sectores que se consideran esenciales como la producción de alimentos, pues, la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca creció 2.9 % del total anual por encima del 2.1 % del 2019.

Los efectos de la crisis han ocurrido dentro del contexto y la estructura productiva, en el que ya concurrían características y debilidades, como la elevada heterogeneidad entre las empresas y sectores. En especial por las diferencias en el nivel de productividad, el acceso a la tecnología y a los recursos financieros. Al analizarla por tamaño, los últimos datos disponibles indican que el sector empresarial está conformado por un 90.34 % de microempresas y tan solo por un 0.34 % de grandes empresas (Mineco, 2017). Según datos del Banguat, la economía informal representó un 22 % del PIB en el 2019 (Banguat, 2021). En algunos casos, ante la falta de oportunidades de empleo en el sector formal, se buscan opciones en el ámbito de la informalidad y en los emprendimientos con la modalidad de microempresas. La formalidad y el tamaño de las empresas se correlaciona con

una mayor productividad, en parte debido al acceso a oportunidades como al crédito del sector bancario, al encadenamiento empresarial o a otros mercados.

Es preciso contar con estadísticas actualizadas que permitan dar seguimiento y evaluar el impacto, gestionar los efectos y proponer estrategias adecuadas para la reactivación de las empresas. Dadas las limitantes de contar con la información estadística oficial a nivel empresarial, se incluyen los principales hallazgos de las encuestas empresariales de seguimiento al impacto de la COVID-19, en Guatemala, elaboradas por el Banco Mundial (2021). El análisis parte de los datos de panel recolectados entre octubre 2017 y mayo 2018, cuando se entrevistaron a propietarios de negocios o directivos de 345 empresas del sector industrial y de servicios, con más de cinco empleados. Se volvió a contactar a las mismas empresas en **junio-agosto** de 2020 lo cual dio como resultado los datos de la Ronda 1 y, nuevamente en **diciembre de 2020 a enero de 2021**, para la Ronda 2. Los resultados de las encuestas muestran los datos de referencia completos antes del brote¹, al inicio y durante lo cual permite medir la magnitud de los cambios (Rodríguez, 2020, p. 3).

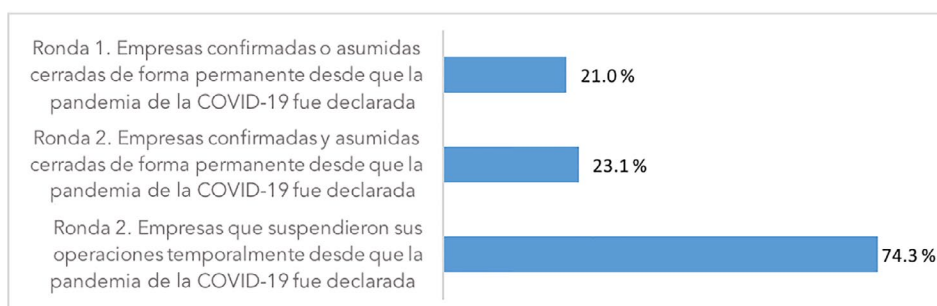
1 El porcentaje de empresas confirmadas que habían cerrado de forma permanente antes que la pandemia fuera declarada, entre mayo 2018 (a muestra base) y febrero 2020, era de 1.2 %.

Cierre de empresas

La primera medida para evaluar los efectos en el sector empresarial es analizar la cantidad de empresas que han cerrado o suspendido sus operaciones en el período de estudio. En la primera ronda de evaluación, no había ninguna empresa de la muestra que confirmara que hubiera cerrado de forma permanente desde que se declarara la pandemia (hasta junio-agosto) y, en la Ronda 2 hay un 2.1 % de empresas cerradas de forma permanente. De acuerdo con información del Registro Mercantil (2021), un total de 4,120 empresas cerraron sus operaciones definitivamente durante el 2020, una cifra 55 % inferior al total del 2019 con 7510 y la disminución también concuerda con el inicio de la pandemia (entre enero-abril 2020 únicamente cerraron 102 empresas). Las cifras de enero a marzo 2021 reflejan que la cantidad total de cancelaciones de empresas ascendió a 1128 una cifra inferior también a la del 2019 en el mismo período (Registro Mercantil, 2021). Sin embargo, estos datos deben tomarse con cautela, ya que este indicador corresponde más a un acto administrativo que al hecho económico de cierre. Cabe que existan diversos factores que pudieron incidir en este comportamiento, como los costos de completar los trámites para la cancelación formal de empresas y sociedades y la falta de acceso al Registro Mercantil, donde se deben presentar diversos documentos, dadas las restricciones de movilidad de la pandemia.

