

Tesis para Seminario de Graduación

- **Universidad:** Del Norte Santo Tomás de Aquino

- **Facultad:** Economía y Administración

- **Carrera:** Contador Público

- **Materia:** Microeconomía

- **Tema:** **IMPACTO ECONÓMICO DEL COVID 19 Y LA
MANERA DE REINVENTARSE PARA
SUBSISTIR EN ÉPOCA DE RECESIÓN
APLICADAS A LAS PYMES DE CONCEPCIÓN**

- **Profesor Titular:** Cr. SUELDO, Jorge Eduardo

- **Profesor Guía:** Lic. CENTURIÓN, Oscar

- **Alumnos**

CERDA, Jonathan Rubén	L.U. N° 0086
CEREZO BLÁZQUEZ, Gerónimo	L.U. N° 2226
GRAMAJO, Milena María Fernanda	L.U. N° 2516
RIABOY PUJADAS, Maia	L.U. N° 2483

- **Lugar y Fecha:** Concepción, 1° cuatrimestre de 2021

Prólogo

A fines del año 2019 el mundo se vio en alerta ante el surgimiento de una nueva enfermedad causada por un virus llamado COVID-19 que se transmite muy fácilmente entre las personas, muchas fueron las teorías acerca del surgimiento de este nuevo virus, como así también el modo en el cual se manejaron las organizaciones correspondientes para tratar de controlar este virus.

Lo que es indiscutible son los efectos que produjo esta pandemia, principalmente sobre la salud de las personas ocasionando millones de muertes alrededor del mundo como así también el gran impacto que tuvo sobre la economía mundial, creando desastres económicos a lo largo del todo planeta; obligando a cada país a asumir un conjunto de distintas medidas para enfrentar esta nueva enfermedad desconocida, no tan solo en la salud sino también teniendo en cuenta la economía, ya que esta es de suma importancia para que un país funcione correctamente.

Primeramente nos gustaría agradecer a aquellas personas que hicieron posibles la realización de nuestra investigación, que sin su apoyo y dedicación no se hubiera podido llevar adelante:

- A nuestras familias, quienes fueron el pilar fundamental durante el transcurso de nuestra carrera, por sus palabras de aliento y apoyo cada vez que las necesitamos.
- Nuestro más sincero, profundo y personal agradecimiento al Lic. Centurión Oscar, nuestro profesor guía, por sus siempre oportunas orientaciones para la realización de este trabajo.
- Al Cr. Sueldo Jorge Eduardo, por sus correcciones y su incansable trabajo para favorecer el intercambio de buenas prácticas profesionales, por su ojo crítico y correctivo.
- Y a todos los que han estado a nuestro lado en este largo proceso.

Los alumnos

Introducción

El COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente, tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote y la expansión en todo el mundo.

Como alumnos de la Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino, desarrollaremos todos aquellos conocimientos prácticos y teóricos adquiridos a lo largo del transcurso de nuestra carrera profesional para ser utilizados en nuestro trabajo de tesis.

Por medio de la presente investigación, indagaremos y analizaremos los efectos de la pandemia COVID-19 en el mundo, en nuestro país Argentina y en la ciudad de Concepción durante el año 2020. Estableceremos aquellas medidas de subsistencia utilizadas por las pymes para hacer frente en épocas de recesión, en particular a esta situación tan difícil de atravesar con el fin de amortizar los efectos económicos de la pandemia sobre sus empresas.

A su vez desarrollaremos y analizaremos aquellas medidas que fueron tomadas por los organismos competentes mundiales y nacionales con el fin de hacer frente a este problema, el impacto de las mismas sobre la salud de sociedad y sobre todo en la economía de empresas, las cuales se vieron sumamente afectadas ya que a algunas las llevaron a el cierre forzoso por no poder ni siquiera cubrir sus costos fijos.

El propósito de nuestra investigación es tomar conocimiento de aquellas medidas de subsistencia que llevaron a cabo parte de las pymes de la ciudad de Concepción, con el fin de dar conocer las medidas realizadas y que resulte de una gran importancia para ser utilizadas en un futuro por otras pymes.

Es por lo expuesto anteriormente que establecemos la siguiente hipótesis para comenzar a desarrollar nuestro trabajo de tesis:

“Las manera de reinventarse utilizadas con las pymes de las ciudad de Concepción durante la pandemia COVID 19, fueron las adecuadas para mantener sus negocios en pie y así poder subsistir.”

Capítulo I

La Pandemia COVID-19 en el Mundo

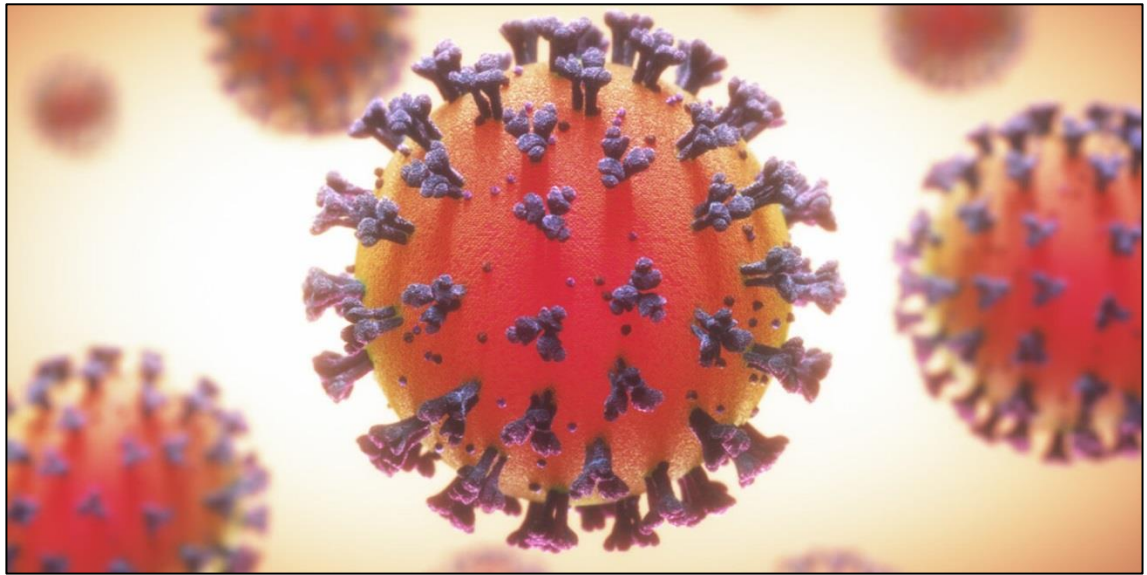
Sumario: 1. Surgimiento del Covid 19. 1.1. Altos niveles de transmisión. 1.1.1. Periodo de incubación y transmisión a partir de casos asintomáticos. 2. Duración de la enfermedad. 3. Declaración de Pandemia. 4. Impacto socioeconómico de la pandemia. 4.1. Impacto financiero. 4.2. Situación del COVID-19 en América Latina. 4.2.1. Graves efectos sobre la economía y fuerte impacto en países de América Latina y el Caribe. 4.3. Situación del COVID-19 en Europa. 4.4. Situación del COVID-19 en Oceanía. 5. Impactos sociales. 5.1. Impacto en la salud. 5.2. Impacto en el medio ambiente. 5.3. Impacto en la educación.

1. Surgimiento del Covid 19.

El 31 de diciembre de 2019, la Comisión de Salud y Saneamiento de la ciudad de Wuhan (provincia de Hubei, China) anunció 27 pacientes con neumonía no especificada que estaban comúnmente expuestos al mercado mayorista de mariscos, pescados y animales que viven en Wuhan. Incluidos 7 casos graves.

Los síntomas del primer caso ocurrieron el 8 de diciembre de 2019. El 7 de enero de 2020, las autoridades chinas identificaron un nuevo virus (más tarde conocido como SARS-CoV-2, el agente causante de la epidemia) de la familia Coronaviridae, el 12 de diciembre, las autoridades chinas compartieron la secuencia genética.

Grafico 1: Covid-19.



Fuente: Organización Mundial de la Salud (OMS).

Los coronavirus son una familia de virus que infectan a una variedad de animales, incluidos humanos, aves y mamíferos como camellos, gatos y murciélagos. Es una enfermedad animal, es decir, puede transmitirse de animales a humanos.

Los coronavirus que afectan al ser humano pueden producir cuadros clínicos que van desde el resfriado común con patrón estacional en invierno hasta otros más graves como los producidos por los virus del Síndrome Respiratorio Agudo Grave (por sus siglas en inglés, SARS) y del Síndrome Respiratorio de Oriente Próximo (MERS-CoV). En concreto, el SARS-CoV-1 en 2003 ocasionó más de 8.000 casos en 27 países y una letalidad de 10% y desde entonces no se ha vuelto a detectar en humanos.

Desde 2012 se han notificado más de 2.500 casos de MERS-CoV en 27 países (aunque la mayoría de los casos se han detectado en Arabia Saudí), con una letalidad de 34%. Igual que en otros brotes causados por coronavirus, la fuente principal más probable de la enfermedad es de origen animal producida por el SARS-CoV-2. En este momento parece claro que el reservorio del virus es el murciélago, mientras que se sigue investigando acerca del animal hospedador intermediario habiendo controversia. Secuencias de coronavirus identificadas recientemente aisladas de 30 muestras de tejido de un pangolín congeladas. Estos animales se comen ilegalmente en China, se originan en algún lugar del sudeste asiático y se recuperan de animales confiscados por la policía

en las zonas rurales de China. El coronavirus encontrado en este tejido mostró una homología genética del 85-92% con el SARS-CoV-2, lo que confirma que puede haber actuado como un huésped intermedio y un agente infeccioso en el mercado de Wuhan.

1.1. Altos niveles de transmisión.

Las rutas de transmisión de persona a persona incluyen secreciones de individuos infectados, predominantemente gotitas de más de 5 micras (que pueden extenderse a distancias de hasta 2 metros) y otro contacto directo con objetos contaminados. Se cree que es similar a la vía descrita para el coronavirus a través del contacto con las membranas mucosas de la boca, nariz u ojos como esta secreción.

El SARS-CoV-2 se ha detectado en secreciones nasofaríngeas, incluyendo la saliva. La permanencia de SARS-CoV-2 viable en superficies de cobre, cartón, acero inoxidable, y plástico ha sido de 4, 24, 48 y 72 horas, respectivamente cuando se mantiene a 21-23 °C y con 40% de humedad relativa.

En otro estudio, a 22 °C y 60% de humedad, se deja de detectar el virus tras 3 horas sobre superficie de papel (de imprimir o pañuelo de papel), de 1 a 2 días cuando lo aplican sobre madera, ropa o vidrio y más de 4 días cuando se aplica sobre acero inoxidable, plástico, billetes de dinero y mascarillas quirúrgicas.

Gráfico 2: Transmisión del corona virus.



Fuente: www.clinicafoianini.com/2019-covid-coronavirus

1.1.1. Periodo de incubación y transmisión a partir de casos asintomáticos.

El período de incubación tiene un promedio de 5 a 6 días a 1 a 14 días. El 97,5% de los pacientes desarrollaron síntomas en los 11,5 días posteriores a la exposición. El intervalo sucesivo promedio de muchas observaciones epidemiológicas es cada vez más corto que el período de incubación.

Con base en estas observaciones y los casos encontrados en estudios de exposición extensos, se considera que la transmisión de la infección comienza 1 a 2 días antes del inicio de los síntomas actuales. Se desconoce si la intensidad de la infección de contagio a partir de personas asintomáticas es la misma que con aquellas personas que poseen síntomas. La transmisión predominante fue la intrafamiliar, incluyendo amigos con un íntimo contacto con los casos: entre el 78 y el 85% ocurrieron de esta manera con una contagiosidad intensa persona-persona.

En el inicio de la epidemia, se publicó una alta transmisión intrahospitalaria a trabajadores sanitarios de los hospitales de Wuhan (29%), que luego fue descendiendo. Hasta el 20.02.2020 en China se habían detectado 2.055 trabajadores sanitarios con infección por SARS-CoV-2 confirmada; 88% de ellos procedían de Hubei. Según las conclusiones de la misión de la OMS en China, una vez se tomaron medidas de protección individual adecuadas, la transmisión a sanitarios descendió drásticamente.

Entre los 40.000 trabajadores sanitarios que se enviaron a apoyar a los de Hubei se detectaron pocos casos de infección que fueron atribuidos a transmisión comunitaria. En Italia, el país europeo donde se detectó transmisión comunitaria sostenida, se estimó que 20% de los trabajadores sanitarios que dieron respuesta a la epidemia se habían infectado en el plazo de un mes (60). En España el 18,5% de los casos notificados al Sistema Nacional de Vigilancia (SiViES) eran trabajadores sanitarios, siendo significativamente mayor este porcentaje entre las mujeres que entre los hombres (26 vs 10,2%) (61).¹

¹ Organización Mundial de Sanidad Animal. Preguntas y respuestas sobre la enfermedad del coronavirus de 2019 (COVID-19).

2. Duración de la enfermedad.

El tiempo promedio desde el inicio de los síntomas hasta la recuperación es de 2 semanas cuando la enfermedad ha sido leve y 3-6 semanas cuando ha sido grave o crítica. El tiempo entre el inicio de síntomas hasta la instauración de síntomas graves como la hipoxemia (disminución anormal de la presión parcial de oxígeno en la sangre arterial) es de 1 semana, y de 2-8 semanas hasta que se produce el fallecimiento.

3. Declaración de Pandemia.

El 11 de Marzo de 2020, el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, ha declarado que el coronavirus Covid-19 pasa de ser una epidemia a una pandemia, tras una reunión extraordinaria de la OMS, en la que se ha acordado pasar de escenario, declarando que el coronavirus Covid-19 es desde ahora mismo una pandemia.

La OMS ha estado evaluando los brotes durante los últimos días y está profundamente preocupada por su increíble alcance y gravedad, así como por sus niveles inactivos de inactividad. Por eso decidieron declarar una epidemia. Pandemia no es una palabra para usar a la ligera.

Esta no es solo una crisis de salud pública, es una crisis que afectará a todos los sectores, por lo que cada sector y cada individuo deben participar en la lucha. Desde el principio, todos los países debían de adoptar un enfoque coordinado entre gobiernos y sociedad, construyendo una estrategia integral para prevenir infecciones, salvar vidas y minimizar el impacto. La OMS aconseja que los países estén en permanente contacto con su población de riesgo y les alerten de cómo pueden protegerse. También deben de localizar, aislar, y diagnosticar cada caso de coronavirus Covid-19, siguiendo su contacto”.²

² www.redaccionmedica.com/secciones/sanidad-hoy/coronavirus-pandemia-brote-de-covid-19-nivel-mundial-segun-oms-1895

4. Impacto socioeconómico de la pandemia.

La pandemia de infección por coronavirus 2019-2020 ha creado un impacto socioeconómico mundial, particularmente en los esfuerzos por controlar los impactos en la salud y la propagación de la enfermedad COVID-19 en sí. Por tanto, afecta la economía nacional y el estilo de vida de sus ciudadanos.

Esta crisis, llamado por muchos como el Gran Confinamiento o la crisis económica por Coronavirus, está causando la mayor recesión mundial de la historia. Podría ocasionar que la economía mundial se reduzca un 5% durante el 2020, en vez de crecer hasta el 2,5% como se preveía un año antes. De manera colectiva, representan más de una cuarta parte de todos los trabajos en estas economías. A medida que las empresas pierden ingresos, el desempleo aumenta considerablemente, lo que transforma una perturbación en la oferta sobre una perturbación en la demanda aún más extensa para la economía.³

La pandemia produjo el colapso del mercado de valores de 2020, una de las caídas más rápidas de la historia, durante los meses de febrero y marzo. Durante los primeros meses, cuando la epidemia se limitaba casi exclusivamente a China, hubo informes generalizados de escasez de suministro de productos farmacéuticos, electrónicos y otros productos manufacturados debido a la paralización de numerosas fábricas en China. En ciertas localidades (en particular en Italia y Hong Kong) se observaron compras de pánico y la consiguiente escasez de comida y otros artículos esenciales de abastecimiento.

Los mercados bursátiles mundiales empezaron a caer fuertemente el 24 de febrero de 2020 debido al aumento significativo en el número de casos de COVID-19 fuera de China continental. Para el 28 de febrero de 2020, los mercados bursátiles de todo el mundo acumulaban los mayores descensos de una semana desde la crisis financiera de 2008. Las fuertes caídas prosiguieron las semanas siguientes, con fuertes bajadas el 9 de marzo y el 12 de marzo. Estas caídas provocaron que los organismos

³ «Gran confinamiento, mayúsculas y minúsculas» (en inglés). Madrid: Fundéu BBVA. 20 de abril de 2020. Consultado el 11 de junio de 2020.

reguladores de algunos países, como Corea del Sur, Francia, Italia, Bélgica, España, Grecia y Austria, limitaran o prohibieran las ventas en corto. A medida que se propagaba la pandemia, se cancelaban o posponían las conferencias y eventos mundiales en tecnología, moda, deportes, entre otros.

La reducción de la demanda de materias primas debido al bloqueo de China está haciendo bajar los precios del petróleo, especialmente en los países productores y las empresas, y beneficia a los consumidores. La preocupación de los inversores los ha llevado a depositar su dinero en valores considerados seguros, especialmente deuda pública en países que se consideran rescatables. A mediados de marzo, la gravedad de la crisis obligó a los gobiernos y bancos centrales de muchos países a intervenir en la política fiscal y monetaria para evitar un colapso económico decisivo.⁴

4.1. Impacto financiero.

La crisis financiera asociada con la pandemia de enfermedad por coronavirus de 2019-2020 tiene un impacto amplio y severo en los mercados financieros, incluidos los mercados de acciones, bonos y materias primas (incluidos el petróleo crudo y el oro).

Los principales eventos incluyeron una guerra de precios del petróleo descrita entre Rusia y Arabia Saudita después de no alcanzar un acuerdo con la OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo) que resultó en un colapso de los precios del petróleo crudo y el colapso del mercado de valores en marzo de 2020. Los efectos sobre los mercados son parte de la recesión del coronavirus y entre los muchos impactos socioeconómicos de la pandemia.

Black Monday (conocido como el lunes negro en español) fue una caída de la Bolsa de Valores en el mercado global ocurrido el 9 de marzo de 2020, durante el colapso del mercado de valores de 2020. Los mercados abrieron con el porcentaje más bajo, precedidas de dos semanas de considerables caídas. Los mercados bursátiles mundiales sufrieron la mayor caída desde 2008, durante la Gran Recesión.

⁴ Noticias ONU (Abril, 1, 2020). «El coronavirus puede disminuir la economía mundial en casi un 1% este año.».

Tres días después del Black Monday hubo otra caída, Jueves Negro (Black Thursday en inglés), donde las acciones en Europa y América del Norte cayeron más del 9%. Wall Street experimentó su mayor caída porcentual en un solo día desde el Lunes Negro de 1987, y el FTSE MIB (es el principal índice bursátil de la bolsa de valores de Italia situada en Milán. Cotizan los 40 componentes con mayor capitalización de la bolsa general que consta de unas 350 compañías que cotizan en bolsa de lunes a viernes) cayó casi un 17%, convirtiéndose en el mercado más afectado durante el Jueves Negro.⁵

4.2. Situación del COVID-19 en América Latina.

Varios problemas esperan a la preparación de los países de América Latina para enfrentar la propagación de COVID-19.

La enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19) llegó tarde a América del Sur. El 25 de febrero de 2020, Brasil fue la primera nación en la región en reportar la enfermedad. En cuestión de semanas, los países de todo el continente habían cerrado sus fronteras y forzado bloqueos. Hasta el 14 de abril, América Latina ha registrado más de 65.000 casos de COVID-19.

Ecuador, en particular, se ha visto gravemente afectado, con informes de cadáveres abandonados en las calles.

La preparación para una pandemia varía según la región y varios países son particularmente vulnerables a un brote destructivo. Por ejemplo, Guatemala y Haití tienen poco más de 100 ventiladores (respiradores) entre ellos. México tiene altas tasas de hipertensión, obesidad y diabetes, todos los cuales son factores de riesgo de enfermedad grave después de la infección por el coronavirus del síndrome respiratorio agudo severo (SARS-CoV-2).

Brasil ha registrado el mayor número de casos, más de 23.000, hasta el 13 de abril pocas semanas después del inicio de la pandemia en América. El país tiene un buen sistema de salud pública y tiene experiencia en el tratamiento de epidemias. En los

⁵ Samuelson, Robert J. (12 de marzo de 2020). «What Crash of 2020 Means». The Washington Post.

últimos años hemos visto brotes graves de chikungunya, dengue, fiebre amarilla y zika. También está el tema de las favelas, hogar de alrededor de 13 millones de brasileños. En las favelas, las condiciones están abarrotadas y el acceso al agua limpia es limitado. En tales circunstancias, el distanciamiento social y el lavado de manos son prácticamente imposibles.

La asistencia sanitaria en Brasil es responsabilidad de los municipios. Esto incluye la preparación para pandemias. Significa que cuestiones como la provisión de equipo de protección personal, las reglas sobre distanciamiento social y los arreglos de prueba varían. Pero también limita la influencia del presidente Jair Bolsonaro, que podría funcionar a favor del país. Bolsonaro ha minimizado repetidamente la amenaza de COVID-19 y ha socavado los esfuerzos para hacer cumplir el distanciamiento social.

Después de que Bolsonaro regresó de un viaje oficial a los EE. UU. a principios de marzo, 24 miembros de su delegación dieron positivo por SARS-CoV-2. En lugar de entrar en cuarentena, el presidente asistió a una manifestación pública. A fines de marzo, emitió órdenes que impiden que los estados restrinjan los movimientos de las personas y eliminen el requisito de que las iglesias cumplan con las regulaciones de salud. Ambas medidas fueron anuladas rápidamente por los tribunales. El presidente está alentando a las personas a salir y reanudar sus vidas normales, mientras que los alcaldes y gobernadores están haciendo hincapié en la importancia de mantener la cuarentena.

Bolsonaro no es el único líder cuyo comportamiento ha causado preocupación. En febrero de 2020, el presidente de México, Andrés Manuel López Obrado, describió COVID-19 como "ni tan malo como la gripe". Posteriormente instó a los mexicanos a visitar restaurantes y comensales.

Los expertos son más optimistas sobre Cuba que es uno de los lugares mejor preparados en cualquier parte del mundo para enfrentar un brote.

Tienen un sistema de salud integrado muy fuerte que puede responder en el momento en que se detecta una enfermedad infecciosa. El contraste con Venezuela es marcado. La situación en Venezuela es crítica; cuando llegue el coronavirus, será imposible contenerlo, incluso en los hospitales, no hay instalaciones para lavarse las manos con jabón.

Los diagnósticos estaban principalmente centralizados en América Latina, las pruebas son realizadas por los institutos nacionales de salud; muy pocos países dirigen laboratorios regionales, locales o universitarios. Pero tendrán que encontrar formas de aumentar la capacidad, y en algunos lugares será una tarea difícil y complicada.

Además de estos problemas, América Latina tiene algunas de las cárceles más superpobladas del mundo. Miles de prisioneros aún no han sido juzgados. Solo Brasil ha encarcelado a 773.000 personas, un tercio de las cuales se encuentran en prisión preventiva. Las tasas de tuberculosis entre los reclusos en el país son 35 veces más altas que en la población general. Las instalaciones de detención de Haití tienen una tasa de ocupación del 450%.

Países como Argentina, Brasil y Chile estaban tomando medidas para reducir sus poblaciones penitenciarias a la luz de la epidemia pendiente.⁶

4.2.1. Graves efectos sobre la economía y fuerte impacto en países de América Latina y el Caribe.

La secretaria general del Consejo Económico Latinoamericano y del Caribe (CEPAL), Alicia Barusena, advirtió que la pandemia del coronavirus (COVID-19) tendrá un impacto devastador en la economía mundial.

Durante la crisis del sistema financiero mundial de 2008-2009, los países de América Latina y el Caribe no los ignoran, ya que se ven afectados por varios canales. Según Alicia Varusena, la crisis del COVID-19 pasará a la historia como una de las peores crisis de la historia mundial.

Explicó que la enfermedad esencialmente pone en peligro el interés público mundial, la salud humana, afecta una economía mundial ya debilitada, y el único impacto serio en el comercio mundial a través de la interrupción de las cadenas de producción es la pérdida de ingresos y ganancias.

Esto se debe a que el desempleo ha aumentado y el pago de la deuda se ha vuelto más difícil.

⁶ www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina

América Latina y el Caribe y otras economías emergentes se verán afectadas. La región tiene una tasa de crecimiento esperada del 0,1% en 2019 y la última previsión de la Comisión en diciembre pasado predice un crecimiento del 1,3% en 2020. Sin embargo, en el escenario actual, la previsión se ha revisado a la baja significativamente.

Ahora espera que la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) reduzca el PIB en un -1,8%, llevando el desempleo en la región a 10 puntos porcentuales. Esto creará un total de 620 millones de personas y aumentará el número de personas pobres en la región de 185 millones a 220 millones. Por otro lado, el número de personas que viven en la pobreza extrema podría caer de 67,4 millones a 90 millones.

El coronavirus afecta a la región a través de cinco canales. La principal vía de transmisión de esta crisis es el impacto de la caída de la actividad económica de algunos de los principales socios comerciales sobre las exportaciones de productos de los países de la región. Por ejemplo, China es un importante destino de exportación para varios países de América Latina y un importante socio comercial de Chile, Perú y Brasil. La CEPAL estima que la región tiene potencial para reducir las exportaciones a destinos hasta en un 10,7%.

El segundo canal proviene de una caída en la demanda de servicios de viajes que se verá muy afectada por el Caribe. Por ejemplo, si la prohibición de viajar por el virus se extiende por uno, dos o tres meses, se estima que el turismo en el Caribe disminuirá en un 8%, 17% y 25% en 2020, respectivamente. El tercer canal de transmisión surge a través de la interrupción de la cadena de valor global. Esto tiene un gran impacto en México y Brasil, que importan repuestos y productos intermedios de China para el sector manufacturero (especialmente repuestos automotrices, electrodomésticos, electrónica y farmacéutica). El cuarto canal que afecta a América Latina y el Caribe es la caída de los precios de los productos básicos (materias primas), especialmente en los exportadores de productos básicos de América del Sur. Al mismo tiempo, explicó que la quinta ruta de transmisión se debe a que los inversionistas se vuelven reacios al riesgo y empeoran las condiciones financieras globales. Parte de este impacto se vio en la caída de los índices bursátiles en la región. Los gobiernos locales que intentan combatir los efectos negativos de la pandemia deben tomar decisiones urgentes. Estos incluyen

comportamientos de salud destinados a reducir y prevenir la infección, hasta medidas de confinamiento social destinadas a proteger a los grupos más vulnerables. El gobierno también está analizando aspectos económicos, como aumentar el gasto social, reducir las tasas de interés y congelar los recargos bancarios para pagar a los prestamistas al intervenir en el mercado de divisas y dejar de prestar de los bancos.

