

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Contabilidad



Una Institución Adventista

**Análisis comparativo de las ventas en el sector restaurantes
por efectos de la pandemia Covid 19**

Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público

Autores:

Raúl Enrique Flores Gatica
Norma Vargas Yauli

Asesor:

Mg. Carlos Alberto Vásquez Villanueva

Lima, octubre de 2021

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

Carlos Alberto Vásquez Villanueva, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “**Análisis comparativo de las ventas en el sector restaurantes por efectos de la pandemia COVID-19**” constituye la memoria que presenta los Bachilleres Raúl Enrique Flores Gatica y Norma Vargas Yauli para obtener el título de Profesional de Contador Público, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 29 días del mes de octubre del año 2021



Carlos Alberto Vásquez Villanueva

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a 06 días del mes de octubre del año 2021 siendo las 15:00 horas., se reunieron virtualmente en la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del Jurado: Dr. Rubén Leonard Apaza Apaza, el secretario: Dr. Samuel Fernando Paredes Monzoy, y como miembro: Mg. Pedro Orlando Vega Espilco y el asesor Mg. Carlos Alberto Vásquez Villanueva, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de Tesis titulada: “Análisis comparativo de las ventas en el sector restaurantes por efecto de la pandemia COVID-19” de los Bachilleres:

1. Raul Enrique Flores Gatica
2. Norma Vargas Yauli

Conducente a la obtención del Título profesional de Contador Público,

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del Jurado a efectuar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes, los cuales fueron absueltos por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del Jurado. Posteriormente, el Jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Raul Enrique Flores Gatica

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	14	C	Aceptable	Bueno

Candidato (b): Norma Vargas Yauli

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	14	C	Aceptable	Bueno

Candidato (c):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del Jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final. Además, el Presidente del Jurado concluyó el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente



Secretario

Asesor

Miembro

Miembro

Candidato/a (a)

Candidato/a (b)

Análisis Comparativo de las Ventas en el Sector Restaurantes por Efecto de la Pandemia COVID-19

Comparative Analysis of Sales in the Restaurant Sector due to the Effect of the COVID-19 Pandemic

Autores:

Vargas Yauli Norma

Flores Gatica, Raúl Enrique

Co-autor

Salomón Axel Vásquez Campos

Asesor

Carlos Alberto Vásquez Villanueva

Resumen

La pandemia por el covid-19, ha significado para la mayoría de los sectores empresariales un problema de estabilidad operativa, sobre todo en el ámbito gastronómico, ya que la reactivación de sus negocios implicaba la adopción impuesta por el estado, de protocolos de seguridad y limitaciones en la precepción de sus comensales; en ese sentido, el presente estudio busca analizar las ventas y utilidades percibidas en un empresa del sector; para ello se utilizó una metodología descriptiva comparativa, por medio de una muestra no probabilística de 24 registros mensuales de ventas. Los resultados señalan que existen diferencias notorias entre los periodos pre-pandémico y pandémico, en los que se evidencia un descenso promedio del 62.29% de las ventas y un 73.16% de las utilidades; además se observó la maniobra de resistencia del margen de utilidad en un 0.05 para poder mantener la operatividad de la empresa.

Palabras clave: Ventas, utilidad, margen de utilidad.

Abstract

The covid-19 pandemic has meant for most business sectors a problem of operational stability, especially in the gastronomic field, since the reactivation of their businesses implied the adoption imposed by the state, of security protocols and limitations in the perception of their diners; In this sense, this study seeks to analyze the sales and profits received in a company in the sector; For this, a comparative descriptive methodology was used, through a non-probabilistic sample of 24 monthly sales records. The results indicate that there are notorious differences between the pre-pandemic and pandemic periods, in which an average decrease of 62.29% of sales and 73.16% of profits is evidenced; In addition, the resistance maneuver of the profit margin was observed at 0.05 in order to maintain the operation of the company.

Keywords: Sales, profit, profit margin.

Introducción

La gastronomía peruana es uno de los sectores comerciales con mayor difusión y crecimiento en el mercado nacional; sin embargo, el estado de emergencia sanitario por la COVID – 19, puso a prueba la resistencia de la operatividad de las empresas inmersas en este giro de negocio (Ocampo, 2020).

