



NO *hagas* negocios SIN ELLA™

BUSINESS
CLASS

INDICADOR GLOBAL DE GASTO EMPRESARIAL DE AMERICAN EXPRESS



En asociación con el
Centro de Investigación
Económica y Empresarial
(CEBR por sus siglas en inglés)

INTRODUCCIÓN

Para nadie es un secreto que la pandemia modificó profundamente los hábitos de gasto. Esta transformación no solo afectó a las personas en el ámbito individual, sino también a las Empresas y Negocios de todo el mundo. Factores como el trabajo a distancia, el comercio electrónico y la digitalización de procesos, impulsados fuertemente por la emergencia sanitaria, están configurando un nuevo panorama en los gastos Empresa a Empresa (B2B).

En este contexto, presentamos los resultados del **Indicador Global de Gasto Empresarial de American Express** (GBSI por sus siglas en inglés), un estudio global de negocios realizado en asociación con el Centro de Investigación Económica y Empresarial (CEBR por sus siglas en inglés), consultora líder especializada en el análisis y pronóstico económico. El GBSI, basado en una encuesta a más de 3,600 Empresas de todos los tamaños y en todas las industrias en el Reino Unido, Australia, Canadá, Japón, México y Estados Unidos, pretende reflejar la situación actual por la que pasan las organizaciones en materia de gasto e inversión y las perspectivas que tienen para la recuperación de sus respectivos sectores. Estos datos pueden servir para identificar tendencias, prever dónde aumentará o disminuirá el gasto empresarial y diseñar nuevas estrategias que ayuden a las Empresas y Negocios a obtener mejores resultados en el futuro próximo.



Tendencias de gasto B2B

De acuerdo con el GBSI, 83% de las Empresas encuestadas en México se mostraron optimistas sobre sus perspectivas en lo que respecta al gasto B2B. Los participantes predicen que, durante el segundo trimestre del 2021, este rubro será, en promedio, 1.1% más alto en comparación con el mismo periodo del año pasado, cuando la pandemia comenzó a generar afectaciones. Esto significa un estimado adicional de \$1,870 millones de dólares en gasto B2B en México.





















































Para este informe, el gasto B2B se clasifica como los bienes y servicios que una compañía compra a otra Empresa para mantener su negocio en funcionamiento. El estudio incluyó nueve categorías de gasto B2B y tres categorías adicionales (impuestos, personas/fuerza laboral y viajes, entretenimiento y gastos) para obtener una visión amplia de la dinámica y el impacto del gasto empresarial general.



American Express encuestó a más de 500 tomadores de decisiones de alto nivel en México sobre cómo han cambiado los hábitos de gasto en sus negocios.

A la derecha hemos mapeado el gasto empresarial, de acuerdo con lo reportado por las empresas encuestadas en México, año a año entre Q1 2020 y Q1 2021, así como cuarto a cuarto entre Q4 2020 a Q1 2021 y el cambio previsto en el gasto empresarial para Q1 2021 y Q2 2021.



Categoría de gasto	Cambio reportado año con año Q1 2020 a Q1 2021*	Mirando hacia atrás: Cambio reportado Q4 2020 A Q1	Viendo hacia adelante: Cambio previsto Q1 2021 a Q2 2021***
B2B categorías de gasto			
Publicidad, ventas y mercadotecnia 	 +3.9%	 +7.3%	 +3.9%
Construcción, mantenimiento o instalación 	 -0.2%	 +7.1%	 +0.1%
Negocios y servicios profesionales 	 +1.6%	 +4.9%	 +1.7%
Inversiones de capital y gastos operativos 	 +1.7%	 +5.8%	 +1.8%
Servicios financieros, por ejemplo, seguros, intermediación, tasas de cambio de divisas 	 +2.0%	 +5.4%	 +2.9%
Productos terminados, por ejemplo, ropa, productos alimenticios 	 +0.2%	 +5.6%	 +0.5%
Materias primas o procesadas, por ejemplo productos químicos, metales, madera, 	 +4.1%	 +6.7%	 +4.1%
Tecnología 	 +2.4%	 +7.7%	 +2.7%
Servicios 	 +3.5%	 +6.5%	 +4.1%
Total Gasto B2B 	 +0.7%	 +5.1%	 +1.1
Otras categorías de gasto empresarial			
Personas/fuerza de trabajo 	 +0.7%	 +4.2%	 +1.2%
Impuestos y licencias 	 +5.1%	 +7.3%	 +3.8%
Viajes, entretenimiento y gastos 	 -2.8%	 +8.2%	 -0.8%

