

Estrategias de financiamiento de las Mipes mexicanas en crisis económicas.

Financing strategies of the Mexican Mipes in economic crises.

Alhelí Del Carmen López Basurto*

Unidad Profesional Interdisciplinaria de ingeniería y
Ciencias Sociales y Administrativas. Instituto Politécnico Nacional
Calle Te 950 Granjas México, Iztacalco 08400 Ciudad de México. México

Dania Ramírez Herrera

Unidad Profesional Interdisciplinaria de ingeniería y
Ciencias Sociales y Administrativas. Instituto Politécnico Nacional
Calle Te 950 Granjas México, Iztacalco 08400 Ciudad de México. México

Recibido 23, enero, 2023

Aceptado 05, junio, 2023

Resumen

Para que una micro o pequeña empresa logre mantenerse en el mercado es de suma importancia que cuente con bases administrativas firmes, ya que cada vez la competencia se hace más fuerte; aunado a esto, los obstáculos se acrecientan cuando se presentan crisis económicas como la que se suscitó derivada de la pandemia del Covid-19.

La finalidad del presente artículo de investigación es dar a conocer los problemas por los cuales pasaron las micro y pequeñas empresas restauranteras de la alcaldía Coyoacán durante el tiempo que duró la pandemia del Covid 19 y la crisis económica que trajo consigo; demostrar con qué tipo de apoyos económicos contaron y que estrategias utilizaron para lograr sobrevivir, para con base en ello identificar algunas alternativas con las que cuenten en caso de presentarse crisis económicas posteriores.

Palabras clave: Mipes / empresas / financiamiento / administración financiera (empresarial) / restaurantes/ crisis económicas / Covid-19.

Abstract

In order for a micro or small company to remain in the market, it is of the utmost importance that it has strong administrative bases, since competition is becoming stronger and stronger; in addition to this, the obstacles increase when economic crises such as the one that awoke after the Covid-19 pandemic arise.

The purpose of this research article is to publicize the problems that micro and small restaurant companies of the Coyoacán mayor's office had to go through during the duration of the Covid 19 pandemic and the subsequent economic crisis it; to demonstrate what type of economic support they had and what strategies they used to survive, to create a repertoire of alternatives that they have in case of subsequent economic crises.

OBJETIVO(S) DE INVESTIGACIÓN

Evaluar las estrategias financieras que les permitieron a las micro y pequeñas empresas enfrentar la crisis económica que dejó la pandemia del COVID-19 y analizar otras alternativas para proponer un repertorio financiero.

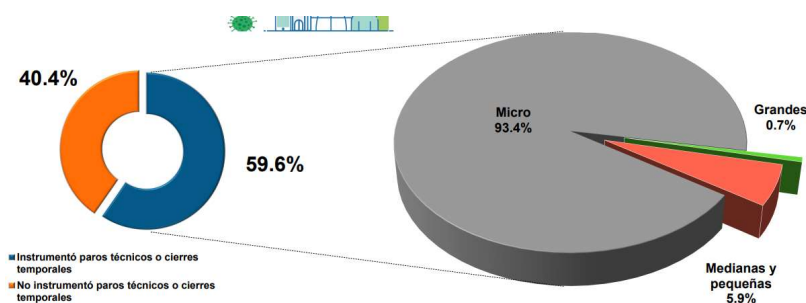
INVESTIGACIÓN OBJETIVOS SECUNDARIOS

- Analizar de qué manera realizan las Mipes restaurteras su administración financiera.
- Identificar cuáles fueron las afectaciones económicas que generó la crisis económica del Covid 19 en las Mipes restaurteras.
- Determinar cuáles son las herramientas financieras que han utilizado las Mipes para sobrevivir en el mercado durante los dos años de confinamiento (2020-2021).

INTRODUCCIÓN

El que una empresa no cuente con una administración financiera de acuerdo a sus necesidades, ni estrategias empresariales que la lleven a cumplir sus objetivos principales puede perjudicarla en gran medida, hasta el punto de llevarla a la suspensión provisional o definitiva de sus labores, puesto que no estaría preparada para las crisis económicas que pudieran presentarse, como la presentada en todo el mundo proveniente de la pandemia por el Covid 19. En México el 59.6% del total de las empresas mexicanas existieron paros técnicos y cierres provisionales; de las cuales, el 93.4% fueron micro y el 5.9% medianas y pequeñas. Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por Covid-19 en las empresas (ECOVID-IE 2020) (Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/ecovidie/>).

