

Análisis de los efectos económicos y productivos generados por la pandemia en Jalisco.

RESTAURANTES



Sector restaurantes

Elaborado por:

Equipo de Investigación del Módulo 6.

Plataforma Economía de Jalisco. Acción contra la recesión global.

Dra. Angélica Basulto Castillo - Responsable del módulo 6

Profesora-Investigadora del Departamento de Estudios Regionales

INESER. SNI Nivel I

abasulto@cucea.udg.mx

Mtro. Javier Medina Ortega - Investigador

Profesor-Investigador del Departamento de Estudios

Regionales INESER

jmedina@cucea.udg.mx

Asistentes de investigación:

Dra. Laura Victoria Rodríguez-Zaragoza

Profesora-Investigadora del Departamento de Economía.

lvictoria.rodriguez@cucea.udg.mx

Arq. Claudia Cristina Medina B.

cristy.mdn@gmail.com





Sector restaurantes

El presente documento muestra los resultados relacionados con las empresas del sector Restaurantes del estado de Jalisco, que participaron en la encuesta titulada: **“Análisis de los efectos económicos y productivos generados por la pandemia en los sectores muebles, moda y restaurantes de Jalisco”**.

En dicho estudio participaron **18 empresas** del sector Restaurantes.

El cuestionario fue aplicado en el lapso enero-julio del año 2022 por el **equipo de investigación del módulo 6S** de la Plataforma Economía de Jalisco: Acción contra la recesión global.



El cuestionario aplicado a las empresas fue diseñado a partir de una matriz de análisis integrada por 12 dimensiones.

Cada una de las dimensiones se compone de un conjunto de variables relacionadas entre sí, con la intención de obtener información clara y precisa relacionada con el impacto que ha generado la crisis pandémica a empresas del sector Restaurantes en Jalisco.



DIMENSIONES DE ANÁLISIS

Perfil de la empresa



Perfil del empresario



Cadena productiva



Situación que enfrenta el
negocio ante el COVID-19



Producción



Ventas y beneficios

Empleo



Condiciones laborales



Situación financiera



Planes de reestructuración
y nuevas oportunidades



Apoyo del gobierno



Percepciones sobre condiciones de orden fiscal
necesarias para enfrentar y salir de la crisis



SECTOR RESTAURANTES





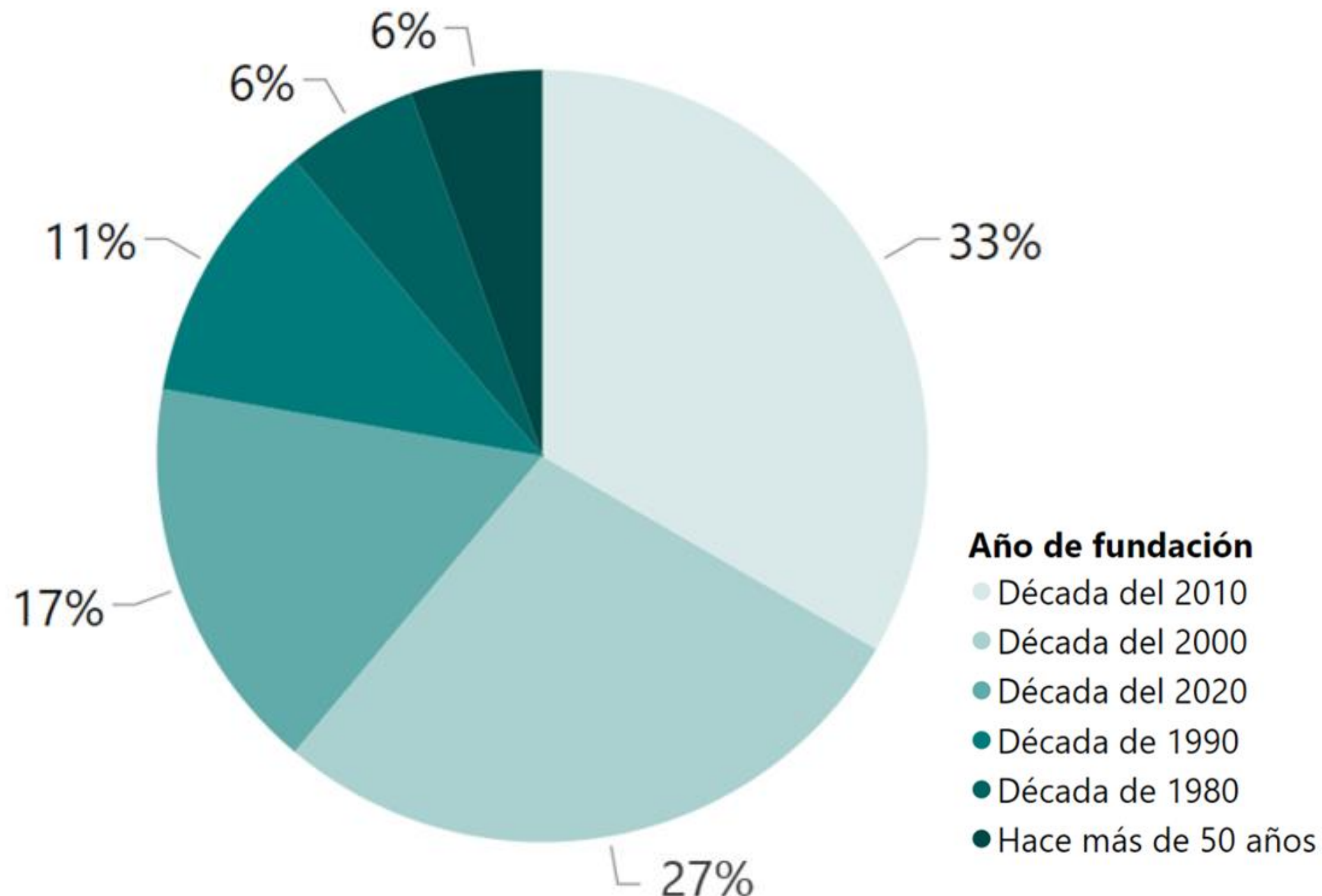
1. PERFIL DE LA EMPRESA

En esta dimensión se presentan algunas variables relacionadas con las características generales de las empresas que participaron en el estudio, tales como la antigüedad y tamaño del negocio.

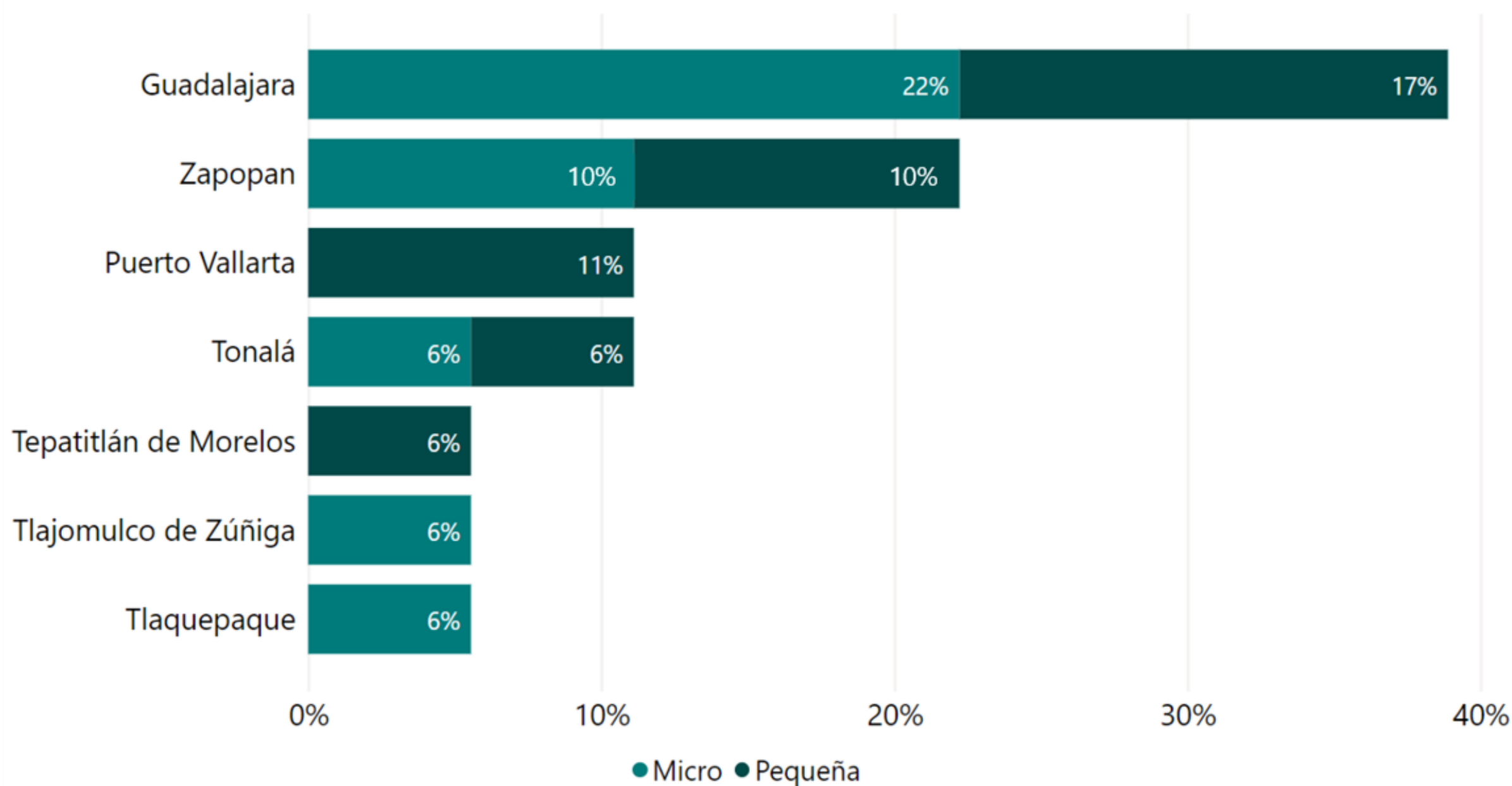
AÑO DE FUNDACIÓN DE LOS RESTAURANTES

Del grupo de negocios que participaron en el estudio, fue posible identificar que el mayor porcentaje son jóvenes, es decir, se fundaron en la década del 2010 (33%); destaca la participación de negocios que se crearon precisamente a partir del 2020 (17%), en la época más álgida de la pandemia. También un amplio porcentaje fueron creados en la primera década del presente siglo (27%).

Por otra parte, destaca la participación de restaurantes que cuentan con una amplia trayectoria en el mercado, cuya antigüedad es mayor a los 50 años (6%), así como también empresas que fundaron en las dos últimas décadas del siglo pasado (17%).



TAMAÑO DE LOS NEGOCIOS SEGÚN MUNICIPIO



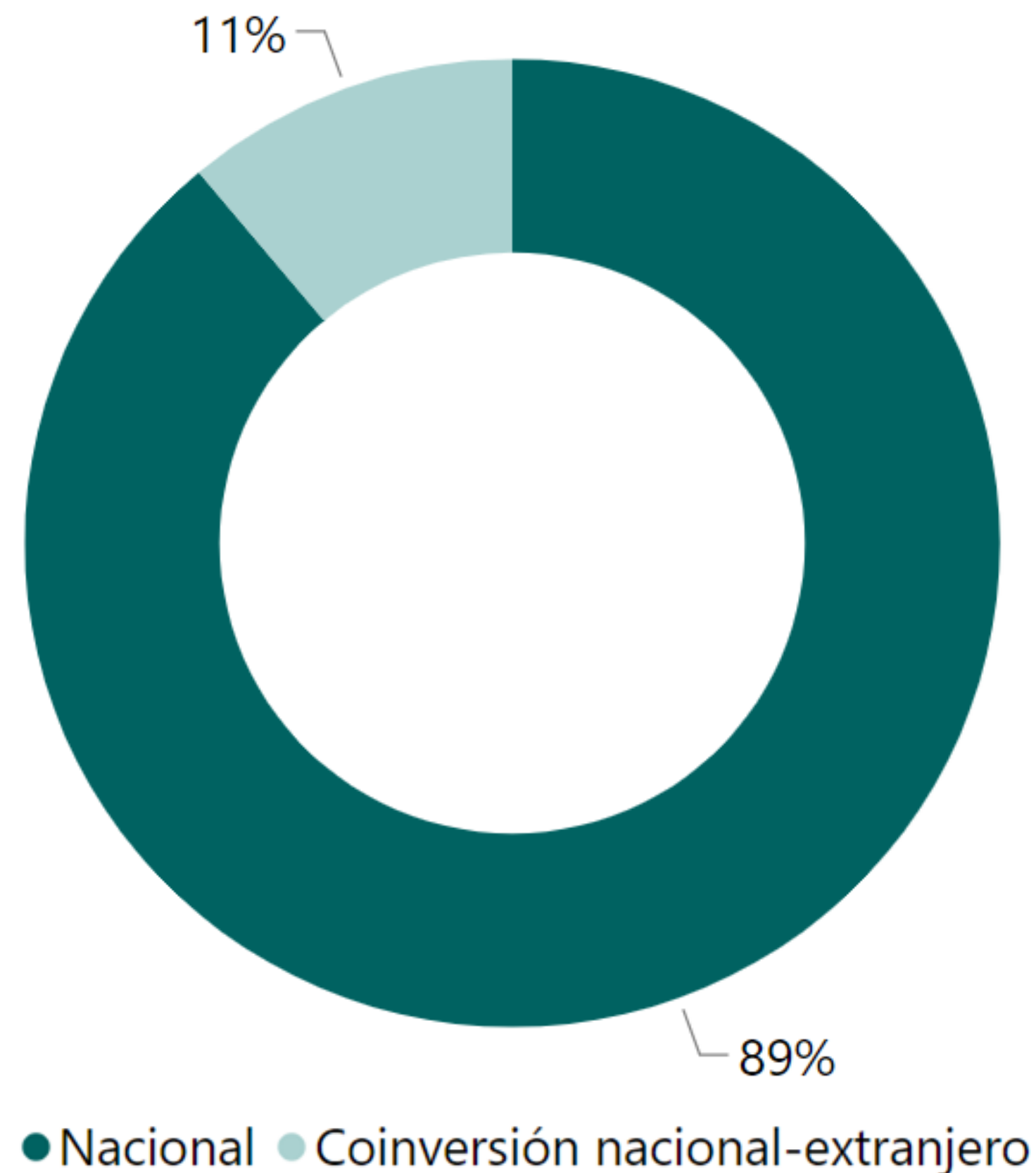
Las empresas del sector restaurantes que participaron en el estudio se localizan en siete municipios del estado de Jalisco, destacando en porcentaje las que se ubican en Guadalajara (39%), Zapopan (20%), Puerto Vallarta (11%) y Tonalá (12%).

En relación al tamaño de los negocios que participaron, el 50% fueron micro y 50% pequeños.

ORIGEN DEL CAPITAL

El 89% de los restaurantes que participaron en el estudio son de origen nacional.

Mientras que solamente el 11% señalaron que el origen de su capital es una coinversión de origen nacional y extranjero.

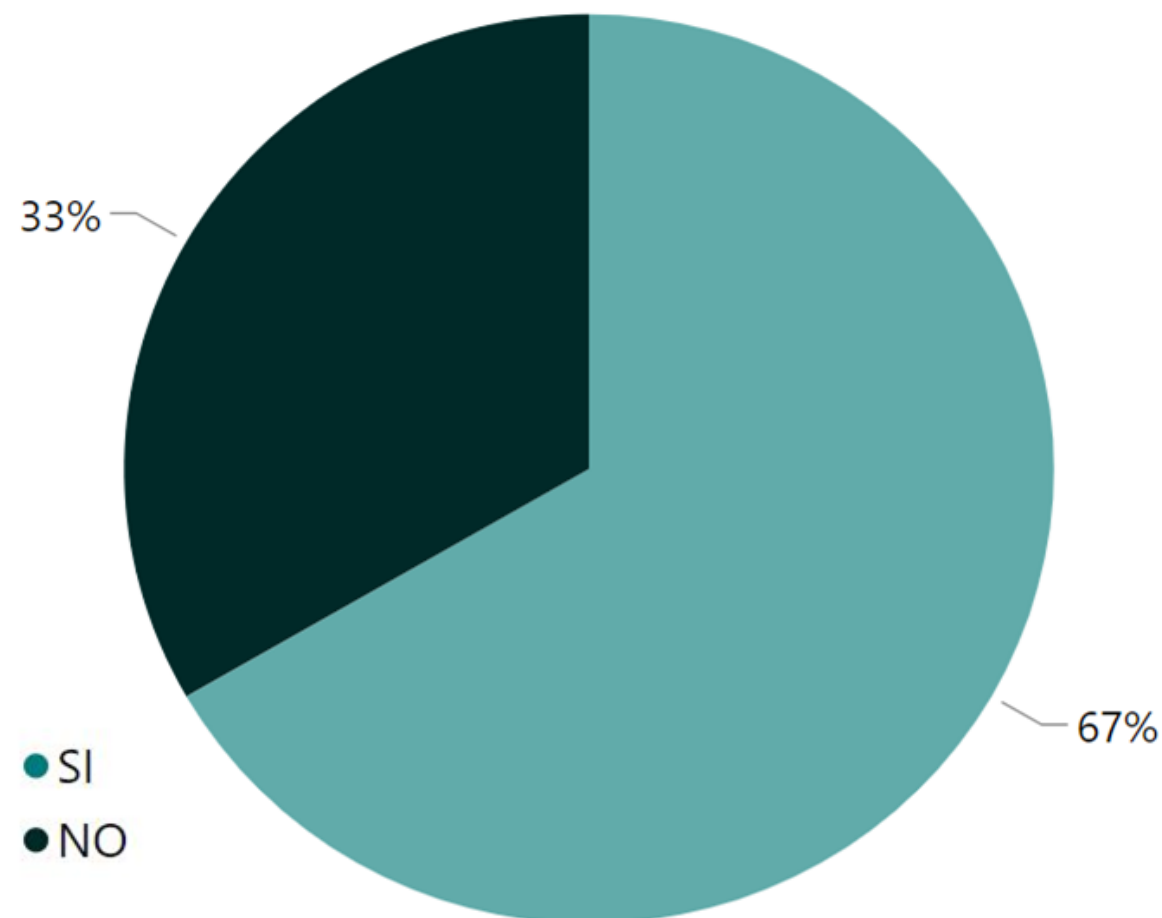


2. PERFIL DEL EMPRESARIO

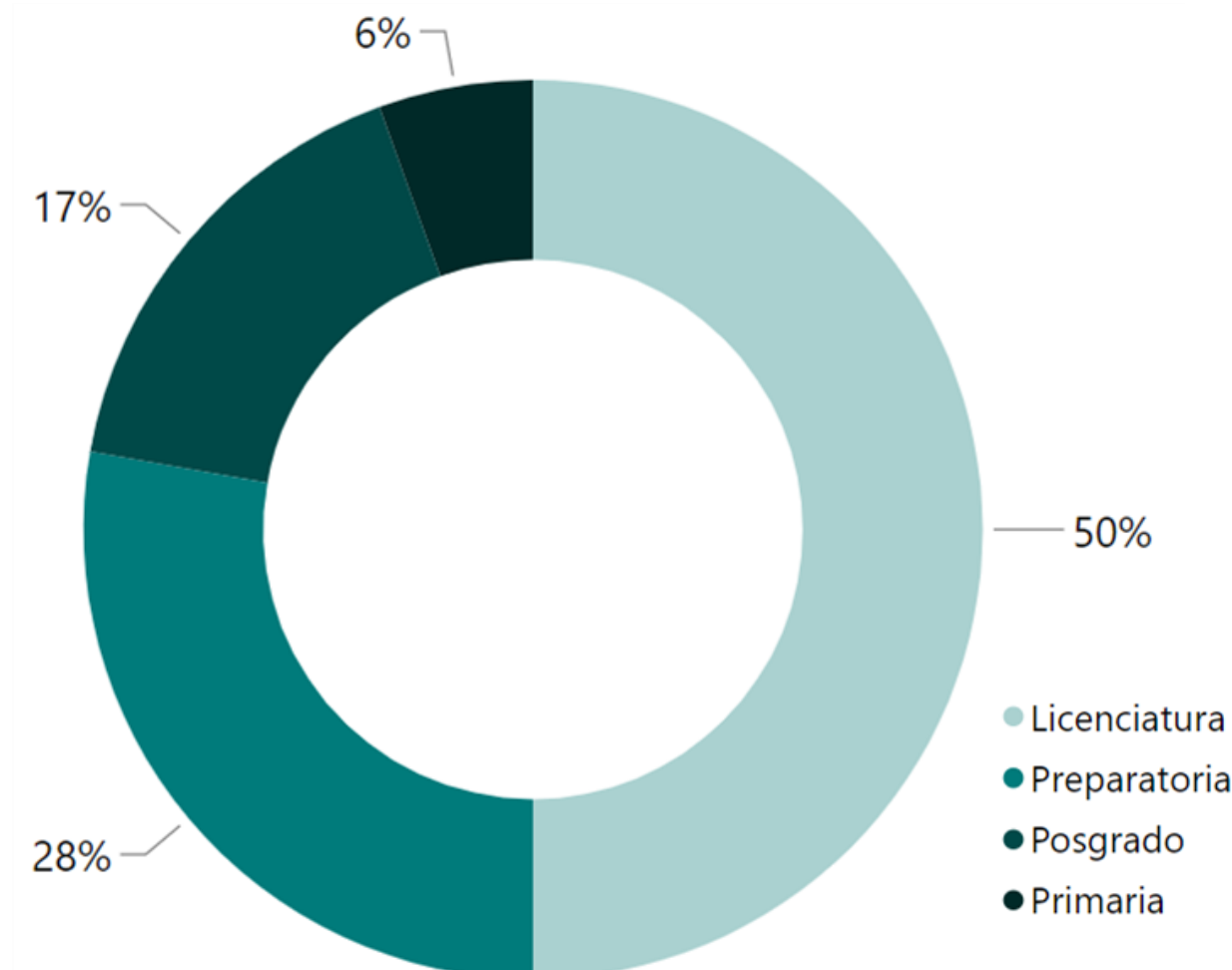
En esta dimensión se presentan las principales características de los propietarios/directivos de los restaurantes que participaron en el estudio.



NIVEL EDUCATIVO DE LOS PROPIETARIOS



De los negocios restauranteros que participaron en la encuesta, en mayor medida la información fue proporcionada por el propietario (67%). Solamente en el 33% de los negocios la respuesta se obtuvo por parte de gerentes o directivos de las empresas.



En relación al nivel de estudio de los propietarios se logró identificar que la mitad de ellos (50%) cuentan con estudios de licenciatura y otro 28% con bachillerato. Cabe destacar que un importante porcentaje de los dueños de los negocios cuenta con estudios de posgrado (17%); en cambio solamente el 6% señaló contar con escolaridad de nivel primaria.



3. CADENA PRODUCTIVA

Las variables que integran esta dimensión de análisis para el estudio son: tipo de proveedores, costos de operación, posición dentro de la cadena productiva, principales mercados, así como disponibilidad y costo de insumos.