Tras la cuarentena impuesta por el gobierno, los restaurantes tuvieron que enfrentar no solo el proceso de reactivación económica con problemas de liquidez y deudas financieras a proveedores, sino que también se le sumaron costos que condicionaban su funcionamiento, como los protocolos de bioseguridad y la disminución en el aforo de sus comensales.

En el proceso de reactivación comercial, los rubros Pollerías, chifas y cebicherías fueron los que obtuvieron una mayor demanda dentro del sector, pudiendo dar apertura al servicio de salón con el permiso otorgado en julio del 2020, por medio del Decreto Supremo N° 117-2020-PCM, condicionado claro bajo el cumplimiento de un protocolo sanitario establecido por el MINSA.

La cámara de Comercio de Lima (CCL) asegura que el sector gastronómico abarca a más de 200 mil restaurantes que generan más de 1 millón de empleos en el país, refiriéndose sólo a los que se encuentran en estado formal (Ministerio de Economía y finanzas, 2020); agrega que las pérdidas de estos establecimientos en la cuarentena obligatoria han sido cuantiosas, por lo que las postergaciones de sus obligaciones para con los proveedores y bancos, eran inminentes; sobre esto, Anderson et al. (2016) y Hernández et al. (2005) señalan que cuando una empresa no puede cumplir con sus compromisos a corto plazo, su operatividad corre riesgo y se deben tomar medidas para financiarla.

Teniendo en cuenta lo anterior, Gutiérrez y Cruz (2020) resaltan que la iniciativa del gobierno para apalear el impacto de la cadena de pagos, por medio del programa Reactiva Perú, no resultó funcionar en los negocios no formales, develando con esto la problemática de la economía informal en el país.

Por otro lado, las condiciones de apertura de los locales implicaron costos que sobrepasaban la disponibilidad económica de la mayoría de los restaurantes, esto fue un escenario previsible ya que la inoperatividad produce falta de liquidez en las pequeñas y medianas empresas (Puerta et al.,2018 y Jordan, 2015); sobre este punto, cabe señalar que la liquidez es un indicador

crucial a la hora de analizar la situación económica de una empresa y es una garantía de regular funcionamiento por lo menos a corto plazo (INEI, 2018).

Las empresas durante la reactivación, también tuvieron que enfrentar la problemática de la disponibilidad y el alto precio de los equipos de protección personal requeridos por el protocolo y el “Plan para la vigilancia, prevención y control del COVID-19 en el trabajo”; la gran pregunta que surge es si las empresas del sector podrán asumir los retos de la reactivación y si fuera ese el caso ¿Por cuánto tiempo o hasta cuándo se podrá estabilizar su situación económica?

Planteamiento del problema

Frente a este escenario, se hace necesario exponer resultados concluyentes sobre el fenómeno del impacto de la pandemia en el sector gastronómico; ya que la realidad problemática supera la observación, debido a la evidencia de los cierres de varios establecimientos; por lo que el presente estudio, busca demostrar por medio de mediciones comparativas, las diferencias de las ventas y utilidades de los periodos prepandémico y pandémico en una empresa del rubro pollería.

Metodología

La investigación obedece a la categoría defendida por Hernández et al. (2014), la cual señala que se trata de un estudio de enfoque cuantitativo de nivel descriptivo; por su parte Charaja (2011) subcladifica la investigación al tipo comparativo, debido a que se trata de analizar el fenómeno por medio de comparaciones dentro de un periodo establecido.

En cuanto a la técnica utilizada, se empleó el análisis documental y la ficha de análisis como instrumento de recolección de datos (Dulzaides y Molina, 2004); la población estuvo compuesta por el total de registros de ventas y balances contables de la Pollería Restaurant Destiny EIRL, tomándose como muestra no probabilística por conveniencia a aquellos registros que competen al periodo de marzo del 2019 a marzo del 2021.

Un criterio de exclusión fueron los meses que no se establecen dentro del año antes y después de iniciado el decreto de emergencia sanitario por el Covid-

19 (16 de marzo del 2020) y que establecía la cuarentena a nivel nacional, junto al cese de las actividades comerciales en el sector restaurantes. Los datos recopilados establecieron una data estadística (SPSS V27), a la que se sometió a un análisis del supuesto de homogeneidad, prueba de diferencia de medias (T de Student), así como gráficos comparativas y de variabilidad.