Medidas financieras incluidas medidas para abordar la escasez de bienes y es importante proteger de la crisis a los grupos más vulnerables, especialmente a los ancianos y los más pobres de las zonas de bajos ingresos. El grado de desigualdad también es importante para evaluar cómo afecta la crisis a los grupos más vulnerables de la sociedad. A medida que los países se vuelven más desiguales, estos grupos vulnerables se enfrentan a la hostilidad del impacto económico de la pandemia, lo que reduce los recursos que necesitan para combatirla. Ningún país puede combatir esta pandemia sin la cooperación mundial y regional. Después de todo, lo que realmente necesitamos ver es qué está pasando con el multilateralismo. Definitivamente necesitamos avanzar hacia una mayor coordinación, y nuestras prioridades políticas deben ser cómo lidiamos con la actual crisis social y de salud. Si bien esta pandemia tiene el potencial de remodelar la globalización geopolítica, también es una oportunidad para reiterar los beneficios de la acción multilateral.⁷

4.3. Situación del COVID-19 en Europa.

El primer caso de la pandemia de enfermedad por coronavirus de 2020 en Europa se detectó el 25 de enero, en Francia, un hombre de 80 años procedente de la provincia de Hubei, que luego falleció el 15 de febrero. El 14 de febrero murió un turista chino en París, en la que se creyó se trataba de la primera muerte por COVID-19 fuera de Asia pero posteriormente se descubrió que un hombre fallecido en la ciudad española de Valencia el 13 de febrero también estaba infectado de coronavirus, que había contraído en Nepal.

⁷ www.cepal.org/es/comunicados/covid-19-tendra-graves-efectos-la-economia-mundial-impactara-paises-america-latina

Los casos iniciales se informaron en Francia, Alemania y otros países con un número relativamente bajo de casos.

El 21 de febrero, se informó un gran brote en Italia, principalmente en el norte, cerca de Milán. Los casos crecieron rápidamente y el 13 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud declaró a Europa el nuevo epicentro del virus después de que la situación mejorara en China.

Desde esa fecha, el número de casos en cada país europeo se ha duplicado en períodos de entre dos y cuatro días.

El impacto de la COVID-19 ha sido desigual entre los países que integran la Unión Europea, tanto en términos epidemiológicos como económicos. Los países del sur han acusado un impacto mayor: fueron los primeros que sufrieron brotes de la enfermedad y se encuentran en una posición fiscal más delicada para afrontar las consecuencias económicas de las medidas de confinamiento.

Desde el primer momento, gobiernos, mercados y ciudadanos han considerado que la Unión Europea debería desempeñar un papel fundamental a la hora de mitigar un impacto asimétrico, que podría profundizar las desigualdades entre los países de la Unión.

A finales de mayo, la Comisión Europea presentó el Programa Next Generation EU para impulsar la salida de la crisis económica provocada por la COVID-19. Dentro de este programa, el mecanismo de Facilidad de Recuperación y Resiliencia (FRR) es el instrumento más cuantioso con 560.000 millones de euros en 4 años de un total de 750.000.

Para hacerlo posible la Unión Europea propuso una serie de medidas:

- Crear un nuevo instrumento de solidaridad de la UE dotado con 100 000 millones de euros para ayudar a los trabajadores a mantener sus ingresos y a las empresas a mantener su personal.
- Flexibilizar completamente nuestros Fondos Estructurales y de Inversión Europeos, de modo que cada euro pueda ahora dirigirse a apoyar los esfuerzos sanitarios públicos o a mitigar el impacto económico para las personas y las empresas.
- Asignar cada euro disponible del presupuesto de la UE de este año a un instrumento de emergencia para apoyar los esfuerzos destinados a salvar vidas.⁸

⁸ www.eur-lex.europa.eu/legal-content

4.4. Situación del COVID-19 en Oceanía.

La pandemia de enfermedad por coronavirus en Oceanía comenzó el 25 de enero de 2020 con el primer caso confirmado informado en Melbourne, Australia desde entonces se ha extendido a otras partes de la región, aunque muchas pequeñas naciones insulares del Pacífico hasta ahora han evitado el brote cerrando sus fronteras internacionales.

Desde los inicios del virus, la respuesta económica del Gobierno australiano se ha centrado básicamente en apoyar a las empresas en la gestión de desafíos de flujo de efectivo a corto plazo; brindar apoyo a personas, comunidades y regiones gravemente afectadas; garantizar el flujo continuo de crédito en la economía australiana y garantizar que los empleadores puedan mantener sus empleados durante este difícil período. Las siguientes son algunas de las medidas implementadas por el gobierno australiano para aliviar el impacto económico que covid-19 ha causado:

- ***Pago para retener personal de una empresa (JobKeeper Payment):*** El pago de JobKeeper ayuda a las empresas afectadas significativamente por el Coronavirus a cubrir los costos de los salarios de sus empleados, de tal forma que más australianos puedan retener sus trabajos y puedan continuar obteniendo ingresos. Bajo el programa JobKeeper, una empresa puede reclamar al gobierno un pago quincenal de \$ 1,500 por empleado elegible (por un tiempo máximo de seis meses) para poder llevar a cabo el pago de la nómina.

- ***Apoyo de ingresos para individuos (Jobseeker payment):*** Durante los próximos seis meses, los australianos que hayan perdido su empleo debido a covid-19 pueden solicitar al gobierno una ayuda económica como suplemento para poder mantener sus gastos. En un principio esta iniciativa fue lanzada por el gobierno como un pago quincenal de AUD\$550 y posteriormente fue incrementada a un pago quincenal de AUD\$1,115.

- ***Pagos para mantener a los hogares:*** El Gobierno está proporcionando dos pagos separados de \$750 a beneficiarios de seguridad social y veteranos para que

puedan mantener sus hogares. El primer pago fue realizado entre el 12 de marzo y el 13 de abril y el segundo será llevado a cabo el 10 de julio de 2020.

- ***Liberación anticipada temporal del fondo de pensión:*** El Gobierno está permitiendo que las personas afectadas por el Coronavirus accedan hasta AUD\$10,000 de su fondo de jubilación en 2019-20 y otros \$10,000 en 2020-21. Las personas no necesitarán pagar impuestos sobre los montos liberados.

- ***Reducir temporalmente las tasas mínimas de retiro de jubilación:*** El Gobierno está reduciendo temporalmente los requisitos de retiro mínimo de jubilación para pensiones en un 50 por ciento para 2019-20 y 2020-21. Esta medida beneficiará a los jubilados con pensiones basadas en cuentas y productos similares al reducir la necesidad de vender activos de inversión para financiar los requisitos mínimos de retiro.⁹

5. Impactos sociales.

La pandemia de Covid-19 confirma no solo muchas implicaciones para la economía global, sino también para la vida de los sistemas de salud en todo el mundo y la vida de miles de personas que han sufrido esta enfermedad o han sufrido tristemente a una pérdida. La predicción no es nada positiva, esta vez, afectó a los problemas sociales, ambientales y educativos.

La distancia social y el llamado a quedarse en casa son la dinámica social de muchos que tuvieron que adaptarse a los planes de aprendizaje a distancia o de aprendizaje a distancia para adaptarse al trabajo, la escuela, la familia y el trabajo en familia. Ha cambiado de muchas otras formas, limitando todo tipo de actividades fuera del hogar.

A su vez esta enfermedad trajo muchos efectos psicológicos en las personas, dado por el llamado distanciamiento social, en el cual no pueden tener relaciones sociales o de esparcimiento con personas que se encuentran fuera del núcleo familiar, ya que romperían la burbuja de aislamiento.

⁹ www.visaustralia.com

5.1. Impacto en la salud.

La salud mental del nuevo coronavirus se está viendo afectada en todo el mundo. El COVID-19 afecta el trabajo y los ingresos de las personas, las habilidades sociales y la confianza en las personas y las instituciones, lo que genera ansiedad y preocupación a largo plazo. Esta es definitivamente una pregunta importante y muchos de nosotros no estamos preparados. Por supuesto, esto puede deberse a la falta de contacto físico con los demás (no con los que conviven con nosotros), el estrés, la ansiedad o la incertidumbre sobre las circunstancias en las que vivimos. "Aislamiento del síndrome". El llamado o miedo a que una mayor convivencia pueda provocar roces y conflictos con los cónyuges y otros miembros de la familia implica múltiples influencias a las que no estamos acostumbrados.

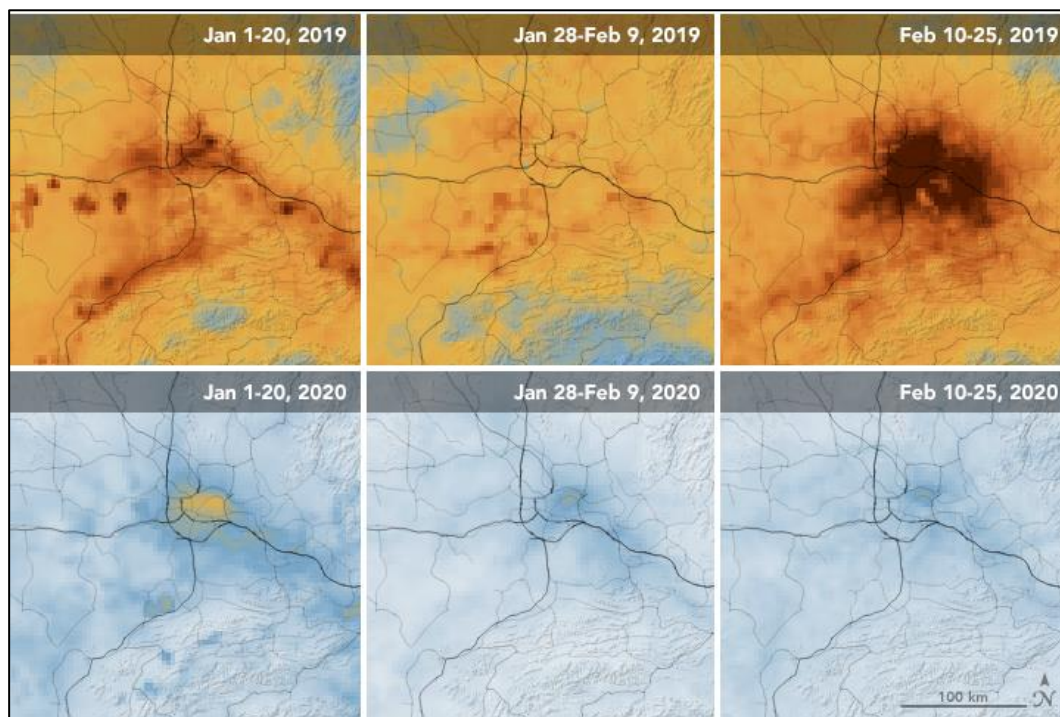
5.2. Impacto en el medio ambiente.

La disrupción global causada por la pandemia de enfermedad por coronavirus 2019-2020 ha causado numerosos efectos en el medio ambiente y el clima. Debido al cese de la actividad, se ha confirmado una importante disminución de dióxido de nitrógeno (NO₂), una de las principales sustancias emitidas por el transporte y la industria. La severa disminución de la movilidad ha hecho que muchas regiones hayan experimentado una reducción en la contaminación del aire. En China, el confinamiento y otras medidas resultaron en una reducción de las emisiones de partículas, que podrían haber evitado al menos 77.000 fallecimientos en dos meses, así como una bajada de un 25% de las emisiones de dióxido de carbono.¹⁰

Aun así, la pandemia también ha interrumpido algunas iniciativas de diplomacia medioambiental, causando la postergación de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático de 2020.

¹⁰ Myllyvirta, Lauri . Analysis: Coronavirus has temporarily reduced China's CO2 emissions by a quarter.

Gráfico 3: Impacto en el medio ambiente en China.



Fuente: Observatorio de la Tierra de la NASA.

Las imágenes del Observatorio de la Tierra de la NASA muestran una gran reducción de la contaminación en Wuhan, China, al comparar los niveles de NO₂ a principios de 2019 (arriba) y a principios de 2020 (abajo).

5.3. Impacto en la educación.

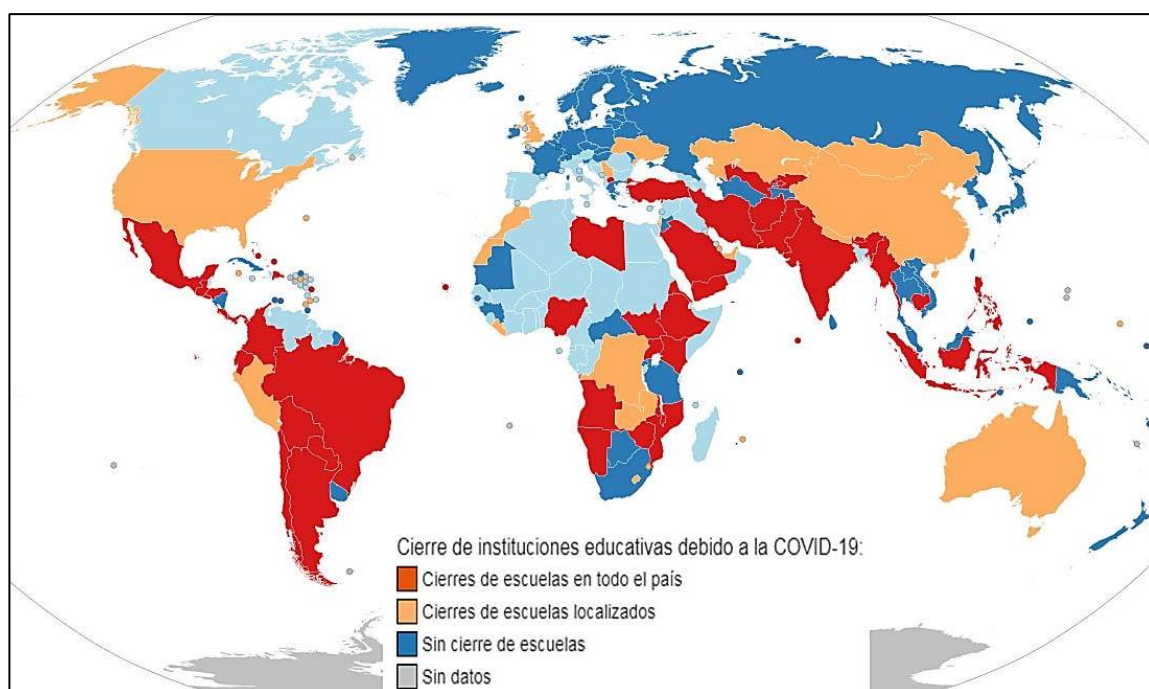
La pandemia de enfermedad por coronavirus de 2019-2020 ha afectado a los sistemas educativos en todo el mundo. Casi la totalidad de instituciones educativas de todos los niveles debieron cancelar sus actividades presenciales, en cumplimiento de las disposiciones adoptadas por las autoridades de los distintos países, tendientes a disminuir la propagación de la pandemia y sus consecuencias fatales.

Según un informe de UNICEF, a inicios de mayo de 2020 aproximadamente 1.287 millones, un 90% del total de estudiantes del mundo, estaban afectados debido al

cierre de instituciones educativas, 182 países continuaban la interrupción total de los servicios de educación y 8 lo hacían parcialmente de modo local en distintas jurisdicciones.

El cierre de escuelas en respuesta a COVID-19 ha arrojado luz sobre diversos problemas sociales y económicos, incluida la deuda estudiantil, el aprendizaje digital, la inseguridad alimentaria, la carencia de un lugar permanente para residir, el acceso a servicios de salud, el acceso a internet, los servicios destinados a personas con alguna discapacidad, entre otros. En respuesta al cierre de escuelas, la UNESCO recomendó el uso de programas de aprendizaje a distancia y aplicaciones y plataformas educativas abiertas que las escuelas y los maestros pueden utilizar para llegar a los alumnos de forma remota y limitar la interrupción de la educación.

Gráfico 4: Cierre de instituciones educativas debido a la COVID-19.



Fuente: www.en.unesco.org/themes/education-emergencies/coronavirus-school-closures

Algo menos de 100 países adoptaron alguna forma no presencial o digital a fin de no interrumpir totalmente la continuidad de los procesos de enseñanza - aprendizaje.

Un número similar de países optaron por mantener el cierre de los establecimientos hasta que las tasas de propagación bajaran a límites no riesgosos, sin embargo otros nunca suspendieron la presencialidad en las clases dadas las desigualdades que existen para acceder a una computadora e internet.

La pandemia de enfermedad por coronavirus puede profundizar la crisis de aprendizaje global, e incrementar significativamente el número de estudiantes afectados por la pobreza educativa. Más del 50% de los niños de países de ingresos medios o bajos se encuentran en esa situación.

La desigualdad educativa ya existente puede incrementarse exponencialmente debido a las diferencias en el acceso a elementos básicos como un escritorio donde realizar las tareas o el instrumental tecnológico, sumada a las diferencias del nivel educativo alcanzado por los padres o cuidadores, responsables en esta instancia de apoyar el proceso de aprendizaje de los niños.¹¹

¹¹ <https://en.unesco.org/themes/education-emergencies/coronavirus-school-closures>

Capítulo II

El impacto del COVID-19 en Argentina

Sumario: 1. La llegada del coronavirus a Argentina. 2. Efectos económicos y sociales. 2.1. Contracción económica. 2.2. Efectos de la pandemia en el empleo. 2.3. Sistema alimentario y sus implicancias. 2.4. Ingresos familiares, pobreza y costo social. 3. Afectación de la crisis sanitaria y socioeconómica en poblaciones en barrios populares en Argentina. 4. Las respuestas provinciales al COVID-19 respecto a la educación. 5. Proyecciones sobre el impacto económico. 6. Cuarentena en Argentina: cierre de empresas. 6.1. Caída de la actividad económica. 6.2. Actividades más afectadas. 6.3. El comercio al mayor afectado. 7. Medidas para alivianar el impacto económico.

1. La llegada del coronavirus a Argentina.

Tras el descubrimiento del primer caso en el país el 3 de marzo, el número aumentó rápidamente y pasaron dos meses después del descubrimiento del primer caso en el mundo antes de que el virus llegara a Argentina.

Mientras tanto, hasta el viernes 20 de marzo había 56 casos en todo el país, siete personas murieron y luego se impuso por la fuerza la cuarentena estricta y obligatoria. La historia argentina nos habla de cataclismos y paradojas, en las últimas décadas, el país ha experimentado crisis socioeconómicas y una recuperación en curso, incluyendo a millones de personas excluidas de la asistencia social, lo que genera altos niveles de pobreza y desigualdad.

2. Efectos económicos y sociales.

La crisis mundial provocada por el coronavirus ha provocado efectos multidimensionales no solo en la salud sino también en el socioeconómico. Las enfermedades infecciosas afectarán a la sociedad en todo el mundo con una virulencia sin precedentes, con impactos a corto, mediano y largo plazo.

Para Argentina, este es un nuevo desafío, que se suma a una situación ya complicada antes de la pandemia, para atender las necesidades básicas de los sectores más vulnerables, el país enfrenta desafíos financieros particulares que limitan su espacio financiero para dañar severamente a la clase media.

2.1. Contracción económica.

La crisis generada por la pandemia presenta un triple shock económico en el nivel local: uno de oferta (debido a las medidas de aislamiento social), uno de demanda (derivado de los menores ingresos que genera la paralización de la actividad económica) y uno financiero (asociado a los problemas de liquidez que enfrentan las empresas, especialmente las pequeñas y medianas). A esto se le suma el impacto externo derivado de la crisis global, a partir del menor precio de los principales productos de exportación, la reducción del volumen de comercio de bienes y servicios, y las tensiones financieras internacionales.¹²

Desde 2012, la economía argentina ha mostrado signos de predicamento y el nivel de actividad ha disminuido. Entre 2012 y 2019, el PIB per cápita cayó un 11%, los trabajadores asalariados del sector privado disminuyeron un 1,1% interanual y las tasas de pobreza se redujeron al 35,5% en el segundo semestre de 2019.. Esto se debe a menores exportaciones, mayores importaciones, tendencias de la cartera denominada en dólares (frente a una inflación sostenida) y un rápido proceso de endeudamiento

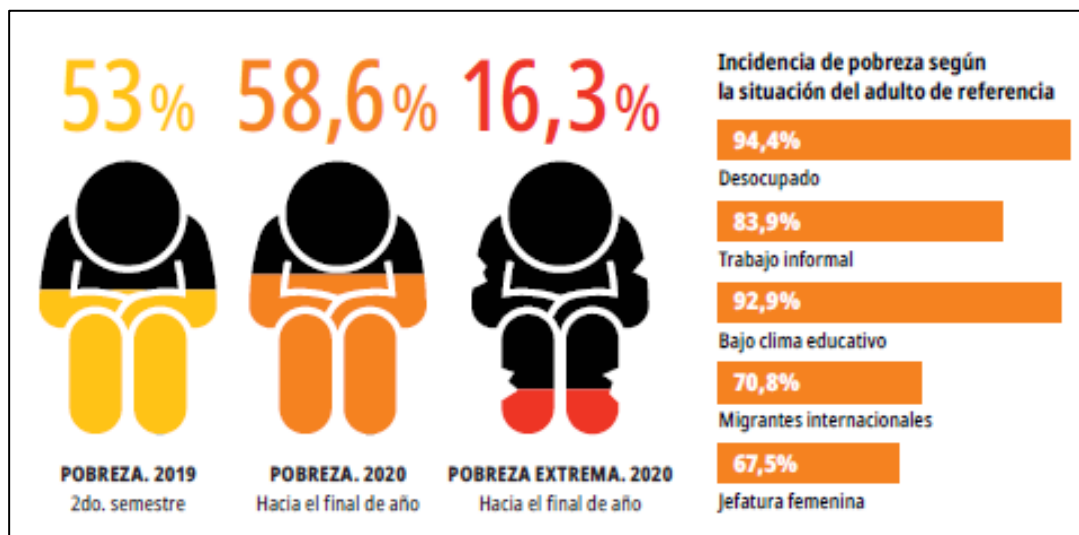
¹² Alzúa, M.L y P. Gosis. “Impacto socio-económico del Covid-19 y opciones de política en Argentina”, Serie de Documentos de Política Pública N6, Nueva York 2020.

externo. La mayor vulnerabilidad externa de Argentina se refleja en la inestabilidad de la moneda. Al mismo tiempo, estas realidades han expuesto al sector público al proceso de reestructuración de la deuda externa desde 2019, disminuyendo el acceso al financiamiento internacional en 2018 y explicando la dificultad de los compromisos de deuda en moneda extranjera. En este contexto, las perspectivas para 2020 antes de la crisis son conservadoras y el desempeño macroeconómico a corto plazo depende principalmente del resultado de la renegociación de la deuda pública.

En el segundo semestre de 2019, la pobreza afectaba al 53% de los/las niños/as, y podría escalar al 58,6% hacia fines de 2020. Los datos son proyecciones basadas en estimaciones de la caída del PIB y de la Encuesta Permanente de Hogares del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC).¹³

En parte, la tasa de pobreza extrema podría alcanzar el 16,3% para fines de 2020. En términos de tamaño de la población, esto significa que el número de niños y jóvenes pobres aumentará de 7 millones a 7,7 millones en el período 2019-2020. La tasa de pobreza extrema varía de 1.8 a 2.1 millones.

Gráfico 5: Proyecciones para el año 2020 de la pobreza.



Fuente: UNICEF, “Frente al aumento de la pobreza infantil”.

El análisis realizado revela una fuerte desigualdad. Las tasas de pobreza son elevadas cuando la persona adulta está desocupado (94,4%), el empleo informal

¹³ UNICEF, “Frente al aumento de la pobreza infantil, UNICEF llama a fortalecer la protección social. Informe en el marco de COVID-19”

(83,9%) y las niñas, niños y adolescentes que viven en hogares con familias con bajo nivel educativo (92,9%) son migrantes. 70,8%) y las mujeres lideran (67,5%). Si la está en una villa o en barrios populares, la tasa de pobreza en 2020 será de 9/10. La vivienda es una de las características que más influye en la desigualdad El Registro Nacional de Barrios Populares de Argentina muestran que 4,2 millones de personas viven en la zona. Casi el 90% no tiene acceso formal al agua y el 98% no tiene acceso a la red de drenaje. El 64% no tiene acceso a la red eléctrica oficial. % Sin acceso a la red oficial de gas natural.

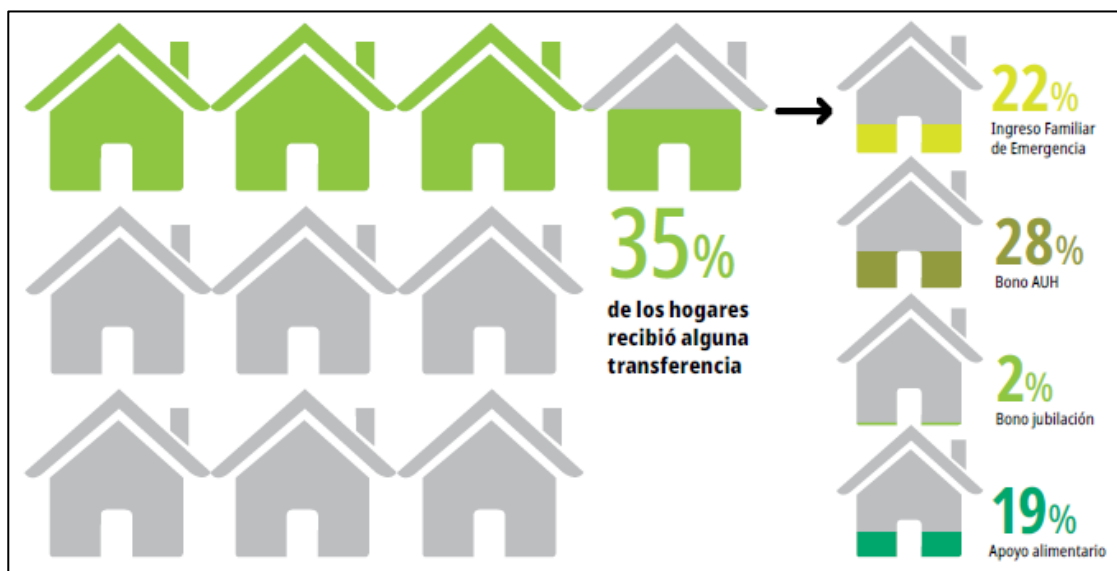
2.2. Efectos de la pandemia en el empleo.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) pronostica que varios escenarios de caída del PIB resultarán en la pérdida de 750.500 a 852.500 puestos de trabajo en Argentina en 2020. La OCDE prevé que se enfrenta a una caída del PIB del 8,25%. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) En las perspectivas económicas para 2020, el impacto en el empleo se interpreta como una reducción de 750.500 personas. En la segunda ola de la epidemia, se estima que el PIB de Argentina disminuirá en un 10% y más de 750.500 puestos de trabajo disminuirán. Por tanto, la crisis provocada por la pandemia COVID-19 tendrá un impacto significativo en el mercado laboral argentino, que ya es vulnerable a esta emergencia sanitaria.