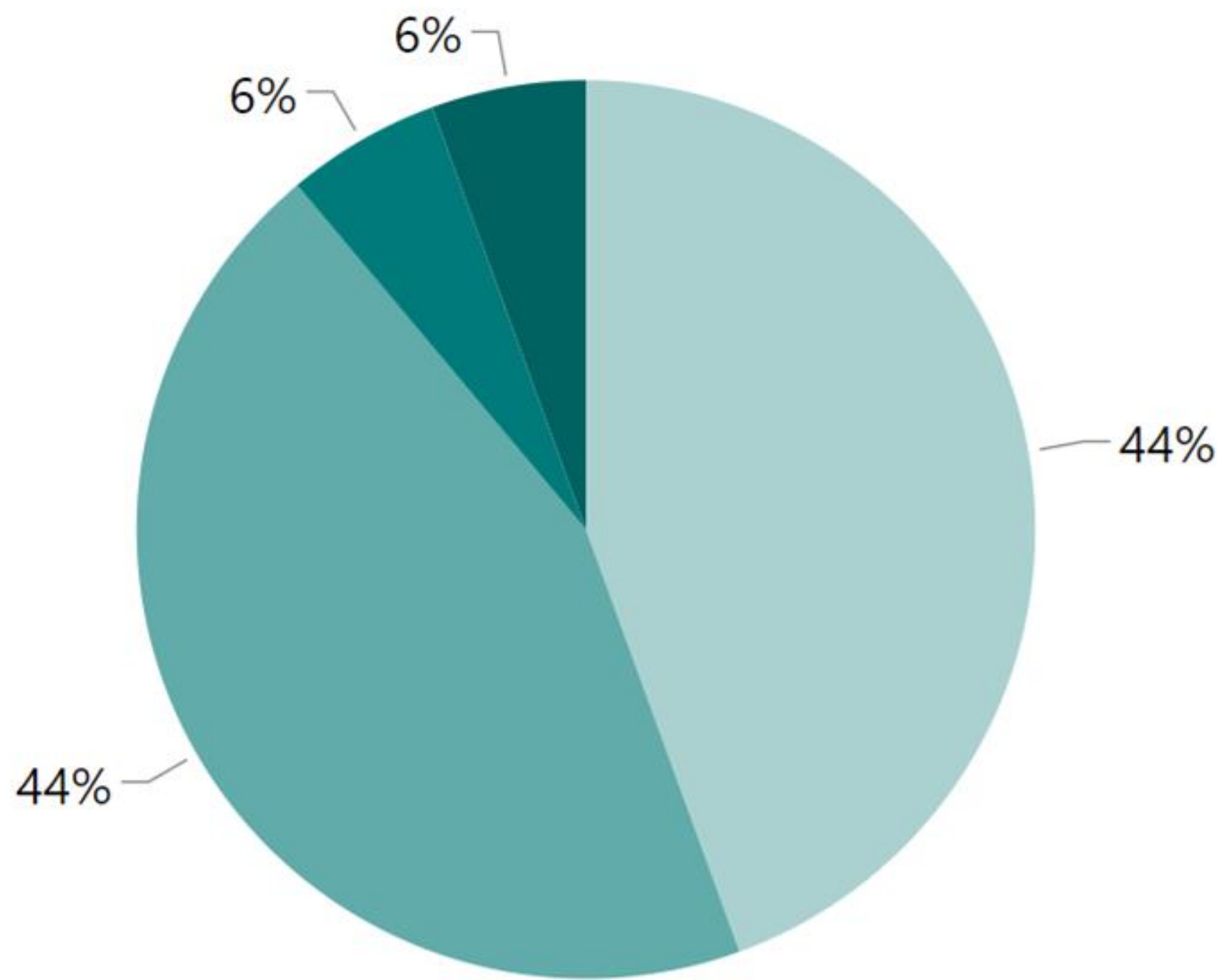
Estas variables permiten evaluar el grado de afectación de la cadena productiva de los restaurantes derivado de la crisis originada por el COVID-19.

PORCENTAJE DE PROVEEDORES DE ORIGEN NACIONAL

Los resultados del estudio muestran que los proveedores de los negocios son en su mayoría nacionales.

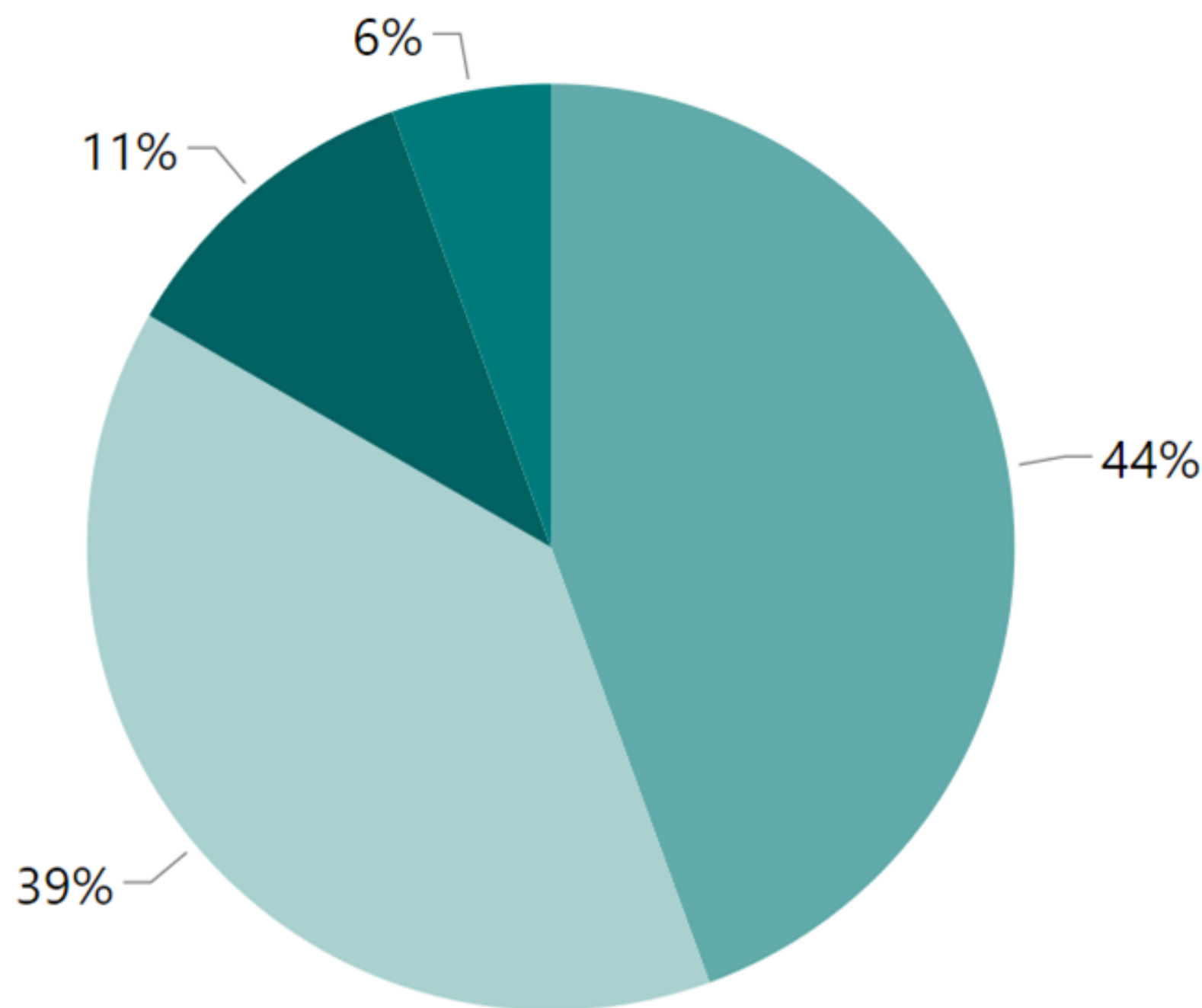
El 88% de los restaurantes señaló que más del 70% de sus proveedores son de origen nacional, de los cuales el 44% indicó que la totalidad de sus proveedores se ubican en México.

Por otro lado, 6% de los negocios señaló que entre 40% y 60% de sus proveedores son nacionales; mientras que otro 6% indicó que menos del 30% de su materia prima la adquiere en el territorio nacional.



● Del 70% al 90% ● El 100% ● Del 40% al 60% ● Menos del 30%

PORCENTAJE DE PROVEEDORES DE ORIGEN EXTRANJERO



● El 0% ● Menos del 30% ● Del 70% al 90% ● Del 40% al 60%

En relación a los proveedores de origen extranjero se identificó lo siguiente:

- El 44% de los negocios no cuentan con proveedores extranjeros.
- Otro 44% de restaurantes señaló que menos del 30% de sus proveedores son del exterior.
- El 11% indicó que en mayor medida sus proveedores son nacionales (entre un 70% y 90%).
- Solamente el 6% de los negocios señaló que entre el 40% y 60% de sus proveedores son de procedencia extranjera.

ORIGEN DEL PROVEEDOR EXTRANJERO MÁS IMPORTANTE

De acuerdo con los resultados del estudio, los proveedores extranjeros más importantes se encuentran en Canadá, España y Estados Unidos; con una participación similar de cada uno de estos países (33.3%).

33.3%



33.3%



33.3%

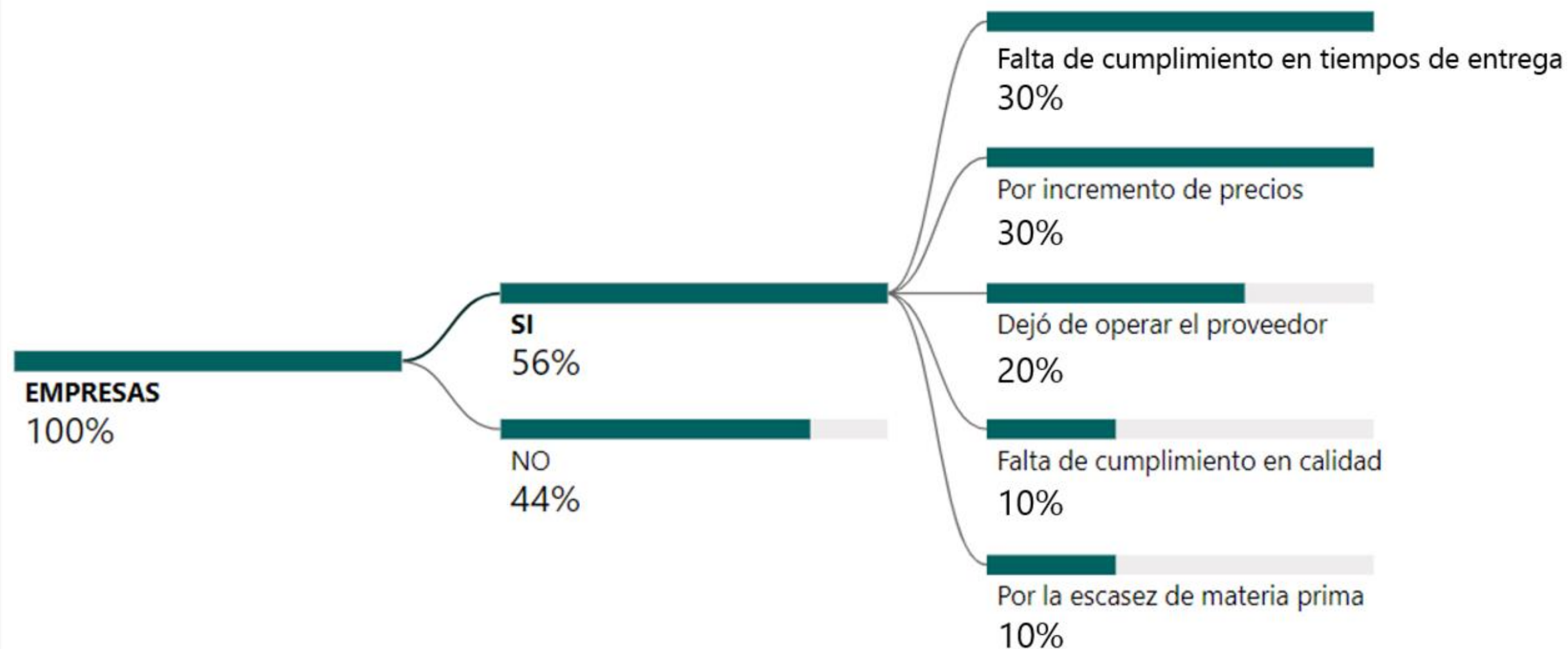


PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HAN CAMBIADO ALGUNOS DE SUS PROVEEDORES Y PRINCIPALES MOTIVOS

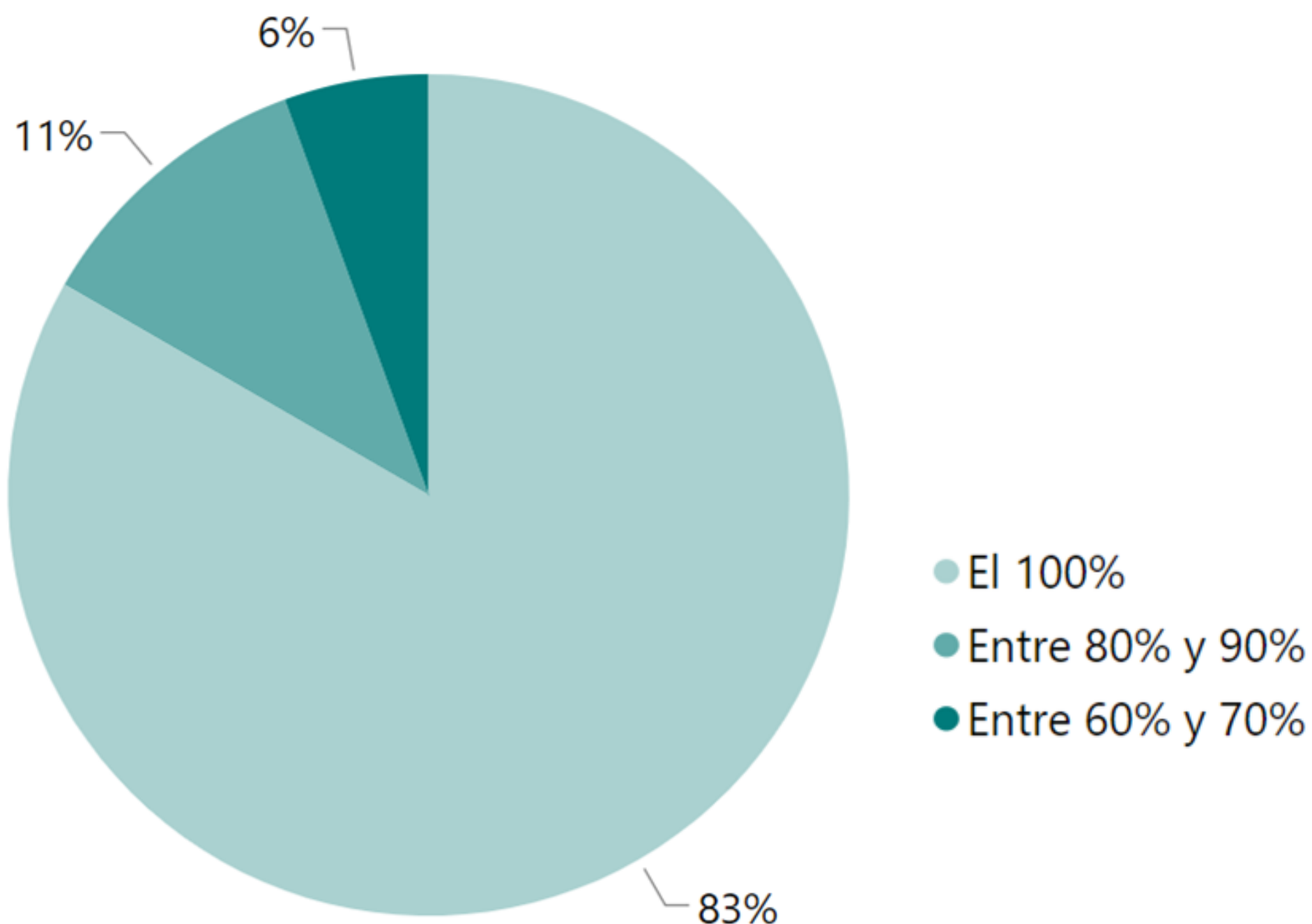
El 56% de los negocios indicó que se vio en la necesidad de cambiar algunos de sus proveedores durante el 2021. Entre las principales razones se encuentran:

- Falta de cumplimiento en tiempos de entrega (30%)
- Incremento de precios (30%)
- El proveedor dejó de operar (20%)

Lo anterior es resultado de la problemática que enfrentaron las cadenas de suministro durante la pandemia.



POSICIÓN DE LAS EMPRESAS DENTRO DE SUS RESPECTIVAS CADENAS PRODUCTIVAS

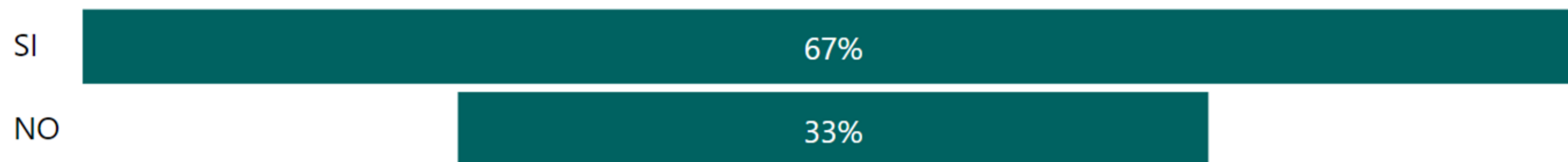


De acuerdo con los resultados del estudio, **se identificó que la mayoría de los restaurantes destinan la totalidad de su producción al consumidor final (83%).**

Solamente el 6% vende entre el 60 y 70% de sus productos al consumidor final, es decir, parte de sus productos los distribuyen a otros negocios.



PORCENTAJE DE RESTAURANTES QUE FUERON AFECTADOS POR LA **ESCASEZ DE INSUMOS** EN EL AÑO 2021



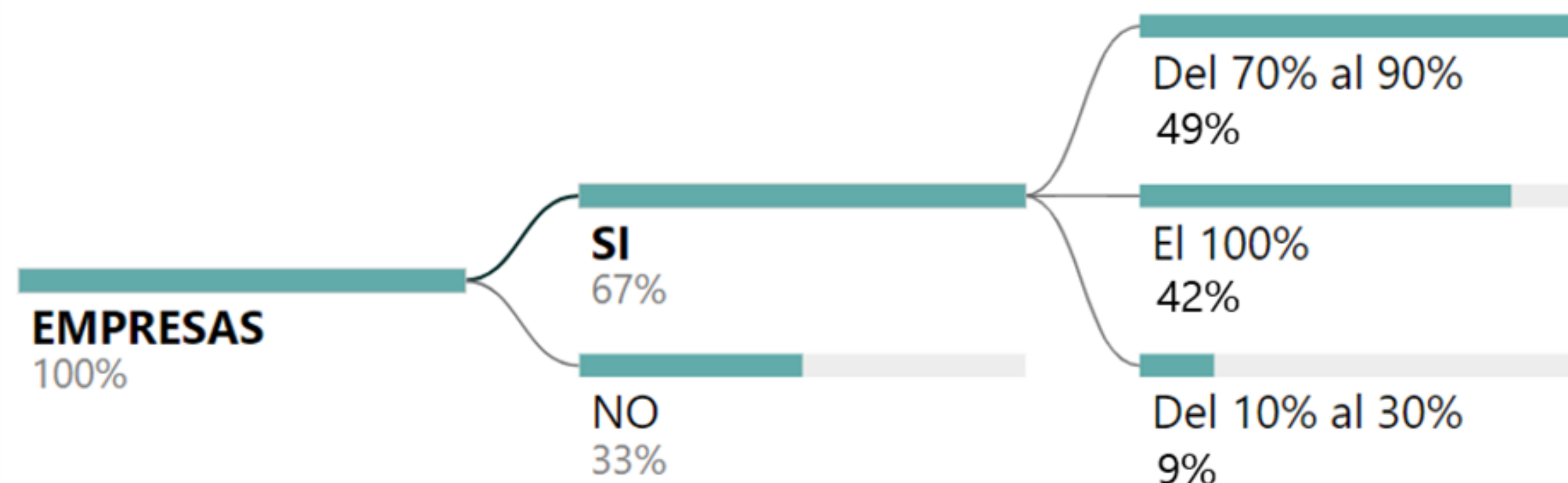
En lo que concierne a la disponibilidad de insumos, el 67% de los restaurantes mencionó haber experimentado escasez durante el año 2021, lo que provocó la elevación de precios y costos de producción.

PORCENTAJE DE ESCASEZ DE INSUMOS EN 2021

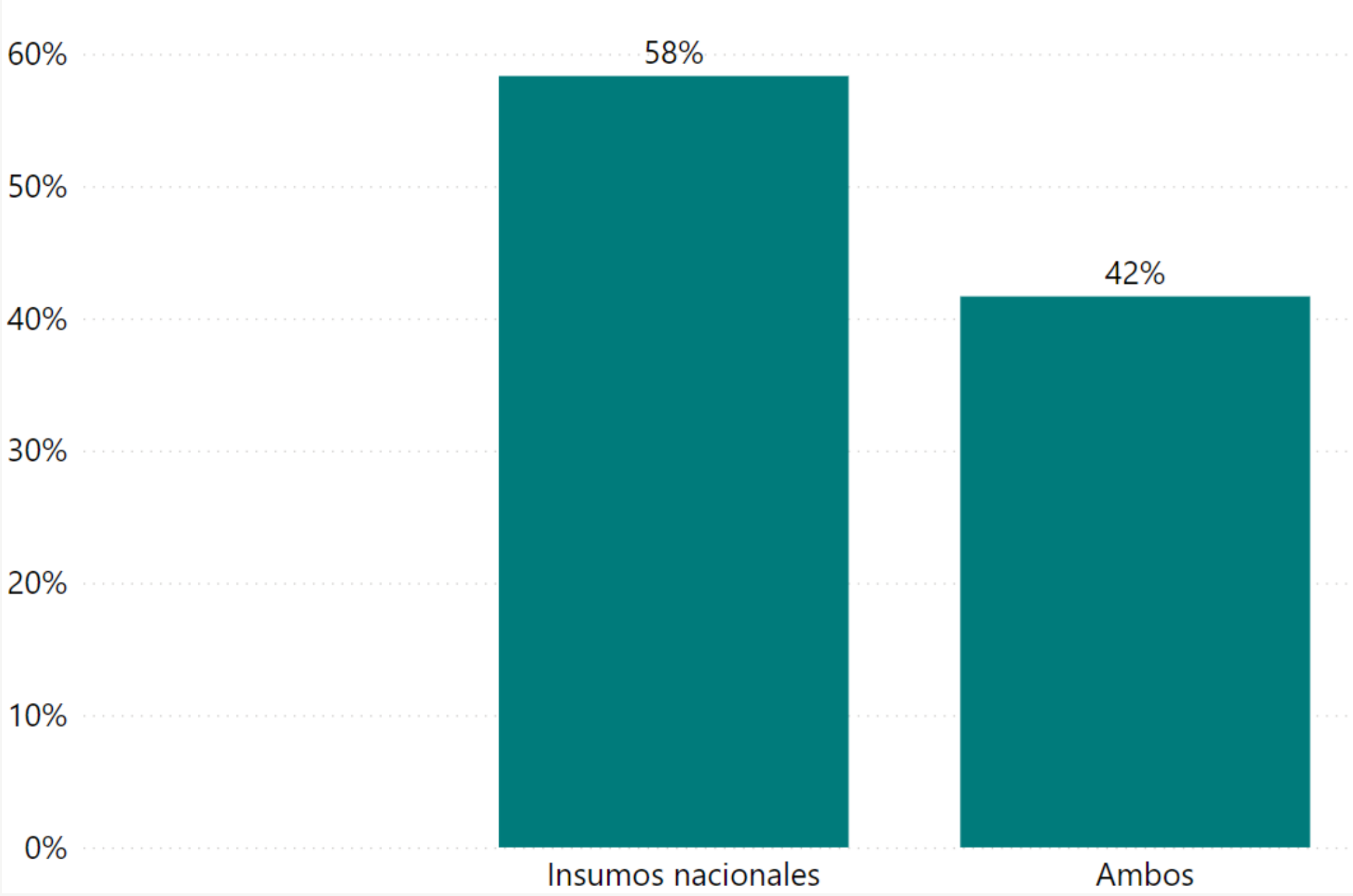
El 67% de los restaurantes que participaron en el estudio señalaron que se vieron afectados por la escasez de insumos.

De este grupo de negocios:

- El 49% señaló que enfrentaron escasez de entre el 70% y 90% de sus insumos.
- El 42% indicaron haber enfrentado la escasez de la totalidad de sus insumos.
- Solamente el 9% de los restaurantes consideró una escasez de menos de 30% de los insumos necesarios para operar.