Resultados

La tabla 1 muestra el promedio del importe de las ventas y de la utilidad durante el año anterior al inicio de la pandemia y posterior a la misma; en ella se visualiza que la media del periodo prepandémico fue de S/. 43,585.67 soles, lo cual resulta superior a los S/. 16,438.25 soles del periodo pandémico; esto resulta un descenso del promedio de las ventas de un 62.29%.

Tomando el postulado teórico de que las demás variables Utilidad y Margen de utilidad deberían ser directamente proporcional a las ventas, se debe señalar que estas variaron debido a la necesidad de implementación de los protocolos de bioseguridad que exigía el MINSA para reapertura; el descenso de las medias porcentuales fue de un 73.16%, lo que evidencia el impacto negativo de la pandemia, tras la reactivación comercial de los restaurantes.

Tabla 1

Promedio de las ventas, utilidad y Margen de la utilidad

Periodo analizado	Importe total		Margen de las
	de las ventas	Utilidad	utilidades
2019 - 2020	43,585.67	5,730.33	0,131
2020 - 2021	16,438.25	1,538.08	0,078

El gráfico 1, expone la diferencia de los dos periodos por medio del comportamiento fluctuante de los importes de ventas a través de los meses de cada año analizado, es así que se observa que el periodo prepandémico tiene el importe mas alto en el mes de septiembre con S/. 53,173.00 soles, lo cual resulta una evidente diferencia de los S/. 28,143.00 soles presentados en el mes de octubre del periodo pandémico; aunque el comportamiento pareciera ser homogéneo en la estación de los periodos, los intervalos de los importes en el que fluctúan los ingresos es notoriamente distante.



Gráfico 1. Comportamiento del Importe total de las ventas

Esta diferencia de la variabilidad, se observa en el gráfico 2; aquí los periodos se encuentran notoriamente distantes y lejos de una homogeneidad en cuanto a los intervalos de los importes; los datos extremos que se observan en el periodo 2020 – 2021, representa los meses de cuarentena absoluta y en el que se cesaron las actividades comerciales; se observa también, que la variabilidad en el periodo prepandémico es mayor en el 50% superior de las ventas, reduciéndose al 25% superior en el periodo pandémico.

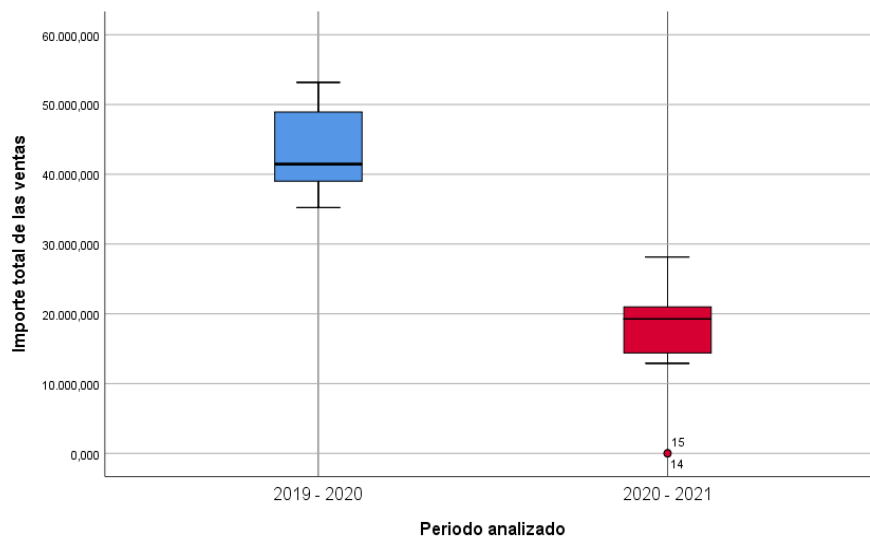


Gráfico 2. Variabilidad de las ventas por periodo

El comportamiento de la utilidad es similar al del total de las ventas; no obstante, en la gráfica 3 se resalta que el importe de la utilidad más alta fue en el periodo pandémico con S/. 3,245.00 soles, pero esta cifra no resulta siquiera ser el importe percibido más bajo en el periodo pre-pandémico.

