SITUACIÓN DEL SECTOR DE PANIFICACIÓN EN 2019



ESTUDIO EXPLORATORIO

SERIE DE ESTUDIOS DE GÉNERO No. 2
NOVIEMBRE 2019

FUNIDES
FUNDACIÓN NICARAGÜENSE PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

Este informe se encuentra disponible en versión PDF en la dirección: *www.funides.com*

funides.com
info@funides.com
facebook.com/funidesnicaragua
youtube.com/funides
twitter.com/funides
blog.funides.com

La información publicada puede compartirse siempre y cuando se atribuya debidamente su autoría, sea sin fines de lucro y sin obras derivadas. Se prohíbe cualquier forma de reproducción total o parcial, sea cual fuere el medio, sin el consentimiento expreso y por escrito de FUNIDES.

Las opiniones expresadas en la presente publicación son responsabilidad exclusiva de FUNIDES y no reflejan necesariamente las de ninguno de sus donantes.

FUNIDES cuenta con una certificación de implementación de mejores prácticas internacionales como ONG:

VERIFIED
NGO Benchmarking
A voluntary system measuring Accountability to Stakeholders and Compliance with Best Practices
www.sgs.com/ngo

FUNIDES fue reconocido entre el Top 5% (#49 de 1,023) de los centros de pensamientos más influyentes en Centro y Sur América, según el "Global Go To Think Tank Index" del Instituto Lauder, de la Universidad de Pennsylvania, Estados Unidos.

TOP 50 THINK TANKS IN CENTRAL AND SOUTH AMERICA
The Lauder Institute

Tabla de contenido

Siglas y acrónimos 7

Resumen Ejecutivo 8

Introducción 11

Metodología 12

Marco Legal 15

Descripción de la situación del sector de panificación 17

4.1 Características de los encuestados y del negocio 17

4.2 Tamaño de los negocios y situación del empleo 18

4.3 Ventas 19

4.4 Acceso a financiamiento 21

4.5 Estrategias de resiliencia 22

4.6 Impuestos y reformas 23

4.7 Uso de exoneraciones 24

Conclusiones y recomendaciones 26

Referencias bibliográficas 28

Siglas y acrónimos

BCN	**Banco Central de Nicaragua.**
CADIN	**Cámara de Industrias de Nicaragua.**
CENAMI	**Centro de Negocios y Asistencia a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.**
COSEP	**Consejo Superior de la Empresa Privada.**
DGI	**Dirección General de Ingresos.**
FMI	**Fondo Monetario Internacional.**
FUNIDES	**Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social.**
INSS	**Instituto Nacional de Seguridad Social.**
IR	**Impuesto sobre la Renta.**
ISC	**Impuesto Selectivo al Consumo.**
IVA	**Impuesto al Valor Agregado.**
MAEN	**Monitoreo Mensual de Actividades Económicas.**
MAS	**Muestreo Aleatorio Simple.**
OIT	**Organización Internacional del Trabajo.**
PIB	**Producto Interno Bruto.**
REN	**Red de Empresarias de Nicaragua.**

Resumen Ejecutivo

La Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES) a solicitud de la la Iniciativa Mujeres de Liderazgo (MdL) elaboró un informe de seguimiento del estudio "Obstáculos que enfrentan las mujeres emprendedoras en Nicaragua para acceder a beneficios fiscales" [1]sobre la situación del sector de panificación en el país considerando el contexto actual que atraviesa el país. Se seleccionó el sector de panificación debido a la alta participación de las mujeres entre las propietarias de negocios. El informe proporciona un vistazo general sobre el estado actual de los negocios del sector, incluyendo negocios formales e informales.

Se recolectaron 99 encuestas en negocios ubicados en los municipios de Masaya, Carazo, Diriomo en Granada y La Trinidad en Estelí. El 52 por ciento de los negocios encuestados son propiedad de mujeres. El 56.6 por ciento de las personas encuestadas son propietarias únicas de los negocios y el 17.2 por ciento son socias (os), lo que permitió obtener información de informantes claves del negocio. La mayor parte de los negocios encuestados se encuentra en la casa de habitación de sus propietarias (os).

Aunque el pan simple forma parte de los productos alimenticios contemplados en la canasta básica nacional, el 66.6 por ciento de los negocios encuestados indica que sus ventas se redujeron en alguna medida durante 2018 en comparación con 2017. Además, al consultarles sobre el comportamiento de las ventas en 2019, el 50.0 por cierto de las panaderías expresa que sus ventas disminuyeron en el primer semestre de 2019 en comparación con el primer semestre de 2018.

Los resultados de la encuesta evidencian cierto optimismo en las ventas para el segundo semestre de año 2019. El 46.8 por ciento de los negocios encuestados esperaban que las ventas aumentaran durante el segundo semestre de 2019 respecto al segundo semestre de 2018. Sin embargo, para el mismo período, el 42.9 por ciento de los negocios solo propiedad de mujeres, afirmaron que las ventas se mantendrían igual. Por otro lado, entre los negocios propiedad de hombres o mixtos, el 55.6 por ciento consideran que sus ventas incrementarán en el segundo semestre de 2019 en comparación al mismo semestre del año anterior.

Pese a la reducción en las ventas, el 45.5 por ciento de las panaderías encuestadas aumentó el precio de venta de sus productos, particularmente en los meses de abril y mayo de 2019, después de implementarse la reforma tributaria aprobada en el primer trimestre de ese año.

En términos generales, los negocios encuestados señalan que las razones del incremento en los precios de venta son: aumento del precio de la materia prima (98.0%), incremento del precio de la tarifa eléctrica (82.2%) y el incremento en el precio del gas (53.3%).

En medio de un entorno más difícil para hacer negocios, las empresas han realizado ajustes para adaptarse a la situación. En este sentido, el 76.8 por ciento de las personas encuestadas señala que se ha modificado la dinámica del negocio para sobrellevar la situación actual que enfrenta el país utilizando diferentes estrategias con el propósito de reducir el margen de pérdidas o los gastos, entre otras cosas.

Las principales estrategias de ahorro utilizadas por las empresas encuestadas son: disminuir operaciones (44.7%), recorte de personal (38.2%), utilizar insumos más

1 Huelva, Pacheco & Ramírez (2017).

baratos (36.8%) y reestructuración de contrato con trabajadores (15.8%). Es decir, los negocios se han hecho más pequeños a partir de marzo 2018.

Mientras tanto, entre las estrategias de venta implementadas por los negocios, el 76.3 por ciento indica que ha ajustado su producto, lo cual implica cambiar el pesaje del pan o hacerlos más pequeños; el 68.4 por ciento ha diversificado sus productos; y el 34.2 ha ampliado su mercado. Cabe destacar que, las estrategias utilizadas le han ayudado al 79.7 por ciento de los negocios encuestados a mantener el balance entre ingresos y gastos y el 14.9 por ciento ha logrado aumentar el margen de ganancias.

También se consultó por el acceso a financiamiento. En este sentido, de los negocios encuestados, el 31.6 por ciento solicitó financiamiento entre el segundo semestre de 2018 y el primer semestre de 2019. De estos negocios, al 87.1 por ciento le otorgaron el crédito. Es importante mencionar que las microfinancieras (66.7%) es donde más accedieron a financiamiento.

Las principales razones de los negocios encuestados para no solicitar crédito son que no tiene necesidad (46.3%) y no puede asumir nuevas deudas (31.3%). Entre los negocios propiedad de mujeres, el 37.1 por ciento no solicita crédito porque no puede asumir nuevas deudas y el 42.9 por ciento porque no ha tenido necesidad. En los negocios propiedad de hombres o mixtos, el 25 por ciento no solicita crédito porque no puede asumir nuevas deudas y el 50 por ciento porque no ha tenido necesidad.

El 16.5 por ciento de los negocios encuestados tuvo que reestructurar deudas con instituciones financieras durante el segundo semestre de 2018 y el primer semestre de 2019; de estos, el 68.8 por ciento de los negocios son propiedad de mujeres. Adicionalmente, el 32.3 por ciento de los negocios señala que ha tenido dificultades para hacer frente al pago de otras obligaciones; de estos, el 59.4 por ciento de los negocios es propiedad de mujeres. Principalmente, las deudas acumuladas son con proveedores (46.9%), pago de liquidación de trabajadores (34.4%) y servicios básicos (34.4%).