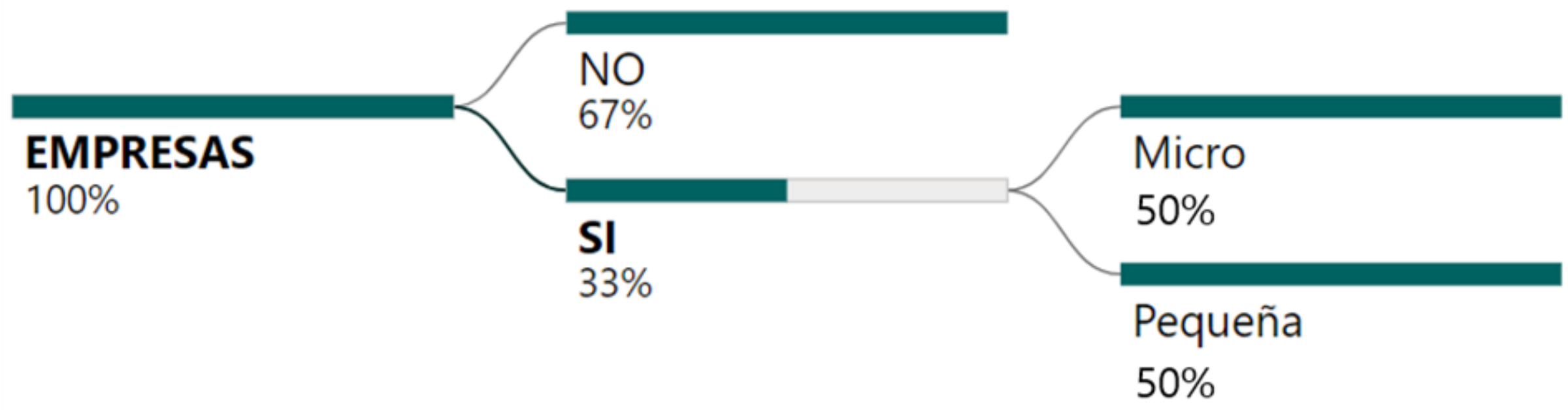


ESCASEZ DE INSUMOS EN EL 2021, SEGÚN ORIGEN



A partir de los resultados del estudio se identificó que el 42% de los negocios experimentó escasez de insumos nacionales y extranjeros, mientras que el 58% restante advirtieron únicamente la escasez de insumos de origen nacional.

ESCASEZ DE INSUMOS DURANTE 2022, SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA



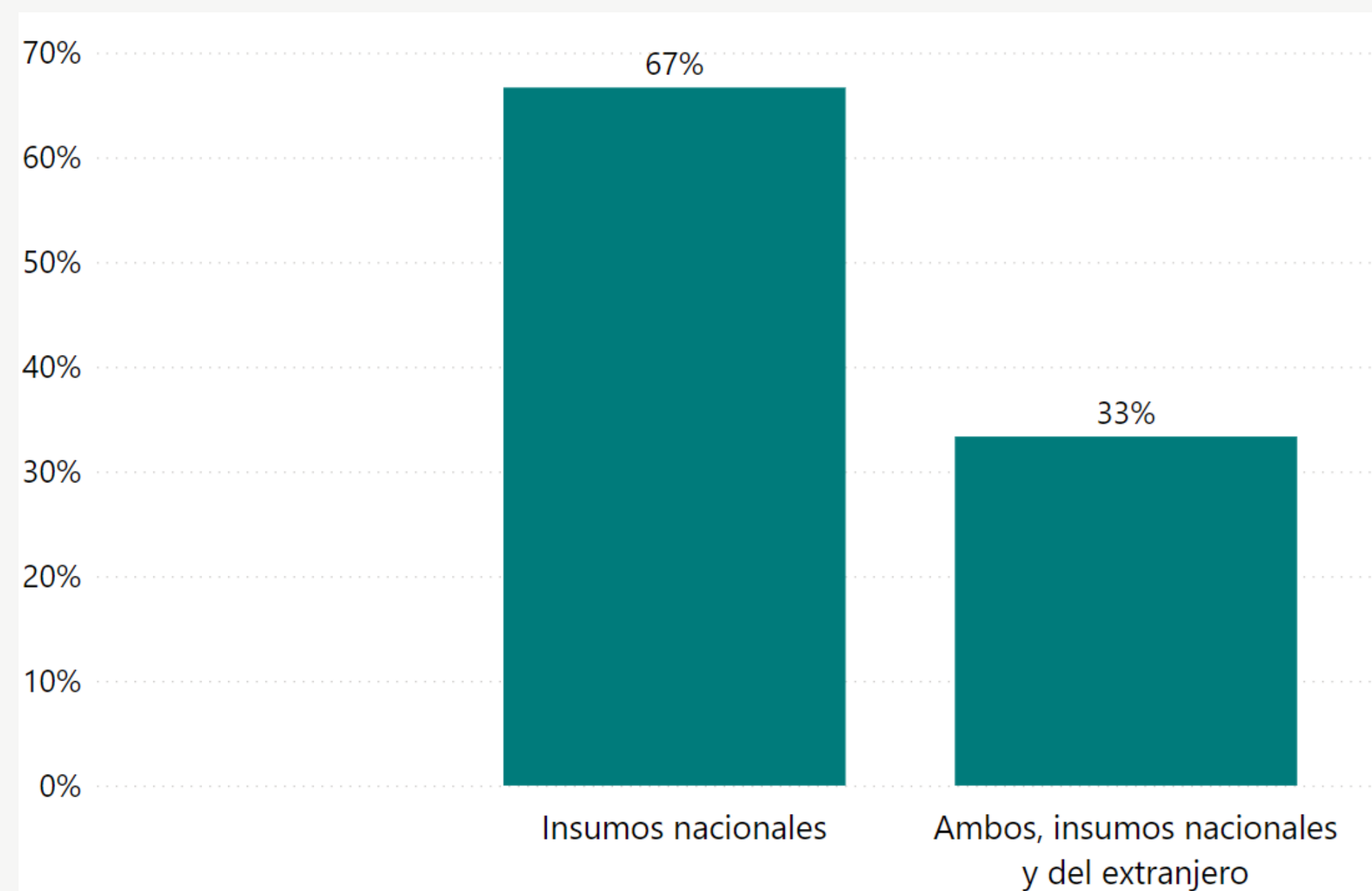
El 33% de los negocios que participaron en el estudio enfrentaron la escasez de insumos durante el año 2022.

Esta situación afectó especialmente a los negocios micro y pequeños del sector restaurantes.

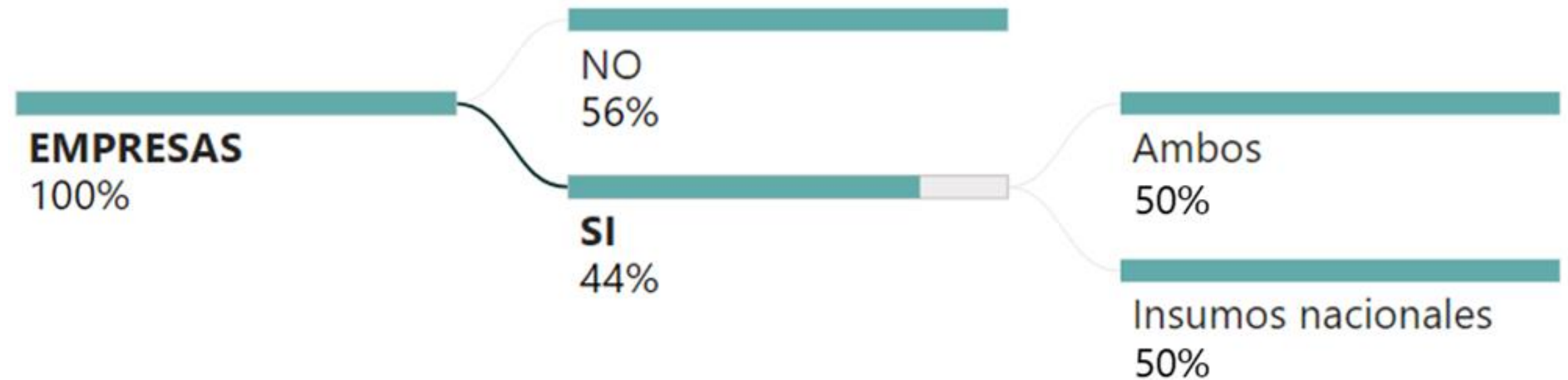
ESCASEZ DE INSUMOS EN 2022, SEGÚN ORIGEN

A partir de los resultados del estudio se identificó que en el año 2022 se mantuvo una tendencia similar al año previo respecto a la escasez y retraso en la entrega de insumos que enfrentaron los negocios del ramo restaurantero en la entidad.

Al respecto, el 33% de los negocios indicaron haber experimentado escasez tanto de insumos nacionales como del exterior; en contraste, el 67% señaló haber enfrentado la escasez de insumos solamente de origen nacional.



ESCASEZ DE INSUMOS POR PROBLEMAS DE LOGÍSTICA EN 2021

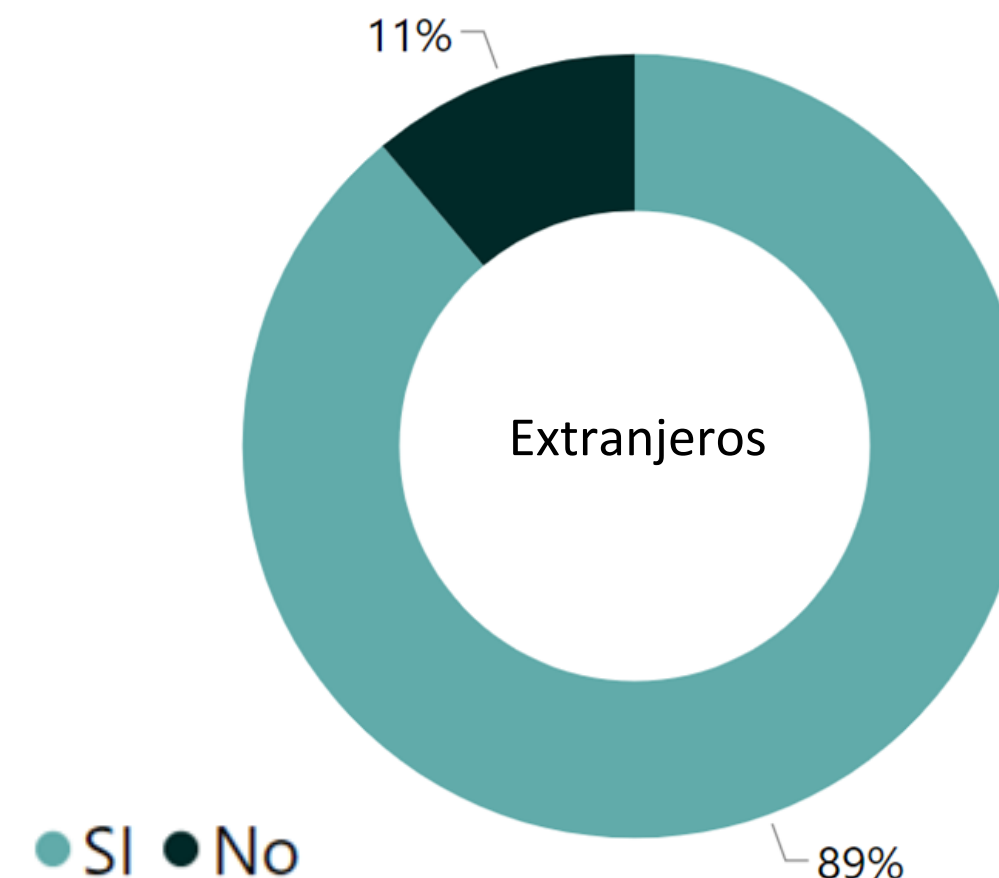


De acuerdo con los resultados del estudio, para el 44% de los empresarios la logística ha sido un problema que ha incidido en la escasez y encarecimiento de los insumos. De este grupo el 50% indicaron que la problemática la enfrentaron en relación a los insumos tanto de origen nacional como del extranjero, mientras que para otro 50% solo se presentó en los insumos nacionales.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE FUERON AFECTADAS POR EL INCREMENTO DE PRECIOS DE INSUMOS EN 2021



Durante el año 2021, todas las empresas que participaron en el estudio se vieron afectadas por el incremento de precios de los insumos nacionales.



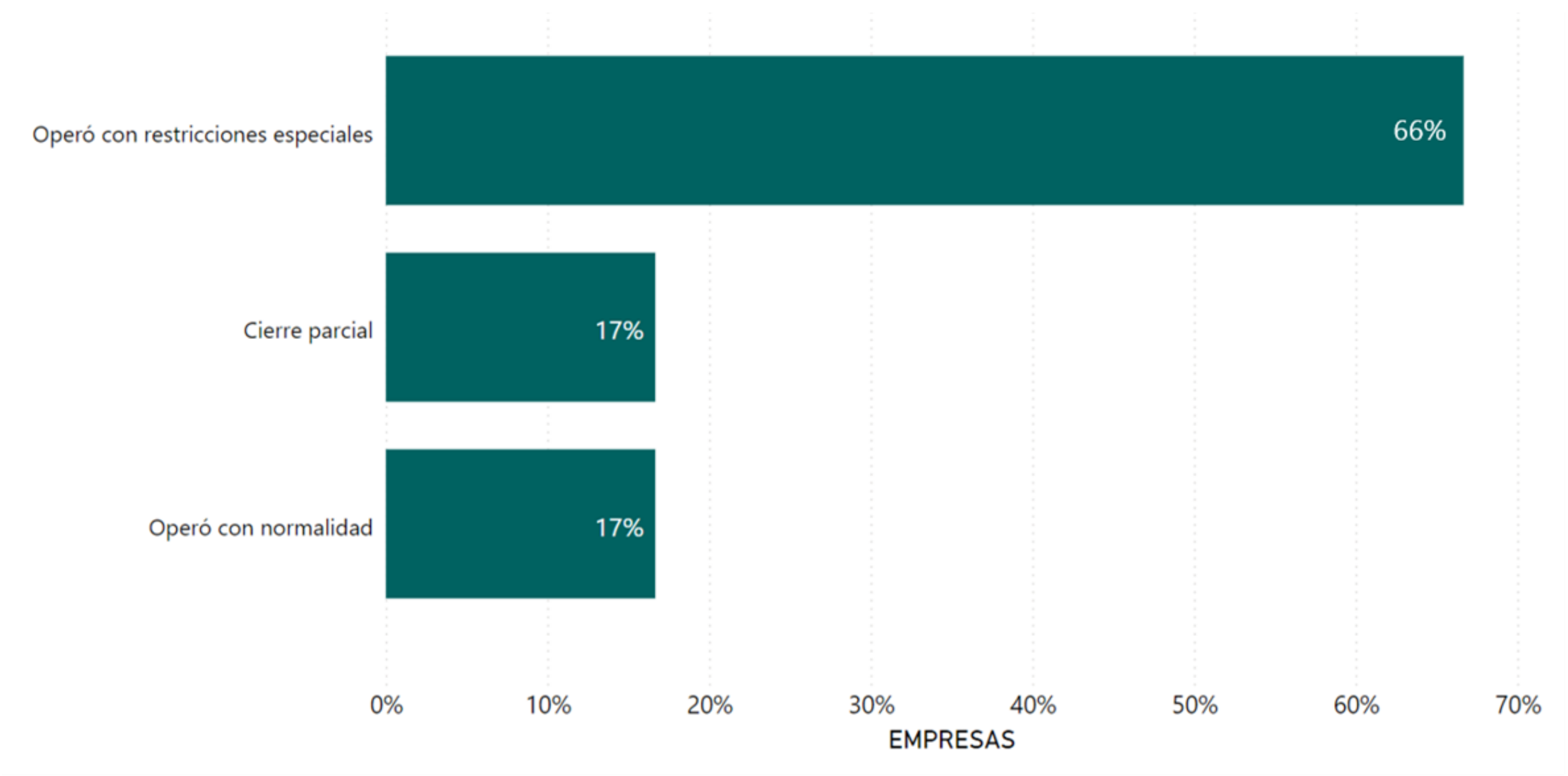
Por otra parte, el 89% de los negocios enfrentaron el incremento de los precios de insumos procedentes del extranjero.

4. SITUACIÓN QUE ENFRENTA EL NEGOCIO ANTE EL COVID-19

En esta dimensión se destacan las condiciones en que operaba el negocio durante el año 2021, así como las oportunidades, retos y perspectivas de los empresarios respecto al cierre de ese año.



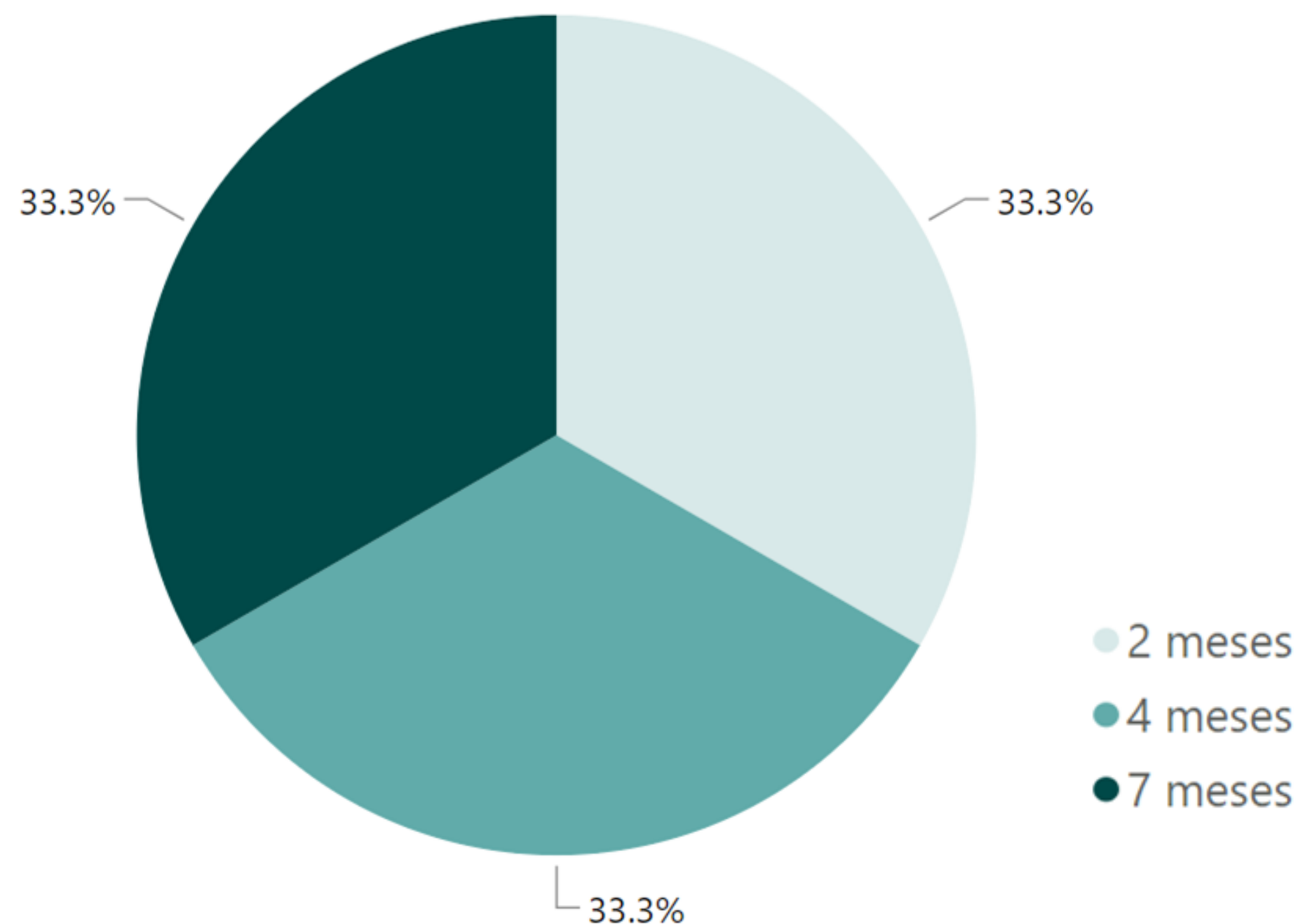
MODALIDAD EN QUE OPERARON LOS NEGOCIOS EN 2021



A partir de los resultados de la encuesta, se logró identificar que gran parte de los negocios operaron con restricciones especiales durante el año 2021.

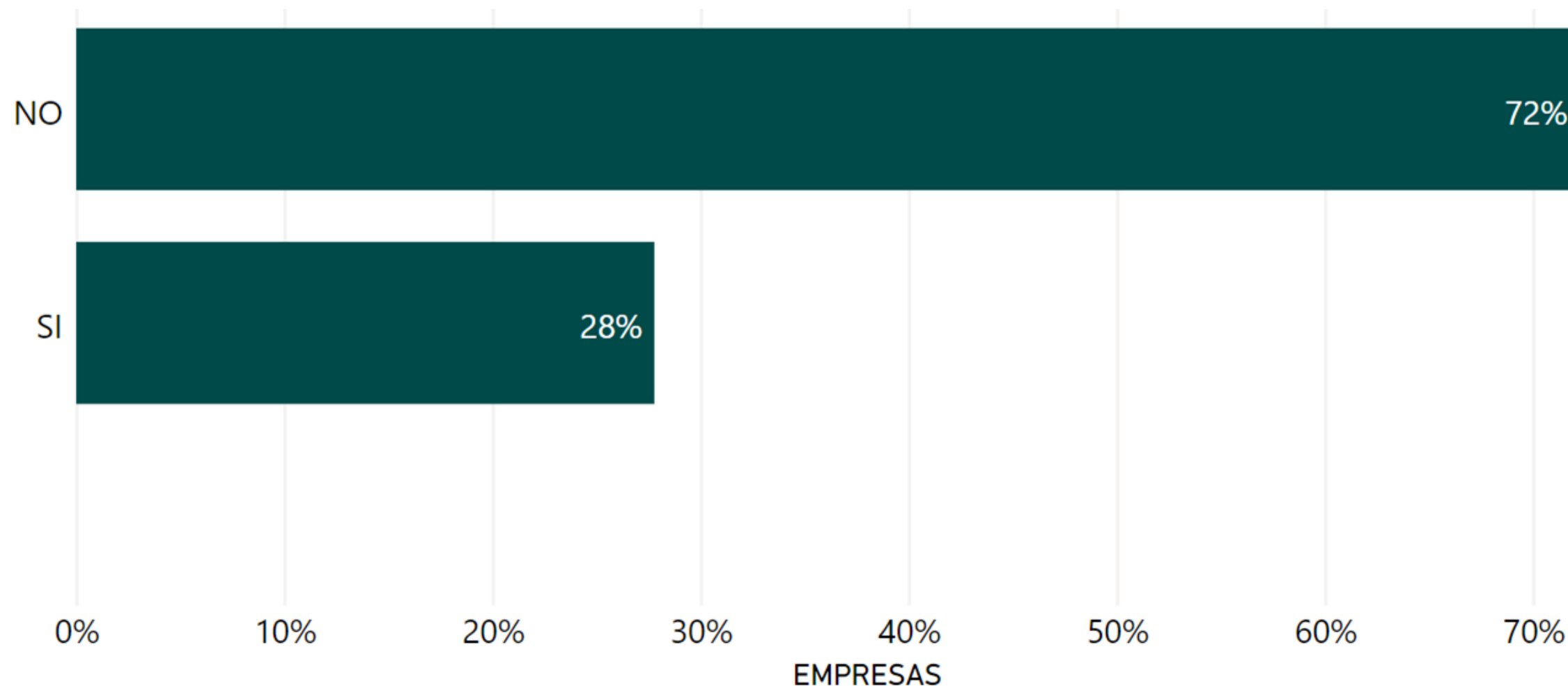
Solamente el 17% de los negocios lograron operar con normalidad, mientras que otro 17% lo hicieron con cierres parciales.

