

Afectaciones a la cadena productiva del sector restaurantes de Jalisco durante el 2020 y perspectivas de recuperación para el 2021

Elaborado por:

Dra. Angélica Basulto Castillo

Mtro. Javier Medina Ortega

Asistentes de investigación:

Arq. Claudia Cristina Medina B.

Arq. Claudio Antonio Romo Gallardo

Este documento está bajo la licencia de:



Julio 2021



Elaborado por:

Dra. Angélica Basulto Castillo

Profesora-Investigadora del Departamento de Estudios Regionales INESER. SNI Nivel I

abasulto@cucea.udg.mx

Mtro. Javier Medina Ortega

Profesor-Investigador del Departamento de Estudios Regionales INESER

jmedina@cucea.udg.mx

Asistentes de investigación:

Arq. Claudia Cristina Medina B.

cristy.mdn@gmail.com

Arq. Claudio Antonio Romo Gallardo

cargo_89@hotmail.com

Cómo citar:

Basulto, A., Medina, J., Medina, C.C., Romo, C. A. (2021, Julio). *Afectaciones a la cadena productiva del sector restaurantes de Jalisco durante el 2020 y perspectivas de recuperación para el 2021*. Análisis de los efectos económicos del COVID-19 en los sectores mueblero, modas, restaurantes en el estado de Jalisco. Plataforma Economía de Jalisco: Hacia la Recuperación. CUCEA-Universidad de Guadalajara. <https://economiajalisco.cucea.udg.mx/app/analisis-regional/analisis-efectos/sector-restaurantes>



Contenido

- 1. Contexto**
- 2. Análisis de las afectaciones de la pandemia en el sector restaurantero**
- 3. Dimensiones de análisis**
 - Perfil de la empresa
 - Cadena productiva
 - Producción y ventas
 - Situación que enfrentan las empresas ante la crisis ocasionada por el COVID-19
 - Empleo y salarios
 - Situación financiera
 - Planes de reestructuración y perspectivas de recuperación
 - Apoyo recibido del gobierno
 - Percepciones sobre condiciones de orden fiscal necesarias para enfrentar y salir de la crisis
- 4. Síntesis**



Contexto

- Actualmente, las empresas se encuentran operando en un contexto de crisis epidémica, incierto, desconocido y sin precedentes
- El impacto que ha generado la crisis, y que cambia día tras día, es difícil de evaluar
- Los esfuerzos en temas de salud para detener la pandemia de COVID-19 ha desencadenado una desaceleración de la actividad productiva
- Esta supera a los estragos originados por crisis de índole económico-financiera que ha experimentado el país a lo largo de su historia
- Existe una disminución considerable de la actividad económica como respuesta al confinamiento de la población, lo que ha generado una disminución de la demanda y afectaciones a la cadena productiva de los distintos sectores

“

ANÁLISIS DE LAS AFECTACIONES DE LA PANDEMIA EN EL SECTOR RESTAURANTERO

- Se sustenta en los resultados de la encuesta titulada “Análisis de los efectos económicos del COVID-19 en los sectores modas, muebles y restaurantes de Jalisco”
- Diseñada y aplicada por el Módulo 6 de la Plataforma Economía de Jalisco. Hacia la recuperación.
- La encuesta se terminó de aplicar en febrero 2021
- El total de empresas que respondieron la encuesta fueron 35

”

“

DIMENSIONES DE ANÁLISIS

1. Perfil de la empresa
2. Cadena productiva
3. Producción y ventas
4. Situación que enfrentan las empresas ante la crisis ocasionada por el COVID-19
5. Empleo y salarios
6. Situación financiera
7. Planes de reestructuración y perspectivas de recuperación
8. Apoyo recibido del gobierno
9. Percepciones sobre condiciones de orden fiscal necesarias para enfrentar y salir de la crisis

”

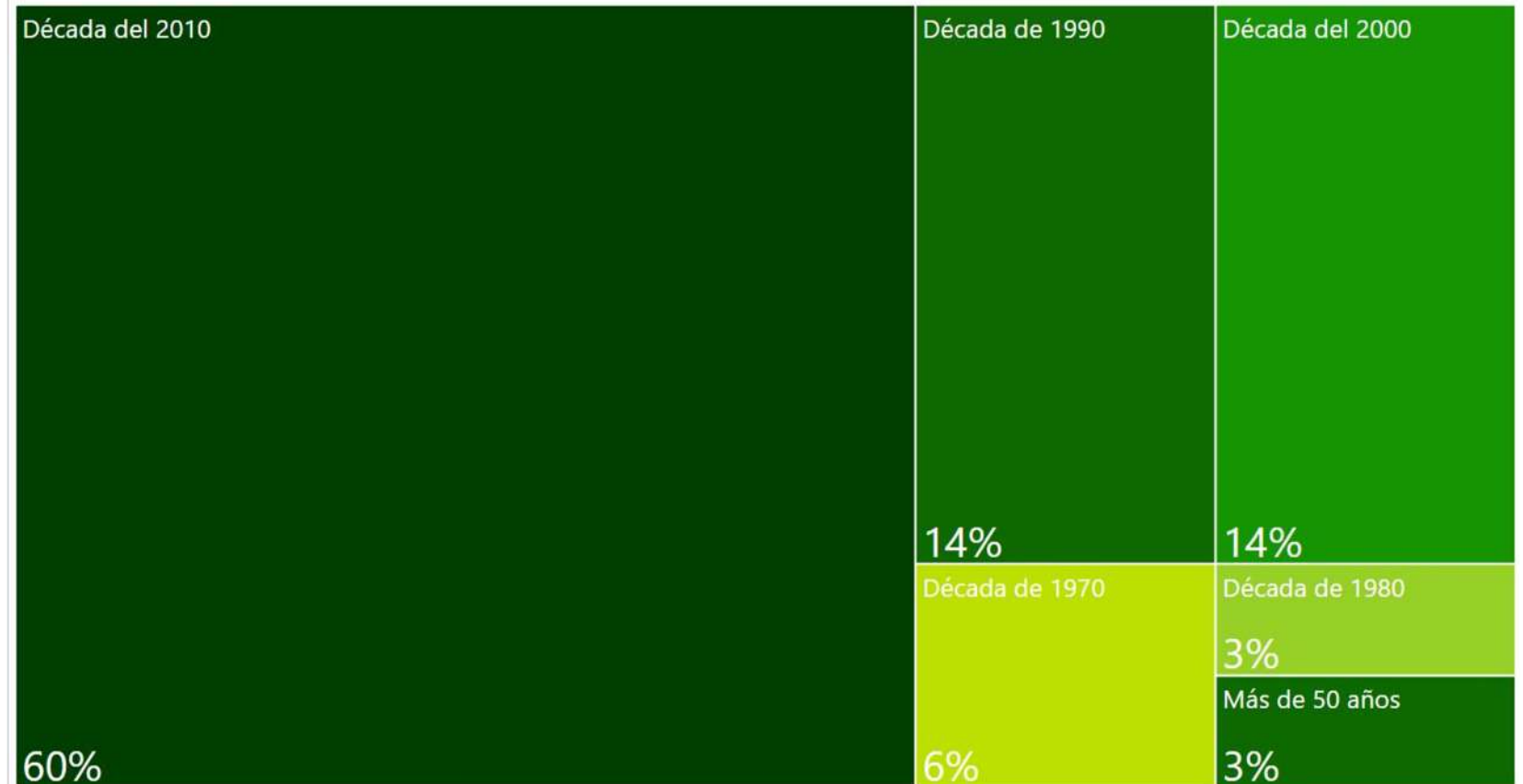


01. PERFIL DE LA EMPRESA

Antigüedad de las empresas

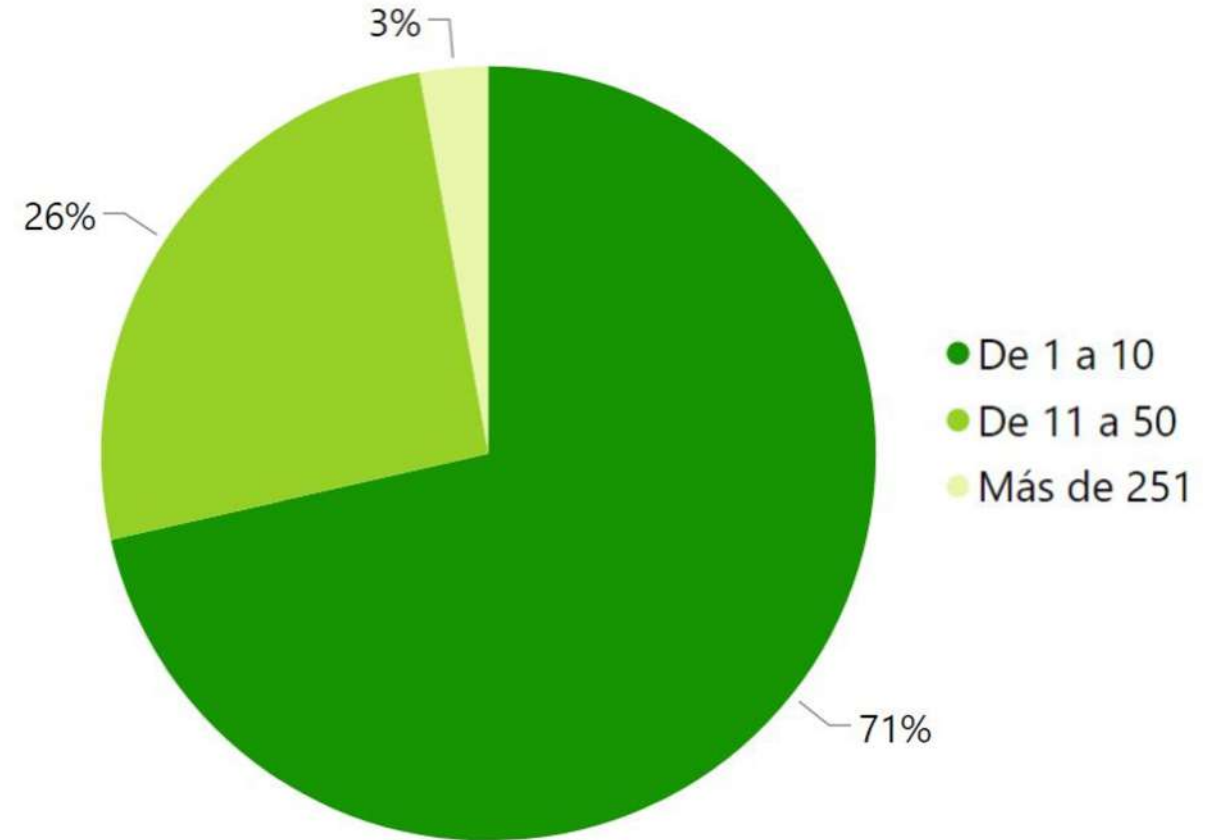
Del total de empresas encuestadas, de acuerdo al año de fundación, el 60% se establecieron en la primera década del presente siglo, 14% en los entre 1990 y 2000, mientras que solamente el 12% iniciaron operaciones antes de 1980 del siglo pasado.

Estos datos muestran que el 74% de las empresas encuestadas tienen aproximadamente 20 años en el mercado.



Tamaño de las empresas que participaron en la encuesta

La encuesta fue aplicada a empresas del sector restaurantero de diferente tamaño. De acuerdo con la clasificación del Sistema de Información Empresarial (SIEM), según el número de empleados, el **71%** son micro establecimientos, el **26%** son pequeñas empresas y el **3%** son empresas grandes, debido a que cuentan con más de 251 trabajadores

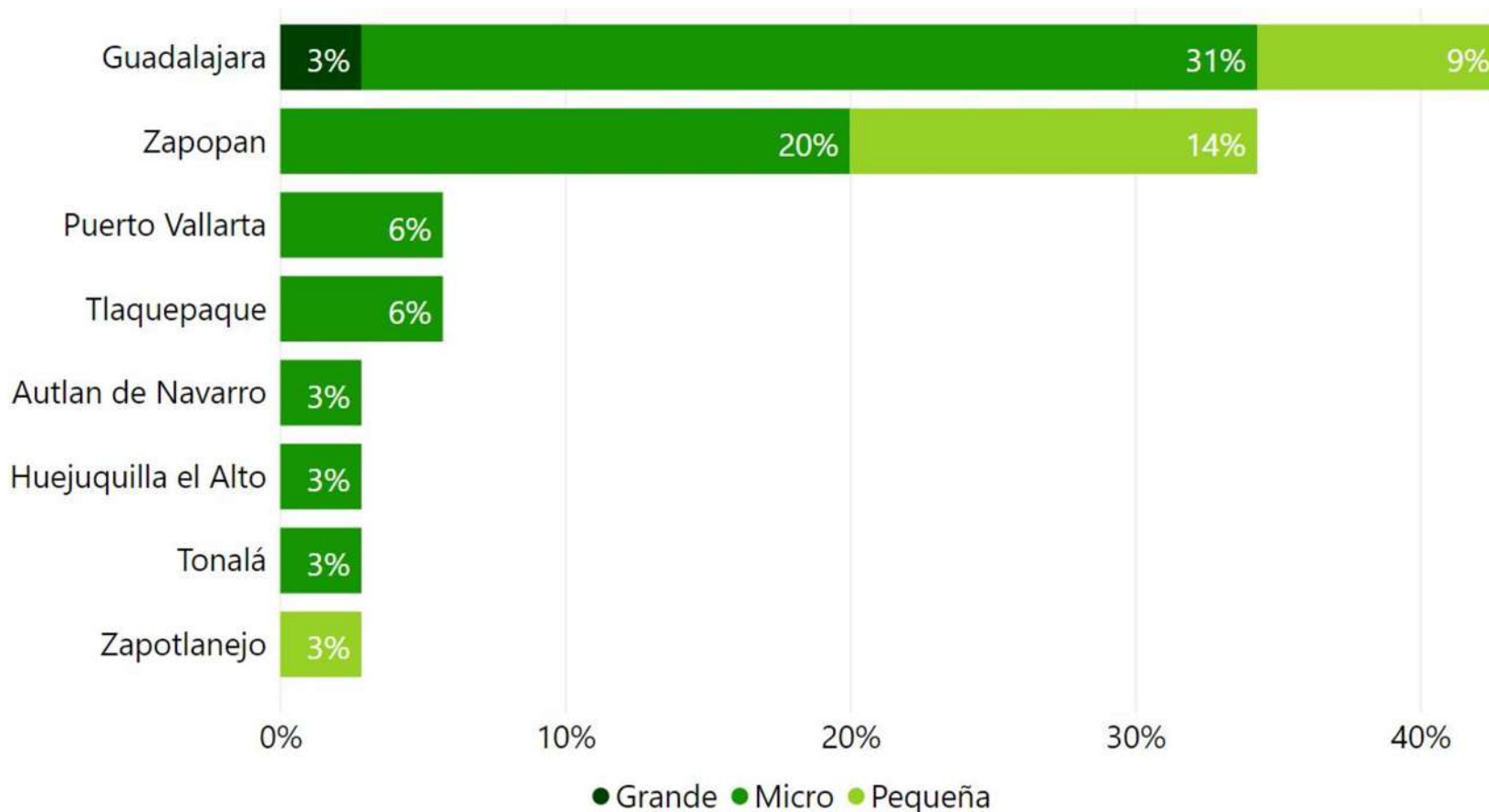


Tamaño de las empresas que participaron, según municipio

En relación al tamaño de las empresas que participaron en la encuesta según municipio, destaca que la mayoría son micro y pequeñas empresas y se ubican en localidades de importancia comercial y turística, como Guadalajara, Zapopan, Puerto Vallarta y Tlaquepaque. El sector restaurante destaca por la participación en la encuesta de un importante número empresas (35).

Según su localización:

- El 43% de negocios se localizan en Guadalajara.
- 34% de las empresas se localizan en Zapopan.
- Un 6% corresponden a empresas ubicadas en Puerto Vallarta y Tlaquepaque.
- El 12% se ubican en Autlán de Navarro, Huejuquilla el Alto, Tonalá y Zapotlanejo.



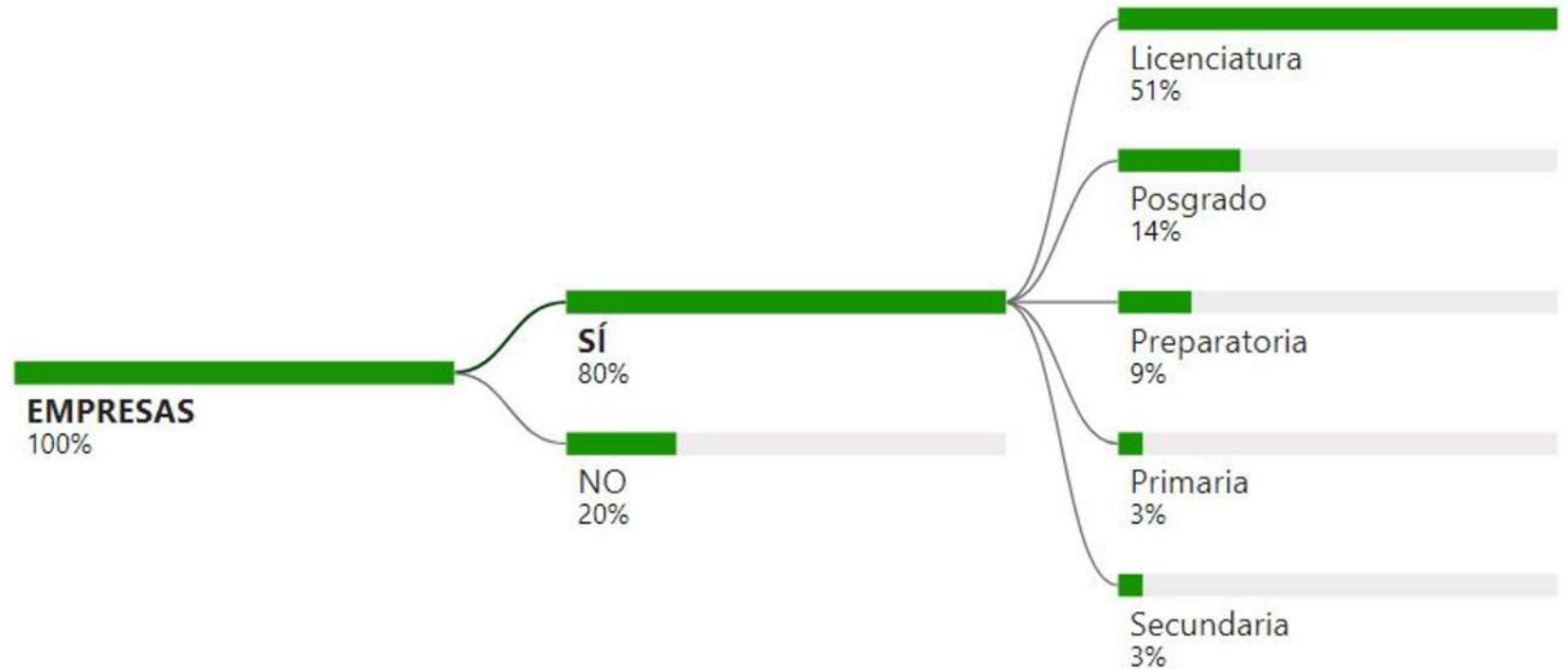
Nivel de estudios de los propietarios de las empresas

De las personas que respondieron la encuesta, el 80% señalaron ser propietarios de los negocios, mientras que el 20% ocupa otro cargo dentro de la empresa.