Teniendo en cuenta que la mayoría de los negocios están operando para cubrir gastos, el 64.3 por ciento esperaba continuar operando con normalidad y el 26.5 por ciento incrementará sus operaciones.

Dando seguimiento al uso de exoneraciones y el estado de los negocios formales, se consultó a los negocios encuestados si se encuentran registrados en la alcaldía, en la Dirección General de Ingresos (DGI) y en el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS). Se encontró que el 84.7 por ciento de los negocios encuestados se encuentra registrado en la alcaldía, el 53.1 por ciento en la DGI y el 35.7 por ciento en el INSS. De los negocios inscritos en la DGI, el 88.7 por ciento está bajo régimen de cuota fija.

De los negocios que están registrados en la DGI, el 49.1 por ciento enfrentó dificultades para pagar sus obligaciones tributarias en 2019. Durante ese año aumentaron los costos productivos u operativos para el 88.7 por ciento de estos negocios, en promedio, en 23.5 por ciento. Así también, los negocios inscritos en la DGI fueron afectados por algunas de las siguientes medidas: aumento del costo de la energía eléctrica (84.6%), pago de impuestos a bienes que adquieren para el negocio que antes estaban exentos (57.7%) y el aumento en el aporte al INSS (44.2%).

A pesar de que el 90.6 por ciento de las personas encuestadas con negocios inscritos en la DGI conoce que son las exoneraciones; solo el 54.2 por ciento de estos conoce las exoneraciones disponibles para su sector. Por género, el 86.2 por ciento de las personas encuestadas en los negocios propiedad de hombres o mixtos tiene conocimiento sobre exoneraciones y el 52.0 por ciento conoce las exoneraciones disponibles para su sector. Por su parte, el 95.8 de las personas encuestadas en los negocios propiedad solo de mujeres sabe que son las exoneraciones y el 56.5 por ciento conoce las exoneraciones para su sector.

Aunque la mayoría de las personas encuestadas tiene conocimiento sobre las exoneraciones, el 57.7 por ciento de los negocios encuestados no las utiliza. Entre las principales razones para no utilizar exoneraciones, se encuentra que los trámites son complicados, desconocimiento de las leyes y procedimientos, documentación es excesiva y falta de interés.

Es importante señalar que, aproximadamente la mitad de los negocios que no estaban utilizando las exoneraciones al momento de la encuesta, dejó de exonerar en los últimos 12 meses. Entre los factores que influyeron para que los negocios dejaran de acceder a las exoneraciones se encuentra que los trámites son complicados; ha pérdido el interés en las exoneraciones y en algunos casos la razón es que obtienen pocas ganancias.

Por otro lado, del 42.3 por ciento de los negocios encuestados que utiliza exoneraciones, el 63.6 por ciento son negocios propiedad mujeres. Entre los principales bienes que exoneran los negocios se encuentran: margarina, gas, polvo para hornear, bolsas y saborizantes. De acuerdo con las personas encuestadas, el ahorro obtenido con el uso de las exoneraciones les permite: adquirir maquinas, comprar otros insumos o cubrir otros gastos, y mantener precios. Por lo anterior, las personas encuestadas consideran que una eliminación de las exoneraciones se traduciría en aumento en los costos y precios de ventas.

En general se observa una reducción del uso de exoneraciones entre los negocios encuestados, a la vez que más empresas están enfrentando dificultades para realizar el pago de obligaciones tributarias. Esto puede incidir en un incremento en los niveles de informalidad.

El sector de panificación se enfrenta a una situación compleja, en medio de una crisis económica que persiste y un contexto de alza en los insumos de producción y poco margen de incrementar los precios de ventas. Es relevante en este contexto, la implementación de medidas de innovación que permita hacer un uso más eficiente de insumos y la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

Introducción

La Red de Empresarias de Nicaragua (REN) ha impulsado la realización de una serie de investigaciones en los últimos años para conocer la participación de las mujeres en diversos sectores económicos, entre ellos panificación y cuero-calzado. Estas investigaciones han permitido identificar áreas de mejora para empresas lideradas por mujeres, y desarrollar recomendaciones específicas, por ejemplo, la implementación de capacitaciones o el diseño de campañas de sensibilización en beneficio de sus agremiadas e instituciones socias.

Por su parte, la Iniciativa MdL en el marco del proyecto "Fortaleciendo el empoderamiento y la resiliencia de las mujeres emprendedoras" ha solicitado la elaboración de investigaciones para generar acciones que contribuyan a aumentar la resiliencia de las emprendedoras.

Actualmente, Nicaragua vive su crisis más profunda de los últimos treinta años. El Producto Interno Bruto (PIB) decreció 3.8 por ciento en 2018 según el Banco Central de Nicaragua (BCN, 2019). El Fondo Monetario Internacional (FMI) estima que la economía decrecerá 5.7 por ciento en 2019 y 1.2 por ciento en 2020 (FMI, 2019); estos resultados coinciden con las estimaciones realizadas por la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico Social (FUNIDES)[1]. La contracción de la actividad económica, entre otras cosas, son resultado de la incertidumbre de los consumidores e inversionistas.

El presente estudio da seguimiento a la situación del sector de panificación en el contexto actual que atraviesa el país, teniendo en cuenta los resultados del estudio "Obstáculos que enfrentan las mujeres emprendedoras en Nicaragua para acceder a beneficios fiscales" elaborado a solicitud de la REN en 2017. Los resultados se obtuvieron a partir una encuesta aplicada a 99 panaderías ubicadas en La Trinidad y distintos municipios del departamento de Masaya. Los resultados de la investigación permiten conocer las necesidades de los negocios e identificar estrategias que pueden ser utilizadas para mejorar su operatividad.

FUNIDES agradece a todas las personas que apoyaron en la recolección de la información y a las y los participantes de las encuestas por el tiempo brindado, así como a la iniciativa de MdL por la confianza depositada para la realización del presente estudio.

El estudio se compone en 5 capítulos. El primero realiza la introducción al documento. En el segundo capítulo se aborda la metodología, en la cual se especifica el método e instrumento utilizado para la recolección de información. En el tercer capítulo se realiza una pequeña descripción del marco legal, principalmente de las reformas que han afectado algunos sectores de la economía, entre ellos el sector de panificación.

Por otro lado, el cuarto capítulo se encarga de describir los principales resultados de la encuesta. Inicialmente se presenta el perfil de los encuestados, así como la descripción de los negocios y las panaderías según el número de trabajadores. También se explora el acceso a crédito y la evolución de las ventas en los últimos dos años. Un elemento novedoso incorporado en el estudio es la inclusión de preguntas para conocer las estrategias implementadas por los negocios para sobrellevar la situación económica actual del país. Así mismo, se aborda la situación de los negocios formales. Por último, el quinto capítulo contiene las conclusiones y recomendaciones desprendidas del informe.

1 FUNIDES (2019) estima que la economía nicaragüense decrecerá 5.7 por ciento en 2019.

Metodología

El presente trabajo es de carácter exploratorio y permitirá, por una parte, dar seguimiento al estudio "Obstáculos que enfrentan las mujeres emprendedoras en Nicaragua para acceder a beneficios fiscales" elaborado por FUNIDES para la REN en 2017, y por otra parte recabar información sobre las afectaciones de las empresas a raíz de la crisis económica que inició en 2018. Cabe señalar que, el estudio no tiene representatividad estadística a nivel nacional, no obstante, proporciona un vistazo general sobre el estado actual de los negocios del sector.

Población y cálculo de la muestra

A diferencia del estudio anterior, la presente investigación no se centra únicamente en los negocios formales, incluyéndose en esta ocasión a negocios informales. La población objetivo inicialmente fueron los negocios de panificación en los municipios de Masaya, Nandasmo, Masatepe y La Trinidad, donde se habían realizado encuestas en 2017.