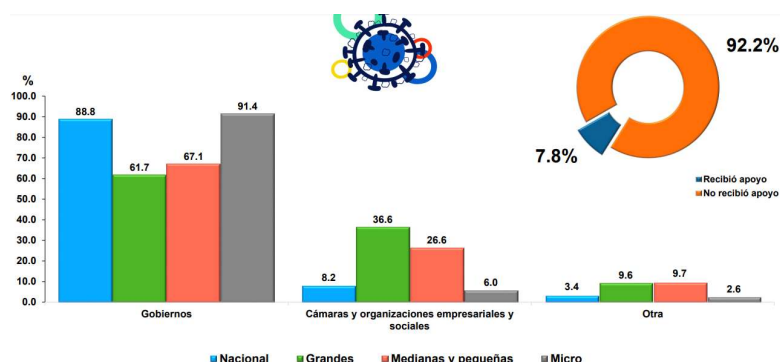
Figura 1. Empresas que instrumentaron paros técnicos o cierres temporales, por tamaño de empresa



Fuente ECOVID-IE 2020, INEGI.

Uno de los principales problemas a los que se enfrentaron las Mipes durante la pandemia del Covid 19 fue que el financiamiento para ese tipo de empresas fue muy limitado, hubo escasos apoyos económicos, y si existían, algunas Mipes no los utilizaban por ignorancia del tema, o bien, porque existía desconfianza; de acuerdo con la Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por Covid-19 en las empresas (ECOVID-IE 2020), del total de todas las empresas en México, el 92.2% no recibió apoyos económicos.

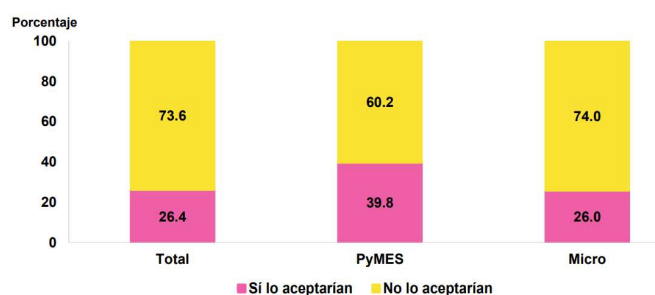
Figura 2. Apoyos recibidos en atención a la contingencia sanitaria, por tamaño de empresa



Fuente ECOVID-IE 2020, INEGI

Si se tuvieran los instrumentos necesarios para implementar un financiamiento adecuado de las Mipies, incluyendo el conocimiento que deben tener las mismas acerca de la manera más adecuada de cómo administrar el dinero con el que cuentan, las estrategias que pueden implementar en caso de presentarse una crisis económica en un futuro y los apoyos económicos que se les pueden otorgar, éstas empresas no tendrían la necesidad de cerrar, tendrían conocimiento de los apoyos que otorga el Estado, la Banca de desarrollo o la banca comercial. No obstante, según la Enaproce 2018 muestra que sólo el 39.8% de las PyMES y 26% de las micro empresas aceptarían un crédito por parte de los bancos; (Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. 2019. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enaproce/2018/doc/ENAPROCE2018Pres.pdf>).

Figura 3. Distribución del número de empresas según su decisión ante el ofrecimiento de un crédito bancario, 2018



Fuente Enaproce 2018, INEGI.

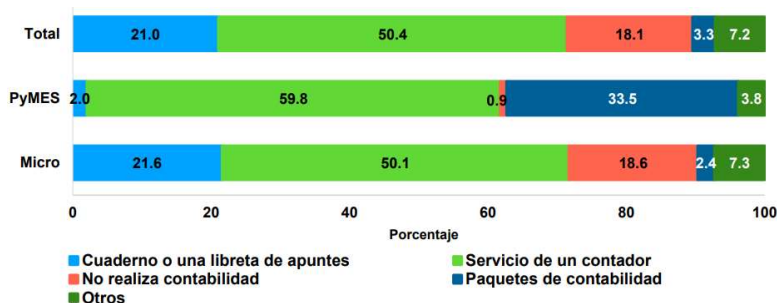
De acuerdo a la misma encuesta, la razón por la que las MiPyME no solicitan un crédito a los bancos es porque el 6% de las pequeñas y medianas empresas y el 15.1% de las micro empresas no les tienen confianza a los bancos, por otra parte, el 50.5% de las PyMES y el 58% de las micro consideran que dichos créditos son sumamente costosos, y que lejos de apoyarlas, les provocarían mayor endeudamiento y atrasos.