A partir de lo señalado por los propietarios de las empresas se logró identificar lo siguiente:

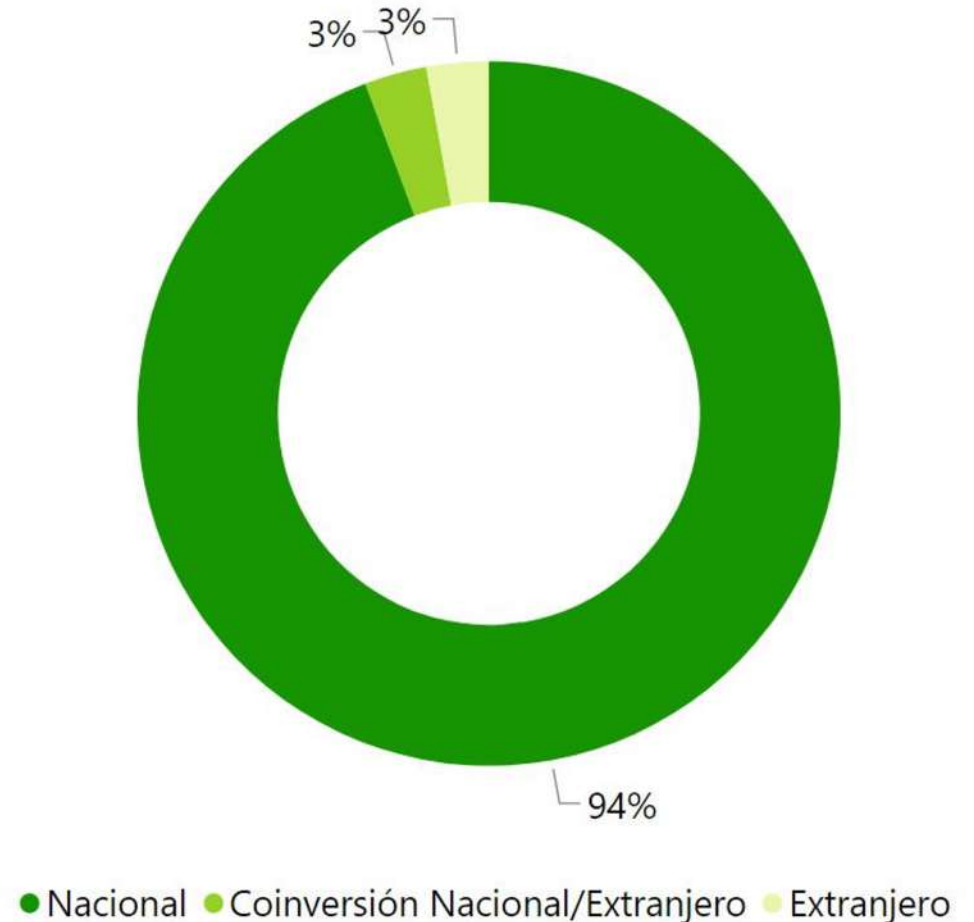
El 51% cuentan con estudios de licenciatura, 14% posgrado, 9% preparatoria, 3% nivel secundaria y 3% nivel primaria.

A partir de lo anterior fue posible identificar que el 65% de los empresarios/propietarios de los negocios cuentan con estudios de educación superior y posgrado.



Origen del capital de las empresas

Es importante señalar que el 94% de las empresas encuestadas son de capital nacional, el 3% señalaron operar en coinversión (nacional/ extranjero), del mismo modos el 3% de los negocios son de capital extranjero.



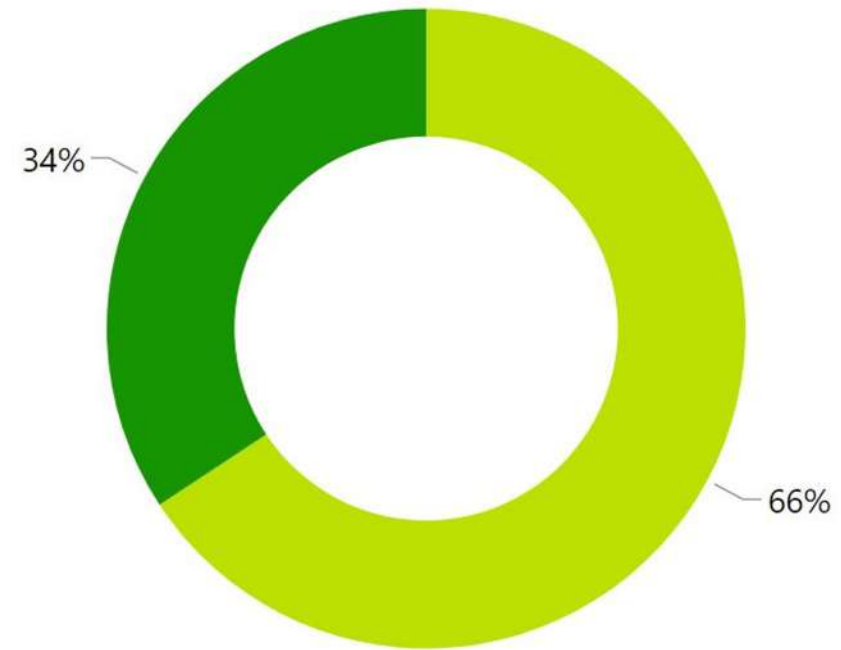


02. CADENA PRODUCTIVA

Las variables que integran esta dimensión de análisis son: tipo de proveedores, costos de operación, posición dentro de la cadena productiva, así como disponibilidad y costo de insumos. Estas variables permiten evaluar el grado de afectación de la cadena productiva del sector por la crisis originada por el COVID-19.

Tipo de proveedores de las empresas

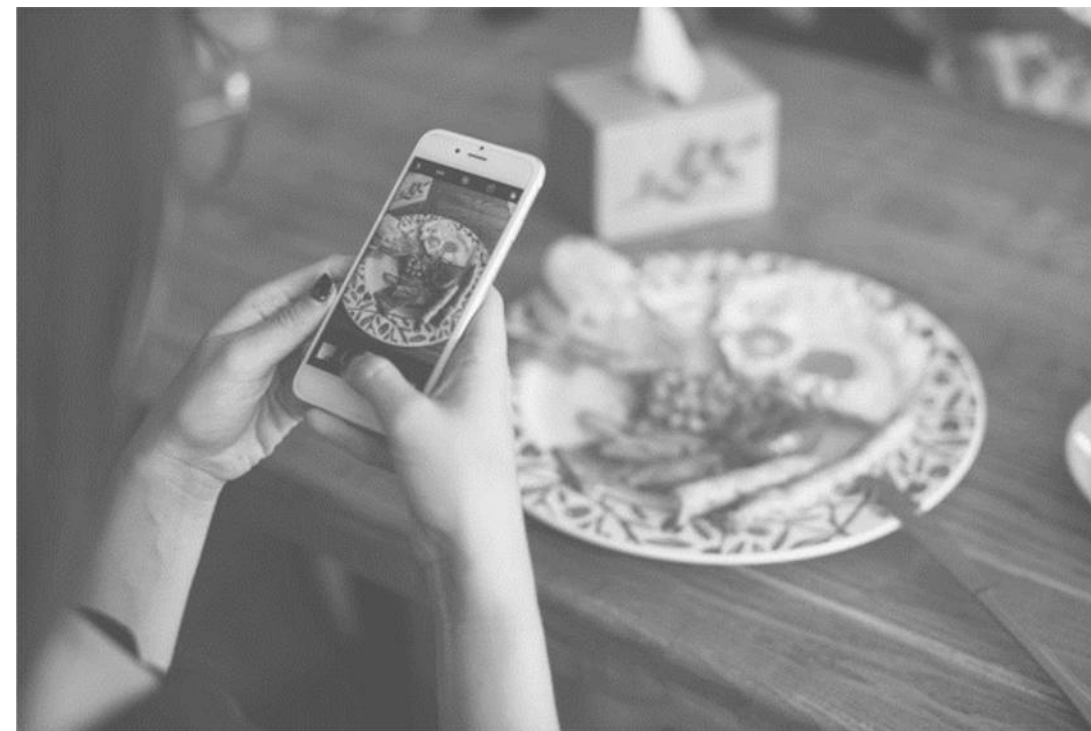
En lo concerniente a la variable relacionada con los tipos de proveedores, el 66% de las empresas encuestadas del sector restaurantero manifestaron que sus insumos son únicamente de origen nacional, mientras que el 34% restante indicaron que sus insumos son suministrados por proveedores tanto de origen nacional como extranjero.



● Solo proveedores nacionales ● Proveedores nacionales y extranjeros

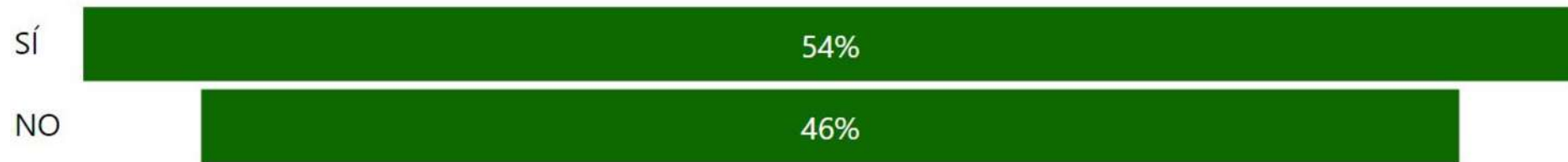


El 54% de las empresas reporta que ha sido afectada por la escasez de insumos en los últimos 6 meses.



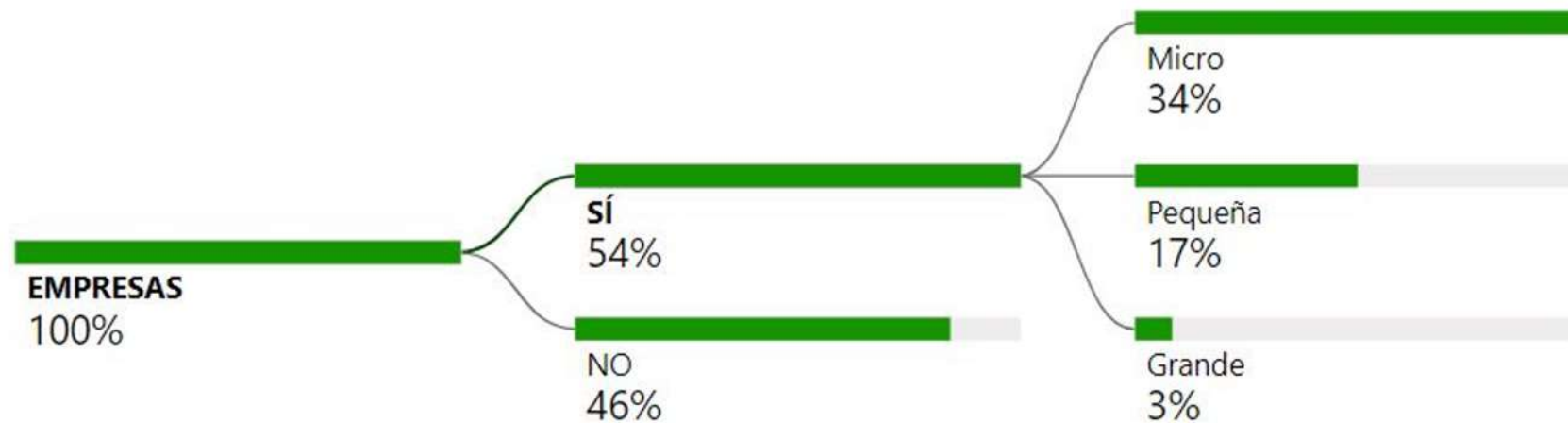
A su vez, un 46% reporta que su producción ha sido afectada por el retraso en entrega de insumos.

Porcentaje de empresas que se vieron afectadas por la escasez de insumos en el segundo semestre de 2020



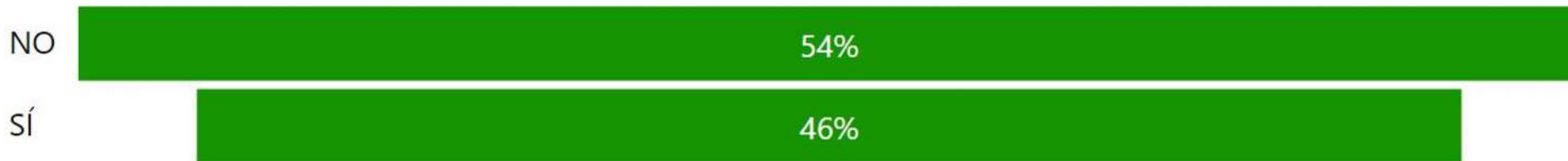
La segunda variable de la dimensión cadena productiva concierne a la disponibilidad de insumos. Al respecto, 54% de las empresas afirmaron haber experimentado escasez de insumos durante el segundo semestre de 2020. Mientras que el 46% de las empresas aseveran lo contrario. Esto muestra que se presenta un problema de abastecimiento en la cadena productiva del sector, que invariablemente implica el incremento en los costos de operación de los negocios y, por ende, de los precios productos, generando afectaciones en las ventas del sector de continuar la situación epidémica.

Porcentajes de empresas que se vieron afectadas por la escasez de insumos, según tamaño del negocio



En lo que concierne a la variable escasez de insumos, fue posible identificar que en gran medida las empresas que mayor afectación han tenido ante esta situación son las micro empresas (34%), enseguida se encuentran las pequeñas (17%); en contraste, las empresas grandes reportan una mínima afectación por dicha escasez (3%).

Porcentajes de empresas que se vieron afectadas por el retraso en la entrega de insumos en el segundo semestre de 2020



La tercera variable de la dimensión cadena productiva corresponde al retraso en la entrega de insumos. Al respecto, 54% de las empresas afirmaron haber experimentado retraso en la entrega de insumos por parte de sus proveedores, durante el segundo semestre de 2020; mientras que el 46% de las empresas opinaron lo contrario. Esto permite identificar que existen problemas de logística dentro de las cadenas productivas para cumplir eficientemente en tiempo y forma con las demandas de las empresas del sector.

Porcentaje de producción destinada al consumidor final

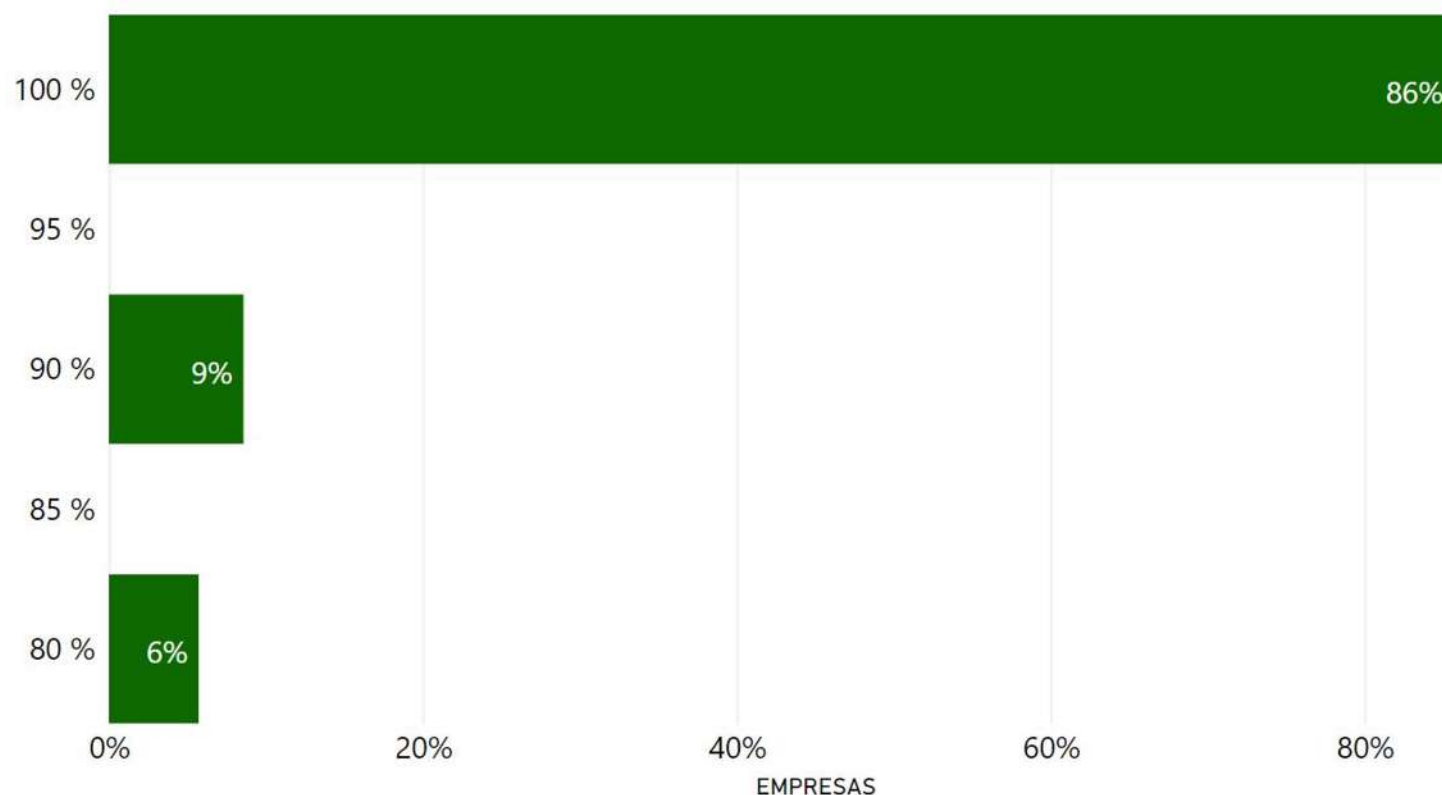
Con la finalidad de identificar la posición que ocupan las empresas que participaron en la encuesta dentro de la cadena productiva del sector, se les cuestionó sobre el destino de sus productos finales, ya sea al consumidor final o a otras empresas (bienes intermedios).

Los resultados fueron los siguientes:

El 86% de las empresas señalaron que el total de su producción/productos va destinado al consumidor final.

El 15% de las empresas indicaron que una pequeña proporción de su producción son demandados por otras empresas (entre el 10% y 20%).

En concreto, la mayor parte de los empresas del sector destina básicamente su producción al consumidor final.

