



**Análisis de los efectos económicos y
productivos generados por la
pandemia en el sector**

MODAS

(confección de vestido, calzado y joyería)

Elaborado por:

Equipo de Investigación del Módulo 6.

Plataforma Economía de Jalisco. Acción contra la recesión global.

Dra. Angélica Basulto Castillo - Responsable del módulo 6

Profesora-Investigadora del Departamento de Estudios Regionales

INESER. SNI Nivel I

abasulto@cucea.udg.mx

Mtro. Javier Medina Ortega - Investigador

Profesor-Investigador del Departamento de Estudios

Regionales INESER

jmedina@cucea.udg.mx

Asistentes de investigación:

Dra. Laura Victoria Rodríguez-Zaragoza

Profesora-Investigadora del Departamento de Economía.

lvictoria.rodriguez@cucea.udg.mx

Arq. Claudia Cristina Medina B.

cristy.mdn@gmail.com



El presente documento muestra los resultados relacionados con el sector Modas del estado de Jalisco, integrado por empresas fabricantes de prendas de vestir, calzado y joyería, que participaron en la encuesta titulada: **“Análisis de los efectos económicos y productivos generados por la pandemia en los sectores muebles, moda y restaurantes de Jalisco”**.

En dicho estudio participaron 27 empresas del sector Modas.

El cuestionario fue aplicado en el lapso de enero-julio del año 2022 por el equipo de investigación del módulo 6S de la Plataforma Economía de Jalisco: Acción contra la recesión global.



El cuestionario aplicado a las empresas fue diseñado a partir de una matriz de análisis integrada por 12 dimensiones.

Cada una de las dimensiones se compone de un conjunto de variables relacionadas entre sí, con la intención de obtener información clara y precisa relacionada con el impacto que ha generado la crisis pandémica a empresas del sector Modas en Jalisco.

DIMENSIONES DE ANÁLISIS

Perfil de la empresa

Perfil del empresario

Cadena productiva

Situación que enfrenta el
negocio ante el COVID-19

Producción

Ventas y beneficios

Empleo

Condiciones laborales

Situación financiera

Planes de reestructuración
y nuevas oportunidades

Apoyo del gobierno

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



SECTOR MODAS





1. PERFIL DE LA EMPRESA

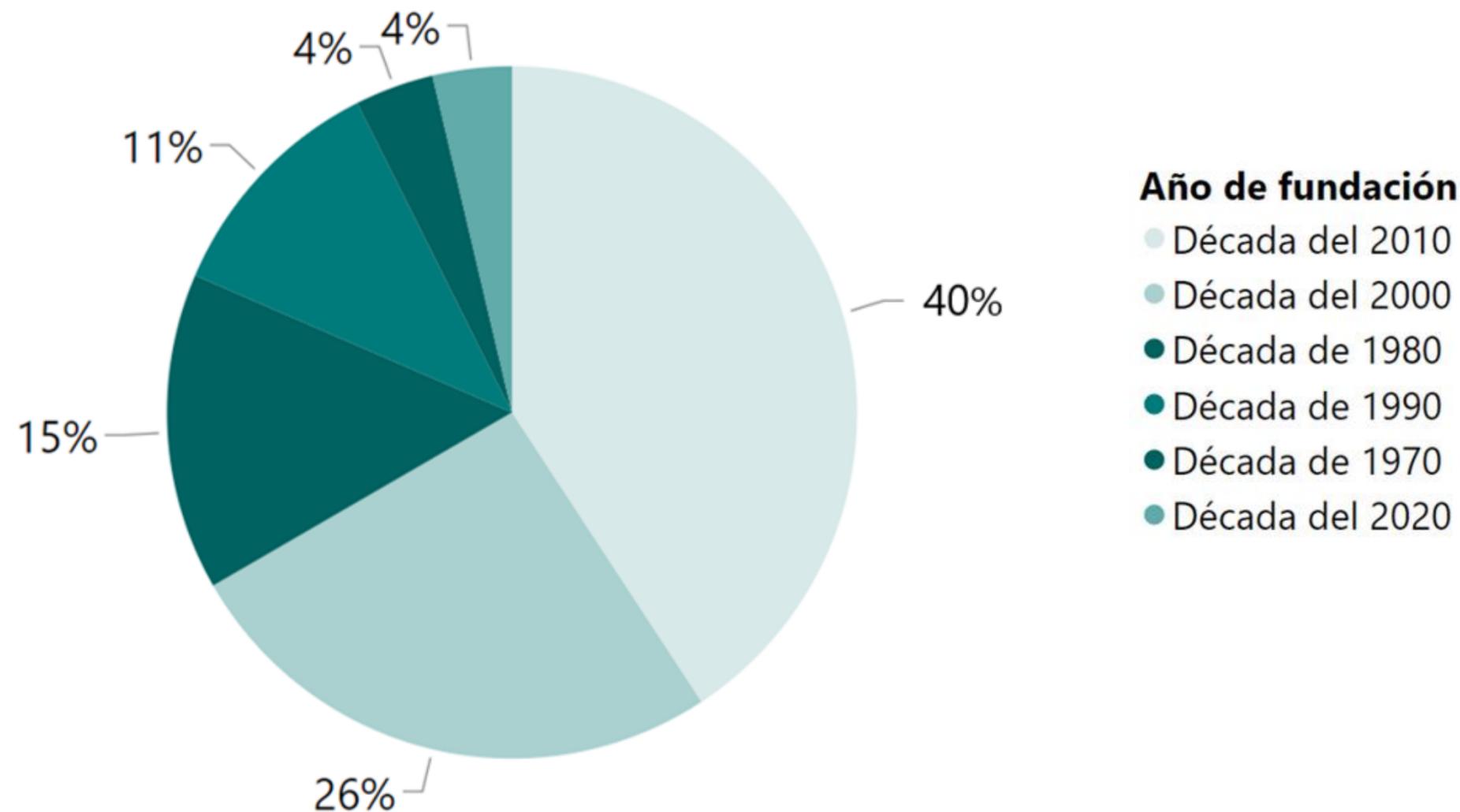
En esta dimensión se presentan algunas variables relacionadas con las características generales de las empresas del sector Modas, que participaron en el estudio, tales como antigüedad y tamaño de la empresa.

AÑO DE FUNDACIÓN DE LAS EMPRESAS

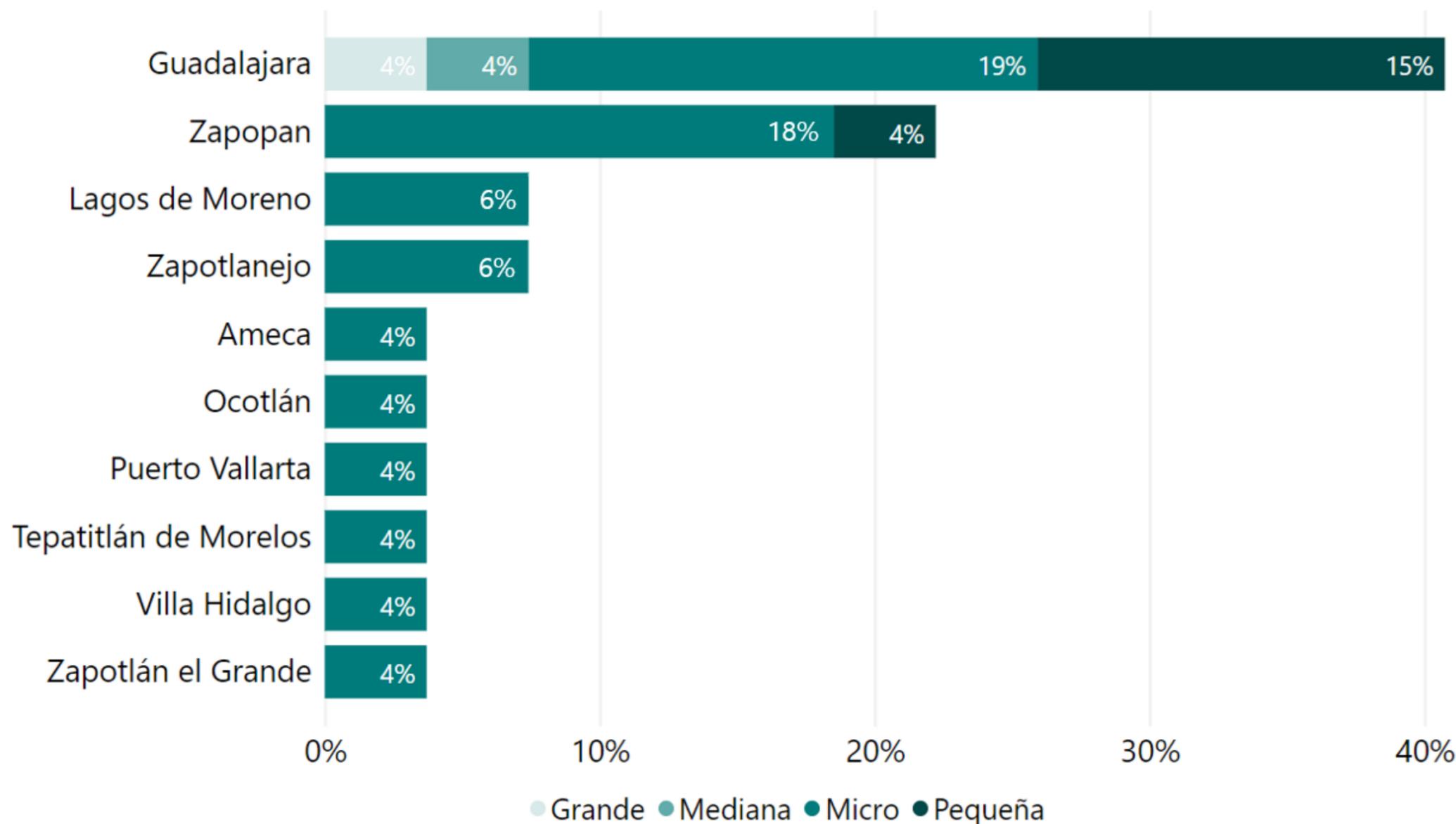
Del grupo de empresas que participaron en el estudio, fue posible identificar que el mayor porcentaje son de reciente creación, es decir, se fundaron en la década del 2010 (40%). Dentro de este conjunto de empresas jóvenes también destaca la participación de un grupo que se crearon precisamente a partir del 2020 (4%), en la época más álgida de la pandemia.

Otro porcentaje importante de empresas se fundaron en la primera década del presente siglo (26%).

Por otra parte, destaca la participación de empresas con una amplia trayectoria en el mercado, cuya antigüedad es superior a los 30 años (30%).



TAMAÑO DE LAS EMPRESAS SEGÚN MUNICIPIO



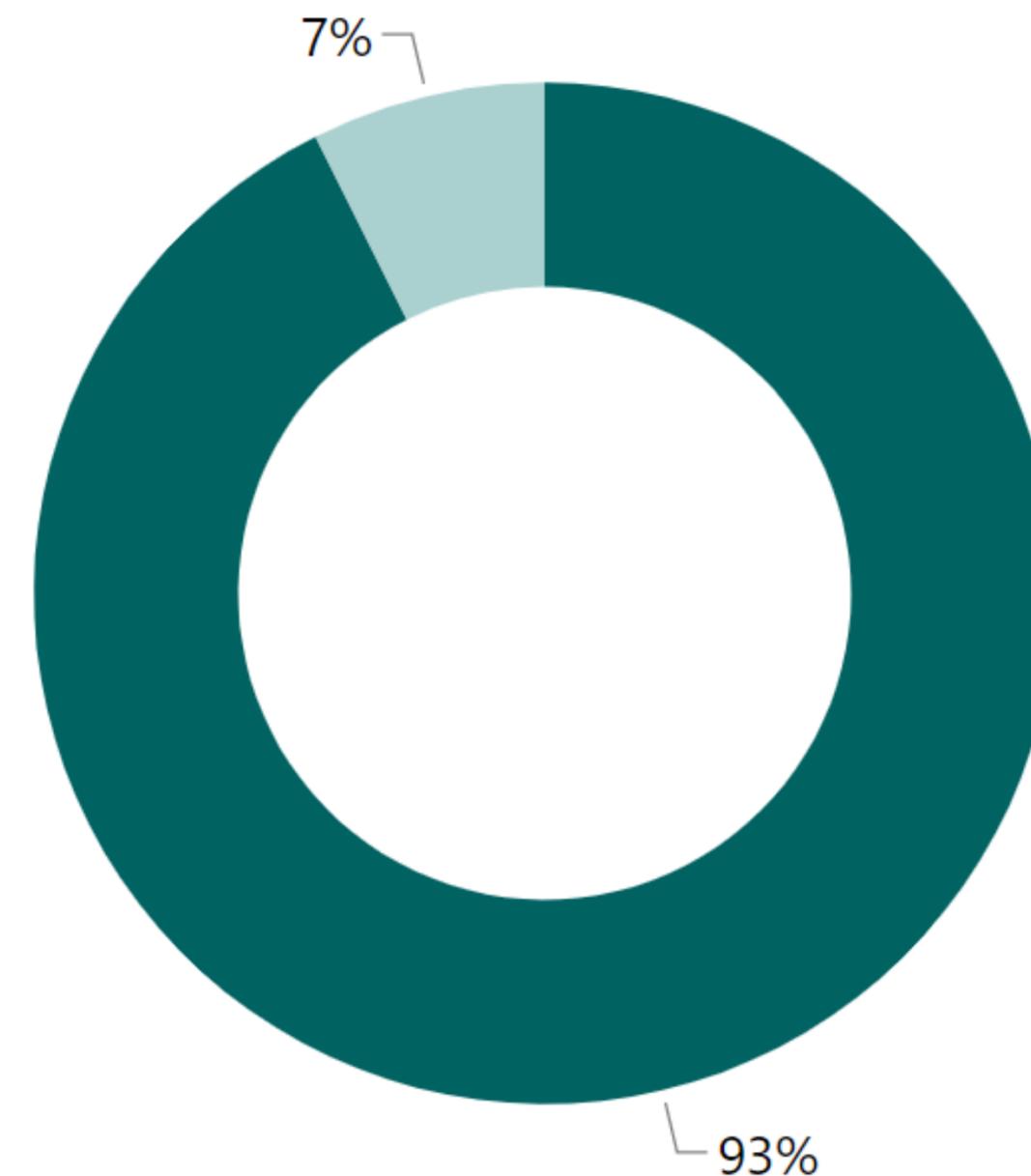
Las empresas que participaron en el estudio se ubican en 10 municipios del estado de Jalisco, destacando las que se localizan en Guadalajara (42%), Zapopan (22%), Zapotlanejo (6%) y Lagos de Moreno (6%).

En general, las empresas que mayor participación tuvieron fueron las de tamaño micro. No obstante, también se obtuvo respuesta de empresas grandes (4%) ubicadas en el municipio de Guadalajara.

ORIGEN DEL CAPITAL

El 93% de las empresas que participaron en el estudio son de origen nacional.

Mientras que solamente el 7% señalaron que el origen de su capital es una coinversión de origen nacional y extranjero.



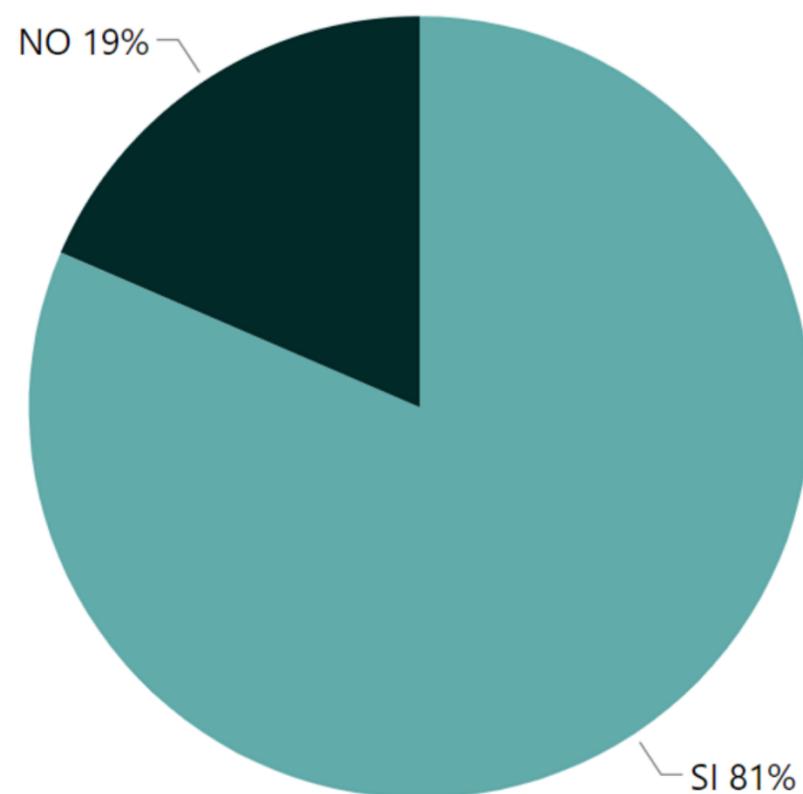
● Nacional ● Coinversión nacional-extranjero

2. PERFIL DEL EMPRESARIO

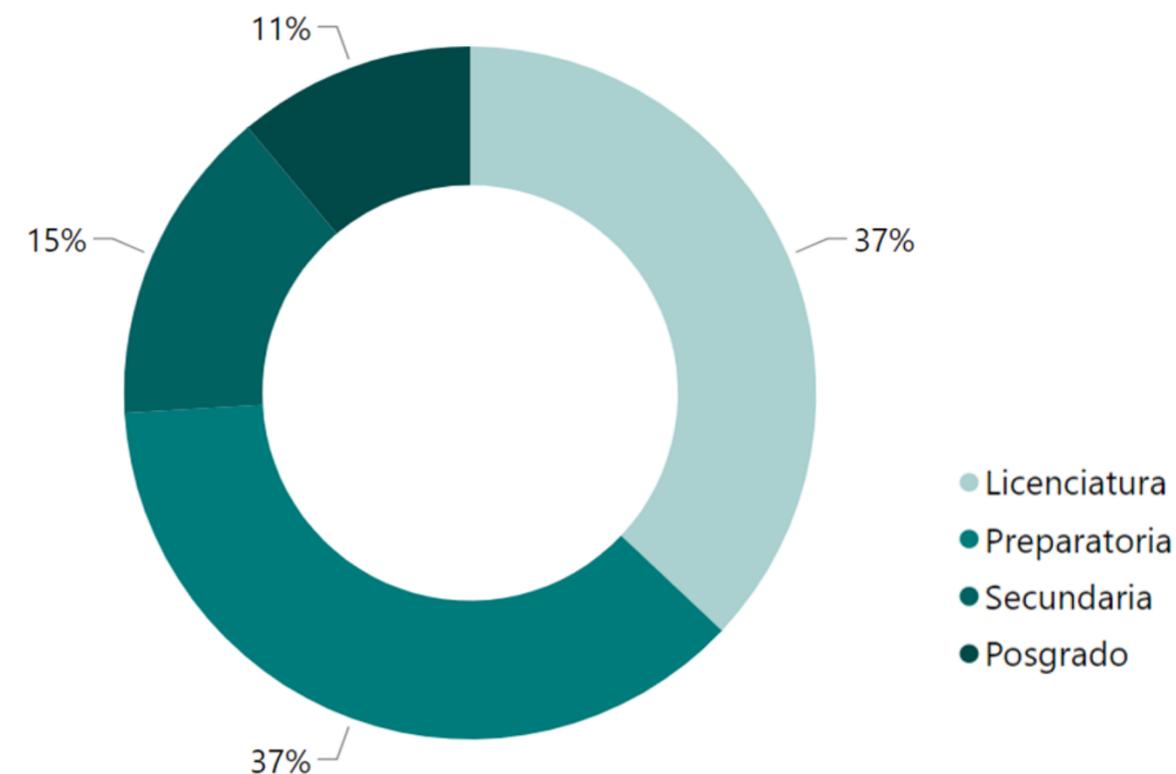
En esta dimensión se presentan las principales características de los propietarios/directivos de las empresas del sector Modas que participaron en el estudio.