Asimismo, las micro y pequeñas empresas tienen complicaciones referente a la toma de decisiones ya que esta se realiza derivada de la propia experiencia o como respuesta rápida a situaciones del mercado, sin ponerse a analizar los objetivos de la empresa o de los resultados que se pretenden obtener, en gran medida debido a la falta de planeación estratégica, para esto se requiere que la empresa observe cuáles son las deficiencias con las que cuenta y cuáles son sus objetivos y metas y con base en ello trace un camino que le permita lograr lo que se propone financieramente (Stoner, Freeman y Gilbert, 2006).

“Debido a que los empresarios están concentrados principalmente en obtener recursos mediatos para poder realizar gastos operativos, es difícil que tenga la intencionalidad de desarrollar planes financieros cuando no se tiene conocimiento sobre cómo realizarlos, cuando los problemas cotidianos abrumen la capacidad de decisión de los empresarios y cuando se tienen problemas básicos para generar ingresos. Sin embargo, ello no debe implicar que no se deban tomar decisiones financieras en el corto plazo basándose en la planeación financiera como una herramienta útil”. (López, 2008).

(Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. 2019. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enaproce/2018/doc/ENAPROCE2018Pres.pdf>).

Figura 4. Distribución del número de empresas según la forma de registro de su contabilidad, 2018



Fuente Enaproce 2018, INEGI.

Según las investigaciones desarrolladas por Collin y Jarvis; los dueños de las Mipes sólo contratan los servicios de un contador para obedecer con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales (siempre que sean ineludibles) o si un tercero se los solicita; no obstante, no se apoyan de los mismos para tomar decisiones, crecer y volver a la micro o pequeña empresa competitiva.

Por otra parte, es necesario mencionar que las empresas tienen problemas en la ejecución y control financiero, como lo es el manejo inoportuno de créditos y cobranzas, ignorancia del estado financiero de la empresa, manejo inadecuado de los inventarios, gastos innecesarios, ausencia de controles administrativos, entre otros.

En ocasiones por la falta de administración financiera, las Mipes agotan sus recursos para seguir manteniéndose y recurren a solicitar créditos personales caros que por su falta de liquidez se les complica pagar, afectando más que beneficiarlas; algunas instituciones que brindan créditos se aprovechan de la ausencia de entendimiento de administración financiera por parte de los empresarios y abusan con el cobro excesivo de intereses, por su parte los empresarios lejos de utilizar dicho dinero en inversión, lo utilizan para solventar gastos fijos. (Flores, 2015).

El financiamiento de las micro y pequeñas empresas puede apoyarlas a mantenerse en el mercado o crecer, o de lo contrario a morir cuando se trata de un mal manejo del recurso. Si el dinero circulante no es suficiente para incrementar la producción, comprar inventarios y pagar gastos, generalmente su destino es el cierre definitivo o la banca rota.

Para obtener el dinero que necesitan para mantenerse en el mercado tienen distintas fuentes, principalmente la familia, sin embargo, en ocasiones es necesario que recurrir a créditos bancarios o algún otro que les permita tener recursos; no obstante, el saber manejar éste endeudamiento muchas veces es muy difícil para las Mipes.

De acuerdo a la Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas (Enafin) realizada en el año 2018, el 18.2% de las empresas no crecen debido a que no existen los suficientes financiamientos que puedan apoyarlas con capital financiero para que su empresa siga manteniéndose, el 16.7% considera que a pesar de que existen algunos financiamientos que pueden utilizar, éstos son sumamente costosos y por ende, prefieren no hacer uso de los mismos; y un 21.2% de ellas se ven afectadas porque no cuentan con apoyos gubernamentales.

Aunado a los datos anteriores, la Encuesta Nacional de Productividad y Competitividad de las micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Enaproce 2018) demuestra que sólo el 23.2% de las PyMES y 7.6% de las MiPyME tienen acceso al financiamiento.