TIEMPO DE OPERACIÓN CON CIERRE PARCIAL EN 2021



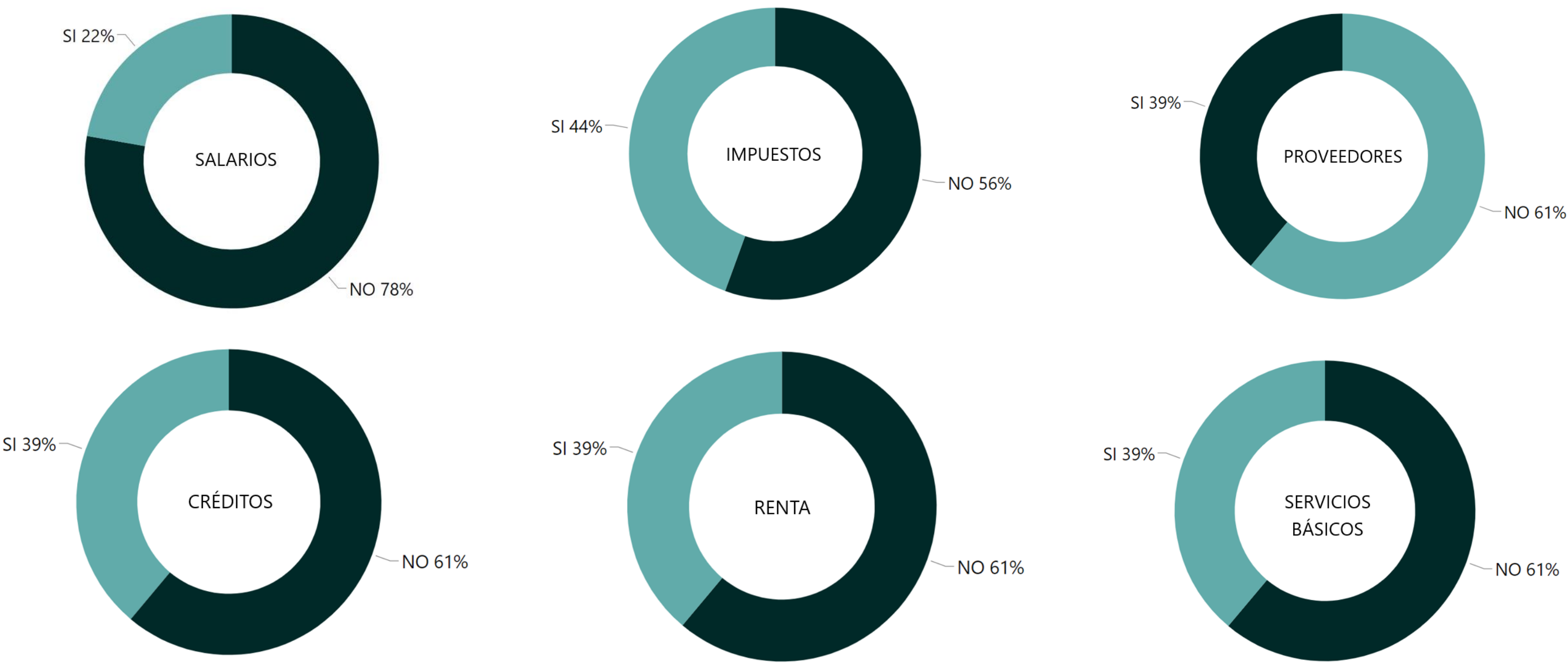
Del grupo de negocios que operaron con cierre parcial durante el año 2021, se logró identificar que la proporción fue equitativa de entre 2, 4 y 7 meses (33.3% respectivamente)

PORCENTAJE DE RESTAURANTES QUE TENÍAN PLANES DE CERRAR DEFINITIVAMENTE EN 2021



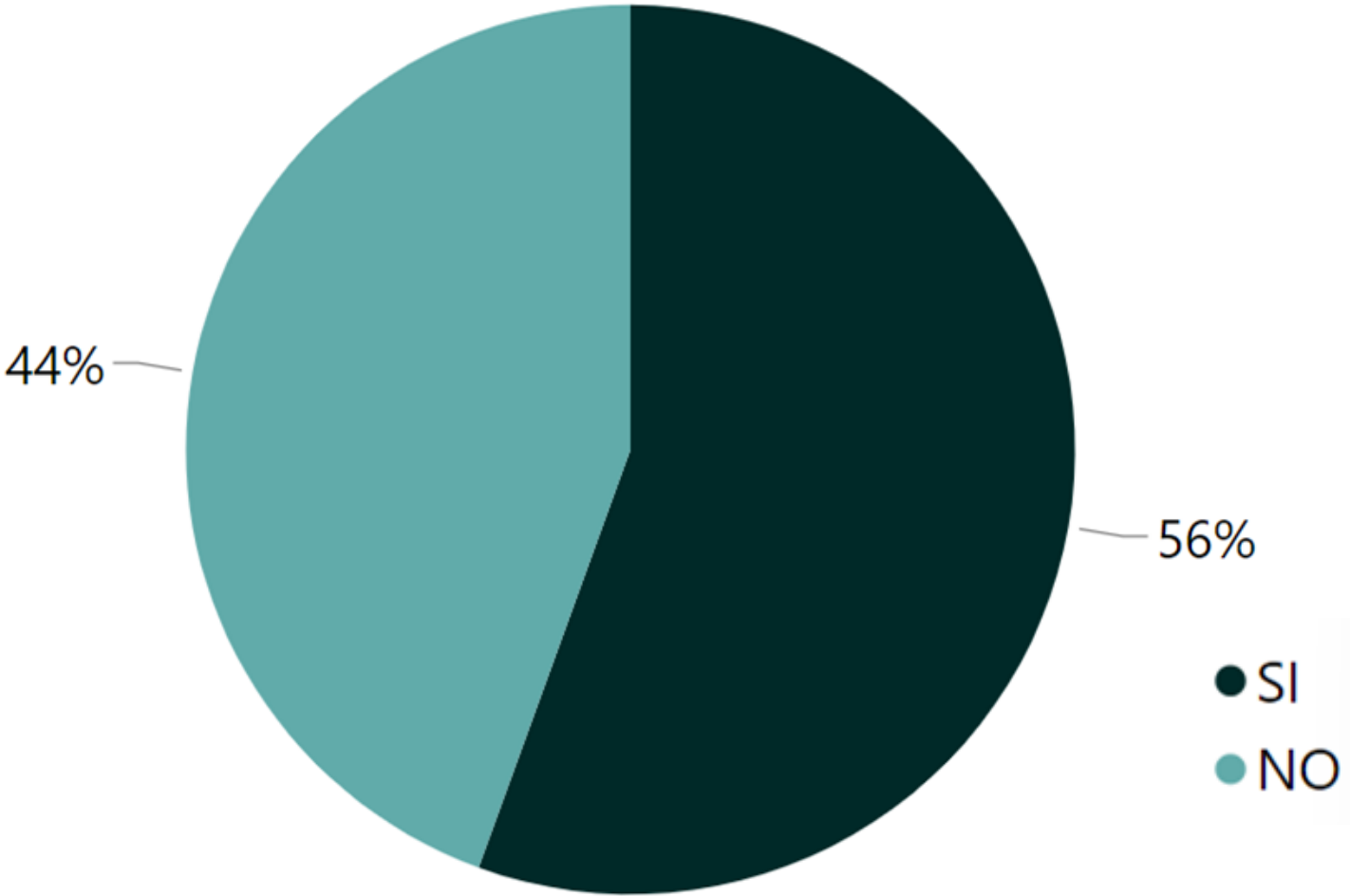
Durante el año 2021, el 72% de los negocios no consideraba la opción de cerrar definitivamente. Mientras que el 28% tenía planes de cerrar en algún momento, debido a las condiciones en que debían operar ante la situación pandémica.

CAPACIDAD FINANCIERA PARA HACER FRENTE AL PAGO DE DIFERENTES RUBROS DURANTE EL 2021



Con base en la información obtenida, fue posible identificar que una importante proporción de los negocios manifestaron contar con un bajo nivel de capacidad financiera para hacer frente al pago de algunos rubros relacionados con impuestos, renta, créditos vigentes, salarios proveedores y servicios básicos.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE ENFRENTABAN PROBLEMAS DE LIQUIDEZ EN 2021



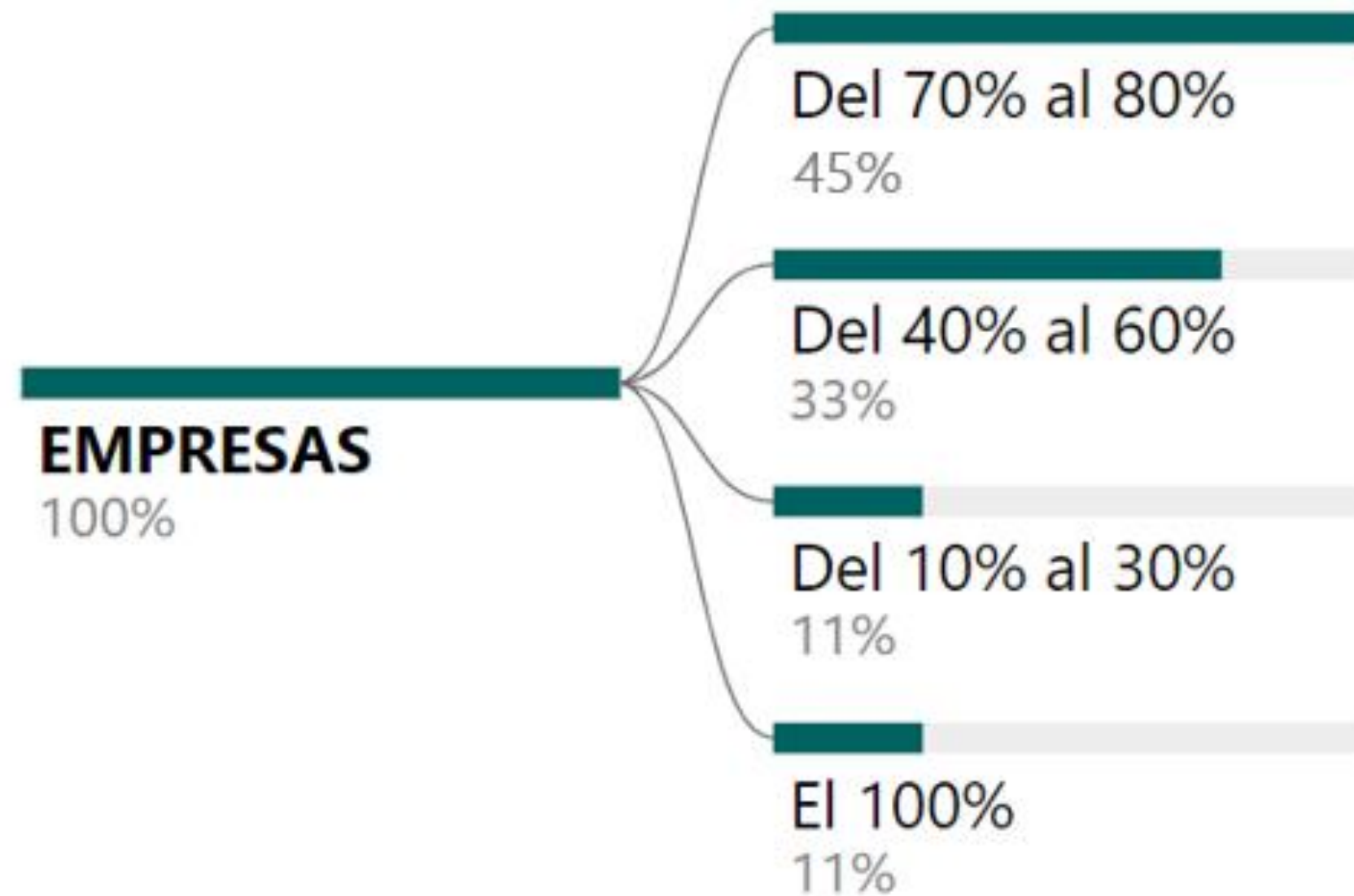
A partir de los resultados del estudio se logró identificar que en 2021 el 56% de los restaurantes enfrentaba problemas de liquidez para hacer frente a pagos diversos y deudas crediticias.



5. Producción

En esta sección se describen las condiciones y problemáticas a las que se enfrentaron los restaurantes en su actividad productiva durante los años 2021 y 2022.

CAPACIDAD DE OPERACIÓN DE LOS RESTAURANTES EN 2021



A partir de los resultados del estudio, se logró identificar que el 11% de los negocios operaron al 100% de su capacidad durante el año 2021.

Los negocios restantes señalaron haber operado como sigue:

- El 45% operaron a una capacidad de entre el 70% y 80%
- El 33% lo hicieron entre el 40% y 60% de su capacidad de operación.
- Solamente el 11% operaron entre el 10% y 30% de su capacidad.

CAPACIDAD DE OPERACIÓN DE LOS RESTAURANTES EN 2022

En el año 2022, la capacidad en que estuvieron operando los negocios mostró una mejoría respecto a 2021. De acuerdo a los resultados del estudio se identificó que:

- El 44% operaron al máximo de su capacidad (100%).
- El 44% operó entre un 70% y 90%.
- El 6% operaron entre 40% y 60%.
- Únicamente el 6% operaron a una baja capacidad (entre un 10% y 30%).

EMPRESAS
100%

Del 70% al 90%
44%

El 100%
44%

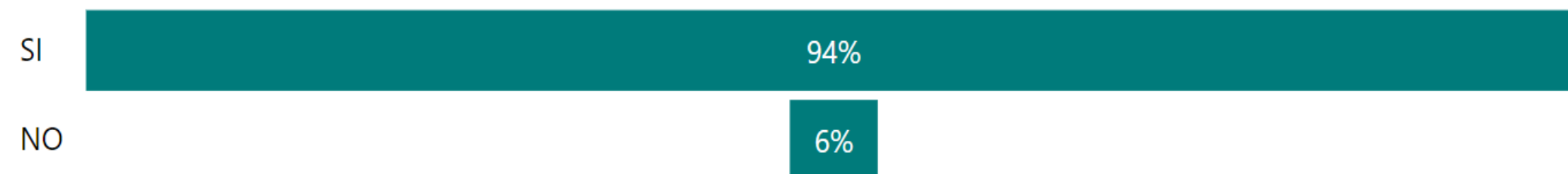
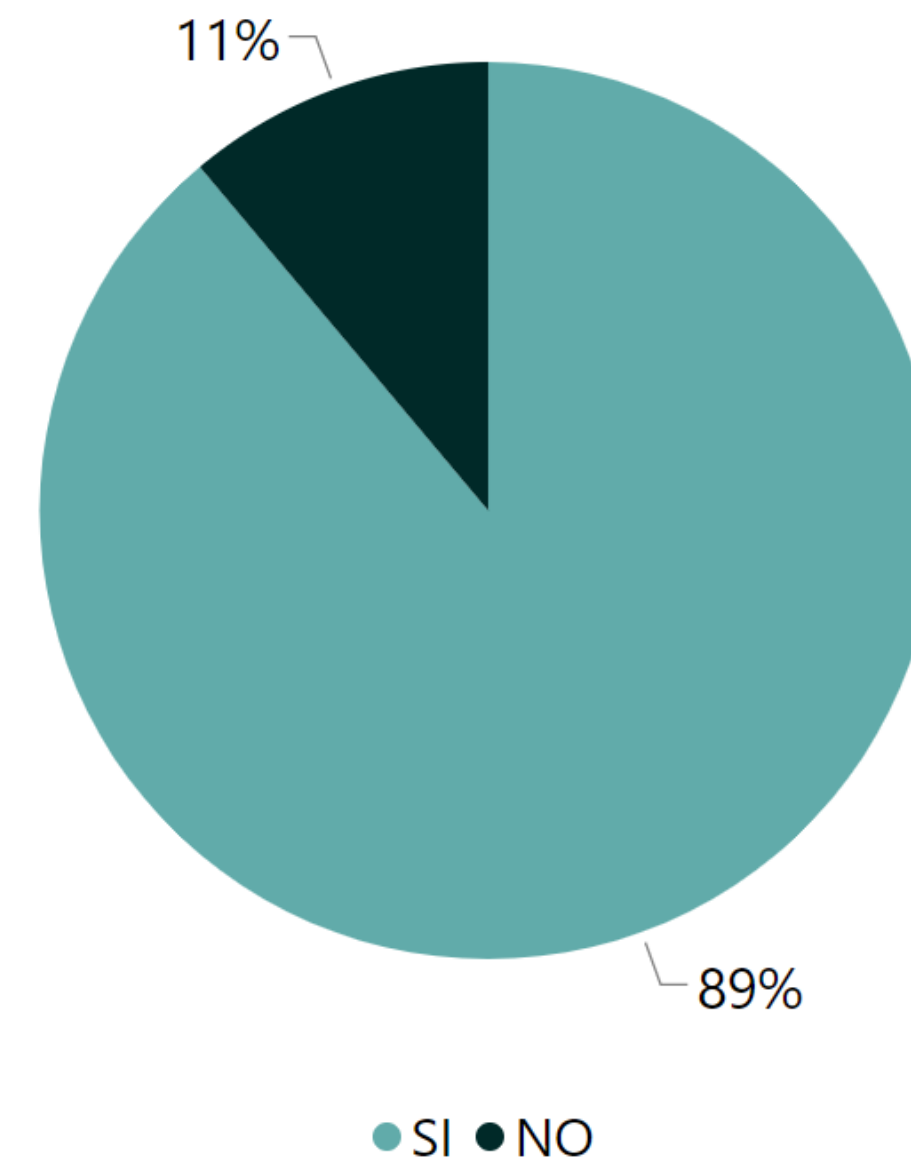
Del 10% al 30%
6%

Del 40% al 60%
6%

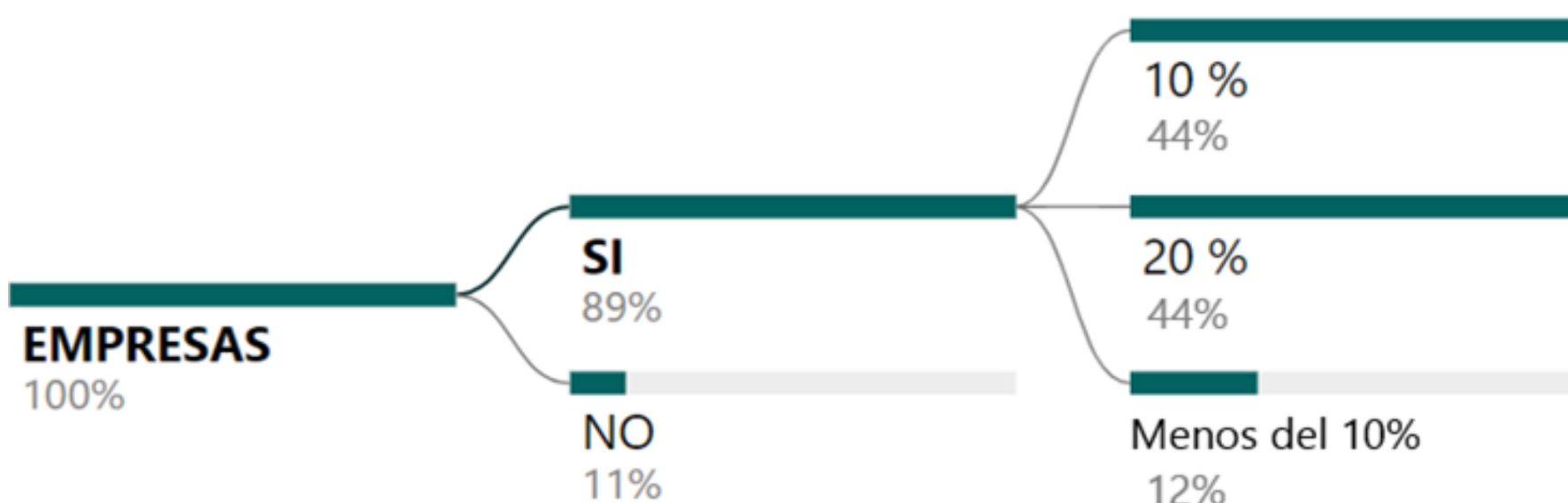
PORCENTAJE DE RESTAURANTES QUE EXPERIMENTARON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DE OPERACIÓN EN 2021

El 89% de los negocios indicaron que sus costos de operación se incrementaron durante el 2021.

De este grupo, el 94% adjudicó este aumento a la volatilidad del tipo de cambio.



PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE INCREMENTARON EL PRECIO DE SUS PRODUCTOS EN 2021



Del total de los negocios encuestados, el 89% indicó que se vieron obligados a incrementar los precios de sus productos durante 2021. Dichos aumentos variaron de la siguiente forma:

- El 44% aumentó un 10% sus precios
- Otro 44% de las empresas aumentó en 20%
- El restante 12% incrementó los precios en un 10% o menos.

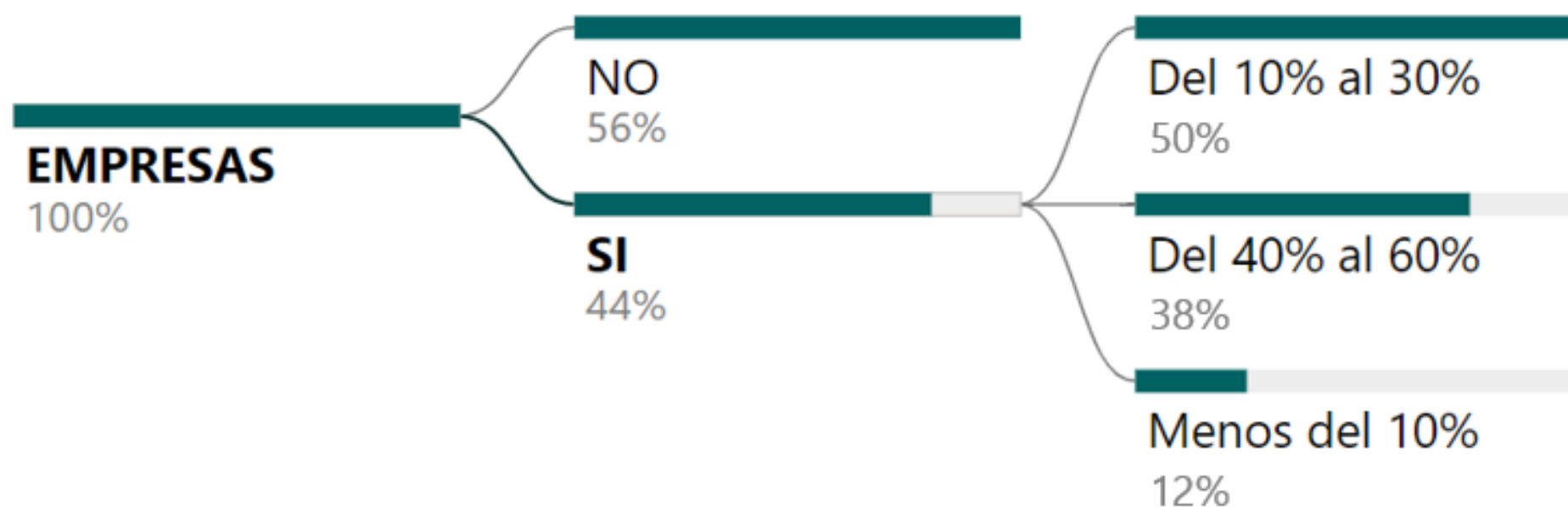
* Cifras en negro: porcentaje de incremento en el precio de los productos.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.



