

FIESTAS PATRIAS 2020: LA CELEBRACIÓN QUE NO SUCUMBE ANTE EL COVID-19



04. EL CHILE EN NOGADA,

La tradición que se adapta a la crisis. Del campo a la mesa, la cadena de producción del platillo ha tenido que reinventarse frente al golpe de la pandemia.

22. SEPTIEMBRE, LA PRIMERA 'LUZ AL FINAL DEL TUNEL' PARA EL TURISMO MEXICANO

La economía ha comenzado a reactivarse y con ello el sector turístico bajo la orden de no sobrepasar el 30% de ocupación.

14. LA PANDEMIA 'AÍSLA' LAS VENTAS DEL GRITO

Con restricciones al turismo y al comercio, los pequeños negocios tienen expectativas muy pesimistas para este 15 de Septiembre.

20. EL GRITO DE LOS MARIACHIS

Los músicos ya no cantan "México lindo y querido". Cuando tienen trabajo se dedican a entonar "Las golondrinas" con las familias que lloran una pérdida.

11. 15 DE SEPTIEMBRE

La forma en la que los mexicanos decidan celebrar las fiestas patrias será determinante para la llegada de una segunda ola de contagios de covid-19.

18. LOS MARIACHIS CALLARON POR EL CORONAVIRUS PERO ESTÁN LISTOS PARA VOLVER



•EDITORIAL

Gabriela Jiménez
Editora en Jefe

Adriana Rodríguez
Coordinadora web

Alma Sánchez
Editora web

Juan García
Reportero

Rocío Melgoza
Redactora

Erik López
Community Manager

Jorge Cortés
Redactor

•COMERCIAL

Miguel Mares
Director de Marca

Mariana Guillén
Gerente de Marca

Jonathan Maristany
Brand Marketing Specialist

•DISEÑO

David Larios
Producción de Contenidos
Digitales

•CORPORATIVO

Raúl Beyruti Sánchez
Presidente Corporativo

Armando Piedra
Director Contable y Finanzas

Daniel Caro
Gerente Contable

Economíahoy.mx





CAPITAL
FINANCIERA

INVIERTE EN EUA

y obtén tu visa de
inversionista
para ti y tu familia

MÁS INFORMACIÓN



EL CHILE EN NOGADA, LA TRADICIÓN QUE SE ADAPTA A LA CRISIS

Por Rocío Melgoza

Del campo a la mesa, la cadena de producción del platillo ha tenido que reinventarse frente al golpe de la pandemia.

El Chile en Nogada es un platillo tradicional que no puede faltar en las celebraciones de septiembre con motivo de las fiestas patrias. Originario de Puebla, este postre que logró volverse un platillo principal de la comida mexicana, también sufrió los estragos de la contingencia sanitaria por el covid-19.

Los municipios de Texmelucan, Santiago Miahuatlán y Calpan, en Puebla, son los principales productores de chile poblano, que al año generan en 320 hectáreas alrededor de 3,006 toneladas, con un valor de 33.92 millones de pesos.

“LA MAYORÍA DE LOS POBLANOS Y YO CREO QUE LA MAYORÍA DE LOS MEXICANOS SOMOS MUY AGUERRIDOS, PORQUE LO INTENTAMOS, NO SALE Y LO VOLVEMOS A INTENTAR, LA GENTE AQUÍ ESTÁ BATALLANDO”

Luis Alberto Bermeo, productor de chile poblano criollo en Calpan, Puebla

Sin embargo, este año, los productores de chile poblano esperan que, si bien les va, en la temporada solo venderán alrededor del 30%.



Rescate del chile poblano criollo

En entrevista para EconomíaHoy, Luis Alberto Bermeo Cruz, integrante del grupo Chichiltoton Kokoq (chilito picoso en náhuatl) explicó que congregan desde hace tres años a emprendedores productores de chile poblano criollo que buscan rescatar la producción ancestral de ésta hortaliza que mantiene una batalla contra la producción de chile poblano híbrido y la importación de China.

“Buscamos rescatar la semilla de la zona Izta-Popo, nuestra identidad se ha hecho a un lado y somos un grupo de productores de Calpan que buscamos levantar ésta producción que ha sido la de antaño, y la que hasta el momento es la base original de nuestro platillo barroco por excelencia, nuestro chile en nogada”.



La Secretaría de Desarrollo Rural de Puebla anunció este 2020 que buscará obtener la denominación de origen del chile poblano criollo para el rescate de cultivos originarios y la tradición agrícola en la entidad y así impactar positivamente el desarrollo de comunidades, especialmente en zonas de alta y muy alta marginación, reconociendo la labor en el campo y la transformación de productos de los pueblos originarios.

“Somos un grupo que desarrolla la producción de manera horizontal, es decir, seleccionamos las semillas y las hacemos crecer en charolas y luego se llevan a trasplantar, es un proceso que lleva nueve meses, todo comienza en diciembre”, señala Luis Alberto Bermeo.

El ciclo 2020, dijo Bermeo, fue diferente al del año pasado, pues poco antes de septiembre ya no tenían más chile poblano criollo que vender, por lo que decidieron desfasar la producción, una parte en diciembre y otra en enero, para poder tener picante en julio y prolongar tener hasta septiembre.

“Éste es un chile de temporada, y el primer ciclo que hicimos no nos dimos abasto porque llegamos a septiembre y ya no teníamos, pero ahora con el covid-19 nos vino a descomponer todo”, expresó el productor.

Además, dice, no sólo ellos se vieron afectados, también los productores de fruta como pera, manzana, granada, durazno y de nuez de castilla, insumos esenciales para la elaboración del chile en nogada, ya no vendieron igual y abarataron sus precios o terminaron regalando su producto.



Fotos: Chichiltoton Kokoq



En su caso, explica, buscaron otras alternativas como alianzas con la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados (Canirac) y adelantar un proyecto que ya venían impulsando con anterioridad, que consiste en el envasado al vacío del chile poblano ya listo para guisar. “ De lo malo tomamos lo mejor”.

El chile poblano al secarse se convierte en chile mulato, base para el tradicional mole poblano, pero además, dice Alberto, buscan aliados para transformarlo en una base para coctelería.

Para Luis Alberto, la pandemia del covid-19 ayudó para que la gente se diera cuenta cuál es la labor que se lleva a cabo en el campo para que los productos como el chile poblano lleguen a sus mesas. Ahora ellos tienen la labor de impulsar que la gente sepa diferenciar entre un chile poblano criollo, originario a uno híbrido o de producción china.



¿CUÁLES SON LAS DIFERENCIAS?



Chile poblano híbrido	Chile poblano criollo
-Varían tamaños.	-Es más pequeño.
-Es fácil de limpiar ya que su piel es más delgada.	-La piel es dura, tarda más en quemarse cuando se realiza proceso para limpiarlo.
-Al frotarlo o cortarlo suelta un olor característico.	-No tiene aroma picante.
-Es blando y fácil de manejar paracañado.	-Suelta agua y al rellenarlo no tiene estabilidad.

NO HABRÁ RECUPERACIÓN



Luis Alberto es enfático al señalar que el chile en nogada es un postre que se convirtió en un platillo ideado por las Monjas Clarisas, ya que hace 200 años adecuaron un postre español.

“Los españoles ya elaboraban una especie de chiles en nogada pero con colores característicos de su bandera, entonces, las monjas recibieron la instrucción de hacer un postre pero que cumpliera con los colores verde, blanco y rojo, de la Bandera Trigarante por lo que agregaron una decoración con frutas locales y el picante que las monjitas escogieron, fue el más suave que tuvieron a la mano en aquel momento”.

