

# Entrega a domicilio y promociones, las acciones de empresas mexicanas ante la pandemia

Durante abril del 2020, 60.2% de los negocios del País instrumentaron acciones operativas para paliar el impacto económico del Covid-19, mientras que 39.8% empresas no lo hicieron.

**Casi dos terceras partes de las empresas nacionales tuvieron una reacción extraordinaria ante las medidas de distanciamiento social** que modificaron la dinámica económica mexicana, según reporta el Inegi en la encuesta [“Impacto del Covid-19 en la actividad económica y el mercado laboral”](#) que además detalla las acciones operativas implementadas que fueron:

45% pedidos a domicilio

33.8% promociones especiales

32.6% trabajo en casa

29.6% ventas por internet

19.9% crédito o financiamiento de emergencia

8.5% ofertar nuevos productos o servicios

Estas medidas son un referente de las decisiones que las empresas debieron tomar para mantenerse a flote durante el confinamiento, pero también reflejan que **apenas una tercera parte tomó alguna medida encaminada a aprovechar las nuevas oportunidades que dejará el nuevo panorama económico** como: trabajo en casa, ventas por internet u ofrecer nuevos

productos o servicios.

Expertos señalan que las empresas con mejores rendimientos económicos serán las que entiendan la evolución en las necesidades y expectativas de sus clientes, además, tomen decisiones ágiles y certeras al respecto.

La encuesta también detalla que del **88.6% de empresas que sí implementaron medidas sanitarias**, dijeron que las acciones que instrumentaron fueron elementos de protección personal, tareas de desinfección, medidas sanitarias entre clientes y proveedores, control de acceso a instalaciones, campaña de información o prevención y motivar comunicación virtual.

La captación de la información se llevó a cabo del 7 de mayo al 12 de junio de 2020, con un tamaño de muestra de 4,920 empresas grandes y MIPyMES.