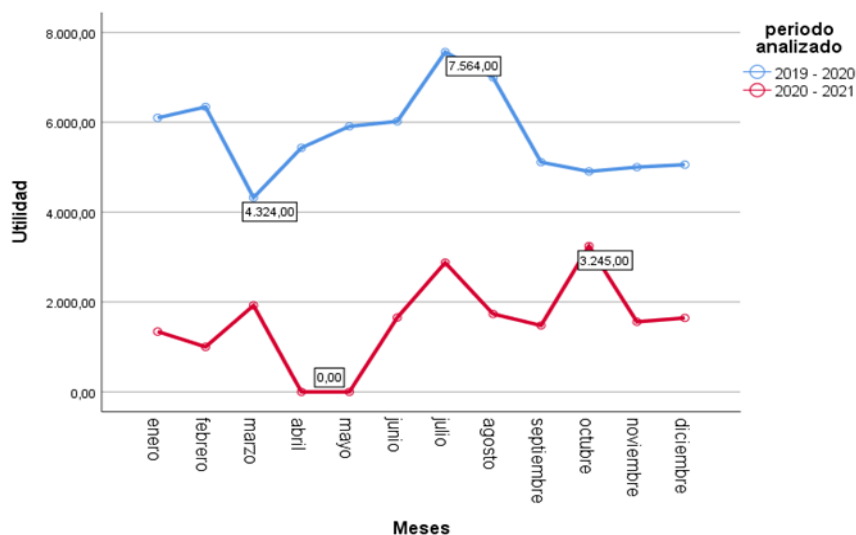


Gráfico 3. Comportamiento de la utilidad por periodo

En el gráfico 4, se observa la variabilidad de la utilidad en los dos periodos, aquí los valores extremos observados a la baja, corresponde al periodo pandémico y los valores extremos superiores se entienden como entendidos bajo la referencia de un mínimo de ingreso de S/. 0.00 soles durante el cierre comercial en los dos meses de cuarentena obligatoria para los establecimientos de comida.

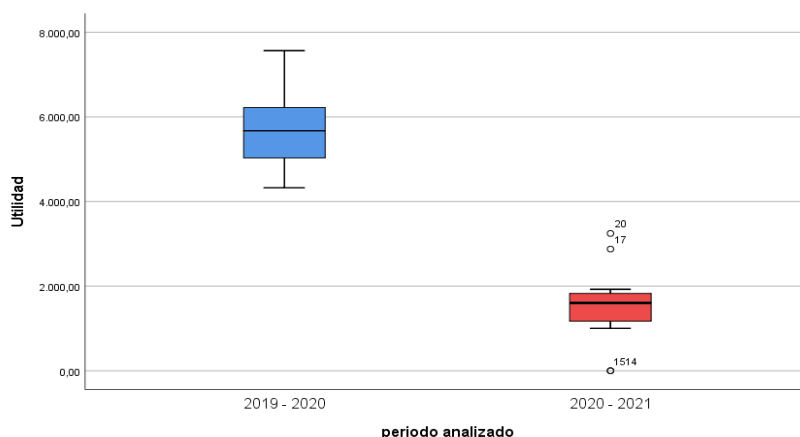


Gráfico 4. Variabilidad de la utilidad por periodo

En la gráfica 5 y 6, se evidencia notoriamente que los márgenes de utilidad fueron afectados por efecto de la pandemia; sin embargo, la diferencia fluctuante en los meses de julio a diciembre en los dos años, parece corresponder a resistencia menores; esto se entiende a que los márgenes de ganancia se tuvieron que adaptar para cubrir requerimientos de protocolos de bioseguridad, repartos, personal de delibery, entre otros.

