



ISSN 2659-5494
<https://doi.org/10.51896/rilco>

INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA EN COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL

latindex Dialnet IDEAS

SOSTENIBILIDAD DE LAS TIENDITAS DE LA ESQUINA EN LA ZONA NORTE, EN TOLUCA, EN LA PANDEMIA COVID-19, 2021

Bertha Luz Martínez Hernández¹

Susana Vilchis Camacho²

Dulce Karina Mendieta Díaz³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Bertha Luz Martínez Hernández, Susana Vilchis Camacho, Dulce Karina Mendieta Díaz (2022): "Sostenibilidad de las tienditas de la esquina en la zona norte, en Toluca, en la pandemia COVID-19, 2021", Revista de Investigación latinoamericana en competitividad organizacional RILCO, n.13 (p.p. 74-82, febrero 2022). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/rilco/13-febrero22/toluca>

RESUMEN

La pandemia Covid -19 desde su inicio en febrero de 2019 ha mostrado efectos catastróficos para muchos sectores, entre ellos; las tienditas de la esquina que se han visto afectadas económicamente por la COVID 19, la sostenibilidad de estas se pone en duda y requiere la reactivación inmediata mediante apoyos económicos o la creación de programas de apoyo para sacar adelante a este sector importante económicamente para nuestro país, influyendo en la población a consumir los productos de estos pequeños negocios que requieren de un gran esfuerzo y dedicación y que representan la forma de vida para muchas familias, que no tienen la forma de emplearse en las medianas y grandes empresas, es importante que estos pequeños empresarios se integren a los programas de emprendimiento por parte del gobierno estatal y de esta forma permitir la sostenibilidad de los negocios de la colonia. La identificación de los productos que más se consumen y los que no presentan una venta frecuente en este tipo de negocio, es de suma importancia para la sobrevivencia de las tienditas de la esquina.

Palabras clave: Sostenibilidad, tienditas de la esquina, pandemia Covid -19.

¹ Doctora en ciencias de la educación, Universidad Autónoma del Estado de México. berthalux@hotmail.com

² Maestra en Administración, Universidad Autónoma del Estado de México, fcadifucultural@gmail.com

³ Dra. En Administración, Universidad dulcemendieta@gmail.com

SUSTAINABILITY OF THE CORNER SHOPS IN THE NORTH ZONE, IN TOLUCA, IN THE COVID-19 PANDEMIC, 2021

ABSTRACT

The Covid -19 pandemic since its inception in February 2019 has shown catastrophic effects for many sectors, including; the corner stores that have been economically affected by COVID 19, their sustainability is questioned and requires immediate reactivation through economic support or the creation of support programs to move forward this economically important sector for our country , influencing the population to consume the products of these small businesses that require great effort and dedication and that represent the way of life for many families, who do not have the way to be employed in medium and large companies, it is important that these small entrepreneurs join the entrepreneurship programs by the state government and in this way allow the sustainability of the businesses of the colony. Identifying the products that are most consumed and those that are not frequently sold in this type of business is of utmost importance for the survival of the corner stores.

Keywords: Sustainability, corner stores, Covid -19 pandemic

INTRODUCCIÓN

La sostenibilidad, la podemos entender como la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social. El desarrollo sostenible, es considerado como el crecimiento que mantiene ese delicado equilibrio hoy, sin poner en peligro los recursos del mañana. Otro enfoque de la sostenibilidad es la social, que trata de integrar a la población y la permanencia de la misma La sostenibilidad genera la posibilidad de desarrollarse y permanecer a largo plazo

Las microempresas en México representan una parte importante de la economía del país en términos de generación de empleo y desarrollo sostenible. El deseo de generar independencia en el ámbito empresarial conlleva a que los profesionales con ideas innovadoras se concentren en crear nuevas microempresas. Dichas organizaciones estimulan la economía mexicana y tienen gran responsabilidad social al desarrollar empleos y servicios. Los microempresarios cuentan con el apoyo de instituciones nacionales y estatales, que, con programas económicos, estudios y capacitación identifican sus debilidades y fortalezas para llevarlas a tener una mayor expectativa de perdurabilidad empresarial.