A pesar de lo apreciado que es el platillo, Luis Alberto señala que el insumo principal, el chile poblano criollo no se venderá igual por la contingencia del covid-19 y estima pérdidas de hasta 70%.

“No nos agüitamos, sabemos que hemos invertido una buena lana, sabemos que esto se va a prolongar y el covid-19 nos va a dejar rezagados de dos a tres años y para mucha gente será difícil salir adelante. Nosotros como grupo productivo estamos viendo la manera de vender incluso en mercados orgánicos”.

Por otro lado, también indica que en ésta temporada los que se llevan la mayor tajada con los restauranteros, porque venden un chile en nogada hasta en 250 pesos y pagan al productor primario solo 15 o 20 pesos por kilo de chile híbrido, mientras que un chile criollo que tiene otra calidad, sabor y mayor tamaño llegan a costar hasta 34 pesos por pieza, un valor que no están dispuestos a pagar.

“¿Crees que es justo? Muchos restauranteros no quieren pagar el verdadero valor, le sacan bastante ganancia, están muy disparados los precios, pero sí debemos ser razonables de cómo venderlo y que realmente se ayude a la economía local y afortunadamente si hay restauranteros que si están de acuerdo con nosotros”.

En medio, están los corredores que compran directo a productores y también regatean su valor.



Nuevas Posibilidades

En 2003 Calpan, al ser una entidad de actividad campesina y no existir empleo suficiente, organizó la primera feria del Chile en Nogada para que las familias productoras de chile poblano se beneficiaran.

Por lo anterior, desde hace 17 años se lleva a cabo una tradicional feria en la que productores y familias de la zona venden el chile poblano y el chile en nogada, pero la edición de este 2020 se canceló por la contingencia del covid-19.

Mientras, el gobierno de Puebla y el Gobierno Municipal de Calpan de manera emergente lanzaron el programa “Llévate a Calpan en la bolsa” para impulsar la venta de chiles en nogada.

Para ello, de la mano del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) capacitaron y certificaron a restaurantes y casas en medidas de sanidad, manejo de alimentos para evitar contagios por covid-19 y establecer otras disposiciones para atender a visitantes que buscan el platillo tradicional.

Lorena Bautista Blanca, es propietaria del restaurante La Tradición de las Abuelitas en Calpan y es parte de las más de 40 casas que se certificaron para reabrir y vender el tradicional chile en nogada. Cuenta para EconomíaHoy que en su caso aprendió a preparar el chile en nogada desde que se hacían las comidas familiares, precisamente en casa de los abuelos, mismos que en el pasado trabajaban en las haciendas aledañas y donde también se acostumbraba a realizar comidas con el platillo.

El restaurante La tradición de Las Abuelitas aporta 11 fuentes de empleo a la comunidad de Calpan y debido a la contingencia, sólo puede abrir al 30% de su capacidad como el resto de las cocinas o restaurantes, además de cumplir con los requisitos de sanidad.

Lorena Bautista comenta que la pandemia del covid-19 redujo sus ventas en un 50% y señaló que no esperan una mayor recuperación ya que los insumos para preparar los Chiles en Nogada son de temporada y después de un tiempo se empiezan a descomponer.



Foto: La Tradición de las Abuelitas



En la Tradición de las Abuelitas se puede reservar lugar para comer el Chile en Nogada, pero también pedir para llevar y se sirve con sopas como espagueti o arroz y pan. También destaca que tienen a la venta licores elaborados con fruta como un vino de durazno y pera “son recetas de nuestras abuelas y abuelos, aprendieron las hijas y otras generaciones también aprendimos”.

Los precios de los Chiles en Nogada van de los 150 pesos a los 250 pesos, dependiendo del tamaño del chile.

“Hay diferentes gustos, paladares, el municipio de Calpan publicó una lista de las casas que cumplimos con las normas, entonces la recomendación es que cuando visiten el pueblo acudan a los lugares que están certificados para atender, la mayoría de las casas tienen afuera una lona con su certificación”.

Hay casas que venden de domingo a lunes y otras que sólo trabajan los fines de semana. El horario es variable, pero pueden estar abiertos a partir de las 12 del día hasta las cinco o seis de la tarde.

“Les pido visiten Calpan, es un pueblo que cuenta con un exconvento franciscano del siglo XVI, tiene muchos lugares, hay mucha naturaleza, no hay grandes construcciones, pero sí huertas, traspacios en los que las familias siembran y ojalá nos visiten porque ayudan a la economía local”.

Por su parte, Luis Alberto Bermeo de Chichiltoton Kokoq aplaude la iniciativa de las autoridades locales para impulsar la venta con el programa “Llévate a Calpan en la bolsa”; sin embargo, señaló que muchas de las casas beneficiadas están en una “zona diamante” y hay mucho productor a la periferia que no venden igual y en todo lo que va de la temporada solo han vendido dos picantes. “Está desapareciendo la derrama económica, hace falta difusión”.

Adaptarse a la nueva normalidad



La misma pandemia del coronavirus también generó que personas dedicadas al sector restaurantero o de organización de eventos vieran otras formas de ingreso. The Bucket List México, empresa dedicada a crear experiencias itinerantes y organizar eventos corporativos y privados, se tuvo que adaptar y ofrecer cursos y experiencias por internet.

Cris Winters, co-fundadora de The Bucket List México, en entrevista para EconomíaHoy, cuenta que para las fiestas patrias organizaron un taller de cocina para aprender a preparar Chile en Nogada, mismo que se acompaña de una cata de mezcal.



Foto: The Bucket List México

“Eso fue un reto porque también había mucha oferta de cursos en línea y no sabíamos si iba a funcionar, pero afortunadamente tuvimos éxito e incluso llegamos a más estados”.

A pesar de la contingencia, cuenta Cris, no tuvieron grandes pérdidas ya que supieron adaptarse a la nueva normalidad con los cursos en línea y la venta de paquetes con el envío de insumos para los mismos.

“Somos una empresa pequeña, tenemos un staff fijo de cinco personas, pero también trabajamos con otros expertos como chefs, mixólogos, artesanos de Oaxaca que elaboran alebrijes, entre otros”.

Sin embargo, dice, la temporada más fuerte para su empresa es diciembre, cuando otras empresas o corporativos les contratan para las fiestas de fin de año de sus empleados.

“Esa parte seguramente no la podremos recuperar, todavía no sabemos cómo se comportará el mercado, pero estamos haciendo esfuerzos para sacar nuevos productos y nuevas alianzas”.