6. VENTAS Y BENEFICIOS

En esta dimensión de análisis se examina la información relacionada con las variables ventas y utilidades de las empresas en el contexto derivado de la pandemia COVID-19.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REGISTRARON INCREMENTO DE VENTAS EN 2021 RESPECTO AL 2020 Y NIVEL DE AUMENTO



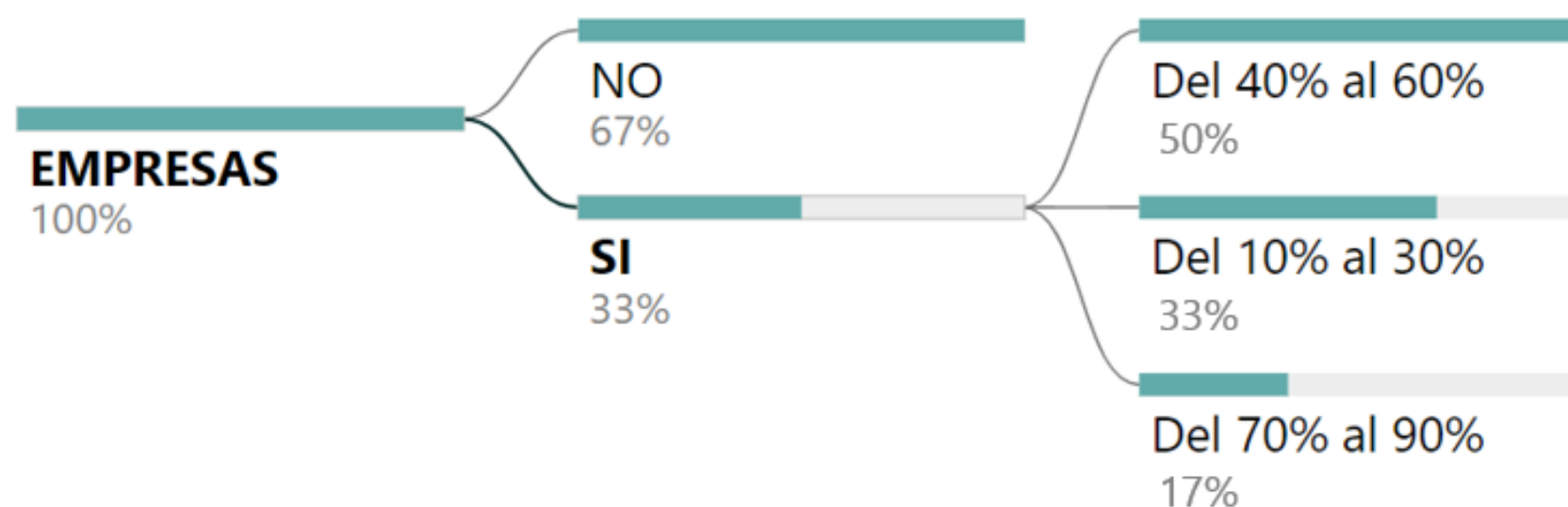
Solo el 44% de los negocios que participaron en el estudio registraron un incremento de ventas en 2021 respecto al 2020.

De este grupo:

- El 50% señaló que el aumento osciló entre 10% y 30%.
- El 38% de los negocios, indicó que el aumento de ventas fue de entre 40% y 60%.
- Por último, un reducido grupo (12%) advirtió un ligero incremento en ventas (de 10% o menos).

* Cifras en negro: porcentaje de incremento de ventas.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE EXPERIMENTARON UNA DISMINUCIÓN DE VENTAS EN 2021 RESPECTO AL 2020 Y NIVEL DE DISMINUCIÓN



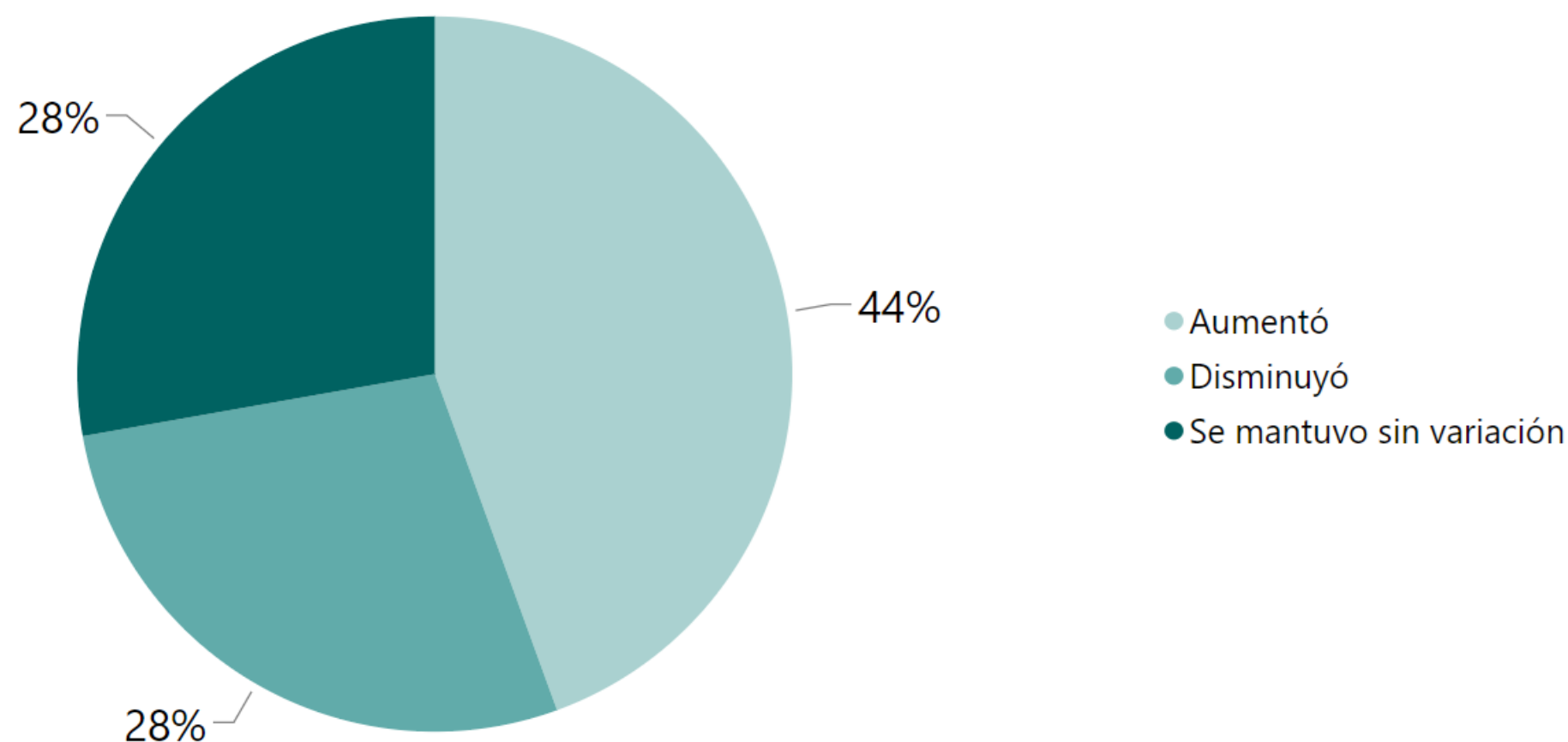
Pese a que en 2021 la situación pandémica mostraba una mejoría, se logró identificar que el 33% de los negocios enfrentaron una disminución en sus ventas en 2021, respecto al año previo.

Al respecto destaca que el 50% indicó que dicha disminución fue entre 40% y 60%.

Las disminuciones más importantes fueron de entre 70% y 90% para un reducido grupo de restaurantes (17%).

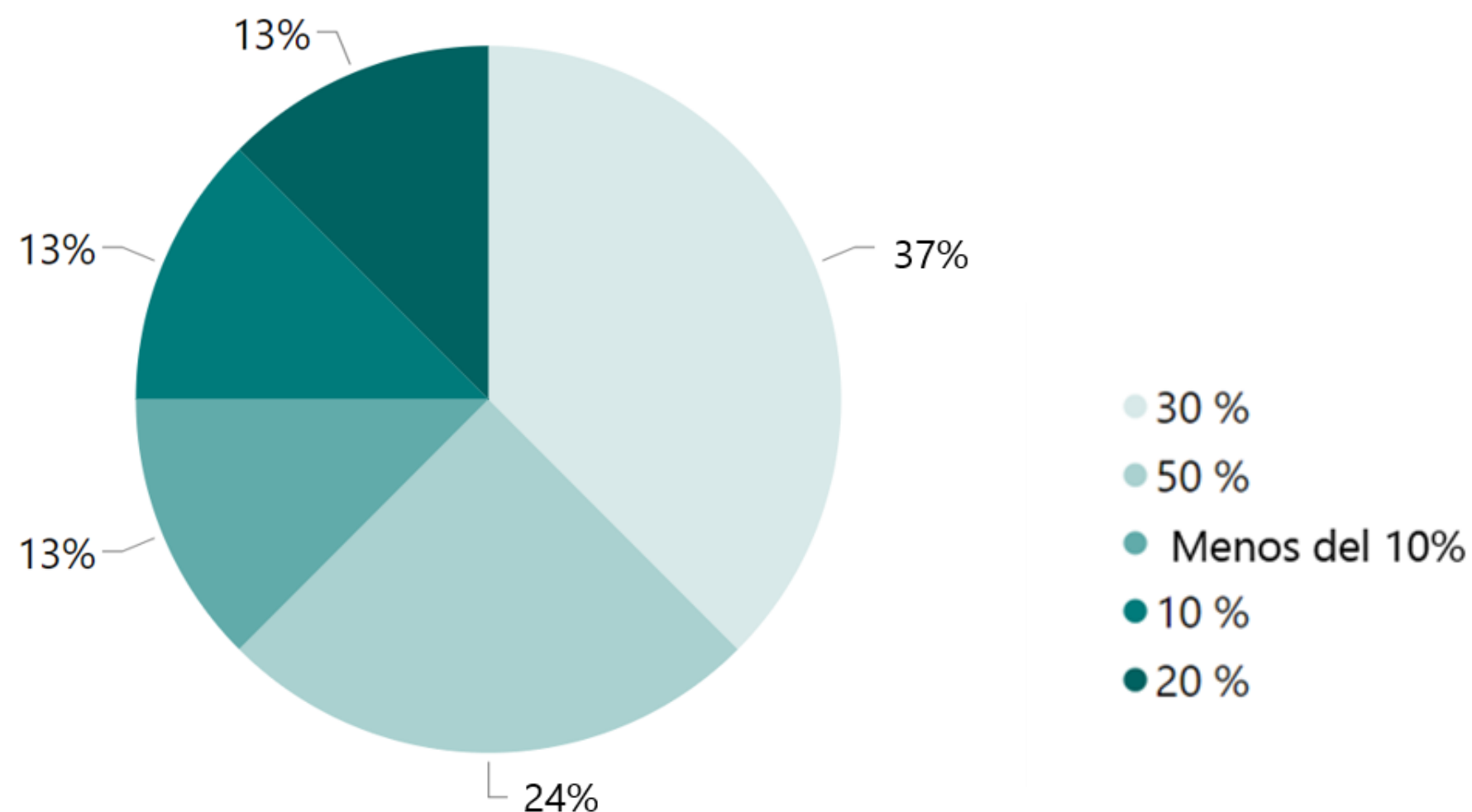
* Cifras en negro: porcentaje de incremento de ventas.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.

VARIACIÓN EN LAS UTILIDADES DE LOS RESTAURANTES EN 2021 RESPECTO AL 2020



El 44% de los negocios señalaron que sus utilidades se incrementaron en 2021 respecto del 2020; mientras que el restante 56% indicaron que disminuyeron o se mantuvieron sin variación en igual proporción (28% respectivamente)

PORCENTAJE DE INCREMENTO DE LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS EN 2021 RESPECTO AL 2020

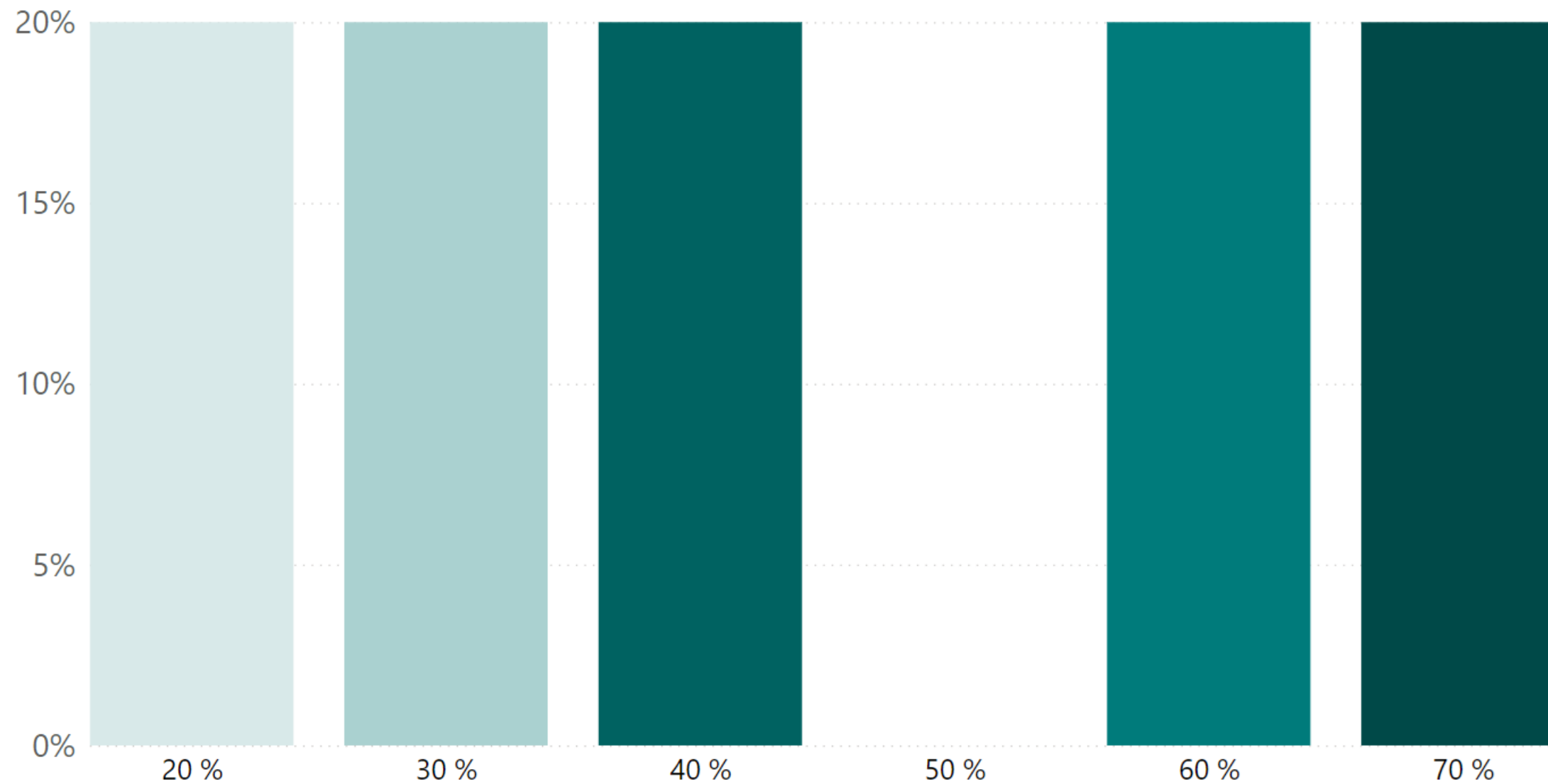


Del grupo de empresas que indicaron un incremento de las utilidades en 2021 en comparación con 2020, el mayor aumento fue de 50% únicamente para el 24% de los negocios.

El resto de negocios registraron los siguientes aumentos:

- Para el 50% el incremento fue de entre 20% y 30%.
- Solo el 26% de negocios señalaron un aumento de 10% o menos.

PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN DE LAS UTILIDADES EN 2021 RESPECTO AL 2020



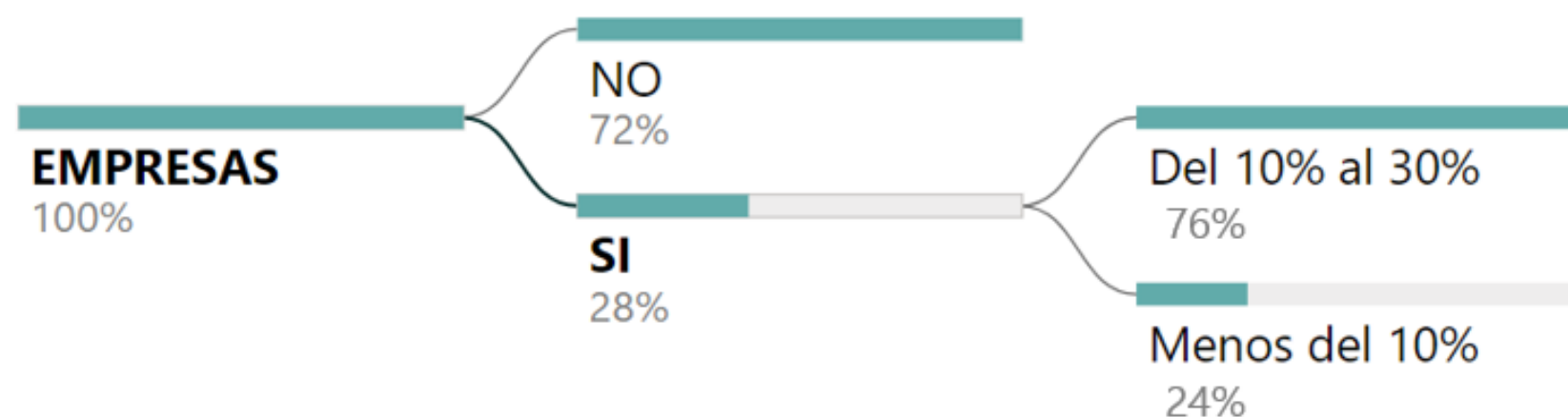
Del grupo de restaurantes que indicaron una disminución de utilidades, el 40% registraron un descenso de entre 60% y 70% de ganancias en 2021 en comparación con el 2020; mientras que el 60% restante señalaron una disminución de entre 20% y 40%.



7. EMPLEO

En esta dimensión se analiza la información relacionada con los cambios en la plantilla laboral de las empresas restauranteras y adaptaciones que debieron realizar en el contexto de la pandemia por COVID-19.

PORCENTAJE DE RESTAURANTES QUE SE VIERON OBLIGADOS A DESPEDIR PERSONAL EN 2021



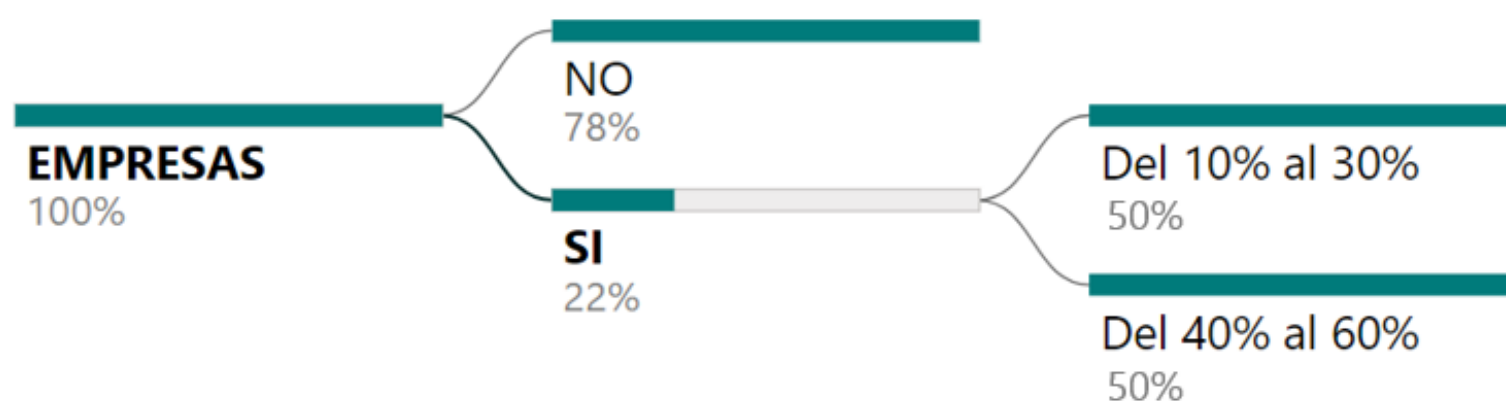
De acuerdo con la información obtenida, el 28% de los restaurantes indicaron que se vieron obligados a despedir personal en 2021.

De este grupo, la mayor parte de negocios (76%) despidió entre el 10% y 30% de sus empleados; solo el 24% restante redujo su plantilla laboral en menos del 10%.



* Cifras en negro: porcentaje de personal despedido.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.

PORCENTAJE DE RESTAURANTES QUE CONTRATARON NUEVOS EMPLEADOS EN 2021



* Cifras en negro: porcentaje de contratación de personal.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.

El 22% de los restaurantes participantes en el estudio señalaron que contrataron nuevos trabajadores.

De este grupo de negocios:

- El 50% contrató entre el 40% y 60% de nuevo personal
- Otro 50%, contrató entre 10% y 30% de nuevos empleados.

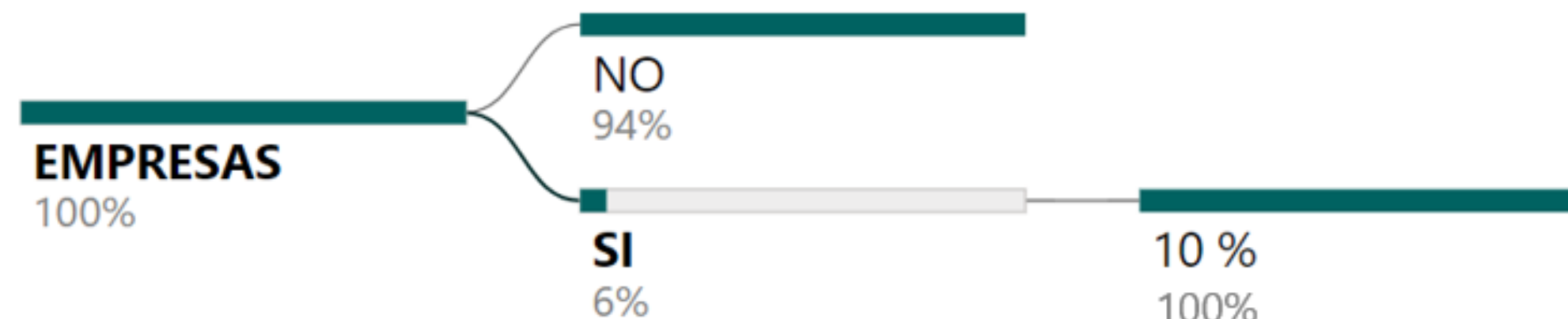


PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE TENÍA PLANES DE DESPEDIR PERSONAL EN 2022



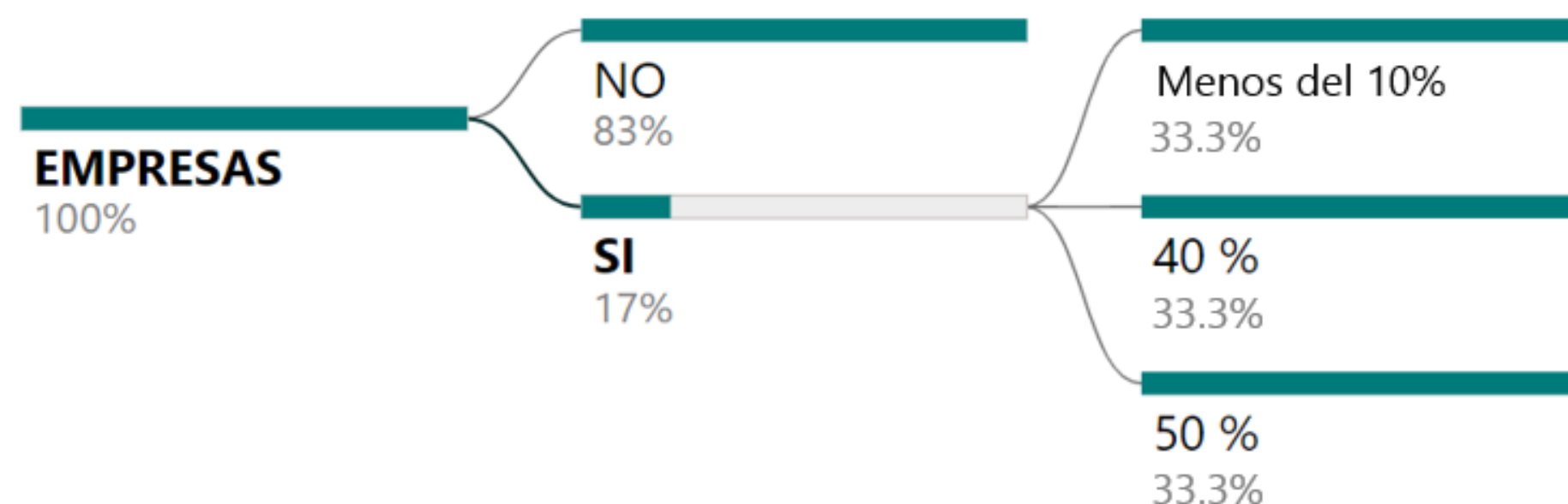
Solamente el 6% de los restaurantes señalaron que tenían contemplado despedir personal durante el 2022.