NIVEL EDUCATIVO DE LOS PROPIETARIOS



De las empresas que participaron en la encuesta, en mayor medida la información fue proporcionada por el propietario (81%). Solamente en el 19% de los negocios la respuesta se obtuvo por parte de gerentes o directivos de las empresas.



En relación al nivel de estudio de los propietarios se logró identificar que 37% cuentan con estudios de licenciatura y otro 37% bachillerato. Cabe destacar que un importante porcentaje de los dueños de los negocios señaló contar con estudios de posgrado (11%).



3. CADENA PRODUCTIVA

Las variables que integran esta dimensión de análisis son: tipo de proveedores, costos de operación, posición dentro de la cadena productiva, principales mercados, así como disponibilidad y costo de insumos.

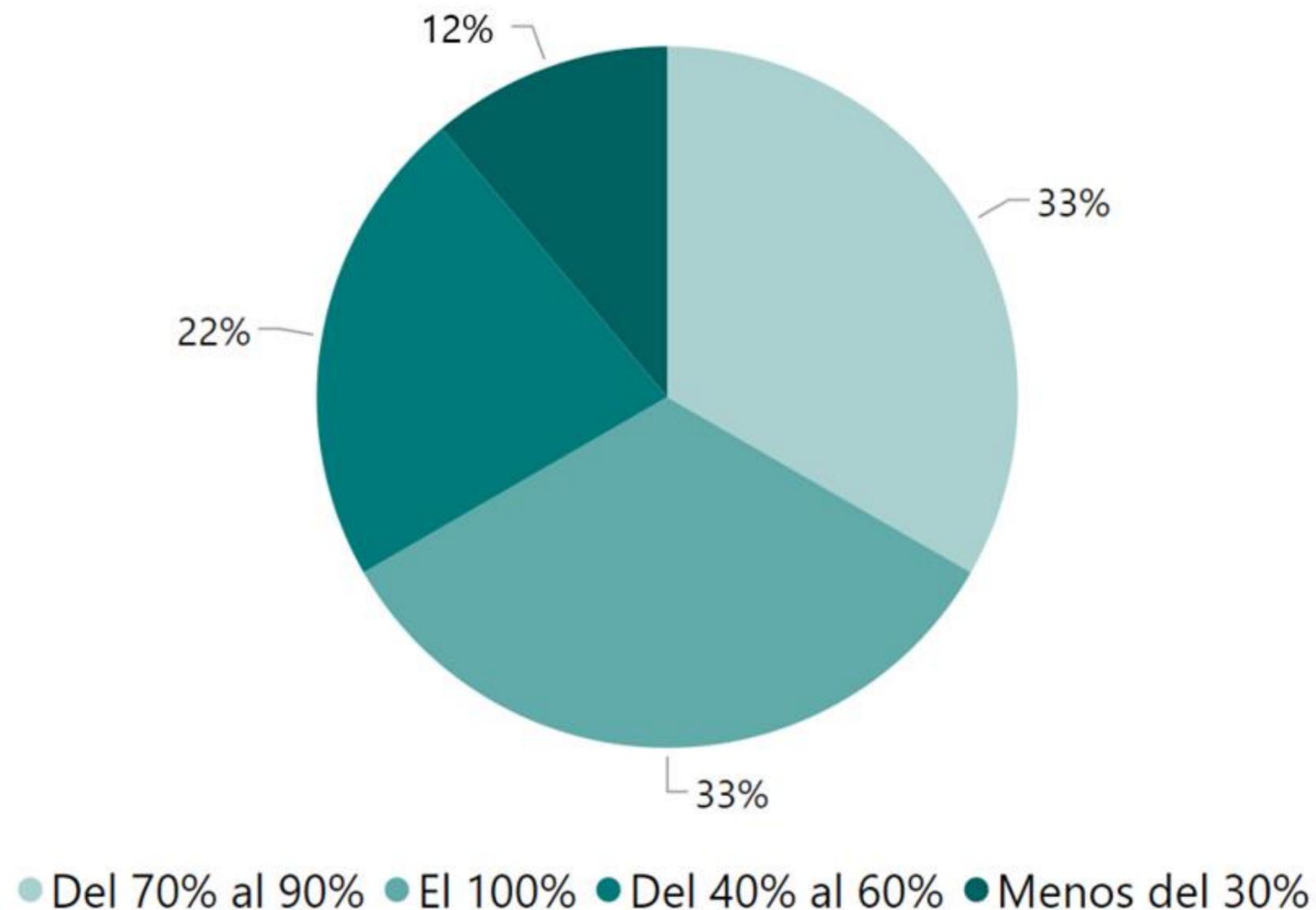
Estas variables permiten evaluar el grado de afectación de la cadena productiva de las empresas del sector Modas, derivado de la crisis originada por el COVID-19.

PORCENTAJE DE PROVEEDORES DE ORIGEN NACIONAL

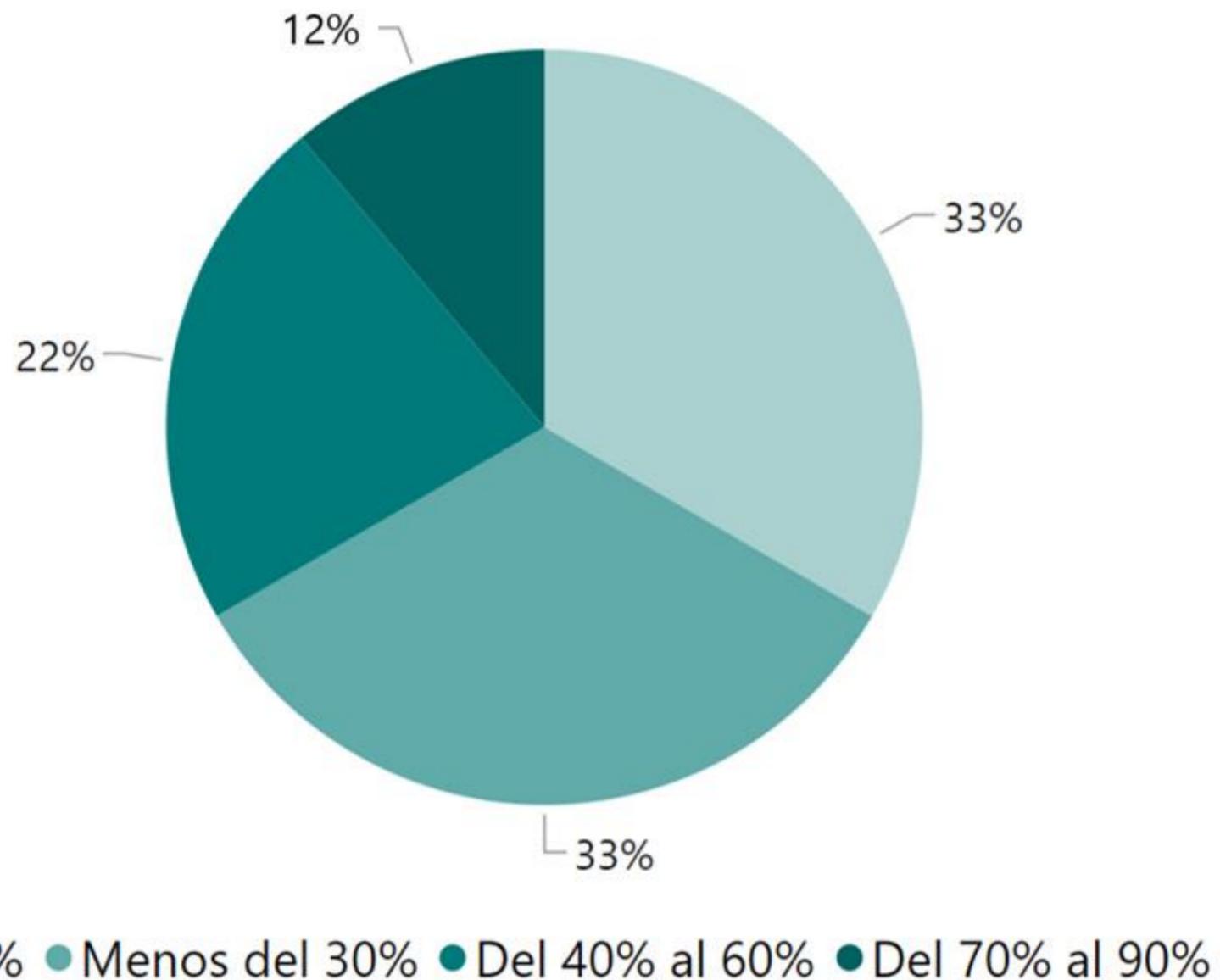
Los resultados del estudio muestran que un amplio porcentaje de los proveedores de las empresas son de origen nacional.

Al respecto, el 33% de las empresas señaló contar exclusivamente con proveedores nacionales; mientras que otro 33% indicó que entre el 70% y 90% de sus proveedores se ubican en el país.

El restante 34% de empresas mencionaron que un amplio porcentaje de sus proveedores se ubican en el extranjero (más del 40%).



PORCENTAJE DE PROVEEDORES DE ORIGEN EXTRANJERO



En relación a los proveedores de origen extranjero se identificó lo siguiente:

- El 33% de las empresas señaló que no cuenta con proveedores fuera del país.
- Otro 33% señaló que menos del 30% de sus proveedores son del exterior.
- El 22% de empresas indicó que entre el 40% y 60% de sus proveedores son extranjeros.
- Solamente en el 12% de las empresas indicó que entre el 70% y 90% de sus insumos provienen del exterior.

ORIGEN DEL PROVEEDOR EXTRANJERO MÁS IMPORTANTE

De acuerdo con los resultados del estudio, los proveedores extranjeros más importantes de las empresas del sector Modas se localizan principalmente en China (50%), en segundo lugar en Colombia (33%) y en tercer lugar en Estados Unidos (17%).

17%



50%



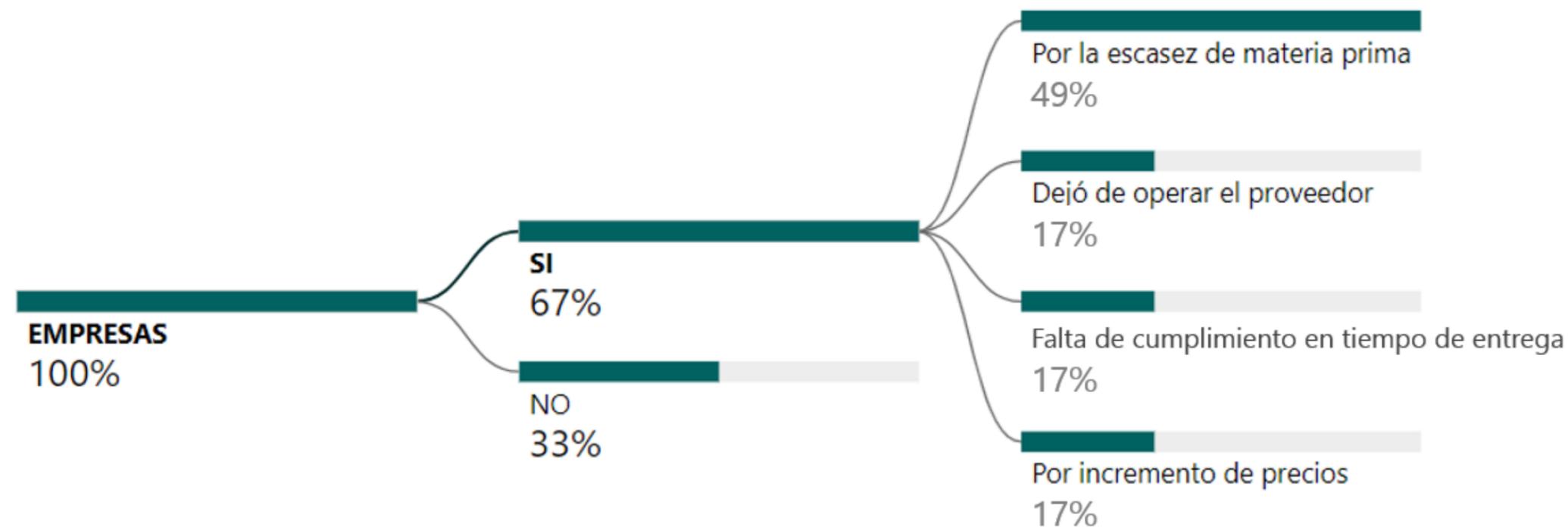
33%



PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HAN CAMBIADO ALGUNOS DE SUS PROVEEDORES Y PRINCIPALES MOTIVOS

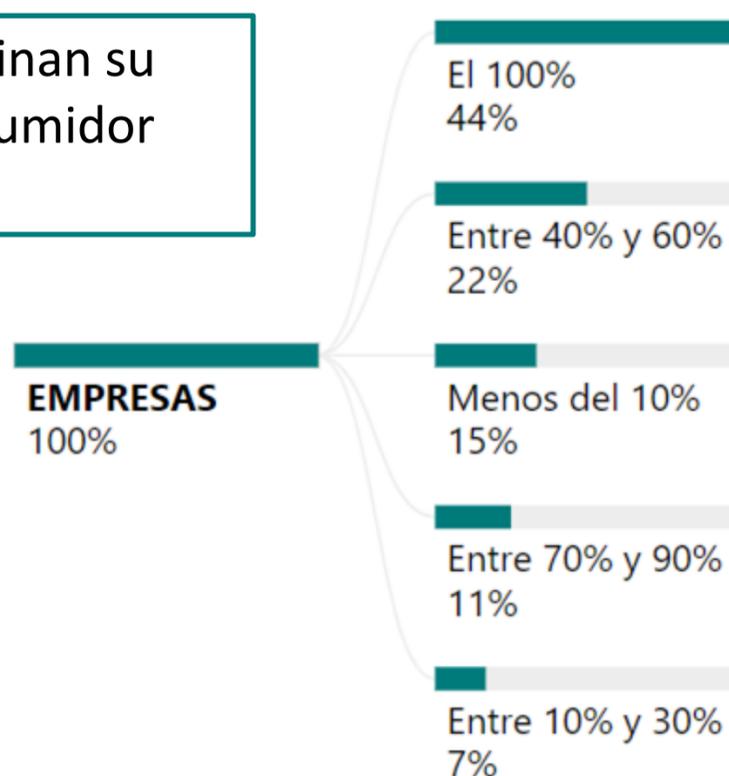
El 67% de las empresas indicaron que se vieron en la necesidad de cambiar algunos de sus proveedores durante el 2021. Entre las principales razones se encuentran:

- Por la escasez de materia prima (49%).
- Debido a que dejó de operar el proveedor (17%).
- Por la falta de cumplimiento en precios o calidad (17%).
- Por el incremento en precios (17%).

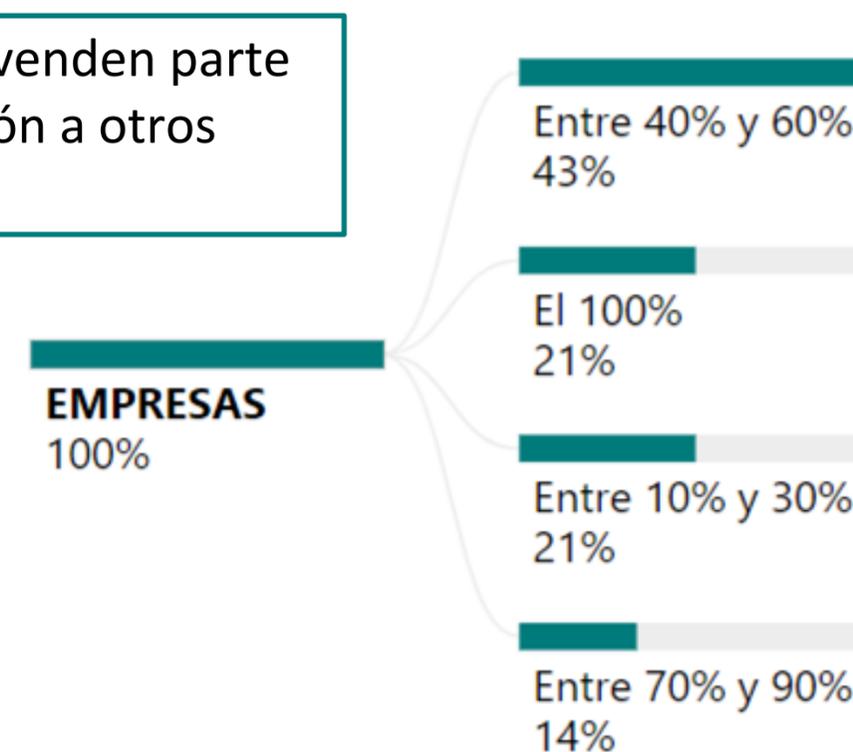


POSICIÓN DE LAS EMPRESAS DENTRO DE SUS RESPECTIVAS CADENAS PRODUCTIVAS

Empresas que destinan su producción al consumidor final

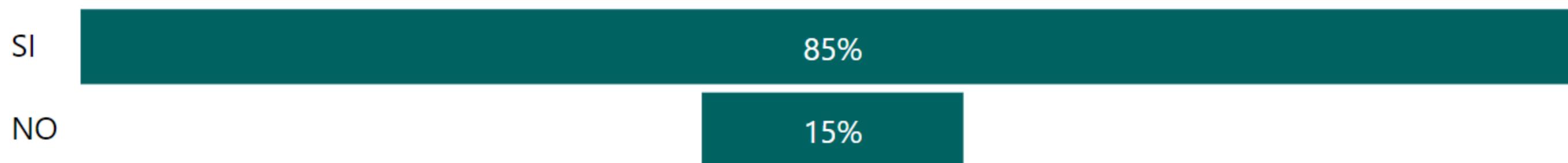


Empresas que venden parte de su producción a otros negocios



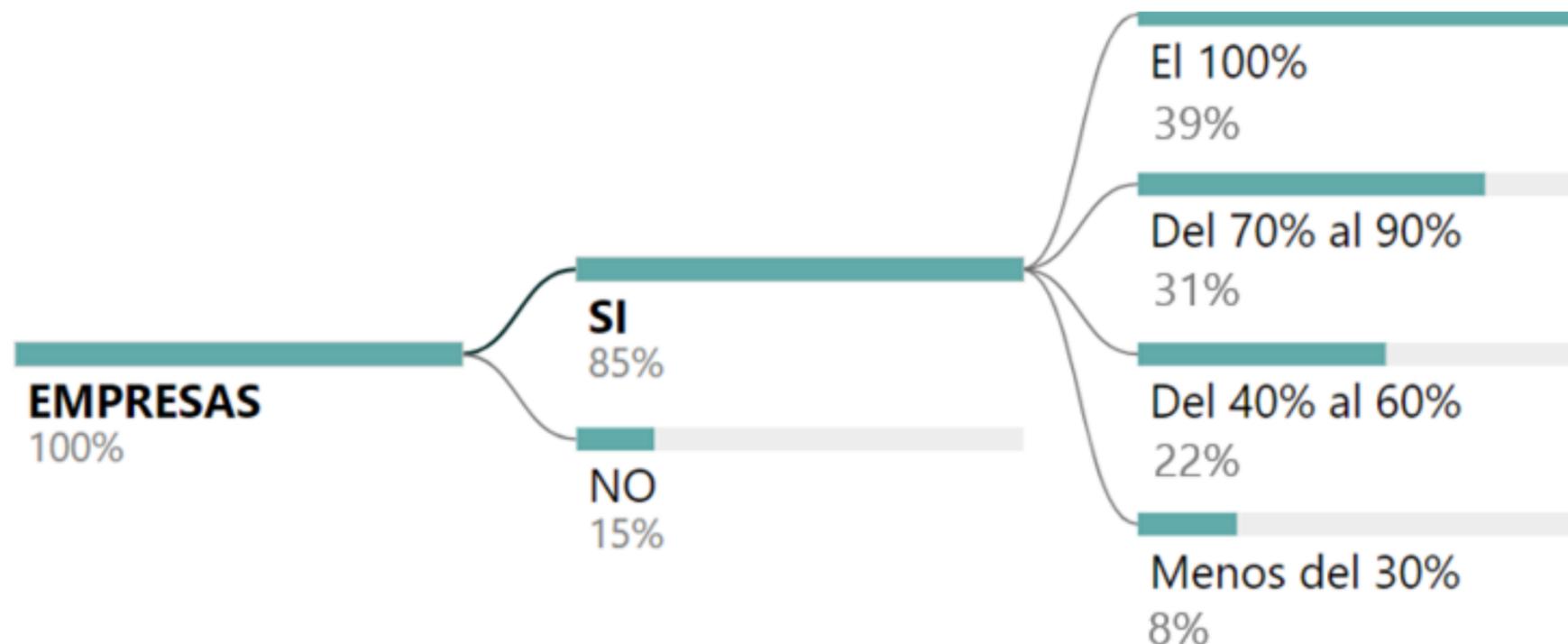
El 44% de las empresas del sector Modas venden la totalidad de su producción al consumidor final, mientras que 21% la venden exclusivamente a otras empresas.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE FUERON AFECTADAS POR LA ESCASEZ DE INSUMOS EN 2021



En lo que concierne a la disponibilidad de insumos, el 85% de las empresas mencionó haber experimentado escasez durante el año 2021, lo que provocó la elevación de precios y costos de producción.