El tamaño muestral se calcula a partir del número de negocios de panificación registrados en la Cartografía Digital del BCN publicada en 2017, que tiene cobertura en el área urbana. Los municipios seleccionados para el estudio concentraban, en ese momento, un total de 461 negocios de panificación. Para estimar la muestra se utiliza Muestreo Aleatorio Simple (MAS); la muestra por municipio se estima de forma proporcional al número de negocios con el que cuenta cada uno. Se utiliza la siguiente ecuación:

Donde: $$n = \frac{s^2}{\frac{e^2}{z^2} + \frac{s^2}{N}}$$

s^2 = Varianza Muestral

e^2 = error máximo admisible

z^2 = Valor crítico de z para el 90% de confianza

N = Población

El tamaño de la muestra estimada es de 188 negocios, incluyendo una tasa de no respuesta del 15 por ciento, lo cual garantiza que el estudio cuente con representatividad subjetiva para los municipios de estudio, con un nivel de confianza del 90% y un margen de error de 5%. A continuación, se presenta la muestra estimada por municipio:

Muestra de encuestas estimada por municipio

	Número
La Trinidad	9
Masaya	143
Masatepe	19
Nandasmo	17
Total	188

Fuente: FUNIDES

Diseño y secciones de la encuesta

Para el diseño del cuestionario fueron consideradas preguntas incorporadas en el Monitoreo Mensual de Actividad Económica (MAEN) realizado por FUNIDES durante 6 ediciones. Se consultó al equipo de la REN y la Cámara de Industrias de Nicaragua (CADIN) por medio del Centro de Negocios y Asistencia a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CENAMI) sobre los aspectos clave a monitorear en el contexto de la crisis para las empresas del sector de panificación y posibles estrategias de resiliencia implementadas por las empresas.

Para la elaboración de la sección de exoneraciones se tomó como referencia la sección desarrollada en 2017, que contemplaba el proceso para aplicar exoneraciones utilizado por las autoridades nacionales competentes, así como la lista taxativa de bienes sujetos a exoneraciones, ajustándolas al contexto actual (Huelva, Pacheco & Ramírez, 2017).

La encuesta está dividida en nueve secciones, las cuales se describen a continuación:

Sección 0 – Identificadores de la encuesta: Esta sección engloba los identificadores únicos del negocio y de levantamiento.

Sección 1 – Datos generales de la persona entrevistada: Esta sección recoge el perfil básico de la persona que brindó la entrevista.

Sección 2 – Características generales del negocio: Esta sección facilita una descripción general de los negocios, incluyendo evolución del personal y asociatividad.

Sección 3 – Acceso al financiamiento: En este apartado se consulta sobre el estado crediticio y de solvencia de los negocios.

Sección 4 – Ventas: La sección engloba un panorama general sobre las ventas del negocio.

Sección 5 – Estrategias de resiliencia: En esta sección se explora sobre los ajustes en la dinámica empresarial que han tenido que realizar los negocios para sobrellevar la crisis actual.

Sección 6 – Tramitología: En esta parte se reúne la información sobre registro en instituciones públicas.

Sección 7 – Impuestos y reformas tributarias: En esta se identifican los impuestos que pagan los negocios, las afectaciones sufridas por las reformas tributarias implementadas y los conocimientos sobre el pago de impuestos.

Sección 8 – Acceso y uso de exoneraciones: La última sección recolecta la información correspondiente al uso y acceso a exoneraciones con el que cuentan las empresas del sector.

Para la validación en campo del diseño y contenido de la encuesta se realizó un pilotaje con negocios de panificación que permitió realizar los ajustes finales al instrumento. La duración promedio de las entrevistas fue de 30 minutos.

Levantamiento de información

Se visitó a las empresas encuestadas en 2017, incluyendo aquellas que habían quedado fuera del estudio porque eran informales. Estas empresas habian sido visitadas a partir de una lista construida de los listados facilitados en su momento por REN y CADIN/CENAMI, y del barrido realizado por FUNIDES en las zonas encuestadas[1]. Adicionalmente, a los encuestados se les pidió que nos refirieran a otros negocios del sector. Este método conocido como bola de nieve se aplica en ausencia de un marco de muestreo integral, porque no se dispone de las direcciones y nombres de los negocios incluidos en la cartografía digital.

Cabe señalar que, el principal informante en cada negocio fue la persona que tenía mayor conocimiento y autoridad sobre el mismo, en cuestión de estructura y manejo. La aplicación de la encuesta se realizó de forma presencial entre la cuarta semana de agosto y la primera semana de septiembre 2019. La duración promedio fue de 25-30 minutos.

La encuesta se recolectó con dispositivos digitales, principalmente Tablets a través del software CSPro versión 7.2.1, lo cual contribuyó a disminuir el tiempo de recolección e incrementar la calidad de la información. Lo anterior, permitió la recolección de un total de 99 encuestas en los municipios de interés. En el siguiente cuadro se incorpora la cantidad de encuestas estimadas por municipio vs la cantidad de encuestas efectivamente realizadas.

1 La información disponible sobre la cantidad de negocios, en la Cartografía Digital, en algunos municipios incluye tortillerías.

Muestra de encuestas estimada vs encuestas efectivas por municipio

	Estimada	Efectiva
La Trinidad	9	18
Masaya	143	24
Masatepe	19	3
Nandasmo	17	16
Total	188	61

Fuente: FUNIDES

Durante el levantamiento se presentaron algunas dificultades, que impidieron obtener la cantidad de respuestas estimadas inicialmente en la muestra. Entre las dificultades se encuentran: desconfianza de los propietarios o personal del negocio para dar información de este, falta de visibilidad de algunas panaderías, pues han optado por quitar todo tipo de publicidad y disminuir su oferta destinándola a la población más cercana. Dado los diferentes obstáculos, se decidió visitar otros municipios de Masaya y de Carazo siendo estos: Nindirí, Niquinohomo, Diriomo, Catarina, Jinotepe y Diriamba.

A continuación, se detalla la cantidad de negocios encuestados por municipio:

Encuestas efectivas por municipio

	Frecuencia	Porcentaje
La Trinidad	18	18.2
Nandasmo	16	14.2
Masaya	24	24.2
Catarina	8	8.1
Jinotepe	7	7.1
Diriamba	7	7.1
Niquinohomo	6	6.1
Managua	5	5.1
Masatepe	3	3.0
Diriomo	3	3.0
Nindirí	2	2.0
Total	99	100.0

Fuente: FUNIDES

En total, se visitaron 134 panaderías y se recolectaron 99 encuestas efectivas.

Reporte de panaderías visitadas

Panaderías visitadas	No nos atendieron	Llamadas rechazadas	Encuestas efectivas
134	27	8	99

Fuente: FUNIDES

Si bien este es un estudio exploratorio y no tiene representatividad estadística ni en los departamentos encuestados ni a nivel nacional, se reconoce como un importante esfuerzo para continar monitoreando el estado del sector de panificación y el uso de las exoneraciones por parte de las micro, pequeños y medianos negocios.

Marco Legal

A través de la revisión del marco legal y la recolección de información, se identificaron 3 principales reformas económicas implementadas en los últimos meses que han incidido en la estructura de costos en las empresas, siendo estas: reforma fiscal, ajuste a la tarifa de energía eléctrica e incremento del aporte patronal a la seguridad social. Dichas reformas serán explicadas a continuación, destacando los puntos importantes para el sector.

Reformas tributarias

La Asamblea Nacional (2019) aprobó el 27 de febrero una reforma a la Ley No. 822, Ley de Concertación Tributaria con el fin de incrementar los ingresos tributarios. Los ajustes estuvieron enfocados principalmente en el incremento de la alícuota del pago mínimo definitivo, ajustes al Impuesto Selectivo al Consumo (ISC), así como al Impuesto al Valor Agregado (IVA) y la disminución de algunos beneficios fiscales.

En el artículo 61, se modificaron las alícuotas al pago mínimo definitivo del Impuesto sobre la Renta (IR), pasando de 1.0 a 2.0 por ciento para los principales contribuyentes que tienen ingresos anuales entre 60 y 120 millones de córdobas anuales y de 1.0 a 3.0 por ciento para los grandes contribuyentes, cuyos ingresos superan los 160 millones de córdobas anuales. Para los contribuyentes con ingresos anuales menores a los 60 millones la alícuota se mantiene en 1.0 por ciento.

Además, se realizaron ajustes al artículo 127 reduciendo los bienes o servicios que se encontraban exentos al traslado del IVA. Entre los productos afectados, se encuentran: la producción nacional de ropa, productos veterinarios, diferentes productos de uso agropecuarios tales como: fertilizantes, plaguicidas, semillas, entre otros. También, se afectaron las materias primas que son parte de transformaciones industriales, entre los cuales se mencionan: azúcar, aceite comestible, harina de trigo, pan simple y otros productos considerados de primera necesidad.