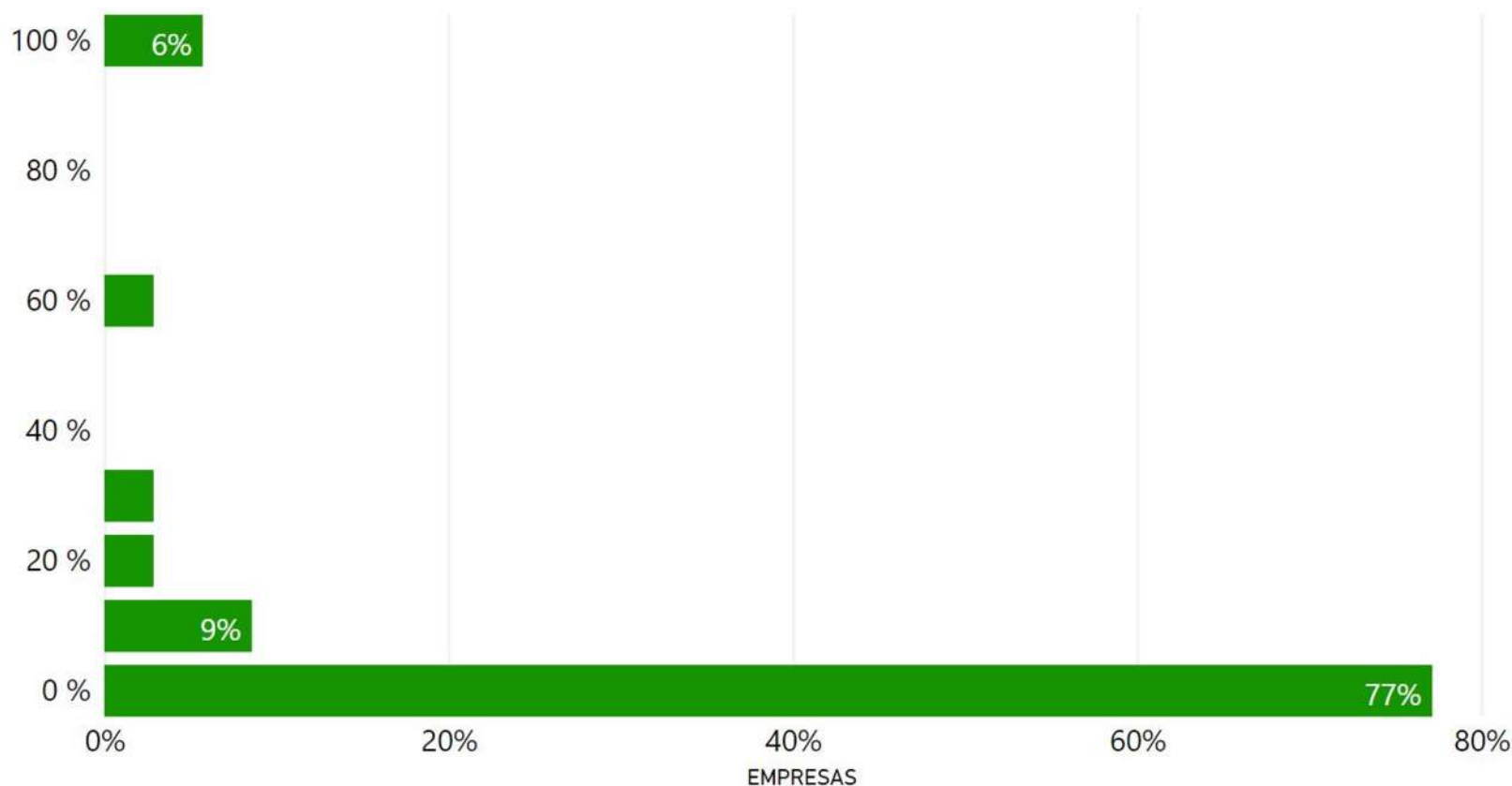


Porcentaje de producción que se vende a otras empresas

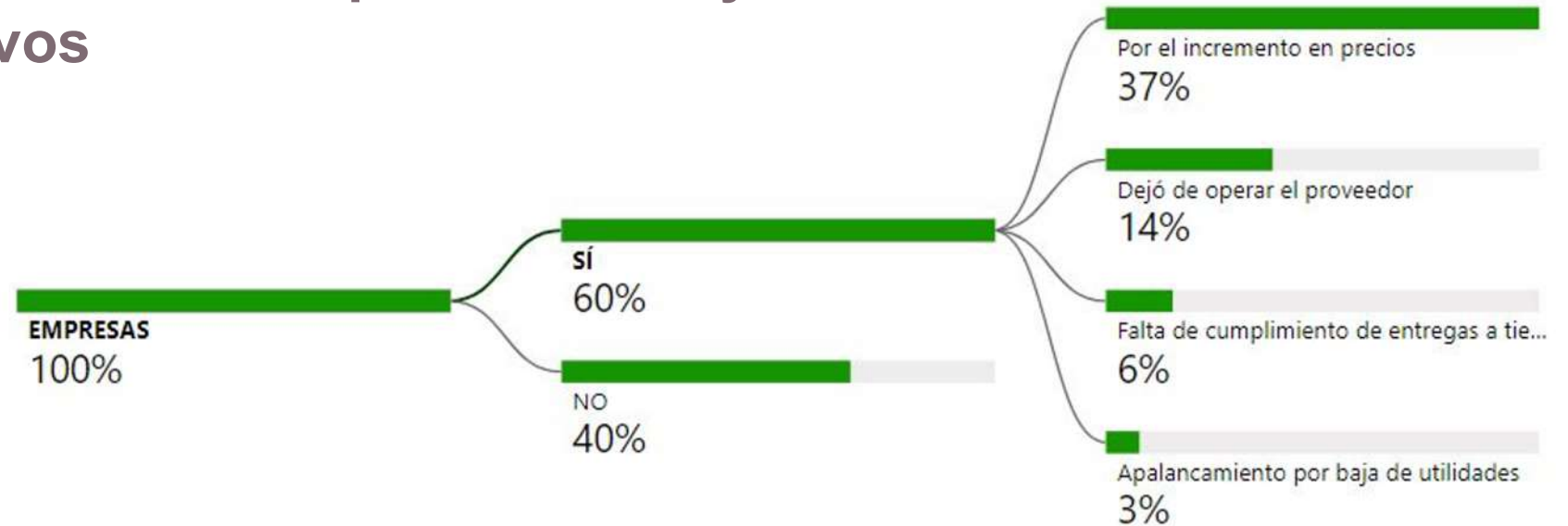
En relación con esta variable que permite ubicar a las empresas dentro de la cadena productiva se identificó lo siguiente:

- El 6% de las empresas reporta que vende el 100% sus productos a otras empresas, ya sea como bien intermedio o para su comercialización.
- El 3% señalaron que gran parte de sus productos (60%) son demandados por otras empresas.
- El 15% indicaron que vende a otras empresas entre del 10% y 30% de sus productos.
- El 77% reporta que no vende productos a otras empresas.

Es decir, en este sector es mínimo el porcentaje de producción que va dirigido a otras empresas.



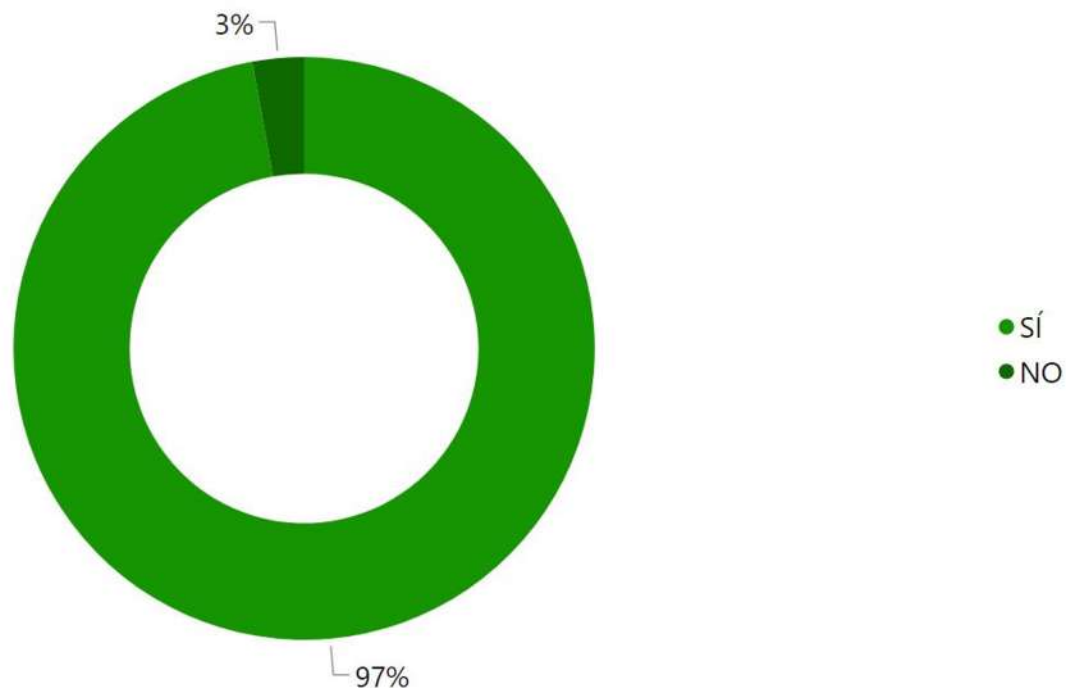
Porcentajes de empresas que han tenido que cambiar algunos de sus proveedores y principales motivos



El 60% de las empresas señaló que se vio en la necesidad de cambiar algunos de sus proveedores, entre las principales razones destacan las siguientes:

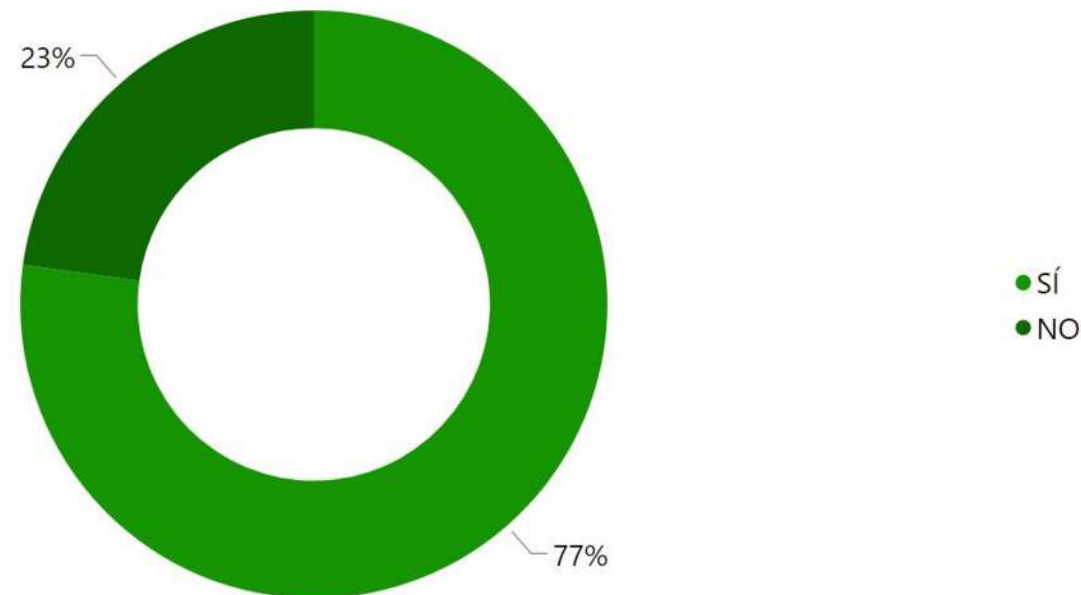
- El 37% por el incremento de precios.
- El 14% porque dejó de operar el proveedor.
- El 6% por el incumplimiento en los tiempos de entrega.
- El 3% como estrategia de apalancamiento, es decir, por buscar financiamiento de otros proveedores.

Porcentaje de empresas que se vieron afectadas por el incremento de precios de insumos de origen nacional



De las empresas encuestadas, solamente el 3% señalaron que habían experimentado un incremento en los precios de los insumos de origen nacional, mientras que el 97% afirmaron lo contrario.

Porcentaje de empresas que se vieron afectadas por el incremento de precios de insumos de origen extranjero



En relación a los insumos de procedencia extranjera, el 77% de las empresas afirmaron que habían experimentado un incremento en los precios durante el 2020.

Porcentaje de exportaciones de las empresas

A través del análisis empírico se logró identificar que el 33% de las empresas exporta algunos de sus productos, principalmente a Estados Unidos y Canadá. De este grupo solamente el 20% de empresas exporta entre el 20% y 30% de su producción. Por otra parte, un reducido grupo (13%) apenas exporta el 10% de sus productos.





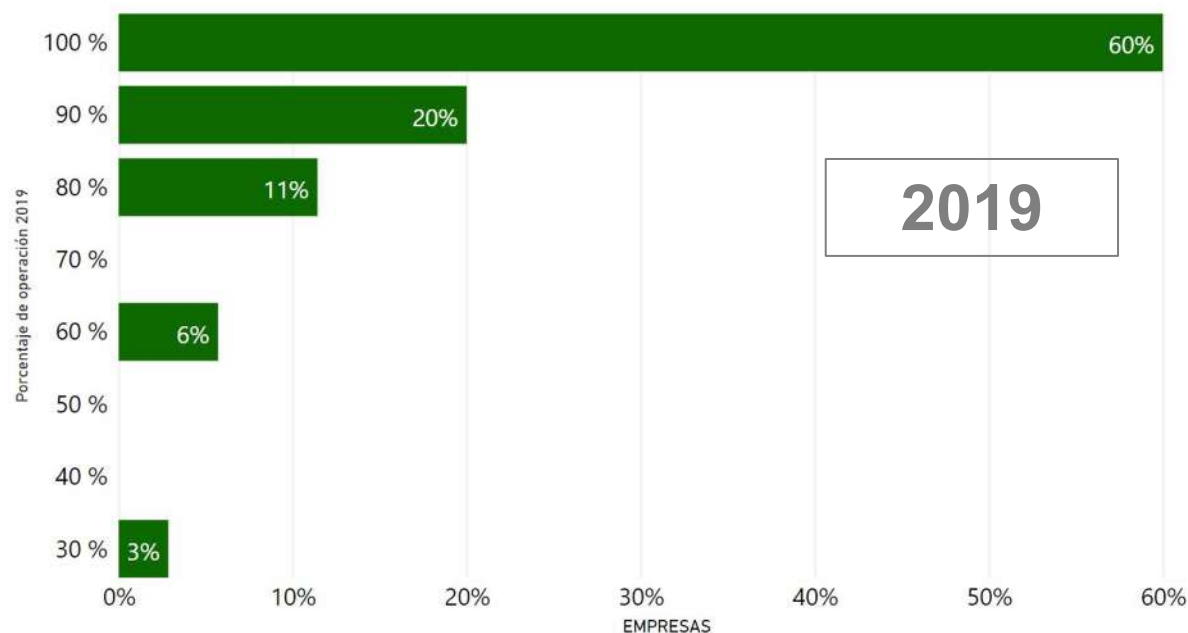
03. Producción y ventas

El 94% de las empresas que participaron en la encuesta señala que en los últimos 6 meses del 2020 experimentaron incremento en los costos de operación.

El 88% de las empresas señalaron no haber aumentado los precios de sus productos a pesar de experimentar incremento en los costos de operación, lo que al corto y mediano plazo puede representar una problemática en el margen de ganancia o bien incurrir en pérdidas.

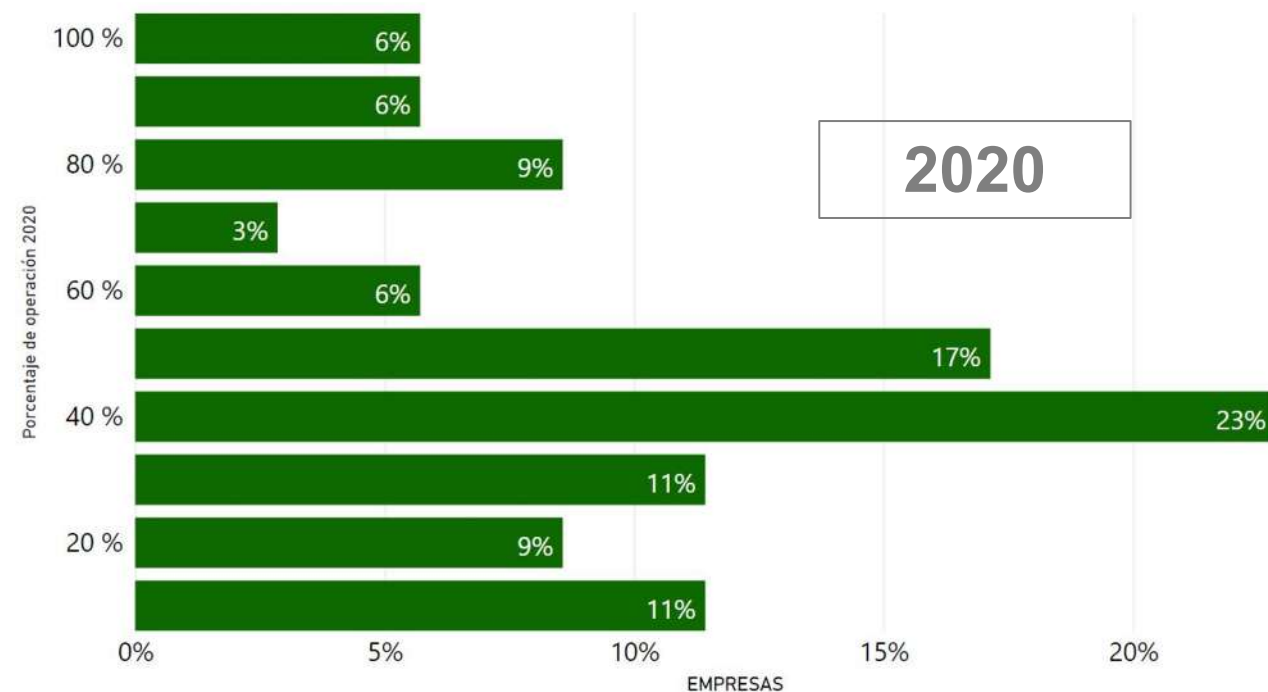
Durante el 2020 el 71% de las empresas encuestadas registraron niveles de operación del 50% o menos.

Porcentaje de operación de las empresas en 2020 *versus* 2019



A partir por lo señalado por las empresas encuestadas, en 2019 el 80% de ellas operó entre 90% y 100% de su capacidad; el 20% mantuvo un nivel de producción del 80%; solamente el 9% indicó que operó entre 30% y 60% de su capacidad.

Es importante destacar que, a partir de las evidencias obtenidas, fue posible identificar que 91% del sector reporta niveles de operación superiores al 80% en el 2019.