El empleo en Argentina aumentó ligeramente en el cuarto trimestre de 2019, pero el desempeño se ha mantenido estable durante los últimos dos años. El aumento de la participación en el mercado laboral se relaciona principalmente con el aumento de la participación de las mujeres, ya que tiene que hacer frente a la disminución de los ingresos familiares durante la recesión. Es probable que esta tendencia ascendente en el empleo de las mujeres se acelere a medida que las tasas de desempleo y los ingresos de otros miembros del hogar caigan aún más, incluso en situaciones en las que se reduce la demanda general de empleo. El retraso en el aumento de la tasa de actividad doméstica y la tasa de empleo muestra que el mercado laboral está sometido a una presión cada

vez mayor sobre la oferta laboral. Las medidas de cuarentena en respuesta a la pandemia están resaltando la relevancia del trabajo informal en el sistema productivo argentino. Desde principios de 2018, la proporción de trabajadores indocumentados ha aumentado al 35,9% del número total de trabajadores a finales de 2019, y la incidencia de la enfermedad entre las mujeres está aumentando. La desaceleración de la actividad económica impide que los trabajadores no regulares generen ingresos y los lleva a la pobreza. Además, la alta proporción de mujeres con empleos no regulares aumenta el riesgo de que las mujeres se vuelvan vulnerables desde el punto de vista socioeconómico.

Gráfico 6: Sistema de protección social en Argentina.



Fuente: UNICEF.

Asimismo, la Encuesta Rápida liderada por UNICEF confirmó que el sistema de protección social en Argentina tiene una cobertura alta. El 35% del total de hogares ha recibido alguna transferencia de ingresos: es decir, 2,1 millones de hogares que representan 9,4 millones de personas. El 22% de los hogares encuestados afirmaron haber accedido al Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), el 28% al bono extraordinario por la AUH, el 2% recibió el bono de jubilación y el 19% accedió a la tarjeta Alimentar u otros mecanismos de apoyo alimentario. De todos ellos, el 84% reportó no haber tenido inconvenientes para acceder a la transferencia. Al indagar sobre la tarjeta

Alimentar, el 93% no ha tenido problemas para su utilización. Entre quienes reportaron inconvenientes, se relacionan con el rechazo de la tarjeta en comercios o falta de terminales electrónicas de cobro.

Los datos que analizan la situación en asentamientos y villas muestran el surgimiento de programas de reasentamiento social para combatir el impacto del COVID-19, como las tarjetas Alimentar (25%), IFE (31%), AUH (45%) más alto que otros hogares. Por tanto, se infiere una focalización adecuada para familias de bajos ingresos. Esto se debe a que, al analizar la tasa de cobertura trimestral de ingresos, el 62,8% de los que realizaron transferencias sociales tiene seguro médico público y el 17,4% tiene seguro médico privado.¹⁴

2.3. Sistema alimentario y sus implicancias.

Las medidas sanitarias adoptadas como respuesta al coronavirus en el mundo (cierre de fronteras, restricciones al movimiento de personas y mercancías, medidas de aislamiento, entre otras) han impactado de varias maneras las cadenas de producción, transformación y comercialización. Es posible que, a corto plazo, la cadena de suministro de alimentos enfrente desafíos en términos de limitaciones logísticas y/o interrupciones.

Los efectos de este virus afectan principalmente a las poblaciones y actividades económicas más vulnerables (mujeres, pueblos indígenas, pequeños productores, poblaciones rurales cuyos medios de vida dependen del turismo, trabajadores/as del sector informal, entre otras), que se encuentran menos equipadas para hacer frente a las disrupciones que la pandemia puede provocar en el sistema alimentario. Para ellos, el impacto del COVID-19 supone mucho más que la pérdida momentánea de ingresos: pone en jaque su seguridad alimentaria y nutricional. Esta amenaza es de una naturaleza distinta a las emergencias que estas poblaciones habitualmente enfrentan, en virtud de su escala global sin precedentes y al hecho de que afecta tanto a elementos de la oferta

¹⁴ UNICEF, “Frente al aumento de la pobreza infantil, UNICEF llama a fortalecer la protección social. Informe en el marco de COVID-192.

como de la demanda de alimentos. La cadena de suministro de alimentos es una compleja red que implica a productores/as, consumidores/as, insumos agrícolas y pesqueros, procesado y almacenamiento, transporte y comercialización.

Este cambio de red puede cambiar todos los nodos de la red distribuida. Además, los cierres de caminos y fronteras, las cuarentenas y la interrupción del comercio entre los mercados y las cadenas de suministro han limitado el acceso de las personas a diversas y nutritivas fuentes de alimentos. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), el mercado mayorista es más importante que nunca durante la pandemia mundial de COVID-19, ya que es un eslabón importante en la cadena de distribución de alimentos. También dijo que América Latina y el Caribe cuentan con 300 mercados mayoristas que son fundamentales para sostener el abastecimiento de alimentos de las poblaciones, especialmente en las zonas urbanas.

Durante el mes de abril, las perturbaciones en Argentina, de acuerdo con distintas notas de prensa nacionales, fueron mínimas, ya que el suministro de alimentos ha sido adecuado y los mercados se han mantenido estables. Sin embargo, comienzan a aparecer los desafíos en términos de cuellos de botella logísticos y en términos productivos, que afectan a los productos frescos y de estación. Asimismo, la escasez de fertilizantes, medicamentos veterinarios y otros insumos podría afectar a la producción agrícola. El cierre de restaurantes, hoteles y la menor frecuencia de compras en tiendas de comestibles reducen la demanda de productos frescos y pesqueros, lo que afecta a productores y proveedores.¹⁵

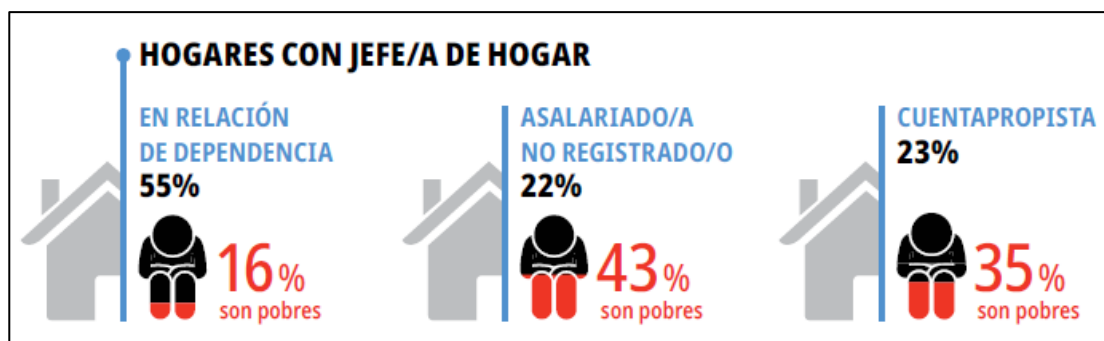
2.4. Ingresos familiares, pobreza y costo social.

Las medidas restrictivas adoptadas por el Gobierno para el movimiento de personas, necesarias desde una perspectiva sanitaria, tienen a su vez severas consecuencias sociales. Especialmente cuando una alta proporción de las familias generan ingresos con trabajo informal o independiente. Datos del INDEC señalan que el

¹⁵ Alzúa, M.L y P. Gosis. “Impacto socio-económico del Covid-19 y opciones de política en Argentina”, Serie de Documentos de Política Pública N6, Nueva York 2020.

55% de los hogares tienen como jefe/a a un/a empleado/a en relación de dependencia, de los cuales el 16% son pobres. En tanto el 22% de los hogares tienen como jefe/a a un/a asalariado/a no registrado/a, de los cuales el 43% son pobres. Finalmente, el 23% de los hogares tiene como jefe/a a un/a cuentapropista y el 35% son pobres. Es decir que para el 55% de las familias con jefatura de hogar con trabajo en relación de dependencia registrado, el “quedarse en casa” es viable si se mantiene su salario. Este hecho también genera la pregunta sobre la sostenibilidad para las empresas, ya muy golpeadas por una crisis preexistente a la pandemia, y la capacidad del Estado para financiar, a través de subsidios, los ingresos de los y las trabajadores. En tanto, casi la mitad de los hogares tienen como jefe/a a un/a trabajador/a independiente e informal. Para ellos/as, el aislamiento implica prácticamente dejar de percibir ingresos.

Gráfico 7: Hogares según empleo del jefe/a de hogar.



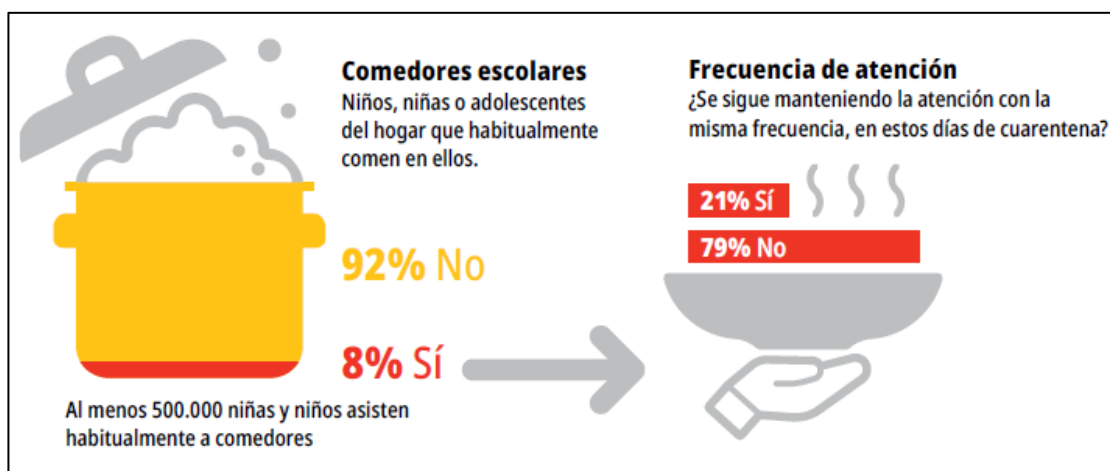
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

La recesión aumenta el desempleo y reduce los ingresos de los autónomos e incluso de los dependientes. La incertidumbre sobre la extensión de la cuarentena ha afectado al consumo privado, afectando el empleo y los ingresos de los hogares.

En este contexto, los hogares apoyan la compra de productos básicos de consumo. Por ejemplo, los sistemas de protección social pueden desempeñar un papel importante a la hora de asegurar alimentos para los más vulnerables como una inversión más que como un gasto. La proporción de la población económicamente activa también se ve afectada por esta pandemia, apoyando una estructura social tal que crea un círculo vicioso que afecta a la sociedad en su conjunto. En cuanto a la pandemia, el 28,3% de

los hogares encuestados dejaron de consumir alimentos debido a limitaciones de ingresos. En pueblos y aldeas, esta proporción alcanzó el 45,3%. Los hogares femeninos, los hogares múltiples y los hogares con más de una persona con discapacidad también encontraron que era significativamente más difícil acceder a los alimentos que el promedio general. Asimismo, en algunas regiones, como Cuyo, el valor aumenta.

Gráfico 8: Comedores escolares.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

La encuesta detectó también cambios en los patrones de los comedores escolares y mayor dependencia de viandas y bolsones en los hogares, según la ubicación de la vivienda.

Del total de la población encuestada, el 8% de los hogares con niños, niñas o adolescentes (es decir, 500.000 hogares) asiste habitualmente al comedor escolar, lo que refleja una realidad preocupante.

Solo un 21% indica que la atención del comedor tiene la misma frecuencia. Sin embargo, en el caso de las villas y los asentamientos precarios, un 27% de quienes asisten regularmente indicó que durante la cuarentena, la atención de los mismos ha mantenido su frecuencia. Además, el 94% de estos hogares informó no haber tenido contacto alguno con el gobierno provincial, municipal, el ejército u otras instituciones estatales para la distribución o entrega de alimentos o viandas.¹⁶

¹⁶ INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos.

3. Afectación de la crisis sanitaria y socioeconómica en poblaciones en barrios populares en Argentina.

Aunque Argentina es uno de los países más urbanizados de la región, tiene más de 4.400 casas de clase trabajadora (villas y asentamientos informales) y una población de al menos 4,2 millones (10% de la población total de Argentina). Viven sin acceso a los servicios esenciales. Tasas de pobreza irrisorias 88.7% no tienen acceso formal a agua potable 97.85% no tienen acceso formal a redes de drenaje 63.8% no tienen acceso formal a redes eléctricas y 98.9% no tienen acceso formal a redes de gas natural.

Preocupa que aproximadamente 40 % y 70% de la población tiene, respectivamente, menos de 15 y menos de 29. Por el contrario, casi el 70% tiene más de 20 años y tiene un impacto duradero a lo largo de las generaciones. Al mismo tiempo, según datos oficiales, se espera que la tasa de pobreza por efecto del cierre de viviendas en áreas comunes donde viven niñas y niños supere el 90%.

Alrededor del 40% de los barrios y el 50% de sus habitantes se encuentran en la ciudad de Buenos Aires, con aproximadamente 345.000 hogares viviendo en 1.450 poblamientos socialmente desfavorecidos. La crisis del COVID-19 ha afectado una población de barrios particularmente populares debido a que los residentes no pueden cumplir con las recomendaciones de salud durante el período de cuarentena (hacinamiento inestable, agua potable inestable, etc.) Estos factores han provocado un aumento de las epidemias en estas poblaciones. Tres meses después del primer caso de COVID-19 en Argentina, dos de cada diez infectados registrados en Buenos Aires vivían en zonas precarias. Del mismo modo, las restricciones operativas impuestas por la cuarentena han paralizado la economía.

4. Las respuestas provinciales al COVID-19 respecto a la educación.

La expresión “respuesta educativa” alude a las iniciativas que el gobierno nacional y los gobiernos provinciales impulsaron para sostener la continuidad

pedagógica luego de declararse el cierre de los establecimientos educativos. Al articularse, estas iniciativas expresan la perspectiva de las autoridades sobre el núcleo irrenunciable de recursos, prácticas e interacciones que preservan a la escuela en tiempos de pandemia. El alcance y los límites de estas acciones abren el debate público sobre la posibilidad real de educar en aislamiento y muy especialmente, sobre la nueva escuela que se está gestando.

A partir de la implementación de estas iniciativas emerge una caracterización y una organización de las respuestas en torno a seis dimensiones clave, definidas en función de los principales desafíos que enfrentaron el Estado Nacional y los provinciales para garantizar la continuidad pedagógica:

1. **Acceso a contenidos pedagógicos.** Se agrupan las políticas tendientes a favorecer la distribución de contenidos pedagógicos a través de distintos soportes: plataformas digitales, radio, televisión y materiales impresos.

Para que la escuela pueda continuar cumpliendo con su función de distribuir saberes socialmente significativos aun en tiempos de pandemia, es imprescindible garantizar el acceso a contenidos pedagógicos específicos para cada año de estudio y área de conocimiento. La suspensión de la presencialidad puso en jaque a los medios tradicionales de transmisión de contenidos en el aula como consignas orales, pizarrones, fotocopias o libros de texto. Rápidamente, el gobierno nacional y las jurisdicciones formularon una estrategia integrada que hace uso de distintos soportes con el potencial de llegar a todos los hogares. Las tecnologías digitales, los cuadernillos impresos, la televisión y la radio son las protagonistas para distribuir contenidos en la etapa de educar en tiempos de aislamiento.

2. **Ampliación de la infraestructura digital.** Se identifican las iniciativas orientadas a aumentar las oportunidades de acceso a la tecnología y de interacción entre docentes y estudiantes a través de entrega de dispositivos, reacondicionamiento de equipamiento en desuso y navegación gratuita de plataformas educativas.

Para mejorar las oportunidades de acceso a contenidos pedagógicos digitales y de intercambio entre estudiantes y docentes, un segundo conjunto de acciones se orientó a reducir la brecha digital a través del fortalecimiento del equipamiento digital y la conectividad. Las dimensiones de este desafío posicionan al nivel de gobierno nacional en un rol protagónico. En efecto, el Estado Nacional impulsó políticas de alcance

federal en la última década, con el objetivo de fortalecer la infraestructura digital y la conectividad en las escuelas. Por un lado, el Programa Conectar Igualdad, vigente entre 2010 y 2018, entregó computadoras en el modelo 1 a 1 a estudiantes y docentes de las escuelas secundarias de gestión estatal.¹⁷

3. Acompañamiento a docentes. Se analizan las respuestas con foco en el acompañamiento y fortalecimiento de capacidades de los docentes en el contexto de aislamiento, mediante documentos orientadores, capacitaciones en el uso de tecnologías digitales, conferencias y foros de reflexión sobre la continuidad educativa y espacios de consulta y escucha activa.

La brecha digital no se limita a la conectividad, los dispositivos y el software. La oportunidad de que los textos, videos y actividades disponibles se transformen en contenidos educativos depende estrechamente de las habilidades digitales de los docentes para establecer un vínculo provechoso con los estudiantes de modo remoto. Además, no se trata solo de tener la capacidad de migrar las prácticas de la presencialidad a la virtualidad. El contexto de emergencia requiere que los docentes reflexionen sobre cómo adecuar su propuesta pedagógica al escenario de excepcionalidad. En este marco, un tercer grupo de iniciativas buscó responder al desafío de acompañar y fortalecer las capacidades de los docentes para la continuidad educativa en tiempos de aislamiento. Las jurisdicciones emprendieron acciones para orientar las prácticas de enseñanza, para promover el desarrollo de capacidades en el uso de tecnologías digitales y para ofrecer espacios de contención y reflexión.

4. Apoyo a familias y a jóvenes. Se agrupan acciones que ofrecen orientaciones a las familias para acompañar a los niños, niñas y adolescentes en el hogar y contención emocional a adultos y jóvenes.

La suspensión de las clases presenciales colocó el desafío de que el aprendizaje que ocurría en las escuelas tuviera continuidad en los hogares. Para transformar un texto, un video o una actividad digital en contenido educativo, alguien tiene que hacerlo accesible. La figura del adulto mediador es necesaria en todos los casos, pero se manifiesta de forma bien distinta según la edad de los estudiantes.

Los niños más pequeños, por ejemplo, no tienen autonomía suficiente para llevar adelante esta tarea solos. En tiempos de escuela, había un docente entrenado para

¹⁷ Ministerio de Educación.

enseñar. Durante el aislamiento social, los mismos adultos que acompañan y facilitan el proceso educativo son quienes se ocupan de preparar la comida, mantener limpio el hogar, atender a otros integrantes con algún nivel de dependencia, teletrabajar. La concentración del proceso educativo en el espacio físico de los hogares sobrecargó aún más las dinámicas cotidianas de las familias, incluidas las de los docentes. El tiempo que los docentes necesitan para migrar contenidos al entorno digital compite en muchos casos -al igual que las familias de los chicos a los que están destinados- con el que necesitan para cuidar a sus propios hijos.

5. Servicio de alimentación escolar. Se presentan las iniciativas desplegadas por los gobiernos para garantizar la alimentación escolar a partir de adecuaciones en la modalidad de servicio.

Los comedores escolares tienen una importante tarea en generar condiciones básicas para el desarrollo pleno de la niñez y la adolescencia. En este escenario, se vuelve necesaria la discusión acerca de las condiciones para avanzar hacia esquemas que contemplen la universalidad de la provisión de alimentos, fundamentalmente en los sectores vulnerables. Antes de desatarse la crisis, el 53% de los niños, niñas y adolescentes menores de 18 años de la Argentina (EPH, INDEC, 2019) estaban debajo de la línea de pobreza.

La emergencia sanitaria impactó en las condiciones de vida de los niños en el corto y en el mediano plazo. Para fines de 2020, junto a las estimaciones de una caída importante del PBI, se proyecta un aumento de los niveles de pobreza. En una estimación realizada por UNICEF, la pobreza en la niñez llegaría al 58,6%. El empeoramiento de las condiciones de vida sería más agudo en aquellos niños, niñas o adolescentes que viven en hogares donde la persona adulta de referencia es mujer, posee un trabajo informal y tiene hasta 6 años de educación.¹⁸

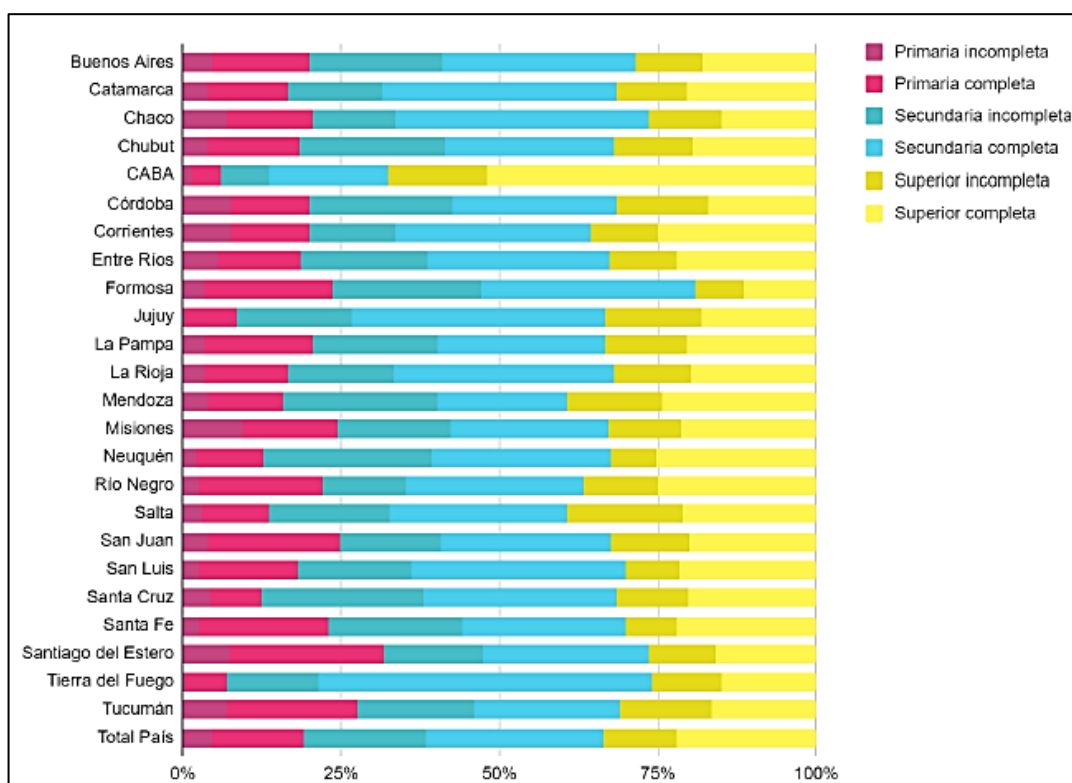
6. Modificaciones de la organización escolar. Se consideran las adaptaciones y modificaciones de las reglas que organizan el acceso a la escolaridad, la promoción, la acreditación y la certificación de saberes en un ciclo lectivo irregular.

La diversidad de respuestas que el gobierno nacional y los gobiernos provinciales están dando al desafío de sostener la educación en tiempos de aislamiento,

¹⁸ La pobreza y la desigualdad de niñas, niños y adolescentes en la Argentina. Efectos del COVID-19, UNICEF

deja en evidencia que el sistema educativo es hoy un laboratorio de políticas ante un escenario inédito.

Grafico 9: Máximo nivel educativo del jefe del hogar en hogares con niños menos a 18 años.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC).

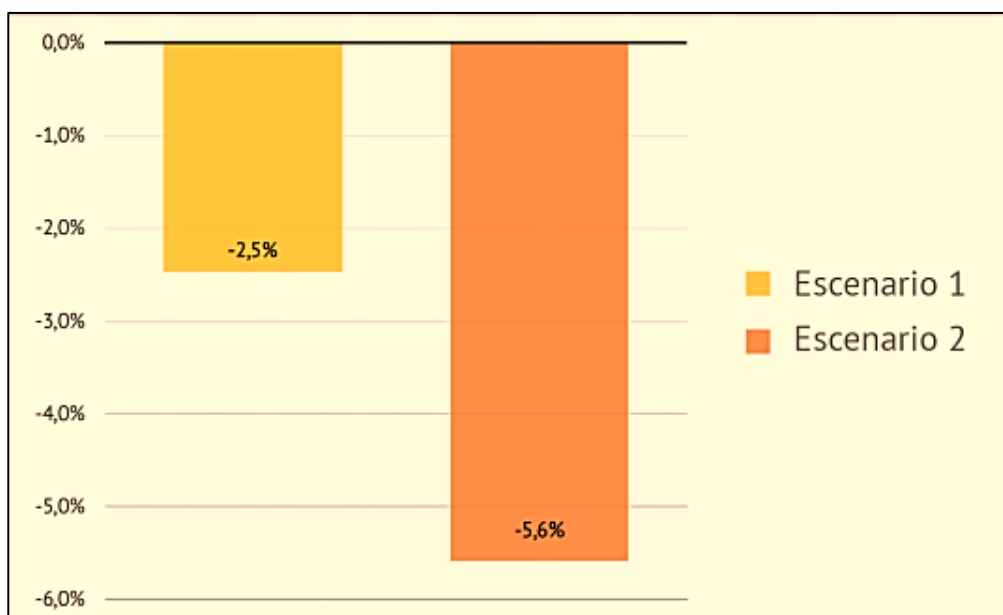
5. Proyecciones sobre el impacto económico.

Como reflejo del impacto general del coronavirus en la segunda mitad de 2020, el PIB real en 2020 disminuirá un 2,5% en el primer escenario y un 5,6% en el segundo escenario. Este resultado es el resultado de impulsos internos y externos. La trayectoria de los impulsos externos se explica por el impacto macroeconómico de la caída de la demanda de productos argentinos, con una disminución del 0,15% del PIB mundial en el primer escenario y una disminución del 2,2% en el segundo escenario. Además de la

caída de las exportaciones, el precio de los bienes de exportación (real) cayó un 2,5% en el primer escenario y un 5% en el segundo escenario. Esto conduce a menores beneficios empresariales, menor demanda de trabajadores y menor consumo de los hogares.