Reformas en la ley energética

La Asamblea Nacional aprobó reformas energéticas. El 13 de febrero de 2018 se aprobó la reducción a los subsidios a las tarifas eléctricas, cuya aplicación será gradual hasta eliminar completamente los subsidios de algunos grupos en 2022[1].

De acuerdo con los cambios en la Ley No. 272, Ley de la Industria Eléctrica, las personas con facturas de 151 a 300 Kilovatios deberán pagar un 7 por ciento del IVA entre 2018 y 2020, y a partir de 2021 este porcentaje se incrementará a 15 por ciento. Los hogares con un consumo de energía de 301 a 1000 kilovatios deberán pagar 7 por ciento de IVA entre 2018 y 2019, y para el año 2020 pasará a 15 por ciento.

Por otro lado, se realizaron ajustes a la Ley No. 898, Ley de Variación de la Tarifa de Energía Eléctrica al Consumidor, reduciendo los subsidios de los grupos que consumen entre 50 y 150 kilovatios[2]. Para los grupos de consumidores de 101 a 125 kilovatios, la pérdida de subsidios es más rápida, se habrá disminuido a 40 por ciento en 2019 hasta llegar a 25 por ciento en 2022. Para los grupos de 126 a 150 kilovatios el subsidio será de 25 por ciento a partir de 2020.

1 Véase reforma a la ley 272, Ley de industria eléctrica.

2 En el caso de los consumidores de 50 kilovatios, el subsidio se reducirá en un 50 por ciento para 2021, al igual que para los consumidores de 51 a 100 kilovatios.

Se considera estos ajustes, debido a que la mayor parte de los negocios del sector de panificación opera en las casas de habitación[3].

Reforma a la seguridad social

A través de las resoluciones 1/325 y 2/325 adoptadas por el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS, 2019) se aprobaron reformas a algunos artículos de la Ley No. 975, Ley de Seguridad Social, la cual ajustó las cuotas a pagar por los empleadores y trabajadores. Dichas reformas están vigentes a partir del 1 de febrero de 2019.

En este caso, las empresas fueron afectadas de forma diferenciada según el número de trabajadores. Las empresas con más de 50 trabajadores afiliadas al régimen integral pasaron de pagar una cuota patronal de 19.0 a 22.5 por ciento, mientras las empresas con menos de 50 trabajadores ahora pagan una cuota de 21.5 por ciento.

3 El 51.8 por ciento de los negocios formales encuestados en 2017 se encontraba ubicado en la casa de la propietaria o propietario (Huelva, Pacheco & Ramírez, 2017).

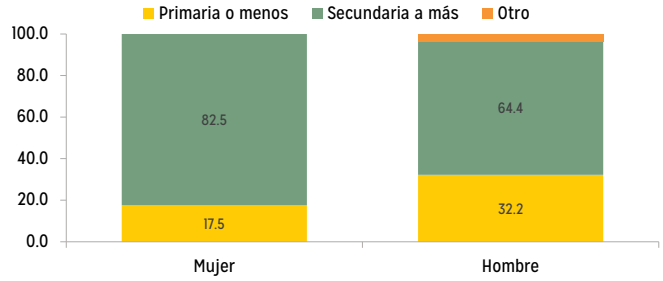
Descripción de la situación del sector de panificación

4.1 Características de los encuestados y del negocio

En esta sección se describe el perfil de las personas y negocios encuestados, basándose en diferentes variables, tales como: nivel educativo, composición del negocio, formas de llevar las cuentas, cantidad de propietarios, antigüedad y ubicación del negocio, además de los diferentes giros de negocio.

Como se ha mencionado, las encuestas estaban dirigidas al personal con más conocimiento en el manejo del negocio. De tal manera que el 56.6 por ciento de los encuestados son propietarios, el 17.2 por ciento son socios, el 10.1 por ciento son supervisores y el 16.2 por ciento restante se distribuye entre: administradores, encargado de ventas y contadores. En promedio, las personas encuestadas tienen 45 años.

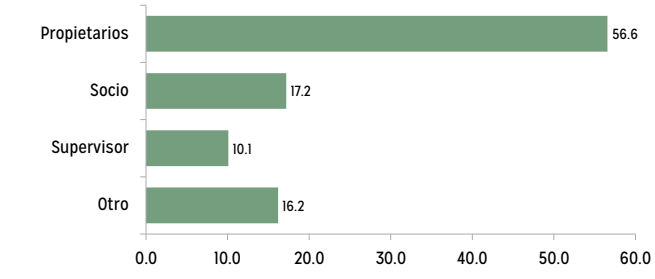
Nivel educativo de las personas encuestadas
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta al sector panificación 2019

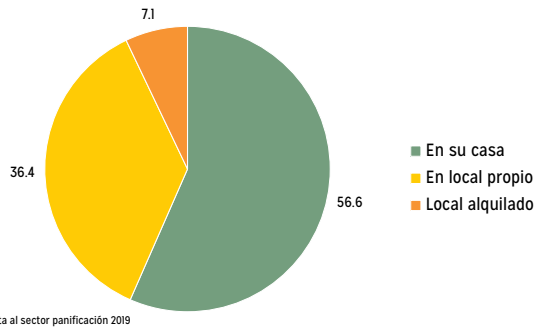
Por otro lado, el 56.6 por ciento de los negocios se encuentra ubicado en la casa de habitación de los propietarios y el 36.4 por ciento en un local propio. En lo que respecta a la antigüedad, el 47.5 de los negocios tiene más de 15 años operando, el 35.4 por ciento tiene entre 6 y 15 años, el 7.1 por ciento tiene entre 3 y 5 años y el 10.1 por ciento tiene menos de 2 años.

Cargo de la persona encuestada
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta al sector panificación 2019

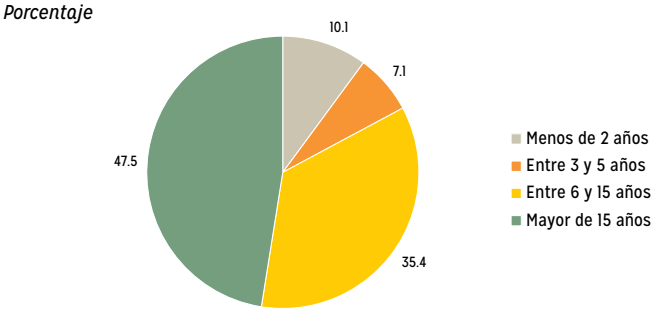
Ubicación del negocio
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta al sector panificación 2019

Del total de personas encuestadas, el 59.6 por ciento son hombres y el 40.4 por ciento son mujeres. El 38.4 por ciento tiene estudios universitarios y solo el 2 por ciento no tiene ningún nivel educativo. Se observan que, la proporción de mujeres con estudios de secundaria a más es de 82.5 por ciento y en el caso de los hombres esta proporción es de 64.4 por ciento.

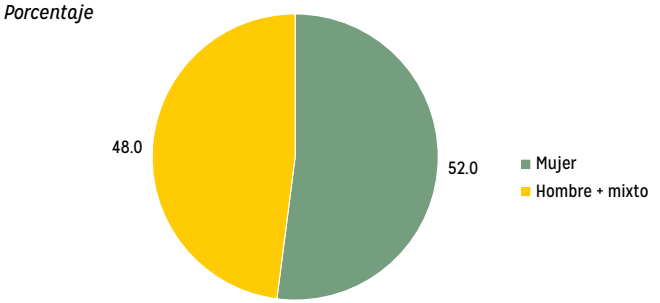
Antigüedad del negocio
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta al sector panificación 2019

Del total de panaderías encuestadas, el 52 por ciento tiene como propietarios a mujeres y el 48 por ciento restante se divide entre negocios propiedad solo de hombres y negocios mixtos, es decir hay hombres y mujeres entre los propietarios[1].