PORCENTAJE DE ESCASEZ DE INSUMOS EN 2021

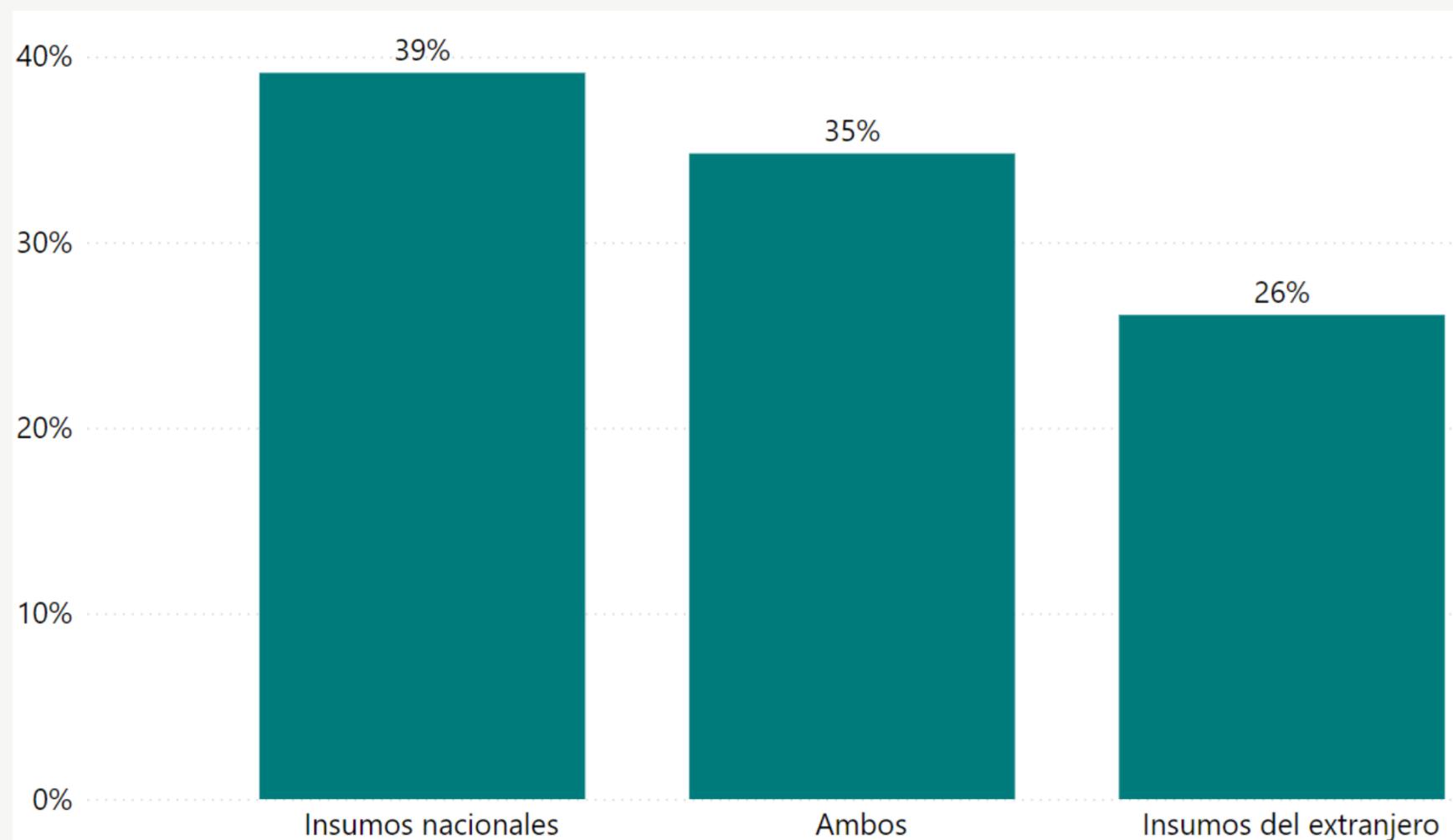


El 85% de las empresas del sector Modas que participaron en el estudio señalaron que se vieron afectadas por la escasez de insumos.

De este grupo:

- El 39% respondieron haber presentado escasez de todos los insumos.
- El 31% señaló que enfrentaron escasez entre el 70 y 90% de sus insumos.
- Solamente el 8% de las empresas consideró una escasez de menos del 30% de los insumos necesarios para realizar sus operaciones cotidianas.

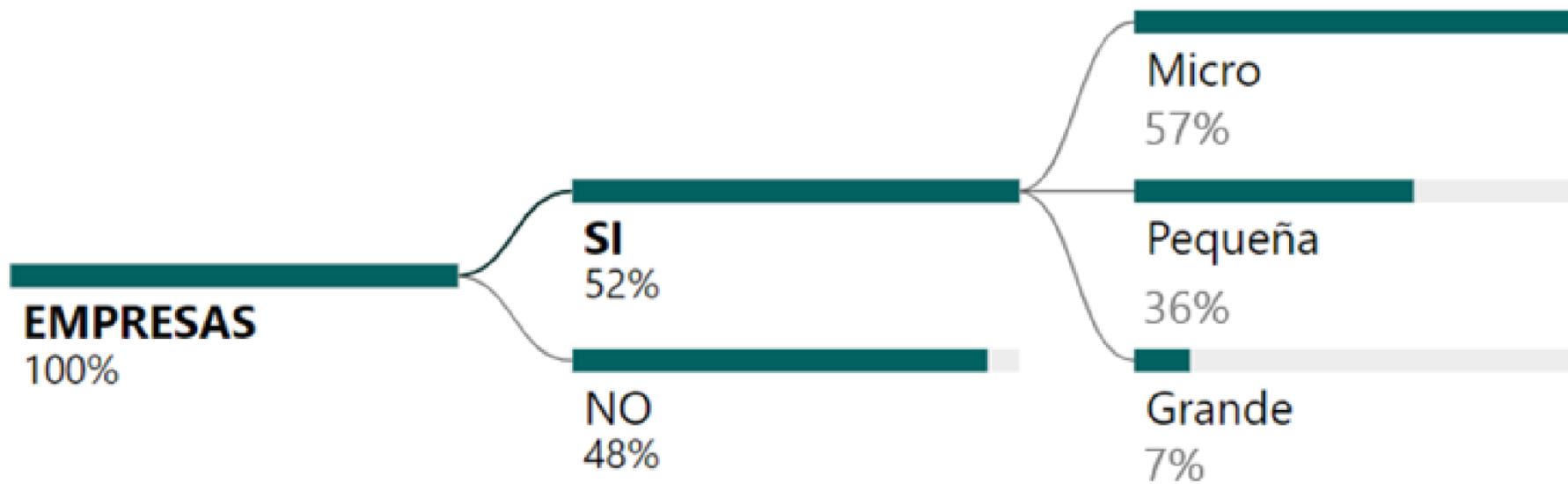
ESCASEZ DE INSUMOS EN EL 2021, SEGÚN ORIGEN



A partir de los resultados del estudio se identificó que:

- El 39% de los negocios se vieron afectados únicamente por la escasez de insumos nacionales.
- El 35% de las empresas indicaron haber experimentado escasez tanto de insumos nacionales como del extranjero.
- Solamente el 26% de las empresas sufrieron solamente la escasez de insumos de procedencia extranjera.

ESCASEZ DE INSUMOS DURANTE 2022, SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA



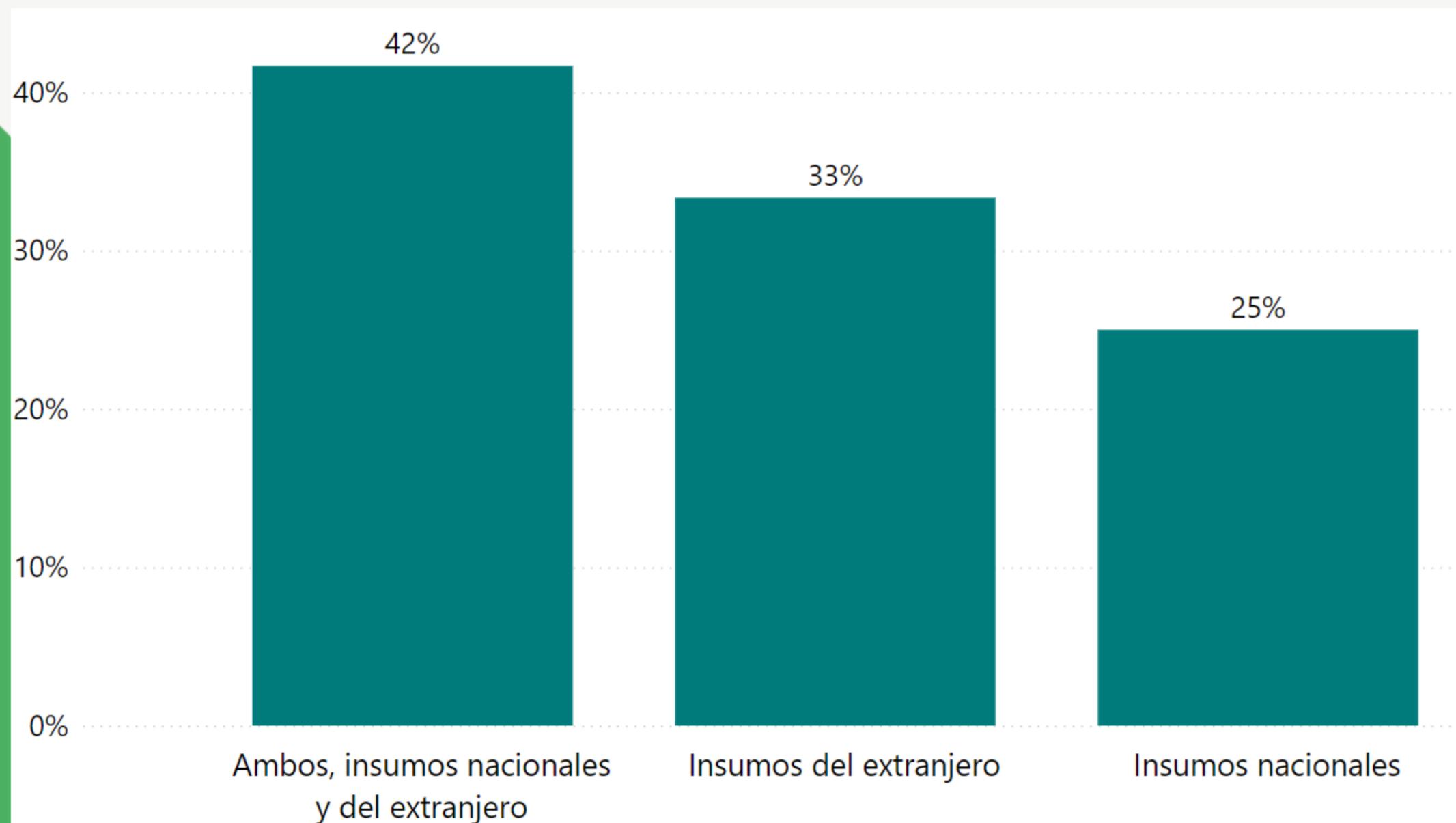
El 52% de los negocios que participaron en el estudio enfrentaron la escasez de insumos durante el año 2022.

Esta situación se presentó en mayor medida en las empresas micro (57%) y pequeñas (36%).

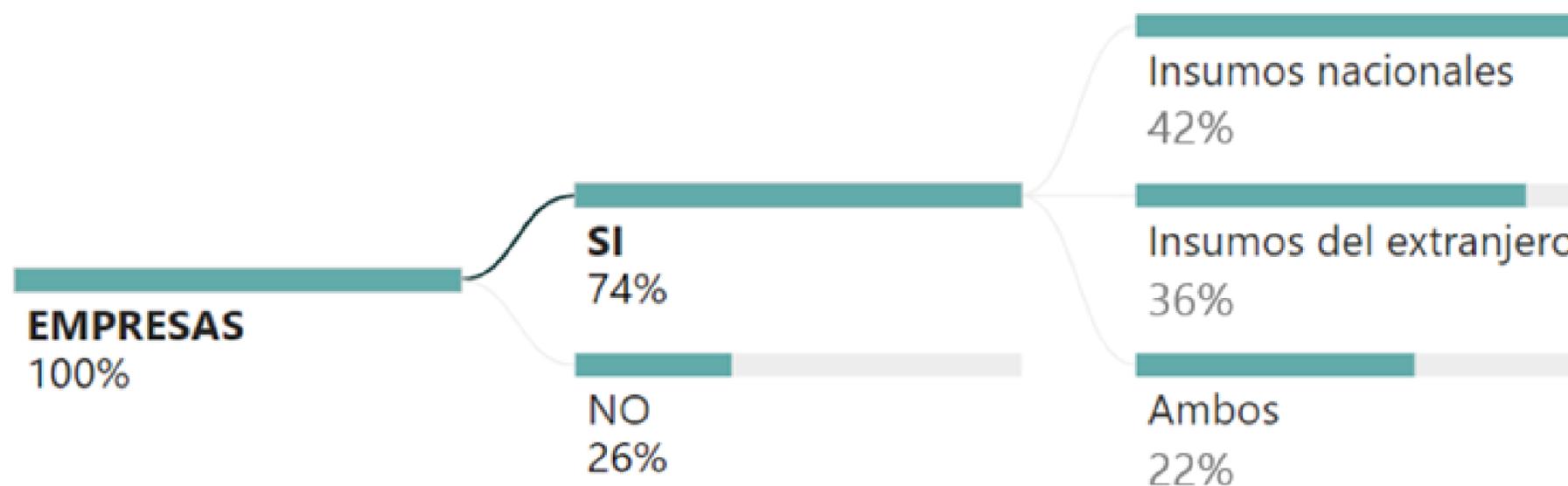
ESCASEZ DE INSUMOS EN 2022, SEGÚN ORIGEN DE LOS PROVEEDORES

A partir de los resultados del estudio se identificó que en el año 2022, la escasez de insumos de las empresas fue como sigue:

- El 42% de las empresas indicaron haber experimentado escasez tanto de insumos nacionales como del exterior
- El 33% de los negocios se vieron afectados únicamente por la escasez de insumos del extranjero
- Solamente el 25% de las empresas sufrieron la escasez de insumos nacionales



ESCASEZ DE INSUMOS POR PROBLEMAS DE LOGÍSTICA EN 2021

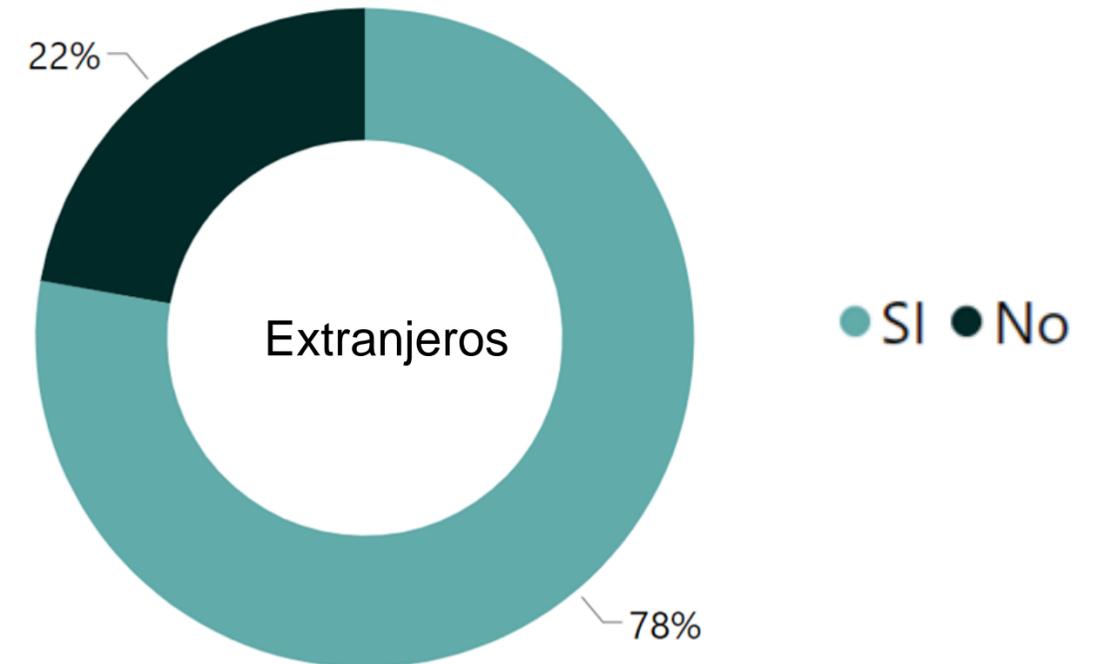


De acuerdo con los resultados del estudio, para el 74% de los empresarios la logística ha sido un problema que ha incidido en la escasez y encarecimiento de los insumos. De este grupo el problema se presenta tanto en insumos de origen nacional (42%), del extranjero (36%), así como de ambos tipos (22%).

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE FUERON AFECTADAS POR EL INCREMENTO DE PRECIOS DE INSUMOS EN 2021



Durante el año 2021, el 96% de las empresas que participaron en el estudio se vieron afectadas por el incremento de precios de los insumos nacionales.