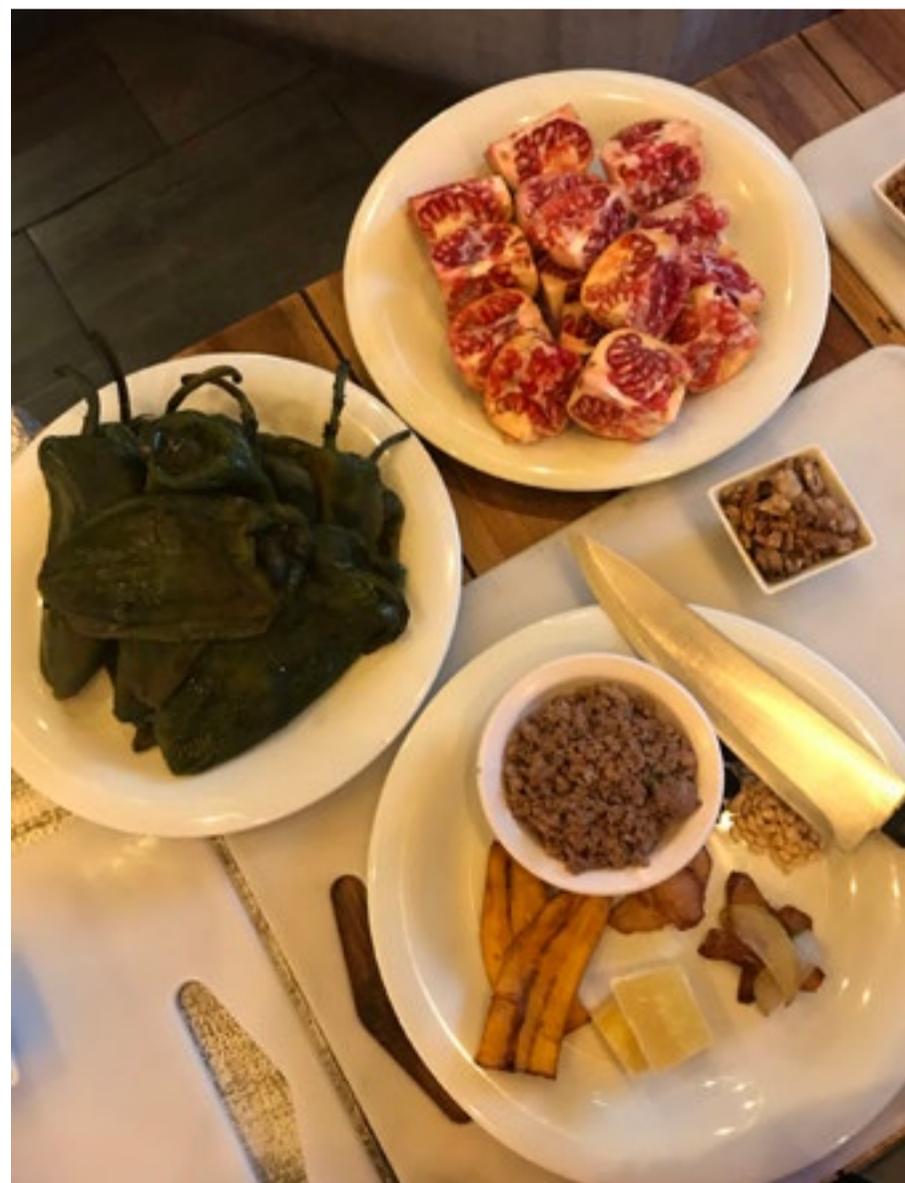
En ese sentido, señala, plantean realizar eventos con grupos pequeños, privados, pero aún está en desarrollo.

“Nuestra filosofía es invitar a la gente a hacer cosas nuevas, que te atrevas, que hagas algo que no harías cualquier día, quizá no vuelvas a cocinar un chile en diez años, pero el extra es el recuerdo de la experiencia”.



En el curso las personas reciben en su domicilio los insumos necesarios para elaborar el Chile en Nogada y el shot de mezcal. La clase dura tres horas y la imparte el Chef Andrés Trillo Álvarez de Sinaloa y que trabajó en el restaurante Le Grand Vefour de París, catalogado como uno de los mejores restaurantes del mundo, además de ser galardonado con dos estrellas Michelin, todo esto bajo la supervisión del Chef Guy Martin.

Foto: The Bucket List México





Fundación de
Cáncer de Mama

Dejemos
huellas,

sigamos transformando

vidas

OCTUBRE

Mes del cáncer de mama

www.fucam.org.mx



FUCAM AC Cáncer de Mama



@FUCAMM



@fucam_ac

NUESTROS SERVICIOS



Fundación de
Cáncer de Mama



Consulta Oncológica Especializada



Estudios

Ultrasonido
Mastografía
Tomosíntesis
Mastógrafo de Contraste
Biopsias
Densitometría
Laboratorio
Tomografía
Rayos X
Medicina Nuclear



Atención a Patologías Benignas



Tratamiento Integral de Cáncer de Mama

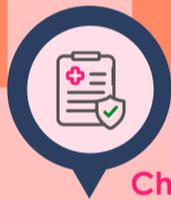
Radioterapia (externa e intrabeam)
Cirugías
Quimioterapia
Medicina Nuclear
Hormonoterapia



Reconstrucción Mamaria



Clínica de Cáncer Hereditario de Mama



Check Up Rosa: Ginecología y Mama



Cuidados Paliativos

Algología
Psiquiatría
Nutrición
Fisioterapia
Cardiología
Medicina Interna
Cuidado Dental
Psicooncología



Atención Ginecológica

Consulta
Métodos Anticonceptivos
Alteraciones ováricas
Papanicolaou
Colposcopia
Salud sexual
Menopausia



Voluntariado

Voluntariado Corporativo
Acompañamiento a Pacientes
Talleres Lúdicos
Tanatología

Comités Médicos



Investigación
Bioseguridad
Ética e Investigación
Unidad de Farmacovigilancia

Cursos de Posgrado de Alta Especialidad



Imagen e Intervención de la Mama
Cirugía Oncológica
Avalados por la UNAM

Pláticas de Concientización de Cáncer de Mama



Empresas
Instituciones



Protocolos de Investigación



Casa FUCAM



Unidades Móviles



Tren de La Salud



Cursos para Médicos Generales sobre Diagnóstico y Tratamiento de Cáncer de Mama



Servicio Social Universitario

Centro de Detección y Diagnóstico Oaxaca

FUCAM



OAXACA



5556780600

www.fucam.org.mx

FUCAM AC Cáncer de Mama

@fucamm

@fucam_ac

15 de septiembre: la tentación de dar el grito a lo grande

por Jorge Luis Cortés

La forma en la que los mexicanos decidan celebrar las fiestas patrias será determinante para la llegada de una segunda ola de contagios de covid-19

“**N**o es lógico pensar que mientras haya una epidemia de enfermedad infecciosa en el resto del mundo, cada país va a estar a salvo de reinfectarse”, advirtió Hugo López-Gatell, subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud en mayo, palabras que resuenan hoy en día, mientras las personas comienzan a retomar sus actividades normales y las empresas se esfuerzan por permanecer abiertas, en un intento de sobreponerse a la crisis económica que llegó con el coronavirus. La segunda oleada de las terribles afectaciones por la covid-19 se prevé para octubre, y lo que se haga o deje de hacerse con la llegada de las fiestas patrias puede marcar la diferencia en el futuro que depara a México en próximas fechas.

"La influenza (estacional) va a regresar en octubre y se va a ir en marzo. Definitivamente esto va a pasar. Lo que no sabemos –y es probable– es que, junto con la influenza, pudiera venir la segunda gran oleada de Covid-19", agregó López-Gatell, principal rostro de la lucha del gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador contra el coronavirus.

Cuando la emergencia sanitaria se declaró en México a mediados de marzo, poco a poco las calles se fueron vaciando a lo largo y ancho del territorio nacional, y las cortinas de los negocios poco a poco fueron bajando como apoyo al confinamiento voluntario que impulsaban las autoridades.

Atrás parece haber quedado aquella realidad; la gente va al gimnasio, comienza a regresar a sus puestos de trabajo, y vuelve a ser cliente de bares y antros que, con el propósito de permanecer abiertos, han cambiado el giro y ahora se dedican a la venta de alimentos.

Es necesario mencionar que las cosas no van para bien y que, de hecho, las predicciones más pesimistas de las autoridades sanitarias fueron superadas.

Por ejemplo, el 4 de junio, López-Gatell decía que en un escenario "muy catastrófico", el coronavirus se llevaría la vida de 60,000 mexicanos.

Sin vacuna aprobada y sin un tratamiento que sea de todo efectivo, ese escenario pesimista se superó el 21 de agosto, cuando se confirmaron 60,254 muertos. Y la lista siguió creciendo desde entonces.