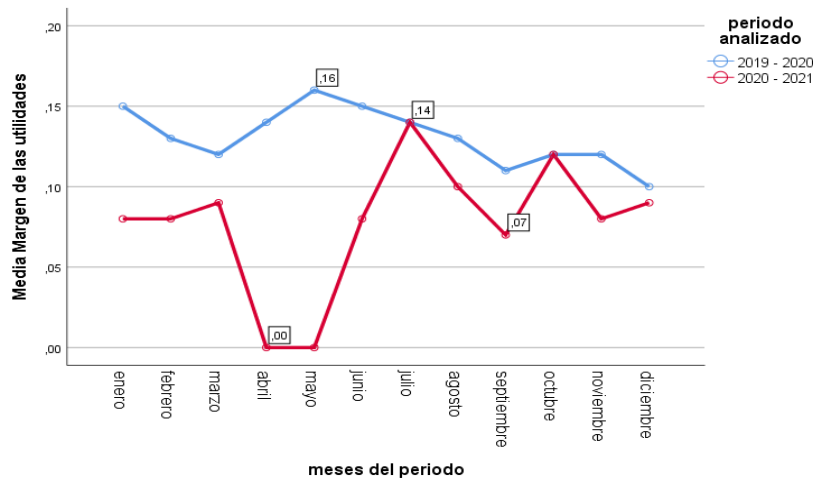


Gráfico 5. Comportamiento del margen de utilidad por periodo

En cuanto a la variabilidad, es notoria la diferencia por la ausencia de los valores extremos en el periodo pandémico y además la variabilidad del margen se encuentra en el 25% superior de las ventas; no obstante, el 75% restante de las ventas se encuentran por debajo del índice de 0.10, lo que refiere una caída de un poco más de 0.05 puntos.

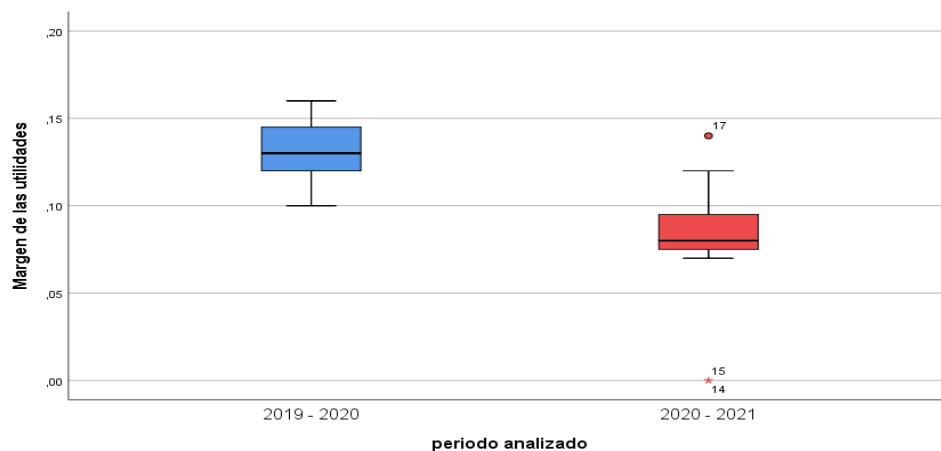


Gráfico 6. Variabilidad del margen de utilidad por periodo

Finalmente, el resultado de la prueba de comparación de medias expuesto en la tabla 2, muestra que existe una diferencia significativa (<0.05) de las ventas, utilidades y margen de utilidad entre los periodos analizados;

Tabla 2

Comparación de medias entre los periodos

Variables analizadas	Valor sig
Importes de Ventas	0.000
Importe de Utilidades	0.000
Margen de utilidades	0.000

Sin lugar a duda, ante la evidente caída de las ventas de un periodo a otro, la percepción de utilidades se vieron afectada, por lo que los márgenes han tenido que ser manejados estratégicamente para cubrir las nuevas necesidades operativas de la empresa (Herrera y Bentancourt, 2016); lo que lleva a sostener que, de mantenerse las mismas estrategias, la entidad puede encontrar estabilidad en los próximos meses; no obstante, se requieren de estudios proyectivos para su comprobación.