Los ingresos están vinculados a las ventas externas y los impulsos externos se describen como una disminución de la productividad y la demanda interna como resultado directo de las restricciones a la movilidad y las actividades manufactureras durante el trimestre, que restringieron tanto las actividades de consumo como las de producción. Los impedimentos institucionales a los despidos pueden caer del 2,3% al 5,1%, produciendo la reducción de la productividad de los trabajadores

Gráfico 10: Escenarios 2020. Variación porcentual interanual del PBI.



Fuente: Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica.

6. Cuarentena en Argentina: cierre de empresas.

En los dos primeros meses luego de decreto de cuarentena obligatoria cerraron 18.546 empresas y 284.821 personas quedaron sin trabajo Son empleadores que dejaron

de hacer aportes patronales en mayo, según datos de la AFIP. Según los datos de AFIP, en mayo, 520.207 empleadores declararon que en abril contaron con 7.595.704 trabajadores en relación de dependencia. En marzo habían sido 539.053 empresas con 7.880.585 personas contratadas. Así en dos meses 18.546 empresas dejaron de aportar a la Seguridad Social y terminaron por desprenderse de 284.821 trabajadores.

Esta caída de empresas ya acumula más de cuatro años. Tuvo tres momentos: durante 2016 y 2017 hubo una reducción de casi 3.000 empleadores, para desplomarse en los dos años siguientes de la mano de la recesión y ahora por el cóctel de pandemia y cuarentena. Con el cambio de Gobierno, el cierre de empresas continuó.

Las cifras oficiales indican que desde comienzos de año hay 21.699 empresas menos, con un achique de 16.889 empresas de servicios y 4.810 fabricantes de bienes. Todas las ramas y sectores sin excepción fueron afectados, y entre los más perjudicados están los comercios 4.254 negocios menos, la construcción 2.131 menos y la industria 1.548 establecimientos menos. En mayo de 2018, había 562.157 empresas con aportes a la Seguridad Social. Un año después, 548.967. Y ahora 520.207 empresas.

En dos años, la AFIP contabiliza 41.950 empresas menos. Antes de la cuarentena, esto pasó por una combinación de recesión, altas tasas de interés, disparada de la inflación y del dólar, caída de los salarios y de los ingresos de profesionales y trabajadores por cuenta propia. Y los más afectados fueron las pequeñas empresas y el trabajo asalariado e independiente formal. Lógicamente por carecer de registros no hay datos de las pérdidas de negocios, comercios y empleos informales.

En el arranque del año este proceso no se detuvo, como lo marca la pérdida de empresas en los primeros meses, para acentuarse con la pandemia y la cuarentena que golpeó a casi todas las actividades, con excepción de las llamadas esenciales que podían seguir con su actividad.

En enero de 2020, la AFIP registró 542.206 empresas, en febrero 541.357, en marzo 539.053, en abril 526.434 y en mayo 520.207.

Como se ve la sangría fue continua, con mayor desplome en los dos últimos meses. Si bien el Estado, a través de la ANSeS tomó a su cargo el pago de una parte (entre \$ 16.875 y \$ 33.750) de los salarios de las empresas, postergó el pago de impuestos, redujo contribuciones patronales, implementó el Ingreso Familiar de

Emergencia (IFE) y otorgó créditos a tasa 0 a monotributistas y autónomos, el derrumbe de la actividad arrastró al cierre de negocios, comercios e industria, en especial pymes.¹⁹

6.1. Caída de la actividad económica.

La Estimación Mensual de Actividad Económica (EMAE) de diciembre de 2020 registró una desviación del -2,2% respecto al mismo mes de 2019. El indicador desestacionalizado aumentó 0,9% respecto al mismo mes del mes anterior, pero la tendencia es 0,1% superior en el indicador de ciclo.

Cuadro 1: Estimador mensual de la actividad económica.

Periodo	Respecto al mes anterior (desestacionalizado) (%)	Respecto al mes anterior (tendencia-ciclo)	Respecto a igual mes del año anterior	Acumulado del año respecto al acumulado de igual periodo del año anterior
Variación porcentual				
2020				
Enero	0,5	-0,5	-1,8	-1,8
Febrero	-0,5	-0,5	-2,2	-2,0
Marzo	-10,5	-0,5	-11,1	-5,2
Abril	-17,0	-0,5	-25,4	-10,6
Mayo	9,5	-0,4	-20,0	-12,7
Junio	8,5	-0,3	-11,6	-12,5
Julio	2,2	-0,2	-12,7	-12,5
Agosto	1,5	-0,1	-11,5	-12,4
Septiembre	2,2	0,0	-6,2	-11,8
Octubre	1,2	0,0	-7,3	-11,3
Noviembre	1,4	0,1	-3,7	-10,6
Diciembre	0,9	0,1	-2,2	-10,0

Fuente: INDEC, Dirección Nacional de Cuentas Nacionales.

Todas estas variaciones surgieron por las medidas adoptas con el fin de contemplar el cuidado del sector de la salud pero tuvo un impacto en la economía.

¹⁹www.clarin.com/economia/economia/meses-cerraron-18-546-empresas-284-821-personas-quedaron-trabajo

6.2. Actividades más afectadas.

Se prevé que los canales a través de los cuales la pandemia afectará el desempeño económico tendrán un impacto diferenciado en cada uno de los sectores de actividad. Entre los principales se destacan:

SECTORES MENOS AFECTADOS (sectores e industrias claves para enfrentar el brote)

- el sector salud;
- la industria alimentaria;
- la industria farmacéutica;
- el equipamiento médico, y
- los productos de higiene personal y limpieza.

Las actividades comerciales consideradas esenciales:

- supermercados;
- farmacias;
- estaciones de servicio;
- ferreterías;
- tiendas de veterinaria;
- lavanderías;
- servicios de entrega, y
- restaurantes (que pueden tener servicios de entrega).

También hay otras excepciones, que incluyen:

- la industria alimentaria;
- la agricultura y la pesca;
- las telecomunicaciones y los medios de comunicación;
- el transporte público de corta distancia (con restricciones);
- la electricidad;
- el gas natural, y
- la industria petrolera.

SECTORES MÁS AFECTADOS (asociados a las propias medidas de aislamiento social, fundamentales para contener la pandemia y reforzar la capacidad del sector de la salud):

- sectores industriales de productos “no esenciales”
- el comercio de productos “no esenciales”;
- la construcción;
- las/los trabajadoras/es de casas particulares;
- la provisión general de servicios sociales, etc.
- hoteles y restaurantes
- actividades inmobiliarias
- transporte de media y larga distancia.

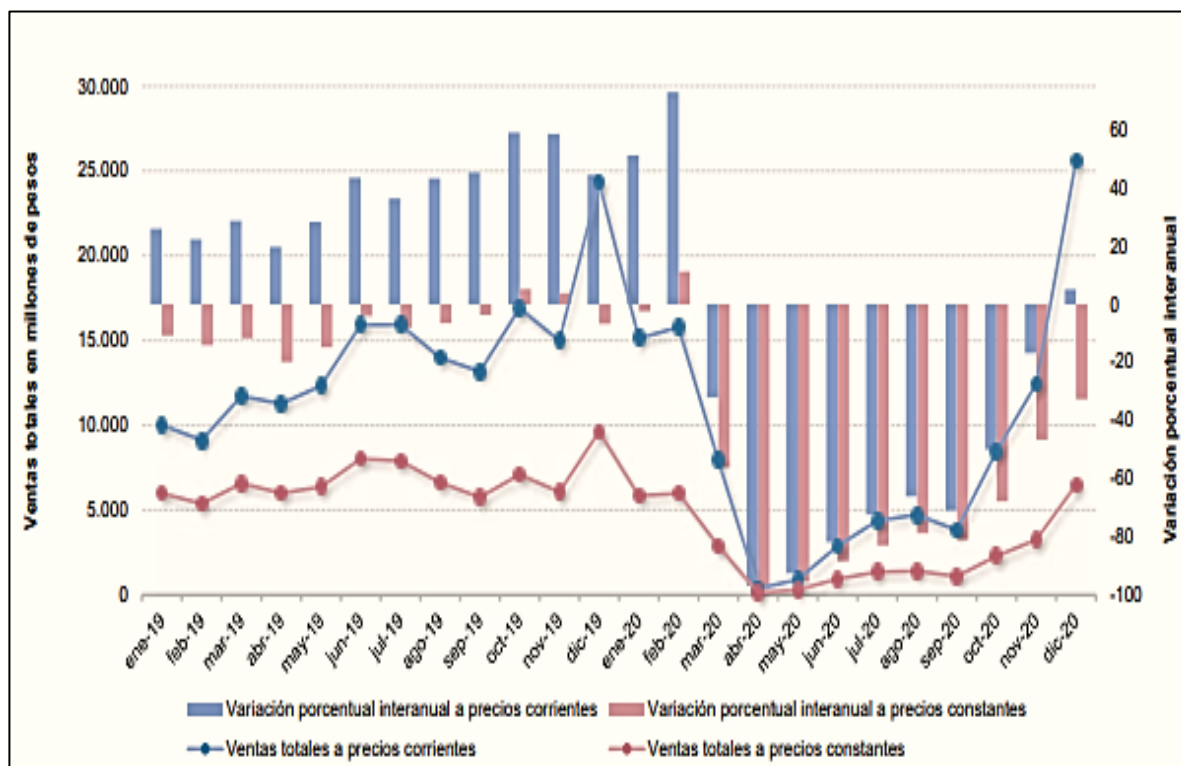
La industria de viajes y turismo es una fuente importante de divisas, empleo e ingresos en algunas regiones (como la Patagonia, el Noroeste [NOA] y algunas provincias del Noreste [NEA]). En 2019, 7,4 millones de turistas del extranjero visitaron Argentina, un aumento del 6,6% con respecto a 2018. Ese mismo año, los ingresos de los servicios de viajes fueron de 5.200 millones de dólares según las cifras de la balanza de pagos del INDEC. Se espera que el turismo interno también se vea afectado por las medidas de distanciamiento social. Los datos del Ministerio de Turismo de diciembre de 2019 mostraron que había 1,7 millones de personas alojadas en hoteles durante ese mes, de las cuales el 72% eran turistas nacionales, lo que evidencia la relevancia del turismo nacional para esta industria.²⁰

6.3. El comercio al mayor afectado.

La Pandemia en el mundo, y el efecto en el comercio El COVID 19 impactará tanto sobre la oferta (por la caída de la producción: falta de insumos, logística y empleo), como en la demanda (por el “aislamiento”, y la pérdida de ingresos), deprimiendo el PBI global por lo menos un semestre.

²⁰ INDEC, Dirección Nacional de Cuentas Nacionales.

Gráfico 11: Ventas totales a precios corrientes y a precios constantes, en millones pesos y variaciones porcentuales. Enero 2019-Diciembre 2020.



Fuente: INDEC, Dirección Nacional de Cuentas Nacionales.

En diciembre de 2020, la ciudad de Buenos Aires registró ventas totales de 144,5 millones de pesos a precios corrientes, una disminución de 13,4% interanual. En los 24 partidos del Gran Buenos Aires, a precios corrientes, las ventas totales aumentaron 0.4% año con año a 771.3 mil millones.

Por su parte, la Región Pampeana alcanzó un total de ventas a precios corrientes de 6.263,2 millones de pesos, lo que representa un incremento de 24,2% respecto a diciembre de 2019.

Las ventas a precios corrientes en la Región Cuyo alcanzaron los 2.021,3 millones de pesos, lo que representa un aumento de 44,3% respecto a igual mes del año anterior. Por último, la Región Norte y la Región Patagonia obtuvieron un valor de 1.536,4 y 910,3 millones de pesos, con un aumento porcentual de 40,7% y 4,2%, respectivamente.²¹

²¹ INDEC, Dirección Nacional de Cuentas Nacionales

Cuadro 2: Ventas totales a precios corrientes por jurisdicción y rubros, en miles de pesos. Diciembre de 2020.

Rubros	Total	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	24 partidos del Gran Buenos Aires	Región Pampeana (*)	Región Cuyo (*)	Región Norte (*)	Región Patagonia (*)
Miles de pesos							
Total	25.588.004	7.144.473	7.712.326	6.263.161	2.021.343	1.536.411	910.291
Indumentaria, calzado y marroquinería	12.250.110	3.984.640	3.567.333	3.098.210	721.366	538.109	340.452
Ropa y accesorios deportivos	3.462.644	836.164	1.078.467	804.363	348.881	232.899	161.871
Amoblamientos, decoración y textiles para el hogar	1.073.097	176.962	170.233	395.456	107.132	194.926	28.388
Patio de comidas, alimentos y kioscos	1.881.339	452.443	557.528	435.661	200.505	143.217	91.985
Electrónicos, electrodomésticos y computación	2.722.814	518.003	979.576	624.603	333.040	142.035	125.556
Juguetería	526.175	128.790	180.405	151.256	19.162	19.389	27.173
Librería y papelería	360.331	86.841	103.511	116.541	20.818	16.056	16.563
Diversión y esparcimiento	36.601	2.383	4.022	12.424	5.338	11.775	659
Perfumería y farmacia	1.230.229	373.461	283.578	315.895	125.446	70.113	61.736
Otros	2.044.666	584.786	787.673	308.752	139.655	167.890	55.909

Fuente: INDEC, Dirección Nacional de Cuentas Nacionales.

7. Medidas para alivianar el impacto económico.

Para frenar el impacto de la pandemia coronavirus en la Argentina el gobierno tomó una serie programas con ciertos requisitos a cumplir para amortiguar el impacto sobre las empresas, a continuación expondremos los mismos:

- **IFE (Ingreso Familiar de Emergencia):** En el marco de la emergencia sanitaria, el Gobierno Nacional dispuso un Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) para trabajadores informales y monotributistas de las primeras categorías.

A quiénes les corresponde:

- Trabajadores y trabajadoras informales.
- Trabajadores y trabajadoras de casas particulares.
- Monotributistas sociales.
- Monotributistas de las categorías A y B.

Requisitos:

- Ser argentino nativo o naturalizado y residente, con una residencia legal en el país no inferior a 2 años.
- Tener entre 18 y 65 años de edad.
- Que el titular o su grupo familiar no tenga ingresos provenientes de:
 - un trabajo en relación de dependencia en el sector público o privado.
 - ser monotributista de categoría C o superior, o del régimen de autónomos.
 - una prestación de desempleo.
 - jubilaciones, pensiones o retiros contributivos o no contributivos nacionales, provinciales, municipales o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
 - planes sociales, salario social complementario, Hacemos Futuro, Potenciar Trabajo u otros programas sociales nacionales, provinciales o municipales.
- El IFE es compatible con el cobro de la Asignación Universal por Hijo, la Asignación por Embarazo y el programa Progresar.

Cobro:

- El monto del IFE es de \$10.000 y lo cobra solo un integrante del grupo familiar, priorizando a la mujer.

• **Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP):** El Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción incluye medidas para asistir a las personas y a las empresas afectadas por la crisis sanitaria.

El Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP) incluye los siguientes beneficios:

- Postergación o reducción de hasta el 95% del pago de las contribuciones patronales al Sistema Integrado Previsional Argentino.
- Salario Complementario: es una asignación que paga el Estado Nacional para los trabajadores en relación de dependencia del sector privado.
- Crédito a Tasa Cero para Monotributistas y trabajadores autónomos sin ningún costo financiero.
- Crédito a Tasa Subsidiada para empresas.

- Sistema integral de prestaciones por desempleo.

Requisitos para acceder al Programa ATP:

Para obtener los primeros 3 beneficios incluidos en el Programa ATP, es necesario:

- Que la actividad económica haya sido afectada en forma crítica en la zona geográfica donde se desarrolla. Podés consultar el listado de actividades incluidas

- Tener una cantidad relevante de trabajadores contagiados por el COVID 19 o en aislamiento obligatorio o con dispensa laboral por estar en grupo de riesgo u obligaciones de cuidado familiar relacionadas al COVID 19.

- Sufrir una sustancial reducción en la facturación con posterioridad al 12 de marzo de 2020.

- El Programa ATP se aplica en relación a los resultados económicos posteriores al 12 de marzo de 2020.

- El Jefe de Gabinete puede extender los beneficios previstos en el Programa ATP hasta el 30 de septiembre de 2020. En el caso de las actividades que continúen afectados por las medidas de distanciamiento social aun cuando el aislamiento social preventivo y obligatorio haya concluido, los beneficios podrán extenderse hasta el mes de diciembre de 2020 inclusive.

Personas excluidas del Programa ATP:

Están excluidos de los beneficios del Programa ATP las personas que realizan actividades y servicios declarados esenciales en la emergencia sanitaria y con personal exceptuado del cumplimiento del “aislamiento social preventivo y obligatorio”. De todas maneras, si las circunstancias provocaron alto impacto negativo en el desarrollo de su actividad o servicio, esas personas pueden presentar la solicitud para obtener los beneficios del Programa ATP. El Jefe de Gabinete puede aceptar o negar esa solicitud luego del dictamen del Comité de Evaluación y Monitoreo del Programa ATP.

Beneficios en obligaciones previsionales

Los beneficios que otorga el Programa ATP en relación a las obligaciones con el sistema de seguridad social son:

- Reducción de hasta el 95% de las contribuciones patronales devengadas durante el mes de abril de 2020

- Postergación de los vencimientos para el pago de las contribuciones patronales al Sistema Integrado Previsional Argentino

- La AFIP puede disponer vencimientos especiales para el pago de las contribuciones patronales al Sistema Integrado Previsional Argentino y facilidades para pagar esas contribuciones de los períodos específicos que establezca la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS.

A partir del día 28 de julio de 2020 los beneficios en las obligaciones previsionales tendrán las siguientes condiciones:

- Las empresas que desarrollan las actividades catalogadas como “críticas” gozarán del beneficio de reducción del 95% de las contribuciones patronales con destino al Sistema Integral Previsional Argentino.

- Las empresas que desarrollen actividades catalogadas como “no críticas” gozarán del beneficio de la postergación del pago de las contribuciones patronales con destino al Sistema Integral Previsional Argentino.

- Las empresas que presenten una variación nominal mayor o igual a 0% no gozarán del beneficio de reducción ni postergación del pago de las contribuciones patronales.²²

²² www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/covid-19-asistencia-de-emergencia-al-trabajo-y-la-produccion

Capítulo III

Efectos del Covid-19 en Tucumán

Sumario: 1. Inicio de la cuarentena estricta. 1.1. Flexibilización de la cuarentena. 2. Actividades esenciales. 2.1. Restricciones y cuidados. 3. Cierre de empresas en la provincia. 3.1. Protestas para la apertura de bares y gimnasios. 4. Impacto sobre la actividad turística. 4.1. Protesta de las agencias de turismo. 4.2. Plan para la reactivación del turismo. 4.3. Turismo internacional.

1. Inicio de la cuarentena estricta.

Las cuarentenas dispuestas en Argentina en 2020 para combatir la pandemia de coronavirus son una serie de decisiones de aislamiento sanitario de la población, que forman parte de una política de salud pública más general para combatir la pandemia, que incluyen también medidas de distanciamiento y prevención de contagios, investigaciones y tratamientos experimentales, creación de infraestructura y abastecimiento de recursos médicos, protocolos sanitarios para los lugares de trabajo, etc.

La cuarentena abarcó inicialmente todo el territorio del país durante 130 días y luego finalizó para establecer medidas de distanciamiento social en casi todo el país, con excepción de algunas áreas urbanas que registran alto nivel de contagios, como el caso del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), donde viven 15 millones de personas. La cuarentena y demás decisiones sanitarias fueron tomadas en forma

coordinada por el gobierno nacional, con los gobiernos de las provincias y la Ciudad de Buenos Aires y los municipios.

El 16 de marzo la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur fue la primera en decretar la cuarentena en su territorio. El 18 de marzo otras siete provincias decretaron la cuarentena. El presidente de la Nación Alberto Fernández decretó la cuarentena en todo el territorio nacional a partir del 20 de marzo, manteniéndola en modo obligatorio hasta el 12 de abril.²³

1.1. Flexibilización de la cuarentena.

Desde el 12 de abril cada provincia de la Argentina y la Ciudad de Buenos Aires, supervisadas por el gobierno nacional, quedaron facultadas para optar por salir del aislamiento obligatorio, pero estableciendo protocolos que garanticen el distanciamiento social. A lo largo de mayo, varias provincias (La Pampa, Formosa, Mendoza, Salta, San Juan) finalizaron la cuarentena para permitir reuniones familiares, sociales de hasta diez personas y hasta salidas recreativas en espacios públicos.






El 4 de junio el presidente Fernández anunció que 18 provincias habían finalizado la cuarentena sobre todo su territorio y estaban bajo un régimen de distanciamiento con protocolos sanitarios. Inicialmente, solo cuatro áreas urbanas mantuvieron el aislamiento: el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), el Departamento San Fernando de la Provincia del Chaco, el Departamento Rawson de la Provincia del Chubut y el Área Metropolitana Córdoba. Posteriormente nuevos brotes obligaron a varias ciudades a volver al aislamiento.

Las medidas sanitarias de aislamiento y distanciamiento han sido en general aprobadas por la mayoría de la población, sin que ello signifique desconocer una alta preocupación por las consecuencias económicas y sociales de la pandemia, tendiendo a decaer relativamente en el tiempo con el hartazgo que genera la situación. Algunos sectores de la población, conocidos como los anticuarentena, se han mostrado muy críticos frente a la cuarentena, invocando las libertades constitucionales y la necesidad

²³ DNU 297/2020 estableció el aislamiento social, preventivo y obligatorio hasta el 31 de marzo.

de mantener en marcha la economía, convocando a manifestaciones públicas, "cacerolazos" y actos de desobediencia civil. A comienzos de mayo algunos observadores consideraban que en Buenos Aires y otras partes del país, sectores considerables de la población estaban incumpliendo las medidas de aislamiento y distanciamiento en una actitud de "desobediencia civil de hecho", que pudo haber influido en los rebrotes y agravamientos de la pandemia.

Gráfico 12: Cinco fases de aislamiento y distanciamiento para combatir el Covid-19.

	1. Aislamiento estricto	2. Aislamiento administrativo	3. Segmentación geográfica	4. Reapertura progresiva	5. Nueva normalidad
 Autorizados	Solo servicios esenciales	Nuevas autorizaciones	Excepciones provinciales	Excepciones provinciales	Con hábitos de higiene y cuidado sostenido
 Prohibiciones	Todo el resto	Prohibiciones nacionales	Prohibiciones nacionales	Prohibiciones nacionales	
 Movilidad de la población	Hasta el 10%	Hasta el 25%	Hasta el 50%	Hasta el 75%	Más del 75%
 Tiempo de duplicación de los casos	Menos de 5 días	5 a 15 días	15 a 25 días	Más de 25 días	
 Geográfico	Homogéneo	Excepciones nacionales	Segmentación por criterio epidemiológico	Restricciones locales	Homogéneo

Fuente: www.argentina.gob.ar

2. Actividades esenciales.

Las normas sobre la cuarentena obligatoria de la población, establecieron también una lista de personas que por sus tareas o funciones, quedaban exceptuadas de la obligación de permanecer en su domicilio.

Básicamente se trató de personas y funciones relacionadas con servicios esenciales o urgentes.²⁴

²⁴ www.cadena3.com/noticia/sociedad/cuarentena-en-argentina-las--excepciones

- Personal de Salud, Fuerzas de Seguridad, Fuerzas Armadas, actividad migratoria, servicio meteorológico nacional, bomberos y control de tráfico aéreo.
- Autoridades superiores de los gobiernos nacional, provinciales, municipales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Trabajadores y trabajadoras del sector público nacional, provincial, municipal y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, convocados para garantizar actividades esenciales requeridas por las respectivas autoridades.
- Personal de los servicios de justicia de turno, conforme establezcan las autoridades competentes.
- Personal diplomático y consular extranjero acreditado ante el gobierno argentino, en el marco de la Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas y la Convención de Viena sobre Relaciones Consulares y al personal de los organismos internacionales acreditados ante el gobierno argentino, de la Cruz Roja y Cascos Blancos.
- Personas que deban asistir a otras con discapacidad; familiares que necesiten asistencia; a personas mayores; a niños, a niñas y a adolescentes.
- Personas que deban atender una situación de fuerza mayor.
- Personas afectadas a la realización de servicios funerarios, entierros y cremaciones. En tal marco, no se autorizan actividades que signifiquen reunión de personas.
- Personas afectadas a la atención de comedores escolares, comunitarios y merenderos.
- Personal que se desempeña en los servicios de comunicación audiovisuales, radiales y gráficos.
- Personal afectado a obra pública.
- Supermercados mayoristas y minoristas y comercios minoristas de proximidad
- Farmacias. Ferreterías. Veterinarias. Provisión de garrafas.
- Industrias de alimentación, su cadena productiva e insumos; de higiene personal y limpieza; de equipamiento médico, medicamentos, vacunas y otros insumos sanitarios.
- Actividades vinculadas con la producción, distribución y comercialización agropecuaria y de pesca.

- Actividades de telecomunicaciones, internet fija y móvil y servicios digitales.
- Actividades impostergables vinculadas con el comercio exterior.
- Recolección, transporte y tratamiento de residuos sólidos urbanos, peligrosos y patogénicos.
 - Mantenimiento de los servicios básicos (agua, electricidad, gas, comunicaciones, etc.) y atención de emergencias.
 - Transporte público de pasajeros, transporte de mercaderías, petróleo, combustibles y GLP.
 - Reparto a domicilio de alimentos, medicamentos, productos de higiene, de limpieza y otros insumos de necesidad.
 - Servicios postales y de distribución de paquetería.
 - Servicios esenciales de vigilancia, limpieza y guardia.
 - Guardias mínimas que aseguren la operación y mantenimiento de Yacimientos de Petróleo y Gas, plantas de tratamiento y/o refinación de Petróleo y gas, transporte y distribución de energía eléctrica, combustibles líquidos, petróleo y gas, estaciones expendedoras de combustibles y generadores de energía eléctrica.
 - Casa de Moneda, servicios de cajeros automáticos, transporte de caudales y todas aquellas actividades que el Banco Central disponga imprescindibles para garantizar el funcionamiento del sistema de pagos.
 - Bancos: la actividad bancaria estuvo inicialmente excluida de los servicios esenciales, pero luego el gobierno revaluó la decisión con el fin de incluirla. Se dispuso que la atención al público fuera realizada “exclusivamente con sistema de turnos”, y que el Banco Central pueda “ampliar o restringir días y horarios de atención”, y con sentido de “grupos exclusivos o prioritarios de personas a ser atendidas”.

2.1. Restricciones y cuidados.

Los lugares que contaron con restricciones y cuidados fueron los siguientes:

- Lugares de trabajo: cerrados con excepciones estrictamente pautadas. Muchos trabajos comenzaron a realizarse en forma virtual.