Sexo de los propietarios del negocio, julio 2019
Porcentaje

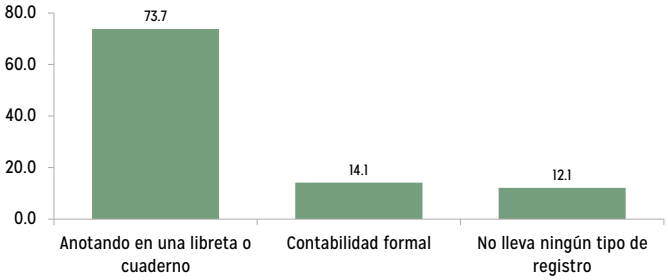


Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Pese a que la mayor parte de los negocios tiene más de 5 años operando, predomina entre los negocios encuestados llevar las cuentas de manera informal. El 73.7 por ciento de los negocios carece de contabilidad formal, pues llevan sus registros anotados en libretas o cuadernos, e inclusive el 12.1 por ciento no lleva cuentas del todo. Por otro lado, el 14.1 por ciento de los negocios encuestados cuenta con una contabilidad formal, la cual se lleva dentro de la empresa o por terceros.

Estos resultados están en línea con parte de los hallazgos del Informe de la Encuesta de Empresas Sostenibles publicado en 2015 donde se encontró que el 15.1 por ciento de los pequeños negocios llevaba contabilidad formal. Sin embargo, la proporción de negocios del sector de panificación encuestados que no lleva cuentas (12.1%) es menor en comparación con los resultados del Informe de la Encuesta de Empresas Sostenibles (20.8%)[2].

¿De qué forman llevan las cuentas del negocio?
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Respecto a las formas de llevar las cuentas del negocio según el tipo de propietario, el 17.7 por ciento de los negocios propiedad de mujeres no lleva ningún tipo de registro y en el caso de los negocios propiedad de hombres y mixtos este porcentaje es de 4.3 por ciento. Este resultado es consistente con hallazgos previos (COSEP & OIT, 2015).

Es importante señalar que del 13.1 por ciento de las panaderías que cuenta con una contabilidad formal, el 69.2 por ciento se encuentra ubicadas fuera de la vivienda de sus propietarios, ya sea en locales propios o alquilados. Por otro lado, el 23.2 por ciento de las panaderías posee otro giro de negocio, sobresaliendo pulperías y la venta de productos diversos como cosméticos, alimentos preparados, entre otros.

4.2 Tamaño de los negocios y situación del empleo

Para categorizar a las empresas según su tamaño, se tomó en consideración la clasificación realizada en el Informe de la Encuesta de Empresas Sostenibles Nicaragua 2015. En dicho informe se diferencia a las empresas por el número de trabajadores, de manera que un negocio micro tiene de 1 a 5 trabajadores, uno pequeño tiene de 6 a 20 trabajadores, uno mediano tiene de 21 a 100 trabajadores y uno grande tiene más de 100 trabajadores (COSEP & OIT, 2015).

1 Del 48.0 por ciento, el 42.6 por ciento son propiedad de hombres y el 56.3 por ciento tiene como propietarios tanto a hombres como mujeres.

2 De acuerdo con el informe, el 20.8 por ciento de los pequeños negocios no llevaba cuentas del todo.

Respecto a marzo de 2018, algunas empresas han cambiado de tamaño, haciéndose más pequeñas. En marzo 2018, los negocios tenían en promedio 9 trabajadores en total, disminuyendo a 7 trabajadores en julio 2019. En este sentido, el 13.3 por ciento de los negocios que se consideraban pequeños en marzo 2018 pasaron a ser micro en julio 2019, mientras que el 42.9 por ciento de los negocios medianos en marzo 2018 pasaron a ser considerados pequeños en julio 2019. Es importante resaltar que estos resultados pertenecen a un análisis de caso y no pueden generalizarse para todo el sector. Sin embargo, si puede dar indicios de algunos aspectos a profundizar en estudios más amplios.

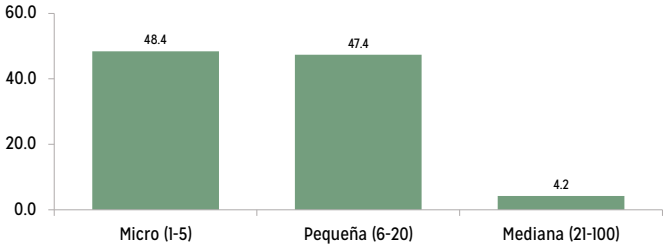
Variación en el tamaño de los negocios
Porcentaje

		Julio 2019			Total
		Micro (1-5)	pequeña (6-20)	Mediana (21-100)	
Marzo 2018	Micro	97.2	2.8	0.0	100.0
	Pequeña	13.3	86.7	0.0	100.0
	Mediana	0.0	42.9	57.1	100.0

Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Tomando en consideración los datos a julio de 2019, el 48.4 por ciento de los negocios encuestados son micro, el 47.4 son pequeños y el 4.2 por ciento son medianos.

Distribución por tamaño de los negocios encuestados, julio 2019
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Se consultó a los negocios por la cantidad de trabajadores por categoría de empleo, siendo consideradas las siguientes: trabajadores permanentes, trabajadores temporales y trabajadores familiares. De acuerdo con los resultados, en promedio, los negocios tenían 5 trabajadores permanentes en marzo de 2018, de los cuales, en promedio, 2 eran mujeres; tenían 1 trabajador temporal (en promedio, 1 mujer); y dos trabajadores familiares, en promedio, una era mujer. Sin embargo, esta composición cambio en diciembre 2018. La cantidad promedio de mujeres entre los trabajadores permanentes se redujo y aumento la participación entre los trabajadores familiares.

Trabajadores por categoria de empleo
Cantidad promedio por categoria

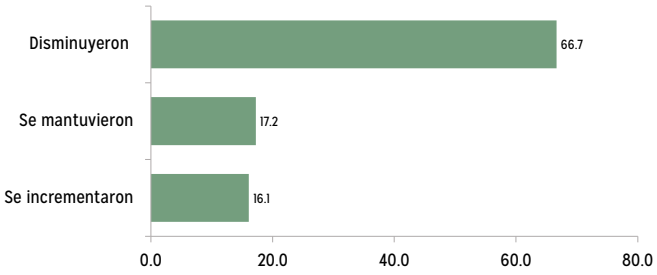
	Marzo 2018	Diciembre 2018	Julio 2019
Trabajadores permanentes	5	5	4
Trabajadores permanentes mujeres	2	2	1
Trabajadores temporales	1	1	1
Trabajadores temporales mujeres	1	1	1
Trabajadores familiares	2	3	2
Trabajadores familiares mujeres	1	2	2

Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

4.3 Ventas

El pan simple forma parte de los productos alimenticios contemplados en la canasta básica nacional. Sin embargo, el 66.6 por ciento de los negocios vieron reducidas sus ventas en alguna medida durante 2018 en comparación con 2017, el 17.2 por ciento considera que se mantuvieron igual y el 16.1 por ciento de los negocios encuestados indica que sus ventas aumentaron en 2018 respecto a 2017.

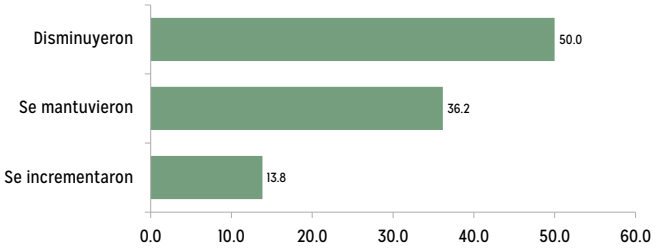
Comportamiento de las ventas en 2018 respecto a 2017
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

También se consultó por el comportamiento de las ventas en 2019. El 50.0 por cierto de las panaderías expresa que sus ventas disminuyeron en el primer semestre de 2019 en comparación con el primer semestre de 2018; y el 36.2 por ciento afirma que las ventas se mantuvieron igual en comparación al primer semestre de 2018. Solo el 13.8 por ciento experimentó un incremento en sus ventas.

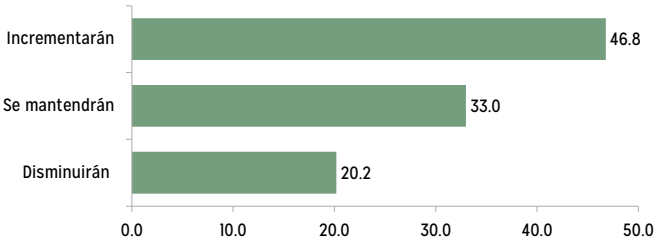
Comportamiento de las ventas en el primer semestre de 2019 en comparación al primer semestre de 2018
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Los resultados evidencian cierto optimismo en las ventas para el segundo semestre de 2019. El 46.8 por ciento de los negocios encuestados esperaba que las ventas aumentaran durante el segundo semestre de 2019 respecto al segundo semestre de 2018, mientras que el 33.0 por ciento afirma que estas se mantendrían igual y el 20.2 por ciento esperaba que las ventas se redujeran en el segundo semestre de 2019 respecto al segundo semestre de 2018. Para el segundo semestre de 2018, el Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) reflejaba un decrecimiento sostenido de la actividad económica desde abril de ese año.

