

La transformación de las necesidades económicas en pandemia

F forbes.com.mx/red-forbes-la-transformacion-de-las-necesidades-economicas-en-pandemia

Alberto Mondelli

febrero 25, 2021 @ 6:30 am



Aquella o aquel que estaba acostumbrado a comprar zapatos para trabajar, antes de la emergencia sanitaria, los ha cambiado, quizá, por un par de pantuflas o un calentador eléctrico debido al trabajo en casa.

Quien acostumbraba a guardar para la propina al ir a comer en un negocio de su colonia, lo da ahora al repartidor. Muchos utilizan el dinero que usaban para el taxi o el transporte diario, para contratar un paquete de internet un poco más rápido.

La pandemia obligó a modificar nuestras finanzas. Por supuesto, se reconoce que la crisis sanitaria y económica mundial ha afectado los empleos de varias industrias, sin embargo, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) la tasa de empleo en México se mantuvo en 61.6% por tercer trimestre consecutivo.

En esta semana hubo una nota que llamó la atención: mientras las ventas de zapatos de tacón cayeron, las de sandalias crecieron 55%. Claro que las prioridades de las y los compradores cambiaron. Eso pudo haber afectado a algunas marcas, pero no a toda la industria zapatera.

Eso nos hace cuestionarnos. Constantemente, en las noticias de economía vemos como destacadas las caídas de ciertas industrias. Con mucho menor frecuencia sabemos de quienes han sido beneficiados, de alguna manera, de los cambios en las necesidades de los

consumidores debido al confinamiento.

Síguenos en Google Noticias para mantenerte siempre informado

¿Cuántas grandes, pequeñas y medianas empresas pudieron mantenerse o incluso crecer en este momento desafiante? Los grandes de televisión por streaming, por ejemplo Netflix o Disney. La venta de dispositivos móviles, computadoras, servicios de telefonía y de internet, también han incrementado sus ventas. Apple tuvo un alza de 46% en este año de pandemia.

Pensemos en los negocios de la zona en donde vivimos: la persona que hacen comida y entregan a domicilio, quien teje suéteres, la comerciante del mercado que vende plantas o quien arregla las computadoras en el barrio. A ellas y ellos hay que apoyarles. El consumo local no se detiene, se ha transformado.

Nuestra contribución como sociedad es apoyarlo en la medida de lo posible para que el dinamismo de la economía continúe. Eso es lo que fomentamos día a día en el Consejo Ciudadano para la Seguridad y Justicia de la Ciudad de México, de la mano con mensajes de prevención. Nos adherimos al mensaje de la Jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum: reactivemos, sin arriesgarnos.

Sigue la información sobre los negocios y la actualidad en Forbes México

Es cierto que muchos negocios han sido afectados por la pandemia. Hasta hoy se mantienen cerrados: museos, centros de entretenimiento, bares, oficinas entre otros. Apoyemos, por ahora, aquellos comercios que el semáforo naranja permite.

A la par, veamos las posibilidades de crecimiento y adaptación de la economía, para comprar, invertir o construir un patrimonio. Con inteligencia, planeación y solidaridad, juntos salimos de ésta.