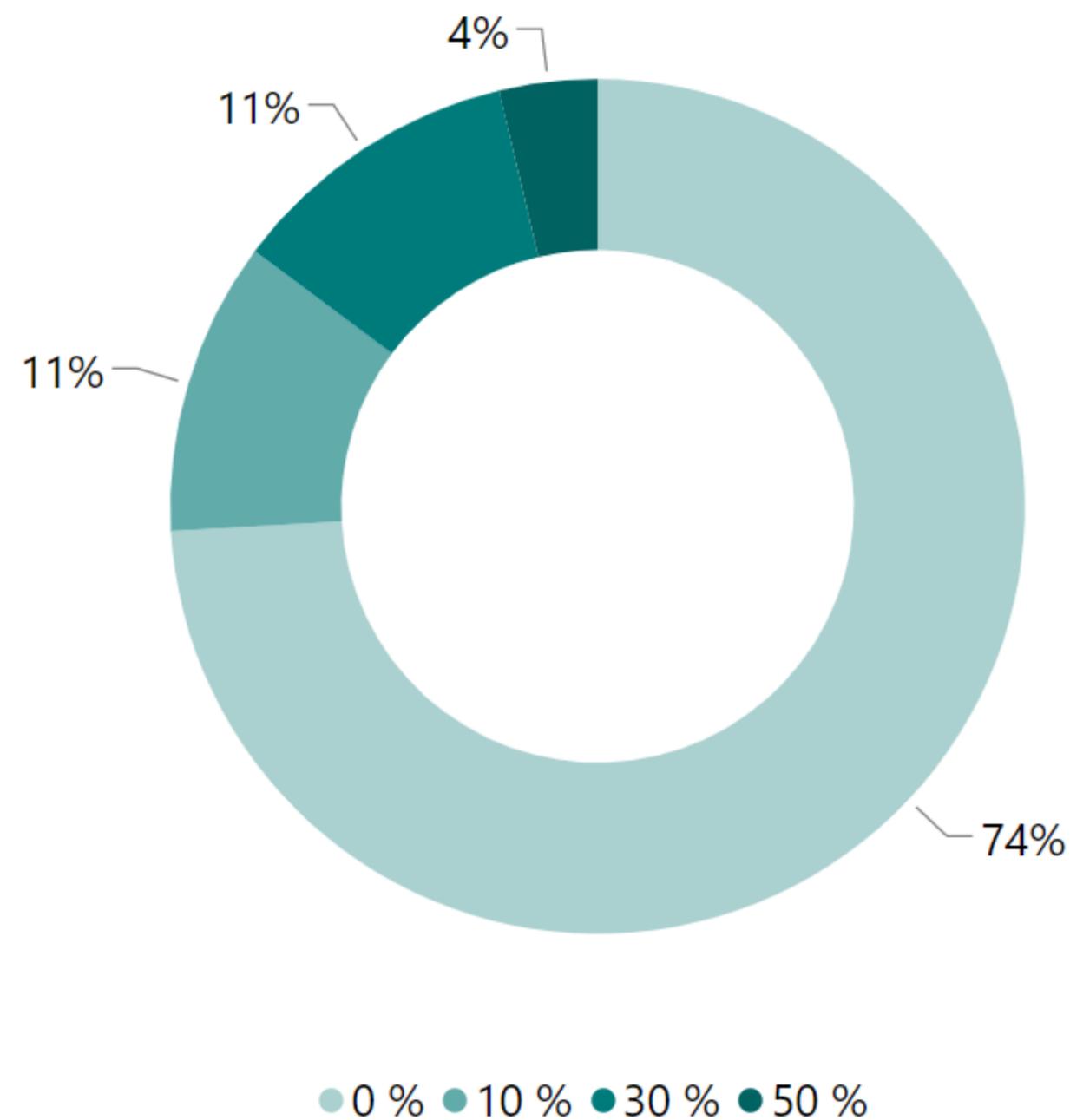
Por otra parte, el 78% de los negocios enfrentaron el incremento de los precios de insumos procedentes del extranjero.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CONTABA CON CLIENTES EN EL EXTRANJERO EN 2022

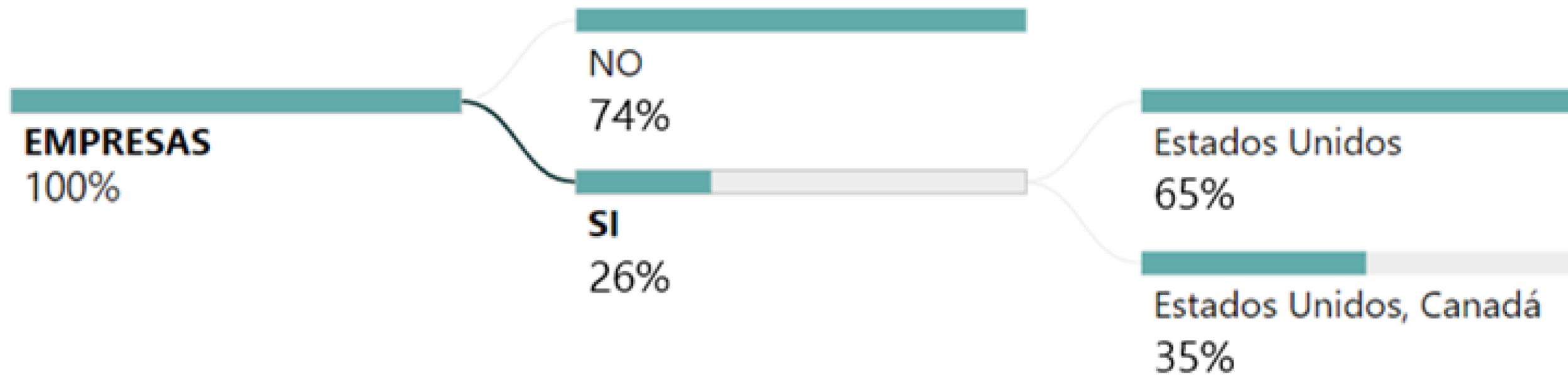
Durante el año 2022, el 74% de las empresas del sector Modas no realizaba exportaciones.

Las empresas restantes vendían su producción al extranjero como sigue:

- El 11% de las empresas indicó que exportaba el 10% de sus productos
- Otro 11% exportaba el 30%
- Mientras que el 4% de las empresas restantes exportaban el 50% de su producción.



PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES EN 2022

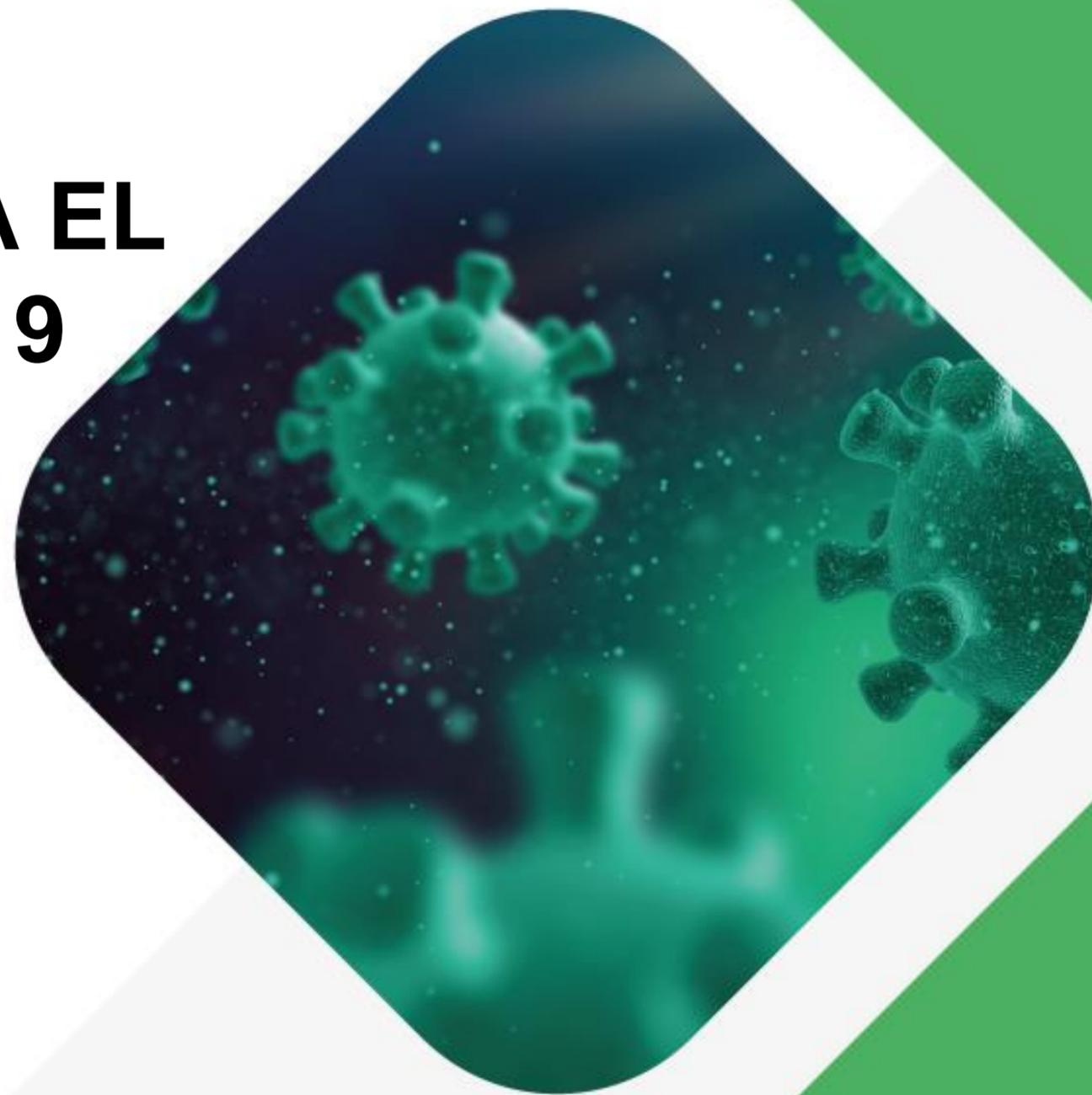


Los resultados del estudio permiten advertir que el 65% de las empresas del sector Moda exporta a Estados Unidos de manera exclusiva.

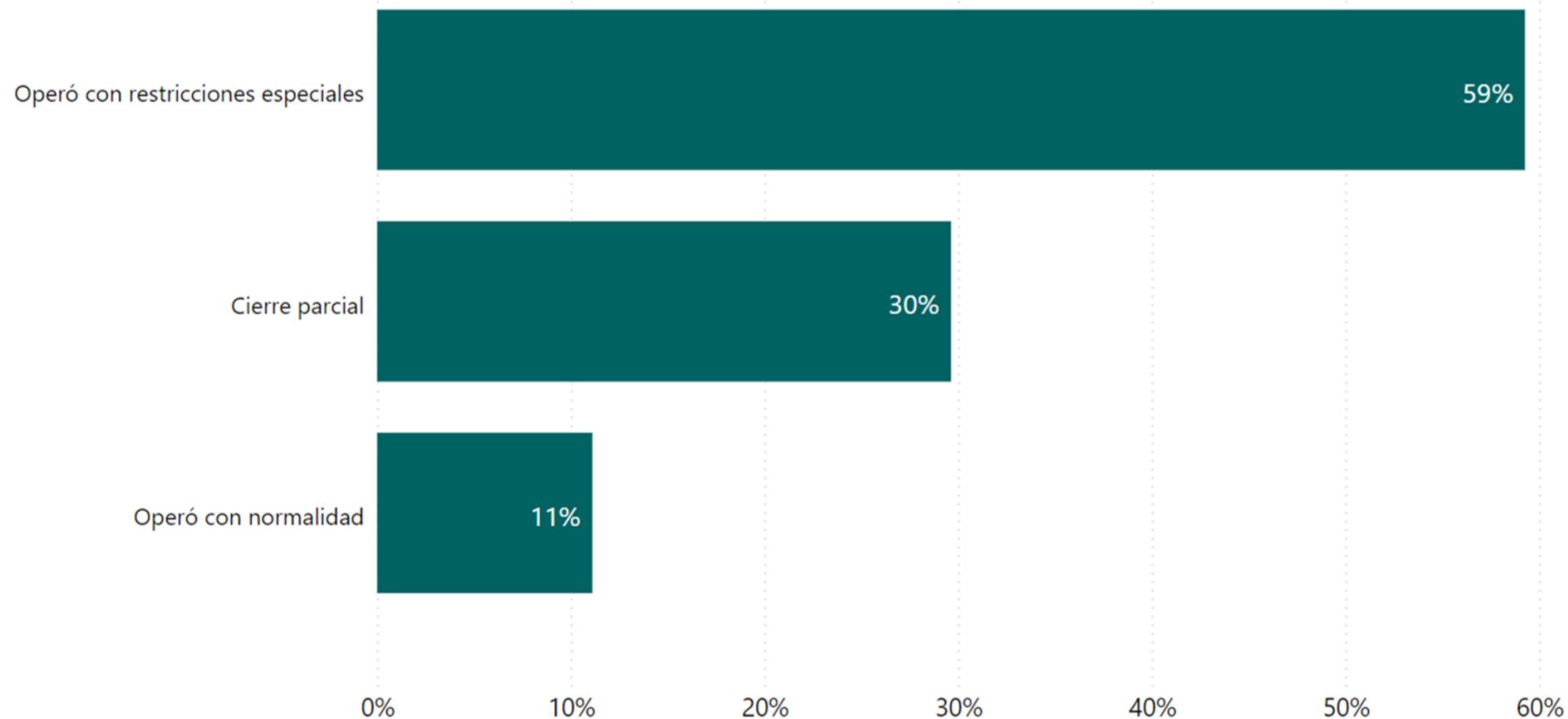
Por otra parte, el 35% restante exporta a Estados Unidos y Canadá sus productos.

4. SITUACIÓN QUE ENFRENTA EL NEGOCIO ANTE EL COVID-19

En esta dimensión se destacan las condiciones en que operaban las empresas del sector Modas durante el año 2021, así como las oportunidades, retos y perspectivas de los empresarios respecto al cierre de ese año.



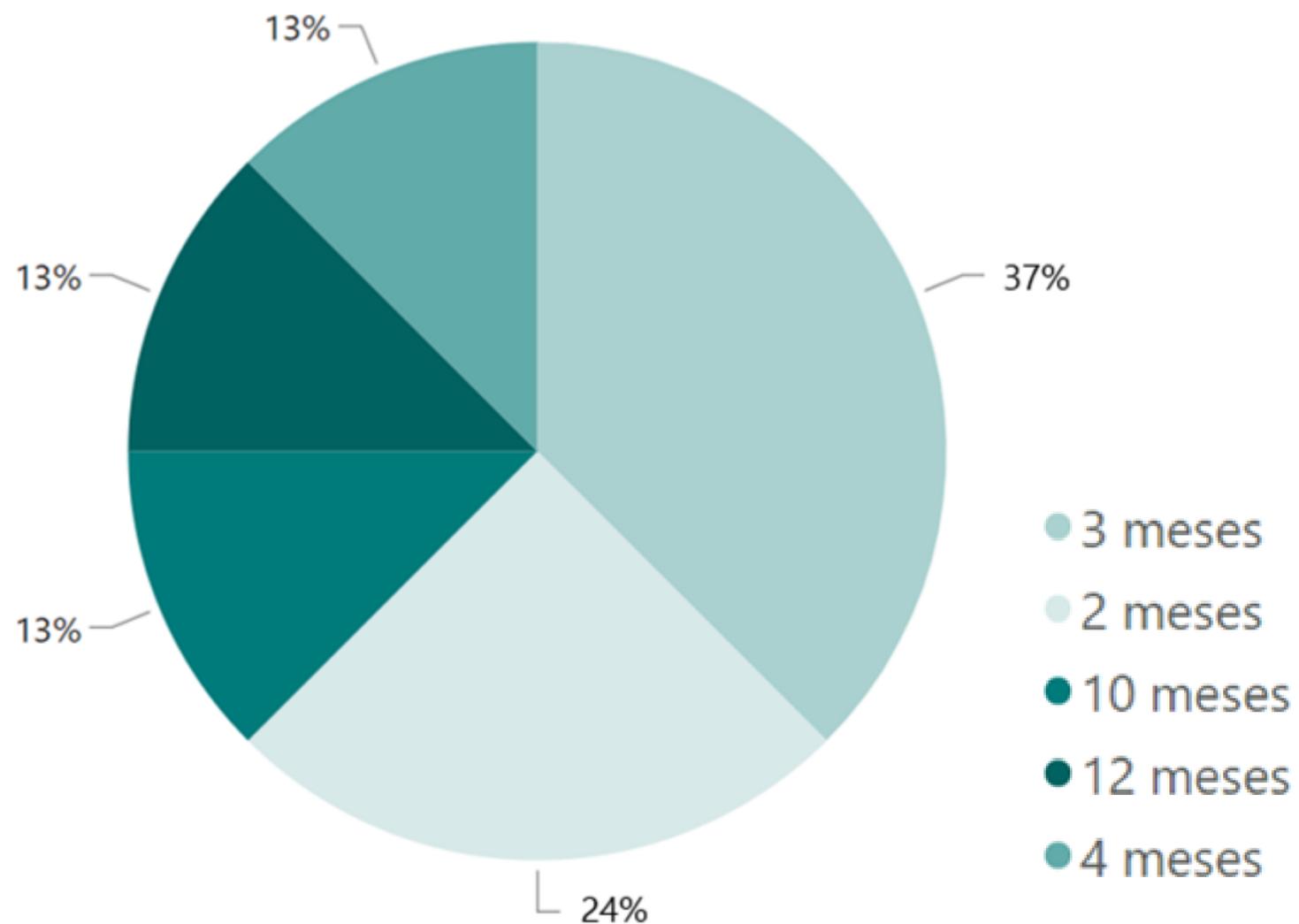
MODALIDAD EN QUE OPERARON LOS NEGOCIOS EN 2021



A partir de los resultados de la encuesta, se logró identificar que gran parte de las empresas operaron con restricciones especiales durante el año 2021 (59%).

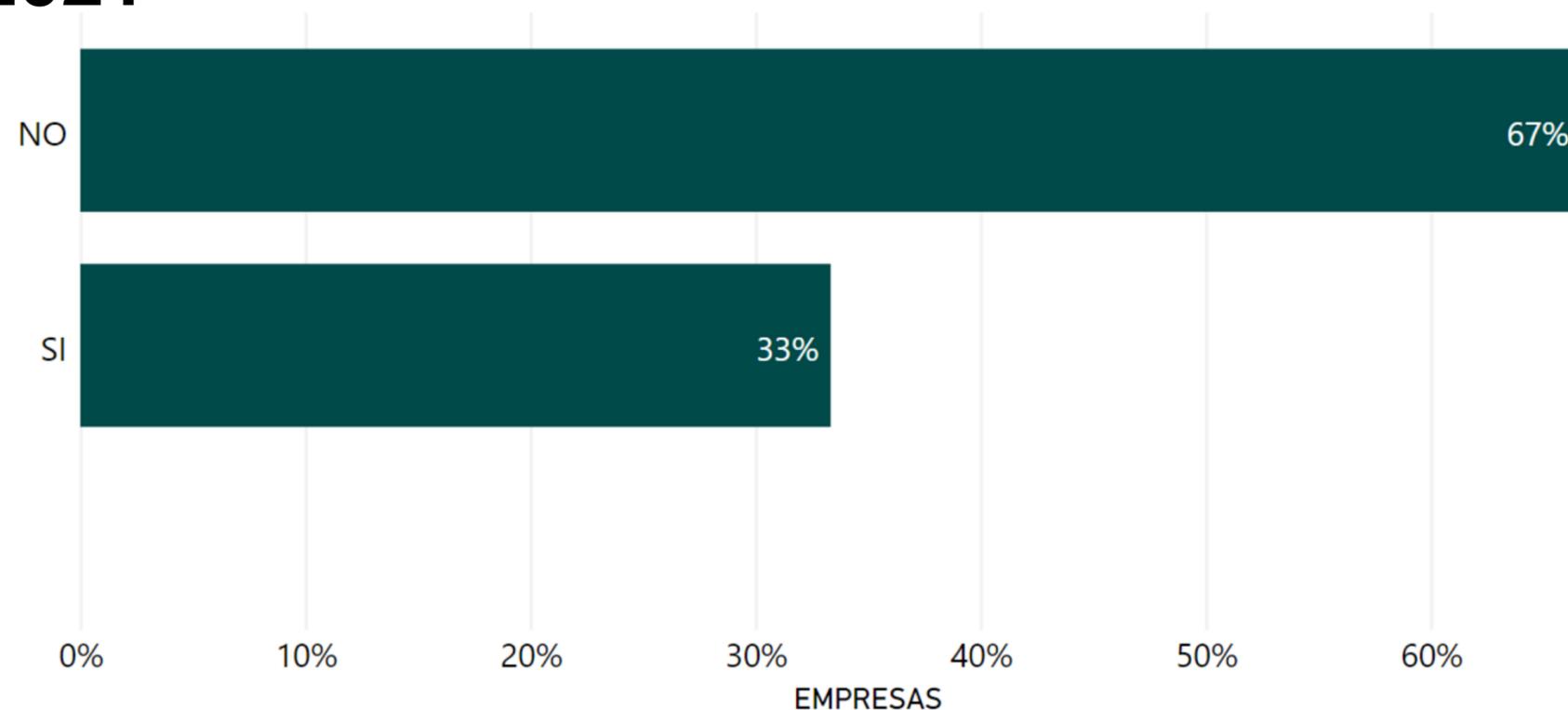
Otro 30% de las empresas del sector Modas realizaron cierres parciales; mientras que solamente el 11% de las empresas operaron con normalidad.