Figura 5. Distribución de las empresas según factores que más afectaron su crecimiento, 2017



Fuente Enafin, 2018, INEGI.

Por tal motivo, es importante investigar de qué manera se les apoyó financieramente a las micro y pequeñas empresas en la crisis presentada por el Covid-19, así como aquellas estrategias que les sean de ayuda en el supuesto de que se presenten más crisis económicas en un futuro, para poder enfrentarlas y seguir subsistiendo y creciendo.

LITERATURA

LAS MIPES RESTAURANTERAS

La Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) menciona que la Industria Restaurantera son aquellos servicios que se encargan de preparar alimentos y bebidas para su consumo inmediato. No tiene ningún proceso de conservación o envasado del producto; de esta manera, el tiempo entre la preparación de los alimentos y bebidas y su consumo es sumamente corto, por lo que descarta la formación de inventarios.

A su vez, Duron García (2014) menciona que se le llama empresa restaurantera a aquella que se encarga de producir y vender alimentos y bebidas; para poder realizar esto necesita dominar habilidades técnicas, sociales y de comunicación; también debe continuar aprendiendo constantemente sobre administración para poder comprender la realidad comercial tal como es y entender los problemas a los que se enfrentará día con día.

Los Estados Unidos Mexicanos son reconocidos a universalmente por su gastronomía variada y rica en ingredientes y sabores, tanto que la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la declaró patrimonio cultural inmaterial de la humanidad (Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, 2012).

Según la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR), en la República Mexicana existen 555,122 restaurantes, mientras que en la Ciudad de México existen 53,643 establecimientos segmentados en:

1. Restaurantes de comida rápida
2. Restaurantes formales
3. Restaurantes casuales
4. Cafeterías

Y apoyada de la CANIRAC, la Asociación Mexicana de Restaurantes informó que en México la industria restaurantera es la segunda mayor industria que más permite que otras personas tengan empleos nivel nacional y la primera en autoempleo y, a su vez, la mayor parte de los comercios y restaurantes son integrados por micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Según Duron García (2014), es necesario que las empresas restauranteras cuenten con conocimientos administrativos; sin embargo, en México, la mayoría de los restaurantes no cuentan con los mismos y por ende tienen muchos problemas para consolidarse en el mercado y esto los lleva a tener que cerrar su negocio.

Es imperante importancia de enfocarse en las Mipés restauranteras mexicanas, ya que son uno de los principales comercios de cualquier zona turística como Coyoacán, y porque gracias a ellos se genera un importante número de empleos.

LA CRISIS Y SUS AFECTACIONES EN LAS MIPES

El hablar de una crisis económica abarca muchos aspectos sociales, culturales, políticos, económicos, etcétera; una crisis económica generalmente viene a provocar un desbalance en la sociedad en la que se presenta y los desbalances son mucho mayores cuando dichas crisis se presentan de manera global.

Según Karl Marx (1973), las crisis son “soluciones violentas momentáneas de las contradicciones existentes, erupciones violentas que restablecen por el momento el equilibrio perturbado”. Marx consideraba que las causas principales para que ocurriera una crisis son la sobreproducción y sobreacumulación.

La mayoría de las veces que ocurre una crisis económica, ya sea a nivel mundial o nacional, las empresas no están preparadas financieramente para hacer frente a la misma y por ende tienden a desestabilizarse. No obstante, las crisis económicas no afectan a todos por igual; en algunas ocasiones

incluso a algunos sectores tienden a apoyarlos a crecer, como es el caso de algunas grandes empresas que se ven favorecidas puesto que cuentan con mejores instrumentos que les permiten sobresalir, tales como una administración financiera con bases correctas y firmes o una buena gestión, y organización; por ende, al crecer ellas, las Mipes se ven en desventaja y tienden incluso a verse más afectadas puesto que no tienen las armas suficientes para competir con las grandes empresas.

De acuerdo con Beziade (1995), Levratto (2001), Levetty (2004) y Sanders y Gillespie (2005), cuando existe una crisis económica, la autofinanciación no es suficiente para poder mantener y expandir a las empresas, por ende necesitan recurrir al financiamiento externo, tales como los créditos bancarios, los cuales en épocas de crisis son sumamente costosos, ya que al tener tan alta demanda de los mismos, en muchas ocasiones, los bancos tienen faltantes y deben recurrir a una refinanciación del banco central.

