

INFORME DEL ESTADO MUNDIAL DE PEQUEÑAS EMPRESAS

¿Cómo han sido impactadas las pequeñas empresas en México?

La Encuesta sobre el Futuro Empresarial es una colaboración entre Facebook, el Banco Mundial y la OCDE para prospectar a las PyMEs en Facebook a nivel mundial cada dos años. Durante los siguientes seis meses, las PyMEs en más de 50 países y regiones serán encuestadas mensualmente con respecto a sus operaciones de negocios en el contexto del COVID-19 para capturar los impactos de la pandemia en sus finanzas y retos, así como los ajustes que se están implementando en respuesta a la crisis. El objetivo de esta investigación es amplificar la voz de las pequeñas empresas y evaluar cómo está cambiando su situación.



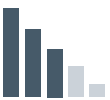
El 53%

de las PyMEs en Facebook cuyas propietarias son mujeres (comparadas con **68%** de las PyMEs que son propiedad de hombres) son operacionales o están involucradas en alguna actividad que genera ingresos



El 30%

de las PyMEs operacionales en Facebook esperan que su flujo de efectivo sea un **reto** en los siguientes meses



El 66%

de las PyMEs operacionales en Facebook reportan que sus ventas este año son **menores** que las del último año



El 57%

de las PyMEs operacionales en Facebook reportan que un **25% o más** de sus ventas fueron realizadas digitalmente el mes pasado



El 34%

de las PyMEs operacionales en Facebook han **reducido** el número de empleados/trabajadores como resultado de la pandemia del COVID-19



El 58%

de las PyMEs operacionales en Facebook se sienten **optimistas** acerca del futuro de sus negocios

La primera ronda de la Encuesta sobre el Futuro Empresarial entre propietarios y empleados se llevó a cabo en la plataforma de Facebook entre el 28 y el 31 de mayo de 2020, con al menos 267 encuestados en México. Para calificar para el muestreo, el requisito fue que los encuestados fueran administradores de una página comercial activa en Facebook. Las estadísticas son informadas para aquellos que son propietarios o administran una PyME. A los encuestados se les preguntó su opinión y experiencias acerca de los impactos del COVID en las operaciones del negocio. Se extendió invitación a los encuestados para responder la encuesta dentro de la app de Facebook, con participación completamente opcional y sin ningún tipo de remuneración. Para mayores detalles sobre la metodología y la toma de muestras, visita: dataforgood.fb.com/global-state-of-smb

Un sueño en plata que inició un emprendimiento de joyería



📍 PUEBLA, MÉXICO

Pisanli

Facebook: /pisanlimexico

Instagram: @pisanlimexico

“

Facebook e Instagram son la vía efectiva para que los clientes conozcan un producto y lo adquieran.

— Ayari Del Villar Garcia

100%

del contacto y conocimiento de su marca es mediante Facebook e Instagram.

80%

de sus ventas ahora proviene de Instagram

20%

de sus ventas ahora proviene de Facebook

Ayari es mercadóloga con Maestría en administración de negocios, y siempre trató de hacer algo que capturara su imaginación. En 2013 encontró a una maestra joyera que le enseñó varias técnicas artesanales que aprovechan los materiales mexicanos.

Con todo ese conocimiento decidió crear su propia marca, inspirada en la diversidad de México. Ella comenzó haciendo todo sola, desde la fundición de plata, el diseño de piezas, la interacción con los clientes e incluso la administración de su perfil de Facebook e Instagram, pero hacerlo así le enseñó a conocer a sus clientes.

El COVID-19 evitó que Ayari vendiera físicamente y sus ingresos cayeron casi un 20% en marzo comparado con el mes anterior. Para enfrentar este desafío se enfocó en el administrador de anuncios, historias en Facebook e Instagram y publicaciones constantes en Facebook.

En mayo, Pisanli aparte de recuperar sus ventas, las aumentó hasta en un 40% comparado con el mismo mes del año pasado, y este incremento se mantiene en abril y junio en comparación a años pasados. Gran parte de este logro se debió al alcance generado por la publicidad y la segmentación.