"El balance entre la salud y la actividad económica es un reto para toda la humanidad. Tenemos que aprender a convivir con el covid-19 incorporando una visión más generosa, no solo de beneficios individuales", habría dicho López-Gatell antes del pesimista reporte.

El año pasado, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur) estimaron **en 18,700 millones de pesos la derrama económica por las fiestas patrias**, impactando principalmente en los negocios de giros de comercio, servicios y turismo.

En la Ciudad de México, desde donde cada año encabeza la ceremonia principal de Grito de Independencia, resultará prácticamente imposible registrar un desempeño similar al de años anteriores, con horarios restringidos en estas empresas, aforo al mínimo para conservar la sana distancia y disponibilidad limitada en los hoteles.

La Concanaco Servytur también explicó en 2019 que las fiestas patrias son sumamente importantes para la economía nacional porque da continuidad a las ventas que los negocios registran con el regreso a clases.

Este año, ni el regreso a clases dio un respiro a las empresas, ya que con la implementación de las clases a distancia por televisión, se registró, por ejemplo, una caída de entre el 70% y el 90% en la venta de útiles escolares, el equivalente a los 18,000 millones de pesos de los 25,000 millones que regularmente se conseguían.

Con la poca demanda de útiles escolares, se calculaba que 30,000 negocios cerrarían definitivamente y que 150,000 personas perderían su empleo.

El llamado a los jóvenes

Aunque los jóvenes no están exentos de morir si enferman de la covid-19, los estudios científicos señalan que son las personas mayores y quienes padecen enfermedades crónicas los más susceptibles al coronavirus. Estos datos impulsaron la puesta en marcha de las clases a distancia por tv.

Cuando Esteban Moctezuma, titular de la Secretaría de Educación Pública (SEP), presentó este plan, explicó que se buscaba que en los centros escolares los menores no se contagiaron y después llevaran el virus a sus hogares.

¿Por qué si la gente se queda en casa y no se expone en escuelas y oficinas, sí opta por ponerse en riesgo en centros de esparcimiento y reuniones sociales?

La Concanaco-Servytur considera que con las fiestas patrias, amigos suelen reunirse en casas, restaurantes, clubes hoteles, impulsando las ganancias de los negocios dedicados a la hotelería, a la venta de bebidas alcohólicas y al esparcimiento.

Pero bajar la guardia una sola noche basta para desencadenar una tragedia.

Así lo advirtieron los expertos a finales de julio, cuando los rebotes de covid-19 se originaron en países europeos durante el verano: los ojos se fijaron en discotecas, clubes y bares, visitados por jóvenes que resultaron contagiados.

Ante esta posibilidad, jóvenes mexicanos ya se preparan para una noche mexicana "anti-covid".

Como Sayra Zamora, quien pretende sólo departir con cuatro personas con las que comparte casa: "Prepararemos chiles en nogada, pambazos, tostadas, costillas y jarritos jaliscienses. Lo mismo pero sin salir".



Contradicciones en posturas federales y locales

"Va a haber grito y viva México", declaró López Obrador el 29 de julio, dejando claro que en el gobierno de México ni siquiera existía la idea de poder cancelar o posponer las ceremonias realizadas por el aniversario del inicio del Movimiento de Independencia; esta será la segunda ocasión que el político tabasqueño se convierta en la figura principal de la noche del 15 de septiembre y la mañana del 16 de septiembre, cuando se realiza el desfile militar.

Esta postura contrasta con la de la jefa de gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, una de las más cercanas aliadas del tabasqueño, quien, durante las etapas más duras de la pandemia, decidió invitar a la ciudadanía a posponer los festejos del Día de la Madre y del Día de la Padre, con la intención de evitar nuevos contagios.

En acuerdo con la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), se había propuesto mover estas celebraciones al 10 de julio (Día de la Madre) y al 16 de agosto (Día del Padre), pero cuando las nuevas fechas llegaron, tampoco se llevaron a cabo, porque no era pertinente debido al estado actual de la pandemia.

Así es que oficialmente, en el extraño año 2020, en la Ciudad de México festejaremos primero el Día de la Independencia que los días de la Madre y el Padre.

Mantén
capacitado e informado
desde el lugar donde te encuentres



La nueva forma de
vivir la capacitación

idconline.mx

☎ 55.5089.5830

SUSCRÍBETE AQUÍ



La pandemia 'aísla' las ventas del Grito

Por Juan Luis García

Con restricciones al turismo y al comercio, los pequeños negocios tienen expectativas muy pesimistas para este 15 de septiembre

Llegó la fecha del grito y no hay a dónde ir. La celebración de este año será tan atípica como lo ha sido el 2020 y distintas cámaras comerciales ya vaticinan que la epidemia de la covid-19 impactará las ventas de una celebración que pertenece a los mexicanos.

Pese a que este año habrá grito en el Zócalo por parte del presidente Andrés Manuel López Obrador, la afluencia de personas tendrá un límite de 500 personas por la epidemia y los representantes del comercio en la Ciudad de México saben que se desplomarán las ventas.

"En toda la plancha del Zócalo pueden estar 500 personas bien separadas y yo hice la propuesta porque hay un comité de esta ceremonia. Hice la propuesta de que sea con antorchas. ¿Para qué? Para mandar un mensaje de que sigue encendida la llama de la esperanza, porque así es", expuso López Obrador en una conferencia matutina.

Si bien, la Ciudad de México contará con este evento, Eduardo Contreras, presidente de la Cámara de Comercio Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México (Canacope), dijo a EconomíaHoy que prevé que las ventas caerán por lo menos en 50% en relación con el año pasado.

En el primer año de la administración del presidente López Obrador la celebración del 15 de septiembre juntó a más de 80,000 personas en el Zócalo, la derrama en la capital del país fue estimada en 8,695 millones de pesos por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México (Canaco CDMX).

"Tenemos muy bajas expectativas para la fecha, existe mucho desempleo en este momento, existe gente que ha tenido que recortar gastos, les han recortado los ingresos, y eso hace que tengan muy bajo el consumo en algunos sectores del pequeño comercio", dijo Contreras.



En años regulares las fiestas patrias abren la temporada de activación de la economía a la que sigue el Día de Muertos y las fiestas decembrinas, dijo Contreras. Sin embargo, la pandemia ha borrado hasta ahora diversas celebraciones y la posibilidad de un auge comercial.



A merced del semáforo

Mientras en el Zócalo de la Ciudad los planes de realizar El Grito siguen en pie, en varias entidades del país los gobernadores han anunciado que no habrá fiestas. La derrama nacional que el año pasado fue estimada en 18,700 millones de pesos, en 2020 está sujeta al semáforo epidemiológico, apuntó a EconomíaHoy Juan Manuel López Campos, presidente de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco-Servytur).

Este es el caso de Baja California Sur, Coahuila, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Querétaro, Nuevo León, Veracruz y Tamaulipas, donde sus gobernadores anunciaron con antelación que no habría celebración del Grito, más que simbólica para no comprometer a la salud de los ciudadanos.

Los casos de coronavirus en México superan ya el medio millón, y las muertes las 60,000. El Grito está antecedido por una jornada de luto nacional que inicio el 13 de agosto y termina el 11 de septiembre. De tal cuenta que el izamiento de la bandera en instituciones públicas ha sido a media asta.

"Vamos a tener que cancelar las festividades patrias, no va a haber Ceremonia del Grito con gente, no va a haber desfile militar, tenemos que ser congruentes con lo que hemos pedido para guardar las medidas sanitarias que nos permitan proteger la vida y la salud de todos los jaliscienses", dijo el gobernador de Jalisco, Enrique Alfaro a medios para cancela la expectativa de eventos.