Expectativas de ventas para el segundo semestre de 2019 en comparación al segundo semestre de 2018
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

El 42.9 por ciento de los negocios propiedad de mujeres y el 22.2 por ciento de los negocios propiedad de hombres o mixtos estimaba que las ventas se mantendrían en el segundo semestre de 2018 en relación al primer semestre de 2019. En cambio, el 55.6 por ciento de los negocios propiedad de hombres o mixtos y el 38.8 por ciento de los negocios propiedad solo de mujeres esperaban que sus ventas incrementaran en el segundo semestre de 2019 en comparación al mismo semestre del año 2018.

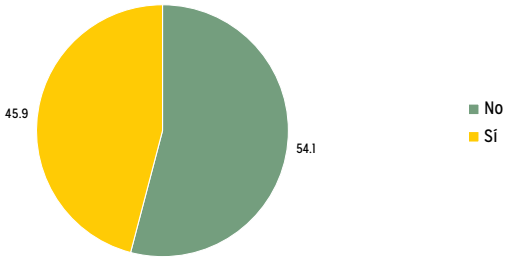
Expectativas de ventas para el segundo semestre 2019 en comparación al segundo semestre 2018
Porcentaje

	Mujer	Hombre + Mixto	Total
Disminuirán	18.4	22.2	20.2
Se mantendrán	42.9	22.2	33.0
Incrementarán	38.8	55.6	46.8
Total	100.0	100.0	100.0

Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

A pesar de la reducción en las ventas, el 45.5 por ciento de las panaderías encuestadas optó por aumentar sus precios de venta. De las panaderías que aumentaron sus precios, el 60.0 por ciento son propiedad de mujeres. En promedio, los negocios que incrementaron el precio de venta lo hicieron en 17.5 por ciento.

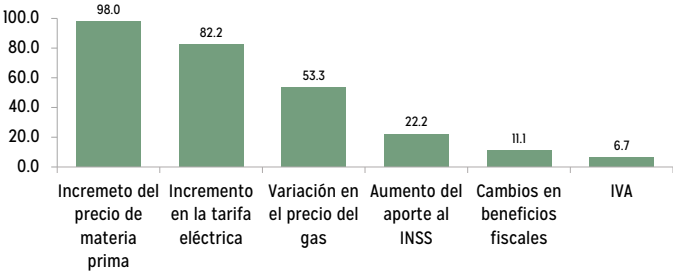
¿Aumentó sus precios de venta durante 2019?
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

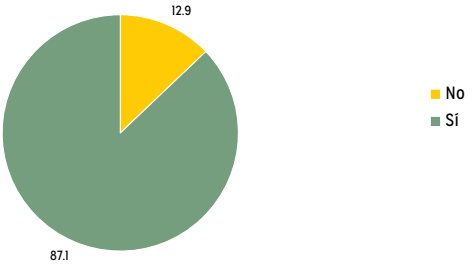
En términos generales, los negocios encuestados señalan que las razones del incremento en los precios de venta durante 2019 fueron: aumento del precio de la materia prima (98.0%), incremento del precio de la tarifa eléctrica (82.2%) y el incremento en el precio del gas (53.3%). Las menores afectaciones observadas por el incremento del aporte al INSS vigentes desde febrero de 2019 y cambios en beneficios fiscales se relacionan con los niveles de informalidad en que operan estos negocios, tal como se aborda más adelante en este informe.

Motivos del aumento de precios en 2019
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Negocios que accedieron al financiamiento que solicitaron
Porcentaje



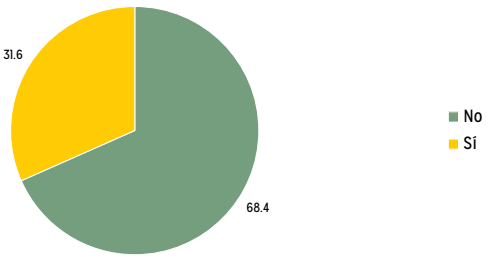
Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

De los negocios que decidieron incrementar los precios de venta, el 28.9 por ciento lo hizo en el mes de abril de 2019 y el 51.1 por ciento en el mes de mayo del mismo año, principalmente por el incremento de precio de las materias primas a causa de las reformas tributarias aprobadas en febrero del 2019.

4.4 Acceso a financiamiento

Se encuentra que el 31.6 por ciento de los negocios encuestados solicitaron financiamiento durante 2019. De los negocios encuestados que solicitaron crédito, se los otorgaron al 87.1 por ciento. Es importante mencionar que, en las microfinancieras (66.7%) es donde más han accedido a financiamiento.

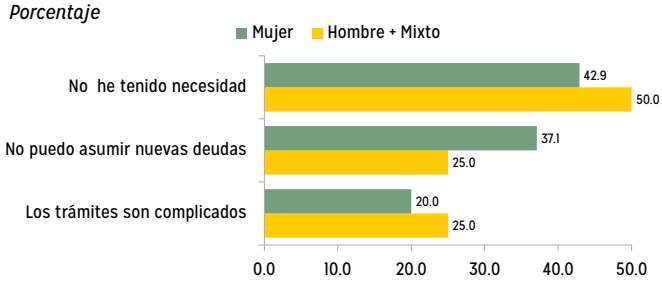
Negocios que solicitaron crédito durante 2019
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Por otra parte, las principales razones de los negocios encuestados para no solicitar crédito[3] fueron: no tienen necesidad (46.3%) y no pueden asumir nuevas deudas (31.3%). Desagregando los resultados según el sexo del propietario, el 37.1 por ciento de los negocios que son propiedad solo de mujeres indican que no solicitan créditos principalmente porque no pueden asumir nuevas deudas y el 50.0 por ciento de los negocios propiedad de hombres o mixtos que no solicita crédito lo atribuye a que no han tenido necesidad. Más adelante se abordan las dificultades que están enfrentado los negocios para hacer frente al pago de obligaciones.

Razones para no solicitar crédito según tipo de propietario
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Estudios previos han identificado bajo nivel de acceso al crédito de parte de las microempresas. El BCN (2011), a través de la encuesta a las microempresas[4], identifica que cerca del 91 por ciento de éstas no solicita créditos, principalmente porque no pueden asumir deudas pues consideran que los créditos son muy caros o piensan en

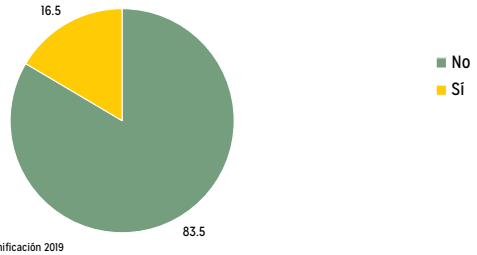
3 El 68.4 por ciento de los negocios encuestados no solicitó crédito durante 2019.

4 Esta encuesta cubre los negocios del área urbana y constituye un insumo para las cuentas nacionales

las dificultades para pagar a futuro, dada la variación de sus ingresos.

En el contexto actual, la cartera en mora y en riesgo se ha disparado en el sistema financiero. De acuerdo con FUNIDES (2019) en su informe de coyuntura, el indicador de cartera en riesgo a cartera bruta pasó de alrededor de un promedio estable de 2.7 por ciento para el periodo enero 2017-abril de 2018 a 11.2 por ciento en octubre de 2019. En el sector de microfinanzas estos indicadores también se han visto afectados; el índice de morosidad de la cartera bruta de crédito alcanza 11.6 por ciento a septiembre 2019 (5% en el primer trimestre 2018) (FUNIDES, 2019) y la razón cartera de riesgo sobre cartera bruta es de 18.2 por ciento (aproximadamente 7 % en los primeros tres meses de 2018). Para tener un aproximado de la situación del sector, se consultó a las y los encuestados si los negocios han tenido problemas para hacer frente al pago de obligaciones. Al respecto, el 16.5 por ciento de los negocios tuvo que reestructurar deudas con instituciones financieras entre el segundo semestre de 2018 y el primer semestre de 2019; de estos, el 68.8 por ciento de los negocios son propiedad de mujeres.