A pesar de que las micro y pequeñas empresas son el motor de la economía nacional mexicana puesto que, de acuerdo a las estadísticas realizadas por el INEGI, en junio de 2020, representan el 99.0% del total nacional; y gracias a las remuneraciones de las mismas es que se puede obtener una gran parte de la base gravable, para ser exactos el 52.2% de los ingresos anuales totales; son el sector más vulnerable en muchas ocasiones cuando se presentan crisis económicas.

A nivel mundial, las micro y pequeñas empresas fueron las más afectadas durante la pandemia provocada por el Covid 19 puesto que la gran mayoría se vieron en la necesidad de reducir en gran medida el número de empleos y perder gran parte de la demanda de sus productos y servicios (KPMG, 2020). Al verse afectadas de tal manera estas empresas, las economías mundiales por ende también se vulneran en gran medida (World Bank Group, 2020).

En México, el 95% de las MiPyME restauranteras tuvieron que cerrar debido a la implementación por parte del Gobierno Federal de la cuarentena, la cual se vieron obligadas a cumplir; no obstante, a pesar de que el semáforo epidemiológico cambió de rojo a verde, demostrando con ello que los contagios del virus habían reducido, y la cuarentena se quitó, aun así varias de estas empresas cerraron permanentemente puesto que perdieron tantos activos financieros, que la empresa ya no pudo seguir manteniéndose (Mendoza, 2020).

Por otra parte, Manuel Gutiérrez García, menciona que cuando el país está atravesando por una crisis económica, lo primero que la gente suspende es el gasto en su entretenimiento; esto incluye las salidas a comer fuera de casa, muchas personas prefieren ahorrar ese dinero para utilizarlo en otros gastos que consideran más importantes. (Vázquez y Anaya, 2014).

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Para que una empresa pueda crecer, mantenerse en el mercado y ser exitosa, debe adaptarse a los cambios que se presentan continuamente y que existen en la sociedad (también llamado supra-sistema) que las rodea; a fin de lograrlo, se deben crear estrategias a través de las cuales puedan alcanzar sus objetivos.

Alfred Chandler Jr. (2000) menciona que una “estrategia es determinar los objetivos y las metas fundamentales a largo plazo, adoptar políticas correspondientes y asegurar los recursos necesarios para llegar a esas metas”.

A su vez George Morrissey (1996) explica que “suele utilizarse para describir cómo lograr algo”; por tal motivo se podría mencionar que son aquellos pasos a seguir para poder marcar cuáles son los objetivos y metas que se tienen y con base en ellos marcar los pasos obligatorios para la obtención de los mismos.

Una vez definiendo qué es una estrategia, se pueden presentar conceptos de estrategias empresariales; Fernández (2012) menciona que la estrategia empresarial es un plan de acción por medio del cual una empresa puede definir de manera anticipada cuales van a ser sus actividades y guiarlas; se va a apoyar de la utilización de sus recursos para así poder obtener sus objetivos y conseguir ventajas competitivas en tanto se relaciona con su entorno. Es importante destacar en esta definición la inclusión de las ventajas competitivas, las cuales se obtienen gracias a la utilización de las estrategias empresariales.

Completando el concepto de Fernández, Slusarczyk y Morales (2016) señalan que, gracias a las estrategias empresariales, las organizaciones pueden anticipar el comportamiento de sus competidores y de esta manera implantar varios escenarios si se presenta un cambio dentro o fuera de la organización.

Cuando se presenta una crisis económica, las empresas deben replantear sus estrategias empresariales, considerando las nuevas variables que se presentan con dicho cambio en la situación de la sociedad.

Según R. David (2013) un tipo de estrategia son las financieras, son aquellas determinaciones para poder administrar de una manera más eficiente los recursos de la empresa y son muy importantes puesto que gracias a ellas se pueden obtener los objetivos que la empresa busca. Éstas deben ser tomadas por la más alta autoridad dentro de la organización de la empresa y tanto los gerentes como los empleados deben ajustarse a ellas e su operación.