López Campos resaltó que la epidemia tendrá un impacto directo en el turismo que solía haber para estas fechas. Tan sólo en septiembre del año pasado se reportaron 211,024 cuartos ocupados en hoteles a nivel nacional, esto es un porcentaje de

ocupación del 51.4%, de acuerdo con datos de Datatour.

Sin embargo, este año el turismo ha sido uno de los sectores más golpeados. En el primer semestre se ocuparon 117,572 cuartos de hoteles a nivel nacional, esto es una caída del 52% con respecto al mismo periodo del 2019, apuntan los últimos datos publicados por la Secretaría del Turismo.

"Se van a cancelar los desfiles en muchos estados y la gente no va a aprovechar estas fiestas para viajar, en el turismo hay limitaciones de aforo del 30% y en muchos lugares tienen horarios limitados", dijo López Campos.

La reapertura ha sido paulatina y en lugares turísticos se ha buscado romper con el techo del 30% de ocupación del color naranja en el semáforo, como es el caso de Guerrero. Donde el gobernador Héctor Astudillo ha subido el límite de ocupación hasta 40% y dijo que se alcanzaría este techo en los hoteles desde mediados de agosto.

Este agosto se lanzó una campaña para intentar reactivar el turismo en Acapulco llamada Mom I'm in Acapulco, donde se muestran varias imágenes de la localidad. "Hoy pueden tener la seguridad de poder viajar a Acapulco y encontrarán en todos los establecimientos turísticos todos los protocolos de prevención e higiene para esta contingencia", dijo en la presentación Ernesto Rodríguez Escalona, secretario de Turismo de Guerrero.



Comida: una oportunidad

Pozole, chiles en nogada, tacos de tinga, tamales... Los platillos de los mexicanos son la mejor oportunidad de ventas durante las fiestas patrias, refirió a EconomíaHoy Cuauhtémoc Rivera, presidente de la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (Anpec).

"Puede pasar cualquier cosa pero no vamos a dejar de comer. Puede ser que la gente se apriete algún gasto para darse un antojo de algún lugar de los que prefieran y hacer la fiesta con tu gente", dijo Rivera.

El hecho de que los restaurantes tengan límites de capacidad del 30% hará que la oportunidad de ventas sea a domicilio, para las familias que celebren en casa, apuntó Rivera.



En abril las entregas a domicilio fueron las acciones más utilizadas por el 45% de las empresas, seguida de promociones especiales con 33.8% y ventas por internet con 29.6%, de acuerdo con la encuesta de resultados del impacto del covid-19 publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

Pese a tener el escenario en contra, los restaurantes no claudican a la posibilidad de que algunas personas se acerquen a celebrar las fiestas patrias en sus instalaciones. El presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), Juan Carlos Banda Calderón, señaló a medios locales de San Luis Potosí que habrá una campaña para fomentar las ventas con platillos típicos, bebidas gratis y otras ofertas, donde se respete la sana distancia.

Los restaurantes han sido uno de los sectores más golpeados durante la crisis económica que atraviesa el país. Al menos el 20% de los 670,000 que existían antes de la pandemia no volvieron a abrir sus puertas tras el confinamiento, de acuerdo con la Canirac. Pese a los esfuerzos por levantar las ventas de comida, el sector no se recuperará en el resto del año, dijo Banda.

En cuanto al mercado de alcohol, durante el confinamiento el consumo de vinos y licores cayó 99.5%, respecto al 2019, de acuerdo con los últimos datos ofrecidos por la empresa Información Sistematizada de Canales y Mercados (ISCAM).

Este mercado será menos afectado por las bebidas adulteradas este año, dijo Rivera, ya que esto sucede con frecuencia en sitios donde la venta es por copeo.

"El proceso de adulteramiento se da donde venden el vino ya abierto, por copa, es algo muy peligroso el mercado ilícito... la pandemia, va a ser un ambiente más familiar. Tienes más control de tu consumo, entonces también a este segmento no le está yendo bien, porque donde más se estresa es cuando la bebida te la venden ya preparada", dijo Rivera.

La pandemia también ha puesto restricciones de venta de alcohol conforme disposiciones epidemiológicas. En Quinana Roo, por ejemplo, una persona puede comprar estos productos antes de las 10 de la noche y en domingos antes de las 17:00 horas.

En el caso de Yucatán la ley seca fue extendida por el gobernador hasta el 17 de septiembre. A quienes se les encuentre bebiendo podrán tener sanciones de hasta 6 años de prisión o 200 días de multa.

Las banderitas, adornos y mercancías alusivas a la independencia bajaron previo a la fecha, apuntó Rivera. Muchos de estos adornos eran colocados tanto en la casa como en los vehículos. Sin embargo, la disposición de muchas personas a no salir a celebrar ha inhibido la compra de estos productos.

Otro elemento que enrareció el clima del comercio y que tiene efectos en las ventas previo a las fiestas patrias es el regreso a clases, explicó el presidente de la ANPEC.

"Lo que trato de decir es que el hecho de que los muchachos sigan en la casa baja el consumo. Se acaba de ir la temporada de ventas de útiles escolares, no llegaron ni al 10% de lo que normalmente se vende", dijo Rivera.

Asimismo, hay empresas que venden adornos a los ayuntamientos para adornar las calles, un negocio que también se verá afectado este año, dijo López Campos, quien adelantó que aún no se cuenta con un recuento de pérdidas a nivel nacional de parte de la Concanaco.



Pocos apoyos



Los comercios llegan a las fiestas patrias con deudas y tras una reapertura que no ha logrado garantizar su existencia. Y esto en parte porque las autoridades decidieron dar apoyos con requerimientos que no todos pudieron cumplir.

Si bien, ningún gobierno estaba preparado para la pandemia, en el caso de la Canacope sólo tres de cada 100 micro, pequeño y medianas empresas (Mipymes) agremiadas consiguieron un crédito.

"Este apoyo se dio en base a un censo del 2018 y 2019 donde muchas Mipymes quedaron fuera, no fueron censadas. Adicional a los que lo quisieron recibieron les alcanzó para aproximadamente una quincena para sobrellevar (sus necesidades), Y lo demás, muchos tuvieron que prescindir de personas, hacer recortes en gastos, ingeniárselas", dijo Contreras.

A nivel nacional a finales de agosto las primeras beneficiarias de las 192,000 empresas inscritas en el

programa de créditos a la palabra empezaron a pagar sus préstamos con mensualidades de 823.70 pesos, informó la secretaria de Economía, Graciela Márquez. Pero el golpe ya estaba dado, el 93.4% de las Mipymes del país tuvieron que realizar cierres temporales por la contingencia, de acuerdo con datos del Inegi.

Antes de que los empleos se empezaran a recuperar, entre marzo y julio se perdieron 1 millón 117,584 puestos de trabajo por la crisis de la situación económica en México.

Según la Concanaco-Servytur al menos 500,000 correspondieron al sector de servicios y turístico, que ha sido uno de los primeros en ser afectados por la epidemia y será uno de los últimos en salir.

El segundo informe trimestral del Banco de México (Banxico) estimó que este año cerrará con una pérdida de empleos de entre 750,000 y 1 millón 400,000, dependiendo de si habrá rebrotes, control de la epidemia y acceso a medicamentos.

"En la medida que podamos minimizar el número de empresas que tuvieran la necesidad de cerrar operaciones, o tener que suspender, eso contribuiría a que la recuperación sea más ágil", dijo el gobernador del Banxico, Alejandro Díaz de León.



LA LEGALIDAD DE UN PAÍS DESDE LA PERSPECTIVA DE UN EXPERTO.

HABLANDO DERECHO

CON:

Hamlet González.