Las microempresas tienen una tendencia muy fuerte a desaparecer en un corto tiempo de haberse establecido, de cerrar y quedar en el olvido, para el país representan un porcentaje muy grande de este tipo de empresas podríamos decir que mueven la economía nacional. Sin embargo, por la falta de conocimiento en cuanto al emprendimiento de negocios, por falta de capital, por la variación de la economía y porque no soportan períodos largos de crisis.

El Estado de México cuenta con 534,838 establecimientos, 12.8% del total del país según el directorio estadístico nacional de Unidades Económicas DENUE (INEGI) Toluca concentra el mayor porcentaje de producción en la entidad.

En febrero del año 2019 nuestro país, así como el mundo entero, se vio afectado por una pandemia llamada Covit -19 la cual ha tenido efectos catastróficos, en la población mexicana, provocando la necesidad de adaptarse a los cambios que se requieren para poder conservar la salud. Por tal motivo las empresas grandes, pequeñas y microempresas, se ven en la necesidad de proteger la salud de sus trabajadores, el gobierno toma medidas urgentes e invita a los pobladores a quedarse en casa, saliendo únicamente a realizar las compras de primera necesidad y estableciendo estrategias para llevar a cabo estas actividades.

En lo que concierne al Estado de México, específicamente, la ciudad de Toluca; por los medios de comunicación (La Radio) promovieron una campaña de apoyo a las tienditas de la esquina (tiendas de barrio) para que se acuda a realizar las compras en este tipo de negocios para que no se vean afectadas y sobre vivan a esta pandemia.

Por tal motivo este trabajo tiene como objetivo realizar un sondeo a 15 tienditas de la esquina ya establecidas antes de la pandemia e identificar los factores que afectaron o beneficiaron su negocio, las estrategias adoptadas para su sostenibilidad y los productos que más se consumieron, los que no se consumieron y si están dispuestos a invertir más capital.

METODOLOGÍA O MÉTODO

En la presente investigación se llevó a cabo un sondeo a 15 tienditas de la esquina con la finalidad de identificar las posibles causas del problema de la pandemia Covit 19; el propósito de este trabajo tiene como objetivo realizar un sondeo de opinión a 15 tienditas de la esquina del sector comercio ya establecidas antes de la pandemia e identificar los factores que afectaron o beneficiaron su negocio, las estrategias adoptadas para su sostenibilidad y los productos que más se consumieron y los que no se consumieron, para luego poder elaborar un diagnóstico de los factores más relevantes del porqué de su fracaso, puesto que las unidades económicas que se estudiaron demostraron ser importantes para la economía de la región.

RESULTADOS

La identificación de los productos que más se consumen y los que no presentaron una venta frecuente en la tiendita de la esquina, en la colonia Santiago Miltepec en la zona norte de Toluca.

¿Qué factores influyeron en el cierre y en su caso las que se sostuvieron, tienditas de la esquina del sector comercio? (misceláneas, lonjas mercantiles)

DISCUSIÓN

Para Pablo Orellana Nirian (03 de agosto, 2020) sostenibilidad empresarial, son todos aquellos esfuerzos que una empresa realiza para sostener su actividad económica, considerando factores sociales y ambientales, realizando su gestión, con acciones responsables respecto a los recursos.

Para Idalberto Chiavenato 2017, Sostenibilidad se refiere a la capacidad de permanecer y sustentar o soportar las condiciones desfavorables durante determinado tiempo. Y realiza una clasificación de la sostenibilidad como: sostenibilidad financiera significa que las organizaciones tienen la garantía de su futuro económico y financiero, sostenibilidad social aquí la organización se encuentra segura de mantenerse viva ante la sociedad, sostenibilidad ecológica, las organizaciones deben respetar y hacer buen uso de los recursos naturales.