Anzola (2002), menciona que las estrategias que las pequeñas y medianas empresas deben tomar en cuenta son:

1. El contar con una independencia financiera, esto quiere decir, que cuenten con autosuficiencia financiera, que tengan la capacidad de obtener por si mismas sus ingresos.
2. Tener la capacidad de administrar sus ingresos de la manera que consideren más adecuada para así obtener los activos que su empresa necesita para seguir funcionando de manera eficiente.
3. Tener la capacidad de pago a terceros a corto plazo, esto es, contar con liquidez que les permita pagar los pasivos que se habían solicitado.

Las estrategias que son orientadas a obtener un financiamiento, son aquellas que permiten que se adquieran recursos económicos, también denominados activos con la finalidad de que la empresa pueda trabajarlos para conseguir los objetivos que persigue (Harvard Business Review, 2017, pág. 10). Gracias a estos recursos las empresas pueden operar y satisfacer las necesidades que tienen sus clientes, pero serán efectivos si se utilizan de la manera adecuada. R. David (2013)

Las estrategias financieras “Son decisiones financieras en planeación y control de alto nivel; de suma importancia para la vida de la empresa y determinantes para la consecución de recursos y objetivos a largo plazo.” (Perdomo, 2008, p. 35).

Según García y Paredes (2014), es de suma importancia que las pequeñas y medianas empresas tengan estrategias financieras con las cuales puedan lograr sus objetivos; sin embargo, para que esto sea posible es necesario que estas empresas cuenten con una buena administración de sus recursos, así como el manejo de sus finanzas y su contabilidad.

MÉTODOS Y MATERIALES

METODOLOGÍA

El presente artículo de investigación está fundamentado en el método científico; por tal motivo, se pretende generar y obtener conocimiento, es en todo momento racional, metódico, reflexivo, constante, ordenado, controlado y crítico (Gómez Bastar, 2012).

Tiene un enfoque cualitativo, ya que de acuerdo a Bonilla, E y Rodríguez (citado en Bernal, 2010,) su principal objetivo es cualificar y describir un fenómeno social basándose en rasgos determinantes, los cuales son percibidos por los elementos mismos que se encuentran dentro de la situación que se estudia. A la vez, como menciona Hernández, S (2014) el fenómeno es estudiado a profundidad, en un ambiente totalmente natural y se observan las problemáticas que existen en la sociedad y con base en ello desarrollar una teoría de acuerdo a los datos observados (teoría fundamentada de Esterberg, 2002).

Aunque se utilizan conteos en el análisis de datos, son para entender el significado de la información obtenida y comprender las reacciones de los participantes y no para verlos como simples datos; hay que reflexionar el fenómeno estudiado y la reacción de las Mipes, ya que eso, será la unión entre el investigador y los participantes Mertens (2005).

DISEÑO A UTILIZAR

Como se mencionó, tiene un enfoque cualitativo con elementos de diferentes diseños, tales como:

- De investigación-acción: Se utilizará este diseño ya que según Álvarez-Gayou (2003) busca resolver problemas cotidianos, así como mejorar ciertas prácticas llevadas a cabo cotidianamente. El tipo de visión que tendrá esta investigación será técnico-científica, ya que se realizarán varios ciclos de análisis sobre la problemática que les atañe a las Mipes restauranteras de la Alcaldía Coyoacán.
- Fenomenológico: ya que se según Mertens (2005), Bodgan y Biklen (2003), (Patton, 2002), Creswell (1982), Álvarez-Gayou (2003) se obtiene información de aquellos grupos o personas que ya hayan vivido o experimentado el fenómeno, tomando como fenómeno a la crisis económica suscitada por el Covid 19; por tal motivo solamente se les entrevista a aquellas micro y pequeñas empresas que ya hayan estado constituidas desde antes que iniciara la pandemia y que hayan sobrevivido a la misma.
- Teoría fundamentada: los elementos que se toman de éste diseño, después de haber analizado a Glaser y Strauss (1967) son el crear una teoría de un tema que no ha sido abordado en muchas ocasiones, ésta teoría será el qué alternativas pueden utilizar las micro y pequeñas empresas cuando se presente una crisis económica en un futuro; por otra parte, el método de comparación constante está presente tanto en la recolección como en el análisis de datos, ya que el investigador compara en múltiples ocasiones las respuestas que los entrevistados proporcionan, los datos que se recopilan