CENTRALFM
EQUILIBRIO

TODOS LOS MARTES A TRAVÉS DE: WWW.CENTRALFMONLINE.COM



Los mariachis callaron por el coronavirus, pero se reportan listos para volver a las fiestas

Por: Adriana Rodríguez Canales

“Los mariachis callaron”, expresa con dolor José Alfredo Jimenez en “Ella”, una de sus más emblemáticas canciones. Pero en el 2020, no fue el desamor lo que provocó que los mariachis dejaran sus instrumentos y apagaran sus voces, sino un virus que ha cobrado la vida de más de 62,000 personas en el país.

Con el confinamiento como medida precautoria para frenar la pandemia de coronavirus, quedaron suspendidas las reuniones sociales y los mariachis que se congregaban en diversas plazas del país tuvieron que desalojarlas, quedándose sin sustento de un día a otro.

De acuerdo con Dulce Ordoñez, presidenta de la Fundación Cultural del Mariachi, los músicos pasaron de trabajar hasta ocho horas los viernes, sábados y domingos, y dos o tres horas entre semana, a suspender casi totalmente su actividad. “Tenemos a varias familias involucradas en un mismo grupo, que se han dedicado por generaciones a la música; también tenemos varias madres solteras y, para la mayoría, es la única actividad que ejercen, por eso se han visto muy afectados”, señaló.

“Durante la pandemia tuvimos algo de trabajo principalmente en panteones, donde los deudos nos contrataban para dar una última serenata a su difunto, o afuera de los crematorios. Pero muchos han tenido que buscar otras alternativas de sustento, como vender pozole o pizzas, para tener algo de dinero”, agregó.

Algunas organizaciones del sector llevaron a cabo la campaña Canción por Donación, en donde recibieron el apoyo de empresas como Mercado Libre, y escuelas de mariachis de Estados Unidos, el Mariachi Sol de México, el Conservatorio de Nueva York y artistas como Ana Bárbara y Aida Cuevas hicieron donaciones. Por parte de las autoridades de la Ciudad de México han recibido el seguro de desempleo y algunas alcaldías los apoyan con vales de despensa.

Con el cambio a semáforo naranja, los mariachis han podido regresar a las plazas para buscar trabajo, pero éste continúa escaso, porque no hay turismo y aún siguen las restricciones para las reuniones sociales. Asimismo, con las limitaciones que tienen los restaurantes para su operación en cuanto a la cantidad de personas dentro del local, es difícil que les abran las puertas o deben reducir el número de elementos que pueden trabajar.

Ordoñez indicó que con la reapertura económica, han logrado reactivar su actividad un 25%, pero las expectativas hacia el

futuro siguen siendo reservadas, sobre todo para las Fiestas Patrias, en donde prevé que sólo llegarán al 30% de lo que representaba su actividad normal.

“Ya nos perdimos fechas importantes como el Día de la Madre, el Día del Padre y toda la temporada de graduaciones. El 10 de mayo tuvimos un poco de actividad, algunos compañeros anduvieron dando serenatas, pero fue cuando se propagó más el covid-19 y tuvimos muchos infectados también. Lamentablemente hemos perdido a 60 compañeros por la enfermedad sólo en la Ciudad de México”, señaló.

La representante del sector pone su fe en que, para diciembre, el mes más fuerte debido a las fiestas de fin de año, puedan estar laborando al 80% de lo que trabajaban en años anteriores.



Adaptarse o morir

Para Miguel Bolaños Díaz y su mariachi Alma de México, la alternativa que les ha dado el coronavirus ha sido renovarse o morir. Ante ello, ha tenido que hacer algunos ajustes y si antes en sus presentaciones participaban siete elementos, han tenido que reducirlas a cinco. Además, el precio de sus servicios se ha visto afectado, teniendo que bajarlo entre 25% y 30%.

“El número de llamadas y mensajes de WhatsApp que recibo han disminuido considerablemente, quizá en un 50%, y el motivo es claro: mucha gente tiene miedo del contagio”, explicó.

Esto también los ha llevado a ampliar la cobertura de sus servicios, y mientras antes se limitaba a la Ciudad de México, ahora están dispuestos a ir a municipios aledaños como Cuautitlán, Huixquilucan, Atizapán, entre otros.

También han sabido aprovechar las ventajas que da la tecnología y sumaron a su oferta las serenatas en línea, a través de plataformas como Facebook, Zoom y Google Meet.



“Aun así seguimos de pie, agradecidos con Dios y pidiéndole por todos los otros compañeros que trabajan ofreciendo sus servicios directamente al cliente en las diferentes, como Garibaldi, Nezahualcóyotl, Cabeza de Juárez, Atizapán, Tlalnepantla, Avenida Aztecas, Aragón, entre otras”, comentó Bolaños.

Tanto Ordoñez como Bolaños tienen confianza en que pronto los mexicanos regresarán a sus actividades normales y sólo piden que volteen a ver al mariachi para volver a alegrar las fiestas.

“Todo mundo sabe que cuando se escucha un mariachi, se escucha el latir del corazón de México, y no nos van a abandonar”, concluyó Bolaños.

Pese a que es un sector de gran tradición y a que muchas familias subsisten de éste, no

existen registros oficiales sobre cuántas personas se dedican a este oficio. Según Bolaños, tan sólo en la Ciudad de México existen alrededor de 6,000 grupos y considera que Guadalajara y Monterrey podrían albergar cifras cercanas, pero no podía dar un estimado sobre todo el país.

Sobre los ingresos, una agrupación pequeña puede cobrar 3,000 pesos la hora, con un salario promedio diario por músico de hasta 500 pesos; aunque existen agrupaciones que salen al extranjero y suben su tarifa a 30,000 pesos por hora o algunas de renombre que pueden llegar a cobrar hasta 200,000 pesos por una actuación de dos horas.

EL ORIGEN DEL MARIACHI



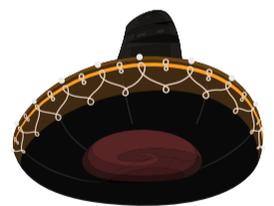
En sus cantos fusionaron las guitarras y violines con las caracolas, teponaztlis, flautas de carrizo y otros instrumentos indígenas; y es a finales del siglo XVII cuando se inventan instrumentos como la vihuela y el guitarrón para sustituir al laúd y al contrabajo, lo que le dio una personalidad propia al mariachi.



El son particular que da pie al mariachi nació en Cocula, Jalisco, y fue creado como una expresión de adoración a la Virgen de la Pila. Surge de la mezcla de tres principales influencias musicales: la de los pueblos indígenas, la europea y la africana.



Hoy en día, los mariachis cuentan con un vasto repertorio, que abarca ritmos como jarabes, minués, polkas, valonas, chotis, valeses, serenatas, corridos y canciones tradicionales, e incluso han incluido a la cumbia colombiana.



En pleno auge del Porfiriato, el mariachi sale de Cocula para llegar a la Ciudad de México. Como en esos tiempos había una fascinación por la cultura francesa, fue considerado música para el populacho. Pero esta percepción cambiaría con la Revolución Mexicana y pronto los mariachis se convirtieron en protagonistas de la Época de Oro del cine mexicano, con el cual se dan a conocer en todo el mundo.



EL GRITO DE LOS MARIACHIS

por Erik Lopez

Los músicos ya no cantan “México lindo y querido”. Cuando tienen trabajo se dedican a entonar “Las golondrinas” con las familias que lloran una pérdida.

Hasta hace unos meses en la legendaria Plaza Garibaldi (casa del mariachi desde 1923), todas las noches se vivía una auténtica fiesta mexicana. Más de 1,000 músicos salían diariamente a deleitar con sus versos a los amigos que acudían a divertirse después de una noche de mezcales, a acompañar al joven enamorado en su intento por conquistar el corazón de su amada, y a complacer la curiosidad de los turistas en busca de experiencias que contar en tierras lejanas.