Dichos planes consistían en disminuir 10% de su plantilla laboral.



* Cifras en negro: porcentaje de personal con planes de despedir.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.

PORCENTAJE DE RESTAURANTES CON EMPLEADOS EN LA MODALIDAD DE TRABAJO DESDE CASA EN 2021

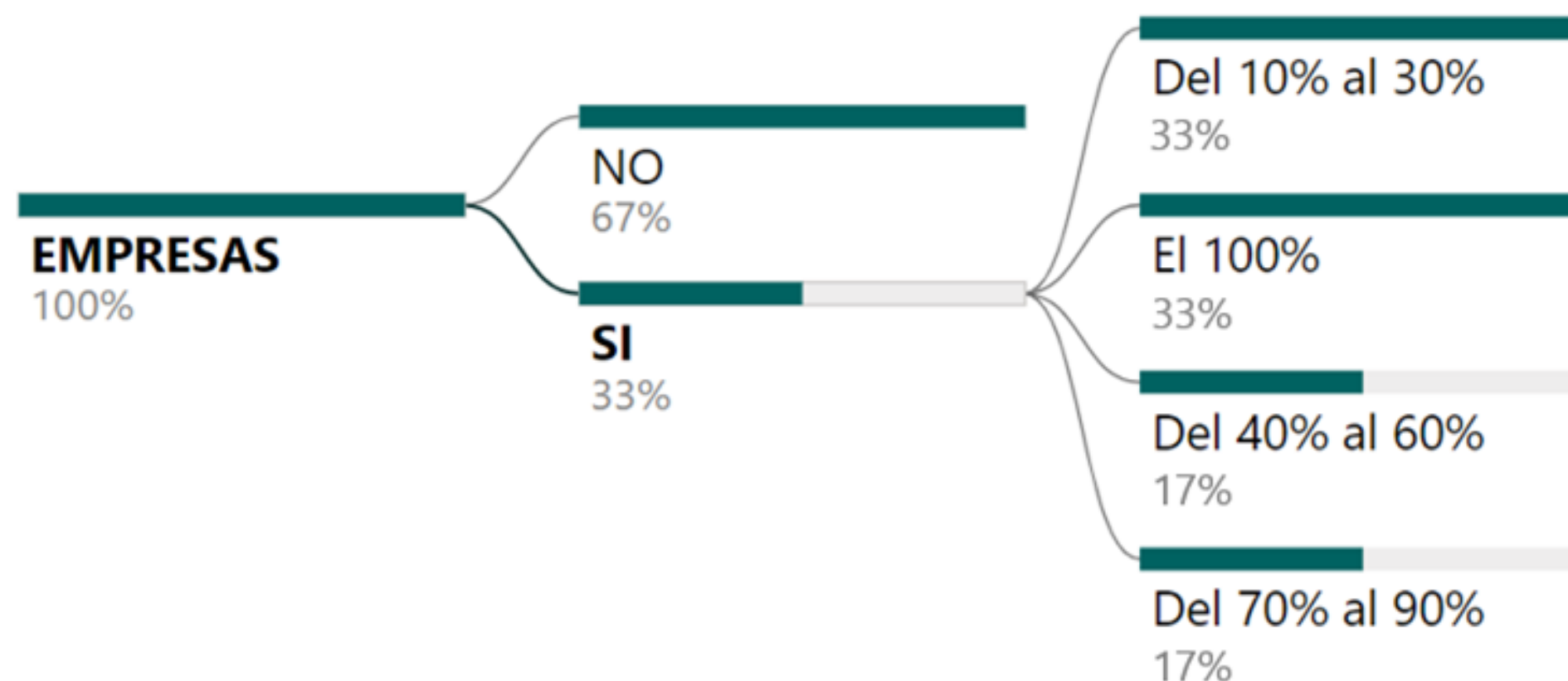


* Cifras en negro: porcentaje de personal trabajando desde casa.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.

Dada la naturaleza de los negocios restauranteros, solo el 17% señalaron que contaba con personal trabajando desde casa en 2021.

De este grupo, la tercera parte mantenía en estas condiciones a menos del 10% de su plantilla laboral, mientras que dos terceras partes de los negocios indicaron que entre 40% y 50% de sus empleados se encontraba laborando bajo esta modalidad.

PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE EN 2022 RECONTRATARON PERSONAL QUE HABÍA SIDO DESPEDIDO CON ANTERIORIDAD



De los restaurantes que participaron en el estudio, el 33% contrató nuevamente a personal que había sido despedido con anterioridad, durante el período más álgido de la pandemia.

De ese grupo de negocios:

- El 33% re-contrató a todos los empleados que había despedido.
- Otro 33% re-contrató entre el 10% y 30% del personal.
- El 17% re-contrató entre el 40 y 60% de trabajadores.
- El restante 17% re-contrató entre el 70% y 90% del personal que había sido despedido.

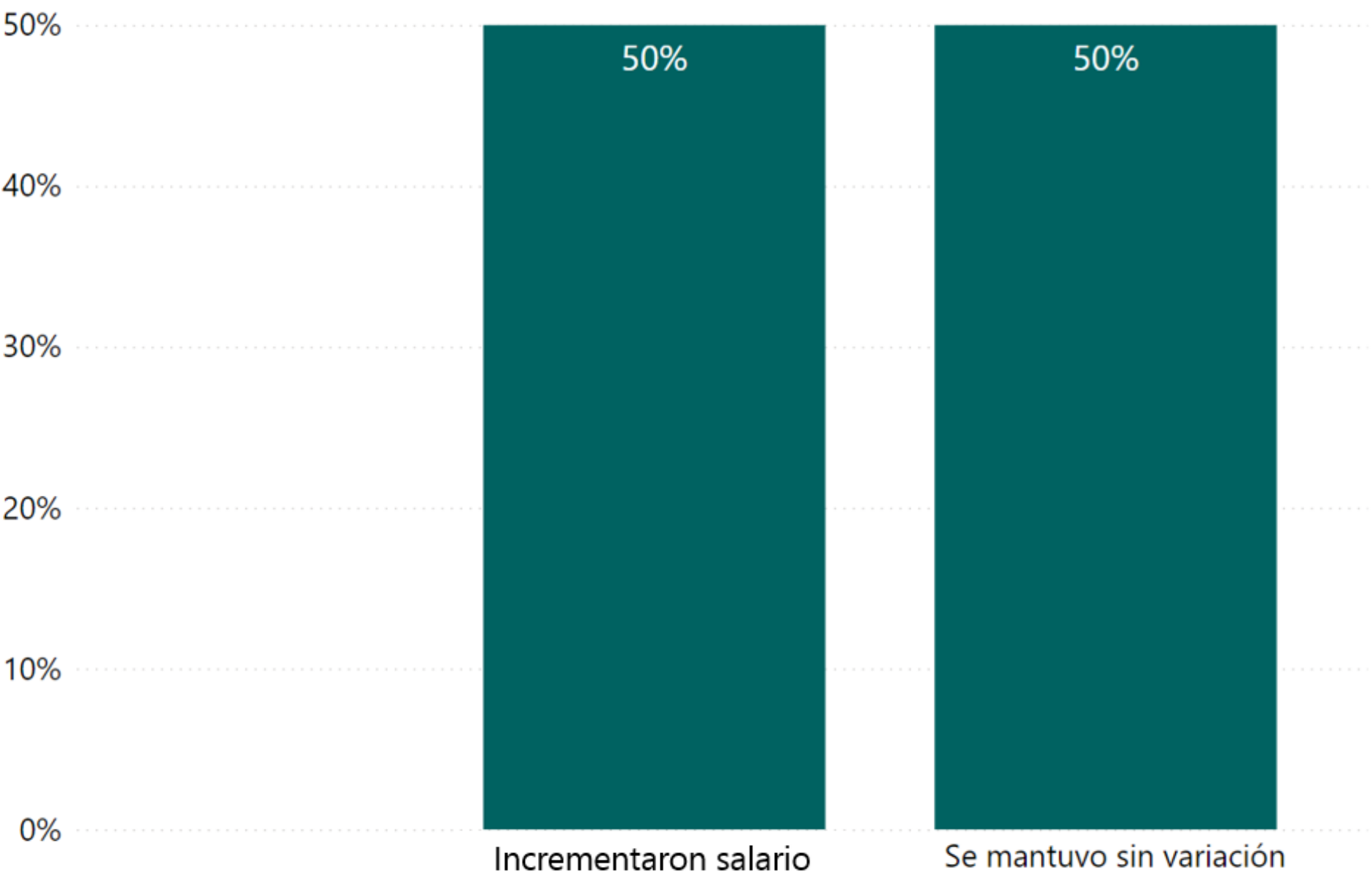
* Cifras en negro: porcentaje de reconstratación de personal.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.



8. CONDICIONES LABORALES

En esta dimensión se presentan los resultados relacionados con las modificaciones que las empresas realizaron en las condiciones laborales de sus empleados durante el 2021

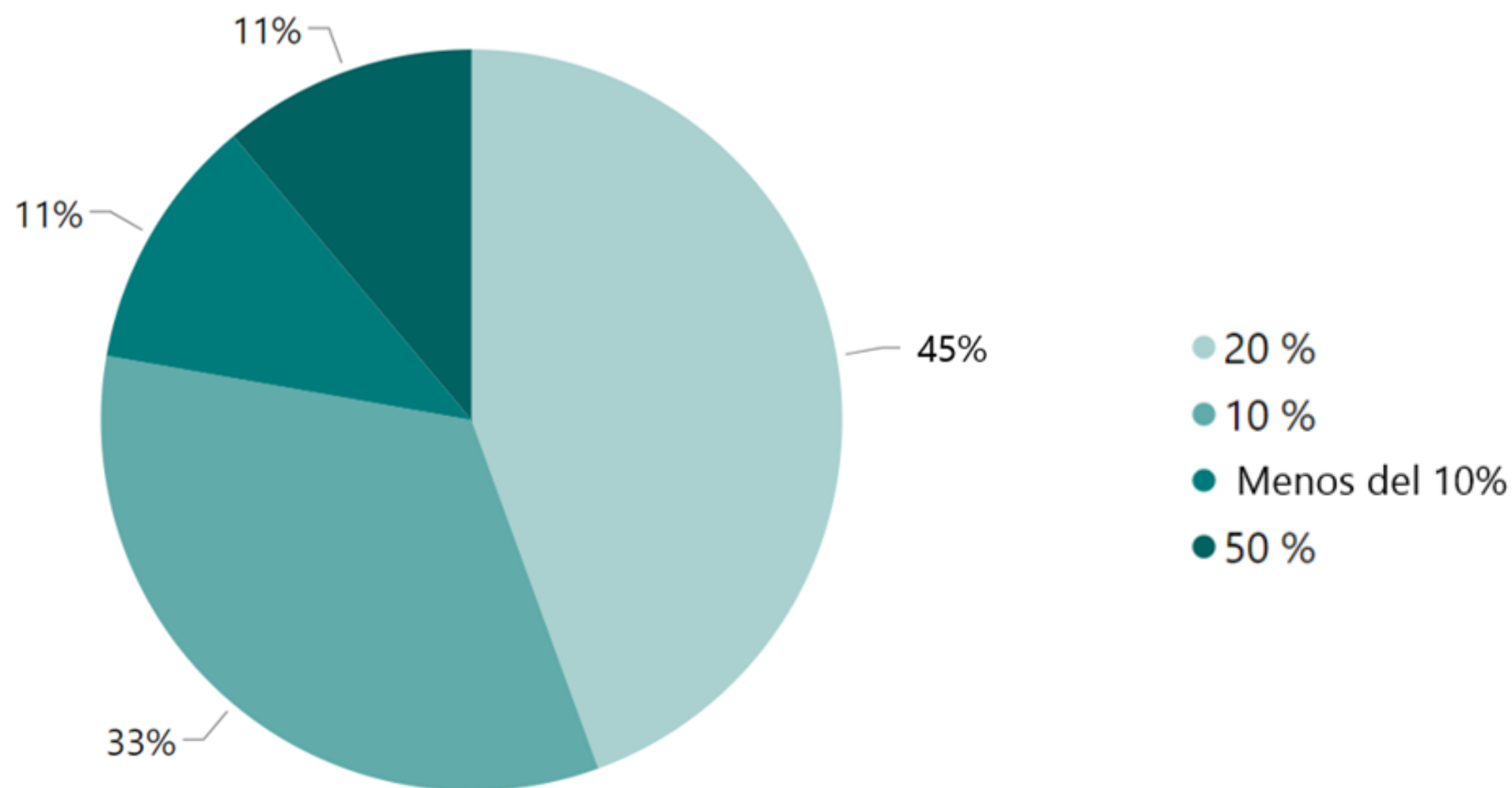
PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE INCREMENTARON EL SALARIO DE EMPLEADOS EN 2021



Durante el 2021, el 50% de los restaurantes que participaron en el estudio señalaron que aumentaron los salarios de sus empleados.

Mientras que otro 50% no realizó cambios a los salarios vigentes.

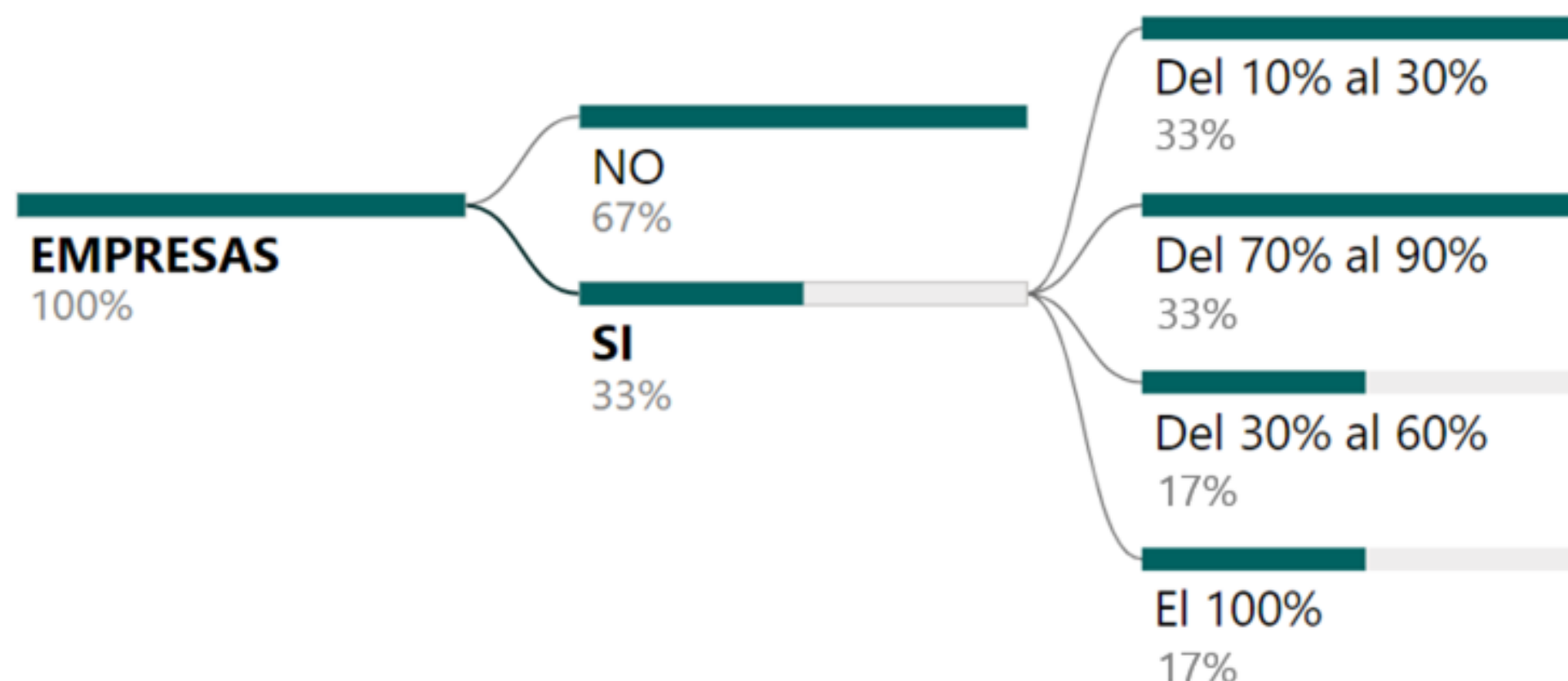
PORCENTAJE DE INCREMENTO DEL SALARIO DE EMPLEADOS EN 2021



Del grupo de negocios que señalaron haber incrementado los salarios de sus trabajadores:

- El 78% aumentaron entre 10% y 20% las remuneraciones.
- Solo el 11% aumentaron los sueldos en un 50%.

PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE REALIZARON MODIFICACIONES EN LA JORNADA LABORAL DE LOS EMPLEADOS



* Cifras en negro: porcentaje del personal al que se redujo la jornada.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.

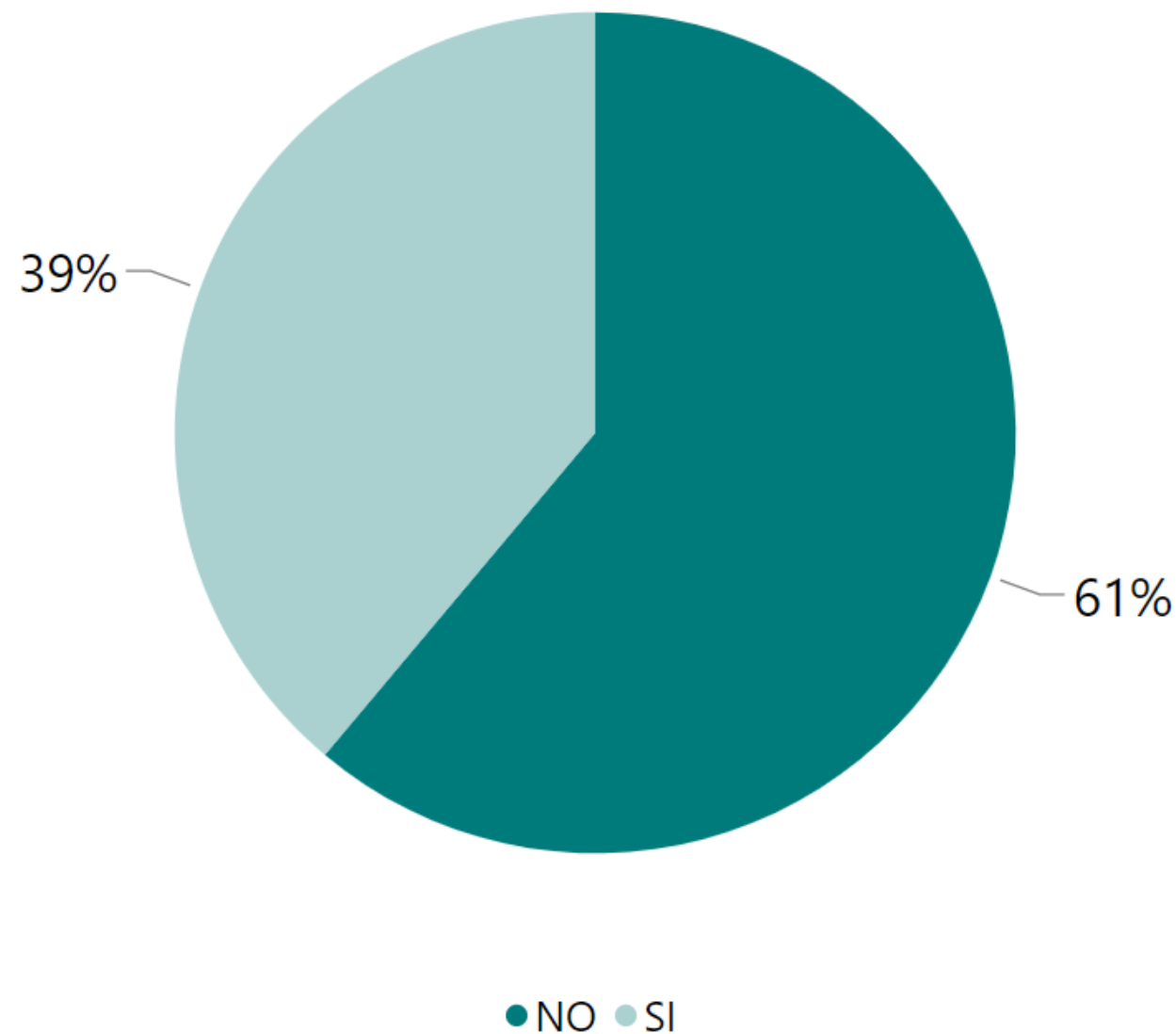
En el 33% de los restaurantes que participaron en el estudio realizaron modificaciones en la jornada laboral de los empleados.

Dentro de este grupo:

Solo el 17% redujo la jornada a la totalidad de sus empleados. Mientras que el 33% modificaron las horas de trabajo a gran parte de sus empleados (entre 70% y 90%).

En contraste, el 33% de los negocios realizaron ajustes a un conjunto reducido de su plantilla laboral (entre 10% y 30%).

PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE REALIZARON ACUERDOS LABORALES CON LOS EMPLEADOS EN 2021



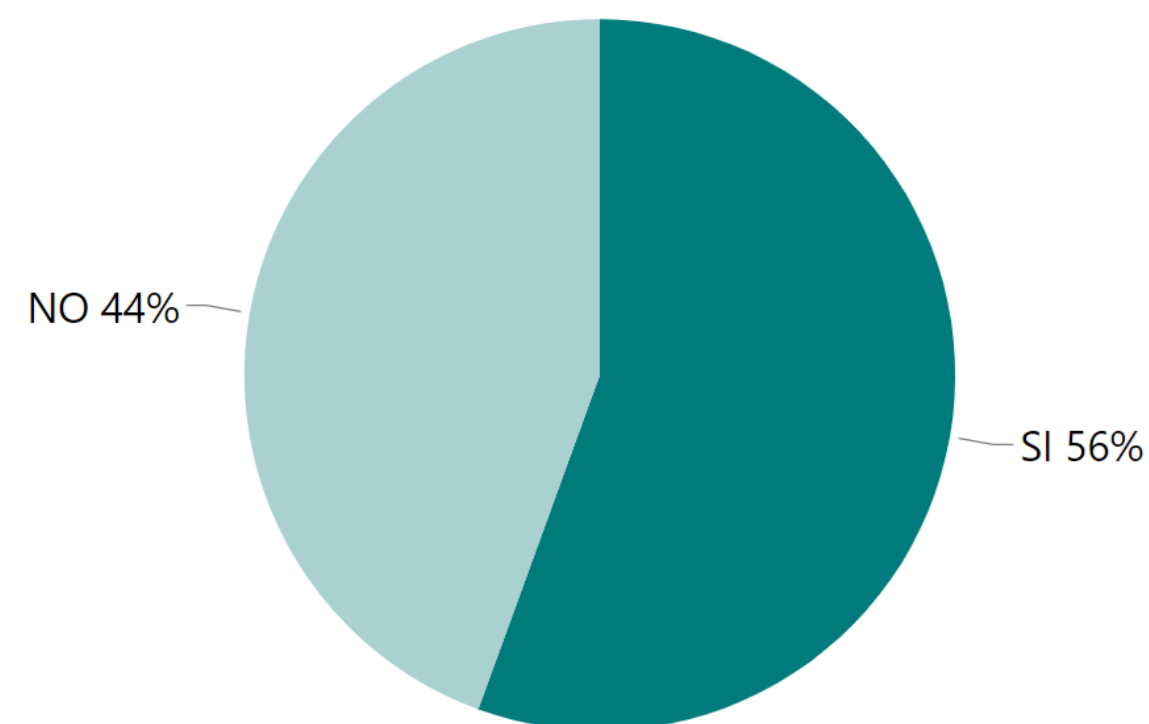
En relación con los acuerdos laborales, solo el 39% de las empresas señaló que realizaron algún tipo de acuerdo con los empleados relacionado con las condiciones de trabajo.