El Banco Mundial contabiliza las empresas que se asume que están cerradas, cuando no pudieron ser contactadas por ningún medio durante el trabajo de campo, lo cual resulta en un 21 % en la primera ronda y un 23 % en la segunda. Es decir, casi una cuarta parte de la muestra total. Entre las empresas abiertas el 74.3 % indican que suspendieron operaciones temporalmente desde que la pandemia fue declarada —en promedio 10.4 semanas— (según información de la Ronda 2).

Figura 2. Guatemala, porcentaje de empresas cerradas o suspendidas según *Enterprise Survey* en 2020 y 2021



Fuente: elaboración propia con datos de *Enterprise Survey*, Banco Mundial (2021).

Reducción en las ventas

Otra variable de interés la constituye la evaluación de los cambios en las ventas, dado que las empresas dependen de estos ingresos para tener capacidad de pago a proveedores, renta y salarios. El impacto negativo en las ventas ha sido considerable y generalizado en todas las empresas. En la Ronda 1, la cual refleja el inicio de la pandemia, que el 87.4 % de las empresas tuvo disminución en las ventas durante los últimos 30 días antes de la entrevista, al compararlas con el mismo período del año anterior. En la segunda ronda se evidenció que la caída en las ventas persistía, ya que el 66 % de las empresas indicaron que experimentaron una disminución, incluso 10 semanas después. De modo que, aunque los negocios estén abiertos, el impacto negativo en las ventas sigue siendo significativo.

Ahora bien, es evidente que la pandemia afectó a las empresas de forma diferente, ya que un 19.2 % reportó un incremento y un 13.9 % no experimentó cambio alguno en las ventas como se observa en la figura 3, lo cual refleja un mayor impacto negativo en las empresas pequeñas, seguido por las medianas.

Figura 3. Guatemala, cambios en las ventas mensuales en el 2020

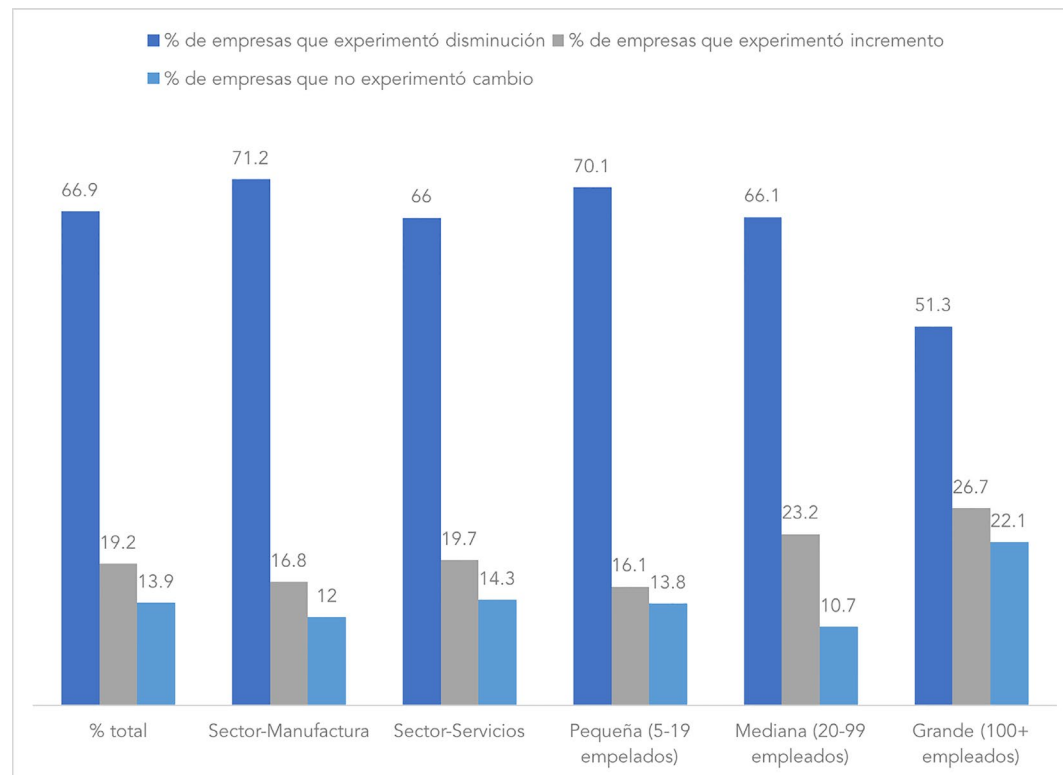


Figura 3. Cambio en las ventas mensuales comparadas con el mismo mes del año anterior. Datos que corresponden a la Ronda 2. Fuente: elaboración propia con datos de Enterprise Survey, Banco Mundial (2021).