TIEMPO DE OPERACIÓN CON CIERRE PARCIAL EN 2021



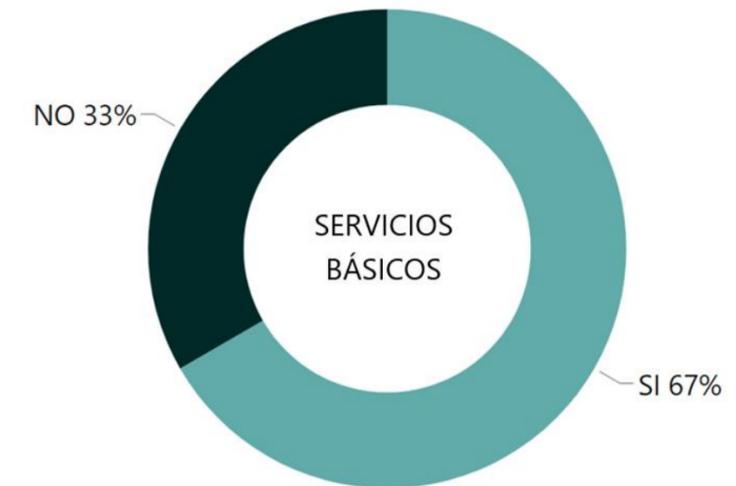
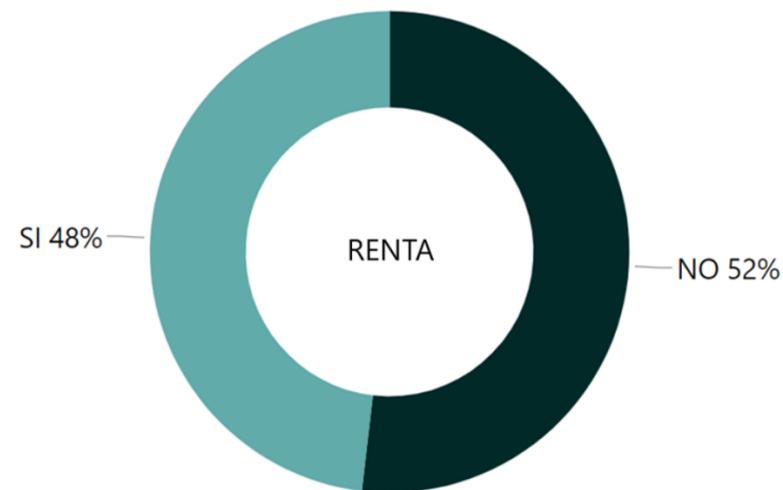
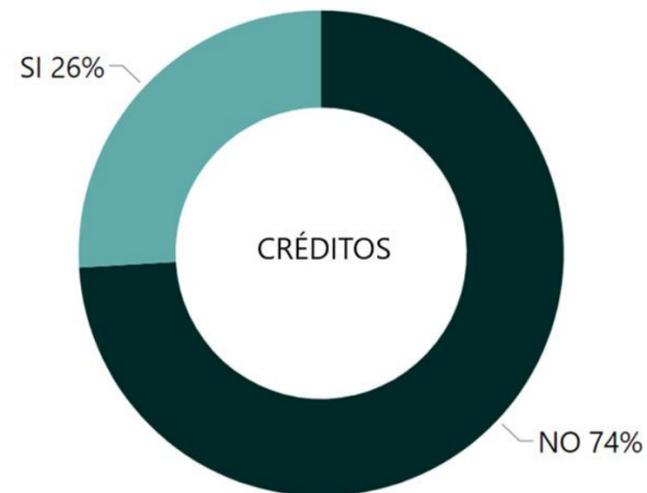
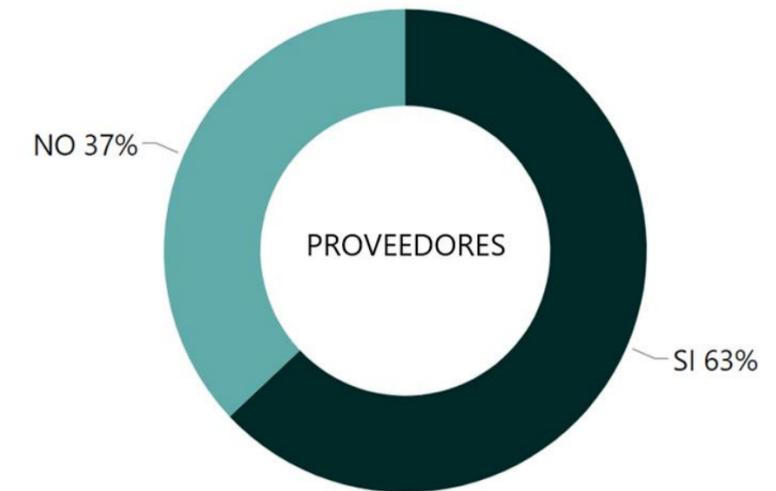
Del grupo de empresas que operaron con cierre parcial durante el año 2021, se logró identificar que mientras el 74% de las empresas operaron parcialmente entre 2 y 4 meses; el 26% restante lo hicieron entre 10 y 12 meses.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE TENÍAN PLANES DE CERRAR DEFINITIVAMENTE EN 2021



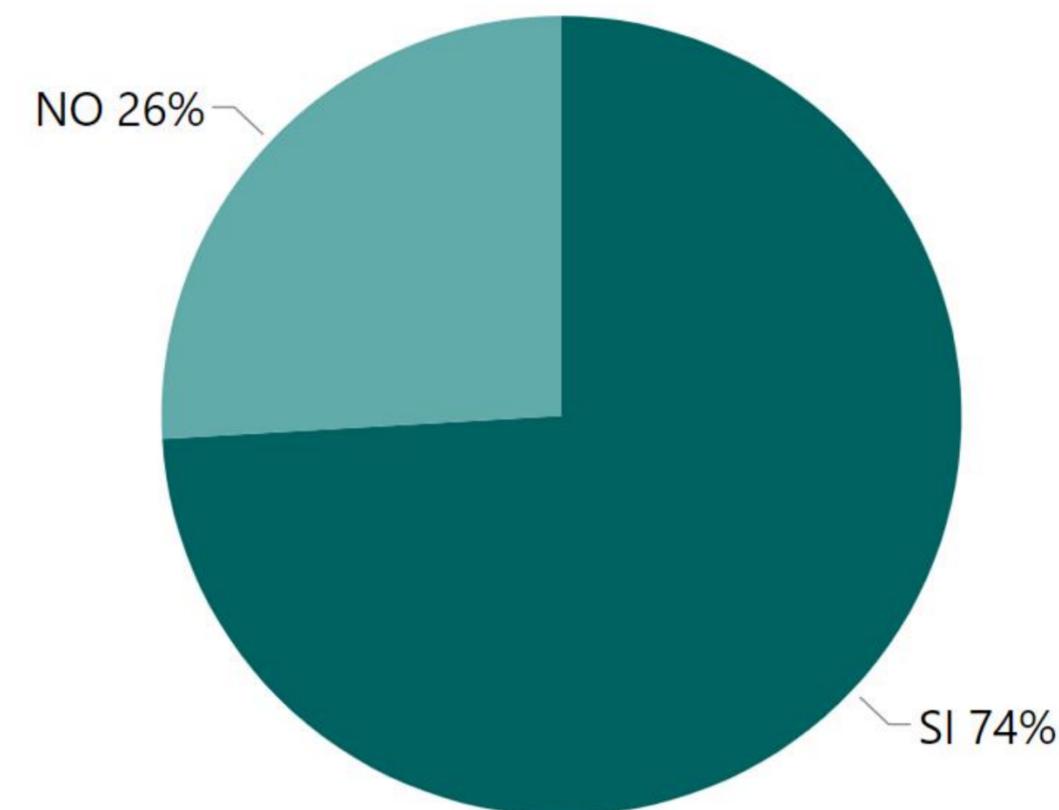
Durante el año 2021, el 67% de las empresas del sector Modas no consideraba la opción de cerrar definitivamente. Mientras que el 33% tenía planes de cerrar en algún momento, debido a las condiciones en que debían operar ante la situación pandémica.

CAPACIDAD FINANCIERA PARA HACER FRENTE AL PAGO DE DIFERENTES RUBROS DURANTE EL 2021



Con base en la información obtenida, fue posible identificar que una importante proporción de las empresas del sector Modas manifestaron contar con un bajo nivel de capacidad financiera para hacer frente al pago de algunos rubros relacionados con impuestos, renta, créditos vigentes, salarios, proveedores y servicios básicos.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE ENFRENTABAN PROBLEMAS DE LIQUIDEZ EN 2021



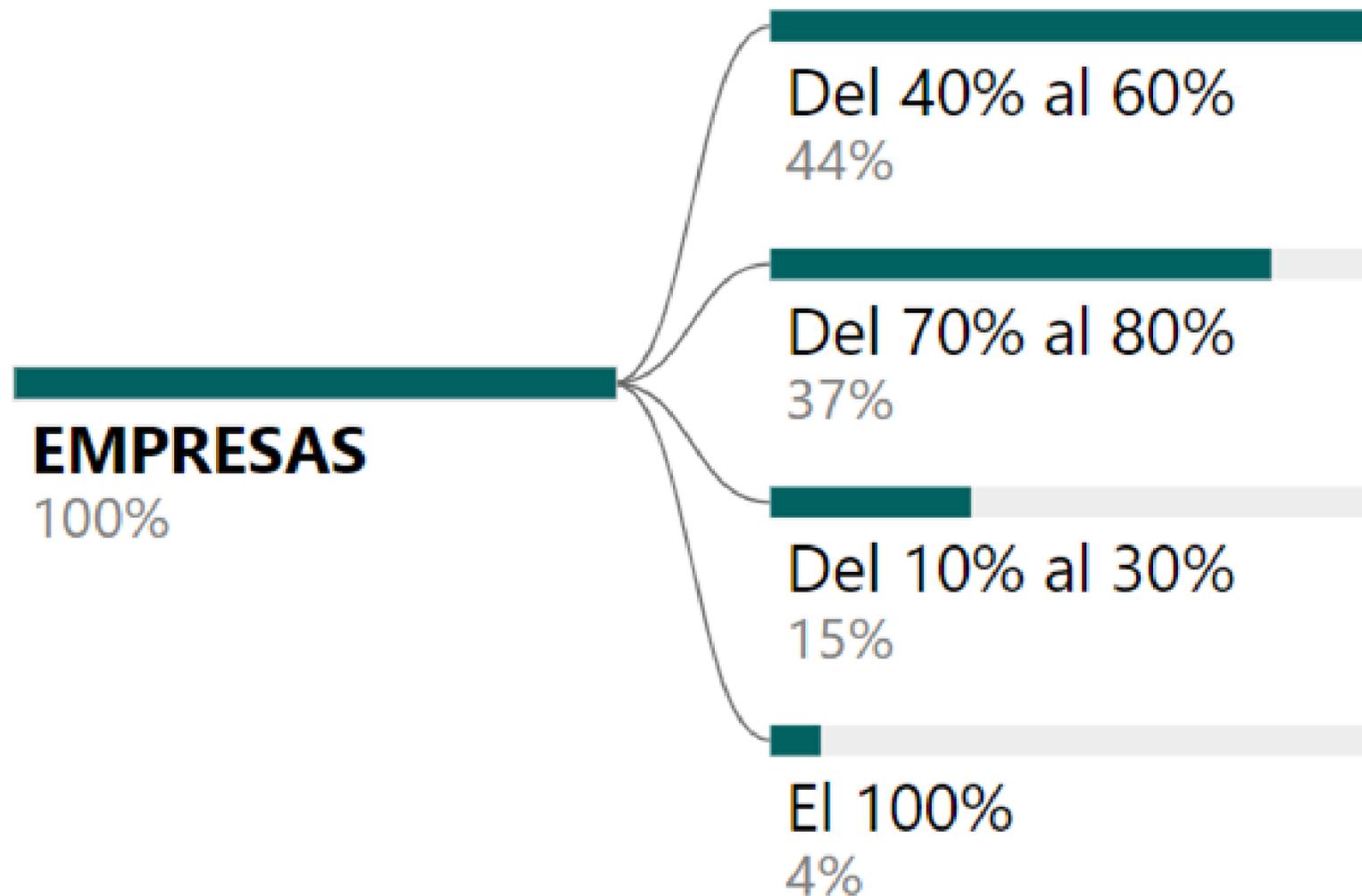
A partir de los resultados del estudio se logró identificar que en 2021 el 74% de las empresas del sector Modas enfrentaba problemas de liquidez para hacer frente a pagos diversos y deudas crediticias.



5. Producción

En esta sección se describen las condiciones y problemáticas a las que se enfrentaron las empresas del sector Modas en su actividad productiva durante los años 2021 y 2022.

CAPACIDAD DE OPERACIÓN DE LAS EMPRESAS EN 2021



De acuerdo a los resultados del estudio, únicamente el 4% de las empresas del sector modas operaron al 100% de su capacidad durante el año 2021.

Las empresas restantes señalaron haber operado como sigue:

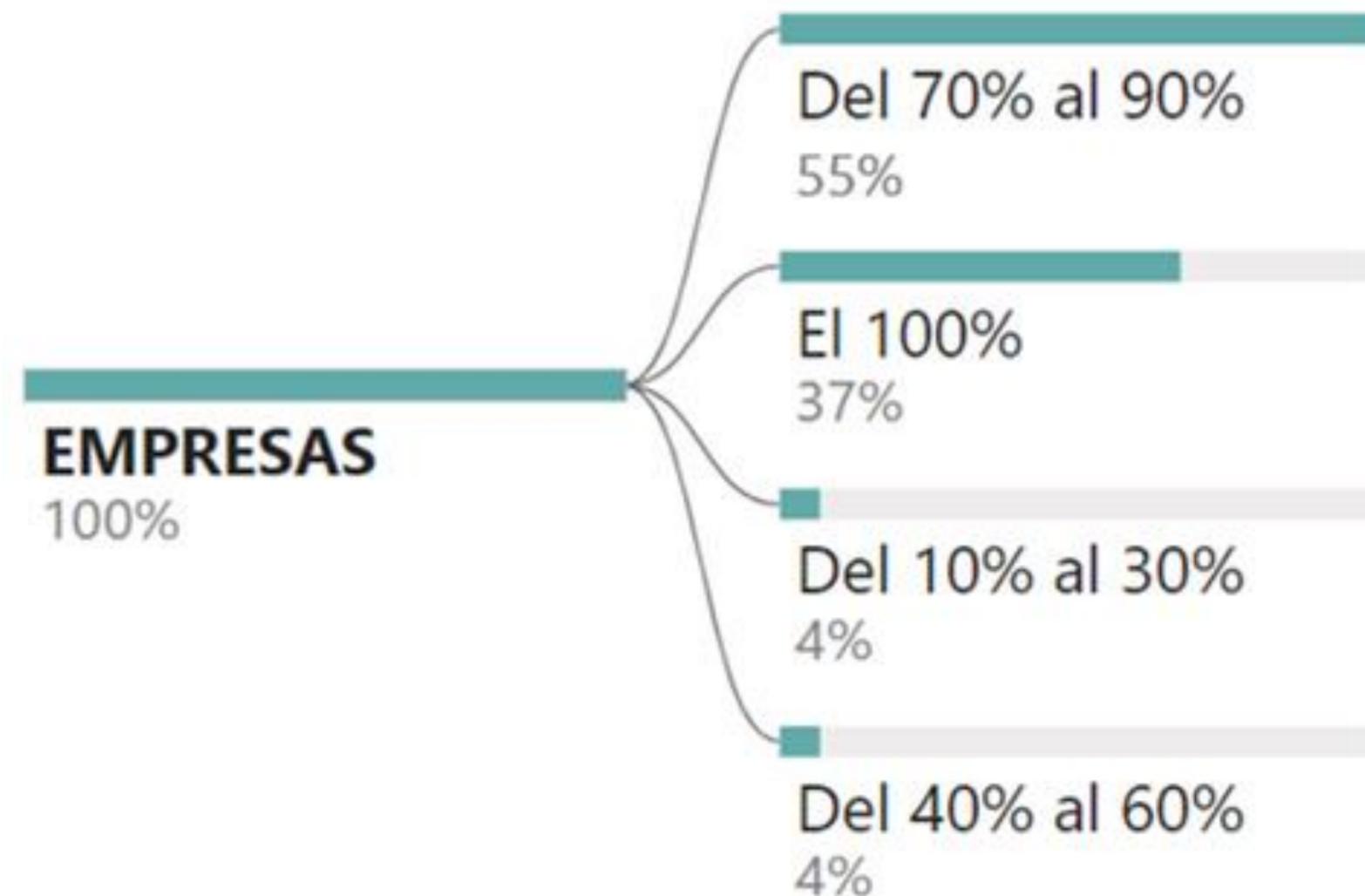
- El 37% operaron a una capacidad de entre el 70% y 80%
- El 44% lo hicieron entre el 40% y 60% de su capacidad de operación.
- Solamente el 15% operaron entre el 10% y 30% de su capacidad.

CAPACIDAD DE OPERACIÓN DE LAS EMPRESAS EN 2022

A partir de los resultados del estudio, se logró identificar que el 37% de los negocios operaron al 100% de su capacidad durante el año 2022.