* Cambio reportado por los encuestados en México entre el primer trimestre de 2020 (enero, febrero y marzo) y el primer trimestre de 2021 (enero, febrero y marzo)

** Cambio reportado por los encuestados en México entre el cuarto trimestre de 2020 (octubre, noviembre y diciembre) y el primer trimestre de 2021 (enero, febrero y marzo)

*** Cambio previsto por los encuestados en México entre el primer trimestre de 2021 (enero, febrero y marzo) y el segundo trimestre de 2021 (abril, mayo y junio)

INSIGHTS

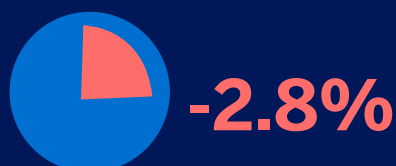
1 Cambio en los hábitos de gasto

Los hallazgos del **Indicador Global de Gasto Empresarial** muestran que ha habido un cambio no solo en cuánto gastan los Negocios, sino también en dónde gastan. Lo primero se debe a que las Empresas han adoptado un enfoque cauteloso hacia el gasto durante los últimos meses; lo segundo, a la necesidad de adaptarse al cierre de actividades presenciales, las restricciones y la interrupción de la cadena de suministro.

Como resultado, se registró una disminución en gastos de viaje, representación y entretenimiento, mientras rubros como tecnología y publicidad, necesarios para adaptarse a la nueva normalidad, registraron un crecimiento. Por otro lado, el crecimiento del gasto en materias primas puede deberse al aumento de los precios provocado por la pandemia.

Los rubros de gasto B2B han cambiado como respuesta a la nueva normalidad

Comparado con el Q1 de 2020, así fue el gasto de las Empresas mexicanas en el Q1 de 2021*:



En viajes, representación
y entretenimiento



En publicidad, ventas
y marketing



En materias primas
o procesadas

*Todos los porcentajes son promedios

Actualmente, la paulatina reactivación económica ha creado un ambiente de confianza renovada que se refleja en el gasto empresarial. Las compañías mexicanas prevén que, en comparación con el Q2 de 2020, su gasto B2B en el Q2 de 2021 será 1.1% mayor en promedio, lo cual equivale a un estimado de \$1.87 billones de dólares adicionales.

Entre las categorías más beneficiadas por este aumento se encuentran aquellas relacionadas con la reapertura de actividades presenciales, como el gasto en servicios ligados al uso de oficinas, que se proyecta sea 4.2% mayor en el Q2 de 2021 de lo que fue en el Q2 de 2020, y los gastos de viaje, representación y entretenimiento, que aunque se mantienen por debajo de su nivel pre-pandemia, se han elevado un 8.2% entre el Q4 de 2020 y el Q1 de 2021.



El nivel de gasto B2B se viene elevando de manera sostenida

Desde el inicio de 2021, el aumento promedio del gasto empresarial ha crecido*:



**5.1% del Q4 de
2020 al Q1 de 2021**



**1.1% estimado entre
el Q1 y el Q2 de 2021**

*Todos los porcentajes son promedios



2 Precaución y planes de crecimiento

El duro impacto que tuvo la pandemia sobre los ingresos y el flujo de efectivo de las Empresas ha provocado que éstas continúen siendo precavidas en cuanto a sus gastos. En retrospectiva, 90% de las compañías mexicanas reportó haber tenido algún problema de flujo de efectivo en los últimos doce meses; en promedio, sus ingresos disminuyeron 7.7% si se compara el Q1 de 2020 con el Q1 de 2021. Mirando hacia el segundo trimestre de 2021, las Empresas encuestadas pronostican que sus gastos B2B aumentarán 1.1% en comparación con el mismo periodo del año anterior; sin embargo, este incremento se encuentra ligeramente por debajo del promedio global, que es de 1.5%. Por otro lado, 40% de las Empresas mexicanas espera que su gasto no aumente y se mantenga en el mismo nivel que tenía en el Q2 de 2020.