Sin embargo, la llegada del covid19 terminó con la fiesta y las voces que celebraban, cantaban y enamoraban hoy se dedican a dar gritos de dolores.

Tal es el caso de los integrantes de la agrupación Mariachi Angelópolis quienes pasaron de cantar en restaurantes durante las fiestas patrias y tocar para familias que se reunían alrededor del Museo del Tequila y el Mezcal a ofrecer sus servicios en funerales, sepelios y hasta entierros.

“No podemos quedarnos en casa, tenemos que salir a trabajar aunque corramos el riesgo de contagiarnos. Estos días vamos a donde caiga”, afirma Ismael, representante y trompetista de la banda.

Para los aproximadamente 1,800 agremiados a la Unión Mexicana de Mariachis el confinamiento y la falta de turismo han sido los retos más grandes que afrontar en décadas. Nada había sido tan devastador para los representantes de la música vernácula mexicana desde 1985, cuando en el mítico sismo del 19 de septiembre hizo caer el edificio San Camilo, que albergaba a decenas de familias de mariachis.

Ismael ya perdió la cuenta del número de veces que ha sido contratado para tocar en funerales y entierros de personas que murieron de coronavirus, pero dice convencido que no le queda de otra, si es que quiere llevar un plato de comida a la mesa de su familia.

“Hemos tocado para la caja de cenizas, porque así entregan el muerto a sus familiares, la verdad es una ambiente fúnebre, pero en nombre sea de Dios, espero que no nos pase nada, así se la tiene que rifar uno”, dice el artista popular en entrevista para Economía Hoy, aunque sus palabras parecen más para sí mismo. Ismael recuerda que en otros tiempos las personas contrataban

a menudo los servicios de los mariachis para eventos sociales o para celebrar el Día de la Madre o las fiestas patrias, pero en la actualidad, muchas personas llegan y graban las canciones con el celular y las envían por redes sociales.

“La demanda de nuestro servicio ha caído más del 50% durante la pandemia”, asegura el joven músico desde un lugar donde ya nadie baila y donde los mariachis hablan entre sí a falta de canciones que cantar.

Una situación similar vive Eric del Valle, mariachi con más de 20 años de experiencia y quien asegura que sus ganancias se han reducido hasta en un 90%. “No hay nada de trabajo, todo sigue en número rojos”, asegura.

“Estos días no he tenido nada de trabajo. Hoy fui a trabajar y no me gané ni diez pesos, ayer me gané 80 pesos, antier nada... Es una verdadera tristeza. A veces no sacamos ni mil pesos a la semana, imagínate”, nos cuenta vía telefónica.

El experimentado artista considera que el negocio no ha

repuntado a pesar de que el semáforo epidemiológico en la Ciudad de México se encuentra en color naranja debido a que muchos bares y restaurantes aún no abren sus puertas al 100%. “Los restauranteros eran los que nos ocupaban, pero hoy en día no hay nada, todo está cerrado, no podemos trabajar, nos ha afectado bastante”.

Erik Del Valle afirma que él y sus músicos han sobrevivido esta pandemia de la buena voluntad de algunos de sus más fieles clientes, quienes en medio de la crisis, se han dado el tiempo de llevarles despensas e incluso comida.

“A las 10 de la noche va gente de la delegación y cierran todos los bares y restaurantes de Garibaldi. Hoy Garibaldi es un panteón. Tú puedes ver cómo está todo cerrado. No hay ambiente. No hay nada, se acabó todo, se acabó Garibaldi, amigo”, dice airado.

“Garibaldi cayó a tal grado que ya no hay grupos organizados, ya trabajamos todos con todos, ya nada más llega un cliente y jalas a los compañeros que estén ahí. Armas rápido un grupo, haces la prueba y vámonos. Los grupos organizados se acabaron”, confiesa.

LAS VOCES APAGADAS EN GARIBALDI

La crisis por la falta de trabajo y los casi nulos ingresos que han tenido los mariachis de Garibaldi durante la pandemia de coronavirus se ha acentuado por la muerte de alrededor de 40 músicos presuntamente a causa del virus.

“Más de 40 compañeros en Garibaldi se murieron”, afirma contundentemente Eric del Valle.

“Al principio pensábamos que era puro cotorreo esto del coronavirus, pero no, realmente ves que es una cosa seria cuando tus compañero se empiezan a morir. Ese virus cuando te pega con todo pues te vas hasta en unas horas”, detalla con nostalgia.

Ismael, de Mariachi Angelópolis confirma las terroríficas declaraciones de Eric Del Valle y afirma que varios de los músicos que día a día llenaban la Plaza de Garibaldi han muerto, aunque no asegura que sea de covid19.

“Si nos hemos enterado de la muerte de muchos compañeros, no te puedo asegurar que fue covid porque no se hicieron la prueba, pero si se ha habido varios decesos de compañeros que se sospecha que ha sido de eso... Dicen que de neumonía”

Finalmente, ambos mariachis piden a la ciudadanía no olvidar la música popular mexicana y acercarse a Garibaldi para contratar sus servicios “aunque sea de lejitos”.

“La mejor manera de ayudarnos es contratándonos, aunque sea con sana distancia, desde el balcón, fuera de la casa, como lo prefiera el cliente. El que tengas un evento ya contratado aunque sea de lejitos es un gran apoyo”, pide Ismael.

Lejos quedaron las noches de fiesta y tequila para el trompetista, quien ha cambiado los cantos de júbilo y celebración, por versos de despedida y “México lindo y querido” por “Las golondrinas”.



Septiembre: la primera 'luz al final del túnel' para el turismo mexicano

Por Alma Sánchez

Este año no hay puente para celebrar las fiestas patrias; es más, el semáforo de contingencia sanitaria sigue marcando el “quédate en casa”. Sin embargo, la economía ha comenzado a reactivarse y con ello el sector turístico bajo la orden de no sobrepasar el 30% de ocupación.

Hasta antes de la pandemia de covid-19, los servicios de alojamiento representaban el 30% del PIB (Producto Interno Bruto) turístico, mismo que aportaba en su conjunto el 8.7% del PIB nacional. El coronavirus pone tope; pero las reservas han iniciado, los destinos de playa son los favoritos para los primeros viajes, señala la agencia Despegar, que resalta entre sus favoritos a Cancún, Los Cabos y Vallarta.

Para Riviera Nayarit, destino vecino de Vallarta, septiembre es por lo regular un mes bajo y este año se vislumbra aún más complicado por los protocolos que limitan la ocupación hotelera. Sin embargo, Richard Max Zarkin Church, Gerente de Relaciones Públicas de la Oficina de Visitantes y Convenciones de la Riviera Nayarit ve “una luz al final del camino”.

“Se empieza a ver ya la recuperación económica. Obviamente es un año muy complicado, no sólo para Riviera Nayarit sino para México y para todo el mundo en general, estamos tratando de salir adelante en esta pandemia”, dice en entrevista para EconomíaHoy.

No se puede prever una derrama siquiera parecida a la que dejó “el grito” de independencia en 2019; cuando los representantes de la Concanaco Servytur calcularon entradas por 18,700 millones de pesos por la festividad. Es más, Zarkin asegura que no se puede calcular una ocupación cuando en años previos se esperaba el 40%.

Es complicado festejar

No habrá grandes fiestas para unas 209,187 personas que dependen de esos empleos generados por la hotelería; la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles A.C. (AMHM A.C.) señala que esos puestos representan apenas el 9% de los empleos generados por el sector turístico.