Los resultados del Banco Mundial (Apedo-Amah, *et al*, 2020, p. 15) concluyen que pesar de las diferencias entre sectores y tamaño de las empresas, existe un gran efecto de heterogeneidad entre las empresas dentro de estos grupos. Es decir que detrás de este promedio del 70.1 de empresas pequeñas que reflejan disminución en las ventas, la magnitud de la disminución es muy amplia, lo que implica que el choque afecta a empresas similares de manera diferente. Solo alrededor del 19 % de la variación en las ventas, en relación con el mismo período del año anterior, se explica por estos factores, las diferencias entre sectores y tamaño de las empresas. Casi el 80 % de la variación en las ventas se explica por otras características, como las capacidades de respuesta de la empresa, relacionadas con la facilidad de modificar el modelo de negocio y de la adopción de la tecnología, entre otros.

Respuesta de las empresas

Existen estrategias que cada empresa implementó, como la diversificación de las fuentes de ingresos, la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio y la identificación de recursos que pueden ser reade cuados a la emergencia. Además, algunas empresas adaptaron sus procesos comerciales con la finalidad de aplicar las recomendaciones de salud, lo que implica reorientar las actividades para garantizar la continuidad del negocio.

La encuesta refleja que el 43 % de empresas discontinuaron un producto o servicio, lo cual evidencia una respuesta ante un cambio en el patrón de consumo (figura 4). En este sentido, era trascendental estar preparados para una rápida adaptación y sustitución del producto o servicio,

aunque también en la forma en que este llegaba al cliente. Las medidas que han restringido la movilidad provocan un gran impacto en la demanda, al tiempo que restringieron la capacidad de las empresas para realizar actividades comerciales clave como lo hacían antes, de forma presencial. En este punto, fue clave que el 55 % de las empresas que iniciaron o incrementaron el *delivery* o *pick up* (entrega a domicilio y servicio que brinda la facilidad de recoger los pedidos preparados); 70% lo constituyeron las empresas grandes.

El 50 % de las empresas en promedio, innovaron al introducir nuevos productos o servicios, pero en especial las empresas de la industria manufacturera y las empresas pequeñas. Estas últimas lograron aprovechar la flexibilidad que poseen para su adaptación y permanencia en el mercado, por ello adecuaron la producción y las cadenas de suministro de productos y servicios, impactadas por la crisis, a la demanda local. En ese contexto son fundamentales las capacidades para usar creativamente las nuevas tecnologías desarrolladas y adaptarlas a las características de la empresa y al contexto del mercado.