Como caso similar según MONTOYA et al. (2020), en su tesis refiere que el restaurante By Promar, ubicado en Bogotá-Colombia, también fue afectado económicamente a causa de la pandemia COVID 19, teniendo una baja en sus ventas durante la pandemia, según el cuadro siguiente:

PERIODO	VENTAS TOTALES	COSTO DE PRODUCCIÓN	COSTOS OPERACIONALES
2.017	\$ 388.037.885	35% Aprx	\$ 243.000.000
2.018	\$ 495.960.979	33% Aprx	\$ 265.500.000
2.019	\$ 583.081.942	31% Aprx	\$ 300.000.000
ENE- JUN2020	\$ 157.991.228	29% Aprx	\$ 106.000.000

Fuente: Elaboración propia.

Para Guale Cruz & Suarez Mena (2021), llegan a la conclusión que esta pandemia también afecto en sus utilidades a la empresa hotelera, en este caso al Hotel Estrella Marina, ubicado en la costa de Ecuador, donde que su utilidad en el año 2019 fue de 43.73% y durante el año 2020 que se dio la pandemia

COVID-19 su utilidad disminuyó hasta un 0.09%, tal como indican en este cuadro:

INGRESOS	2019	2020
Habitaciones	\$ 5.997.275	\$ 673.276
Alimentos y bebidas	\$ 6.561.020	\$ 299.735
Utilidad Bruta	\$ 12.558.295	\$ 973.011
Costos y gastos		
Costos de ventas	\$ 2.236.779	\$ 5.534.402
(-) Gastos de ventas	\$ 276.064,00	\$ 531.707,00
(-) gastos de administración	\$ 3.731.561,00	\$ 4.428.727,00
	\$ 6.244.404,00	\$ 10.494.836,00
Utilidad operacional	\$ 6.313.891	-\$ 9.521.825
Otros ingresos	\$ 722.547	\$ 89.112
Ingresos por arriendos	\$ 576.660	\$ 91.360
(-)gastos financieros	\$ 431.513	\$ 490.152
Utilidad antes de imp.	\$ 7.181.585	-\$ 9.831.505
Imp 25%	\$ 1.795.396	-\$ 2.457.876
Utilidad neta del ejercicio	\$ 5.386.189	-\$ 7.373.629

Para Salazar-Yacelga & Garrido-Patrel (2021) en su investigación concluyeron que, los restaurantes de la ciudad de Quito-Ecuador, cerca del 10% tuvieron que cerrar sus puertas durante el mes de Mayo2020 y que durante el mes de Junio2020 cerraron el 20% con la finalidad de prevenir el contagio y evitar la propagación del virus SARV COV-2, la misma que causa el COVID 19; otros restaurantes tuvieron que dar un giro a sus negocios, en donde agregaron a sus ventas víveres y artículos de primera necesidad, debido a la escases de estos productos; asimismo los autores de esta investigación hacen referencia a un artículo de la cámara de comercio de Quito del 2020, donde que refiere que el 70% de las empresas dedicadas al turismo y venta de comidas no generaron ingresos complicando de esa manera la estabilidad laboral de sus empleados.

Conclusiones

Las empresas del sector restaurantes se vieron afectadas en su operatividad por efecto de la pandemia COVID -19; sin duda, las nuevas exigencias de los protocolos de bioseguridad representaron gastos operativos que afectaron las utilidades de estas empresas, por lo que tuvieron que maniobrar el margen de utilidad, para que de ese modo se pueda garantizar su regular funcionamiento.

La empresa investigada, experimentó un descenso de sus ventas en un 62.29% y un 73.16% de sus utilidades, así mismo se tuvo que resistir el margen de utilidad hasta en un 0.05 puntos, por lo que según la tendencia puede encontrar estabilidad en los siguientes meses posteriores al presente estudio.

Recomendaciones

Aceptar incluir dentro de su plan de financiamiento el REACTIVA PERU, para así obtener liquidez y pagarlo con las facilidades que brinda este programa, ya que ayuda a la reincorporación o reactivación de sus actividades.

Frente al escenario de la reactivación comercial, se recomienda priorizar los compromisos financieros de la empresa como es el caso de los créditos otorgados por entidades bancarias; con una reprogramación de deuda o refinanciamiento de la misma, se podrá alivianar la carga de las obligaciones, de mismo modo se recuerda que muchas de estas entidades vienen brindando alternativas de solución ante el incumplimiento de pagos por la paralización comercial.