Dicho de otra forma, es hacer uso eficiente de los recursos sin perjudicar el ambiente y la sociedad.

Aspectos que los microempresarios deben realizar para que su negocio sea sostenible:

- “Generar buenas prácticas de trabajo para el bienestar de los colaboradores y la maximización productiva de la empresa.
- Realizar evaluación de la gestión de los recursos financieros.
- Evaluar el consumo de insumos derivados del medioambiente, como energía eléctrica, agua, gas, papel y otros.
- Tratar responsablemente los residuos, para que se utilicen al máximo los elementos que tengan las condiciones para hacerlo”.
- Sin duda el primer principio de una empresa es generar rentabilidad suficiente para seguir en funcionamiento. De lo contrario, terminará cerrando.
- Sin embargo, existen diversos mecanismos para hacerlo y siempre estará la posibilidad de generar esta riqueza siendo responsable con el medioambiente y la sociedad, y la posibilidad de no hacerlo, dejando de lado estos aspectos y tener como único objetivo el enriquecimiento a cualquier costo.
- La primera alternativa es la más compleja para las microempresas y es por eso que no todas logran desarrollar una actividad empresarial sostenible” Pablo Orellana Nirian (03 de agosto, 2020)

Como podemos observar, desarrollar una actividad comercial sostenible no es labor fácil. Requiere de mucho esfuerzo, contar con competencia nata en la gestión de recursos, y una visión amplia del entorno en el cual se desenvuelve.

Tienditas de la esquina

Por tienda de la esquina, se entiende al comercio que se encuentra en la colonia donde vivimos y es atendido normalmente por el propietario y los integrantes de la familia, que se encuentran detrás de un mostrador, en el cual el cliente no tiene los productos a su alcance y sus productos que vende no se consumen dentro del negocio. Para este tipo de negocios es de suma importancia tener en existencia los productos que más compra la gente de la colonia.

Los productos que se venden regularmente en estas tienditas son: Huevos, leche, café, frijoles arroz, pan, aceite para guisar, dulces, refrescos, jugos, agua embotellada, galletas, jabón en polvo, en barra, productos de limpieza para la casa, pañales de bebé, yogures, jamón, queso, salchichas, botanas, escobas, productos enlatados como, chiles, verduras, frijoles, caldo de pollo, cerveza.

A diferencia de las lonjas Mercantiles que incluye venta de licores para consumir fuera del local.

La pandemia Covid 19, ocasiona que las tienditas de la esquina integren en sus negocios productos como: cubre bocas, jergas, gel anti-bacterias y en espray, guantes; además de acondicionar su negocio con cortinas de plástico para protegerse del Covid 19. También se caracterizan por vender fiado aun cuando el dependiente se resista a fiar, esta forma de venta representa parte importante de sus ingresos de igual forma, se tiene que abrir de manera puntual de tal forma que este disponible siempre que el cliente requiera algún producto.

Pandemia covid-19

Desde el primer comunicado de la OIT, la pandemia ocasionada por el COVID-19 se ha acelerado aún más en términos de intensidad y ampliación de su alcance a nivel mundial. Las medidas de paralización total o parcial ya afectan a casi 2700 millones de trabajadores, es decir: a alrededor del 81 por ciento de la fuerza de trabajo mundial.

La crisis sanitaria por la covid19 nos presenta atmosferas económicas muy complicadas que requieren ser entendidas por las microempresas en estudio como son las tienditas de la esquina y las lonjas mercantiles que de una forma o de otra han sobrevivido a este mal momento y diseñar estrategias que ayuden a la recuperación de las afectaciones que durante la pandemia sufrió su pequeña tiendita.

A un cuando en términos económicos podemos pensar que la recuperación es irreversible es importante que los microempresarios vean con optimismo para que esta situación no perjudique. Se recomienda desarrollar estrategias a corto plazo y fortalecer su servicio a la población.