Figura 4. Guatemala, cambio en el modelo de negocios

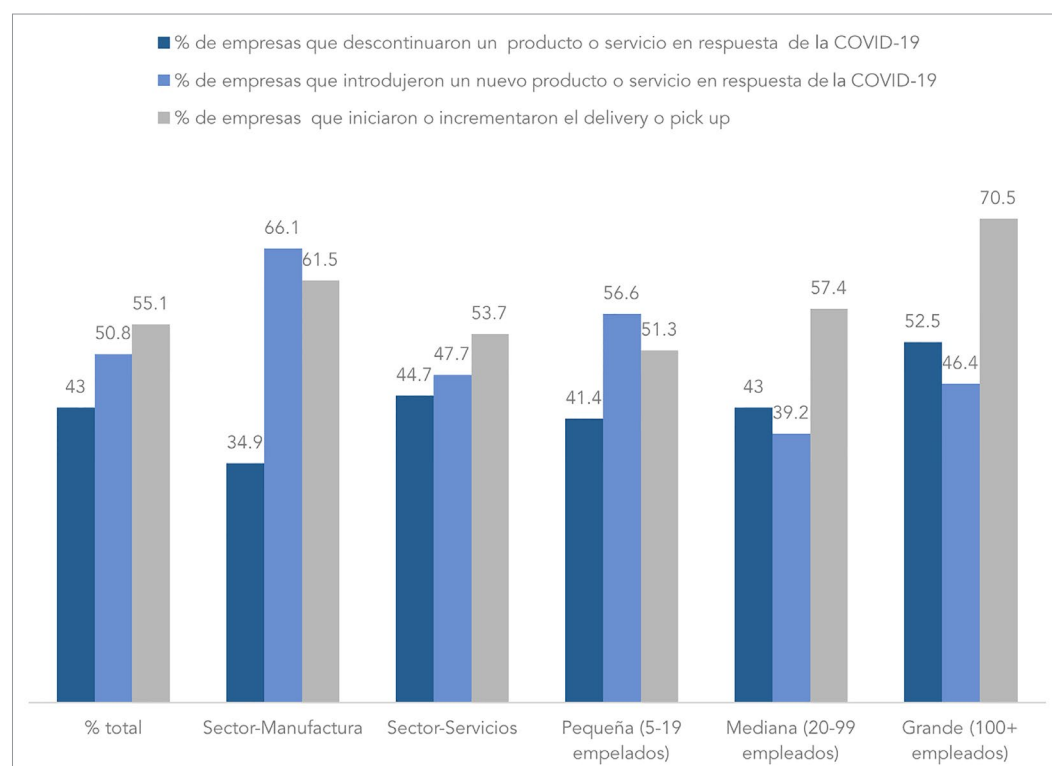


Figura 4. Los datos corresponden a la Ronda 2. Fuente: elaboración propia con datos de Enterprise Survey, Banco Mundial (2021).

Asimismo, otra manera de llegar al cliente implicaba el utilizar Internet, las redes sociales y las plataformas digitales. En efecto, la crisis, ha fortalecido esta tendencia, ya que los medios digitales han sobresalido por su papel como los nuevos canales de ventas y por ello mantienen con vida a las empresas en los momentos de mayores restricciones a la movilidad. Aquí, cabe señalar que, aunque el porcentaje de negocios que iniciaron o incrementaron su actividad empresarial en línea aumentó considerablemente en todas las características de empresas (46 %), fue mayor en las empresas grandes, esta era una tendencia que se observaba ya en los periodos anteriores². Al respecto conviene observar que la transformación digital todavía tiene espacio de

² En la encuesta de 2017 no se encontraba la pregunta sobre el porcentaje de las ventas que eran en línea, únicamente medían el porcentaje de empresas que tenían sitio web, el 98 % de empresas grandes, el 75 % de medianas y 47.6 % de pequeñas, o si usaban el correo electrónico para contactar a sus proveedores o clientes, en este caso el 100 % de las grandes y medianas lo hacía, pero solo el 80 % de las pequeñas (Banco Mundial, 2021).

mejora con respecto a las ventas, si se toma en cuenta que el porcentaje de las ventas en línea representa el 11.6 %, de las ventas totales. Aún hay margen para incrementar esta proporción, incluso después de la pandemia, dado que a nivel internacional se observa mayor inclinación a la conectividad digital para realizar prácticamente cualquier gestión.

De igual modo, la adopción de nuevas tecnologías significó un cambio cultural al interior de las organizaciones, entidades y entre las personas, pues posibilita el acceso a la comunicación de forma sencilla y rápida, sin necesidad de desplazamiento. Como resultado, se han creado mayores oportunidades en sectores no dependientes del contacto humano.

Conclusiones

Los datos observados permiten tener una fotografía de lo sucedido. Muchas empresas cerraron sus operaciones, y las que no cerraron suspendieron operaciones temporalmente, sufrieron una caída significativa en las ventas y enfrentan incertidumbres sobre el futuro.

Es evidente que, sin importar el sector económico, las grandes empresas ya se encontraban en mejores condiciones iniciales para afrontar una crisis como esta, tenían recursos financieros para mitigar un cierre temporal de más de dos meses en promedio y tenían acceso a financiamiento a menores tasas. Años atrás habían realizado adopciones de tecnología, además de inversión en investigación y desarrollo (I+D)³ lo cual les brindaba resiliencia ante la crisis.