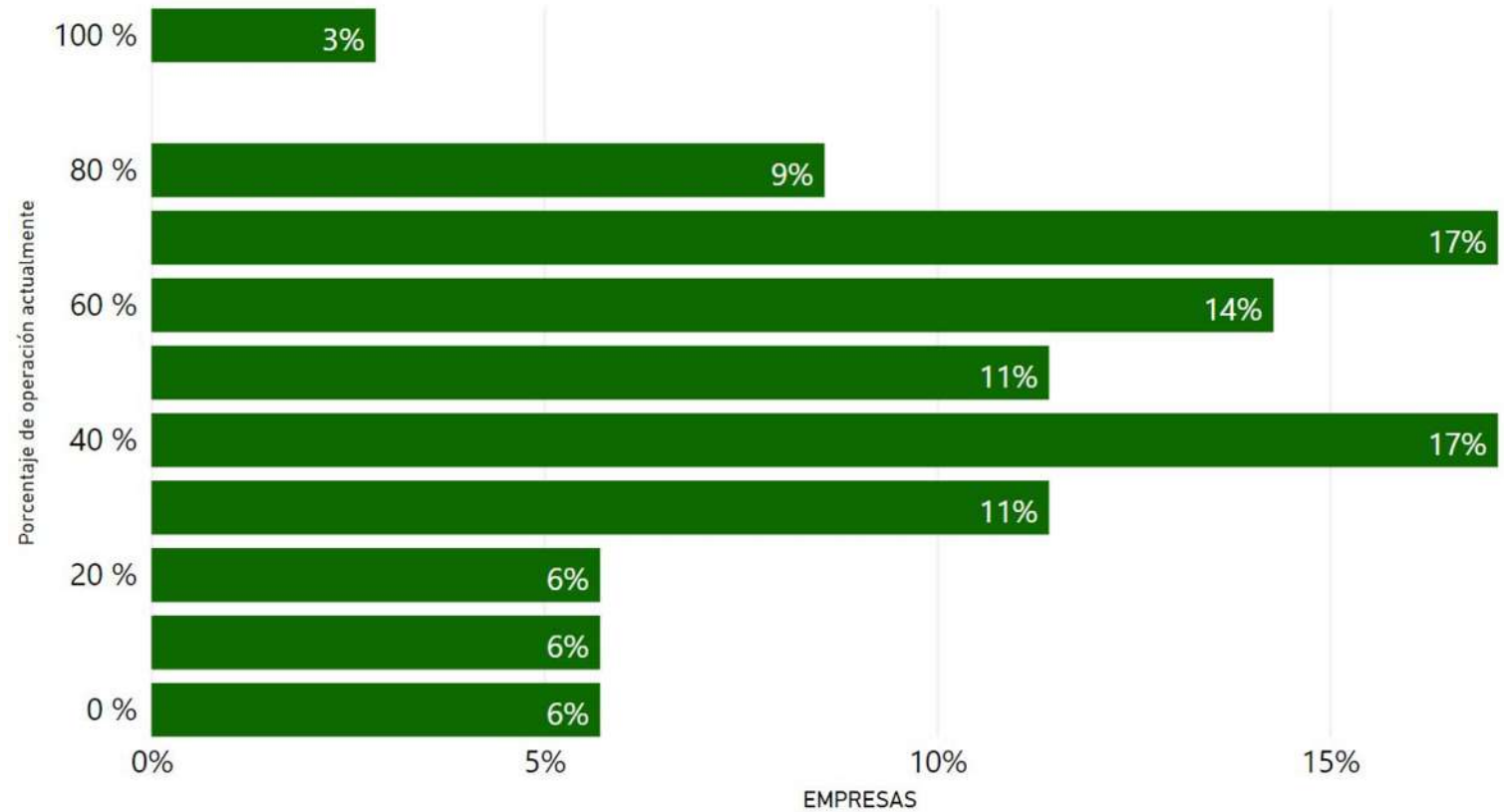


Al comparar el porcentaje de operación de las empresas, es notorio el cambio en la capacidad de producción entre 2019 y 2020. Solamente el 12% de las empresas operó por encima del 90% de su capacidad, mientras que el 18% señaló niveles de operación entre el 60% y 80%. Lo más sobresaliente es que en el último año, gran proporción de las empresas (71%) registraron niveles de operación del 50% o menos.

Porcentaje de operación de las empresas actualmente (sep. 2020-feb.2021)

Sobre el cuestionamiento relacionado con el nivel de operación en que se encontraban operando las empresas al momento de responder la encuestada (entre septiembre de 2020 y febrero de 2021), las respuestas fueron las siguientes:

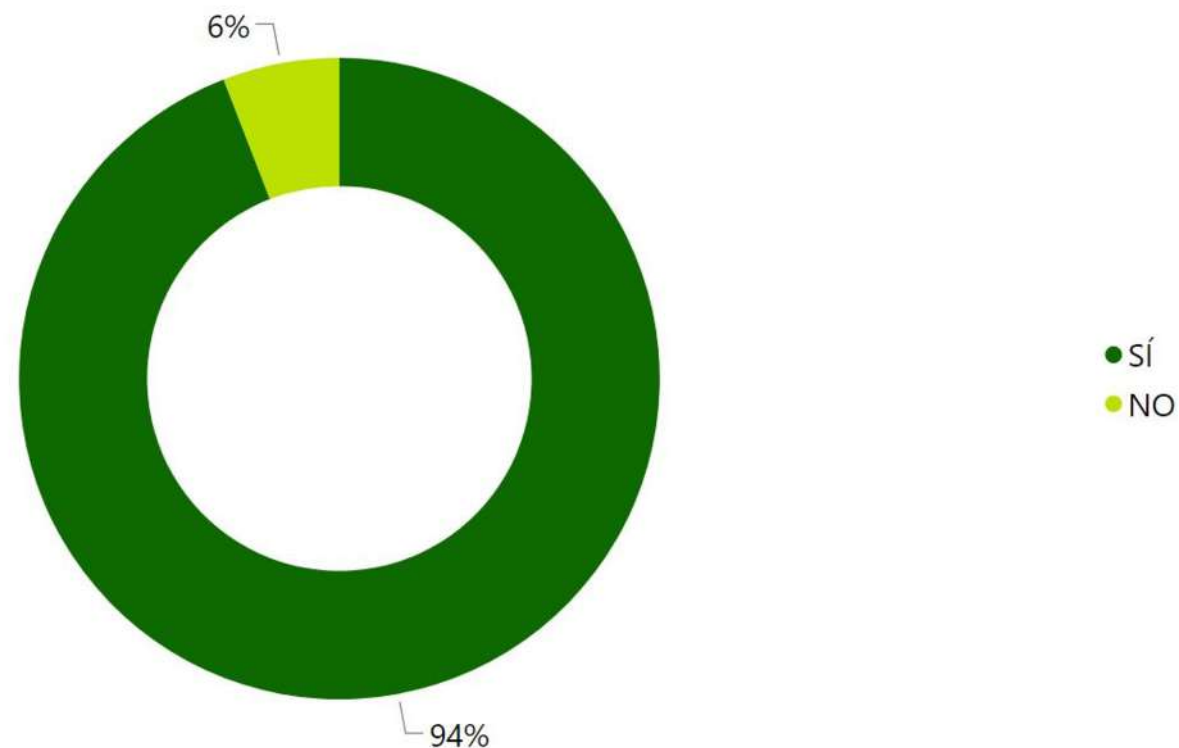
- Solamente el 3% de las empresas se encontraban operando al 100%.
- El 51% se encontraba operando entre 50% y 80%.
- El 40% señaló que se encontraban operando entre 10% y 40%.
- Por último, se logró identificar que el 3% de las empresas no se encontraban operando debido al cierre del negocio.



Porcentaje de empresas que experimentaron incremento en los costos de operación en 2020

Con base en lo que señalaron las empresas encuestadas, en 2020 el 74% de los negocios experimentó un costo de producción, en forma contraria solamente el 26% no advirtió cambio alguno en dichos costos.

Esto indica que a partir del encarecimientos de los insumos y los problemas de logística generado por la crisis epidémica, ha originado un incremento en los costos de operación de las empresas. Sin lugar a dudas, esto ha mermado el margen de utilidad de los negocios del sector restaurantes.



Porcentaje de empresas que han optado por incrementar precios de sus productos

No obstante que la mayor parte de las empresas señalaron haber experimentado incremento en los costo de operación, solamente el 49% han optado por incrementar el precio de sus productos.

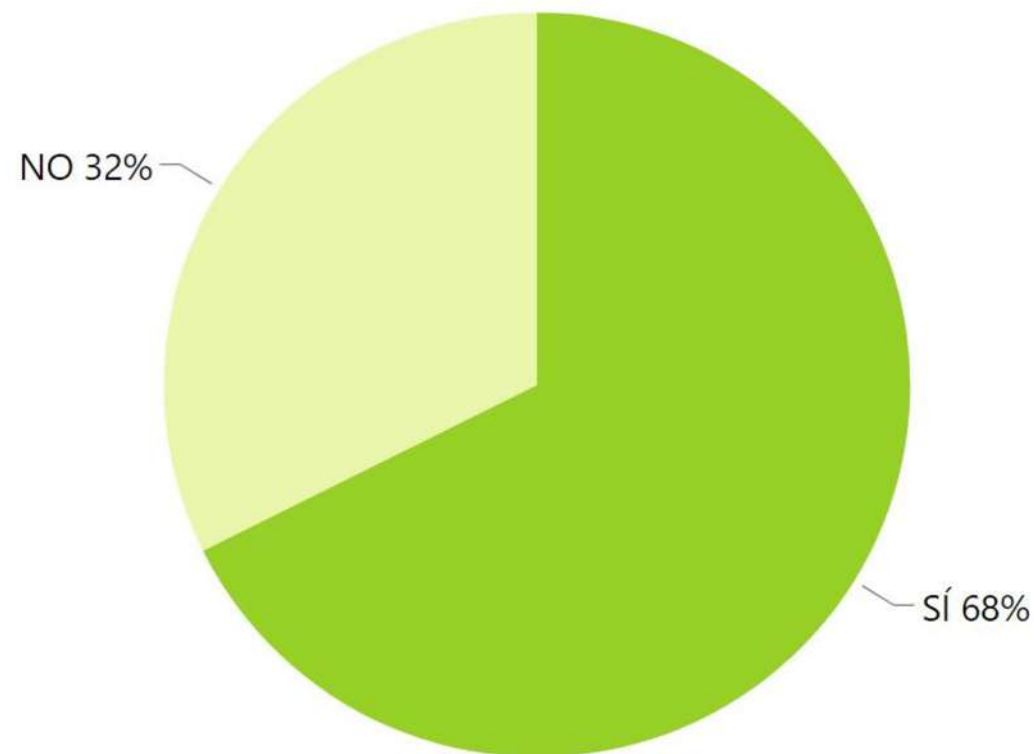
De este grupo de empresas:

- El 34% incrementó los precios de sus productos un 10%.
- El 9% elevó los precios un 20%.
- El 3% aumentó los precios un 30%.
- Por último, solamente el 3% se vio en la necesidad de incrementar los precios un 60%.



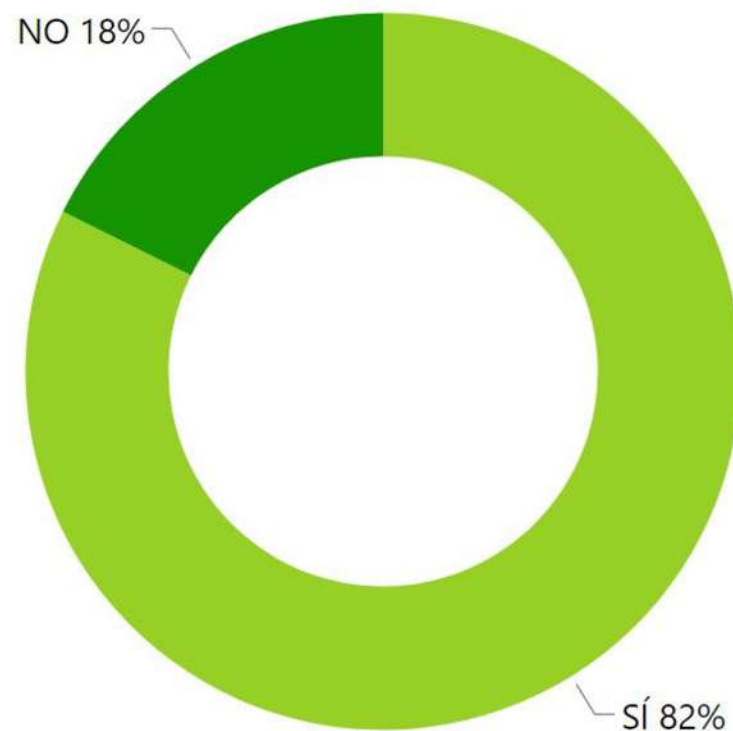
Porcentajes de empresas que experimentaron aumento en los costos de producción en respuesta al incremento en el tipo de cambio

Ante la volatilidad del tipo de cambio que se generó durante algunos meses del 2020, el 68% de las empresas señalaron que habían experimentado incremento de los costos de producción en respuesta al incremento de los insumos provenientes del exterior. En contraste el 32% de las empresas encuestadas señalaron no haber advertido algún cambio en dichos costos.



Porcentaje de empresas que consideraban que incurrirían en pérdidas durante el 2020

A partir de lo señalado por las empresas encuestadas, fue posible advertir que una importante proporción de ellas (82%) presagiaban que incurrirían en pérdidas en el ejercicio anual de 2020. Por el contrario, solamente un pequeño grupo (18%) vaticinaban que no sufriría algún cambio su margen de utilidad o al menos no incurrirían en pérdidas.



Porcentaje de empresas que han experimentado una disminución de ventas y nivel de reducción

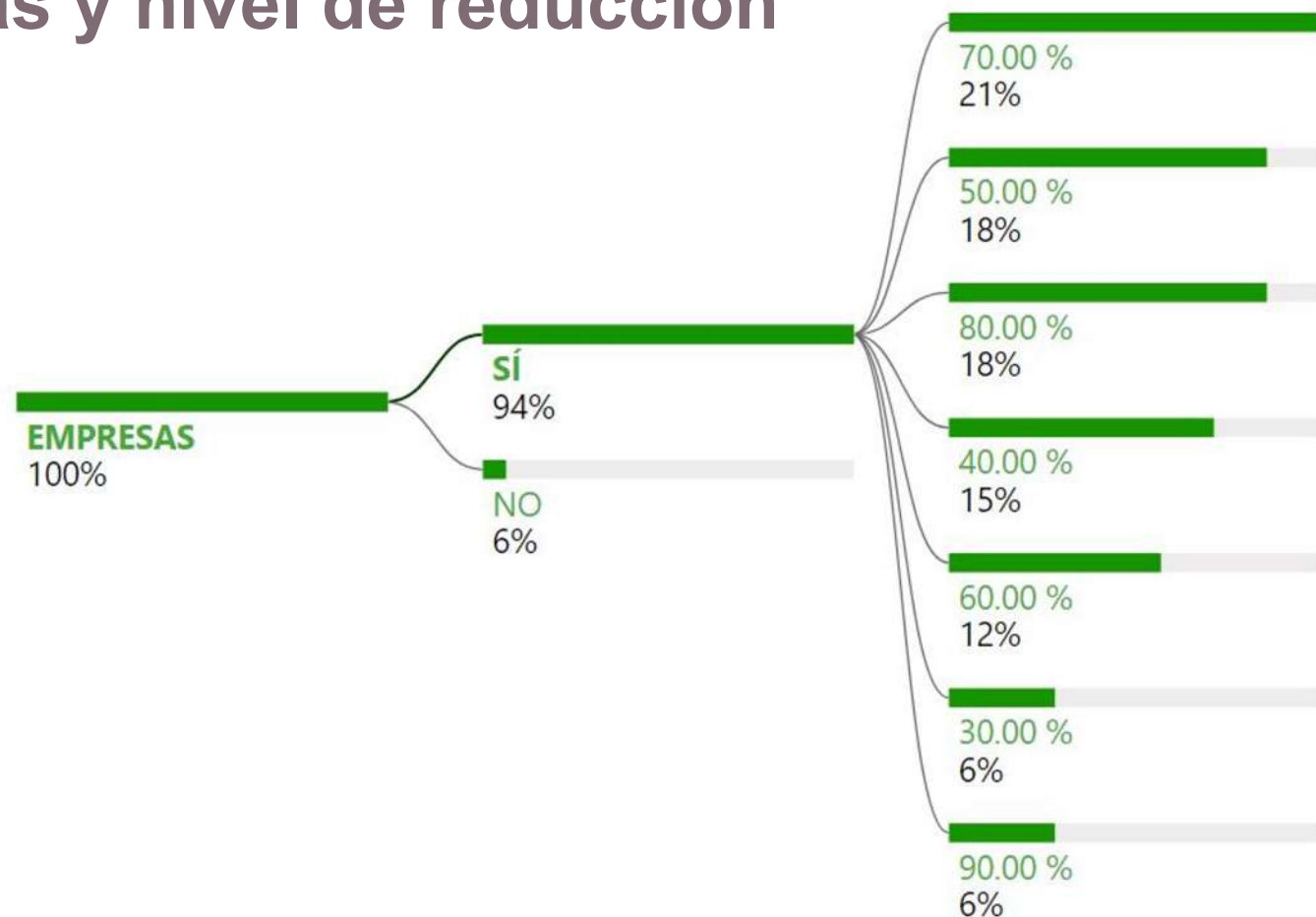
En lo relacionado con la variable ventas, casi la totalidad de las empresas señalaron que habían sufrido una disminución de la demanda de sus productos (94%). Frente a esta afirmación, solamente un pequeño grupo afirmó que no habían experimentado cambios en las ventas.

Al analizar el porcentaje de disminución de ventas que señalaron las empresas afectadas se encontró lo siguiente:

El 24% de las empresas experimentó una reducción de ventas superior al 80%.

El 51% de empresas sufrió una disminución de entre 50% y 70%.

Solo 21% de los negocios tuvo afectaciones en ventas de entre el 30% y 40%.



Cifras en verde, porcentaje de disminución.
Cifras en negro, porcentaje de empresas afectadas.