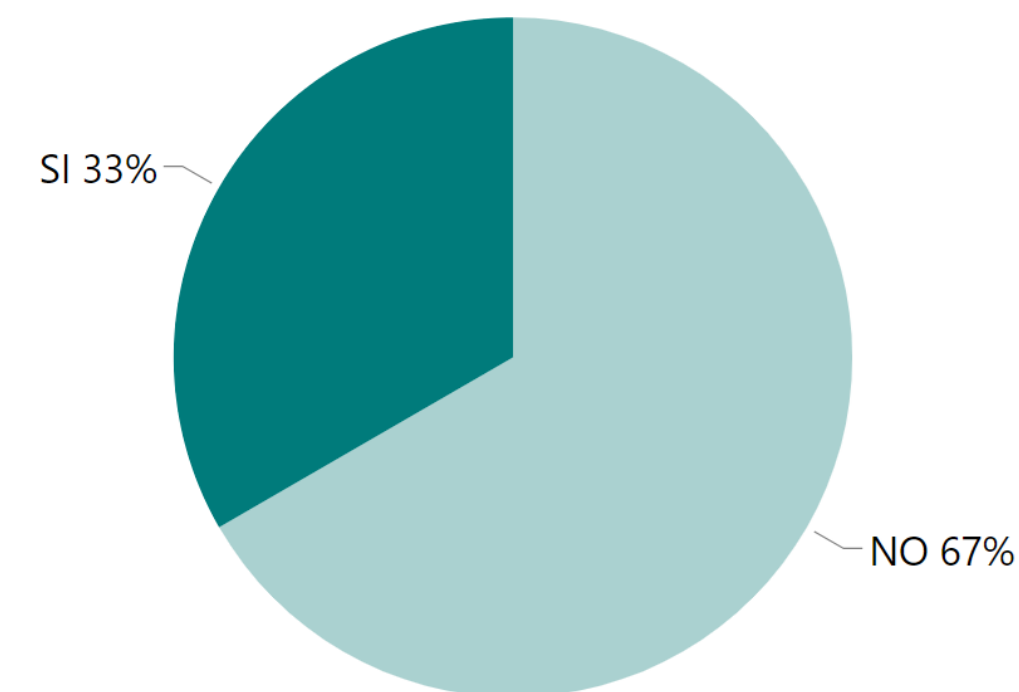
9. SITUACIÓN FINANCIERA

Esta dimensión presenta información relacionada con el balance financiero y situación crediticia de las empresas restauranteras durante los años 2021 y 2022

PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE REGISTRARON PÉRDIDAS FINANCIERAS EN 2020 Y 2021

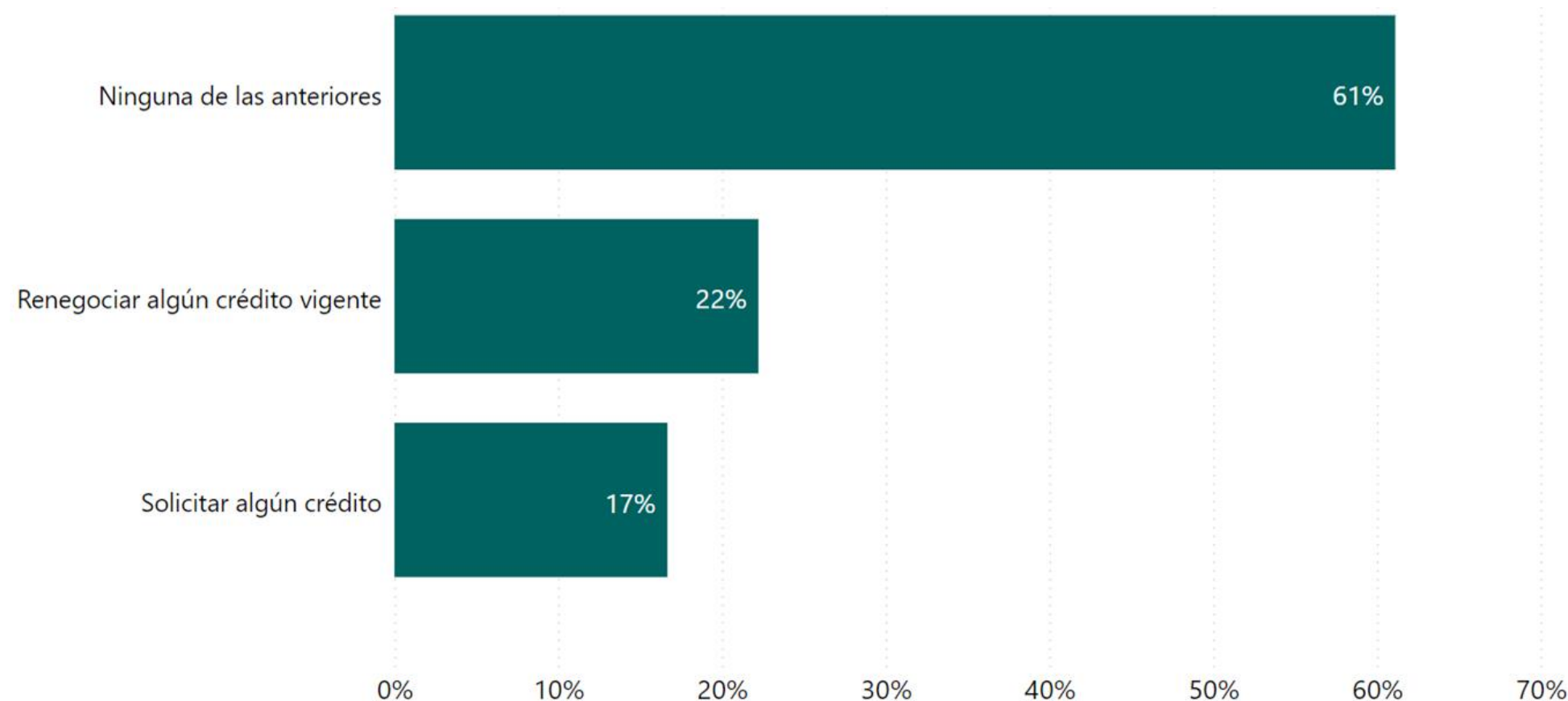


En 2020 el 56% de los restaurantes que participaron en el estudio experimentaron pérdidas en el ejercicio anual.



En 2021 el porcentaje de negocios que registraron pérdidas disminuyó a 33%.

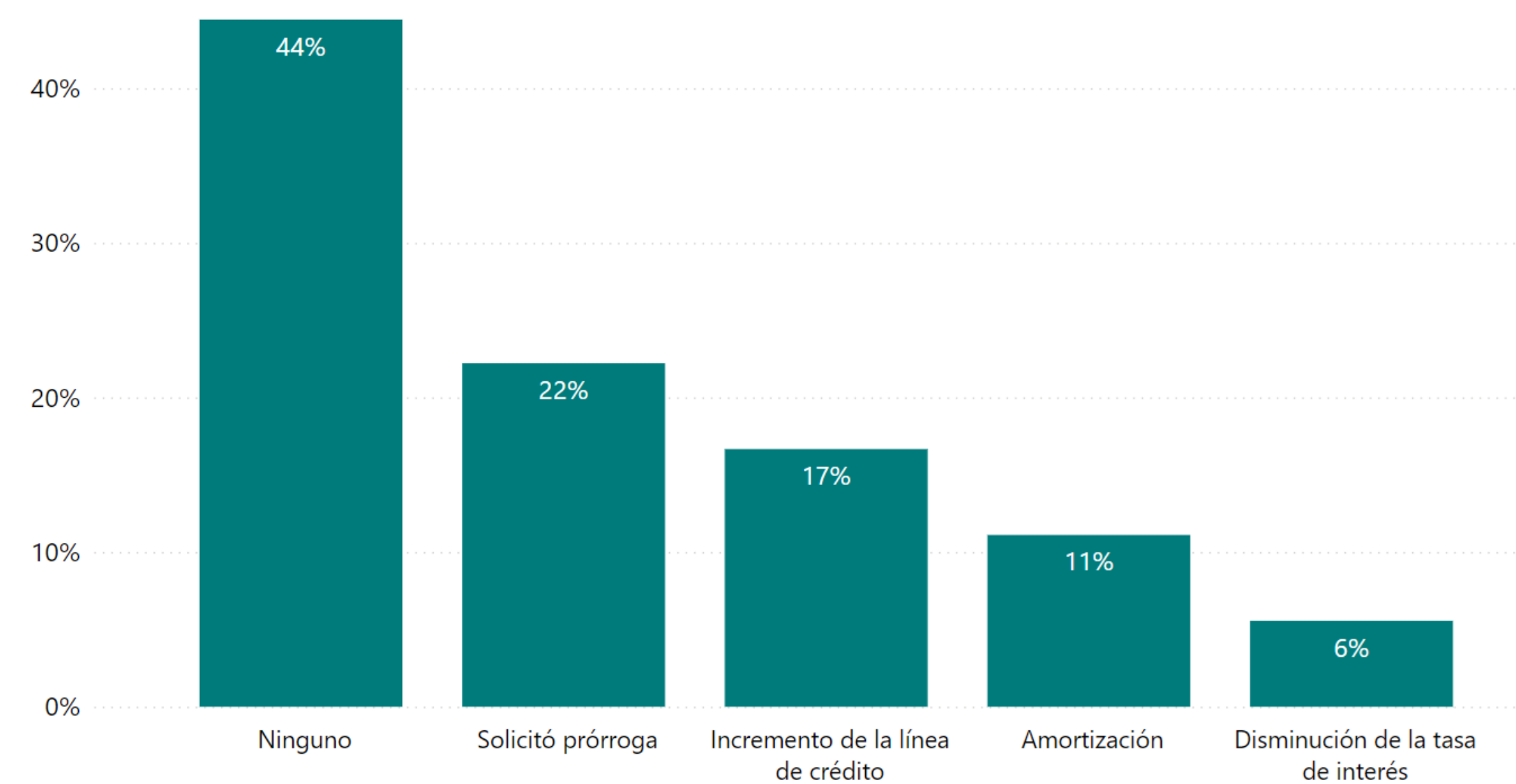
PLANES DE LOS NEGOCIOS SOBRE SOLICITUD O REESTRUCTURACIÓN DE CRÉDITOS EN 2021



Durante 2021, derivado de la crisis generada por la pandemia, el 22% de los negocios tenía planes de renegociar sus créditos, mientras que el 17% tenía contemplado solicitar un crédito adicional.

Por otro lado, el 61% de negocios señaló no tener planes de realizar ninguna de dichas acciones.

PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE SOLICITARON PRÓRROGA O REESTRUCTURACIÓN DE LOS CRÉDITOS VIGENTES EN 2021



De acuerdo con las respuestas emitidas por las empresas:

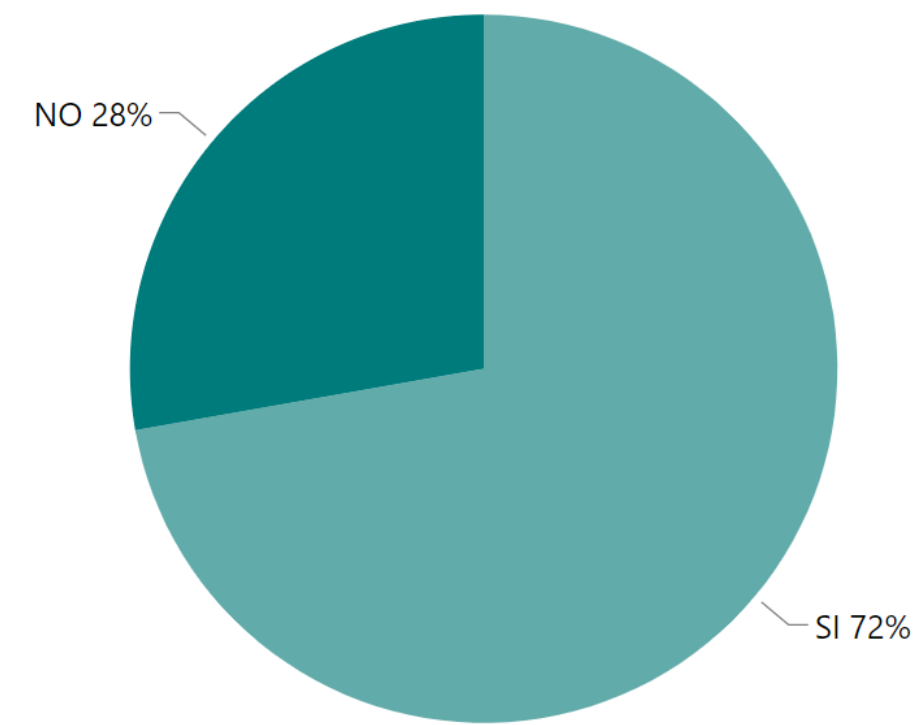
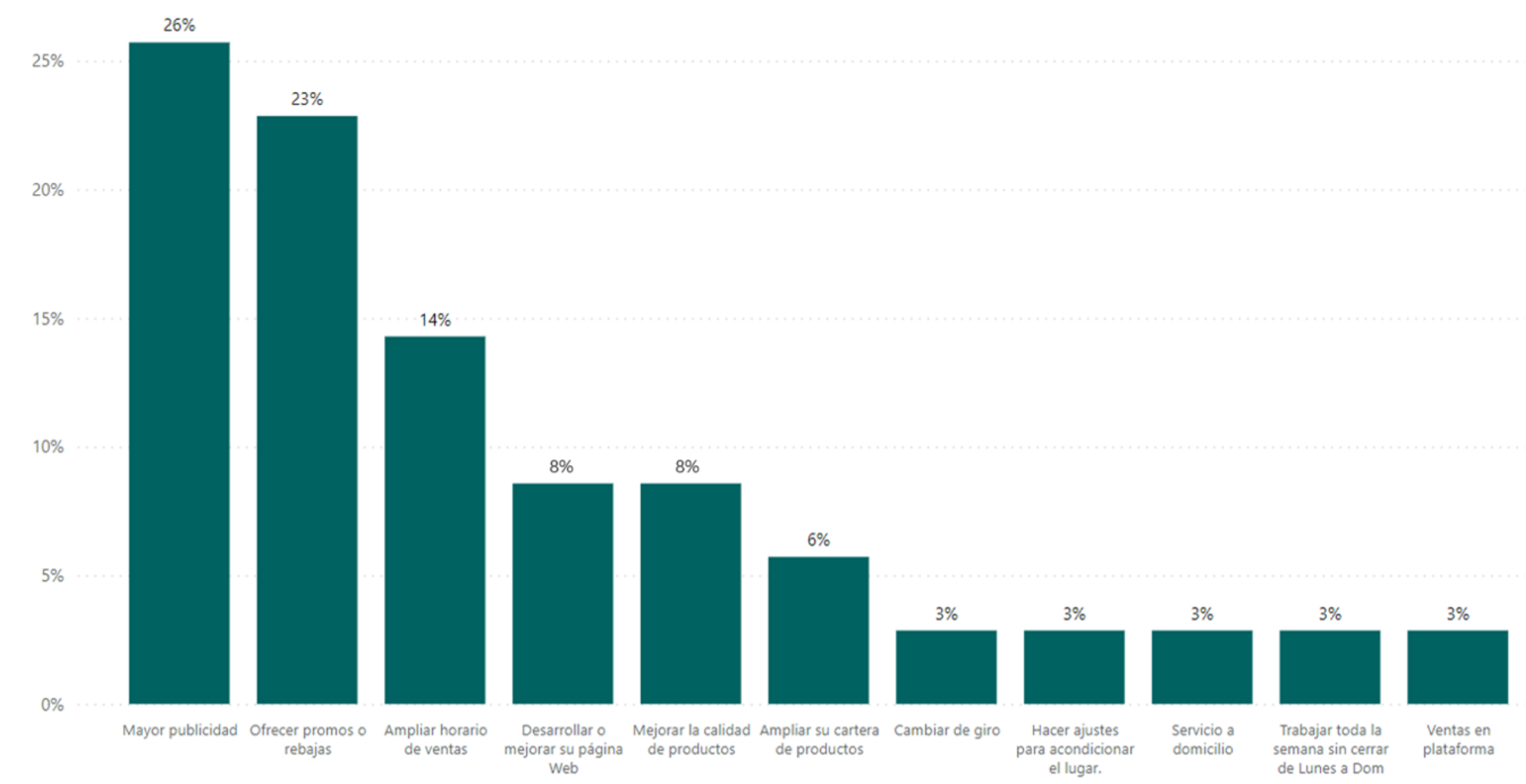
- El 44% no implementaron ningún tipo de renegociación relacionada con deudas crediticias.
- El 22% solicitó prórrogas sobre sus deudas.
- El 17% solicitaron incremento de sus líneas de crédito.
- Solo el 6% solicitó la disminución de la tasa de interés.



10. PLANES DE REESTRUCTURACIÓN Y NUEVAS OPORTUNIDADES

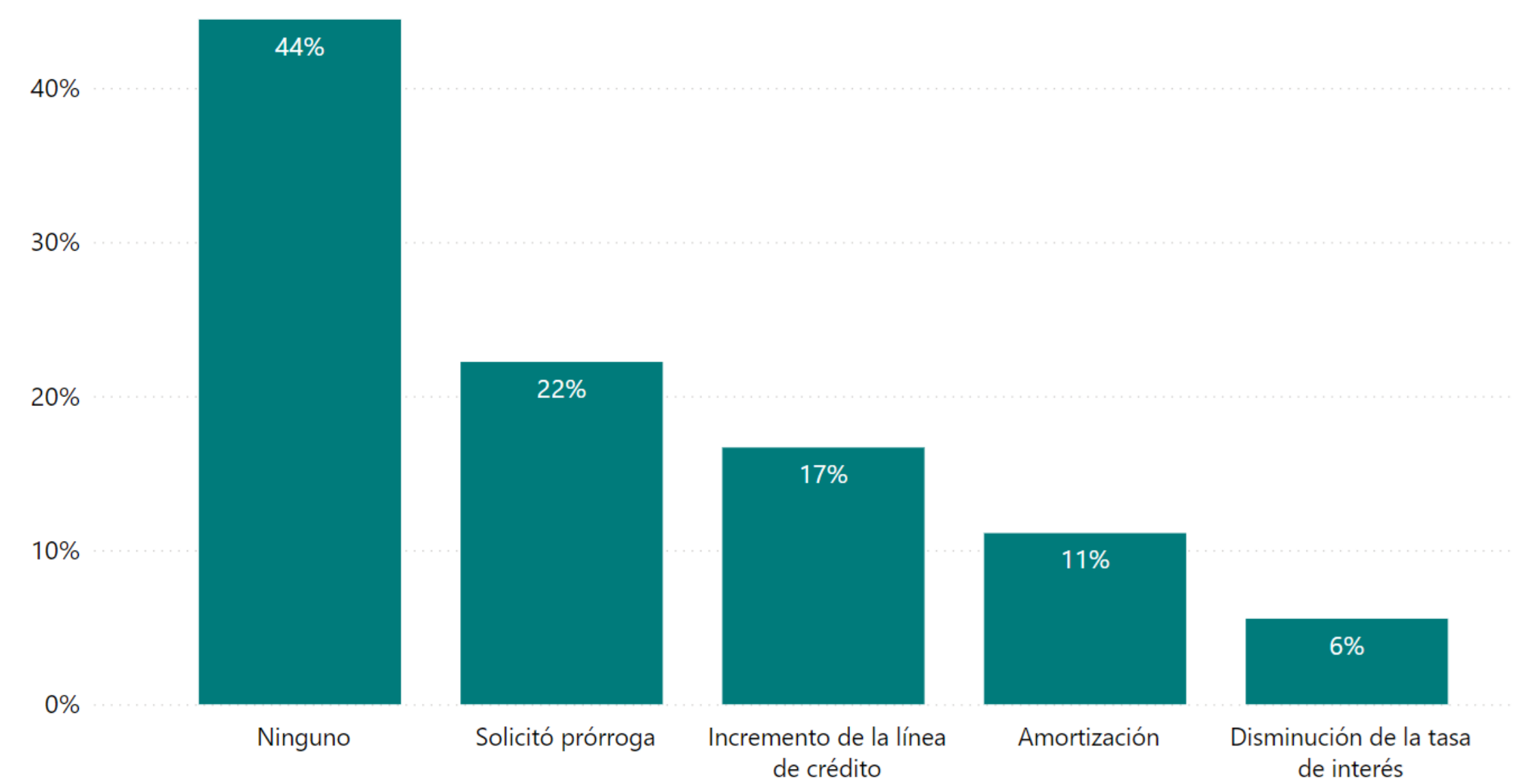
En esta dimensión de análisis se examinan variables relacionadas con los diferentes planes y estrategias emergentes que los restaurantes implementaron para hacer frente a la crisis generada por la pandemia.

PRINCIPALES ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS POR LOS NEGOCIOS PARA RECUPERAR CLIENTES DURANTE 2021



De acuerdo a la información obtenida, 72% de las empresas implementaron estrategias emergentes para recuperar clientes. La principal estrategia fue aumentar la publicidad; en segundo lugar, ofrecer promociones y rebajas; en tercer lugar, ampliar el horario de ventas y, en cuarto lugar, desarrollar o mejorar su página web.

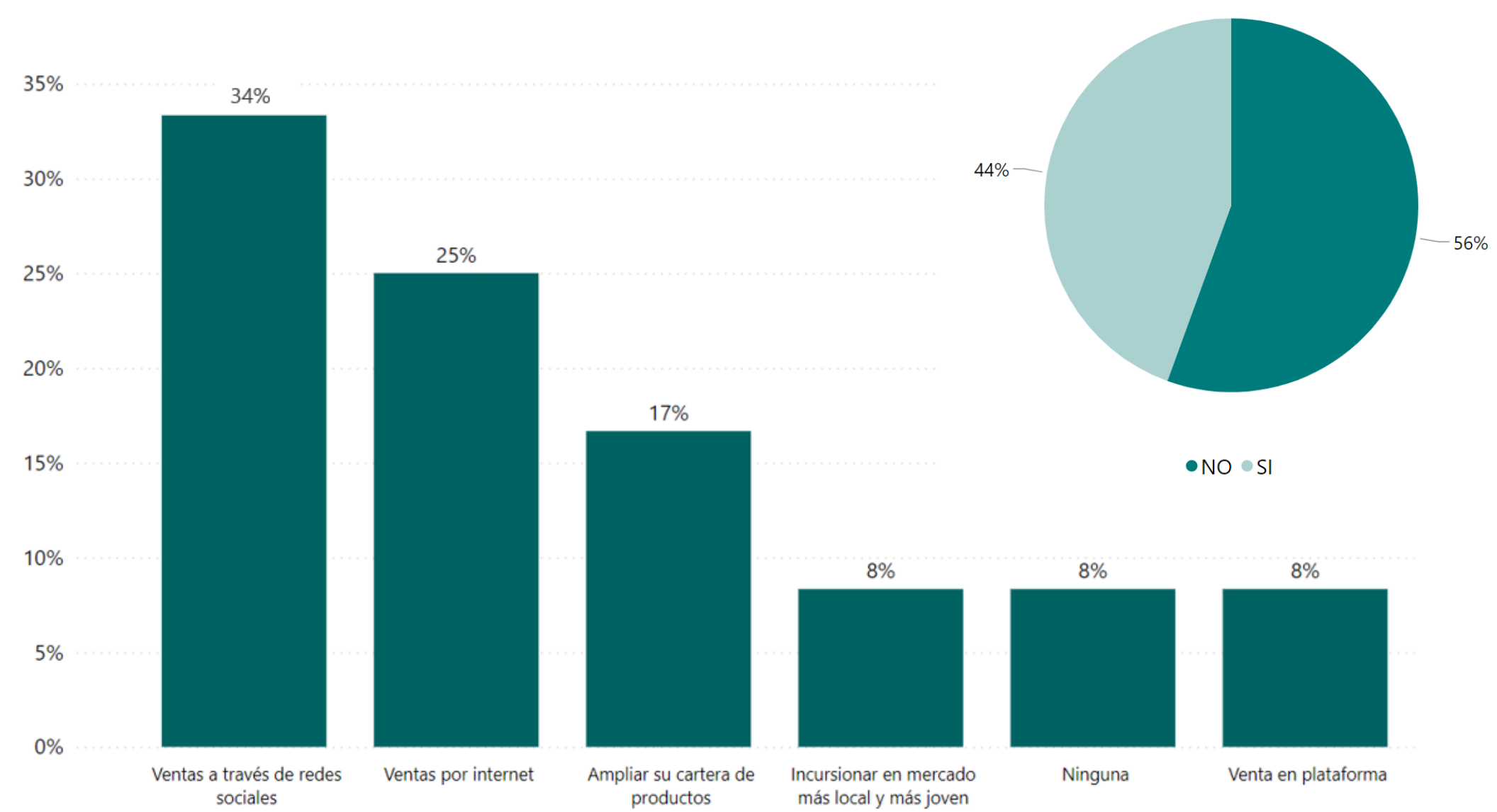
PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE SOLICITARON PRÓRROGA O REESTRUCTURACIÓN DE LOS CRÉDITOS VIGENTES EN 2021



De acuerdo con las respuestas emitidas por las empresas:

- El 44% no implementaron ningún tipo de renegociación relacionada con deudas crediticias.
- El 22% solicitó prórrogas sobre sus deudas.
- El 17% solicitaron incremento de sus líneas de crédito.
- Solo el 6% solicitó la disminución de la tasa de interés.