Buscar la inyección de capital, por medio de la incorporación de un socio comercial; esto evita la búsqueda de financiamiento a bancos y/o cajas de créditos, reduciendo la presión de deuda y respondiendo de acuerdo al rendimiento de la empresa.

Rediversificar los productos que se ofrecen al público como podría ser la incorporación de postres, bebidas, entradas, etcétera; esto da una mayor posibilidad de ingresos ya que se extiende alcanzar a un mayor sector del mercado.

Establecer el estímulo del consumo fuera del salón y/o delibery, por medio de promociones o puntos reembolsables por el consumo; con esto se aliviana el tránsito de consumo en el local, reducido en aforo, y no se pierden posibilidades de consumo.

Cumplir a cabalidad con todas las exigencias establecidas por el MINSA, con relación a los protocolos de bioseguridad y normativa sanitaria, para evitar cierres innecesarios y por consecuencia a pérdidas económicas para la empresa.

Bibliografía

Anderson, J., Janampa, G., Percy, J., & Reyes, T. (2016). Liquidez y rentabilidad . Una revisión conceptual y sus dimensiones *Revista Valor Contable*, Vol. 3, Núm. 1, pp 9-32. ISSN 2413-5860 (digital).

Charaja, F. (2011). El MAPIC en la Metodología de la Investigación. 2a ed. Editorial: Puno : s. e. http://biblioteca.unap.edu.pe/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=89794

Dulzaides, M. y Molina, A. (2004). *Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso*. ACIMED 12 (2).p 78. <http://eprints.rclis.org/5013/1/analisis.pdf>. Pág. 98

Gutierrez, R., & Cruz, J. (2020). Programa Reactiva Perú, implicancias legales. *Deloitte Legal Perú*.

Guale Cruz, E. A., & Suarez Mena, K. E. (2021). Periodo De Emergencia Sanitaria Codiv 19 Y La Rentabilidad En El Sector Turismo. *Repositorio UPSE*, 4(1), 6.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación. Metodología de la investigación*. <https://doi.org/>- ISBN 978-92-75-32913-9

Hernandez, T., Téllez, L., & Munilla, F. (2005). La Liquidez Empresarial y su Relación con el Sistema Financiero. *Ciencias Holguin: Centro de Información Y Gestión Tecnológica Cuba.*, 11(1027–2127), 1–10. Retrieved

from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181521554006>

Herrera, A., & Bentancourt, V. (2016). Razones financieras de liquidez en la gestión empresarial para toma de decisiones. *Quipuramayoc*, 24(46), 151–160. Retrieved from issn: 1609-8196 (versión electrónica)%0ARAZONES

INEI. (2018). Capítulo N° 7: Indicadores de liquidez. In *Indicadores Económicos Financieros Empresariales* (Primera ed, p. 172).

Jordan, C. (2015). *Análisis e interpretación financiero, liquidez y rentabilidad como herramienta para la evaluación de la gestión empresarial*. Universidad Técnica de Machala.

Ministerio de Economía y finanzas (2020). Portal de gobernabilidad: <https://www.mef.gob.pe/planeconomicocovid19/>

Montoya, A. L. M., Acosta, E. S. R., Lambis, A. C. R., & Redondo, D. A. V. (2020). Estrategias De Reactivación Económica Para El Restaurante By Promar En La Nueva Normalidad. *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*, 21(1), 1–9.

Ocampo, R. (2020). *El impacto económico del COVID-19 y el panorama social hacia el 2030 en la región*. ONU: Segundo seminario virtual de la Serie “Covid-19, las Metas de Salud de los ODS y las Equidad”. <https://www.paho.org/ish/images/docs/presentacion-dr-Rolando-Ocampo.pdf?ua=1>

Puerta, F., Vergara, J., & Huertas, N. (2018). Análisis financiero: enfoques en su evolución. *Criterio Libre*, 16(28), 85–104.

Salazar-Yacelga, J. C., & Garrido-Patrel, A. M. (2021). Efectos del Covid 19 en el turismo gastronomico del Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, 7(4), 1071–1088. <https://doi.org/dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4.2151>