Porcentaje de empresas que han experimentado una disminución de beneficios en el 2020 y nivel de reducción

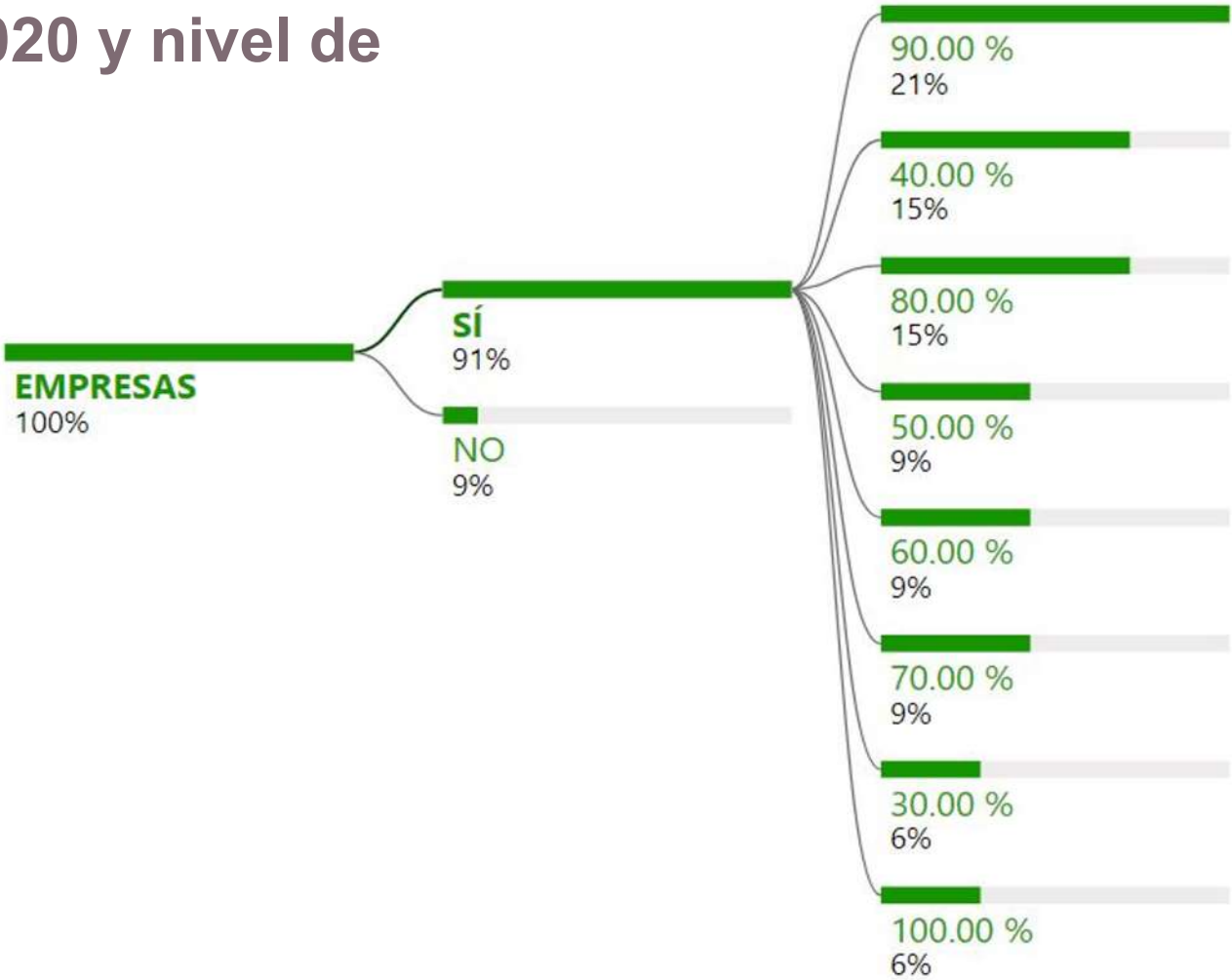
Otra variable importante que permite advertir el grado de afectación de las empresas del sector restaurantes es la relacionada con el nivel de beneficios. Al respecto, el 91% de las empresas afirmó haber experimentado un detrimento en el margen de la utilidad generada por el negocio.

El nivel de dicha disminución en este grupo de empresas fue de la siguiente manera:

El 42% sufrió un detrimento de beneficios de entre 80% y 100%.

El 27% experimentó una disminución de entre 50% y 70%.

Solamente el 21% de empresas de este grupo señaló que sus beneficios disminuyeron entre 30% y 40%.



Cifras en verde, porcentaje de disminución.
Cifras en negro, porcentaje de empresas afectadas.

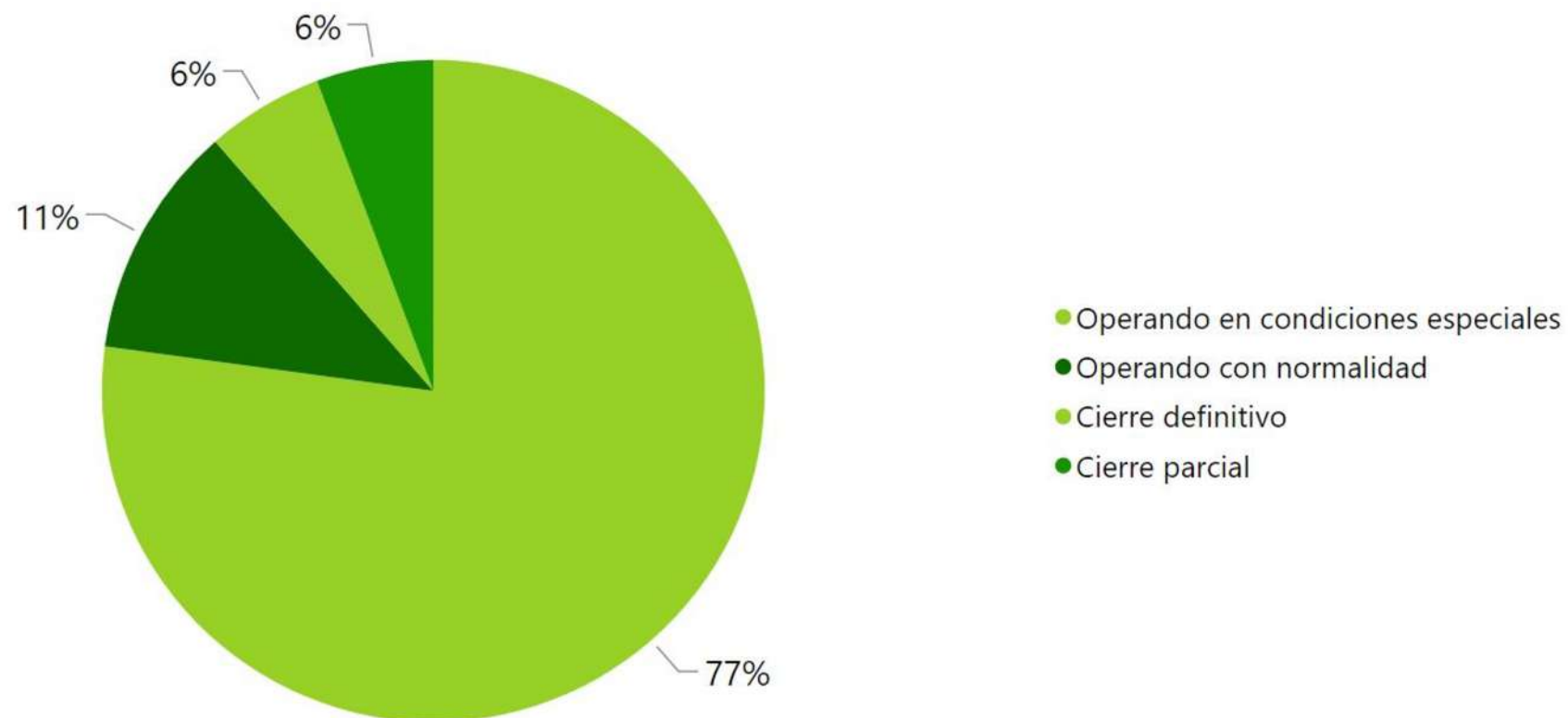


04. Situación que enfrentan las empresas ante la crisis ocasionada por el COVID-19

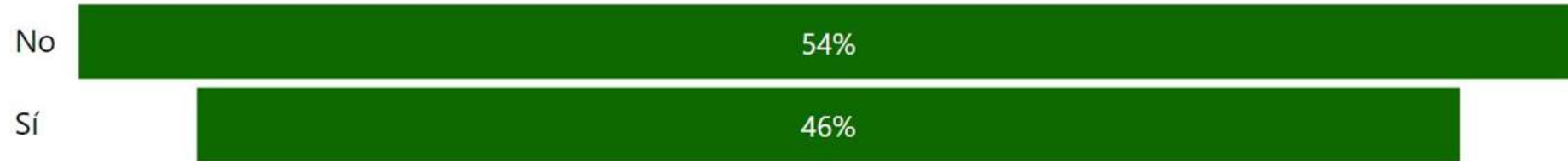
Situación en que se encuentra operando el negocio

A las empresas se les cuestionó sobre en qué condiciones se encontraba operando el negocio. Al respecto, el 77% de las empresas respondieron que se encontraban operando en condiciones especiales, el 11% en condiciones normales, el 6% con cierre parcial y otro 6% de los negocios habían cerrado definitivamente.

En general, se logró advertir que el 89% de empresas del sector restaurantes habían tenido que modificar sus condiciones de operación a partir de la contingencia.



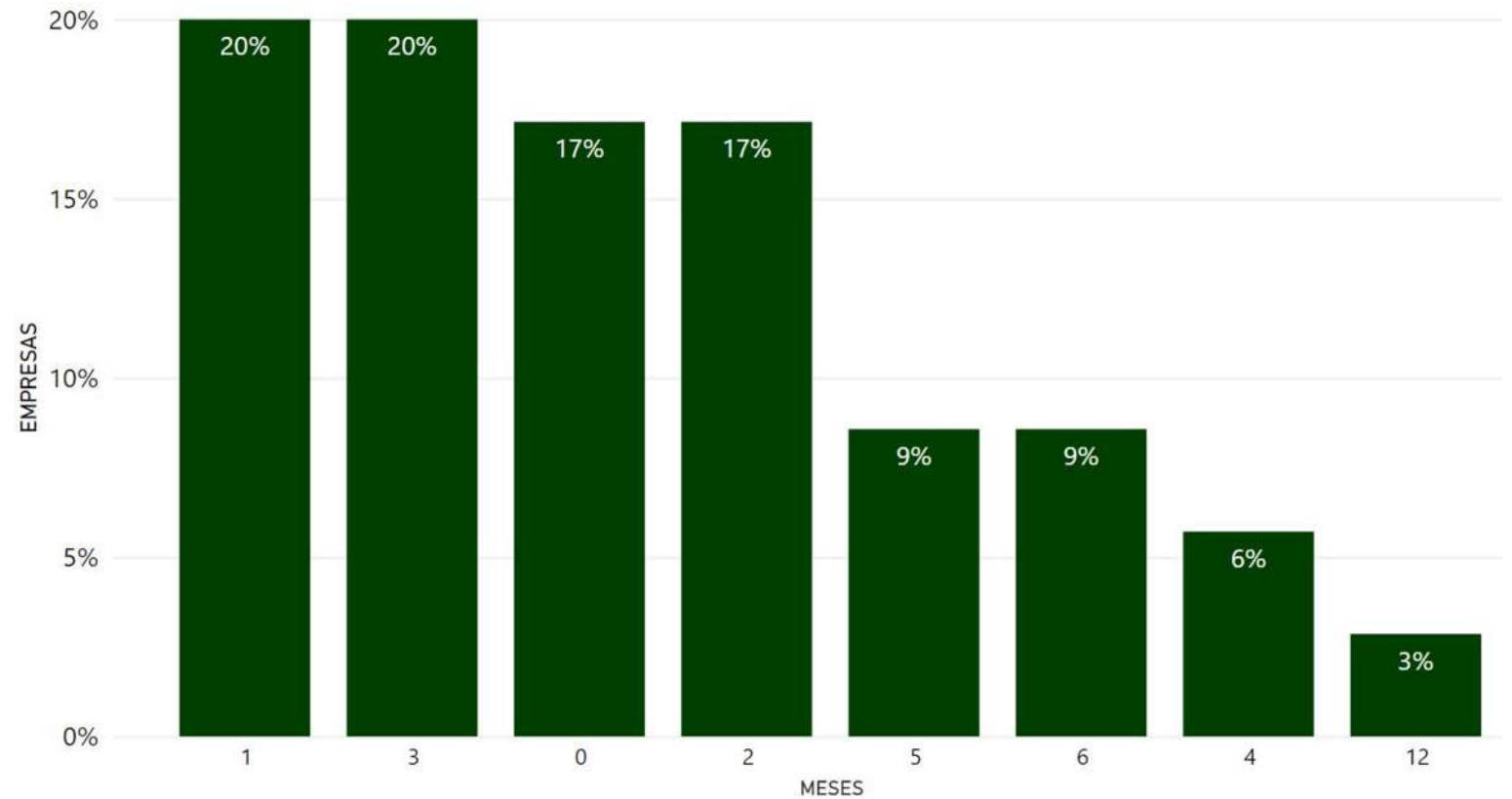
Expectativas del cierre del negocio de manera definitiva



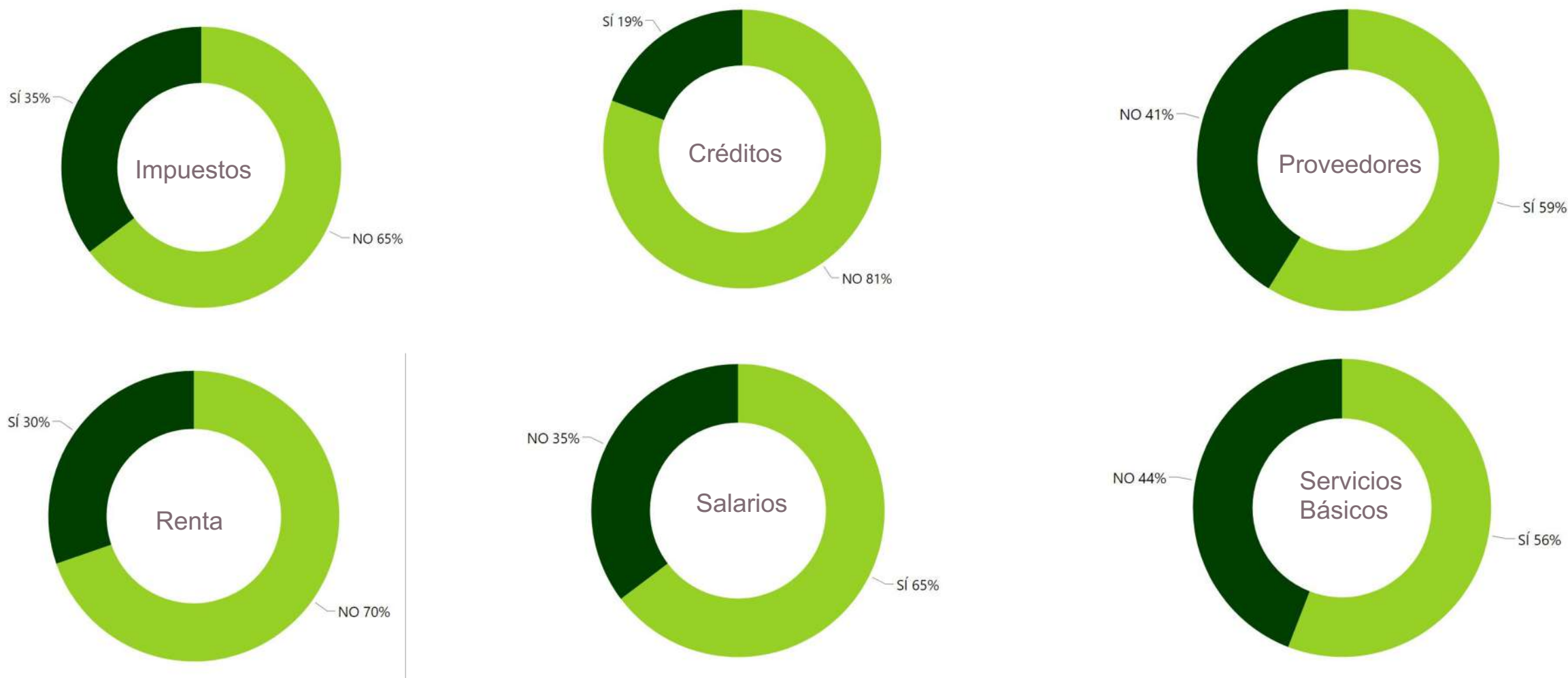
A raíz de la crisis epidémica muchos de los negocios han tenido afectaciones en ventas, operaciones y beneficios, por tal motivo se les cuestionó, dada la gravedad de la situación, si habían contemplado o tenían planes de dejar de operar definitivamente. Al respecto, destaca que el 46% de las empresas manifestaron que efectivamente habían contemplado esta alternativa. En cambio, el 54% no tenían planes de dejar de operar, a pesar de la incertidumbre generada por la contingencia.

Número de meses que estiman las empresas que puedan soportar los fondos disponibles para enfrentar la crisis sin suspender operaciones

Otra de las variables importantes corresponde a la capacidad financiera con que contaban las empresas para enfrentar la disminución de la actividad económica como resultado de la crisis generada por el COVID-19. A partir de los resultados de la encuesta fue posible identificar que el grupo de negocios se encontraban en una etapa crítica dado sus limitados fondos para solventar sus costos de operación. Al respecto, el 37% de las empresas indicó que sus fondos disponibles soportarían un mes o menos, el 37% señaló que de dos a tres meses, el 24% señalaron que entre 4 y 6 meses. Solamente el 3% de las empresas afirmaron que contaban con fondos suficientes para operar máximo por 12 meses.



Capacidad de pago de algunos rubros por las empresas de continuar el confinamiento hasta principios de 2021



Con base en la información obtenida, fue posible identificar que una importante proporción de las empresa del sector modas manifestó 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.

En cuanto a los fondos para pagar los servicios básicos, el 58% cuenta con recursos financieros para hacer frente a los pagos, mientras que 42% no cuenta con esta capacidad.

El 35% considera cuenta con recursos financieros para el pago de impuestos contra un 65% que no tiene la capacidad.

El 81% no cuenta con recursos financieros para el pago de créditos, en contraste con el 19% que sí puede hacerlo.

El 59% considera que cuenta con recursos para hacer frente al pago de sus proveedores, mientras que el 41% no cuenta con solvencia para hacer frente a este compromiso.

El 70% no cuenta con recursos para hacer frente al pago de la renta y solo el restante 30% puede hacerlo sin problema.

El 65% manifestó poder hacer frente al pago de salarios, en contraste el 35% no cuenta con solvencia para dicho pago.





05.

Empleo y salarios

Porcentaje de empresas que han tenido que despedir personal

Un indicador valioso que permite mostrar el efecto negativo de la pandemia sobre la economía, es la capacidad financiera con que cuentan las empresas para retener a sus empleados y hacer frente al pago de sus respectivos salarios. Al momento de realizar la encuesta, el 71% de las empresas se había visto en la necesidad de despedir empleados, en contraparte el 29% no lo había hecho.