Cuando iniciaron los casos de coronavirus en el continente el escape turístico se reflejó poco a poco, hasta marzo, que los cierres llegaron al 100%. La AMHMA.C. vislumbraba un panorama negativo en el que cerca de 200,000 empleos a nivel nacional están en riesgo.

El desempleo se notó en Riviera Nayarit, “los hoteles cerraron al 100%, muchos se fueron a su casa, cadenas hoteleras estuvieron apoyando con despensas quincenales. Esto afectó al sector turístico, ahora con un 30% (de ocupación límite) pues no están al 100% de su capacidad de empleados, mientras el gobierno federal no permita que sigan aumentando los porcentajes de ocupación se verán afectadas las plazas de quienes trabajan en sector turístico”, declara Zarkin.

El Gerente de la OCV Riviera Nayarit recuerda que durante el primer trimestre del año, comparado con 2019, Riviera Nayarit tuvo una ocupación de 83.97%; mientras este año fue de 72.28%, un 13% menos. “Ahí fue cuando se empezó a ver que los turistas empezaban a salir (del destino)”, dice. “Reportamos la derrama económica hasta marzo, donde en 2019 fue un poco más de 497,000 millones de pesos y este año cayó un poco, un 12%”.

Empresarios hoteleros han enfrentado un abandono por parte del gobierno Federal, “no ha hecho nada por la industria turística, el gobierno del estado (Nayarit) sí ha apoyado a Pymes, empresas pequeñas y operadores”, comenta. Agrega que “los hoteles han hecho sus propios esfuerzos para poder apoyar a sus empleados”. El gobierno estatal, encabezado por Antonio Echevarría García, anunció apoyos a 4,000 pequeños negocios prestadores de servicios turísticos de los 20 municipios, “hasta con 5,000 pesos para la compra de insumos”, recoge la prensa local. Además, de haber hecho el compromiso de ayudar en el reinicio de las actividades una vez que la emergencia lo permita. “A través de las Oficinas de Visitantes y Convenciones, presididas por los hoteleros nayaritas, serán ejercidos hasta 89 millones de pesos”, señaló el regente a mediados de mayo.

Seguridad para visitantes

En Riviera Nayarit, desde el momento en que todos se fueron a casa, se dieron a la tarea de elaborar una guía de mejores prácticas antes de que las autoridades sanitarias presentaran los protocolos oficiales. Esto les permitió estar listos para recibir visitantes en cuanto se permitió la ocupación del 30%.

“Nos dimos a la tarea viendo los protocolos de otros países que destacaban como Portugal, Nueva Zelanda y Singapur; también la OMS (Organización Mundial de la Salud), el Centro de Control de Enfermedades de Atlanta”, comparte Richard. “Comparamos qué tenían todos equivalentes en sus protocolos e hicimos esta guía que ayuda a nuestros socios hoteleros a trabajar en esta ‘nueva normalidad’”, agrega. “Cuando el gobierno de México sacó sus protocolos fuimos actualizando esta guía, agregando los de México y los del estado de Nayarit”.

Cuenta que la guía creada por el destino fue sometida a World Travel and Tourism Council - Consejo Mundial de Viajes y Turismo- (WTTC, por sus siglas en inglés), con lo que obtuvieron el sello de destino seguro como principal destino en México.

Regresa el turismo

El turismo local se ha visto rezagado, en verano se vio afectado el mercado carretero, los que llegan a Riviera Nayarit desde Guadalajara, Morelia y los estados del Bajío. Pero para el mes patrio se prevé llegada de turismo extranjero.

“Hay hoteles que previniendo que vienen elecciones en Estados Unidos, que hay zonas que siguen yendo a la escuela virtual, que sigue el trabajo en modo virtual, están ofreciendo paquetes para que desde la playa puedan pasar tiempo pasar tiempo”, dice el representante de la OCV.

Four Seasons, St Regis dentro del complejo Punta Mita, Gran Vela Riviera Nayarit, en Nuevo Vallarta, son algunos de los complejos que ofrecen al mercado norteamericano pasar su tiempo de trabajo y estudio en el país. “Lo notamos porque United anuncia incremento de vuelos en septiembre, de destinos de invierno, como Chicago y Denver”, explica.

El optimismo persiste hacia el mes patrio, donde esperan tener más idea de cómo van las reservaciones y cómo terminará el año el sector turístico en este destino mexicano.



La subcontratación ya representa tres de cada diez empleos formales en México

Redacción EconomíaHoy.mx

La subcontratación o tercerización de personal ha sido una de las vías más rápidas para el crecimiento del empleo formal en México en los últimos años y hoy ya constituye el 34.4% de los puestos de trabajo afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

En los últimos 15 años, el personal subcontratado en México se ha triplicado y a la fecha asciende a 6.9 millones de personas que trabajan bajo esta modalidad.

La subcontratación ha estado presente en todas las actividades económicas durante el transcurso del tiempo, pero predomina en los servicios, el comercio y las industrias manufactureras. En 2018, en los servicios trabajó el 34.8% del personal subcontratado, en el comercio lo hizo el 30.5% y en las industrias manufactureras el 24.9%.

Sin embargo, la subcontratación ha tomado relevancia en otras actividades económicas, entre las que destacan la minería, la generación y distribución de electricidad, agua y gas, la construcción y los transportes, correos y almacenamiento. En 2018 el 9.8% del personal subcontratado laboró en estas actividades.

Beneficios de la subcontratación

Al crear empleos formales con seguridad social, la subcontratación ayuda a reducir la informalidad laboral. Un estudio de El Colegio de México muestra que, en algunos subsectores que hacen uso intensivo de la subcontratación se ha reducido la informalidad del 33% al 22% de la población ocupada en esos subsectores. Por el contrario, en los subsectores que hacen menor uso de la subcontratación, ha crecido la informalidad del 46% al 49%.

Otro rasgo de dicho estudio es que, la subcontratación mejora

aspectos de la seguridad social de los trabajadores que laboran bajo esta modalidad, como lo son el acceso a los servicios de salud y el contar con una cuenta en el Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR). Prueba de ello es que, en los sectores de alta subcontratación, como los corporativos e instituciones de intermediación crediticia los trabajadores subcontratados cuentan con seguridad social.

Un dato que arrojan los Censos Económicos 2019 es que, a nivel nacional, los pagos promedio por persona subcontratada son de alrededor de 4.3 salarios mínimos generales diarios al año (salario mínimo vigente en 2018).

Otro beneficio de la subcontratación es que permite aumentar la productividad laboral, entendida como el valor de todos los bienes y servicios producidos o comercializados (producción bruta total) en el sector privado y paraestatal, entre el personal ocupado total, lo que indica el valor de la producción (en pesos) generado por cada trabajador. Muestra de ello es que de 2003 a 2018, la productividad laboral con base en el personal ocupado total disminuyó 0.4% en promedio anual. En contraste, la productividad laboral con base en el personal subcontratado creció 4.4% en el mismo periodo.

Tercerización en América del Norte

La subcontratación u outsourcing, es un esquema de trabajo ampliamente utilizado en el mundo. Por lo que se refiere a América del Norte, en conjunto, México, Estados Unidos y Canadá, integraron una fuerza laboral de casi 200 millones de personas en 2018, de las cuales, alrededor de 25 millones trabajaron mediante la subcontratación laboral. Estados Unidos conformó el 62.1% del total del personal subcontratado en la región (equivalente a 15.5 millones), México concentró el 27.7% (equivalente a 6.9 millones) y Canadá representó el 10.3% (equivalente a 2.6 millones).

Video



El evento de Industria 4.0 líder en México



Deutsche Messe

HANNOVER
MESSE
event

Industrial
Transformation
MEXICO