- Educación: cierre de todas las instituciones educativas. Se estableció un amplio sistema de educación virtual en todos los niveles.
- Circulación restringida: La población general solo puede concurrir a negocios cercanos a sus hogares, para proveerse de bienes esenciales. La circulación por la ciudad, más allá de la zona cercana al hogar, solo se permite para personas que deben realizar tareas esenciales o exceptuadas por razones de necesidad.
- Restaurantes y centros gastronómicos: cerrados. Se expandió la venta telefónica o electrónica y la entrega de alimentos elaborados a domicilio.
- Peluquerías, clubes, discotecas, etc.: cerrados.
- Cines y teatros: cerrados.
- Espectáculos deportivos y musicales: cerrados.
- Hoteles: cerrados.
- Turismo: no permitido.
- Actividades recreativas, deportivas y sociales: no autorizadas. Entre ellas se incluyeron las celebraciones de cumpleaños y bodas.
- Transporte: se establecieron restricciones a la capacidad y frecuencia del transporte público colectivo, con el fin de evitar el contacto físico.
- Se estableció como regla general el uso obligatorio de tapabocas, en la calle y comercios.
- Se estableció como regla general preservar un metro y medio de distancia entre personas.
- En los comercios de venta de productos esenciales, se establecieron restricciones a la cantidad de personas que pueden ingresar simultáneamente.
- En las empresas y reparticiones productoras de bienes y servicios esenciales, se exigieron estrictos protocolos sanitarios para evitar contagios.

3. Cierre de empresas en la provincia.

La pandemia covid 19 impactó en todo el mundo creando grandes efectos económicos, no obstante nuestra provincia se vio afectada con el cierre de una gran cantidad de empresas, entre las actividades más perjudicadas se destacaron:

- Comercios.
- Restaurantes.
- Gimnasios.
- Escuelas de danzas.
- Boliches.
- Salones de fiestas.
- Agencias de turismos.
- Jardines de infantes.

Estas fueron las actividades más afectadas en la provincia de Tucumán, destacando primeramente la actividad comercial debido a la gran cantidad de comercios que existe en nuestra provincia.

3.1. Protestas para la apertura de bares y gimnasios.

La industria alimentaria, los gimnasios, los jardines de infante y otros empresarios y trabajadores del país protestaron frente a las casas históricas contra las últimas restricciones impuestas por el Comité operativo de Emergencias (COE) ante el brote de infección por coronavirus Covid-19.

La agencia responsable de las actividades regulatorias de Tucumán aprobó la semana pasada una serie de medidas que afectan directamente al sector privado. Estrictamente hablando, se retornó al estado de situación previo a las últimas flexibilizaciones. Entre ellos se encuentran el cierre de bares, restaurantes (abiertos solo en modo delivery) y campos de fútbol.

"El sector gastronómico está en una etapa terminal. Intentamos que las autoridades nos escuchen y nos den una solución económica. Entendemos muy bien que hay que cuidar la salud pero somos 12.000 familias que quedan sin trabajo y queremos saber si hay algún plan para poder sostenernos", dijo Constanza Bauque, referente del sector.²⁵

²⁵ www.contextotucuman.com/protesta-por-las-nuevas-restricciones-en-diferentes-lugares-delmicrocentro

Las personas que marcharon aseguraron que ningún miembro del COE y ningún funcionario se comunicó con ellos para avisar que iban a cerrar todo.

"La cuarentena más larga y con menos resultados", expresó uno de los manifestantes con una pancarta. "Cumpliendo con todos los protocolos podemos seguir abiertos", advertía una joven que participó de la protesta.

Gráfico 13: Protestas de propietarios y trabajadores del sector gastronómico, gimnasios, jardines de infantes.



Fuente: www.contextotucuman.com

4. Impacto sobre la actividad turística.

El turismo tiene algunos aspectos ambientales y sociales negativos durante la cuarentena, pero juega un papel importante en la economía mundial. En enero, el sector turístico de Tucumán registró un alto porcentaje de visitantes a la cabaña de verano de Tucumán, pero el saldo negativo reportado por el Ente Tucumán de Turismo se debió a la crisis económica provocada por la pandemia de coronavirus, departamento que fue el

más afectado. La crisis provocada por el COVID-19 ha tenido consecuencias que van más allá del desarrollo sanitario y social.

El prolongado aislamiento social en Argentina ha advertido al sector manufacturero, uno de los sectores más afectados del turismo. La situación provocada por la pandemia del SARS-CoV-2 ha tenido un grave impacto en la economía mundial, y en algunas regiones se estima que la recuperación de varios sectores manufactureros no será tan fácil en un futuro próximo.

En la situación de los viajes, es marcada la lamentable cantidad de países que ya se contagiaron con el virus antes de llegar a Argentina. Tucumán no es un extraño y tiene un gran interés en el sector empresarial.

Con el objetivo de paliar las consecuencias para este sector productivo, el Gobierno Nacional lanzó un nuevo Decreto de Necesidad y Urgencia que busca aliviar a estas empresas. Acerca de las nuevas medidas, el presidente del Ente Tucumán Turismo, Sebastian Giobellina, manifestó que “entre las medidas generales y el congelamiento de los alquileres, a quienes trabajamos en el Turismo esto nos sirve y ayuda mucho. Agradezco al gobierno nacional en la figura del presidente por impulsarlas”, aseveró.

Unión Hoteles Tucumán dijo que sin lugar a dudas su actividad, que comprende a la gastronomía y hotelería, es una de las más afectadas. Por la cantidad de empleados que manejan las empresas, con un promedio mínimo de 20 personas, esto se hace mucho más difícil que a otras actividades.

En Tucumán, el Ente de Turismo invitó a los hoteles a sumarse voluntariamente para contribuir a la atención de quienes las autoridades sanitarias precisen.

De esta invitación surgió que 11 establecimientos hoteleros, además de las hosterías de San Pedro de Colalao y El Mollar del Ente, disponen de más de 1.250 lugares para atender el aislamiento de quienes defina el Ministerio de Salud de la Provincia a través del SIPROSA.

Mientras tanto, las principales autoridades del Gabinete Provincial se reúnen a diario, a instancias del gobernador Juan Manzur, en el Comité de Operaciones de Emergencias que tiene como objetivo coordinar las tareas que demanda la contención del virus.²⁶

²⁶www.tucumanturismo.gob.ar/prensa/turismo-hace-su-aporte-para-superar-la-crisis-del-covid-19

4.1. Protesta de las agencias de turismo.

Empresarios del sector realizaron una movilización de protesta en el marco de una jornada de protesta a nivel nacional.

El turismo da trabajo a muchísima gente tanto como la construcción. “Cada viaje ofrece empleo a una cadena enorme de personas”, manifestaron representantes de agencias de viaje a Radio Prensa.

La manifestación realizada con vehículos por el centro de la capital sirvió para expresar ante la sociedad la grave crisis por la que pasa el sector dada la drástica caída de viaje por la pandemia.

"El mes de julio lo hemos perdido y los congreso de agosto ya fueron suspendidos. La ciudad no tendrá turismo hasta marzo del año que viene, porque abrir para no tener pasajeros es impensado", resaltó Héctor Viñuales, presidente de la Cámara de Turismo en Tucumán.

En cuanto al turismo interno en la provincia no hay definiciones concretas. Una idea en estudio es permitir la actividad en agosto en los principales puntos turísticos de la provincia como Tafí del Valle, Colalao del Valle, Amaicha del Valle y San Pedro de Colalao.²⁷

En el marco de una protesta a nivel nacional, trabajadores del sector turístico se reunieron en la plaza Independencia también para protestar contra el 35% del nuevo impuesto al dólar.

Fernando Mignone, presidente de la Asociación Tucumana de Agencias de Viajes y Turismo, dialogó con Los Primeros: “Estamos representando a Tucumán en este reclamo nacional sobre este nuevo impuesto del 35%. Va a ser devastador para nuestro sector, ya que venimos de un 30% de impuesto país”.

Fernando Mignone expreso “teníamos la esperanza que, pasando la pandemia, íbamos a tener una luz. Este 35% nos ha destruido.No queremos que sigan cerrando las agencias de turismo y la gente no se quede sin trabajo. Pedimos que a las agencias de turismo no se le cobre ese 35%”.

²⁷www.primerafuente.com.ar/noticias//agencias-turismo-tucumanas-reclaman-ley-emergencia

4.2. Plan para la reactivación del turismo.

Gráfico 14: Programa PreViaje.



Fuente: www.previaje.gob.ar

Lanzado por el Ministerio Nacional de Turismo, el Programa de viajes anticipados (pre viaje) tiene como objetivo revitalizar la industria del turismo mediante la promoción de compras anticipadas. El programa incluye la posibilidad de adquirir pasajes aéreos y pasajes terrestres, hospedaje y paquetes de viaje, gracias al crédito activado por Banco Nación, se puede obtener un reembolso del 50% del monto total utilizado. Los beneficiarios pueden reinvertir este dinero en otros viajes, es importante comprar a un proveedor autorizado. La delicada situación que enfrenta el turismo requiere de políticas públicas para frenar al sector privado y promover los viajes de las personas. Las agencias de viajes de Tucumán se enteró de este programa y comenzó a registrarse como empresas certificada. Para obtener un reembolso, el comprador debe comprar a uno de los proveedores autorizados (lista de agentes), aerolínea, transportista, alojamiento están publicados en el sitio web).

El viajero deberá solicitar la factura a su nombre y generar una cuenta en previabe.gob.ar. Allí, podrá completar una ficha con sus datos e información del viaje. El sistema permite cargar uno o más viajes en diferentes fechas. Cada titular deberá subir las facturas de sus tickets aéreos, alojamiento, colectivo o paquetes que incluyan varios servicios (con un monto mínimo de \$1.000) y consolidar viajes de \$10.000 o

más. y cargar los comprobantes en un plazo de hasta 30 días contando desde la fecha del comprobante ingresando a la página web. Es válido destacar que no es necesario tener una cuenta en el Banco Nación.

Un Comité de Fraude de Banco Nación y del Ministerio revisará la información cargada por el titular y, en caso de cumplir con las condiciones y ser aprobado, le acreditará el 50% en un crédito. Este crédito podrá consultarse y utilizarse a través de la Billetera Electrónica BNA+ (disponible en Apple Store y Play Store en todos los celulares). También existirá la posibilidad de solicitar el crédito en una Gift Card o Tarjeta de Crédito Precargada. Lo que si aclararon es que solicitar el plástico tendrá un costo adicional de \$200 y una demora de entre 30 y 45 días.

El crédito obtenido estará disponible a partir de la fecha de salida del viaje. Aquellos viajes cancelados no recibirán el reintegro. Es decir, que si alguien compra un paquete para el 12 de febrero, podrá utilizar el crédito recién a partir de esa fecha y en adelante. El dinero podrá ser utilizado únicamente con fines turísticos.

Las empresas de estos rubros que deseen ser incluidas en el programa tendrán que concretar previamente su registro accediendo a www.previaje.gob.ar a través de la sección “Soy Prestador”.

Los requisitos son mínimos y el objetivo es asegurar que el cliente sea una empresa constituida oficialmente. Esta oferta se aplica solo a vehículos, agencias y alojamiento, centros de viajes, alquiler de automóviles y equipos, atracciones, comida, entretenimiento, mercadería local, recorridos para estudiantes, ferias comerciales y más.²⁸

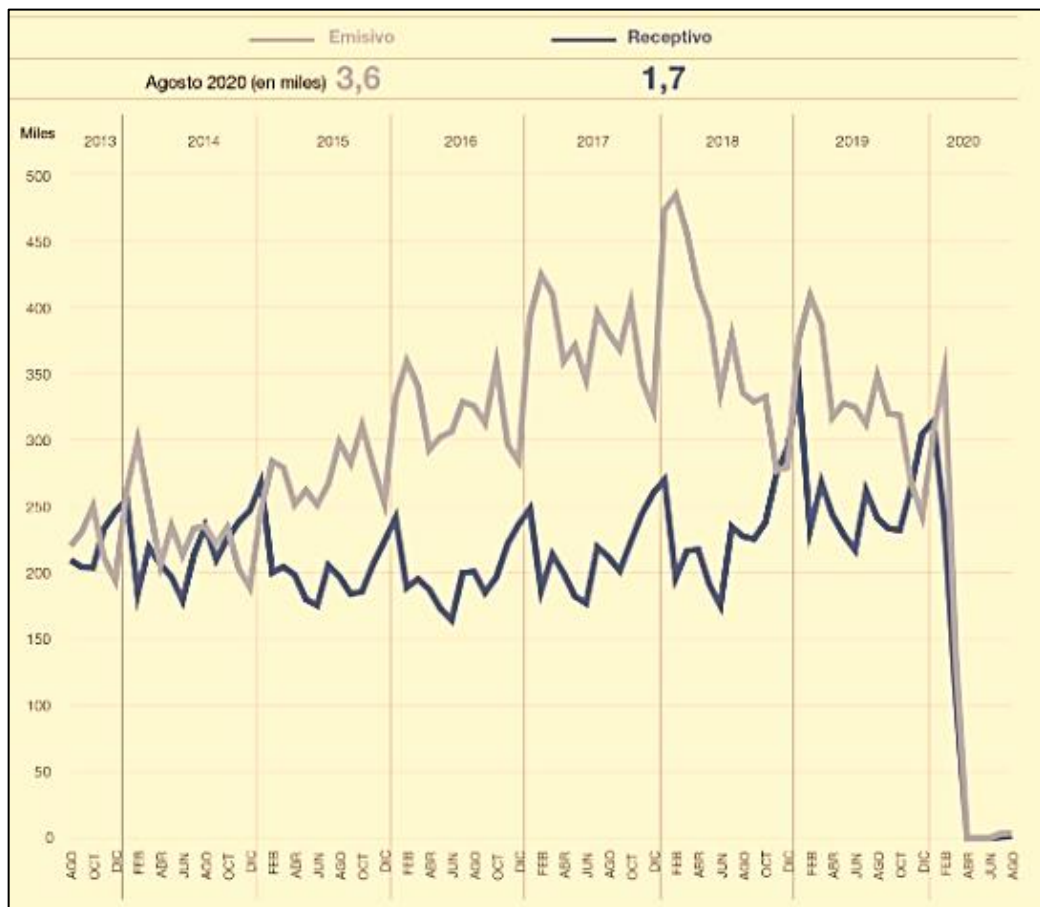
4.3. Turismo internacional.

En el gráfico se puede apreciar caída provocada con la cuarentena de la llegada de turistas no residentes y la salida de turistas residentes por vía internacional aérea. En agosto de 2020, se estimó un total de 1,6 mil llegadas de turistas no residentes, cifra que

²⁸ www.previaje.gob.ar

presentó una disminución interanual de 99,2%. Las salidas al exterior totalizaron 3,5 mil turistas residentes, lo que significó una disminución de 98,8% con respecto al mismo mes del año anterior. Por lo tanto, el saldo resultó negativo en 1,8 mil turistas internacionales.²⁹

Gráfico 15: Flujo de turismo internacional.



Fuente: www.indec.gov.ar/informesdepreensa/turismointernacional

²⁹ www.indec.gov.ar/informesdepreensa/turismointernacional

Capítulo IV

Maneras de reinventarse en época de recesión

Sumario: 1. La crisis y la oportunidad de reinventarse. 2. Estrategias para reinventarse. 2.1. Convertir una amenaza en oportunidad. 2.2. Pasar de fabricante a distribuidor. 2.3. Acceder a la investigación. 2.4. De empresa de servicios a fabricante. 2.5. Ampliar el mercado físico. 3. Consejos para reinventar tu negocio en tiempos difíciles. 3.1. Observa y conoce nuevas posibilidades dentro de tu mercado. 3.2. Apuesta por la digitalización. 3.3. Abrazar tus fortalezas. 3.4. Aprende a tomar riesgos. 3.5. Suma y colabora con otros negocios. 4. Emprendimientos de Latinoamérica que se reinventaron en medio de la pandemia. 5. La importancia del e-commerce. 5.1. Ventajas del comercio electrónico. 5.2. Creación de un sitio de e-commerce.

1. La crisis y la oportunidad de reinventarse.

Hace varios meses que la pandemia trastocó los planes en el mundo empresarial y social, provocando una rápida adaptación de las compañías a la situación. Sin embargo, la nueva normalidad no es un retorno a los hábitos de antes sino un desafío de cómo comunicar en un entorno totalmente cambiado. En este nuevo contexto el CEO de 3AW Miguel Ángel Rodríguez, ha elaborado un manual de buenas prácticas para que las compañías puedan sacar provecho de una crisis y salgan fortalecidas:

- Adoptar nuevas líneas de negocio es clave para diversificar el negocio.
- Hacer uso de tus servicios o productos de forma altruista y ponerlo al servicio de la sociedad y desarrollar activismo de marca.

- Desarrollar nuevas narrativas adaptadas a la era COVID 19, con un mensaje muy emocional centrado en las personas (no en los consumidores ni en los clientes).
- Confiar en el poder de la comunicación y sus recursos para generar flujos de información constantes con la red de clientes de cada empresa
- Redefinir el plan de comunicación y redes sociales, adaptándolo y estableciendo nuevos hitos que permitan seguir transmitiendo los valores de la marca.

Es necesario que las compañías adopten nuevas líneas de negocio y desarrollen narrativas adaptadas y renovadas a la era COVID 19 que les permitan cumplir sus objetivos a corto, medio y largo plazo para adaptarse de forma exitosa a este periodo de crisis.³⁰

2. Estrategias para reinventarse.

En un mercado que cambia a velocidad de vértigo, la capacidad para reinventar un negocio es tanto una clave de éxito como una cuestión de supervivencia. Existen diferentes métodos para reinventarse, a continuación expondremos aquellas estrategias para reinventarse más relevantes:

2.1. Convertir una amenaza en oportunidad.

Como norma general, las amenazas hay que esquivarlas, pero con creatividad se puede encontrar la forma de convertirlas en una fortaleza”, asegura Lluís Renart, profesor del Departamento comercial del IESE Business School. Incluso amenazas que quitan el sueño a cientos de empresarios, como la producción en China e India y el pirateo de todo tipo de productos, pueden servir de inspiración a empresarios creativos. ¿Cómo se transforma una amenaza en una oportunidad? En primer lugar conociéndola, estando preparado para que no te pille desprevenido. Y, después, dándole la vuelta al

³⁰ www.observatoriorh.com/orh-posts/la-crisis-como-oportunidad-de-las-empresas-para-reinventarse

problema. “Por ejemplo, la producción en China, basada en una mano de obra más barata, ha obligado a muchas empresas a renunciar a su producción y transformarse en empresas comerciales. Otros como Ficosa, que fabrica piezas de automóvil, lo que ha hecho es trasladar allí la producción, pero no para deslocalizar simplemente, sino para entrar en la industria del automóvil de China y la India. Se espera que este mercado tenga un desarrollo espectacular en los próximos años, cuando aumente allí la demanda de coches.

2.2. Pasar de fabricante a distribuidor.

La presión de fabricantes que consiguen reducir al máximo los costos (China e India) o una subida del precio de las materias primas, son las causas más frecuentes para desmantelar un negocio de fabricación y transformarlo en una empresa distribuidora. Es lo que hizo IBM (International Business Machines Corporation) al pasar de fabricar ordenadores a reposicionarse como una empresa de servicios.

¿Qué ventaja puede tener este salto? Que en los servicios se consigue una mayor diferenciación. Cualquier producto, un ordenador en este caso, tiene unos atributos fácilmente replicables; la capacidad, la velocidad, la pantalla se pueden replicar con otra marca. Sin embargo, el posicionamiento hacia servicios te ofrece una mayor diferenciación. Es más difícil detectar cómo se presta un servicio y copiarlo.³¹

2.3. Acceder a la investigación.

La investigación se traduce en nuevos productos y nuevas formas de hacer las cosas. Pero ¿cuántas pymes disponen del capital necesario? Realmente muy pocas, aunque existen “mecanismos para transferir la investigación a las empresas. Por ejemplo, las OTRIS (las oficinas de transferencia de los resultados de la investigación

³¹ www.emprendedores.es/gestion/reinventa-tu-negocio

en las universidades) y redes nacionales como la APTE (Asociación de Parques Tecnológicos de España) o la europea IRC (Innovation Relay Centers) vuelcan las ofertas y demandas de tecnología de forma gratuita”.

También existen empresas privadas que trabajan en transferencia de tecnología de forma confidencial. Por ejemplo, si se tiene una buena tecnología patentada, la estudian, realizan un pequeño informe de inteligencia competitiva, determinan qué clientes pueden estar interesados en esa tecnología y se ponen en contacto con ellos.

2.4. De empresa de servicios a fabricante.

Es más frecuente el proceso inverso (dejar la fabricación para dedicarse al servicio) pero si tienes un cliente importante, que necesita un producto muy determinado y quieres aprovechar ese nicho, o si tus clientes te exigen unos estándares de calidad muy altos, puedes plantearte la integración vertical. Se pasa de los servicios a la fabricación para tener un control exhaustivo de las materias primas y de los procesos productivos cuando se quiere implementar un sistema de calidad, ese era el objetivo de Smithfield Foods, el fabricante de carnes líder de Estados Unidos, al entrar en la cría de cerdos.

Entre las pymes, es una estrategia propia de consultoras que desarrollan algún producto de tecnología o software para sus clientes, como Adiciona Servicios Informáticos, que ha creado el filtro para el correo electrónico. O la empresa de arqueología CehTex que, además de ofrecer un servicio global a sus clientes (arqueología, geofísica, investigación...), ha desarrollado una editorial electrónica.

2.5. Ampliar el mercado físico.

Las empresas suelen dar este paso cuando no pueden seguir creciendo en un mercado ya maduro o en el que ocupan una posición dominante. La principal ventaja de

esta estrategia es que a menudo se puede hacer sin cambiar el producto, aunque casi siempre hay que realizar ajustes en el modelo de negocio. Si tengo un buen producto me interesa abordar este cambio, pero tendré que ampliar mi equipo de ventas, mejorar la logística, la distribución o aliarme con empresas que puedan ser complementarias. Es un salto que se debe dar sólo cuando sea digerible. Un mercado físico mayor permite obtener un producto más barato, pero también obliga a realizar cambios que hay que valorar. Un mercado más grande no garantiza mejores resultados, hay que valorar factores como la presión de la competencia, la madurez del propio mercado, las barreras de entrada.

Hay empresas que abordan este salto por exigencias del cliente, como la empresa de representación de deportistas y marketing deportivo Ust Sport, que en tres años de vida ya opera en todo el mundo. Los deportistas y las empresas patrocinadoras se mueven en el mercado global y necesitan oficinas por todo el mundo.

3. Consejos para reinventar tu negocio en tiempos difíciles.

Las empresas deberán aprender a adaptarse a los nuevos hábitos de consumo, quieran o no, muchas de ellas se enfrentarán a la necesidad de reinventarse por completo. Este cambio resulta algo tan necesario como complicado, por lo que en medio de esta evolución, la emprendedora Lisa Milton, fundadora y CEO AZAP, plataforma en línea para el envío de flores y regalos originales a domicilio comparte consejos que le han ayudado a reinventar su negocio, aún en tiempos difíciles.

3.1. Observa y conoce nuevas posibilidades dentro de tu mercado.

Si el mundo cambia constantemente, ¿por qué tu negocio no? Durante la última década, una gran cantidad de empresas desaparecieron por no saber adaptarse a los cambios del mercado. Por esta razón, es casi una obligación observar constantemente

como se desenvuelve el mercado o la competencia, tratar de encontrar sus deficiencias en sus servicios y así ofrecer una solución al respecto.

3.2. Apuesta por la digitalización.

El aislamiento ha provocado que las personas descubran y se adapten a los beneficios que otorga el e-commerce, lo que eventualmente transformará sus hábitos de consumo poco a poco. Este hecho, no puede ser ignorado a la hora de reinventar un negocio, por lo que es necesario ampliar, tanto sus canales de difusión como sus servicios, al mundo digital para no quedar rezagado ante un evidente cambio global.

3.3. Abrazar tus fortalezas.

Adaptarse a un nuevo mercado o vender algo diferente no es tarea fácil. Sin embargo, dependerá de las fortalezas de la empresa facilitar el redescubrimiento de la empresa. Primero, adapta un servicio o producto existente y proporciona una solución específica para el cliente, para que este se encuentre satisfecho y posteriormente se pueda desarrollar nuevos productos, o es necesario cambiar radicalmente el negocio.

3.4. Aprende a tomar riesgos.

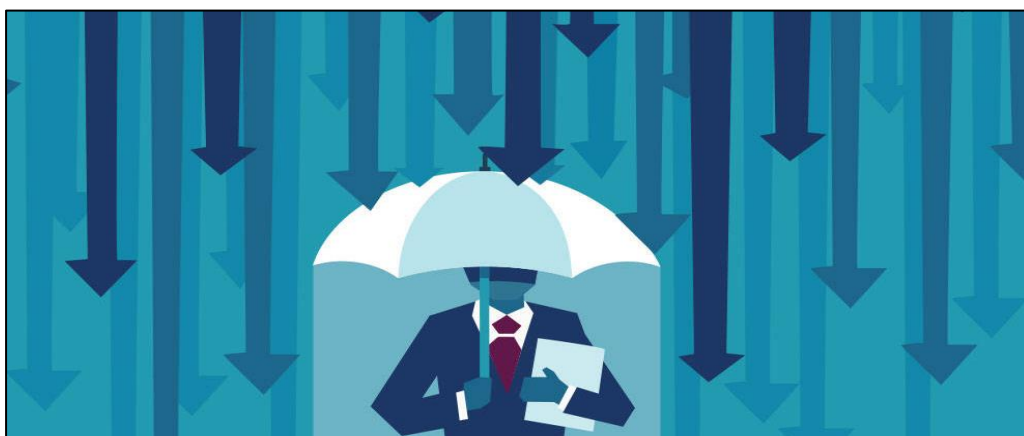
Todo este contexto traerá ajustes obligatorios para cualquier negocio, por lo que tendrán que tomar riesgos o decisiones difíciles tarde o temprano. Estudia con detalle cada una de las situaciones a las que podrías enfrentarte para hacer frente, planear e informarse exhaustivamente, recordando no resistirte al cambio y aprender de experiencias anteriores.

3.5. Suma y colabora con otros negocios.

Hoy más que nunca, es importante el esfuerzo colectivo para salir adelante. Es muy probable que tu negocio también ofrezca una solución a otros proyectos que buscan seguir ofreciendo un servicio. Esto te ayudará a abarcar más mercado y al mismo tiempo a consolidar tu marca hacia el futuro. “Al final de todo esto, la conducta de los consumidores será mucho más digital, por lo que las empresas deben empezar a diversificar la manera en que ofrecen sus productos o servicios con vistas a seguir ofreciendo soluciones valiosas a sus clientes“, concluye Milton.³²

4. Emprendimientos de Latinoamérica que se reinventaron en medio de la pandemia.

Gráfico 16: Reinventarse en medio de una pandemia.