El contexto actual ha obligado al uso de la tecnología digital y a innovar en cuanto a productos y servicios. La crisis impulsará cambios en los patrones de consumo y producción, los cuales, a su vez, provocarán una transformación estructural más amplia. El resultado es la necesaria inversión en I+D, para la innovación

Figura 5. Guatemala, canales digitales

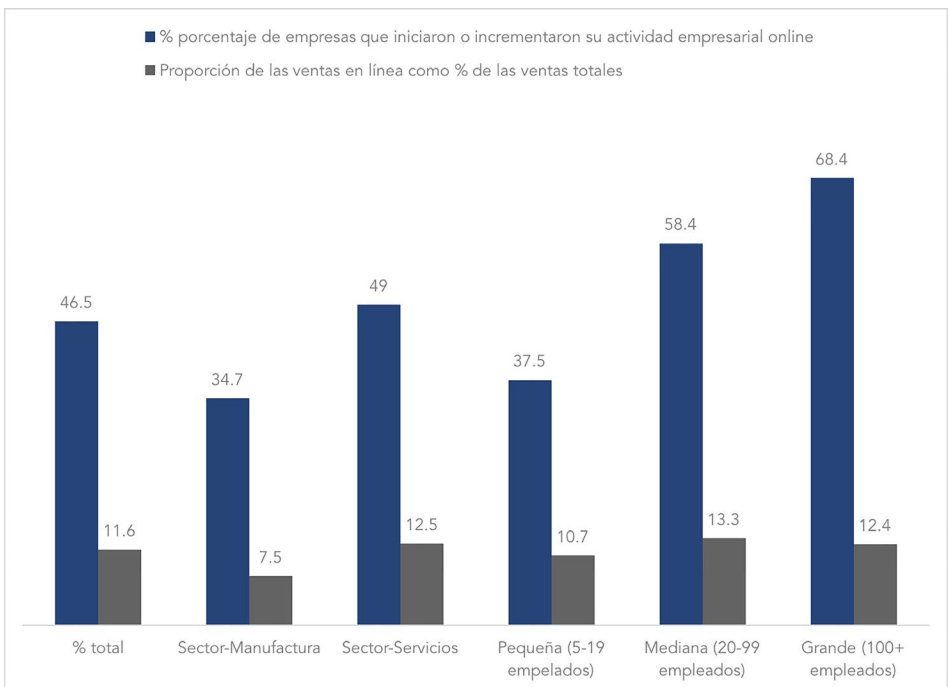


Figura 5. Los datos corresponden a la Ronda 2. Fuente: elaboración propia con datos de Enterterprise Survey, Banco Mundial (2021).

3 Los resultados del 2017 reflejaban que el 54 % de las empresas grandes inversión en I+D una proporción superior a nivel de la región de América Latina y el Caribe -ALC (43 %) y con el resto de los países de la muestra (34 %) comparando a las empresas del mismo tamaño. La brecha con las empresas pequeñas era significativa, con 7.2 % la mitad del porcentaje tanto de ALC como del resto de países (14 %).

y el fomento de la transformación digital mediante la adopción de nuevas tecnologías que mejoran la productividad y la eficiencia, lo cual puede conducir a ganancias también a largo plazo.

En este contexto, las políticas públicas deben promover hoy más que nunca un clima favorable para los negocios, ya que este es determinante en la eficiencia, dinamismo y permanencia de una empresa en el mercado. El apoyo al sector de las mipymes, en particular, para que pueda mejorar su acceso a la tecnología, al crédito y al conocimiento de los mercados debería formar parte central de las referidas políticas.

Referencias

- Apedo-Amah, M., Avdiu, B., Cirera, X., Cruz, M., Davies, E., Grover, A., Lacovone, L., Kilinc, U., Medvedev, D., Maduko, F., Poupakis, S., Torres, J. y Tran, T. (2020.) *Unmasking the Impact of COVID-19 on Businesses: Firm Level Evidence from Across the World*. Policy Research Working Paper; n.º 9434. World Bank, Washington, D.C. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34626>
- Banco de Guatemala. (2021). *Estadísticas Macroeconómicas*. <http://banguat.gob.gt/es/page/sistema-de-cuentas-nacionales-trimestrales-ano-de-referencia-2013>
- Banco Mundial. (2021). *Enterprise Surveys*. MicroData Guatemala. <https://www.enterprisesurveys.org>
- Rodríguez, J. (2020). *Measuring the Impact of COVID-19 in the Private Sector*. World Bank Group. <https://www.enterprisesurveys.org/content/dam/enterprisesurveys/images/COVID-19-Presentation.pdf>
- Registro Mercantil. (2021). *Estadísticas*. https://www.registromercantil.gob.gt/web-m/?page_id=329
- Superintendencia de Administración Tributaria. (2021). *Recaudación tributaria por Actividad Económica*. <https://portal.sat.gob.gt/portal/estadisticas-tributarias-sat/#1506903647072-b0b5ebcd-fec4>