a través de la observación y luego los categoriza y compara buscando la saturación teórica; esto es, que no deja de observar ni de entrevistar a los participantes hasta que los datos que se obtengan sean los mismos que se hayan obtenido con anterioridad; cuando ya no es posible seguir formando nuevas categorías.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población que se estudia son las micro y pequeñas empresas, se toma una muestra de diez mipes restauranteras de la alcaldía Coyoacán, la cual corresponde a una muestra de “casos tipo”, ya que se busca obtener profundidad y claridad en la información que se obtenga; Por otro lado, de acuerdo a Creswell (2005), es también de “casos extremos” puesto que ésta se enfoca en evaluar y analizar situaciones o fenómenos especiales que no sean del todo “normales”, como es el caso de una crisis económica, fenómeno que no se espera que suceda con regularidad.

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

- Investigación documental: Realizada en un periodo de año y medio (del 2021 al 2022), utilizando fuentes impresas y electrónicas (Web o Science, Google Académico, Scopus, Redalyc, Scielo, EBSCO Host).
- Investigación de campo: Realizada en un periodo de nueve meses, utilizando entrevistas abiertas y observación moderada de los restaurantes de Coyoacán.

ANÁLISIS DE DATOS

Se realiza mediante triangulación de datos, buscando obtener saturación teórica. Creswell (1982)

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Fase 1, concebir la idea a investigar (pregunta); Fase 2, planteamiento del problema; Fase 3, inmersión inicial en el campo, estado del arte; Fase 4, concepción del diseño de estudio; Fase 5, definición de la muestra de estudio; Fase 6, recolección de datos; Fase 7, análisis de datos; Fase 8, interpretación de resultados; Fase 9, elaboración del reporte de resultados.

RESULTADOS

De acuerdo con la información obtenida en diferentes encuestas realizadas a gerentes y dueños de micro y pequeñas empresas restauranteras de la alcaldía Coyoacán, un 90% aproximadamente no recibió ningún tipo de apoyo económico y las principales razones fueron:

- Ignorancia del tema, ya que no se dio la difusión necesaria para que todos se informaran que existían financiamientos para restaurantes.
- Escasez en los apoyos económicos, puesto que a pesar de que muchos dueños y gerentes se informaron que podían acceder a diferentes financiamientos con tasas de interés bajas, cuando accedían a las plataformas o iban directamente a la Delegación a solicitarlos, ya se habían terminado.
- Desconfianza a los bancos y al Gobierno, ya que la gran mayoría considera que las tasas de interés que se cobran son muy elevadas y no podrían pagar su deuda.

Las empresas que lograron sobrevivir sin ayuda de un financiamiento, lo consiguieron por otro tipo de estrategias o ayudas de agentes externos, tales como:

- Plataformas de envío de comida a domicilio, ya que, aunque la venta no era la misma, al menos les permitía obtener el dinero suficiente para no cerrar porque no les alcanzara para pagar las rentas del local rentado.
- Apoyo de familiares o amigos, los cuales les prestaban dinero y en muchas ocasiones sin cobrarles intereses.
- Apoyo por parte del arrendador del local en donde tienen su restaurante, ya que, en algunos casos, lograron pactar el pago de medias rentas.
- Ahorros personales, algunos dueños tuvieron que hacer uso del dinero que guardaban para emergencias personales o familiares para así salvar a su empresa.
- Pago de medios sueldos a trabajadores.