A pesar de este escenario en el que todavía hay mucha precaución, hay signos que indican que las Empresas mexicanas tienen planes de crecimiento para este año. Estos planes están en consonancia con el escenario post-pandemia al que deben enfrentarse, como lo refleja el aumento esperado en ciertas categorías de gasto que tienen que ver con el desarrollo de un nuevo modelo de negocio. Por ejemplo, entre el Q4 de 2020 y el Q2 de 2021, el gasto en tecnología para e-commerce está en camino de aumentar, en promedio, 11.4%, mientras la proyección de crecimiento para el gasto en tecnología para la automatización es de 10%.



Las Empresas mexicanas tienen planes de crecimiento para el próximo año

Entre los objetivos más importantes de las compañías participantes en el estudio se encuentran*:



41%

Satisfacer mejor las necesidades del cliente o ampliar las relaciones con clientes existentes



33%

Cerrar nuevos negocios o captar nuevos clientes



31%

Mantenerse competitivas

*Todos los porcentajes son promedios

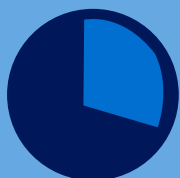
3 Pago a proveedores

Existen dos prioridades claves para las Empresas en esta etapa de reactivación económica: la flexibilidad y la simplificación. Esto se refleja en la manera en que las compañías mexicanas perciben la relación con sus proveedores: para 78% de ellas, las condiciones de pago son muy importantes al evaluar y elegir proveedores, y 38% reporta que este aspecto ha cobrado mayor relevancia debido a la pandemia. Asimismo, 74% de las Empresas mexicanas considera la flexibilidad en las condiciones de pago como un factor de peso para seleccionar proveedores, y para 46% este aspecto se ha vuelto más relevante en la pandemia.



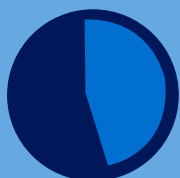
Las Empresas mexicanas buscan flexibilizar y simplificar su red de proveedores

Durante los últimos doce meses, de las Empresas mexicanas encuestadas*:



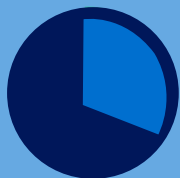
27%

ha simplificado su red de proveedores



45%

ha elegido proveedores con condiciones de pago más flexibles



30%

ha evitado compromisos a largo plazo para hacer compras con proveedores específicos



42%

ha buscado productos y proveedores con menores precios



Un aspecto fundamental para lograr la flexibilidad y la simplificación que las Empresas están buscando es la automatización de pagos. En promedio, las Empresas mexicanas esperan que su uso de dinero en efectivo disminuya 9.7%, y la pandemia parece haber acelerado la adopción de los pagos electrónicos.



Las Empresas están buscando la tecnología como apoyo para los pagos B2B

Durante los últimos doce meses, de las Empresas mexicanas encuestadas*:



41%

ha automatizado casi totalmente o totalmente el proceso de recibir pagos B2B



74%

planea emprender o continuar la automatización



41%

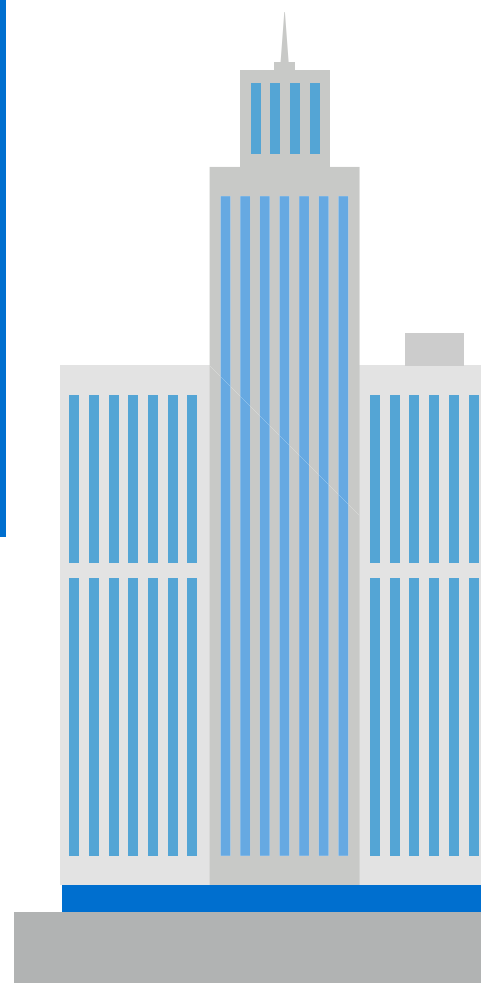
ha automatizado casi totalmente o totalmente el proceso de hacer pagos B2B



73%

planea emprender o continuar la automatización

Con una mayor automatización, las Empresas del país pueden reducir enormemente su dependencia de los métodos de pago manuales, tales como la emisión y el envío de cheques físicos, que son métodos costosos, difíciles de rastrear y sujetos a errores humanos.