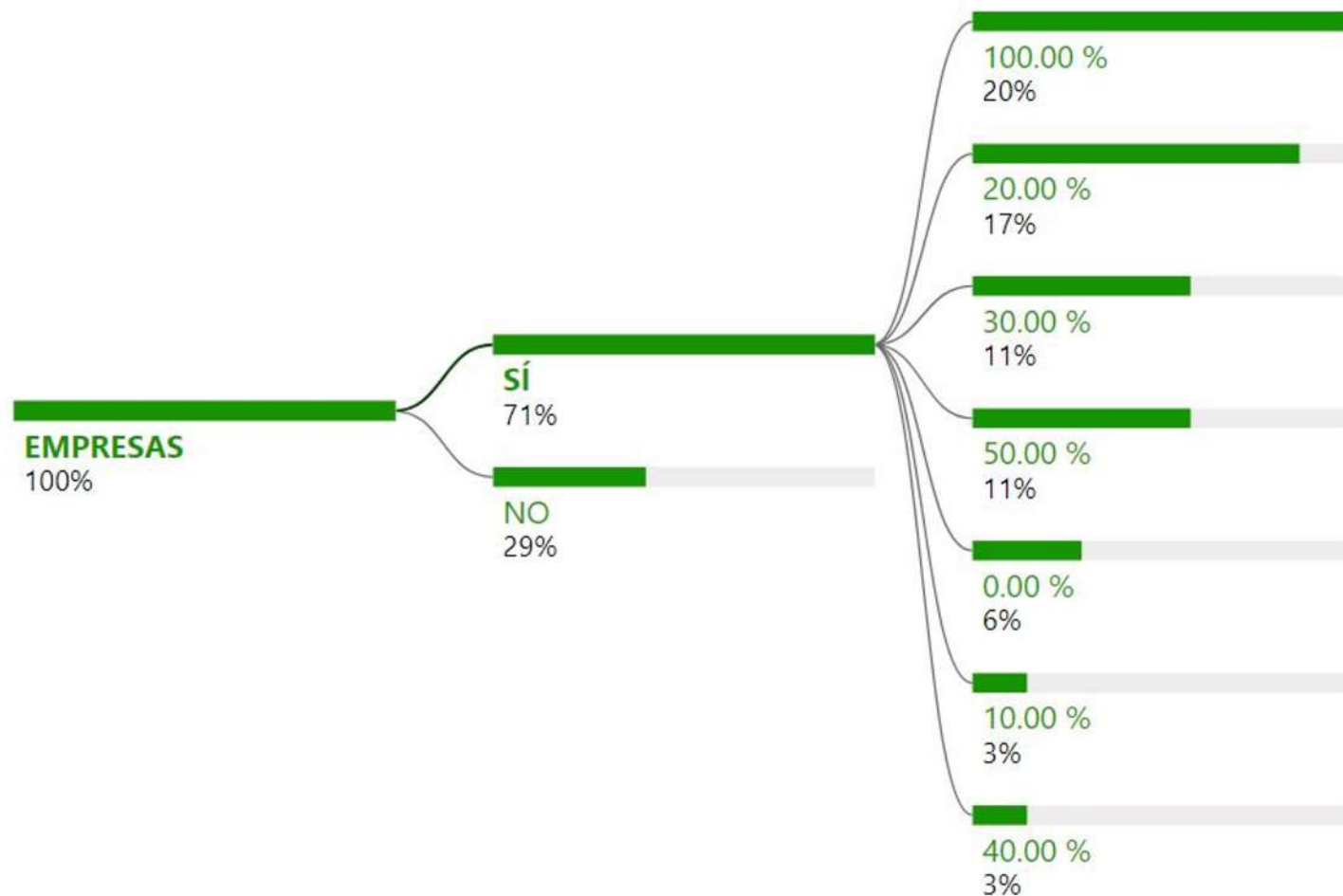
Del grupo de empresas que despidieron personal, en la gráfica se puede observar que:

El 20% tuvieron que despedir a todo su personal.

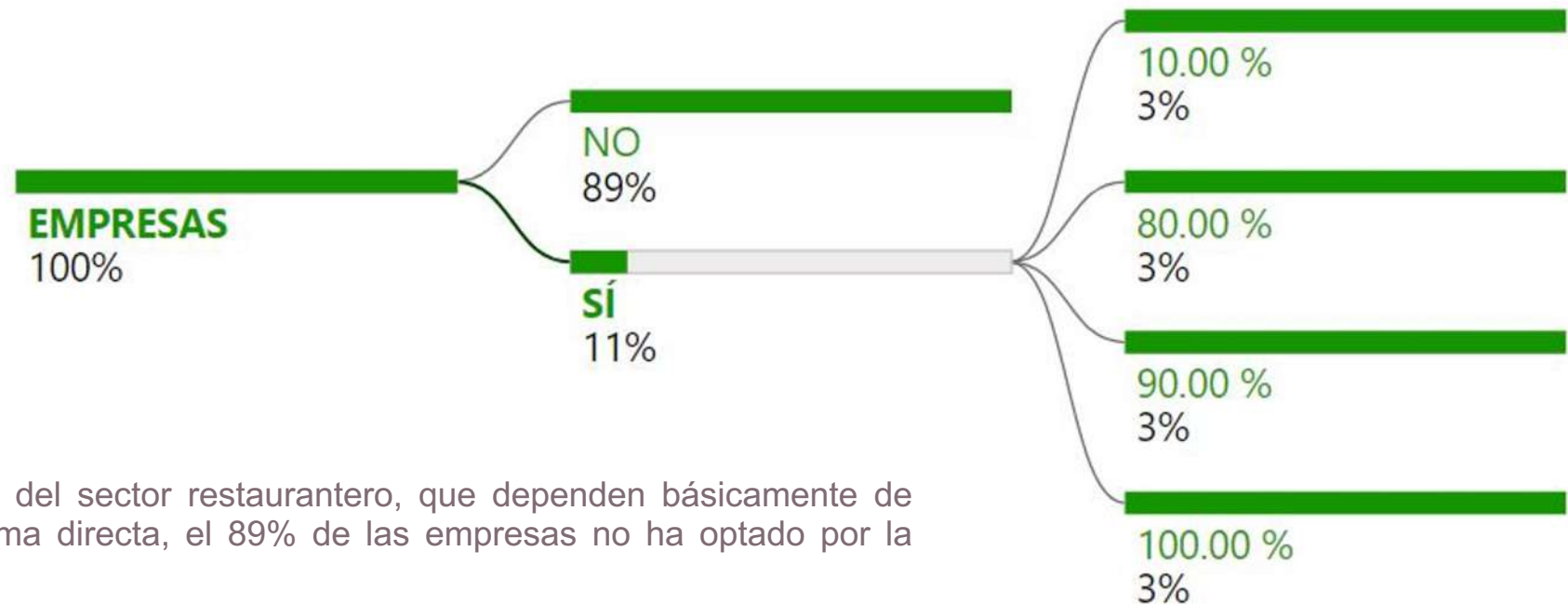
El 25% despidieron entre 30% y 50% de sus trabajadores.

El 20% despidieron entre el 10% y 20% del personal.

Por último, el 6% no contaba con personal debido a que había cerrado definitivamente.



Porcentaje de empresas que han optado por enviar a su personal a trabajar desde casa



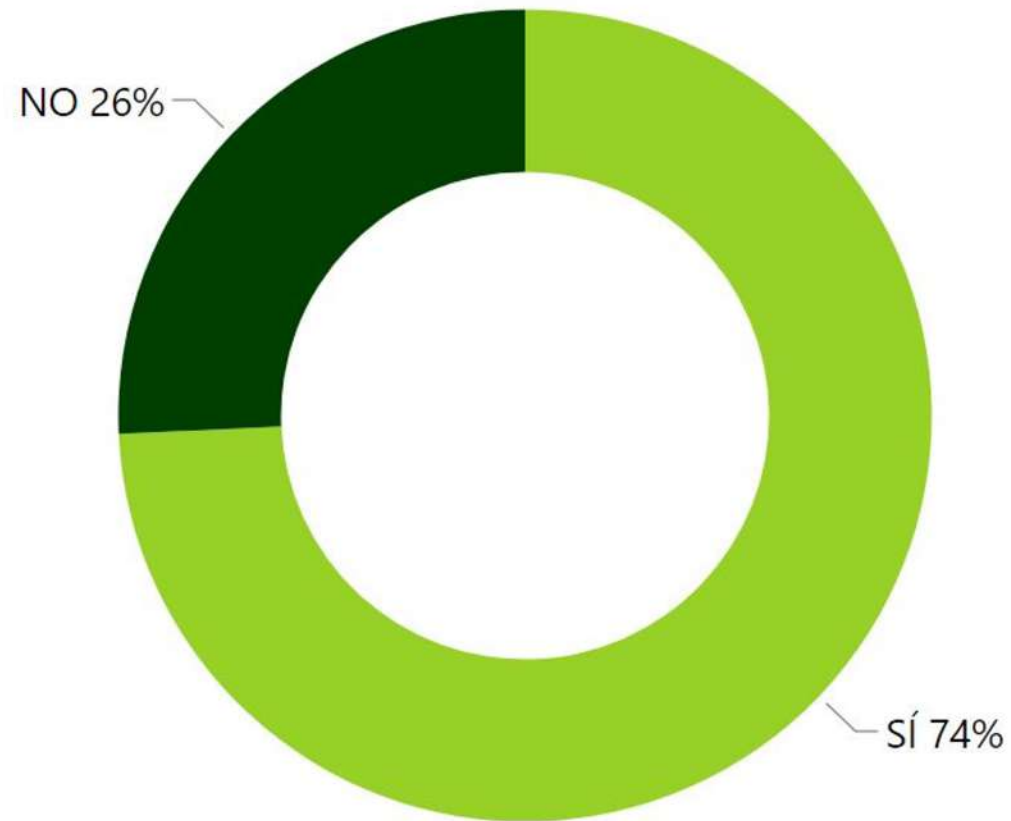
Dada la esencia de los negocios del sector restaurantero, que dependen básicamente de brindar servicios al cliente de forma directa, el 89% de las empresas no ha optado por la alternativa del trabajo desde casa.

No obstante, sólo 11% de las empresas habían optado por enviar a algunos empleados a trabajar desde casa. De este grupo el 9% había incurrido a esta práctica de trabajo enviando entre el 80 y 100% de sus empleados a trabajar a casa.

El trabajo a distancia para este sector en particular, se vuelve complejo por la naturaleza del mismo, por lo que se han visto en la necesidad de adaptar o estipular nuevas condiciones laborales.

Porcentaje de empresas que han realizado acuerdos laborales con los empleados

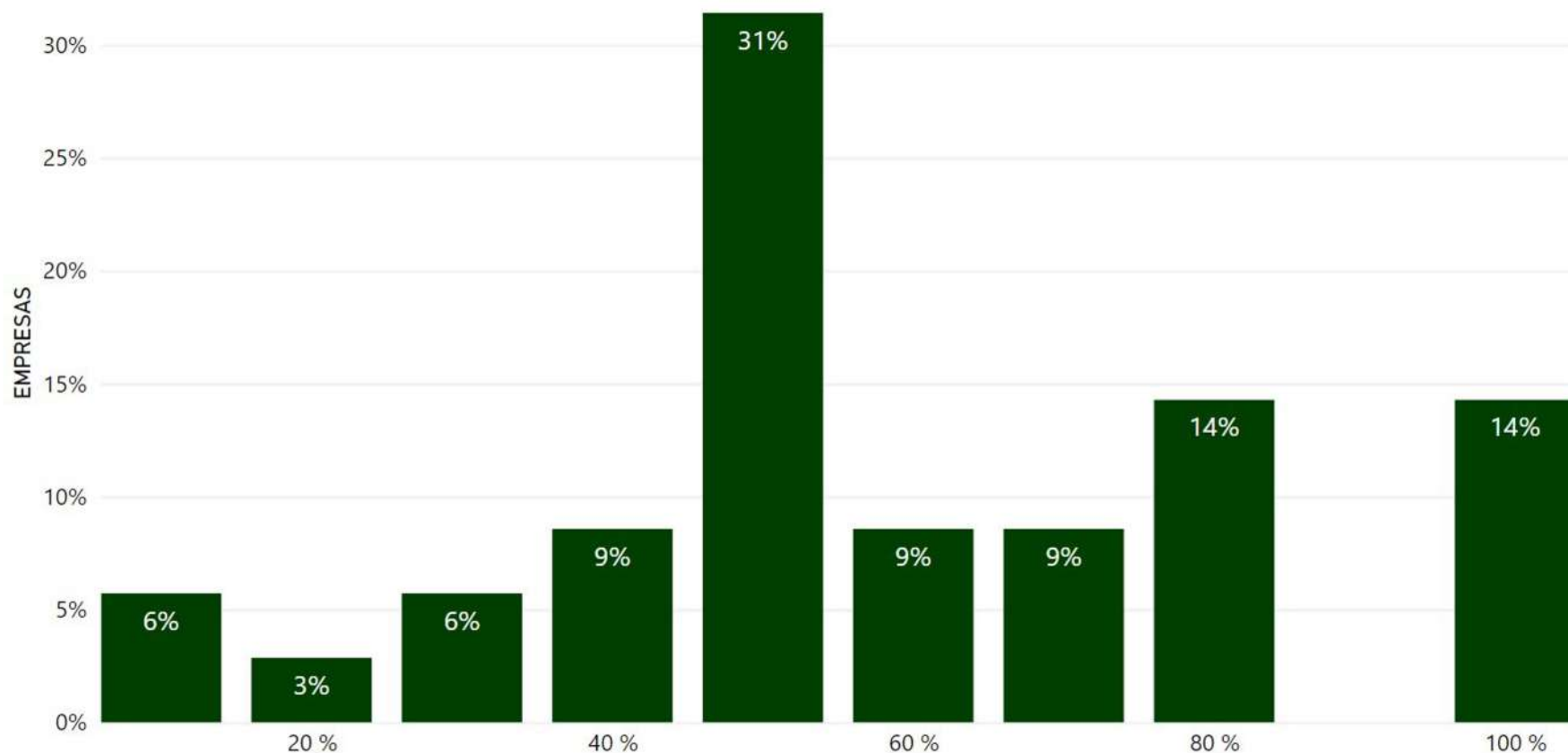
En relación a los acuerdos laborales con los empleados, se logra identificar que el 74% de las empresas había realizado algún tipo de acuerdo con sus trabajadores, el restante 26% no lo había hecho o tenía planes de hacerlo en fechas próximas.



Proporción del salario que podría pagar las empresas a sus trabajadores de continuar el periodo de contingencia/restricción de actividades

Con base en lo señalado por las empresas encuestadas, solamente el 14% de contaba con fondos suficientes para pagar el salario íntegro de sus trabajadores, de continuar con el período de contingencia o restricción de actividades; mientras que el 23% señaló que podrá pagar entre el 70% y 80% del salario.

El grupo más grande de empresas (49%) corresponde a las que podrían pagar entre el 40% y 60% de salario. Por último, el 15% de las empresas mencionó que solamente podría pagar a sus trabajadores entre el 10 y 30% del salario de continuar el confinamiento.



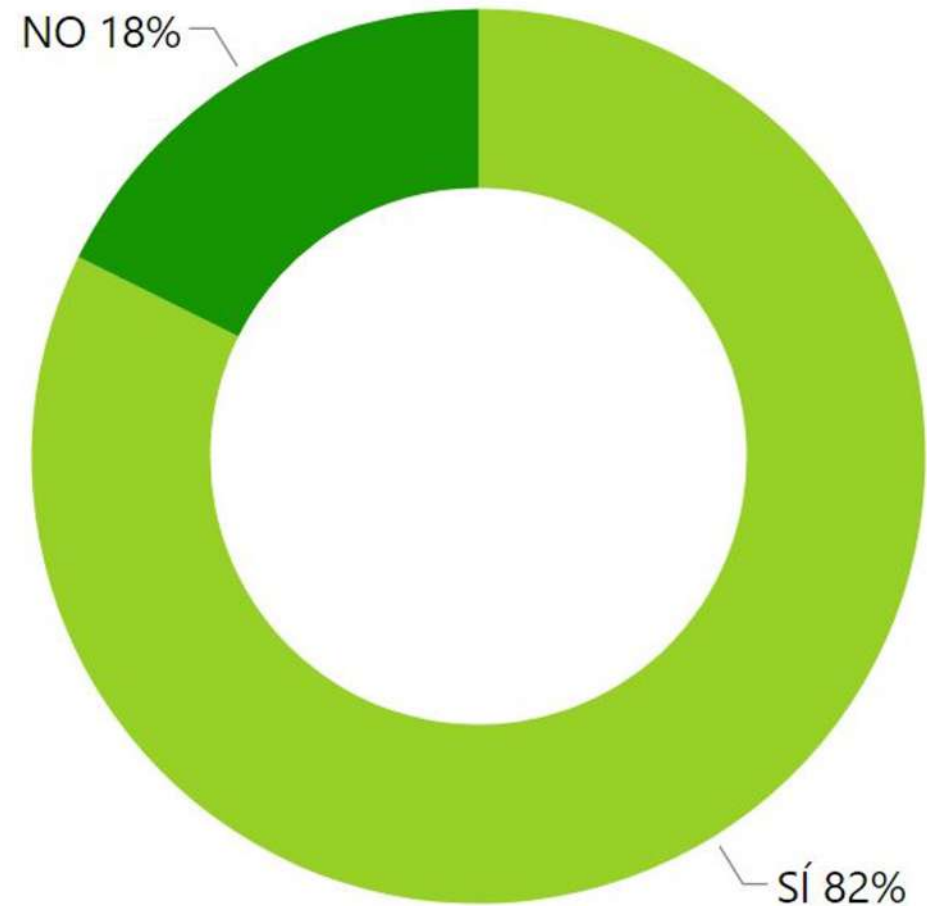


06. Situación financiera

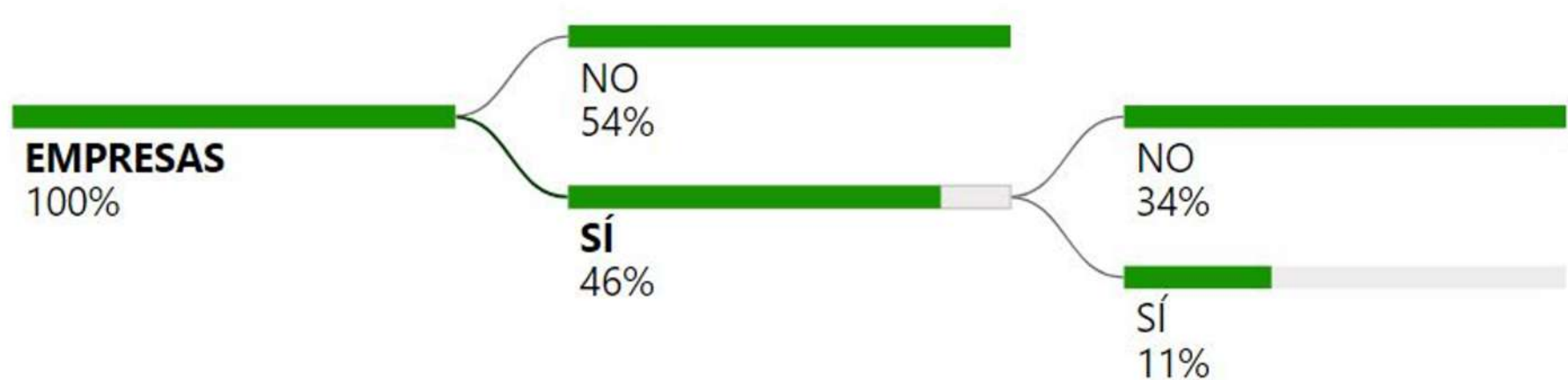
Porcentaje de empresas que registró pérdidas financieras al cierre del ejercicio anual 2020

De acuerdo a las respuestas a la encuesta, el 82% de las empresas señaló haber incurrido en pérdidas financieras al cierre del ejercicio anual 2020, debido a las bajas ventas por motivo de la restricción de actividades, implementado por el gobierno estatal.

En contraste, solamente el 18% de los negocios admitió lo contrario, es decir, continuó obteniendo un margen de beneficio que le permitiría seguir operando sin problema.