Referencias

- Álvarez, G. (2003). Como hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología. Paidós Ecuador. Ecuador. Recuperado de <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/como-hacer-investigacion-cualitativa.pdf>
- Anzola (2002). Administración de pequeñas empresas. Mc Graw Hill. México.
- Baldwin, D (1997). The concept of Security, en Review of International Studies
- Bernal, C., (2010), Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Colombia: Prentice Hall.
- Beziade, M. (1995). La monnaie, 2.^a ed., Paris, Masson.
- Bogdan, R. C. y Biklen, S. K. (1982). Qualitative Research for Education: an introduction to theory and methods. London: Allyn and Bacon.
- Chandler, A. D. (2003). Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise. New York: Beard Books.
- Creswell, J. W., Plano Clark, V. L., Guttman, M. L. & Hanson, W. (2003). Advanced mixed methods research designs. In A. Tashakkori y C. Teddlie (Eds.), Handbook on mixed methods in the behavioral and social sciences. Thousand Oaks, SAGE, EE. UU.
- Creswell, J. W. (2005). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (2a. ed.). Upper Saddle River, Prentice Hall, EE.UU.
- Duron, García (2014). Análisis estratégico del mercado restaurantero. México. Trillas.
- Duron, García (2014). El Plan de negocios para la industria restaurantera. México. Trillas.
- Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas (Enafin). 2018. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enafin/2018/>
- Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. 2019. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enaproce/2018/doc/ENAPROCE2018Pres.pdf>
- Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por Covid-19 en las empresas (ECOVIED-IE 2020) Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/ecoviedie/>.
- Esterberg, K. (2002). Iodine deficiency and women's health: Colonialism's malign effect on health in Oromia region, in Ethiopia. Mc Graw Hill. New York, NY, EE. UU.
- Fernández, A. (2012). Conceptos de Estrategia Empresarial. Escuela de Organización Industrial. Recuperado de https://www.academia.edu/36661981/Conceptos_de_Estrategia_Empresarial_Enero_2012
- Fernández, Slusarczyk y Morales (2016). Análisis de las estrategias empresariales y de las TIC. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Ecuador. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5366172>
- Flores, N (2015). Estrategias financieras aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento de la pyme del sector comercio del municipio Santiago Mariño del estado Aragua. Recuperado de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2536/Maestr%C3%ADa%20Nancy%20Flores.pdf?sequence=1>

- García y Paredes (2014). Estrategias Financieras empresariales. Grupo editorial patria. México. Recuperado de <https://www.editorialpatria.com.mx/mobile/pdf/files/9786074382037.pdf>
- Glaser, B. y Strauss, A. (1967). El descubrimiento de la teoría fundamentada. Chicago: Prensa de Aldine.
- Gómez Bastar, 2012. Metodología de la investigación. Red Tercer Milenio. México.
- Harvard Business Review. (2017). Finanzas básicas. Guías HBR. Barcelona: Editorial Reverté.
- Hernández, S (2014). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill. México.
- Levetty, M. L. (2004). Growth, Banks and Indebtedness under Crisis Scenarios, Rivista napolitana di Economia
- Levratto, N. (2001). Les contraintes financières dans les stratégies des firmes, S. Arena et al., Traité d'économie industrielle, Université de Paris.
- López, A. (2008). Problemas financieros en la micro, pequeña y mediana empresa de la ciudad de Celaya. CONCYTEG.
- Marx, K (1973): Contribución a la crítica de la economía política, México.
- Mendoza, V. (2020). 95% de restaurantes ha cerrado por COVID-19; sector pierde 50,000 mdp. FORBES México. <https://www.forbes.com.mx/negocios-covid-19-restaurantesperdidas-canirac-hoteles/>
- Mertens, D. M., & McLaughlin, J. (2005). Research and evaluation methods in special education. Thousand Oaks. Corwin. E.E.U.U.
- Morrissey, G. (1996). Pensamiento Estratégico: construya los cimientos de su planeación. Prentice Hall, México.
- Palomo, Miguel A. (2005). Los procesos de gestión y las problemáticas de las PYMES. Recuperado de <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/1810.pdf>
- Patton, Q. M. (2002) Two decades of development in qualitative inquiry. Qualitative Social Work.
- Perdomo (2008). Elementos básicos de administración financiera. Cengage Learning. México
- R. David. (2013). Conceptos de administración estratégica. Pearson. México
- Sanders, A. y D. Gillespie. 2005. Crecimiento económico y autofinanciación en el País Vasco (1989-1994), Vitoria, Gorka y Gurpide.
- Stoner, Freeman y Gilbert, (2006). Administración. Pearson. México.
- Strauss, A. y Corbin, J. (1990). Basics of Qualitative Research. Newbury Park, California: Sage Publications Ltd.
- Vázquez y Anaya (2014). Sector restaurantero lucha por tu gusto y tu bolsillo. Revista Alto nivel. Recuperado de <https://www.altonivel.com.mx//44821-sector-restaurantero-lucha-por-tu-gusto-y-tu-bolsillo.html>