La Pandemia Covid- 19 muestra consecuencias severas desde, la pérdida de empleos por lo que el ingreso familiar disminuyo el consumo en las tienditas de la esquina se vio afectado. Aun cuando algunas tienditas se sostienen algunas no pudieron recuperarse y cerraron, también la apertura de nuevas tienditas que fueron abiertas por aquellas personas que perdieron su trabajo y apostaron con su liquidación e invertir su capital.

En la situación actual, las empresas de diversos sectores económicos, en especial las empresas más pequeñas, se enfrentan a pérdidas catastróficas que amenazan su funcionamiento y solvencia, y millones de trabajadores están expuestos a la pérdida de ingresos y al despido. Las consecuencias para las actividades generadoras de ingresos son especialmente graves para aquellos trabajadores de la economía informal que carecen de protección. Observatorio de la OIT (7 abril de 2020)

Los gobiernos de todo el mundo lleven a cabo acciones para fortalecer a las pymes Naciones Unidas, por su parte, recomendó a todos los actores asegurar la supervivencia y el funcionamiento de las pequeñas empresas para garantizar la producción y el acceso a bienes y servicios esenciales.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para la realización de esta investigación se llevó a cabo sondeo a 15 tienditas de la esquina del sector de comercio de la ciudad de Toluca, específicamente en la colonia de Santiago Miltepec para conocer sus inquietudes sobre el comportamiento económico que se presentó por la pandemia Covid -19 ; para ello se realizó un recorrido por la colonia identificando un número de 26 tienditas, entre ellas de giro misceláneas y lonjas mercantiles se les pidió nos diera respuesta a un cuestionario con fines de una investigación, que nos indicara el comportamiento de cada una de ellas y tener una perspectiva de su comportamiento en la pandemia Covit-19, a lo cual sólo 15 de ellas accedieron a dar respuesta.

Las personas que respondieron al cuestionario fueron todos los dueños del negocio, algunos de ellos solicitaron no se publicara el nombre de su negocio.

Una vez que se llevó a cabo el sondeo y que nos fueron entregadas las respuestas de los microempresarios nos fue posible identificar el comportamiento de estas, frente a la pandemia Covit-19.

Pregunta 1: ¿en este momento ha realizado algún estudio respecto al comportamiento en cuanto a ventas durante la pandemia?

El 91% mencionaron que no y el 9% dijeron que si, es importante mencionar que el dueño de la lonja mercantil que dijo que si, tiene la profesión de contador.

Pregunta 2: ¿Cuentos empleados tiene en su negocio?

El 92% de las tienditas encuestadas manifestaron no contar con empleados, pues el negocio es atendido por su propietario y por los miembros de la familia. El 8% restante cabe hacer mención que fueron las lonjas mercantiles dijeron tener dos empleados, antes de la pandemia pero que actualmente solo es atendida por los miembros de la familia (los de menor riesgo de contraer Covit-19).

Pregunta 3: ¿qué productos vendieron más en tiempo de pandemia?

El 82 % de los encuetados manifestaron que lo que más vendieron en pandemia fueron, el huevo la leche, frijoles y por lo que respecta a productos de limpieza el cloro, las jergas, cloro, jabón en polvo

El otro 18% restante no hacen mención de los productos y manifiestan que sus ventas disminuyeron, pero no vieron en algún producto mayor demanda; cabe mencionar que dentro de estos están los negocios que no implementaron estrategias.

Pregunta 4: que estrategias implemento en su negocio durante la pandemia.

El 75% de los encuestados mencionaron que la venta de cubre bocas, Gel antivascular, implementaron el llevar los productos hasta su casa, cambiaron de posición sus tienditas de tal forma que los clientes no entraran y que no tuvieran desconfianza de comprar sus productos.

Como medidas de protección implementaron cortinas de plástico, desinfectar el dinero, personalmente los propietarios usaron cubre bocas y guantes.

El 25% restante dijeron que no implementaron estrategias en sus negocios.