Empresas que cuentan con algún crédito vigente y capacidad financiera para hacer frente a los pagos

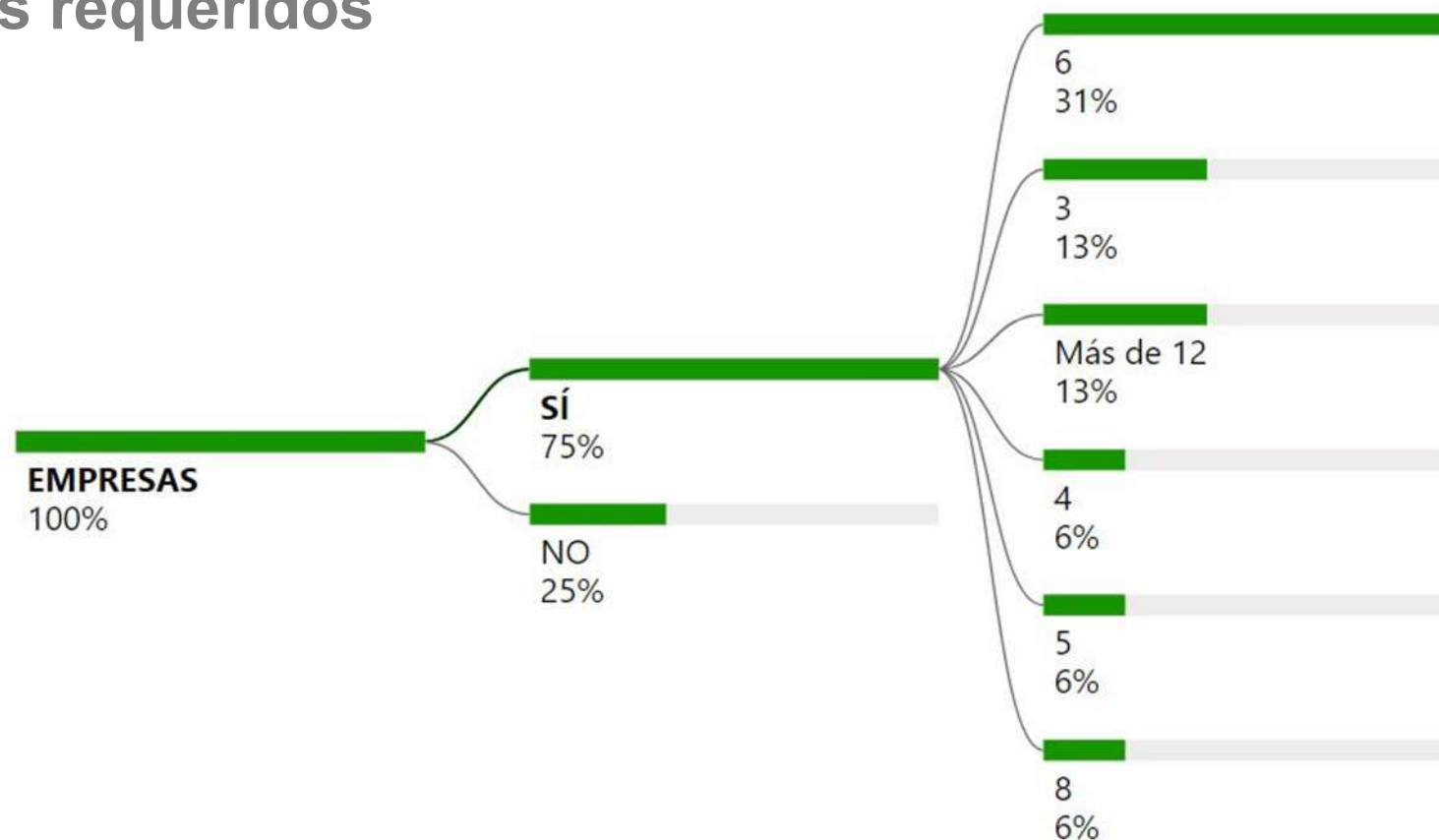


De las empresas encuestadas el 54% señalaron no contar con un crédito vigente, mientras que el 46% señalaron que si habían recurrido a este tipo de préstamo. De estas último grupo de negocios, solamente el 11% afirmó no tener problema para hacer frente a los compromisos de pago, mientras que el 34% afirmó lo contrario.

Porcentaje de empresas que tienen contemplado solicitar prórroga para el pago de sus créditos y número de meses requeridos

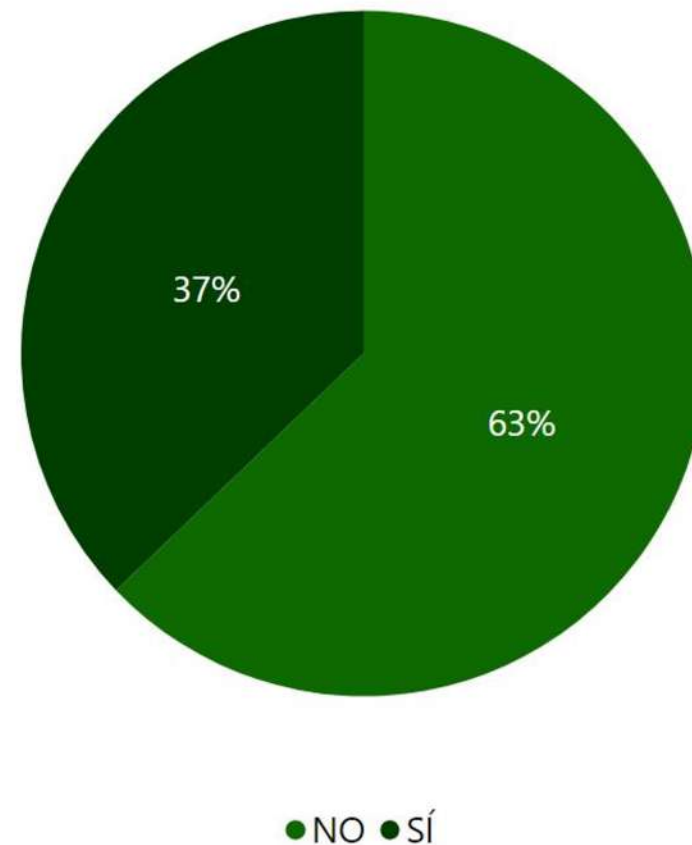
Del grupo de empresas que señalaron contar con créditos vigentes, el 25% no tenían contemplado solicitar prórroga para hacer frente a los pagos, mientras que el 75% si tenía planes de hacerlo. De este último grupo, la petición de prórroga sería en mayor medida de entre 3 y 6 meses, mientras que solamente 13% tenía planes de pedir una extensión superior a un año.

Estos datos expresan la baja capacidad de pago de créditos por parte de la muestra de empresas del sector.



Porcentaje de empresas que tienen planes de solicitar un crédito adicional

A las empresas encuestadas se les cuestionó sobre los planes de solicitar un crédito adicional, con la finalidad de contar con mayor liquidez para poder seguir operando, al respecto el 63% respondió que estaba considerando esta opción para contar con mayor capital de trabajo, en cambio el 37% respondió que no tenía planes de solicitar nuevos créditos.





07. Planes de reestructuración y perspectivas de recuperación

Principal plan o estrategia para la recuperar clientes

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a las empresas del sector, dentro de los principales planes o estrategias para la reestructura del negocio y recuperación de clientes se encuentran las siguientes:

El 32% de las empresas considera como la principal estrategia aumentar la publicidad.

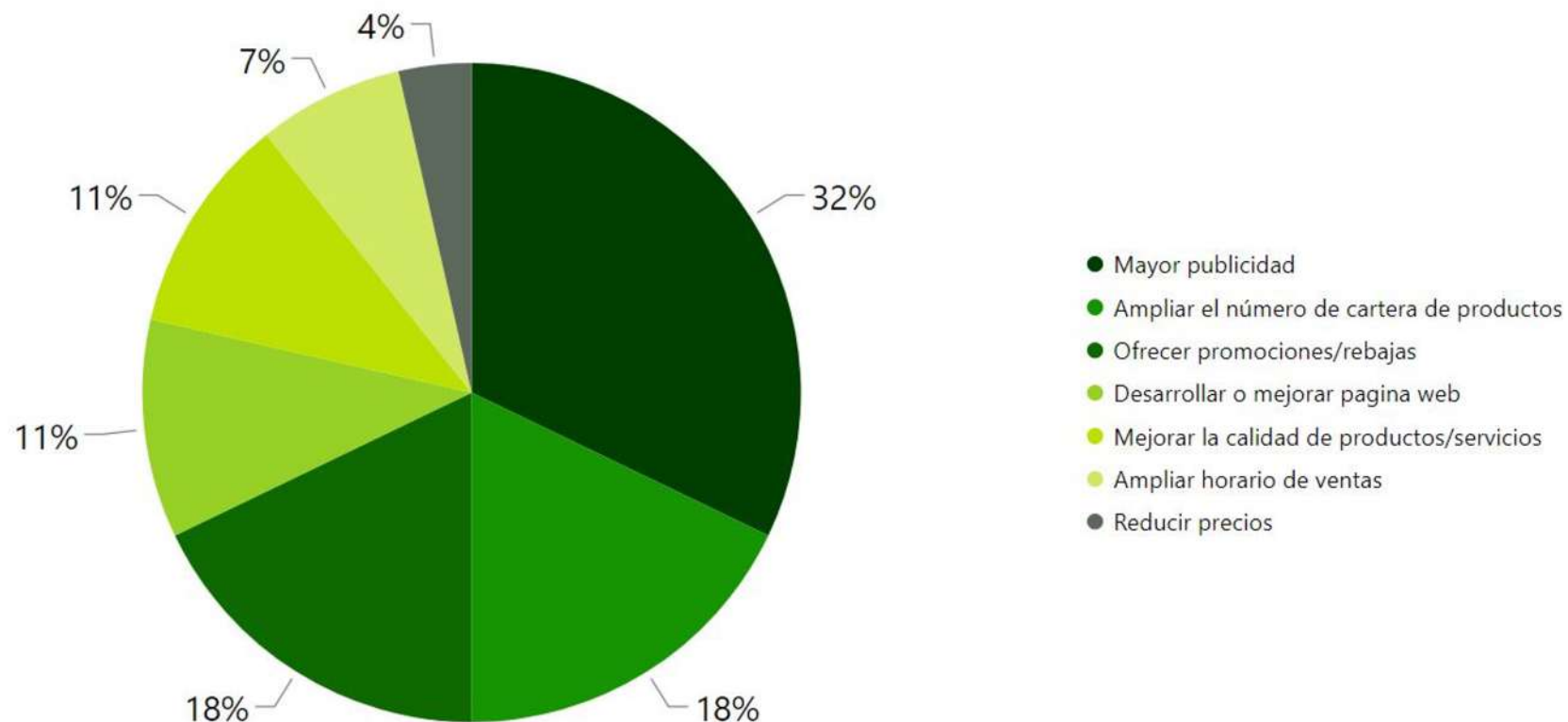
El 18% ampliar la variedad de productos.

El 18% ofrecer promociones y rebajas.

El 11% planea desarrollar o mejorar sus páginas Web.

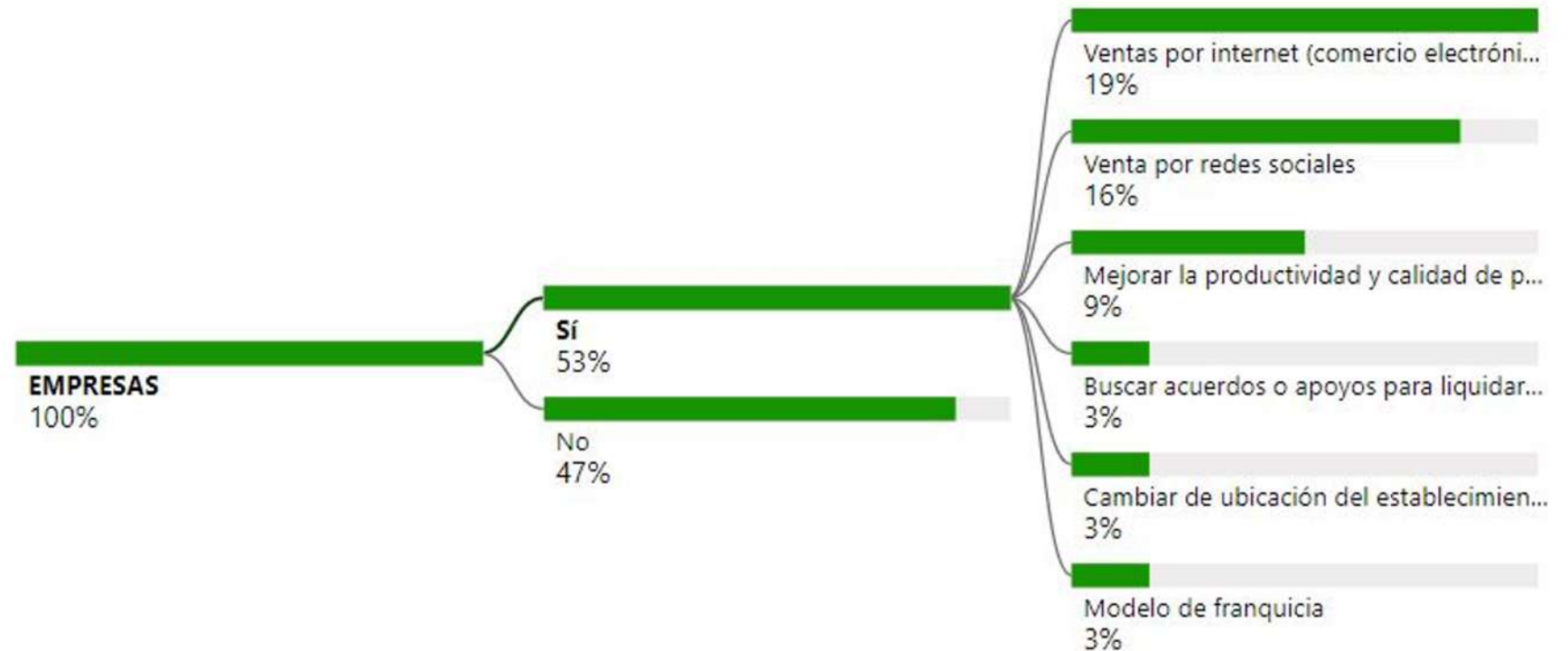
Otro 11% planea mejorar la calidad de los productos y servicios.

Es decir, aproximadamente el 50% considera como principal plan reestructurar su estrategia de ventas y marketing y el restante 50% planea incorporar cambios relacionados con calidad y precio de productos y del servicio.



Porcentaje de empresa que considera que existen oportunidades para ingresar a nuevos mercados en el corto/mediano plazo y principales estrategias

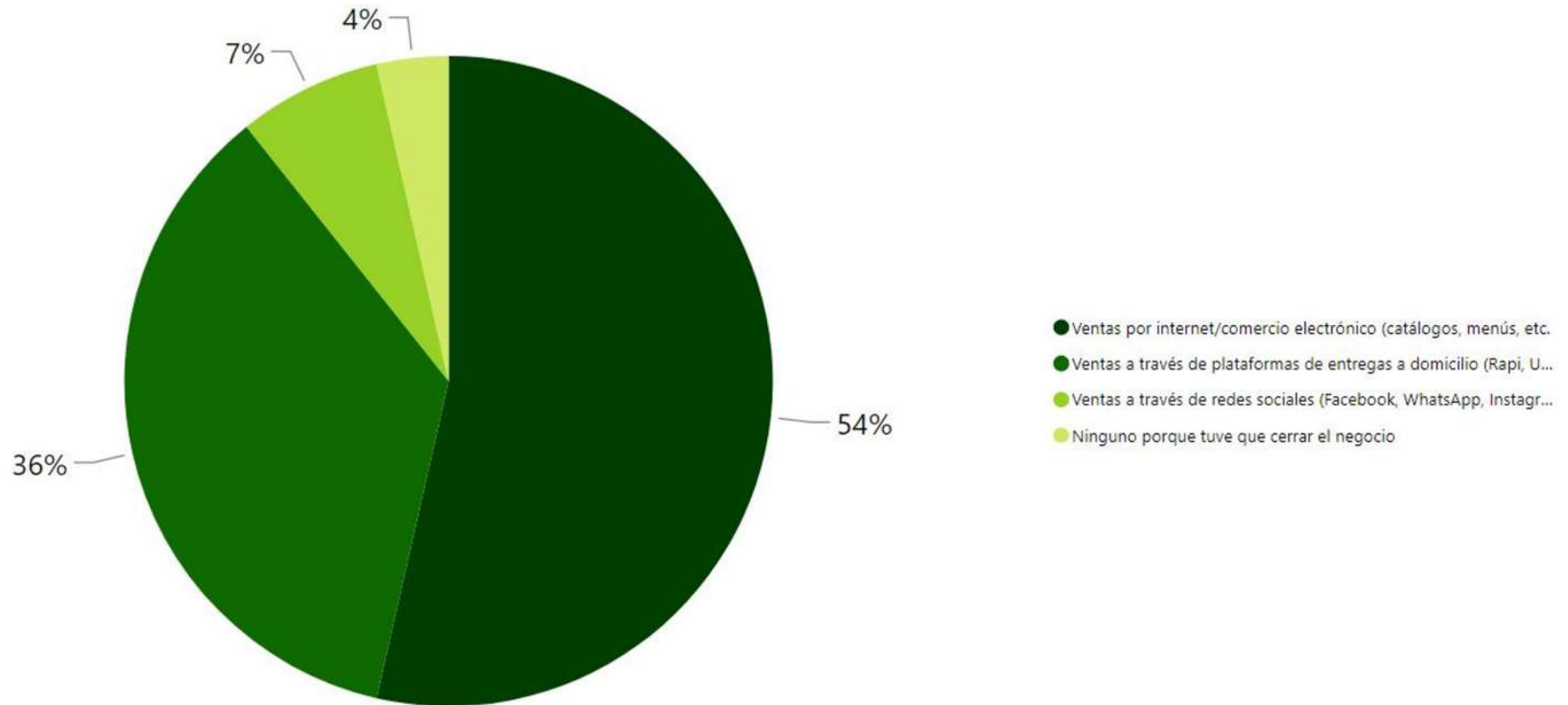
Del total de empresas, el 53% considera que existen oportunidades para incursionar en nuevos mercados. De este grupo el 19% vislumbra dichas oportunidades al incursionar ventas por internet, un 16% en ventas por redes sociales y el 9% considera que para tal fin debe mejorar la calidad del producto. Por otra parte, también se consideran oportunidades al cambiar de ubicación, al conseguir apoyos financieros y al implementar estrategias de franquicia.