Fuente: www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina

La aplastante realidad de la pandemia del coronavirus, con sus estrepitosas consecuencias económicas, ha llevado a muchos negocios a cerrar o, en el mejor de los casos, a replantearse su estructura.

³² www.estrategiaynegocios.net/empresas/-consejos-para-reinventar-tu-negocio-en-tiempos-dif

Los gobiernos de algunos países de Latinoamérica han empezado a anunciar medidas de auxilio para las pequeñas y medianas empresas (pymes) en medio de cuarentenas y de una paralización de la actividad.

Las pequeñas y medianas empresas que dependen de las ventas diarias y tienen escasas o nulas reservas de liquidez también pueden verse sometidas a un grave estrés financiero y es posible que tengan que despedir trabajadores.

En BBC Mundo reunieron las historias de 7 pymes en diferentes países de Latinoamérica que, forzados por la pandemia, se reinventaron y han logrado no solo sobrevivir, sino crecer.

Gráfico 17: Una discoteca (en línea).



Fuente: www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina

Una fiesta en la que hay 500 personas, un dj, bailarinas y un animador. Todo por Zoom. El colombiano Sebastián González lleva 10 años “creando experiencias” en el sector del entretenimiento en Bogotá y su empresa es socia de un grupo empresarial que tiene varias discotecas en la ciudad.

Consciente de que la reapertura de discotecas y bares no se vislumbra en el futuro cercano por causa de la pandemia, a González se le ocurrió crear fiestas por Zoom, la herramienta de videoconferencia que ha catapultado su popularidad en los

últimos meses. Cuando empezó, a finales de marzo, eran gratuitas y entraron hasta 500 personas. En las fiestas más recientes, se cobra una entrada de US\$5 o COP \$10.000 a los hombres y las mujeres entran gratis, una estrategia de mercadeo utilizada comúnmente en las discotecas.

Las fiestas han despertado el interés de gerentes de marca de algunas licoreras, que han empezado a desarrollar con González estrategias para promocionar la venta de sus productos.

En comparación con una fiesta presencial, el gasto es además mucho menor. “No inviertes más de US\$300 en una gran noche. Mientras que abrir una disco para 800 personas tiene costos fijos de unos US\$8.000”, explica.

Gráfico 18: Frutas y verduras en alta demanda.



Fuente: www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina

Natalia Peris lleva tres años a cargo, junto a su socia, de una tienda de barrio llamada “La Trocha” en el centro de Bogotá que comercializa principalmente alimentos y envasados orgánicos de pequeños productores y artesanos locales.

Acostumbrada a trabajar en una tienda de atención al público de lunes a sábado, la implementación de la cuarentena le preocupó.

Decidieron cerrar las puertas y seguir funcionando de puertas para adentro solamente con domicilios y entrega personal a los vecinos que pudieran pasar a recoger la compra.

Se vieron obligadas, además, a cambiar su operación. Ahora trabajarían solo lunes, miércoles y viernes en la tienda preparando las entregas y los demás días recibirían los pedidos y se organizarían con las fincas y los productores. No tenían ningún sistema de domicilios organizados, así que tuvieron que movernos a encontrar un servicio de bicimensajería. Su negocio empezó a incrementarse y llegaron más pedidos. Las ventas han subido tres veces lo que eran. Ha pasado de ser un negocio que se mantenía como podía poco a poco a verse por primera vez con un volumen de ventas que, por suerte pueden manejar.

Gráfico 19: Mascarillas de cobre.



Fuente: www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina

Cuando la chilena Luz Briceño dejó el diseño de modas en años recientes, empezó a investigar cómo podía producir textiles que tuviesen propiedades antibacterianas al estar elaborados con cobre. Se asoció con una ingeniera comercial, Soledad Silva, y con Rocío Cassis, quien supervisa la producción y tiene experiencia con textiles. Crearon una empresa llamada The Copper Company. Antes de la llegada

del nuevo coronavirus, Briceño cuenta que estaban enfocándose en crear textiles antibacterianos para usar en quirófanos. Pero con la pandemia, voltearon la atención hacia lo más urgente y empezaron a fabricar mascarillas con telas elaboradas con nanopartículas de cobre, una iniciativa que también otras empresas chilenas que trabajan con cobre han emprendido en el país que más produce este mineral en el mundo. El cobre tiene el beneficio de que es antimicrobiano y hay muchos estudios que indican que un microorganismo o virus respiratorio muere a las cuatro horas sobre una superficie de cobre.

El virus SARS-CoV-2, que causa la enfermedad de la covid-19, puede mantener su poder infeccioso por horas e incluso días, dependiendo del material en el que se encuentre, según los resultados de la investigación que realizaron el Instituto Nacional de Alergias y Enfermedades Infecciosas (NIAID) de Estados Unidos, los Centros de Control y Prevención de Enfermedades (CDC) de EE.UU., la Universidad de California en Los Ángeles y la Universidad de Princeton. El virus sobrevivió y conservó su capacidad infecciosa en el cobre por apenas cuatro horas, mientras que en el acero inoxidable y el plástico lo hizo por tres días. Briceño dice que en menos de un mes han vendido 60.000 mascarillas y generan empleo a más 70 personas.

Gráfico 20: Panes atreves de una App.



Fuente: www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina

El argentino Antonio Bertasio solía lamentarse por aquella inversión que hizo hace unos cinco años en una app que no resultó tan exitosa para su negocio de fabricación de pan. Hoy en día, afirma que fue esa herramienta móvil, llamada Quiero Pannet, la que les está salvando el negocio. Bertasio tuvo que pasar de proveer en Buenos Aires a restaurantes, comedores, supermercados e instituciones públicas, a consumidores particulares. Lo primero que solicita la app es el código postal del cliente y si está en el radio de operaciones de la empresa, en seguida se les ofrece el catálogo de panadería congelada que luego se despacha directamente a la casa del consumidor, quien finalmente hornea el producto. Con la experiencia de la dura crisis económica de 2001 en Argentina, Bertasio ya se había reinventado en ese entonces y conocía la incertidumbre. El 18 de marzo, cuando decretaron la cuarentena, armó una reunión de urgencia con el equipo, de unas 25 personas, y les dijo que a partir de ahora todos seríamos vendedores y que lo haríamos recomendando a la gente que usara la app.

Gráfico 21: Escudos de protección.



Fuente: www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina

La arquitecta venezolana Francis Murillo lleva seis años en el negocio de los cortes láser e impresión 3D con su empresa 2MD Láser y jamás se imaginó que en algún momento serviría al sector médico.

Normalmente, su clientela está entre estudiantes de arquitectura y profesionales que mandan hacer sus maquetas, decoradores de interiores o empresas que le piden fabricar regalos ejecutivos. Pero todo cambió con la llegada del coronavirus a Venezuela. Y en pocas semanas, Murillo ha fabricado alrededor de 8.000 viseras protectoras para personal médico, un elemento clave en el uniforme de quienes tratan a pacientes con covid-19 o realizan pruebas diagnósticas.

Luego empezó a llegarles un volumen inesperado de donaciones por parte de empresas y particulares de material como acetato y tereftalato de polietileno (PET), que les vino bien para producir rápido.

Hicieron contacto con médicos para ver qué hospitales los necesitaban y dónde estaban las carpas de las pruebas, Murillo dice que, a pesar de ser competencia en una situación normal, esto llevó a que los negocios que se dedican a lo mismo se unieran.

Durante el primer mes toda la producción fue donada, pero en semanas recientes Murillo ha empezado a recibir solicitudes de presupuesto y se está enfocando en producir inventario para poner en práctica un nuevo esquema de compra-donación: “Consiste en que por cada visera que compras, donas una”.

5. La importancia del e-commerce.

El comercio electrónico o e-commerce consiste fundamentalmente en el desarrollo de acciones de mercado, ventas, servicio al cliente, gestión de cartera, gestión logística y en general, todo evento de tipo comercial e intercambio de información llevado a cabo por medio de internet. Otra definición podría ser, el comercio electrónico como aquel intercambio financiero que se realiza, a través de la red, entre sujetos que pueden estar a una gran distancia física, y que se materializa generalmente por medios de pago electrónicos.

En la actualidad el E-Commerce se ha convertido en una herramienta con gran éxito para el mundo de los negocios gracias a la apertura y facilidad de acceso al Internet. Para poder diferenciar a un negocio “virtual” entre un negocio “real” debemos identificar los tipos de negocio E-Commerce que existen en el mercado:

- B2B (comercio éntre las empresas)
- C2C (Compra y venta de productos y servicios entre particulares)
- B2C (Comercio entre empresas)

Las ventajas que se manejan en los negocios virtuales son la expansión de mercado globalizada que se alcanza, y la rapidez con la que se manejan los negocios. Aunque las relaciones con los clientes son interpersonales y pueden causar complicaciones en los negocios, el uso de las nuevas tecnologías y su innovación han creado cambios que han mejorado la comunicación con el cliente y la empresa.

Gracias al comercio electrónico se puede efectuar casi cualquier transacción sin moverse de casa. Las empresas instalan una tienda virtual que despliega un catálogo de diversos productos, el cliente selecciona los de su interés e inicia el procesamiento de pago que, por coherencia y comodidad debe ser también electrónico. Finalmente el pedido llega a la casa o al ordenador dependiendo del producto seleccionado.

Para esto existe un excelente soporte, atención de quejas y procesamiento de devoluciones es un punto fundamental para el comercio electrónico, esta característica es el inicio de la diferenciación en cualquier empresa que lo implemente. Este sistema cambia totalmente la dinámica de las relaciones cliente-empresa en cuanto al marketing, es la estructura misma de la empresa que cambia.³³

5.1. Ventajas del comercio electrónico:

- Creación de oportunidades de negocio y nuevas formas de distribución de sus productos y servicios.
- Acceso a clientes de cualquier zona geográfica sin limitación, apertura y expansión hacia nuevos mercados.
- Aumento de la competitividad y calidad de servicio.
- Respuesta rápida a las necesidades y cadenas de entrega más cortas o inexistentes lo que puede dar lugar a una reducción de precios finales.
- Control de pedidos y clientes.

³³ Aguirre, A. y Manasía, N. (2007). "El comercio electrónico y su aporte". Frónesis. Venezuela.

5.2. Creación de un sitio de e-commerce.

El primer paso es crear un sitio web que sea una herramienta que complemente cualquier actividad del mercado. Esto es diferente del concepto de portales y negocios virtuales ya que el sitio web está diseñado en torno a una organización establecida y es el mejor negocio orientado al cliente. Al combinar formatos de conexión de texto, audio y visual de acuerdo con los estándares multimedia actuales, puede crear herramientas altamente dinámicas e innovadoras para hacer que las páginas sean atractivas y atraer la atención de los visitantes de los motores de búsqueda, estar disponible en Internet y publicado por la misma empresa.

Este sitio que desarrollemos debe ser coherente con la imagen corporativa vigente o que queremos proyectar, presentándole tanto a los clientes internos como a los clientes externos respuestas a las consultas que adelanten, a partir de esquemas de intranet y extranet respectivamente.

Por supuesto los accesos a la página web estarán condicionados y serán restringidos con el uso de password o claves de acceso, en la medida de lo necesario, para evitar que se filtre información que tenga carácter de confidencialidad.

Por otra parte, el dimensionamiento de los datos publicados en la página estará condicionado a la presentación mínima requerida por los clientes y organizaciones que acceden a la misma, por lo cual la página deberá ser potencializado mediante de la inclusión de enlaces o links que amplíen y complementen los temas, conduciendo hacia otros sitios de interés, de manera rápida y “amigable”.

Capítulo V

Trabajo de campo³⁴

Sumario: 1. Región a investigar. 2. Planeación preliminar. 3. Propósito de la investigación. 4. Objetivos de la investigación. 4.1. Desarrollo de hipótesis. 5. Estimación del valor de la información de la investigación. 6. Tácticas de la investigación. 7. Enfoque de la investigación. 8. Plan de muestro. 9. Cuestionario. 10. Entrevista. 11. Análisis de la información. 12. Conclusión sobre la investigación.

1. Región a investigar.

El impacto económico de la pandemia que atravesó al mundo en el año 2020 afectó de maneras diferentes a todos los países debido a la situación económica y social en la cual se encontraban.

Principalmente el área de investigación seleccionada es la Ciudad de Concepción, debido a la gran magnitud que esta posee en cuanto a la actividad comercial, con diversas empresas dedicadas a diferentes rubros.

Por medio de la presente investigación indagaremos en las formas de subsistencia utilizadas por las empresas comerciales para hacer frente a la crisis económica que se vieron obligadas a atravesar, las formas nuevas que revistieron, los canales de comercialización utilizados y los cambios a los cuales se tuvieron que adaptar para poder así subsistir.

³⁴ HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto y otros. Metodología de la investigación. McGraw-Hill. (México)

2. Planeación preliminar.

La cuarentena obligatoria establecida con el gobierno nacional y la prohibición de realizar actividades comerciales debido a la pandemia Covid-19 ha dejado numerosas empresas en situación de quiebra y con pocas herramientas para hacer frente a la crisis económica como consecuencia de la misma. A través de nuestra investigación buscaremos profundizar en las medidas adoptadas por aquellas empresas que subsistieron a la pandemia mediante la transformación de sus actividades a actividades esenciales.

3. Propósito de la investigación.

El propósito de nuestra investigación es conocer los diferentes métodos de subsistencia adoptados de las diversas empresas con el fin de poder hacer frente a la pandemia Covid-19, las formas utilizadas para llegar a sus clientes, los nuevos métodos de pagos adoptados, los medios de entrega, entre otros. Para poder entender la población bajo estudio es necesario para ello definir la población y la muestra seleccionada.

✚ *Definición de población:* se entiende así al conjunto de empresas comerciales radicadas en la provincia de Tucumán.

✚ *Definición de muestra:* comprende aquellas empresas del índole comercial situadas en la Ciudad de Concepción.

4. Objetivos de la investigación.

Los objetivos establecidos para nuestra investigación que se satisfacen tanto en el marco teórico de la misma, como en nuestro trabajo de campo son los siguientes:

- ✚ Conocer el impacto de la pandemia Covid-19 a nivel mundial.
- ✚ Entender el impacto económico y social de la pandemia Covid-19 en la Argentina.
- ✚ Determinar las medidas que llevo a cabo el gobierno nacional para ayudar a las empresas.
- ✚ Conocer el impacto económico de la pandemia Covid-19 en nuestra provincia.
- ✚ Tomar conocimiento de las diferentes formas de reinventarse en épocas de crisis y la importancia de las mismas.
- ✚ Indagar sobre el comercio electrónico y su gran potencial.
- ✚ Establecer las medidas de subsistencia utilizadas por las empresas comerciales de la Ciudad de Concepción.
- ✚ Fijar los canales de comercialización utilizados por las empresas con el fin de llegar a sus clientes de una manera segura.

4.2. Desarrollo de la hipótesis.

La hipótesis establecida para nuestra investigación deber ser susceptible de compasión con evidencia a través de la información recolectada que fundamente la misma. Es por lo expuesto que establecemos la siguiente hipótesis:

“Las manera de reinventarse utilizadas con las pymes de las ciudad de Concepción durante la pandemia COVID 19, fueron las adecuadas para mantener sus negocios en pie y así poder subsistir.”

5. Estimación del valor de la información de la investigación.

La información obtenida de la presente investigación es susceptible de ser utilizada con el fin de poder reinventarse en épocas de crisis ante situaciones

inesperadas. Situaciones que afecten económicamente a una empresa y teniendo las herramientas necesarias para hacer frente a ellas. Esta investigación busca ser una herramienta útil en un futuro ante situaciones inherentes al funcionamiento habitual de la empresa en marcha.

6. Tácticas de la investigación.

Para realizar una correcta recolección y selección de datos se implementará una estructura que permita un desarrollo apropiado de los aspectos específicos establecidos en la investigación, considerando el tamaño de la muestra y el tiempo necesario para procesarla y así poder brindar un informe acorde a los datos obtenidos.

7. Enfoque de la investigación.

En el enfoque elegido para nuestra investigación, utilizaremos la investigación descriptiva para conocer las medidas de subsistencia utilizadas por los comercios de la Ciudad de Concepción para hacer frente a la pandemia.

8. Plan de Muestreo.

El plan de muestreo comprende la población a estudiar, tipo y tamaño de la muestra:

- ✚ *Población a estudiar:* Empresa comerciales.
- ✚ *Tipo de muestreo:* Muestreo de juicio o a criterio.
- ✚ *Tamaño de la muestra:* 36 Empresas comerciales que atravesaron la pandemia Covid-19.

9. Cuestionario.

Para una correcta obtención de los datos se utilizó un cuestionario a través de formulario Google con preguntas pre-codificadas y administradas dirigida a empresas comerciales que atravesaron la pandemia Covid-19. Por medio del presente cuestionario se recolectara la información necesaria para poder aceptar o rechazar la hipótesis antes planteada:

<p>1- ¿Cuál es su posición frente al fisco?</p> <p><input type="checkbox"/> Monotributista</p> <p><input type="checkbox"/> Responsable inscripto</p> <p><input type="checkbox"/> Otro</p>
<p>2- Actividad a la cual se dedicaba antes de la pandemia:</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de indumentaria</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de productos de tecnología</p> <p><input type="checkbox"/> Alquiler de inmueble deportivos (cancha de futbol, tenis, etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Rubro Fiestas (salón de fiestas, sonido, catering, etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio de gimnasio</p> <p><input type="checkbox"/> Agencia de turismo</p> <p><input type="checkbox"/> Otro</p>
<p>3- Actividad a la cual se transformó por la pandemia:</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de productos alimenticios</p> <p><input type="checkbox"/> Ventas de bebidas</p> <p><input type="checkbox"/> Producción y venta de barbijos</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de verduras</p> <p><input type="checkbox"/> Panadería</p> <p><input type="checkbox"/> Gimnasio</p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p>
<p>4- ¿En cuánto se vieron disminuidas sus ventas antes de cambiar la actividad?</p> <p><input type="checkbox"/> De 0% a 30%</p> <p><input type="checkbox"/> De 30% a 60%</p> <p><input type="checkbox"/> De 60% a 80%</p>

<input type="checkbox"/> De 80% a 100%
5- ¿Cuánto duro el periodo en el que tuvo que cambiar su actividad?
<input type="checkbox"/> Tres meses
<input type="checkbox"/> Cuatro meses
<input type="checkbox"/> Cinco meses
<input type="checkbox"/> Seis meses
<input type="checkbox"/> Más de seis meses
6- ¿Realizó ventas de sus productos a través de medios electrónicos?
<input type="checkbox"/> Si
<input type="checkbox"/> No
7- ¿Tuvo que recurrir a personal idóneo para utilizar los medios de venta electrónicos para su comercio?
<input type="checkbox"/> Si
<input type="checkbox"/> No
8- ¿Realizaba con anterioridad a la cuarentena ventas a través de medios electrónicos?
<input type="checkbox"/> Si
<input type="checkbox"/> No
9- ¿Qué canales de comercialización electrónicos utilizó durante la cuarentena?
<input type="checkbox"/> Página web
<input type="checkbox"/> Redes sociales
<input type="checkbox"/> Telefónicas
<input type="checkbox"/> Otros
10- En caso de haber respondido redes sociales, ¿Cuál fue la red social que más utilizó?
<input type="checkbox"/> Facebook
<input type="checkbox"/> Instagram
<input type="checkbox"/> Twitter
<input type="checkbox"/> Otras
11- ¿Realizaba envíos a domicilio antes de la cuarentena?
<input type="checkbox"/> Si
<input type="checkbox"/> No

<p>12- ¿Implemento nuevos medios de cobro electrónicos con el fin de evitar el contacto con el dinero físico?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>13- ¿Cuál fue el medio de cobro utilizado?</p> <p><input type="checkbox"/> Mercado pago</p> <p><input type="checkbox"/> Transferencias bancarias</p> <p><input type="checkbox"/> Depósitos</p> <p><input type="checkbox"/> Otro</p>
<p>14- ¿Implemento los envíos a domicilio durante la cuarentena?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>15- ¿Pudo acceder a los programas lanzados por el gobierno nacional para disminuir el impacto económico de la cuarentena?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>16- En caso de haber contestado afirmativo, ¿A qué programa pudo acceder?</p> <p><input type="checkbox"/> Ingreso familiar de emergencia</p> <p><input type="checkbox"/> ATP (Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción)</p> <p><input type="checkbox"/> Otro</p>

10. Entrevista.

A continuación expondremos una entrevista realizada a una de las tantas pymes que tuvieron que subsistir durante la cuarentena, la entrevistada es la co-propietaria de un gimnasio que tuvo que comenzar a vender ropa deportiva debido a que su actividad principal se veía imposibilitada de operar. Para hacer frente a esta contingencia tuvo la idea de realizar la venta de indumentaria deportiva a la que llamo Zona Burpee, dado

que muchas personas no podían ir a los gimnasios pero seguían realizando sus actividades físicas en sus hogares.

Entrevista:

1) ¿Qué actividad realizaba anteriormente y por cual cambio durante la cuarentena?

Antes de la pandemia mis ingresos emanaban de un gimnasio el cual se vio afectado desde principios de la pandemia. Debido a esta situación me vi obligada a buscar ingresos por otro lado y tuve que cambiar a venta de indumentaria y accesorios deportivos, ya que la mayoría de la gente entrenaba en sus casas, dándome una oportunidad de poder seguir obteniendo ingresos, ya que varios de los clientes que acudían al gimnasio son mis clientes de la venta de indumentaria.

2) ¿Aproximadamente cuanto duró la actividad a la que tuvo que cambiar? ¿Hoy sigue realizando esa actividad?

Esta actividad duro desde el comienzo de la cuarentena hasta el día de hoy. Gracias a Dios volvieron a funcionar los gimnasios, y la venta de indumentaria es un buen complemento, ya que pudimos combinar ambos para poder incrementar aún más nuestros ingresos.

3) ¿Cómo surgió la idea de cambiar la actividad de su negocio? ¿Se realizó algún sondeo para ver qué actividades estaban autorizadas?

Antes que nada se estudió la posibilidad de poder hacer envíos a domicilio en zonas cercanas, y como esto se podía pudimos concretar las ventas. Dado que varios de nuestros clientes en el gimnasio realizaban sus actividades deportivas en sus hogares.

4) ¿Qué fue lo más difícil de cambiar de rubro?

Lo más difícil de cambiar de rubro fue el capital inicial, ya que estaba muy complicada la situación en nuestra rama de la economía, una vez obtenido el mismo se pudo avanzar sin ningún problema dada las situación.

5) ¿Tuvo problemas para conseguir proveedores para su negocio? ya que conocía a otros dedicados a una actividad totalmente diferente

No tuve problemas en conseguir proveedores, ya que hoy en día todo se facilita a través de internet, y contactábamos a los elegidos por ese medio, solicitando

cotizaciones, plazos de entrega y la financiación que los mismos brindaban. Una vez estudiado cada caso se procedía a realizar la compra de la mercadería. Pero lo que si resulto difícil fue conseguir stock de los productos, debito a la alta demanda de los mismos ya que varios gimnasios habían optado por cambiar a ese rubro de venta de indumentaria deportiva aprovechando la cartera de clientes que tenía.

6) ¿Cuál fue la medida que más contribuyó al negocio para salir adelante?

La venta por redes sociales, fue unos de los canales de comercialización más fácil de manejar y con más llegada a las personas, mediante la publicación de fotos en nuestro perfil y respondiendo consultas de nuestros clientes de manera directa.

7) ¿Implemento los envíos a domicilio?

Si, ya que no se podía salir del domicilio e incluso hoy la implementamos como una manera más cómoda para los clientes de poder acceder a nuestras prendas

8) ¿Cuáles fueron los canales de ventas (redes sociales, teléfono,etc) más utilizados por su negocio durante la cuarentena?

Instagram, Facebook y Whatsapp sin duda alguna, ya que dichas aplicaciones nos brindaban facilidad en su uso y establecer una relación estrecha con los clientes, evitando errores o posibles omisiones en el proceso de compra.

11. Análisis de la información:

Los datos detallados y presentados a continuación son los obtenidos de la encuesta realizada durante:

✚ El mes de enero de 2021,

✚ A comercios de la Ciudad de Concepción que atravesaron la cuarentena con el fin de obtener información sobre las distintas formas de subsistencia llevadas a cabo por cado uno de ellos durante el periodo de cuarentena.

Se presentaran:

✚ Gráficos de torta,

✚ Tablas e interpretación para su mejor comprensión del análisis y posterior conclusión.

✚ **Pregunta 1): ¿Cuál es su posición frente al fisco?**

• **Observaciones:**

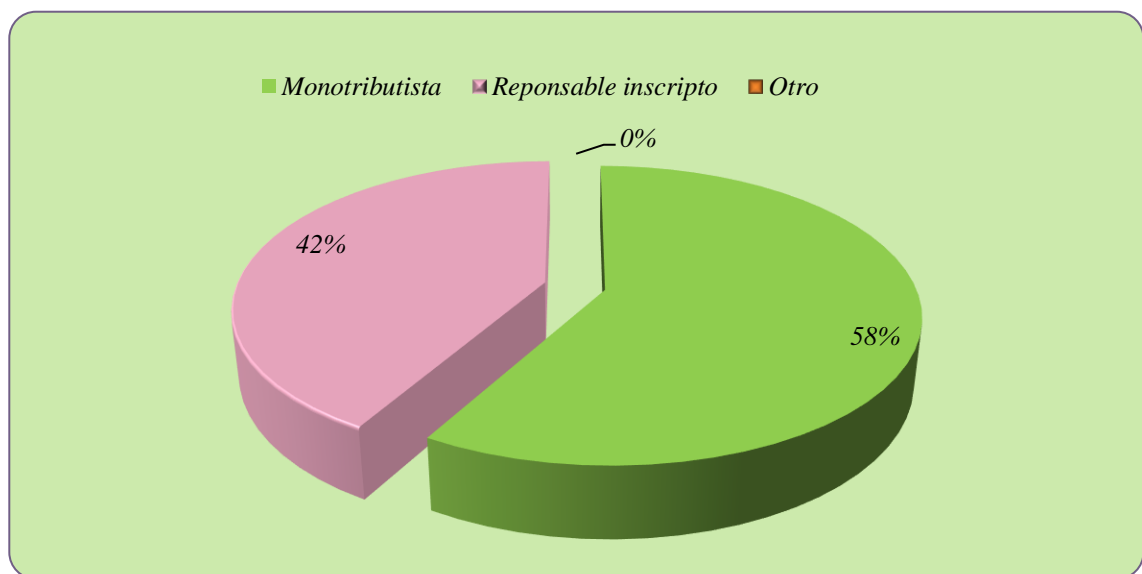
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 1

<i>Variables</i>	<i>F(x_i)</i>	<i>F(x_i)N*100</i>
Monotributista	21	58%
Responsable inscripto	15	42%
Otro	0	0%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- El 58% de las empresas encuestadas revisten el carácter de monotributista mientras que el 42% restante se encuentran ante el fisco en carácter de responsables inscripto.