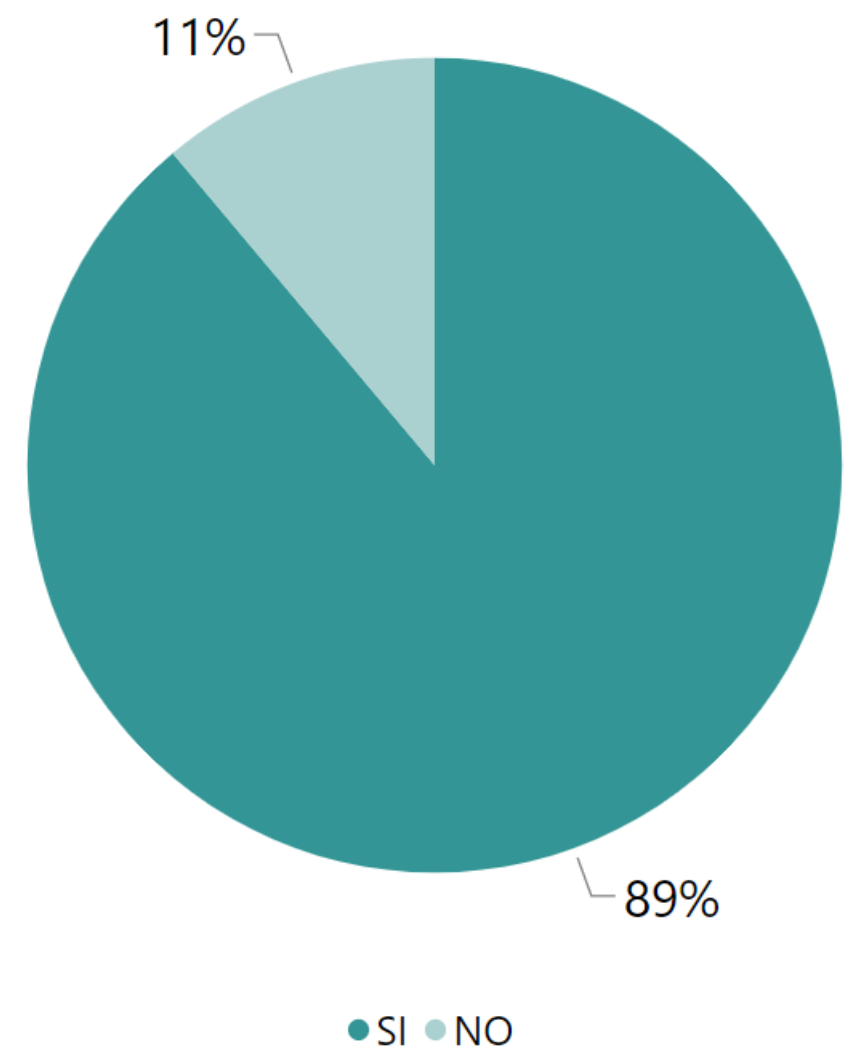
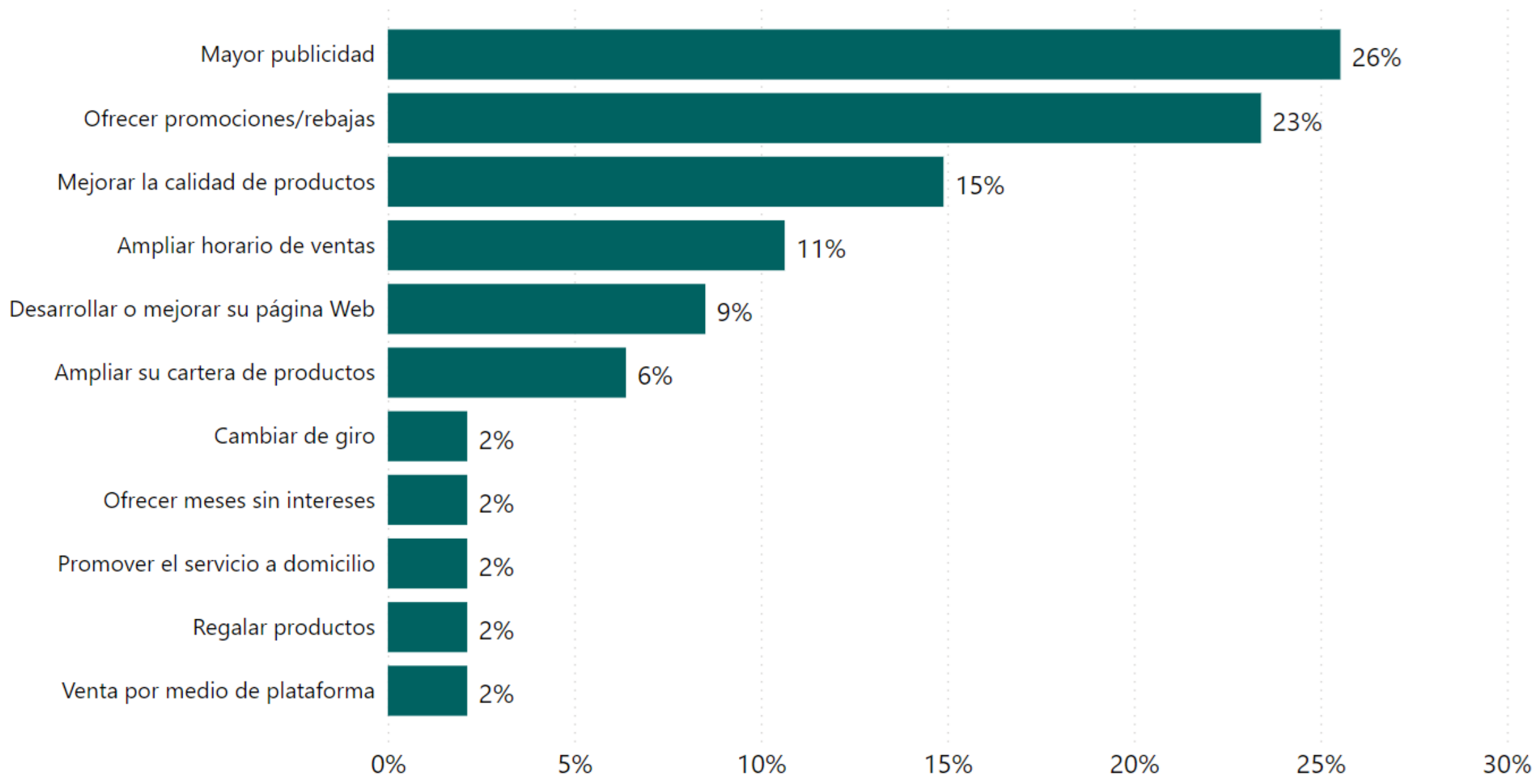
PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE ADVIRTIERON OPORTUNIDADES PARA INGRESAR A NUEVOS MERCADOS Y PRINCIPALES ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS EN EL 2021



Frente a la situación pandémica, cerca de la mitad de los restaurantes (44%) advirtieron oportunidades para incursionar en nuevos mercados.

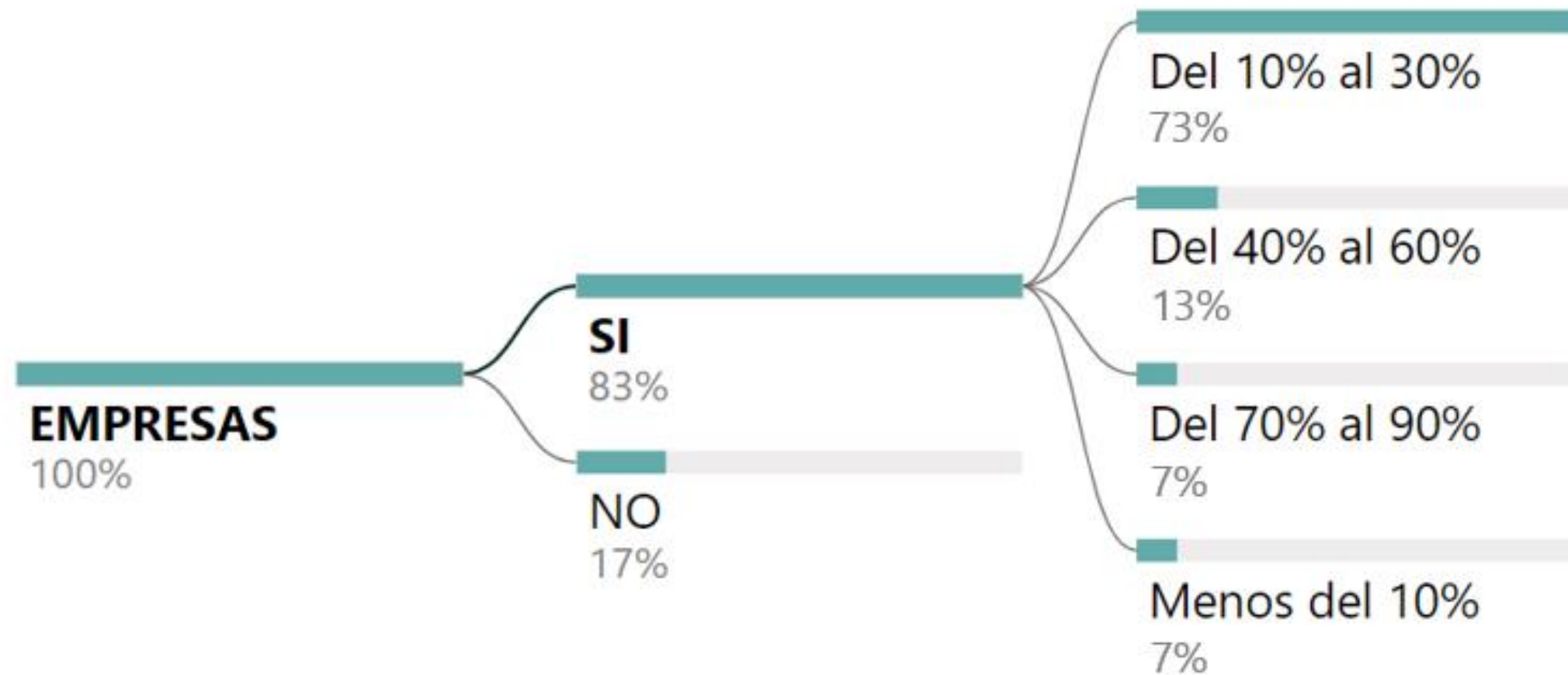
De este grupo, el 59% implementó estrategias relacionadas con las ventas a través de redes sociales o internet; el 17% amplió su cartera de productos; mientras que el 8% señalaron que sus principales estrategias consistieron en incursionar en el mercado más local y joven.

PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE IMPLEMENTARON NUEVAS ESTRATEGIAS DE VENTAS Y PRINCIPALES ACCIONES EFECTUADAS EN EL 2021



Durante el 2021, el 89% de los negocios pusieron en marcha nuevas estrategias de venta. Las principales estrategias se relacionan principalmente con una mayor publicidad (26%), ofrecer promociones o rebajas (23%), mejorar la calidad de productos (15%), ampliar horarios (11%) y mejorar o desarrollar sus sitios Web (9%),

PORCENTAJE DE RESTAURANTES QUE INCREMENTARON VENTAS A PARTIR DE LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS ESTRATEGIAS



*Cifras en negro: porcentaje de incremento en ventas.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.

Del grupo de negocios que implementaron nuevas estrategias de ventas, el 83% señaló que obtuvo resultados positivos.

Para la mayoría de este grupo de negocios (73%) el incremento en ventas fue de entre 10 y 30%.

El 13% de los negocios aumentó sus ventas entre 40% y 60%.

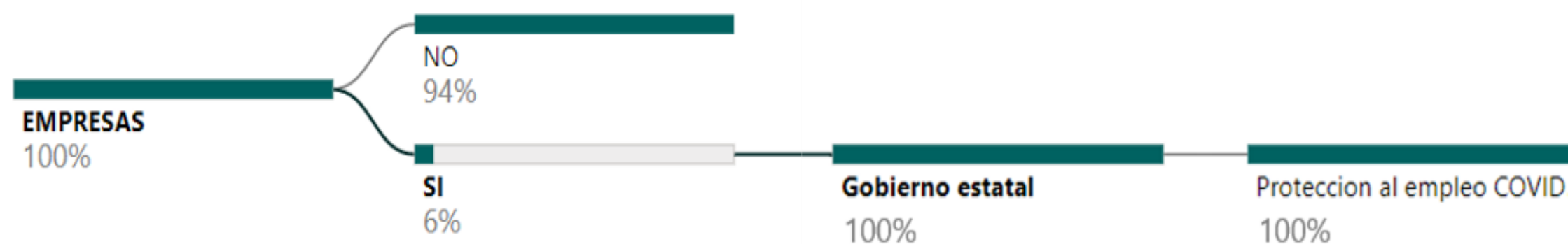
Solamente el 7% de empresas logró un importante aumento en sus ventas que va de 70% hasta 90%.



10. APOYO AL GOBIERNO

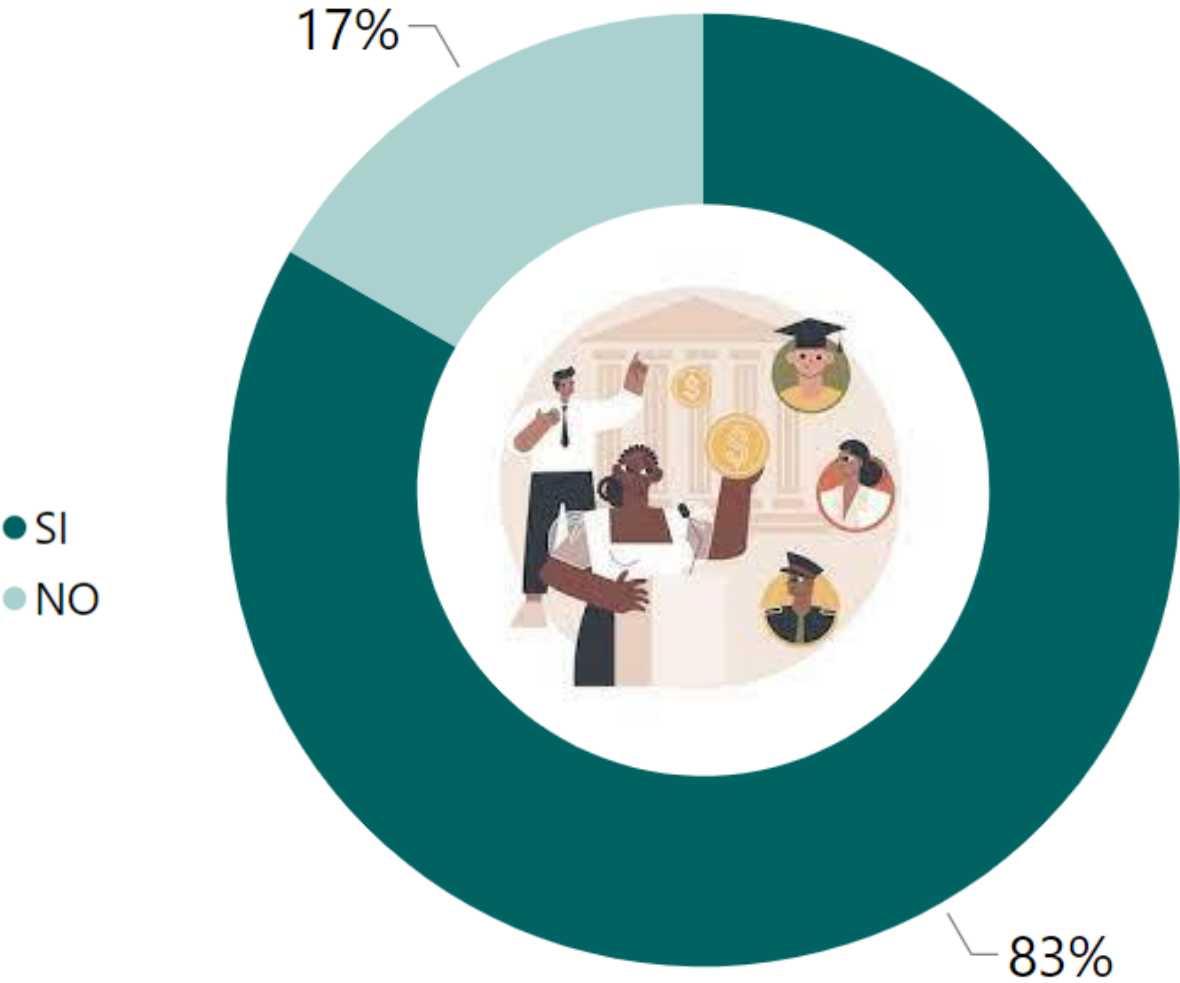
Esta dimensión de análisis tiene como objetivo examinar información relacionada con la intervención gubernamental en apoyo a las empresas frente al contexto de la pandemia COVID-19.

PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE SOLICITARON APOYO A ALGUNA INSTANCIA GUBERNAMENTAL EN EL 2021



Solamente el 6% de los negocios solicitaron algún tipo de apoyo a alguna instancia gubernamental. En todos los casos la solicitud fue al gobierno estatal, específicamente al programa denominado “Protección al empleo COVID”.

PORCENTAJE DE RESTAURANTES QUE TENÍAN PLANES DE SOLICITAR APOYO AL GOBIERNO EN CASO DE SURGIR ALGÚN NUEVO PROGRAMA DURANTE 2022



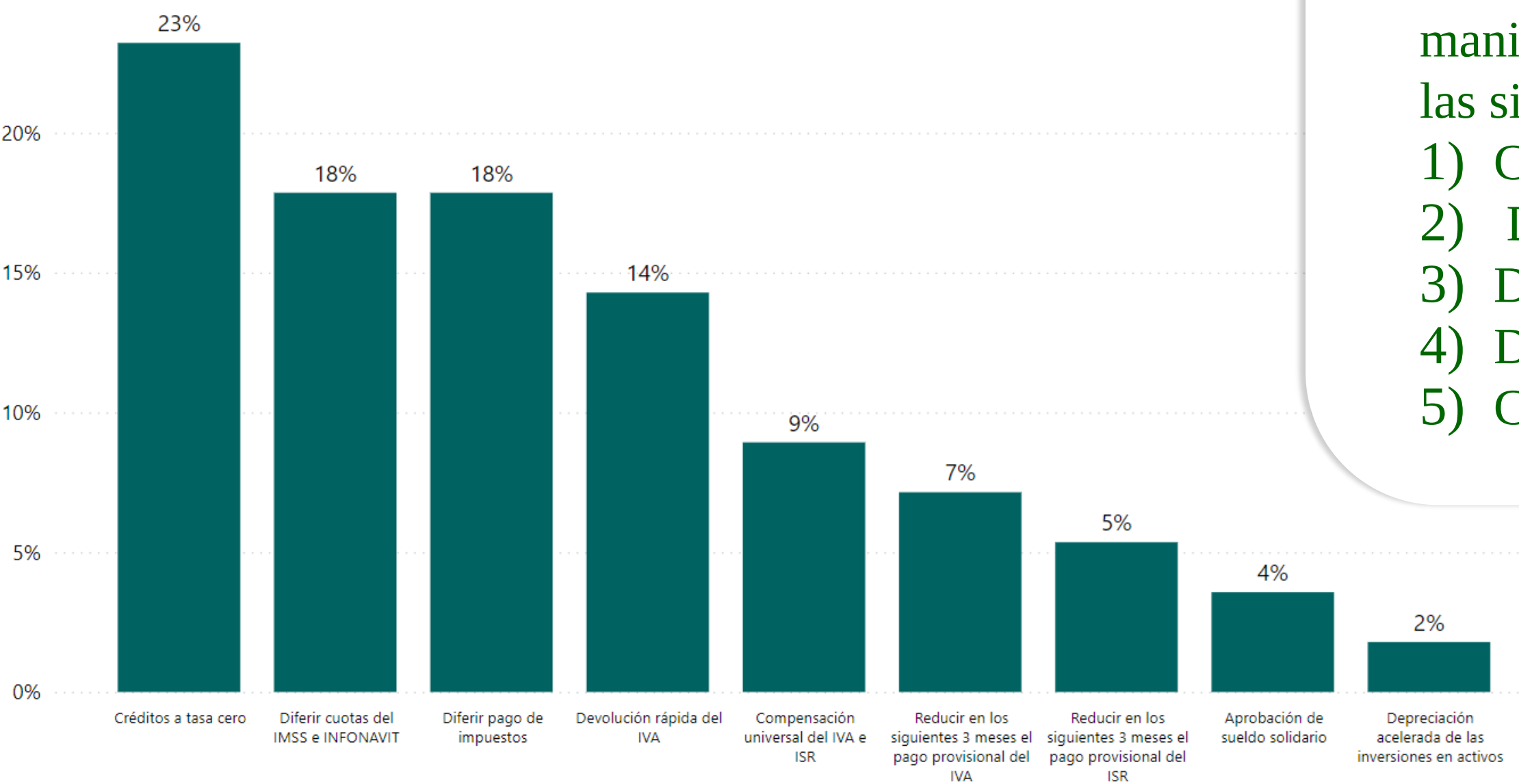
De los negocios entrevistados, únicamente el 83% señalaron que tenían planes de solicitar algún tipo de apoyo en caso de que surgieran nuevos programas gubernamentales emergentes.



**12. PERCEPCIONES SOBRE CONDICIONES DEL ORDEN
FISCAL NECESARIAS PARA
ENFRENTAR Y SALIR DE LA CRISIS**

En esta dimensión se presentan las principales acciones gubernamentales que las empresas participantes en el estudio señalaron como necesarias para salir de la crisis generada por la pandemia COVID-19.

PRINCIPALES MEDIDAS DE ORDEN FISCAL SUGERIDAS POR LOS EMPRESARIOS PARA HACER FRENTE A LA CRISIS



Los restaurantes participantes en el estudio manifestaron su interés principalmente por las siguientes alternativas:

- 1) Créditos a tasa cero.
- 2) Diferir cuotas de IMSS e INFONAVIT
- 3) Diferir pago de impuestos.
- 4) Devolución rápida del IVA.
- 5) Compensación universal del IVA e ISR.