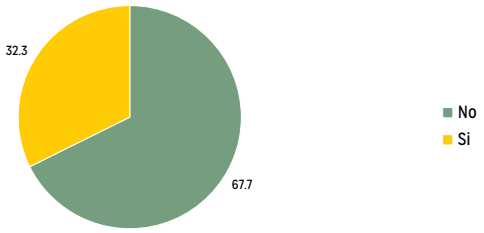
¿Reestructuró deudas con instituciones financieras durante el segundo semestre de 2018 y el primer semestre de 2019?
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Por otra parte, el 32.3 por ciento de los negocios señala que tuvo dificultades para hacer frente al pago de otras obligaciones con proveedores o instituciones públicas durante 2019; de estos, el 59.4 por ciento de los negocios es propiedad de mujeres. En cuanto a las dificultades, cuando se les preguntó acerca de deudas acumuladas, estas se distribuyen principalmente entre: proveedores (46.9%), liquidación de trabajadores (34.4%) y servicios básicos (34.4%).

¿Ha tenido dificultades para hacer frente al pago de otras obligaciones?
Porcentaje



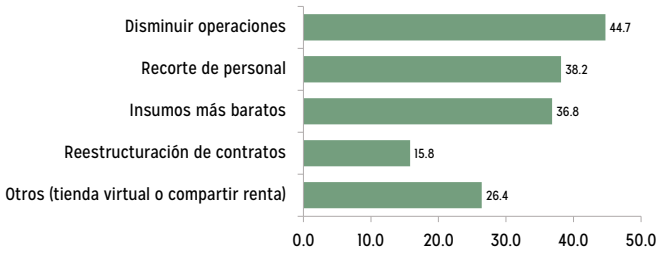
Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

4.5 Estrategias de resiliencia

En medio de un entorno más difícil para hacer negocios, las empresas realizaron ajustes para adaptarse a la situación. En este sentido, el 76.8 por ciento de los negocios encuestados señaló que modificaron la dinámica del negocio para sobrellevar la situación que enfrenta el país y utilizaron diferentes estrategias de adaptación con el propósito de reducir el margen de pérdidas o los gastos, entre otras cosas. En este apartado, estas estrategias se dividen entre, estrategias de ahorro que permiten reducir gastos y estrategias de ventas a través de distintos factores tales como publicidad.

Las principales estrategias de ahorro utilizadas por las empresas encuestadas son: disminuir operaciones (44.7%)[5], recorte de personal (38.2%), utilizar insumos más baratos (36.8%) y reestructuración de contrato con trabajadores (15.8%).

Estrategias de ahorro implementadas por los negocios durante 2019
Porcentaje

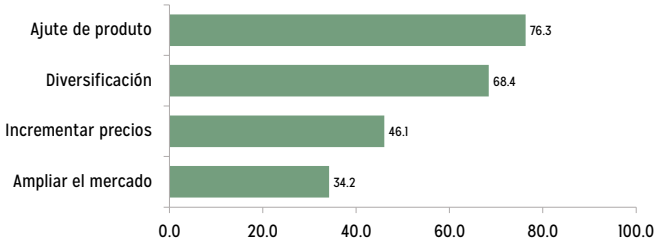


Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

5 En promedio tuvieron que disminuirlas en un 35 por ciento.

Mientras tanto, entre las estrategias de venta implementadas por los negocios, el 76.3 por ciento indica que ajustó su producto, lo cual implica cambiar el pesaje del pan o hacerlos más pequeños; el 68.4 por ciento diversificó su producto; el 46.1 por ciento incrementó precios y el 34.2 amplió su mercado.

Estrategias de venta y diversificación implementadas por los negocios durante 2019
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

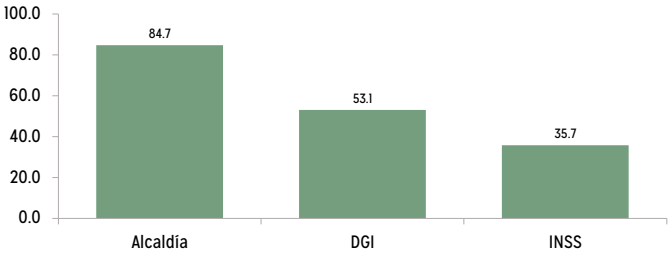
Las estrategias utilizadas le ayudaron al 79.7 por ciento de los negocios encuestados a mantener el balance entre ingresos y gastos y el 14.9 por ciento logró aumentar el margen de ganancias; entre quienes lograron incrementar el margen de ganancia, lo hicieron, en promedio, en un 34 por ciento.

Teniendo en cuenta que la mayoría de los negocios estaban cubriendo sus gastos al momento de la entrevista, el 64.3 por ciento espera continuar operando con normalidad y el 26.5 por ciento incrementará sus operaciones. De los 99 negocios encuestados, 4 señalaron que cerrarán operaciones en los próximos meses, de los cuales 3 son propiedad de mujeres y dos de ellos se encuentran ubicados en Masaya.

4.6 Impuestos y reformas

Respecto a la formalidad, el 84.7 por ciento de los negocios se encontraban registrados en la alcaldía, el 53.1 por ciento en la Dirección General de Ingresos (DGI) y el 35.7 por ciento en el INSS. Por otro lado, de las panaderías que afirmaron no estar registradas en las diferentes instituciones, el 8.1 por ciento estuvo registrada alguna vez en el INSS en los últimos cuatro años, el 20.0 por ciento en la Alcaldía y el 8.7 por ciento en la DGI.

¿Se encuentra registrado en alguna de estas instituciones?
Porcentaje



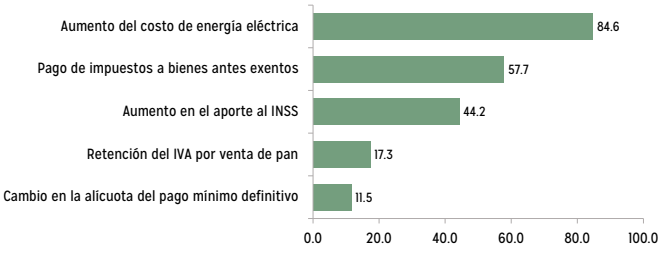
Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

En cuanto al régimen de impuestos al que están inscritos las panaderías, el 88.7 por ciento es cuota fija, lo cual es similar a los resultados encontrados por Huelva, Pacheco & Ramírez (2017)[6], en el cual alrededor del 89.0 por ciento de los negocios se encontraba bajo el régimen de cuota fija, lo que se relaciona con el tipo de contabilidad que llevan, siendo ésta una contabilidad informal para más del 70.0 por ciento de los negocios en ambos estudios.

Por otro lado, de los negocios registrados en la DGI, el 49.1 por ciento tuvo dificultades para pagar sus obligaciones tributarias en 2019. Además, aumentaron los costos productivos u operativos para el 88.7 por ciento de estos negocios (que están registrados en la DGI) durante 2019; y en promedio, este aumento fue de 23.5 por ciento.

Los negocios formales, es decir aquellos inscritos en la DGI, fueron afectados por algunas de las medidas siguientes: aumento del costo de la energía eléctrica (84.6%), pago de impuestos a bienes que adquieren para el negocio que antes estaban exentos (57.7%) y el aumento en el aporte al INSS (44.2%).

Medidas que han afectado a los negocios inscritos en la DGI
Porcentaje



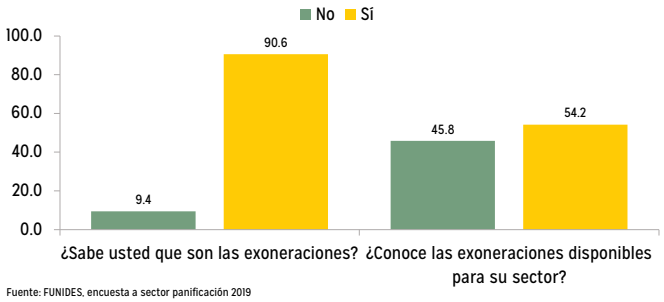
Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

6 Estudio sobre obstáculos que enfrentan las mujeres para acceder a beneficios fiscales.

4.7 Uso de exoneraciones

En cuanto a beneficios fiscales, el 90.6 por ciento de las personas encuestadas con negocios inscritos a la DGI conocía que son las exoneraciones; sin embargo, de estos, solo el 54.2 por ciento conocía las exoneraciones disponibles para su sector. Cabe destacar que, la cantidad de personas con conocimiento sobre los bienes exonerados en su sector en 2019 es menor que en 2017, cuando el 79.4 por ciento de los encuestados dijo que tenía conocimiento sobre estos bienes (Huelva, Pacheco & Ramírez., 2017).