✚ **Pregunta 2):** *Actividad a la cual se dedicaba antes de la pandemia:*

- *Observaciones:*

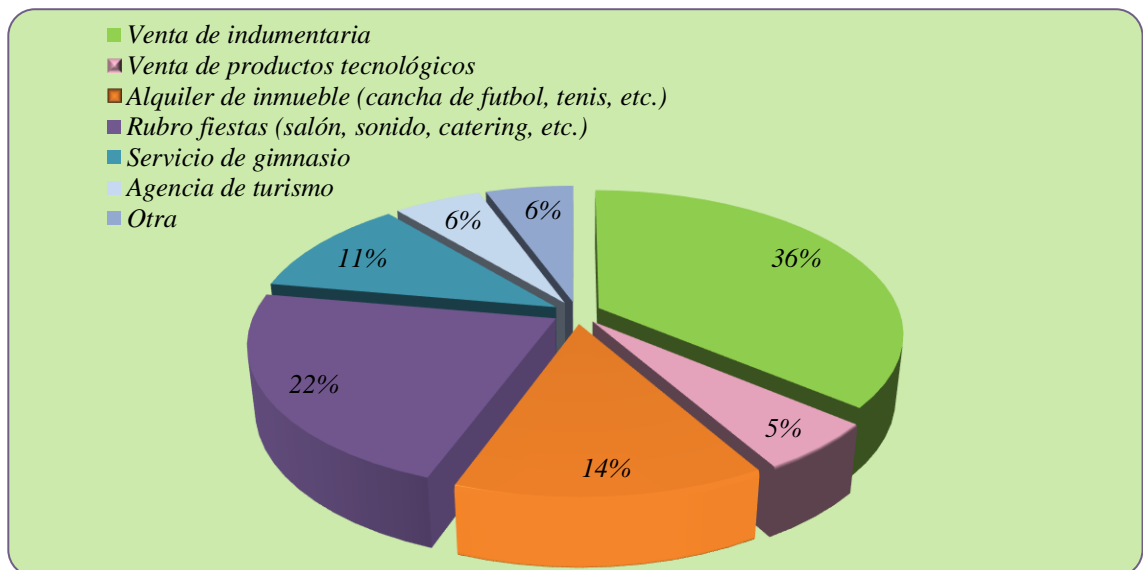
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 2

<i>Variables</i>	<i>F(x_i)</i>	<i>F(x_i)N*100</i>
<i>Venta de indumentaria</i>	13	36%
<i>Venta de productos tecnológicos</i>	2	5%
<i>Alquiler de inmueble (cancha de futbol, tenis, etc.)</i>	5	14%
<i>Rubro fiestas (salón, sonido, catering, etc.)</i>	8	22%
<i>Servicio de gimnasio</i>	4	11%
<i>Agencia de turismo</i>	2	6%
<i>Otra</i>	2	6%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- *El 36% de los encuestados se dedicaba a la venta de indumentaria, un 22% al rubro fiestas, un 14% al alquiler de inmuebles, un 11% prestaba servicio de gimnasio, un 6% agencia de turismo y otra, y el 5% restante venta de productos tecnológicos.*

✚ **Pregunta 3):** *Actividad a la cual se transformó por la pandemia:*

• *Observaciones:*

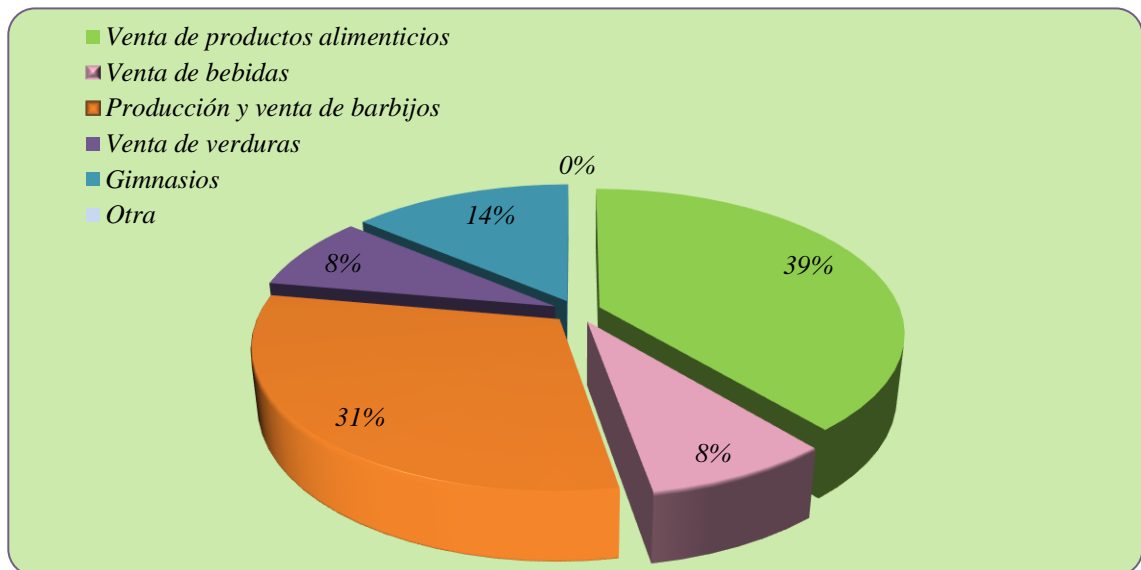
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 3

<i>Variables</i>	<i>F(x_i)</i>	<i>F(x_i)N*100</i>
<i>Venta de productos alimenticios</i>	14	39%
<i>Venta de bebidas</i>	3	8%
<i>Producción y venta de barbijos</i>	11	31%
<i>Venta de verduras</i>	3	8%
<i>Gimnasios</i>	5	14%
<i>Otra</i>	0	0%
<i>Total</i>	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- *El 39% de las empresas encuestadas se vieron obligadas a cambiar su actividad a la venta de productos alimenticios, mientras que un 31% se dedicó a la producción y venta de barbijos, un 14% se transformó en gimnasios, el 8% a la venta de bebidas y venta de verduras respectivamente.*

✚ **Pregunta 4):** ¿En cuánto se vieron disminuidas sus ventas antes de cambiar la actividad?

• *Observaciones:*

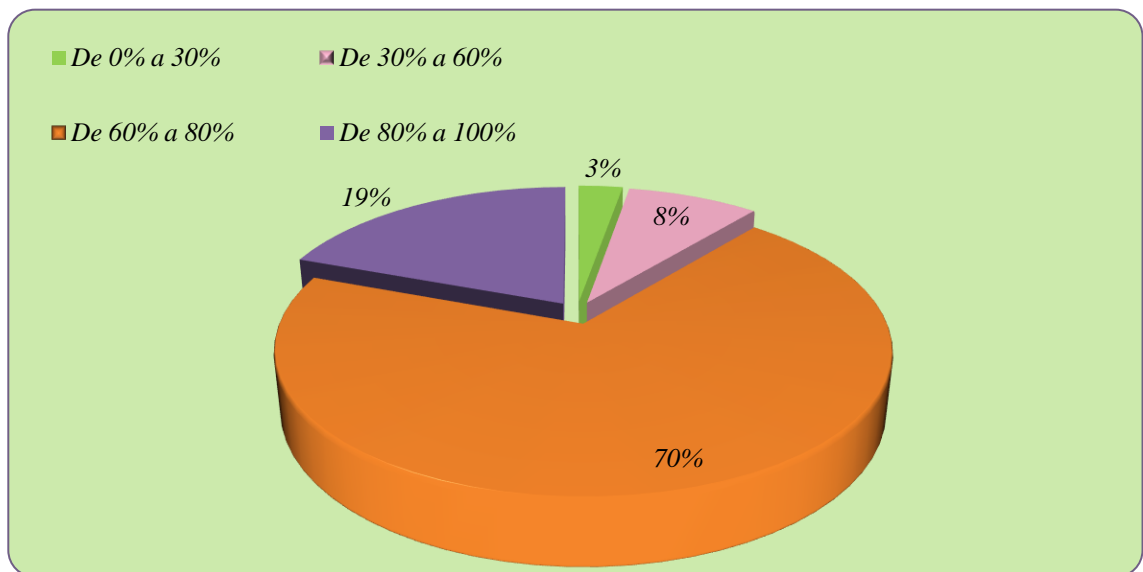
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 4

Variables	$F(x_i)$	$F(x_i)N*100$
<i>De 0% a 30%</i>	1	3%
<i>De 30% a 60%</i>	3	8%
<i>De 60% a 80%</i>	25	70%
<i>De 80% a 100%</i>	7	19%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- Consultando a la muestra en cuanto disminuyeron las ventas antes de cambiar de actividad, un 70% manifestó que entre 60% a 80%, un 19% dijo entre un 80% a 100%, y un 8% entre 30% a 60%, y un 3% entre 0% a 30%.

✚ **Pregunta 5):** ¿Cuánto duro el periodo en el que tuvo que cambiar su actividad?

• **Observaciones:**

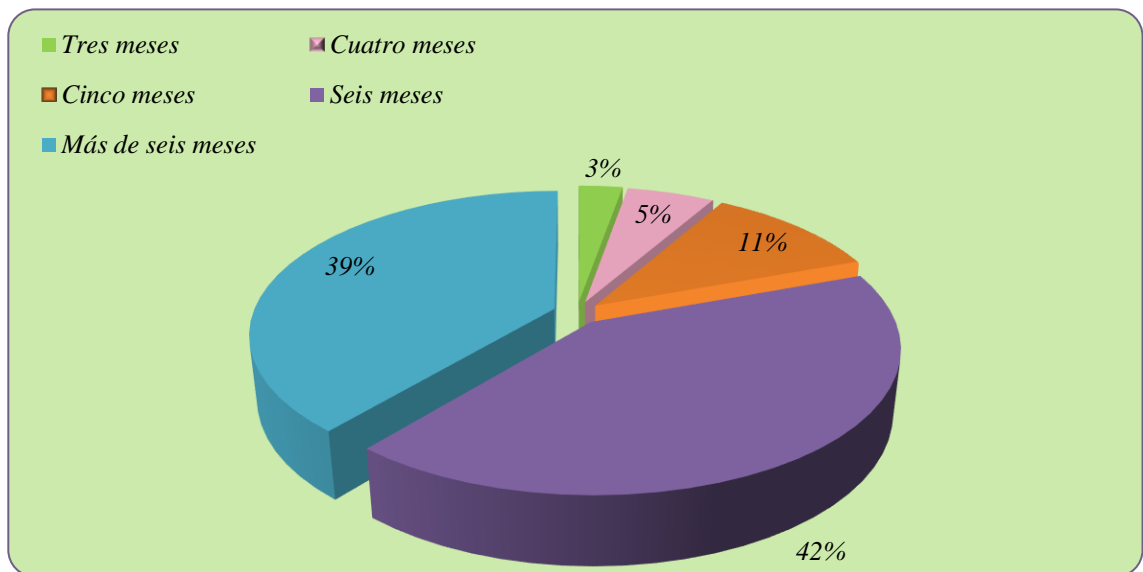
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 5

Variables	$F(x_i)$	$F(x_i)N*100$
Tres meses	1	3%
Cuatro meses	2	5%
Cinco meses	4	11%
Seis meses	15	42%
Más de seis meses	14	39%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- El 42% de las empresas encuestadas manifestó que el período en el cual tuvieron que cambiar su actividad duró seis meses, un 39% de los mismos dijo que duro más de seis meses, un 11% cinco meses, 5% cuatro meses y el 3% restante solo tres meses.

✚ **Pregunta 6):** ¿Realizó ventas de sus productos a través de medios electrónicos?

- *Observaciones:*

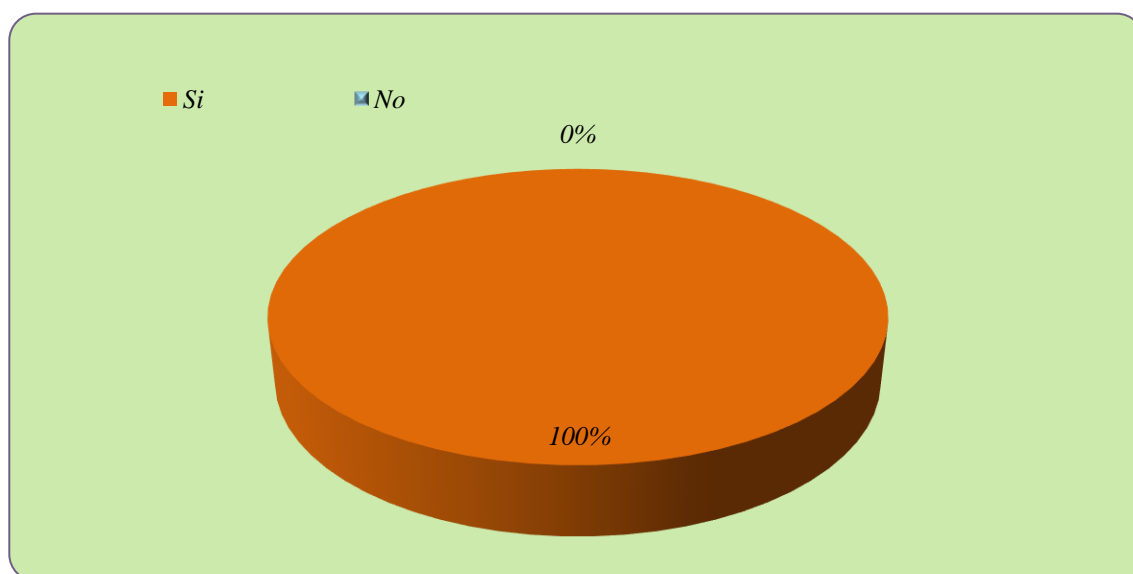
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 6

<i>Variables</i>	<i>F(x_i)</i>	<i>F(x_i)N*100</i>
<i>Si</i>	36	100%
<i>No</i>	0	0%
<i>Total</i>	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- La totalidad de los encuestador manifestó que si realizo ventas a través de medios electrónicos, lo que le posibilito llevar a cabo las ventas de sus productos.

✚ **Pregunta 7):** ¿Tuvo que recurrir a personal idóneo para utilizar los medios de venta electrónicos para su comercio?

• **Observaciones:**

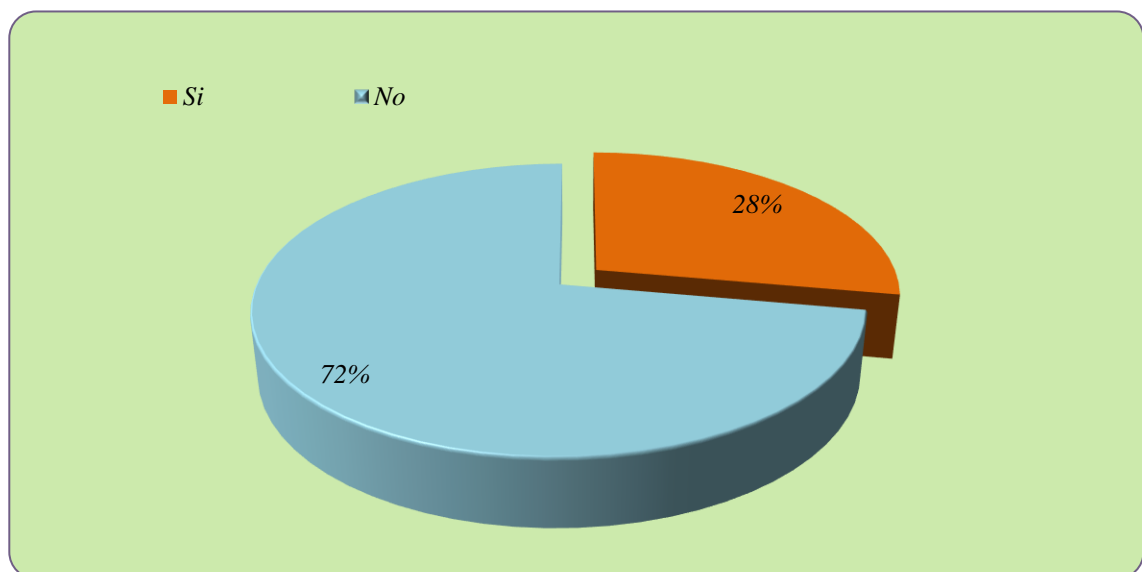
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 7

Variables	$F(x_i)$	$F(x_i)N*100$
Si	10	28%
No	26	72%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- El 72% de la muestra manifestó que no tuvo que recurrir a personal idóneo para utilizar los medios de venta electrónicos para su comercio, mientras que el otro 28% dijo que si tuvo que hacerlo.

➤ Pregunta 8): ¿Realizaba con anterioridad a la cuarentena ventas a través de medios electrónicos?

• *Observaciones:*

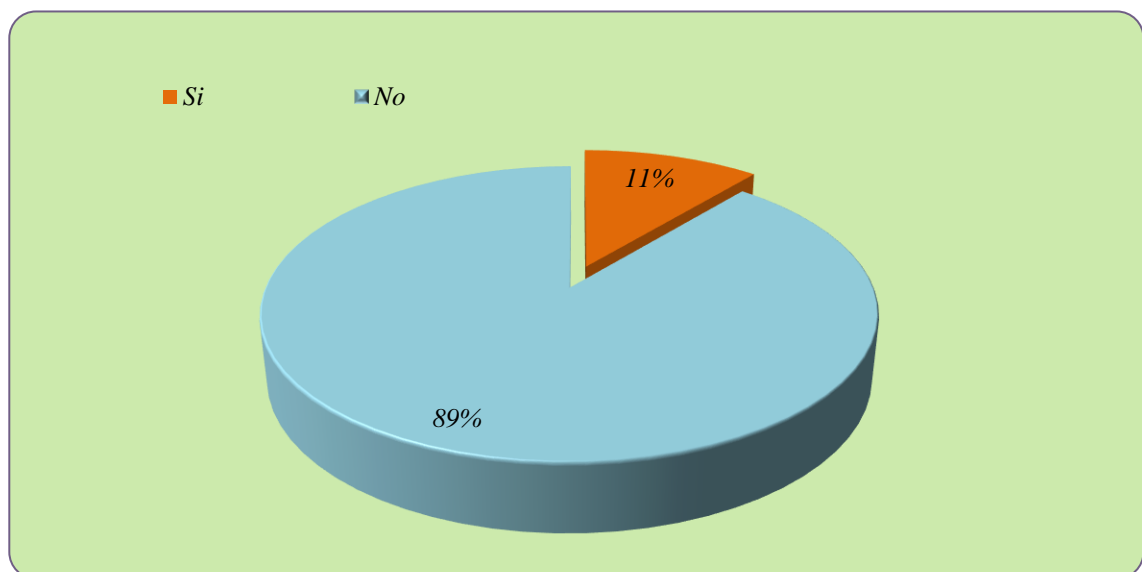
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 8

Variables	$F(x_i)$	$F(x_i)N*100$
Si	4	11%
No	32	89%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

➤ Interpretación:

- Gran parte de los comercios encuestados representada con el 89% expresó que no realizaba ventas por medios electrónicos con anterioridad a la cuarentena, y el 11% restante si lo realizaba.

✚ **Pregunta 9):** ¿Qué canales de comercialización electrónicos utilizo durante la cuarentena?

• *Observaciones:*

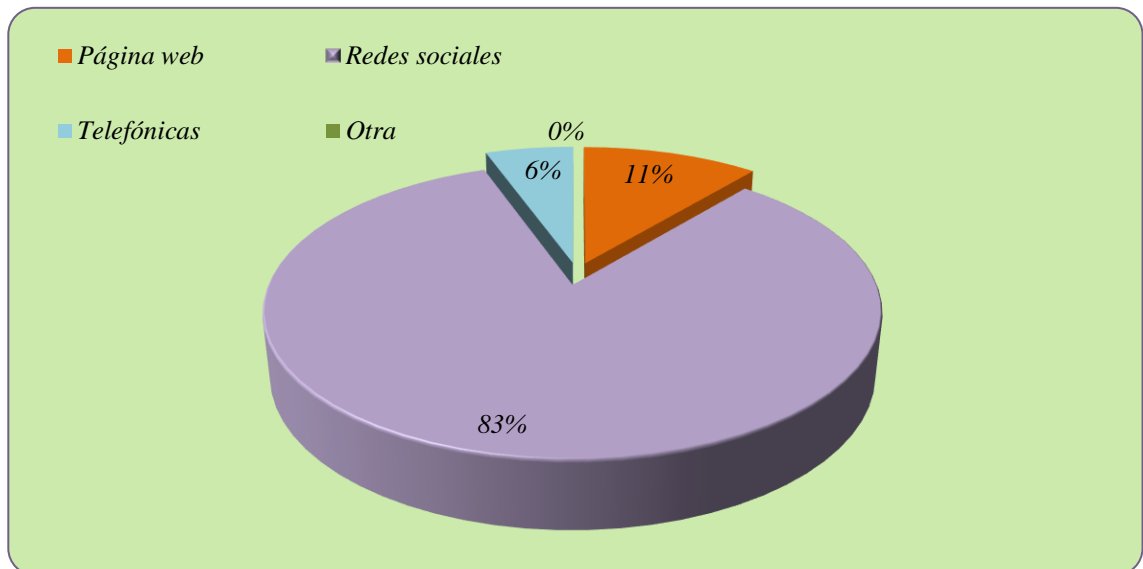
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 9

<i>Variables</i>	<i>F(x_i)</i>	<i>F(x_i)N*100</i>
<i>Página web</i>	4	11%
<i>Redes sociales</i>	30	83%
<i>Telefónicas</i>	2	6%
<i>Otra</i>	0	0%
<i>Total</i>	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- *El 83% de las empresas encuestadas utilizó las redes sociales como canal de comercialización, mientras que un 11% mediante página web y un 6% fue telefónicamente.*

✚ **Pregunta 10):** En caso de haber respondido redes sociales ¿Cuál fue la red social que más utilizó?

• Observaciones:

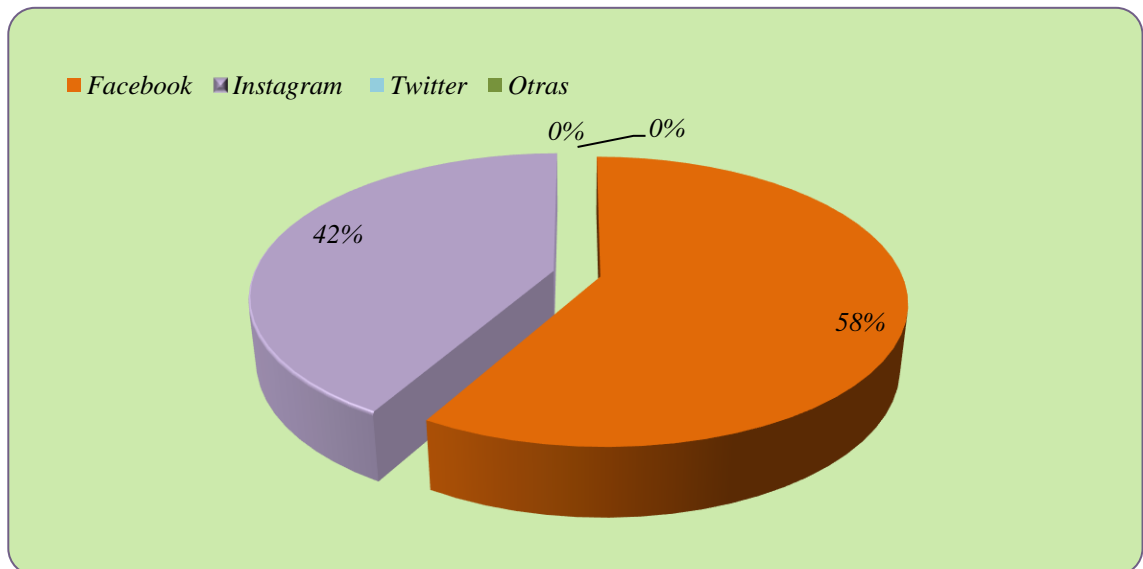
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 10

Variables	$F(x_i)$	$F(x_i)N*100$
Facebook	21	58%
Instagram	15	42%
Twitter	0	0%
Otras	0	0%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- La red social más utilizada como plataforma de venta para la muestra fue Facebook con un 58%, mientras que el otro 42% restante fue para los que usaron Instagram.

➤ Pregunta 11): ¿Realizaba envíos a domicilio antes de la cuarentena?

• *Observaciones:*

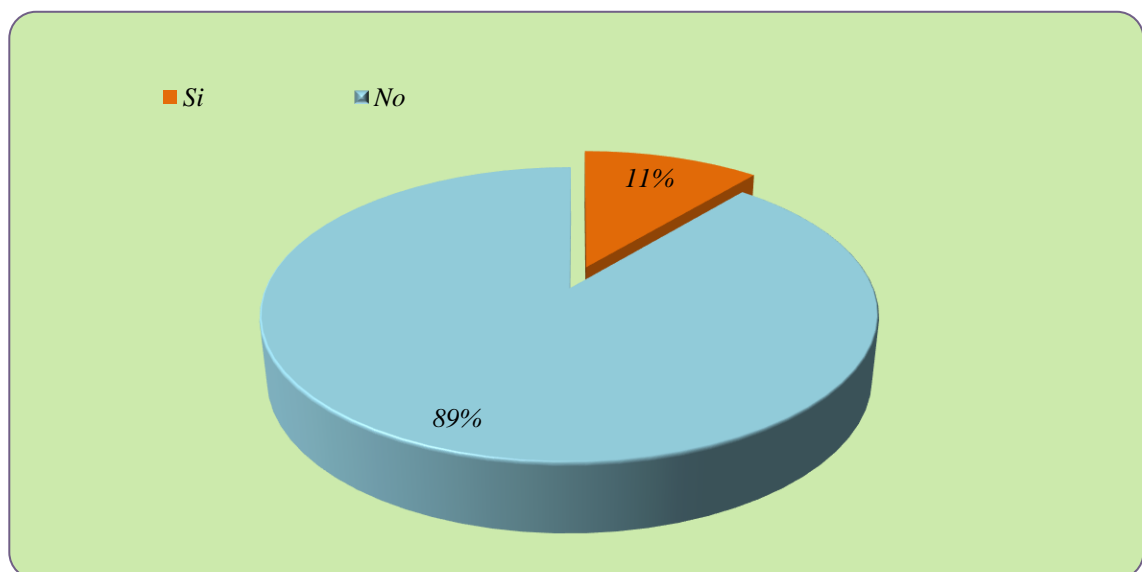
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 11

<i>Variables</i>	<i>F(x_i)</i>	<i>F(x_i)N*100</i>
Si	4	11%
No	32	89%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

➤ Interpretación:

- Gran parte de los comercios encuestados representados con el 89% expresó que no realizaba envíos con anterioridad a la cuarentena, y el 11% restante si realizaba envíos.