Pregunta 5. ¿Invertiría más capital en su tiendita?

Nombre de la tiendita de la esquina	SI	NO
Miscelánea Gloria	–	X
Miscelánea la güera	X	
Miscelánea Estrada	X	
Miscelánea el pozo	X	
Miscelánea del rio	X	
Miscelánea		X
Miscelánea		X
Miscelánea		X
Miscelánea		X
Miscelánea		X
Lonja mercantil la Tía	X	
Lonja mercantil López	X	
Lonja mercantil 1	-	-
Lonja mercantil 2	-	-
Lonja mercantil Rosi	X	-

En el cuadro que a continuación se muestra el 35% de los encuestados contestaron que No el 45% mencionaron que si el 20% prefirieron no dar respuesta a la pregunta.

Es importante mencionar que los nombres fueron proporcionados por los dueños de las tiendas. Pues no los tienen a la vista.

Pregunta 6: ¿qué productos de su tienda no tuvieron demanda en tiempos de pandemia?

El 75% de productos menos vendidos fueron los Yogurts, la cerveza, los vinos y licores, los dulces y las botanas.

El 25% restante manifestaron que sus ventas disminuyeron, pero los productos se movieron en bajo nivel.

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

- El impacto sufrido en las tienditas de la esquina ha sido el menor ya que no sufren pérdidas significativas.
- Las tienditas muestran baja en sus ventas lo que muestra la disminución de sus ingresos sin embargo se encuentran optimistas de superar esta mala racha.
- Se observa que fueron pocos los productos que mostraron una baja en sus ventas.
- Para que una microempresa siga siendo rentable, tendrá que lograr la fidelidad de sus clientes, dando un buen servicio y ofrecer los artículos adecuados y necesarios en cualquier momento por difícil que este sea, cuidando con esto el medioambiente, y lograr la sostenibilidad.
- Adoptar nuevas estrategias de mercado y comercializar sus productos con las nuevas necesidades.
- los gobiernos
- Como podemos observar los negocios encuestados son administrados por sus propietarios o por los integrantes de la familia, y algunos de ellos no tienen la secundaria terminada.
- Se recomienda que los dueños de las tienditas formen alianzas estratégicas con otros dueños de tienditas.
- Se recomienda a los dueños de las tienditas, identificar sus fortalezas y apoyarse en ellas para fortalecer su economía.

REFERENCIAS

CEOE (2020). Estrategia Europea para la Recuperación de la crisis del COVID-19.

https://contenidos.ceoe.es/CEOE/var/pool/pdf/publications_docs-file-794-estrategia-espana-para-larecuperacion-de-la-tesis-del-covid-19.pdf

Chiavenato Idalberto. (2017). Comportamiento organizacional la dinámica del éxito en las organizaciones, tercera edición, Mc Graw Hill.

FMI (2020). Confronting the Crisis: Priorities for the Global Economy.

<https://www.imf.org/en/News/Articles/2020/04/07/sp040920-SMs2020-Curtain-Raiser>

<https://business-intelligence.grupobit.net/blog/radiografia-de-una-tienda-de-barrio>

<https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2020/06/Guía>

OCDE (2020). Coronavirus: SME policy responses. https://oecd.dam-broadcast.com/pm_7379_119_119680-di6h3qgi4x.pdf

5. ITC (2020) Supporting small businesses through the COVID-19 crisis and towards the future. Anexos (si fuese el caso)

[tp://www.intracen.org/uploadedFiles/15point.pdf](http://www.intracen.org/uploadedFiles/15point.pdf)

OIT (2020), Observatorio de la OIT: El COVID-19 y el mundo del trabajo. Cuarta edición.

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_743154.pdf

Pablo Orellana Nirian (03 de agosto, 2020).

Sostenibilidad empresarial. Economipedia.com

<https://economipedia.com/definiciones/sostenibilidad-empresarial.html>

Pymes y Covid-19 hacia una recuperación sostenible