Los negocios restantes señalaron haber operado como sigue:

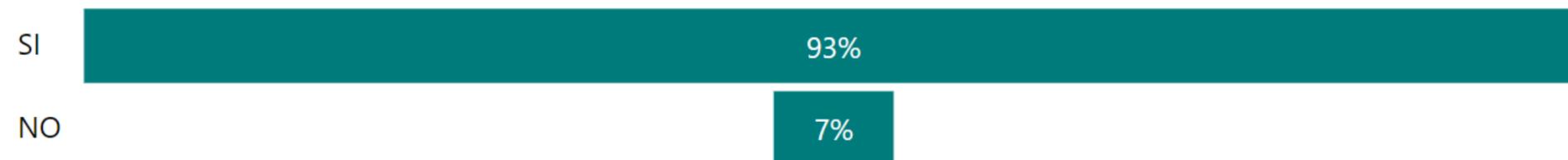
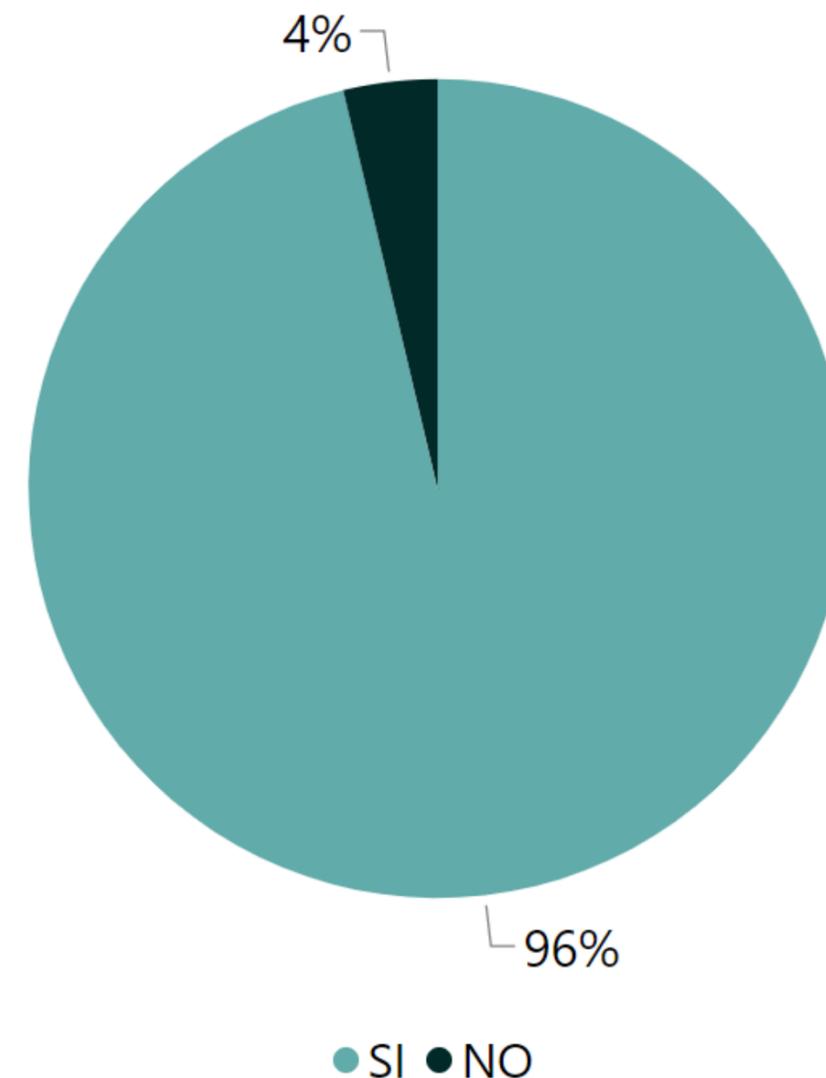
- El 55% operaron a una capacidad entre 70% y 90%
- El 4% se mantuvo entre 40 y 60% de su capacidad de operación
- Solamente el 4% operaron entre un 10% y 30% de su capacidad.



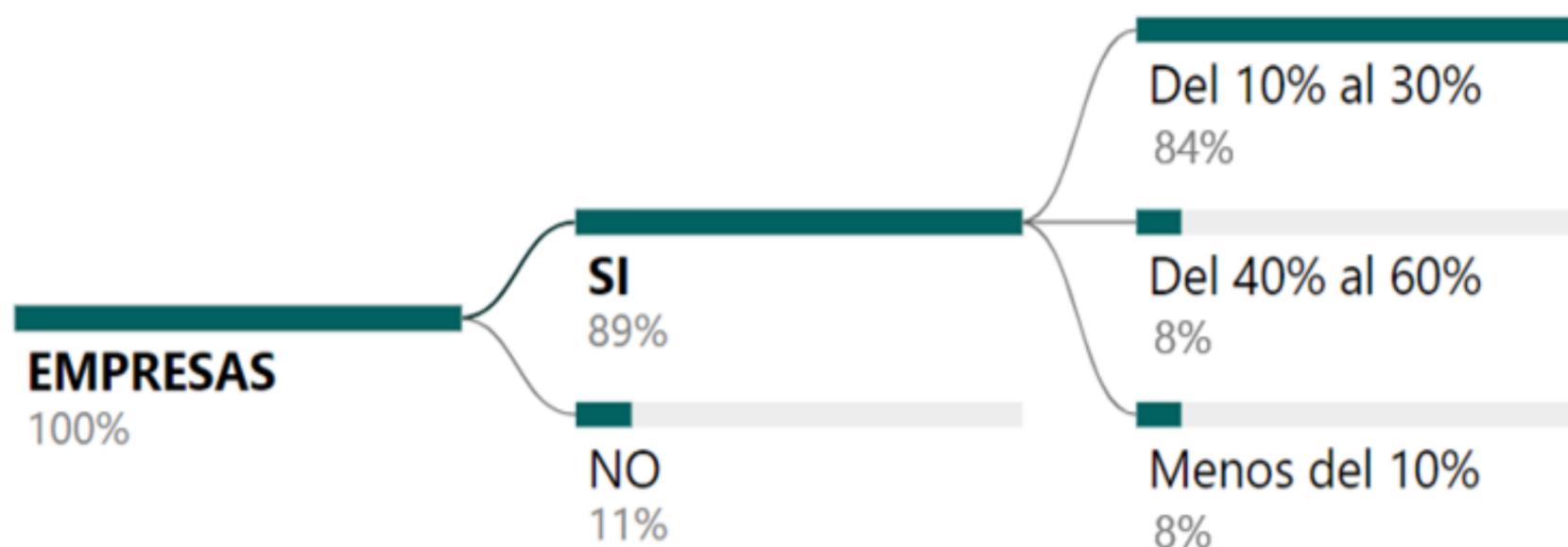
PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE EXPERIMENTARON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DE OPERACIÓN EN 2021

El 96% de las empresas del sector Modas indicó que sus costos de operación incrementaron durante el 2021.

De este grupo, el 93% adjudicó este aumento a la volatilidad del tipo de cambio.



PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE INCREMENTARON EL PRECIO DE SUS PRODUCTOS EN 2021



Del total de empresas encuestadas, el 89% indicó que se vieron obligadas a incrementar los precios de sus productos durante el 2021. Dichos aumentos variaron de la siguiente forma:

- El 84% de las empresas aumentaron sus precios entre 10% a 30%.
- Para el 8% de los casos el aumento de precios osciló entre 40% al 60%.
- El restante 8% de negocios optaron por incrementar el precio de sus productos por debajo del 10%.

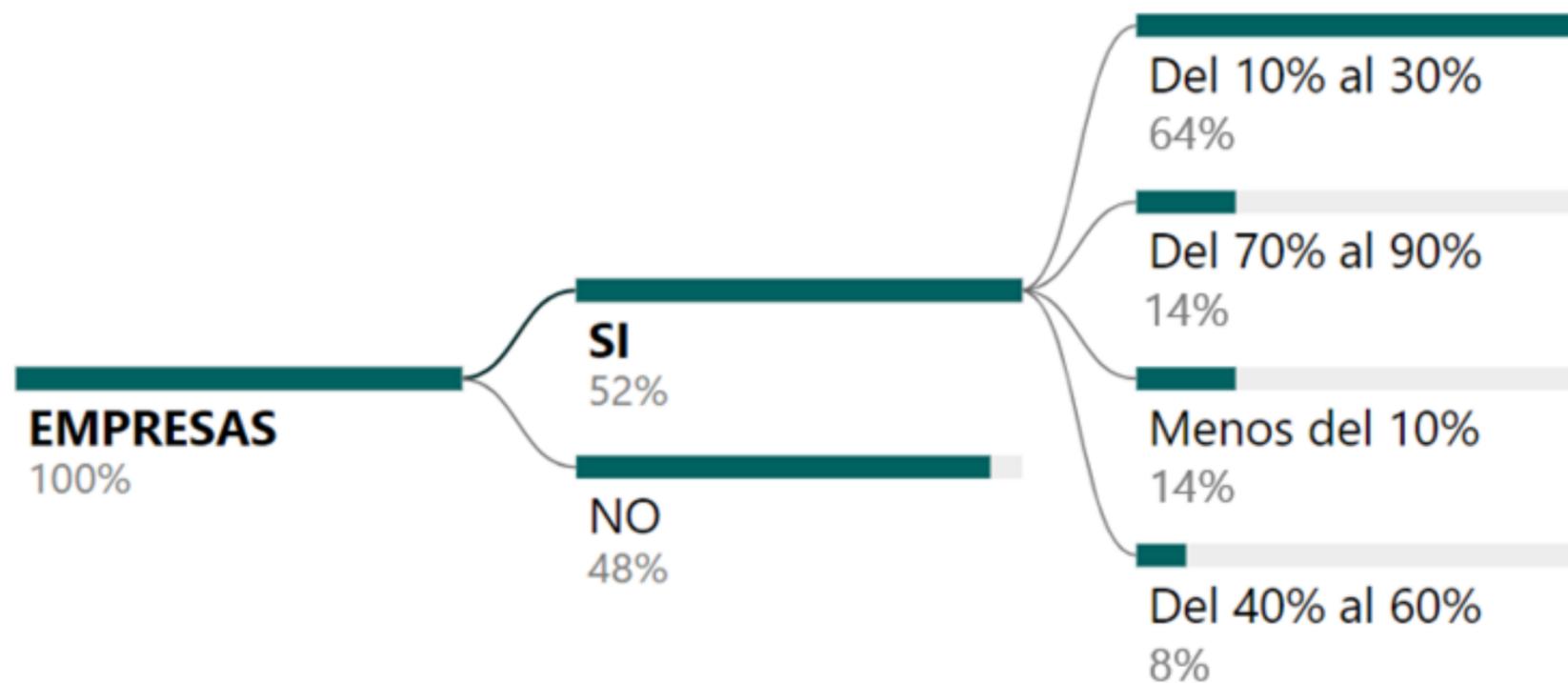
* Cifras en negro: porcentaje de incremento en el precio de los productos.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.



6. VENTAS Y BENEFICIOS

En esta dimensión de análisis se examina la información relacionada con las variables ventas y utilidades de las empresas del sector Modas en el contexto derivado de la pandemia COVID-19.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REGISTRARON INCREMENTO DE VENTAS EN 2021 RESPECTO AL 2020 Y NIVEL DE AUMENTO



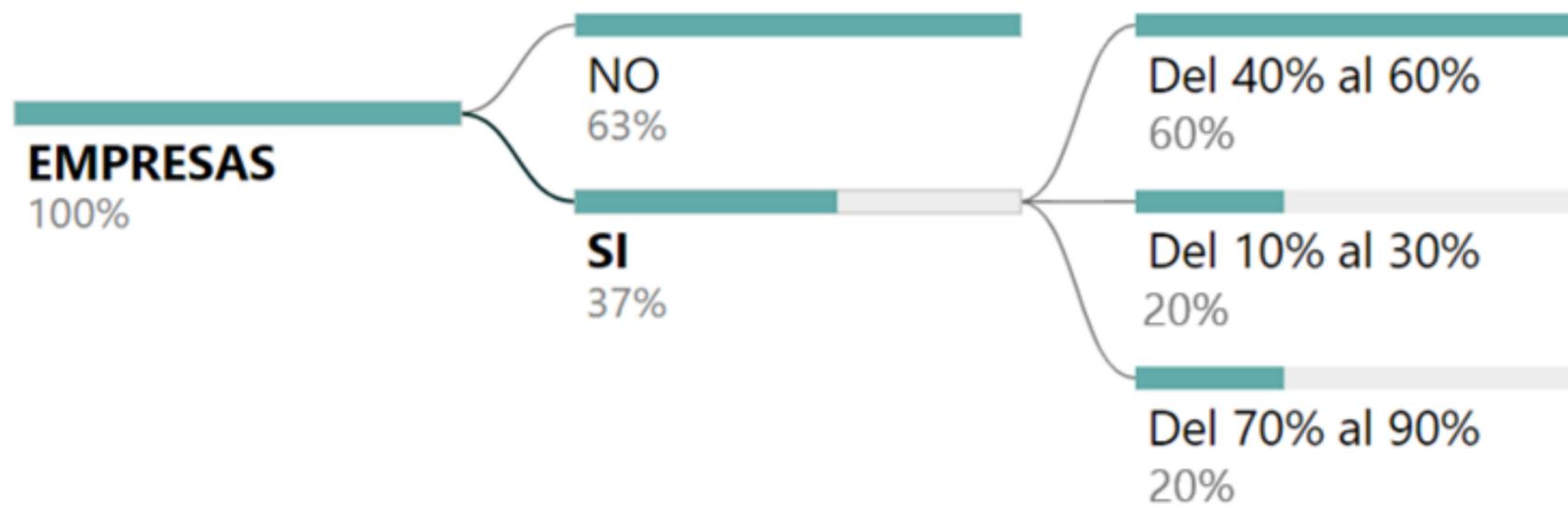
* Cifras en negro: porcentaje de incremento de ventas.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.

El 52% de los negocios del sector Moda que participaron en el estudio advirtió un incremento de ventas en 2021 respecto al 2020.

De este grupo, la mayor proporción de empresas (64%) señalaron que el incremento osciló entre 10% y 30%, respecto al año previo.

Únicamente el 14% lograron incrementos de entre 70% y 90%. Mientras que otro 14% de empresas indicaron que dicho incremento fue inferior al 10%

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE EXPERIMENTARON UNA DISMINUCIÓN DE VENTAS EN 2021 RESPECTO AL 2020 Y NIVEL DE DISMINUCIÓN



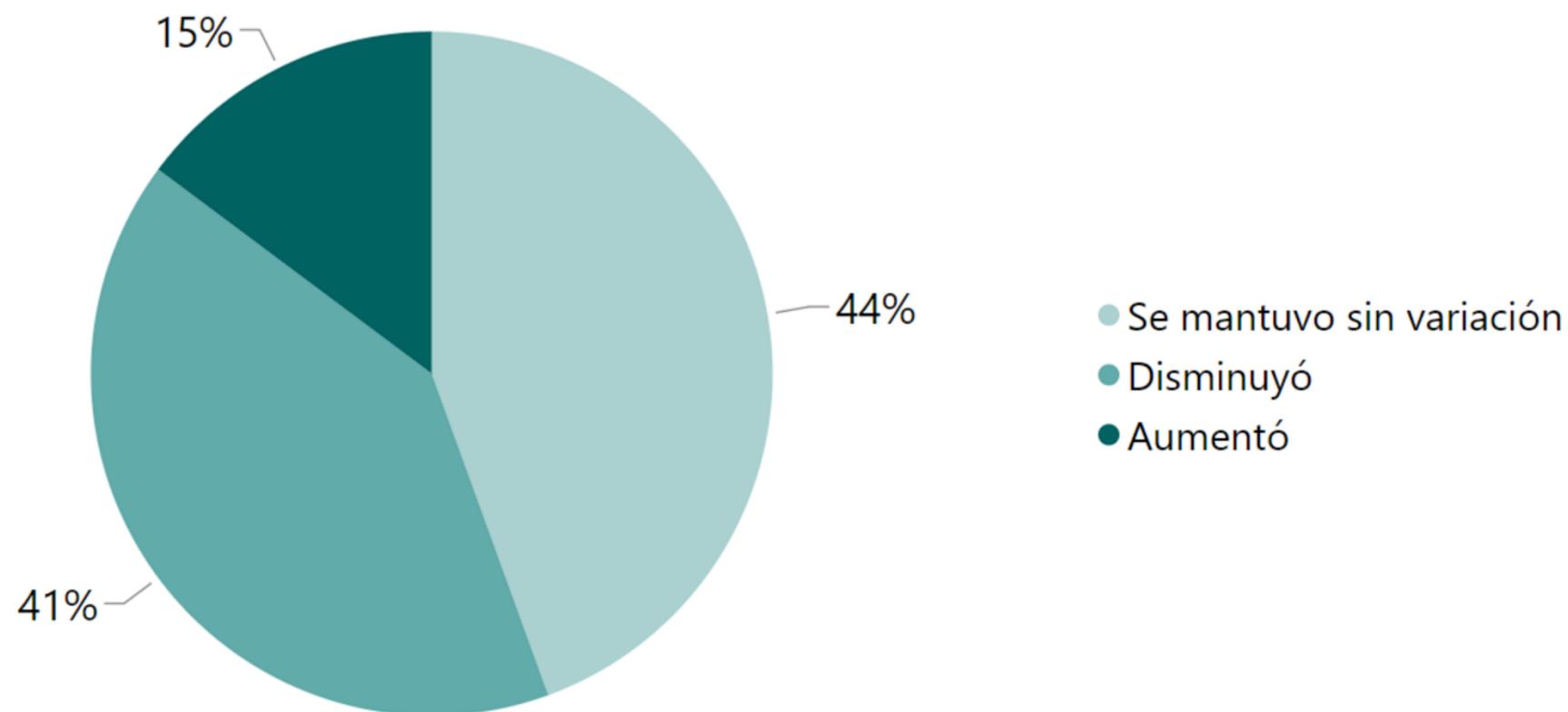
Pese a que en 2021 la situación pandémica mostraba una mejoría, se logró identificar que el 37% de las empresas experimentaron una disminución en sus ventas respecto al año previo.

De este grupo de empresas, el 60% indicó que dicha disminución fue entre 40% y 60%.

Las disminuciones más importantes fueron de entre 70% y 90% para un grupo de 20% de empresas.

* Cifras en negro: porcentaje de incremento de ventas.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.

VARIACIÓN EN LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS EN 2021 RESPECTO AL 2020



El 44% de las empresas señalaron que sus utilidades se mantuvieron sin variación en 2021 respecto al año previo. En contraste el 41% indicaron que sus beneficios disminuyeron. Solo el 15% de empresas advirtieron un aumento de utilidades en este lapso.

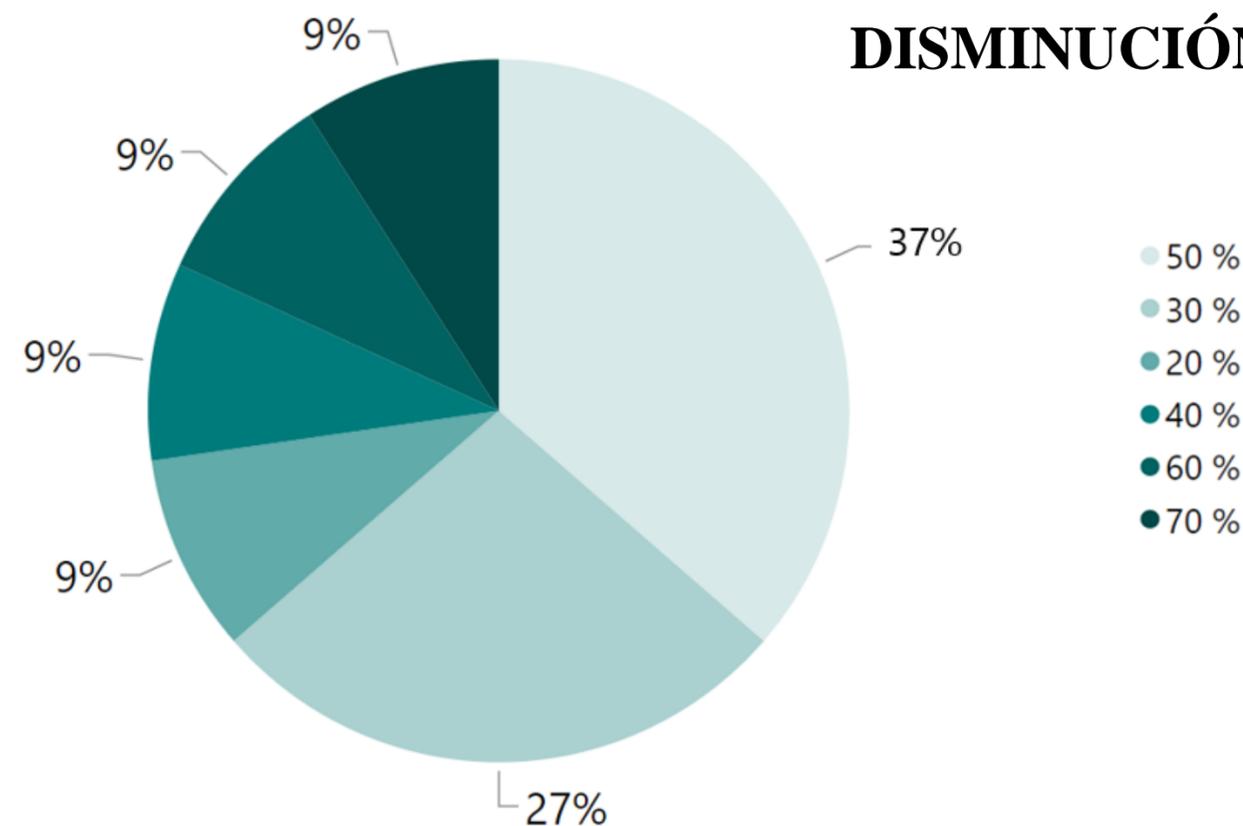
PORCENTAJE DE VARIACIÓN DE LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS EN 2021 RESPECTO AL 2020

AUMENTO



Del grupo de empresas que indicaron un incremento de las utilidades en 2021 en comparación con 2020, el mayor aumento fue de 50% para la mitad de esas empresas. La otra mitad registró sólo un incremento de 10% en beneficios en ese lapso.