Nivel de conocimiento sobre las exoneraciones
Porcentaje

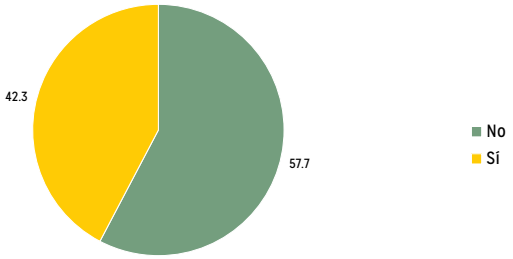


Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

En cuanto al conocimiento sobre exoneraciones según el sexo del propietario de los negocios encuestados, el 86.2 por ciento de negocios que tiene como propietarios hombres o mixtos tiene conocimiento sobre exoneraciones y el 52.0 por ciento conoce las exoneraciones disponibles para su sector. En el caso de los negocios propiedad solo de mujeres, el 95.8 por ciento sabe que son las exoneraciones y el 56.5 por ciento conoce las exoneraciones para su sector.

Pese a que la mayoría de encuestados tiene conocimiento sobre exoneraciones y, en general, el 54.2 por ciento conoce las exoneraciones disponibles para su sector, el 57.7 por ciento de los encuestados no las utiliza.

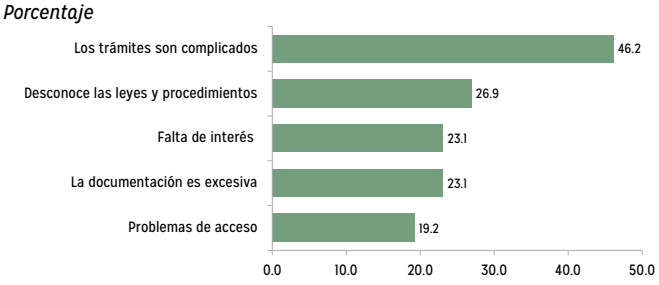
Negocios que utilizaron exoneraciones durante 2019
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Entre las principales razones para no utilizar exoneraciones, se encuentra que el 46.2 por ciento consideraba que los trámites son complicados, el 26.9 por ciento desconocía las leyes y procedimientos, seguido por la documentación es excesiva y tiene falta de interés.

¿Qué factores inciden en que no utilice exoneraciones?
Porcentaje



Fuente: FUNIDES, encuesta a sector panificación 2019

Por otra parte, del 57.7 por ciento de las personas con negocios inscritos en la DGI que no utilizó exoneraciones durante 2019, el 53.3 por ciento lo hacía 12 meses antes. Entre los factores que influyeron para que las personas dejaran de acceder a las exoneraciones se encuentra que los trámites son complicados[7]; ha perdido el interés en las exoneraciones y en algunos casos la razón es que obtienen pocas ganancias[8].

7 Esto en el sentido de exceso de documentación y desconocimiento de leyes.

8 Ganancias o ahorros no eran tangibles.

¿Para qué utilizan las exoneraciones los negocios encuestados?

Del 42.3 por ciento de los negocios encuestados que afirmaron utilizar exoneraciones en 2019, el 63.6 por ciento son negocios propiedad de mujeres. Entre los principales bienes que exoneran los negocios se encuentran: margarina, gas, polvo para hornear, bolsas y saborizantes. Los bienes mencionados anteriormente, son similares a la lista de principales bienes exonerados en 2017 (Hueva, Pacheco & Ramírez, 2017)[9].

De acuerdo con las personas encuestadas en 2019, el ahorro obtenido con el uso de las exoneraciones les permite: adquirir maquinas, comprar otros insumos o cubrir otros gastos y mantener precios. Estos resultados son similares a los encontrados en 2017.

Las personas encuestadas consideran que una eliminación de las exoneraciones se traduciría en aumento en los costos y precios de ventas. También consideran que su competitividad podría verse afectada y que tendrían que ajustar la compra de insumos.

En general se observa una reducción del uso de exoneraciones en 2019 entre los negocios encuestados, a la vez que para más empresas se está dificultando el pago de obligaciones tributarias. Esto puede incidir en un incremento en los niveles de informalidad en el sector.

9 En el estudio sobre obstáculos que enfrentan las mujeres para acceder a beneficios fiscales, se encontró que para que las panaderías sean visitadas por distribuidores, los pedidos deben ser de grandes volúmenes.

Conclusiones y recomendaciones

- Producto de la crisis, los negocios encuestados redujeron su tamaño. La contracción económica ha profundizado ciertas debilidades del sector, contribuyendo a un incremento de la informalidad empresarial.

- Se ha modificado la participación de las mujeres en las diferentes categorías de trabajadores (permanentes, temporales y familiares) dentro del sector de panificación. Particularmente se observa un incremento en la cantidad de mujeres trabajadoras familiares a partir de diciembre de 2018. Este tipo de empleo no cuenta con los mismos beneficios que un empleo formal (pago de aguinaldo y vacaciones).

- La mayor parte de los negocios encuestados no lleva contabilidad formal; esto puede incidir en el desconocimiento de la estructura de costos que le permita ajustar correctamente sus precios de venta. Entre los negocios propiedad de mujeres es mayor la proporción que no lleva cuentas en comparación con los negocios propiedad de hombres, lo cual ya ha sido identificado en investigaciones previas.

- Los negocios están trabajando frente a una dinámica compleja de aumento de gastos y caída en los niveles de ventas, lo cual tiene diversas implicaciones para ellos. Por ejemplo, la proporción de los negocios propiedad de mujeres donde se ha reestructurado deudas con instituciones financieras es de 16.5 por ciento y el 32.3 por ciento enfrentó dificultades para hacer frente al pago de otras obligaciones principalmente con proveedores.

- Se observa poco interés en solicitar financiamiento. Particularmente, las personas encuestadas en los negocios propiedad de mujeres indican que no solicitan crédito porque no pueden asumir nuevas deudas.

- Aproximadamente la mitad de los negocios formales encuestados está teniendo dificultades para hacer frente al pago de sus obligaciones tributarias.

- Las principales estrategias de resiliencia implementadas por las organizaciones son: disminuir operaciones, recorte de personal, utilizar insumos más baratos y reestructuración de contrato con trabajadores. Mientras tanto, entre las estrategias de venta implementadas por los negocios predomina el ajuste de su producto, lo cual implica cambiar el pesaje del pan o hacerlos más pequeños; diversificación de producto y ampliar su mercado. Con estas medidas, los negocios están, principalmente, manteniendo un balance entre ingresos y gastos. Futuros incrementos en las estructuras de costos, presionaría a los negocios a implementar más medidas de ajustes.

Como parte de las recomendaciones que se desprenden del estudio se encuentran[1]:

- Implementar programas de capacitación en cómo llevar las cuentas del negocio, atendiendo de manera especial a mujeres emprendedoras para apoyar a la sostenibilidad de sus iniciativas de negocio.

- Para los negocios formales, implementar capacitaciones en el uso de la Ventanilla Electrónica Tributaria, así como formas para realizar arreglos de pago con la DGI y uso del sistema para solicitar las exoneraciones.

1 Estas recomendaciones están siendo discutidas con grupos clave para su validación y retroalimentación.

Esto va en línea con mejoras en la forma de llevar las cuentas en los negocios, que les permita tener mayor certeza sobre sus proyecciones de venta y gastos.

- → Establecer alianzas con el sector de las microfinanzas para implementar campañas de comunicación sobre la forma en que las mujeres pueden acercarse a las instituciones para reestructurar sus préstamos. El sector de microfinanzas debe acercarse a sus clientas para identificar cómo han evolucionado sus necesidades de financiamiento y capacidad de pago.

- → Capacitación sobre estrategias para diversificar sus productos y sus mercados, incluyendo el uso que se le puede dar a las redes sociales y medios tecnológicos.

- → Realizar una campaña de comunicación sobre medidas de eficiencia energética que contribuya a la reducción de los gastos en las empresas.