

Pymes peruanas y su reactivación

Perú es un país de emprendedores luchadores a quienes el **COVID-19**, les ha planteado una diversidad de problemas, al igual que a los demás actores sociales: familias, empresas, gobierno, fuerzas armadas; la población peruana en general, ha sido afectada por esta pandemia.

Los actores visibles que en primera línea han enfrentado el problema son encabezados por el personal de los servicios de salud, agentes del orden, personal de limpieza y trabajadores de los sectores de primera necesidad, que han continuado prestando servicios exponiéndose al contagio y en muchos casos dando su vida por ello. Nuestro reconocimiento a todos ellos por asegurar la continuidad de estos servicios y garantizar el abastecimiento de alimentos y servicios de primera necesidad.

Las pymes peruanas que superan los 2 millones de unidades productivas y emplean al 60% de la población económicamente activa (**INEI**, 2017), han sido fuertemente golpeadas por la pandemia y sin duda han sido de las primeras en reinventarse y encontrar oportunidades para reactivarse.

El comportamiento de un actor económico que ocupa al 60% de la población económicamente activa, merece la máxima atención y soporte para su reactivación. Hay que destacar que nuestras pymes, en el siglo XXI, son más sólidas que las del siglo pasado; según datos del **INEI**, cerca del 50% de nuestras pymes son negocios que se iniciaron por oportunidad y son las que más rápido se han adaptado a las nuevas condiciones, siendo la

otra mitad, más vulnerable por la naturaleza precaria de su negocio.

Vamos a examinar las soluciones que las pymes han encontrado para su reactivación y ofrecer algunas opciones adicionales para su reactivación operativa y financiera.

Echar a andar el negocio de nuevo: cien días después

La mayoría de las actividades económicas del Perú, de un momento a otro, tuvieron que interrumpir sus actividades, al decretarse las medidas de distanciamiento social obligatorias, y con ello la obligatoriedad de permanecer recluidos en nuestros hogares para no estar expuestas al contagio. Sin trabajadores, las empresas no funcionan.

Esta medida que nos toma por sorpresa, y que esperábamos duraría 2 semanas, causa desconcierto a todos. Al inicio se entiende como unas vacaciones inesperadas, pero a partir de abril, se empieza a cobrar conciencia de los impactos económicos de la pandemia.

Encontrar las Oportunidades

Las pymes de oportunidad en el Perú se agrupan en dos categorías: Descubrir/responder y Descubrir/innovar. La

mayoría de nuestras pymes se encuentran en el primer grupo, Descubrir/responder; es decir han identificado mercados no atendidos y han sabido responder llevando el producto/servicio a esos mercados no atendidos. El segundo grupo Descubrir/innovar, más pequeño que el anterior, corresponde a las pymes innovadoras, aquellas que han identificado necesidades no atendidas o mal atendidas y han logrado desarrollar un producto solución que representa una innovación respecto a lo ya existente. Es claro que este tipo de innovaciones toma tiempo y sus soluciones se adaptan menos a la problemática ocasionada por la pandemia que requiere respuestas rápidas ante la identificación de oportunidades; por ello vamos a mirar las soluciones elegidas por el primer grupo de pymes.

Identificar las soluciones y ponerlas en práctica

Las pymes que sirven mercados no atendidos han encontrado en la **COVID-19** la oportunidad para llevar sus productos a una gran cantidad de hogares que requerían abastecerse, sin salir de su casa. Para muchas bodegas y puestos de mercado de barrio, el servicio de “delivery”, fue rápidamente implementado. ¿Qué se requería? Contar con un celular, disponer de los teléfonos de sus clientes, un medio de transporte y un medio de pago.

Aspectos a perfeccionar

Este tipo de solución es sencilla, nuestro mercado es el mismo, pero le estamos incluyendo una mejora en el producto al agregar servicio. Para que funcione necesitamos:

- Base de datos de clientes: se necesita tener los teléfonos de contacto del cliente, para llamarlo e informarle que se le puede dar el servicio a domicilio.
- Medio de transporte: alguna forma de llevar el producto al cliente que normalmente está localizado en zonas cercanas, este medio puede ser propio o contratarse.
- Medio de pago: normalmente las pymes trabajan en efectivo, pero necesitan implementar medios de pago digitales (Izipay, Yape, otros).
- Redes sociales: el complemento a la Base de Datos, que además permitirá incrementarla, es las redes sociales para que el cliente nos vea; ya que no puede salir de su casa para vernos, solo nos puede ver por medios digitales. Facebook es la que tiene más seguidores en Perú (23.5 millones de usuarios registrados; 7.5 millones en Instagram, según comScore, 2020).
- Incluir uso de trabajo virtual: el trabajo de contactar clientes, tomar pedidos, alimentar las redes sociales se puede hacer de manera remota, no necesita la presencia física del trabajador.

Las recomendaciones anteriores son apropiadas para más de la mitad de las pymes peruanas que se encuentran en el sector comercio. Otro grupo importante de pymes ubicadas en el sector hoteles y restaurantes deberán incorporar un elemento

adicional para poder operar; ellas enfrentan el problema de reducir el aforo de atención para respetar el distanciamiento, así que la mayoría encontrarán más práctico el servicio a domicilio. Esto requiere el cumplimiento de protocolos sanitarios y asegurar muy bien la calidad y presentación de los alimentos. Para ello deben trabajar muy bien a nivel de los contenedores, tamaños y presentaciones para asegurar que el alimento se mantenga caliente.

Según datos del **INEI**, 2017, cerca del 70% de las pymes utiliza computadora portátil (comercio solo 50%) y más del 90% usa teléfono fijo o móvil; por tanto, la inversión que se requiere hacer en equipos de telefonía y cómputo debe ser mínima.

La mesa está servida, aproveche la oportunidad que le presenta el **COVID-19**.