DISMINUCIÓN



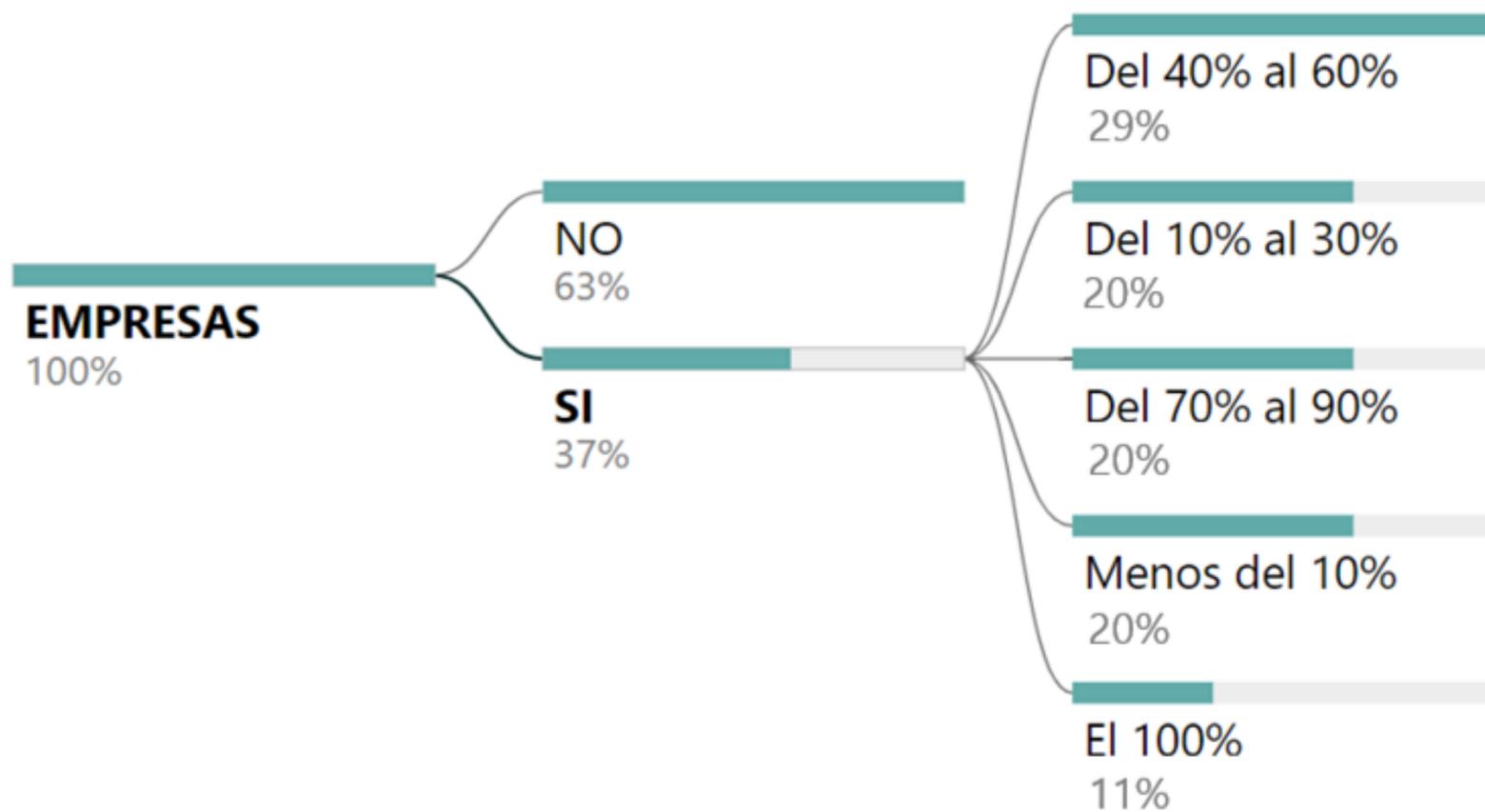
Del grupo de empresas que indicaron una disminución de las utilidades, el 37% registraron un descenso de 50%; en el otro extremo, el 9% de los negocios indicaron una reducción de sus utilidades del 70% en 2021 en comparación con el 2020.



7. EMPLEO

En esta dimensión se analiza la información relacionada con los cambios en la plantilla laboral de las empresas del sector Modas y adaptaciones que debieron realizar en el contexto de la pandemia por COVID-19.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE SE VIERON OBLIGADOS A DESPEDIR PERSONAL EN 2021



- Cifras en negro: porcentaje de reducción del personal.
- Cifras en gris: porcentaje de empresas.

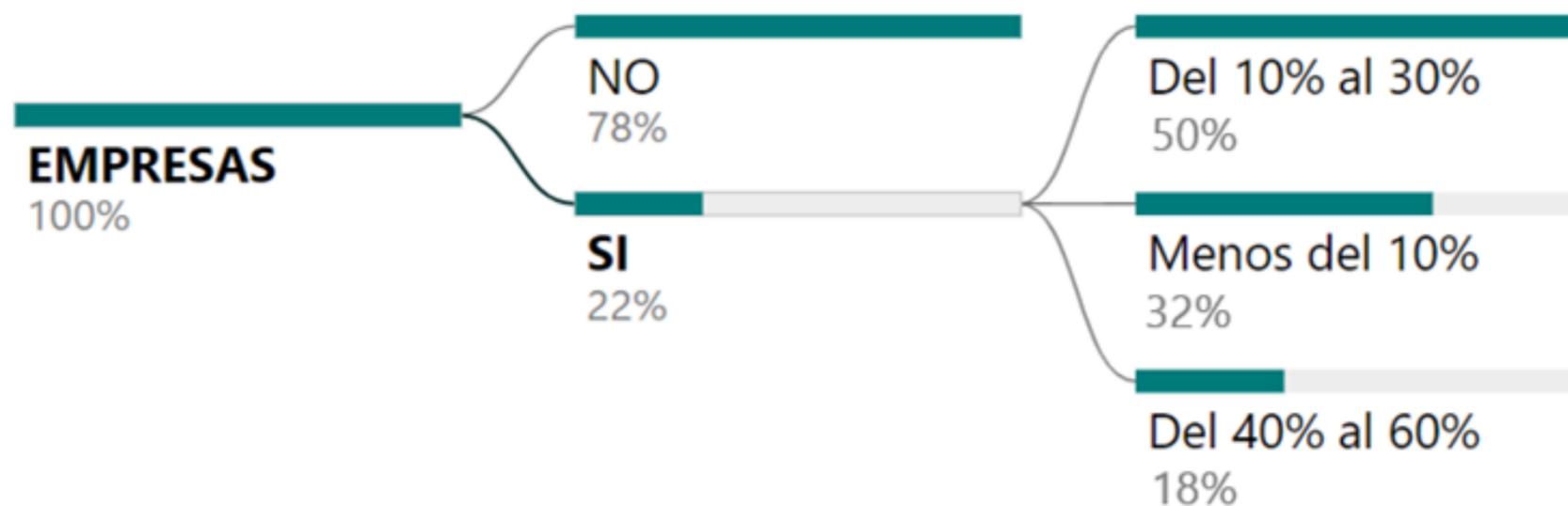
De acuerdo con la información obtenida, el 37% de las empresas se vieron obligadas a despedir personal en el año 2021.

El grupo más grande (29%) señalaron haber despedido entre el 40% y 60%.

Es importante destacar que el 11% de las empresas del sector Modas tuvieron que despedir a todo su personal en el año 2021.



PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CONTRATARON NUEVOS EMPLEADOS EN 2021



El 22% de las empresas participantes en el estudio señalaron que contrataron nuevos trabajadores.

De este grupo de empresas:

- El 50% contrató entre 10% y 30% de nuevos empleados.
- El 32% contrató menos de 10% de trabajadores adicionales.
- El 18% restante contrató entre el 40% y 60% de nuevos trabajadores.

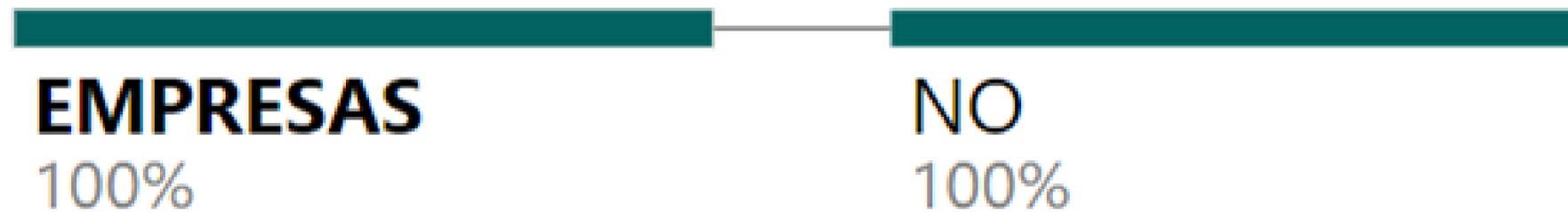


- Cifras en negro: porcentaje de contratación de nuevos trabajadores.
- Cifras en gris: porcentaje de empresas.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE TENÍA PLANES DE DESPEDIR PERSONAL EN 2022

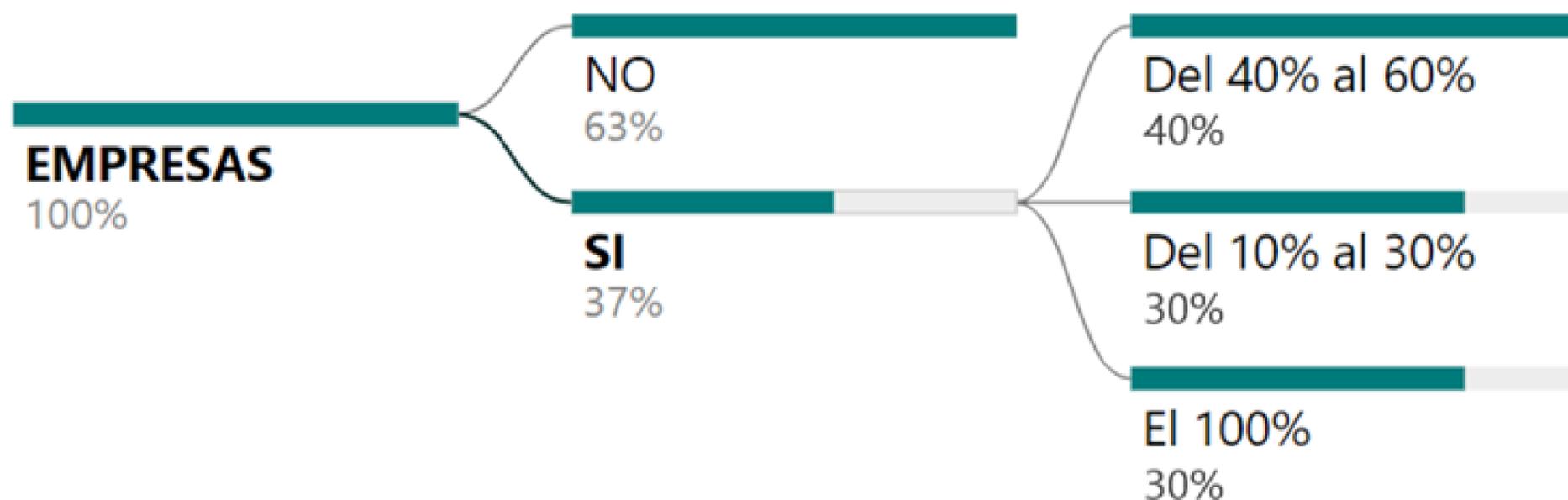


Las empresas del sector Modas señalaron que **NO** tenían contemplado despedir personal durante el 2022.



- Cifras en negro: porcentaje de personal con planes de despedir.
- Cifras en gris: porcentaje de empresas.

PORCENTAJE DE EMPRESAS CON EMPLEADOS EN LA MODALIDAD DE TRABAJO DESDE CASA EN 2021



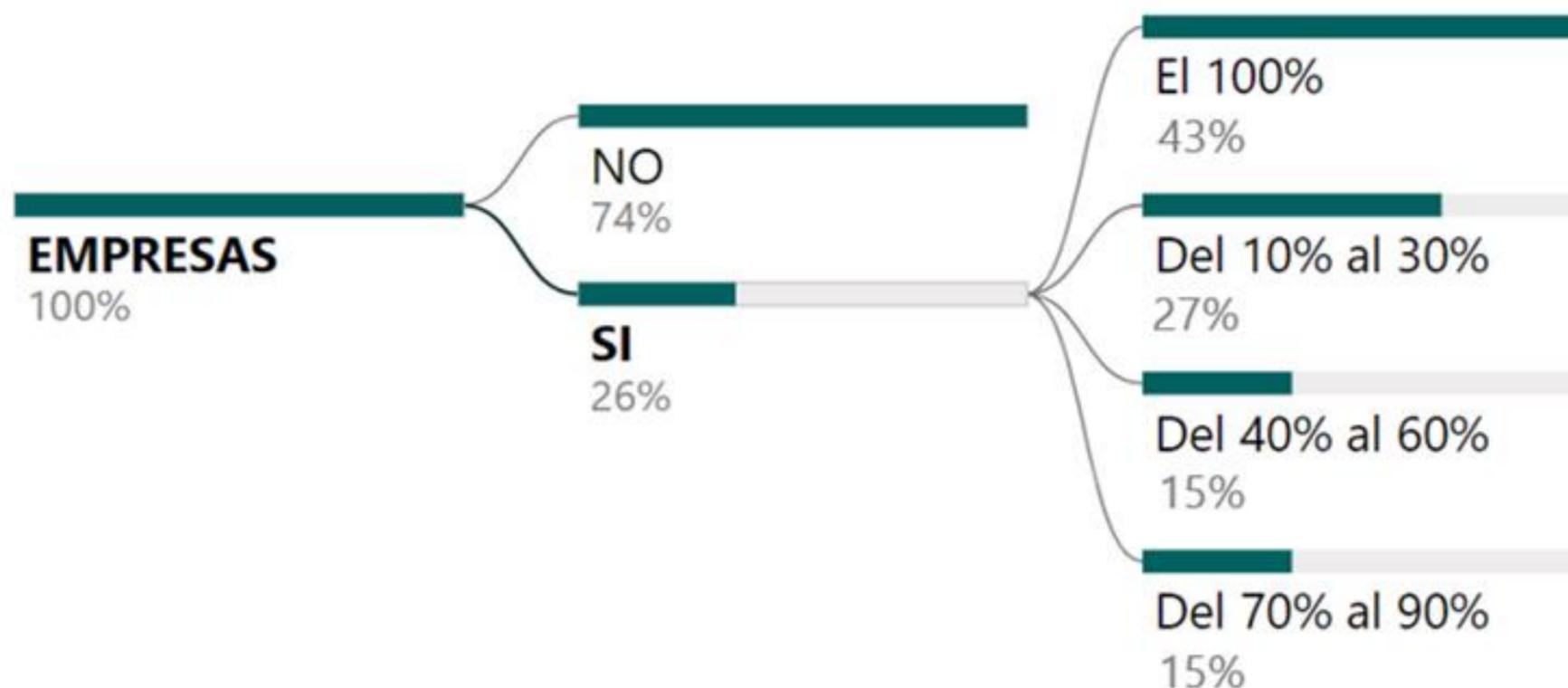
El 37% de las empresas del sector Modas señaló que durante el 2021 contaban con personal trabajando desde casa.

De este grupo:

- El 40% tenía entre el 40 y 60% de sus empleados trabajando desde casa.
- Resalta un 30% de empresas que contaba con todo el personal en actividades desde sus hogares.

- Cifras en negro: porcentaje de personal trabajando desde casa.
- Cifras en gris: porcentaje de empresas.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE EN 2022 RECONTRATARON PERSONAL QUE HABÍA SIDO DESPEDIDO CON ANTERIORIDAD



De las empresas que participaron en el estudio, el 26% contrató nuevamente a personal que había sido despedido con anterioridad (durante el periodo más álgido de la pandemia).

De ese grupo de empresas:

- El 43% volvió a contratar a todos los empleados que había despedido.
- El 15% reconstrató entre 70% y 90% de trabajadores que habían laborado antes en la empresa.
- Mientras que el 27% reconstrató solo entre 10 y 30% de personal.

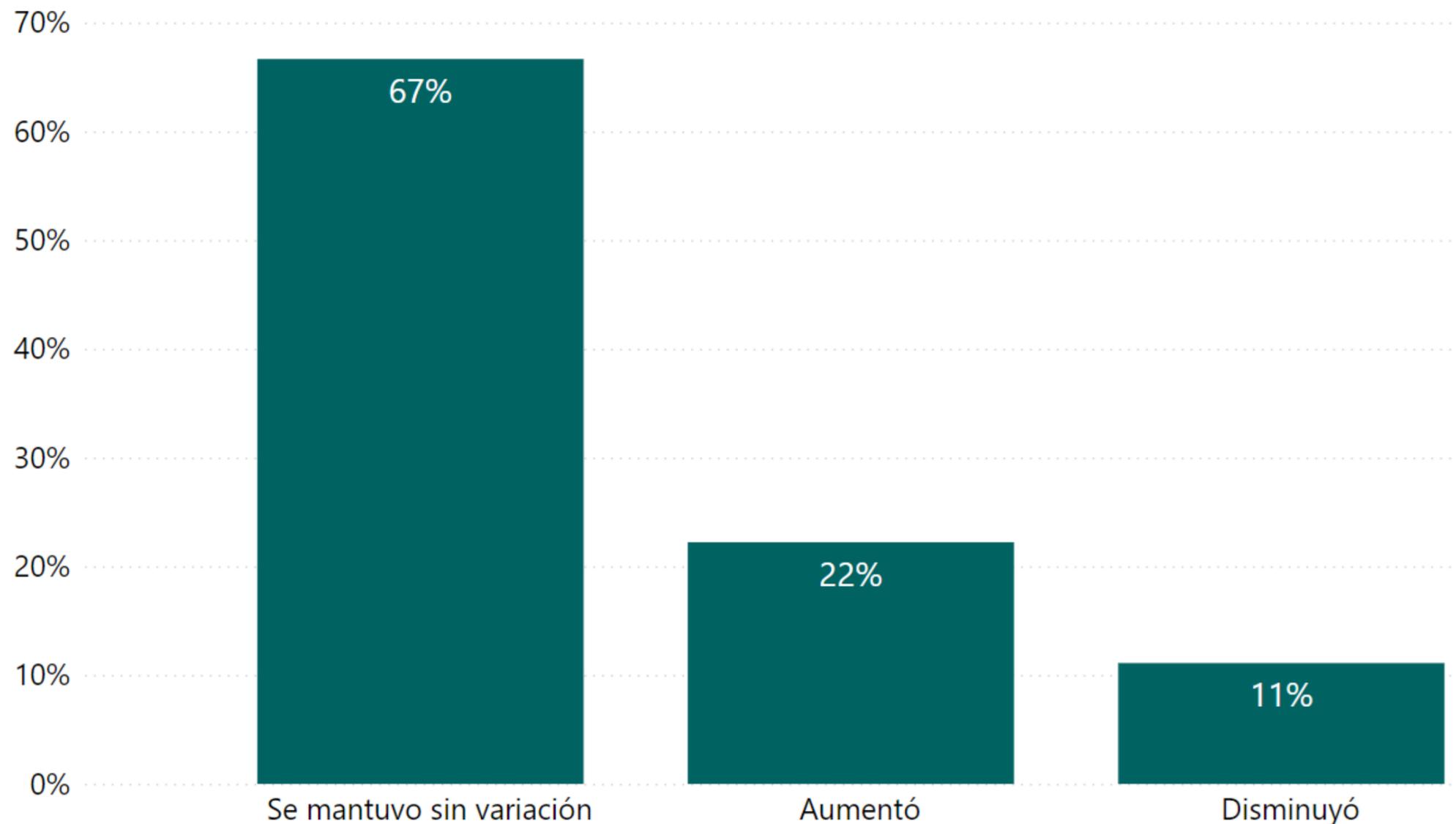
* Cifras en negro: porcentaje de reconstratación de personal.
Cifras en gris: porcentaje de empresas.