✚ **Pregunta 12):** ¿Implemento nuevos medios de cobro electrónicos con el fin de evitar el contacto con el dinero físico?

- *Observaciones:*

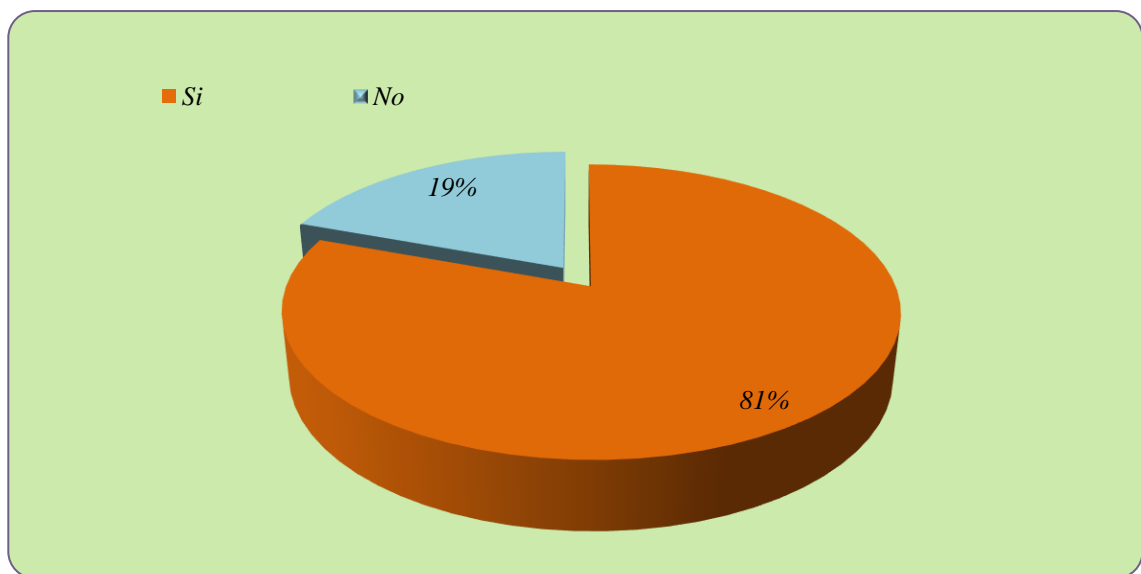
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 12

<i>Variables</i>	<i>F(x_i)</i>	<i>F(x_i)N*100</i>
Si	29	81%
No	7	19%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- El 81% de la muestra bajo estudio si implemento nuevos medios de cobro electrónicos, mientras que el 19% restante no lo hizo y siguió cobrando convencionalmente.

✚ **Pregunta 13):** ¿Cuál fue el medio de cobro utilizado?

• *Observaciones:*

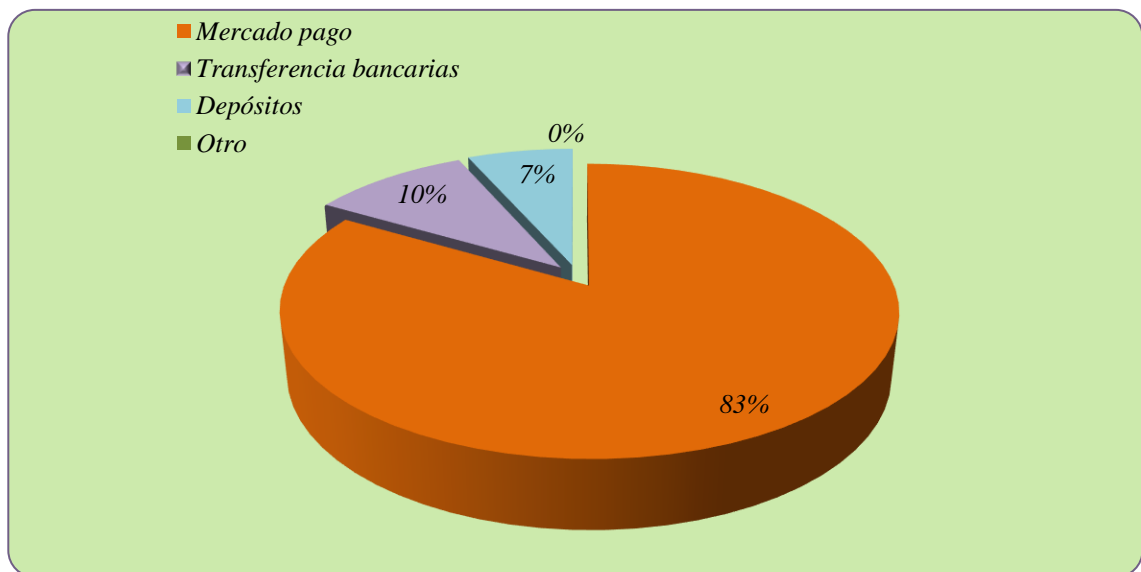
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 13

<i>Variables</i>	<i>F(x_i)</i>	<i>F(x_i)N*100</i>
Mercado pago	25	58%
Transferencia bancarias	3	42%
Depósitos	2	0%
Otro	0	0%
Total	29	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- El medio de cobro más utilizado por los comercios encuestados fue mercado pago con el 83% de la muestra, mientras que un 10% utilizo las transferencias bancarias y el 7% restante utilizo depósitos.

✚ **Pregunta 14):** ¿Implemento los envíos a domicilio durante la cuarentena?

- *Observaciones:*

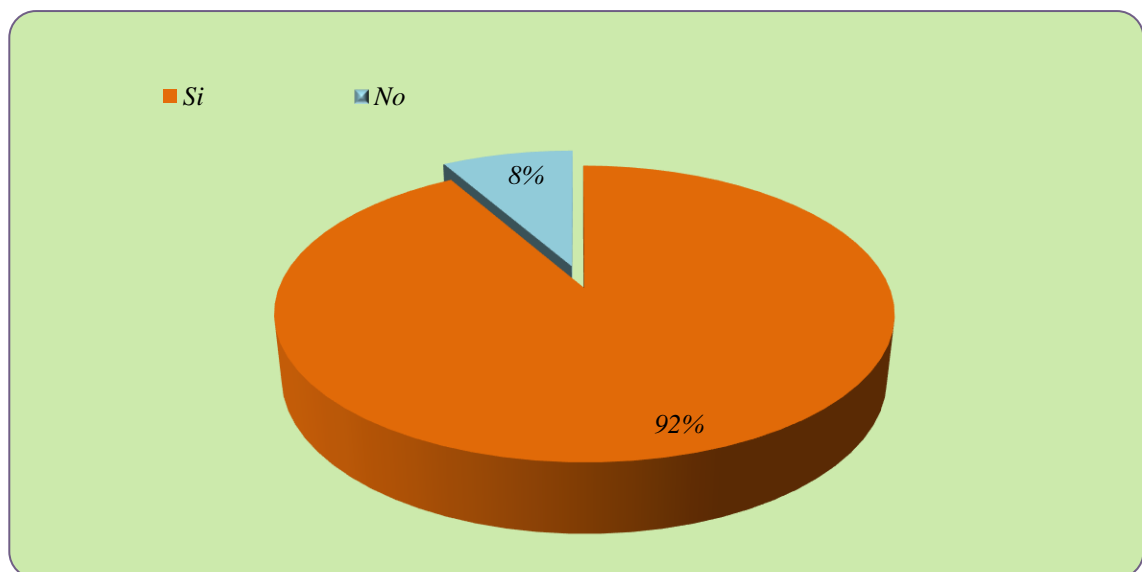
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 14

<i>Variables</i>	<i>F(x_i)</i>	<i>F(x_i)N*100</i>
Si	33	92%
No	3	8%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- Al consultar a la muestra si implementaron envíos gran parte de los encuestados representado con el 92% de los mismos si implemento los envíos a domicilio, y el 8% no lo hizo.

✚ **Pregunta 15):** ¿Pudo acceder a los programas lanzados por el gobierno nacional para disminuir el impacto económico de la cuarentena?

• **Observaciones:**

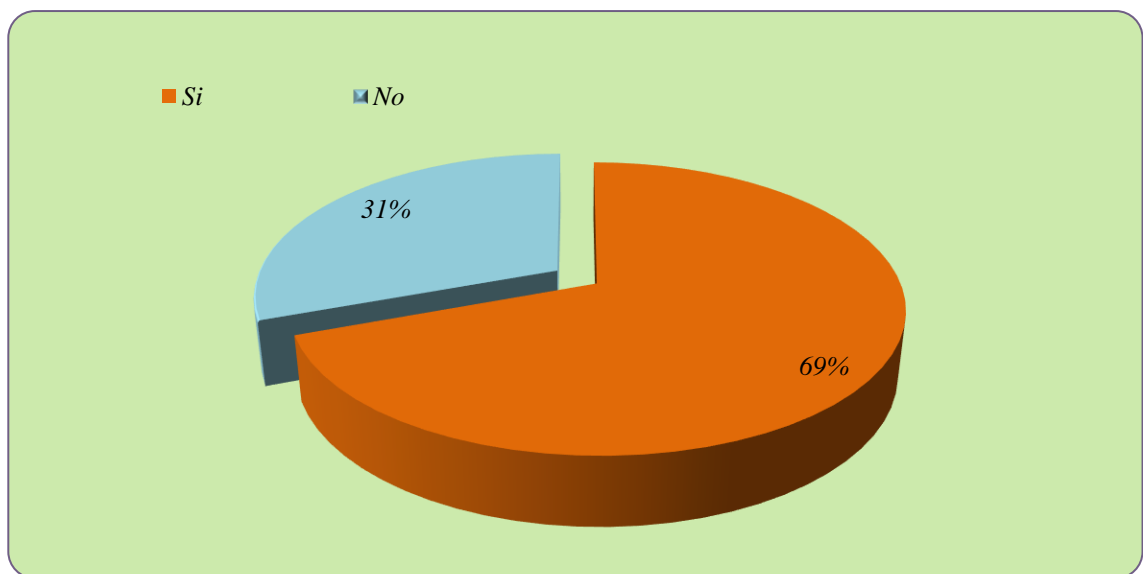
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 15

Variables	$F(x_i)$	$F(x_i)N*100$
Si	25	69%
No	11	31%
Total	36	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- El 69% de las empresas si pudo acceder a los programas lanzados por el gobierno nacional para disminuir el impacto económico de la cuarentena, mientras que el 31% de los mismos no pudo hacerlo.

✚ **Pregunta 16):** En caso de haber contestado afirmativo ¿A qué programa pudo acceder?

• **Observaciones:**

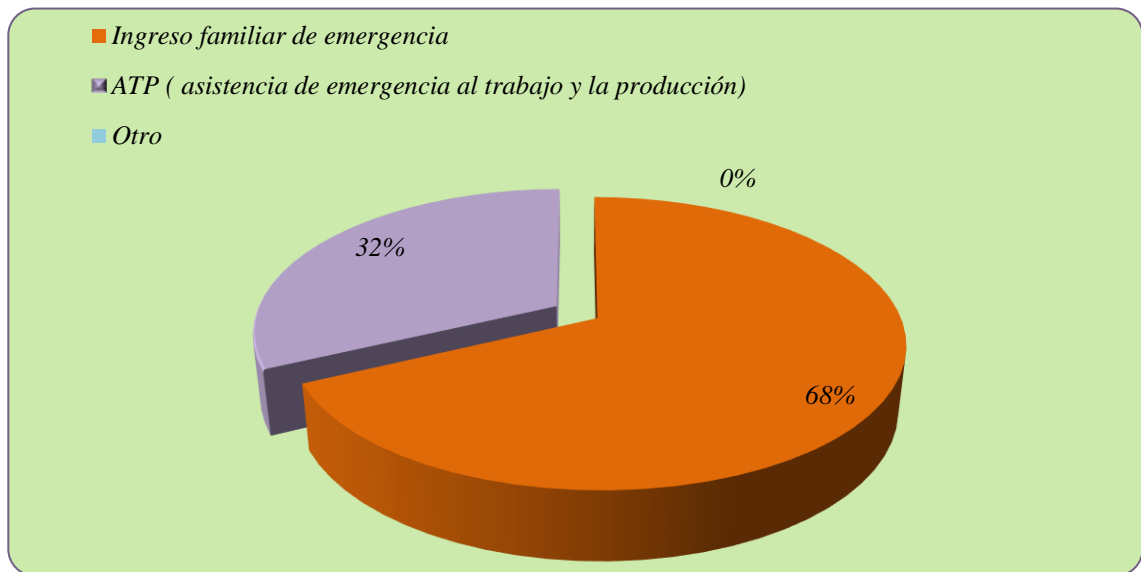
$F(x_i)$ = Frecuencia Absoluta

$F(x_i) N * 100$ = frecuencia relativa

N = Total de la población

Tabla 16

<i>Variables</i>	<i>F(xi)</i>	<i>F(xi)N*100</i>
Ingreso familiar de emergencia	17	68%
ATP (asistencia de emergencia al trabajo y la producción)	8	32%
Otro	0	0%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

✚ **Interpretación:**

- El 68% de la muestra pudo acceder al ingreso familiar de emergencia, mientras que un 32% pudo acceder al ATP (asistencia de emergencia al trabajo y la producción).

12. Conclusión sobre la investigación.

La pandemia por la cual atravesó el mundo entero durante el 2020 afectó de manera diferente a todos los países del mundo debido a la posición económica de cada uno y las medidas que tomaron para hacer frente a los efectos de la pandemia COVID 19.

Al inicio de nuestra investigación planteamos la siguiente hipótesis para ser aceptada o rechazada al finalizar nuestro trabajo, la cual manifiesta lo siguiente:

“Las manera de reinventarse utilizadas con las pymes de las ciudad de Concepción durante la pandemia COVID 19, fueron las adecuadas para mantener sus negocios en pie y así poder subsistir.”

Considerando nuestro trabajo de campo llevado a cabo llegamos a aceptar la hipótesis antes planteada, ya que por medio de la recolección de la información e interpretación de los datos obtenidos resultaron favorables para aceptar la hipótesis. A su vez pudimos observar las diferentes formas de reinventarse que llevaron a cabo las pymes de la ciudad de Concepción para hacer frente a la cuarentena obligatoria, cambiando sus actividades que desarrollaban habitualmente a aquellas que se encontraban exceptuadas a las medidas de aislamiento, como la venta de productos alimenticios de primera necesidad, o la transformación de aquellos salones de eventos a gimnasios cuando fueron liberadas algunas actividades y también aquellos que se volcaron a la producción y venta de barbijos.

También podemos concluir que los efectos de la cuarentena impactaron entre un 60% a 80% sobre las ventas de la mayoría de los comercios encuestados, resultando un perjuicio económico para cada uno de las empresas que se vieron imposibilitadas de ejercer su actividad habitual; que dicho periodo duro aproximadamente 6 meses.

Podemos destacar la manera de reinventarse mediante la utilización de las plataformas virtuales que llevaron adelante las empresas para comercializar sus productos, dado que utilizaron las redes sociales más utilizadas hoy en día que son Facebook e Instagram, las redes sociales fueron un gran sustento para las pymes durante el periodo de cuarentena destacando su fácil uso y el contacto directo para con sus clientes; también con la implementación de envíos a domicilio resultó muy favorable,

lo cual era indispensable para hacer llevar los productos a sus clientes sin que estos tengan que abandonar su domicilio para adquirirlos.

En cuanto a los medios de cobro utilizados fueron los adecuados, ya que se volcaron por el uso de las herramientas existentes en la actualidad con el fin de evitar el contacto con el dinero físico; la herramienta más utilizada por las empresas fueron mercado pago, una plataforma de cobro electrónico también llamada “billetera electrónica” que está tomando mucha fuerza en este último tiempo para el uso de los emprendedores.

En cuanto a los programas lanzados por el gobierno nacional gran parte de la muestra pudo acceder a dichas ayudas, destacando al programa ingreso familiar de emergencia al cual podían acceder monotributistas hasta la categoría B, y parte de los que revestían el carácter de responsables inscriptos pudieron acceder una minoría al programa de asistencia de emergencia al trabajo y la producción.

Conclusión General

Los efectos causados por la pandemia transcurrida durante el año 2020 seguirán surgiendo a través del transcurso del tiempo, dejándonos enseñanzas para diversos hechos que pudieran suceder en un futuro. Teniendo en cuenta las diferentes situaciones que debe tener en cuenta una empresa para su adaptación al entorno exterior y prepararla para el cambio sin que esta sufra las consecuencias económicas y sociales a las cuales se enfrente.

Las medidas tomadas por las pymes de la ciudad de Concepción fueron las adecuadas para hacer frente a la pandemia y cuarentena obligatoria, mostraron la capacidad rápida de adaptarse para salir a flote utilizando todas aquellas herramientas actuales con las cuales contaban, la transformación a aquellas actividades esenciales como primer objetivo para poder abrir sus negocios fueron las adecuadas para poder subsistir.

Por otro lado es cuestionable las medidas de aplicar la cuarentena por un periodo demasiado extenso que utilizo el gobierno nacional con el fin de contener la expansión del virus pero creando aún más un perjuicio económico sobre todas las empresas de nuestro país.

Esto significa que las medidas tendrían que haber sido pensadas desde el punto de vista de la salud, por supuesto, pero también considerando la parte económica ya que es el sostén de muchas familias a lo largo de todo nuestro país, teniendo en cuenta que la situación económica de Argentina viene siendo golpeada durante mucho tiempo a través de los años y de los diferentes gobiernos que pasaron tomando cada uno de ellos medidas económicas que fracasaron.

Unas de las herramientas más utilizadas por las empresas fueron las redes sociales, que se convirtieron en una especie de salvavidas para poder llegar a sus clientes y exhibir sus productos, como la pyme entrevistada que utilizó el perfil de su gimnasio en la red social Instagram que tenía una gran llegada a sus clientes y así poder mostrar sus prendas deportivas, las cuales pudieron ser vendidas gracias a difusión y fácil acceso que brinda de la red social. También se destacó el uso de la red social Facebook, ya que aquí es una red que posee la gente más adulta y por su interfaz suele

ser más amable para su manejo. Además cabe destacar que las empresas tomaron una gran cantidad de medidas para hacer frente al funcionamiento de sus negocios, como:

- Contar con alcohol en gel en la entrada de sus negocios.
- Reducir la capacidad de sus locales hasta un 30% de su capacidad normal.
- Distanciamiento entre personas por más de 2 metros.
- Prohibir el ingreso de clientes que no utilicen barbijos o no cumplan con las medidas de distanciamiento social.
- El envío a domicilio de sus productos o la implementación del take away.
- También realizaron campañas de concientización mediante la exhibición de carteles públicos en sus locales.

Es por lo antes expuestos que podemos concluir aceptando las hipótesis de nuestro trabajo de investigación que manifiesta lo siguiente:

“Las manera de reinventarse utilizadas con las pymes de las ciudad de Concepción durante la pandemia COVID 19, fueron las adecuadas para mantener sus negocios en pie y así poder subsistir.”

Índice Bibliográfico

Los libros, artículos, web, revistas, diarios consultados son los siguientes:

- *Aguirre, A. y Manasía. N. (2007). “El comercio electrónico y su aporte”. Frónesis. Venezuela.*
- *Alzúa, M.L y P. Gosis. “Impacto socio-económico del Covid-19 y opciones de política en Argentina” Serie de Documentos de Política Pública N6, Nueva York 2020*
- *Alzúa, M.L y P. Gosis. “Impacto socio-económico del Covid-19 y opciones de política en Argentina”, Serie de Documentos de Política Pública N6, Nueva York 2020*
- *Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica*
- *DNU 297/2020 estableció el aislamiento social, preventivo y obligatorio hasta el 31 de marzo*
- *Gran confinamiento, mayúsculas y minúsculas (en inglés). Madrid: Fundéu BBVA. 20 de abril de 2020. Consultado el 11 de junio de 2020*
- *HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto y otros. Metodología de la investigación. McGraw-Hill. (México)*
- *INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos*
- *La pobreza y la desigualdad de niñas, niños y adolescentes en la Argentina. Efectos del COVID-19, UNICEF*
- *Ministerio de Educación*
- *Myllyvirta, Lauri . Analysis: Coronavirus has temporarily reduced China's CO2 emissions by a quarte*
- *Noticias ONU (Abril, 1, 2020). «El coronavirus puede disminuir la economía mundial en casi un 1% este año.»*
- *Observatorio de la Tierra de la NASA*
- *Organización Mundial de la Salud (OMS)*
- *Organización Mundial de Sanidad Animal. Preguntas y respuestas sobre la enfermedad del coronavirus de 2019 (COVID-19)*
- *Samuelson, Robert J. (12 de marzo de 2020). «What Crash of 2020 Means». The Washington Post.*

- UNICEF, “Frente al aumento de la pobreza infantil, UNICEF llama a fortalecer la protección social. Informe en el marco de COVID-19”
- UNICEF, “Frente al aumento de la pobreza infantil, UNICEF llama a fortalecer la protección social. Informe en el marco de COVID-19”
- www.argentina.gob.ar
- www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/covid-19-asistencia-de-emergencia-al-trabajo-y-la-produccion
- www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina
- www.cadena3.com/noticia/sociedad/cuarentena-en-argentina-las--excepciones
- www.cepal.org/es/comunicados/covid-19-tendra-graves-efectos-la-economia-mundial-impactara-paises-america-latina
- www.clarin.com/economia/economia/meses-cerraron-18-546-empresas-284-821-personas-quedaron-trabajo
- www.contextotucuman.com/protesta-por-las-nuevas-restricciones-en-diferentes-lugares-delmicrocentro
- www.emprendedores.es/gestion/reinventar-tu-negocio
- www.en.unesco.org/themes/education-emergencias/coronavirus-school-closures
- www.estrategiaynegocios.net/empresas/-consejos-para-reinventar-tu-negocio-en-tiempos-dif
- www.eur-lex.europa.eu/legal-content
- www.indec.gob.ar/informesdeprensa/turismo-internacional
- www.observatoriorh.com/orh-posts/la-crisis-como-oportunidad-de-las-empresas-para-reinventarse
- www.previaje.gob.ar
- www.primerafuente.com.ar/noticias//agencias-turismo-tucumanas-reclaman-ley-emergencia
- www.tucumanturismo.gob.ar/prensa/turismo-hace-su-aporte-para-superar-la-crisis-del-covid-19
- www.visaustralia.com

Índice General

	Pag.
- Prólogo.....	1
- Introducción.....	2

Capítulo I

La Pandemia COVID-19 en el Mundo

- Surgimiento del Covid-19.....	3
- Altos niveles de transmisión.....	5
- Periodo de incubación y transmisión a partir de casos asintomáticos.....	6
- Duración de la enfermedad.....	7
- Declaración de la Pandemia.....	7
- Impacto socioeconómico de la pandemia.....	8
- Impacto financiero.....	9
- Situación del COVID-19 en América Latina.....	10
- Graves efectos sobre la economía y fuerte impacto en países de América Latina y el Caribe.....	12
- Situación del COVID-19 en Europa.....	15
- Situación del COVID-19 en Oceanía.....	16
- Impactos sociales.....	17
- Impactos en la salud.....	18
- Impacto en el medio ambiente.....	18
- Impacto en la educación.....	20

Capítulo II

El impacto del COVID-19 en Argentina

- La llegada del coronavirus a Argentina.....	22
- Efectos económicos y sociales.....	23
- Contracción económica.....	23

- Efectos de la pandemia en el empleo.....	25
- Sistema alimentario y sus implicancias.....	27
- Ingresos familiares, pobreza y costo social.....	29
- Afectación de la crisis sanitaria y socioeconómica en las poblaciones en barrios populares en Argentina.....	31
- Las respuestas provinciales al COVID-19 respecto a la educación.....	32
- Proyecciones sobre el impacto económico.....	36
- Cuarentena en Argentina: cierre de empresas.....	37
- Caída de la actividad económica.....	38
- Actividades más afectadas.....	39
- El comercio al mayor afectado.....	40
- Medidas para alivianar el impacto económico.....	42

Capítulo III

Efectos del COVID-19 en Tucumán

- Inicio de la cuarentena estricta.....	46
- Flexibilización de la cuarentena.....	47
- Actividades esenciales.....	48
- Restricciones y cuidados.....	50
- Cierre de empresas en la provincia.....	51
- Protestas para la apertura de bares y gimnasios.....	52
- Impacto sobre la actividad turística.....	53
- Protesta de las agencias de turismo.....	55
- Plan para la reactivación del turismo.....	56
- Turismo internacional.....	58

Capítulo IV

Maneras de reinventarse en época de recesión

- La crisis y la oportunidad de reinventarse.....	59
---	----

- Estrategias para reinventarse.....	60
- Convertir una amenaza en oportunidad.....	60
- Pasar de fabricante a distribuidor.....	61
- Acceder a la investigación.....	61
- De empresa de servicios a fabricante.....	62
- Ampliar el mercado físico.....	62
- Consejos para reinventar tu negocio en tiempos difíciles.....	63
- Observa y conoce nuevas posibilidades dentro de tu mercado.....	63
- Apuesta por la digitalización.....	64
- Abrazar tus fortalezas.....	64
- Aprende a tomar riesgos.....	64
- Suma y colabora con otros negocios.....	65
- Emprendimientos de Latinoamérica que se reinventaron en medio de la pandemia...	65
- La importancia del e-commerce.....	71
- Ventajas del comercio electrónico.....	72
- Creación de un sitio de e-commerce.....	73

Capítulo V

Trabajo de Campo

- Región a investigar.....	74
- Planeación preliminar.....	75
- Propósito de la investigación.....	75
- Objetivos de la investigación.....	75
- Desarrollo de la hipótesis.....	76
- Estimación del valor de la información de la investigación.....	76
- Tácticas de la investigación.....	77
- Enfoque de la investigación	77
- Plan muestreo.....	77
- Cuestionario.....	78
- Entrevista.....	80

- Análisis de la información.....	82
- Conclusión sobre la investigación.....	99
- Conclusión general.....	101
- Índice bibliográfico.....	103
- Índice general.....	105