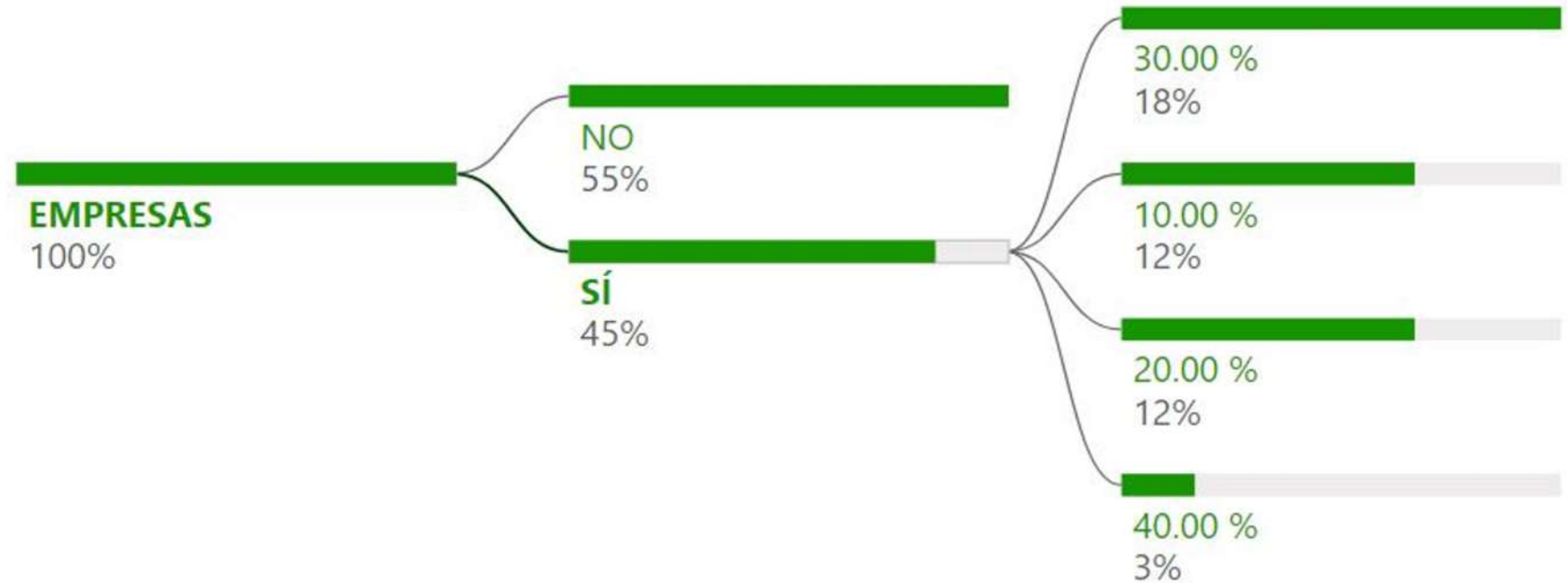
Principal plan o estrategias implementadas para incrementar ventas

Dentro de las principales estrategias que han implementado las empresas del sector para incrementar las ventas se encuentran:

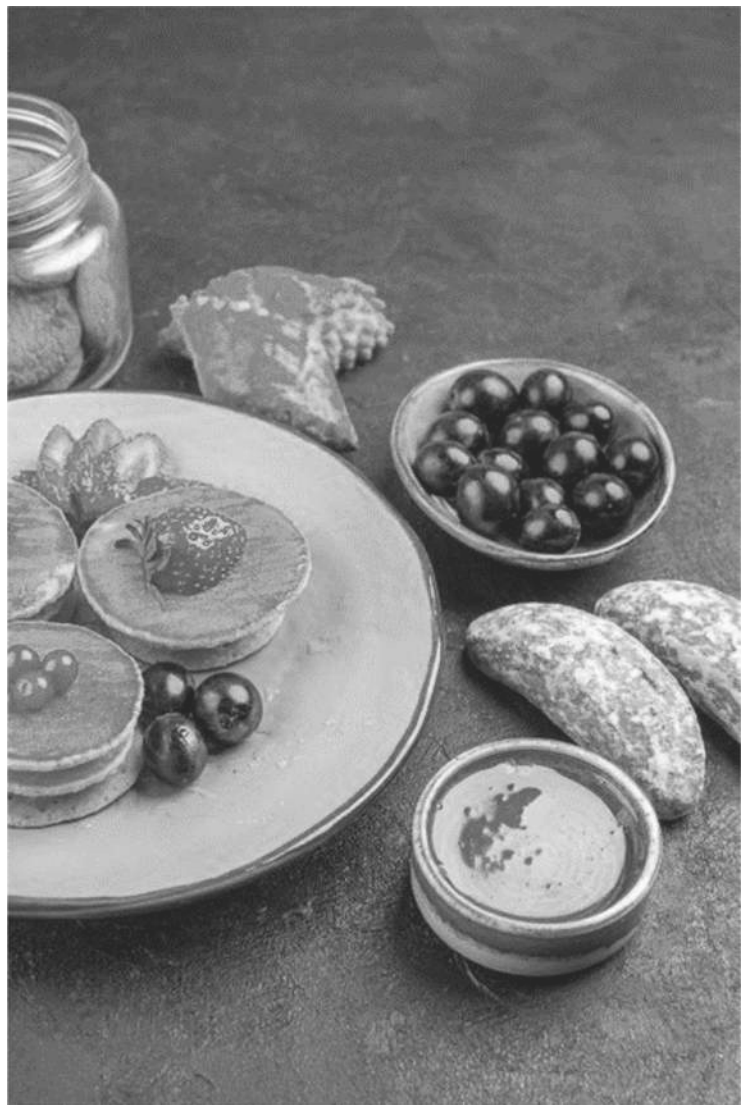
1. Las ventas por internet (54%).
2. Las ventas a través de plataformas de entregas a domicilio (36%).
3. Ventas a través de redes sociales (7%).



Porcentaje de empresas que han implementado estrategias para incrementar ventas y magnitud del incremento



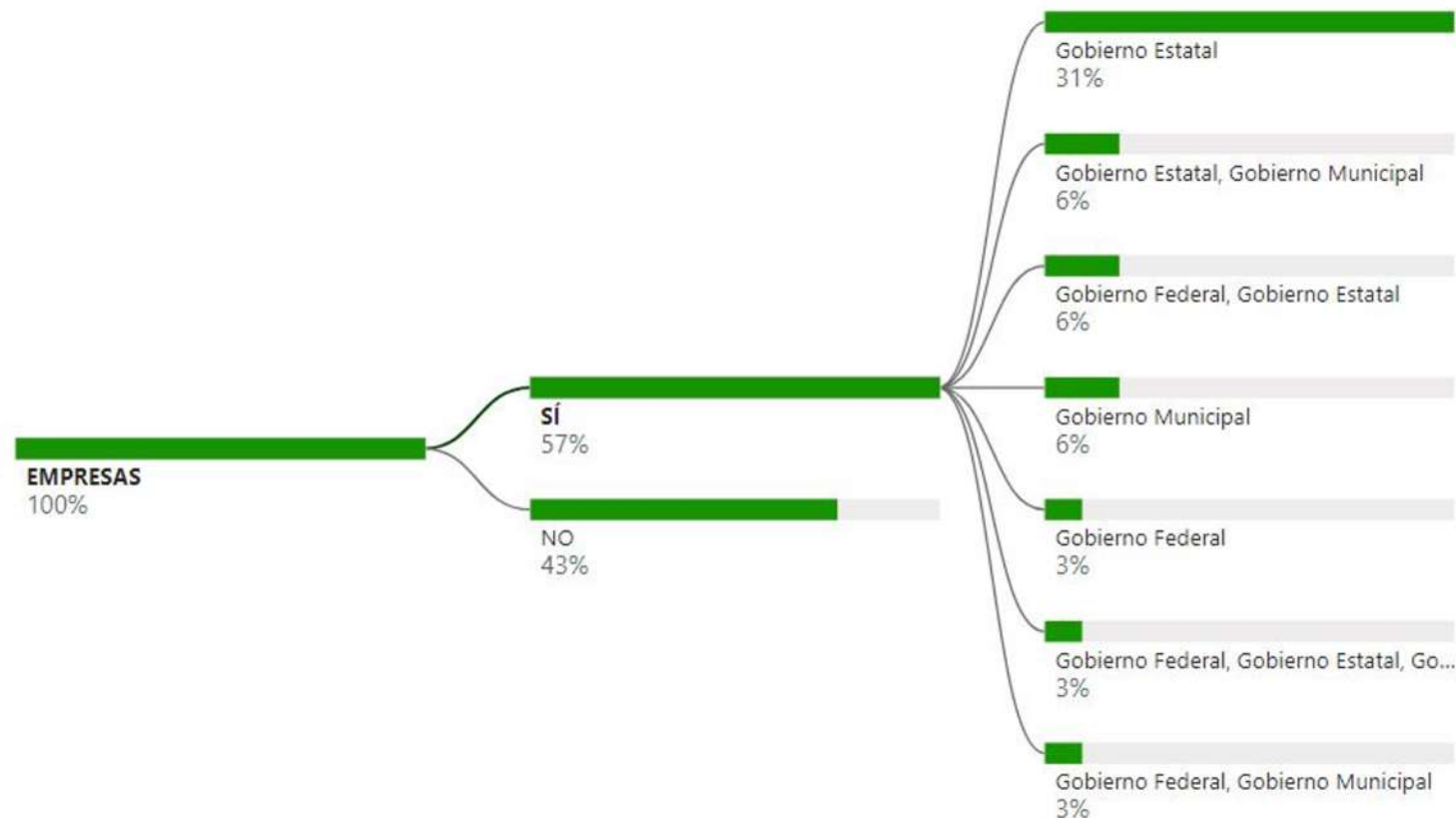
El 45% de las empresas encuestadas han implementado estrategias para incrementar ventas. De este grupo el 21% logró un aumento de las ventas entre 30% y 40% y el 24% de los negocios incrementó las ventas entre el 10% y 20%.



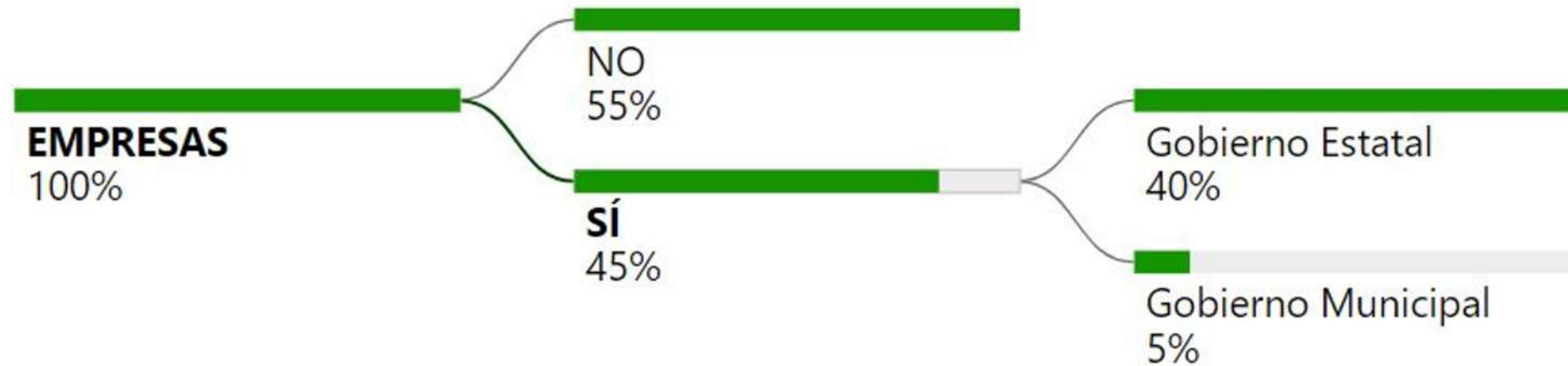
08. Apoyo recibido del gobierno

Empresas que han solicitado apoyo a alguna instancia gubernamental

De acuerdo a las respuestas de las empresas encuestadas, el 57% señaló haber solicitado apoyo a alguna instancia gubernamental. De este grupo de empresas destaca que el 43% lo han hecho sólo al Gobierno Estatal y municipal y el 3% lo ha hecho únicamente a instancias federales.



Empresas que han sido beneficiadas con el apoyo solicitado



De las empresas que solicitaron apoyo gubernamental el 45% fueron beneficiadas. De este grupo de empresas el 40% recibieron el apoyo por parte del Gobierno Estatal y el 5% por el Gobierno Municipal. Es decir, las empresas han sido mayormente beneficiadas por apoyos gubernamentales provenientes de recursos del Gobierno Estatal.

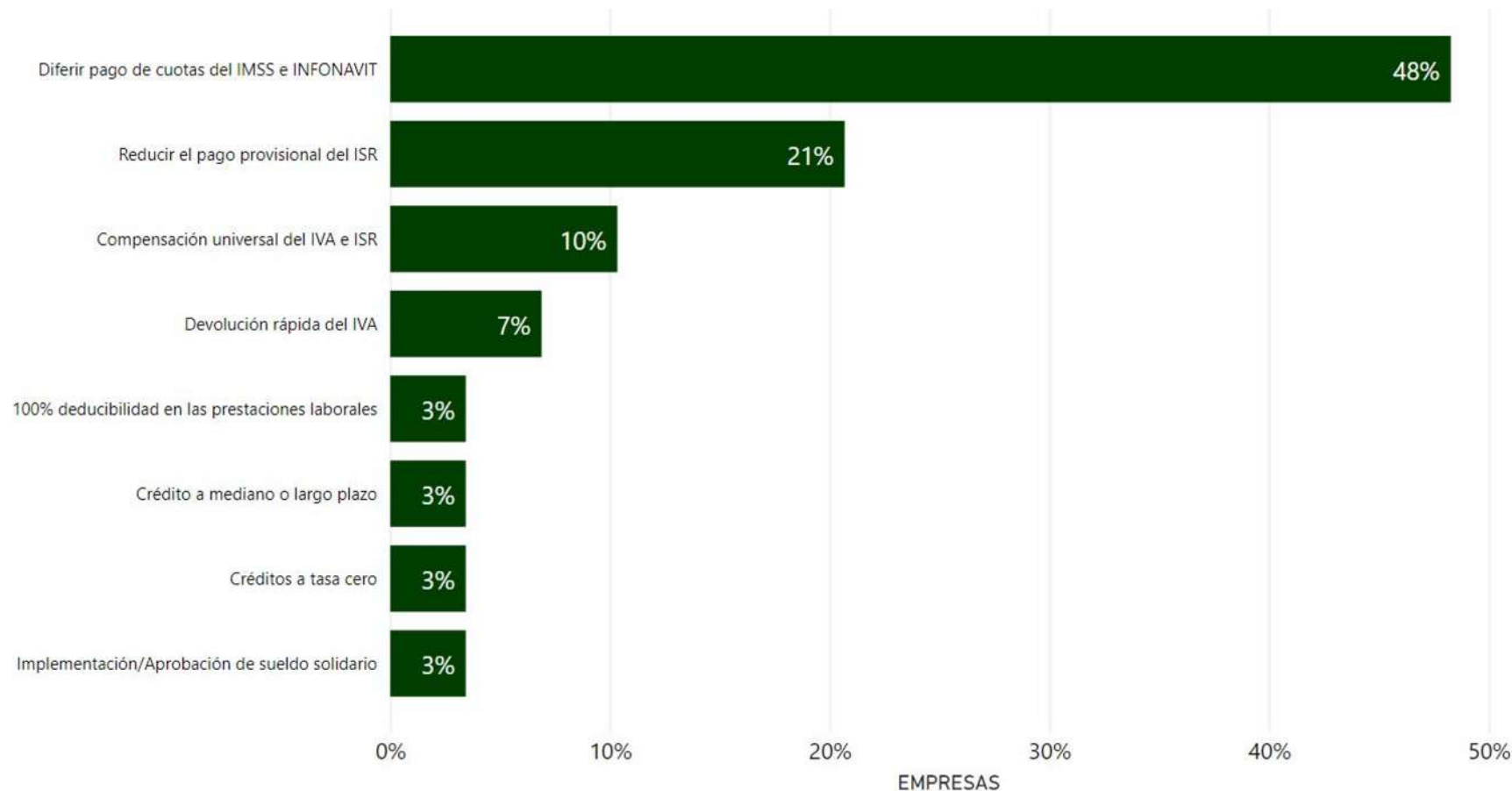


09. Percepciones sobre condiciones de orden fiscal necesarias para enfrentar y salir de la crisis

Principales medidas fiscales de apoyo sugeridas por los empresarios para seguir operando ante la crisis

Con respecto a las políticas fiscales de apoyo sugeridas para seguir operando ante la situación de emergencia, las empresas manifestaron su interés principalmente por las siguientes alternativas:

1. Diferir cuotas del IMSS e INFONAVIT.
2. Reducción del pago provisional del ISR.
3. Compensación universal del IVA e ISR
4. Devolución rápida de IVA
5. Deducibilidad al 100% en las prestaciones laborales, créditos a mediano y largo plazo, créditos a tasa cero e implementación del sueldo solidario.



Síntesis

La encuesta fue aplicada a empresas del sector restaurantero de diferente tamaño. El **71%** fueron micro establecimientos, el **26%** pequeñas y el **3%** grandes. En lo concerniente a la dimensión de cadena productiva, la variable relacionada con los tipos de proveedores permite identificar que el 66% de las empresas indicaron que sus insumos son únicamente de origen nacional, mientras que el 34% restante indicaron que sus insumos son suministrados por proveedores tanto de origen nacional como extranjero.

El 54% de las empresas reporta que ha sido afectada por la escasez de insumos en los últimos 6 meses. A su vez, un 46% reporta que su producción ha sido afectada por el retraso en entrega de insumos.

En cuanto a la posición que ocupan las empresas encuestadas en la cadena productiva del sector, se logró advertir que el 86% de las empresas indicaron que su producción/productos va destinado al consumidor final, mientras que el 14% de empresas indicaron que parte de sus productos son bienes intermedios.

El 94% de las empresa señaló que en los últimos 6 meses del 2020 había identificado incrementos en los costos de operación. Mientras que el 88% no han cambiado los precios del producto, a pesar de declarar incremento en los costos de operación, lo que al corto y mediano plazo puede representar una problemática en el margen de ganancia o bien incurrir en pérdidas.

Con base en la información obtenida, fue posible identificar que una importante proporción de las empresa cuentan 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.

Un indicador valioso que permite mostrar el efecto negativo de la pandemia sobre la economía, es la capacidad financiera con que cuentan las empresas para retener a sus empleados y hacer frente al pago de sus respectivos salarios. Al momento de realizar la encuesta, el 71% de las empresas se había visto en la necesidad de despedir empleados, en contraparte el 29% no lo había hecho.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, dentro de los principales planes o estrategias para la reestructura del negocio y recuperación de clientes se encuentran aumentar la publicidad, ampliar la variedad de productos, ofrecer promociones y rebajas, planes de desarrollar o mejorar sus páginas Web y mejorar la calidad de los productos y servicios.

Con respecto a las políticas fiscales de apoyo sugeridas para seguir operando ante la situación de emergencia, las empresas manifestaron su interés principalmente por diferir cuotas del IMSS e INFONAVIT, reducir el pago provisional del ISR, compensación universal del IVA e ISR, devolución rápida de IVA, deducibilidad al 100% en las prestaciones laborales, créditos a mediano y largo plazo y, por último, implementación del sueldo solidario.