METODOLOGÍA

El **Global Business Spend Indicator de American Express (GBSI)** utiliza los datos de encuestas de más de 3,600 Empresas en Australia, Canadá, Japón, México, el Reino Unido y los EE. UU. En cada país, un número similar de comerciantes individuales, microempresas (con 1 a 9 empleados), pequeñas Empresas (con 10 a 49 empleados), Empresas medianas (con 50 a 249 empleados) y grandes Empresas (con más de 250 empleados) ha sido encuestado, lo cual proporciona una visión holística de la diversidad de perspectivas y experiencias que existen dentro de la población empresarial.

Las categorías de gasto B2B incluyen: materias primas o procesadas; inversiones de capital y gastos operativos; tecnología; edificación, construcción, mantenimiento e instalación; productos terminados; publicidad, ventas y marketing; servicios profesionales y comerciales; utilidades; servicios financieros. Las categorías más amplias de gastos comerciales incluyen: impuestos y licencias; viajes, entretenimiento y gastos; personas/mano de obra.

La encuesta que sustenta esta edición del GBSI fue realizada por Opinium Research entre el 18 de marzo y el 12 de abril de 2021. La muestra está compuesta por tomadores de decisiones con responsabilidad sobre al menos tres categorías de gasto. En este informe, el primer trimestre se refiere a los primeros tres meses del año calendario (enero, febrero y marzo); el segundo trimestre se refiere a abril, mayo y junio; el cuarto trimestre se refiere a octubre, noviembre y diciembre. La muestra comprendió 1044 encuestados en los EE. UU., 528 en Australia, 515 en Canadá, 516 en Japón, 544 en México y 537 en Reino Unido. A un nivel de confianza del 95%, esto equivale a un margen de error del 3% para la muestra de EE. UU., y un margen de error del 4% para Australia, Canadá, Japón, México y el Reino Unido.

Las estimaciones del cambio en dólares en el gasto en los seis países se calculan en función de la proporción del gasto total que representa cada categoría entre las empresas de la encuesta junto con el cambio promedio en el gasto informado. Los niveles de referencia del gasto empresarial se estiman utilizando los últimos datos disponibles de las cuentas nacionales sobre consumo intermedio, formación bruta de capital fijo y compensación de los empleados, con cifras para 2020 calculadas sobre la base del supuesto de que los cambios en el gasto empresarial en cada país son proporcionales al PIB.



BUSINESS
CLASS



NO
hagas negocios
SIN ELLA™

Acerca de American Express

American Express es una Compañía Global de Pagos Integrados que ofrece productos, ideas y experiencias que enriquecen la vida de sus Clientes y contribuyen al éxito empresarial.

Para conocer más visite www.americanexpress.com/mexico o síguenos en www.facebook.com/americanexpressmexico y www.youtube.com/americanexpressmx.

Los enlaces principales a nuestros productos, servicios e información sobre la Compañía son: Tarjetas de Servicio, Tarjetas Corporativas, programa de lealtad PAYBACK, Viajes, Viajes de Negocio, Programas de Recompensas y Responsabilidad Corporativa.

Acerca del Centro de Investigación Económica y Empresarial (Centre for Economics and Business Research)

El Centro de Investigación Económica y Empresarial es una consultora independiente que se encarga de ofrecer asesoría empresarial sólida basada en una investigación exhaustiva y profunda. Desde 1992, el Centro ha estado a la vanguardia de la investigación empresarial y de interés público. Proporcionan análisis, previsiones y asesoramiento estratégico a las principales empresas multinacionales y del Reino Unido, instituciones financieras, departamentos y agencias gubernamentales y organismos comerciales. Para obtener más información sobre el centro, visita www.cebr.com.