8. CONDICIONES LABORALES

En esta dimensión se presentan los resultados relacionados con las modificaciones que las empresas del sector Modas realizaron en las condiciones laborales de sus empleados durante el 2021.

PORCENTAJE DE NEGOCIOS QUE INCREMENTARON EL SALARIO DE EMPLEADOS EN 2021

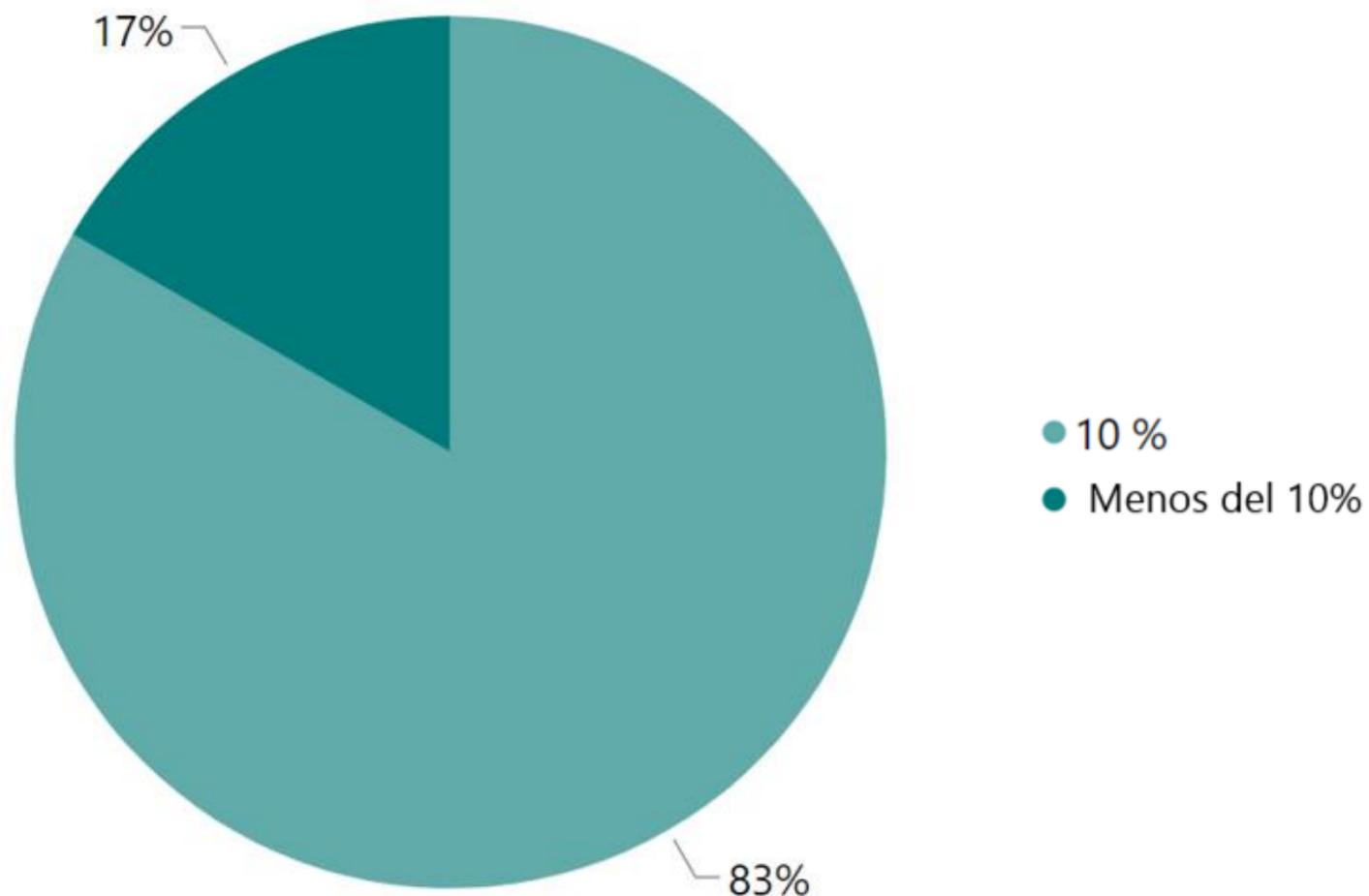


Durante el 2021, el 67% de las empresas mantuvo los salarios de los empleados sin variaciones.

En contraste, el 22% de las empresas señaló que incrementó el salario de sus trabajadores.

Mientras que solamente el 11% de los negocios disminuyeron el salario de sus empleados.

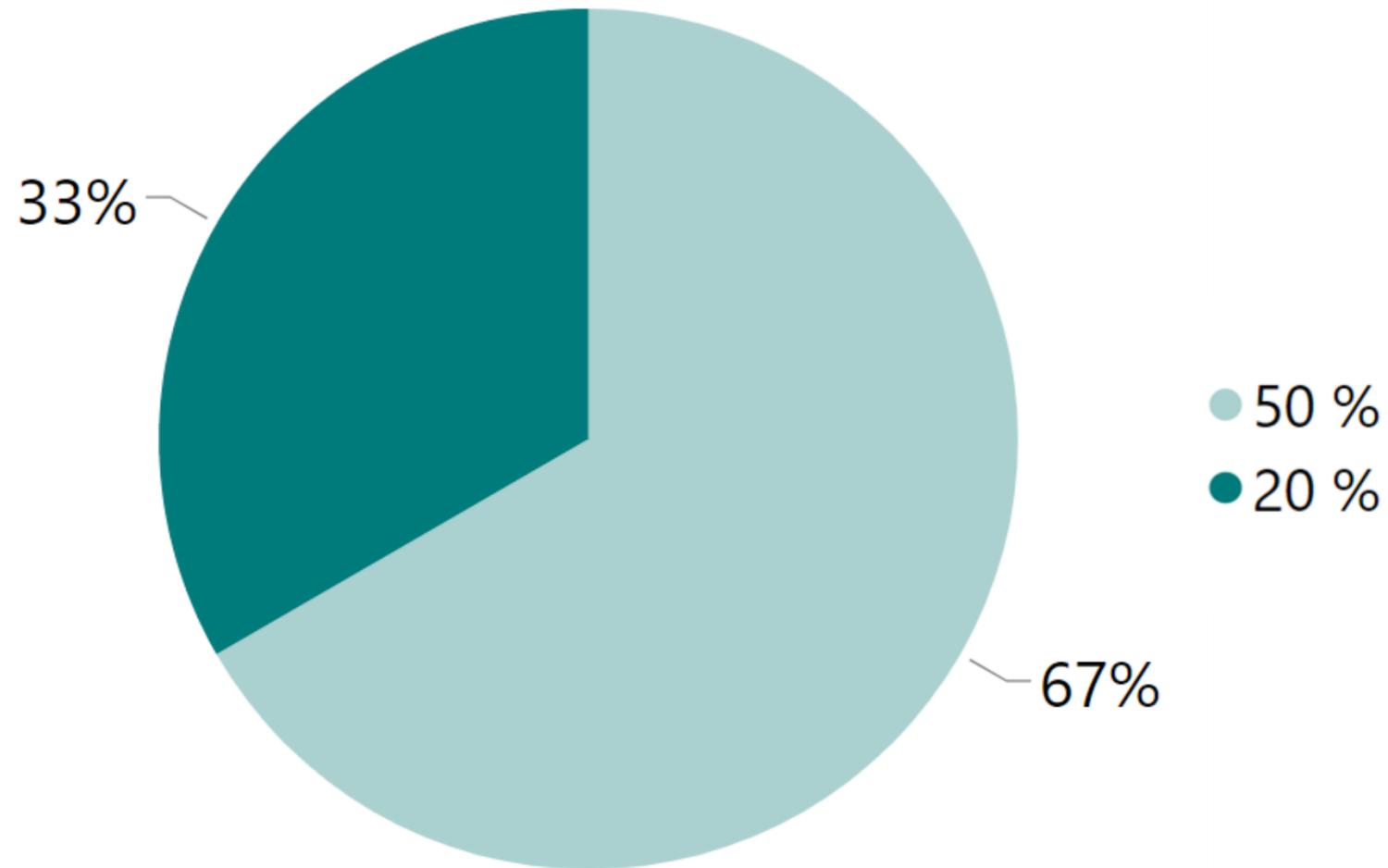
PORCENTAJE DE INCREMENTO DEL SALARIO DE EMPLEADOS EN 2021



Del grupo de empresas que señalaron que aumentaron los salarios de sus trabajadores:

- El 83% incrementaron las remuneraciones en 10%.
- Solamente el 17% de empresas indicaron que el incremento fue inferior al 10%.

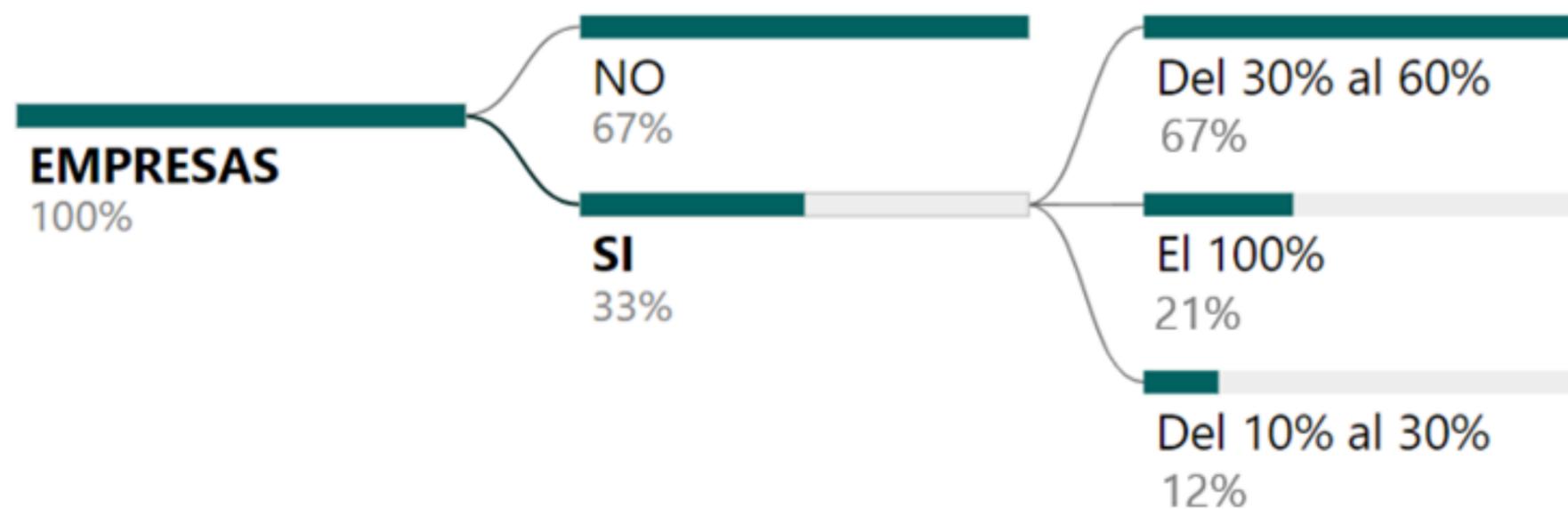
PORCENTAJE DE DISMINUSIÓN DEL SALARIO DE EMPLEADOS EN 2021



Del grupo de empresas que señalaron haber disminuido los salarios de sus trabajadores en 2021:

- El 67% disminuyó las remuneraciones un 50%.
- Mientras que el resto de empresas (33%) redujo los salarios un 20%.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REALIZARON MODIFICACIONES EN LA JORNADA LABORAL DE LOS EMPLEADOS DURANTE 2021



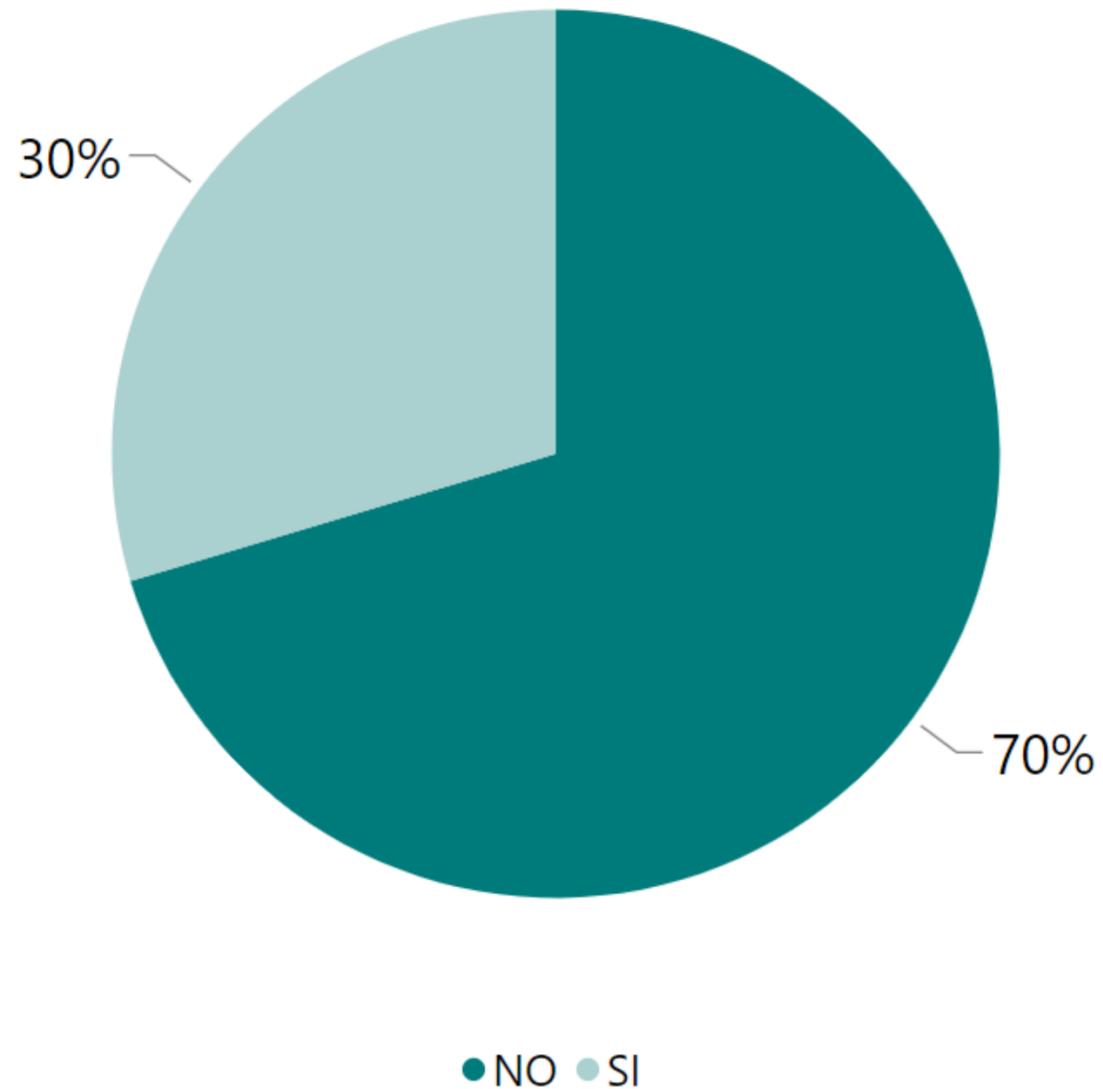
Cifras en negro: porcentaje del personal al que se redujo la jornada laboral.
Cifras en gris: porcentaje de empresas

Del total de empresas que participaron en el estudio, el 33% realizaron modificaciones en la jornada laboral de los empleados.

De este grupo de empresas, el 21% señaló haber reducido la jornada a todos sus trabajadores.

Mientras el 79% de los negocios se vieron obligados a reducir las horas de trabajo a entre 10% y 60% de su personal.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REALIZARON ACUERDOS LABORALES CON LOS EMPLEADOS EN 2021



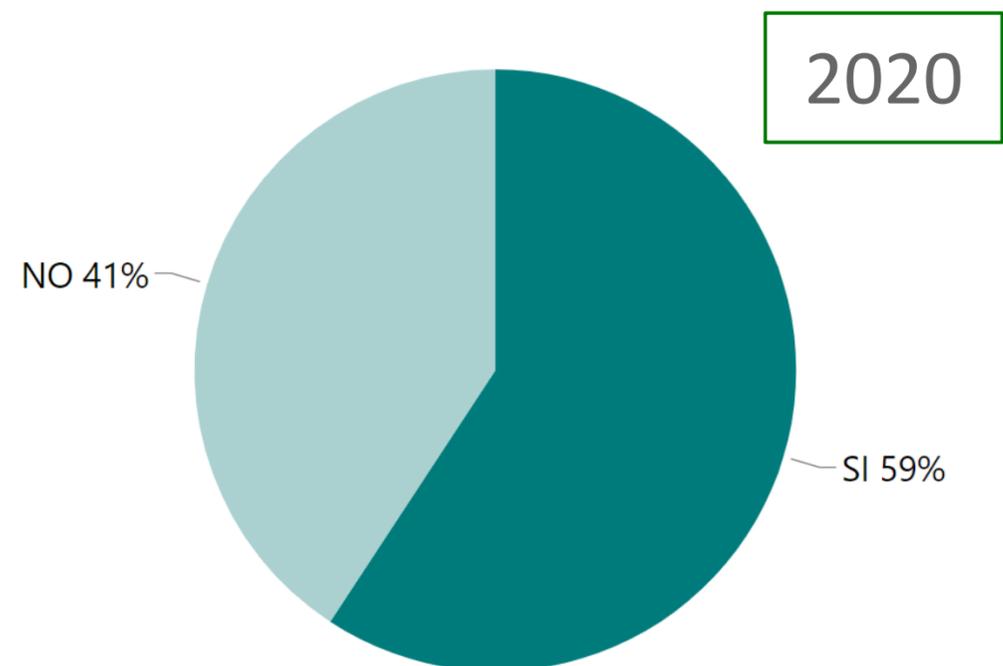
En relación con los acuerdos laborales, solo el 30% de las empresas señaló que realizaron algún tipo de acuerdo con los trabajadores, relacionado con las condiciones de trabajo.



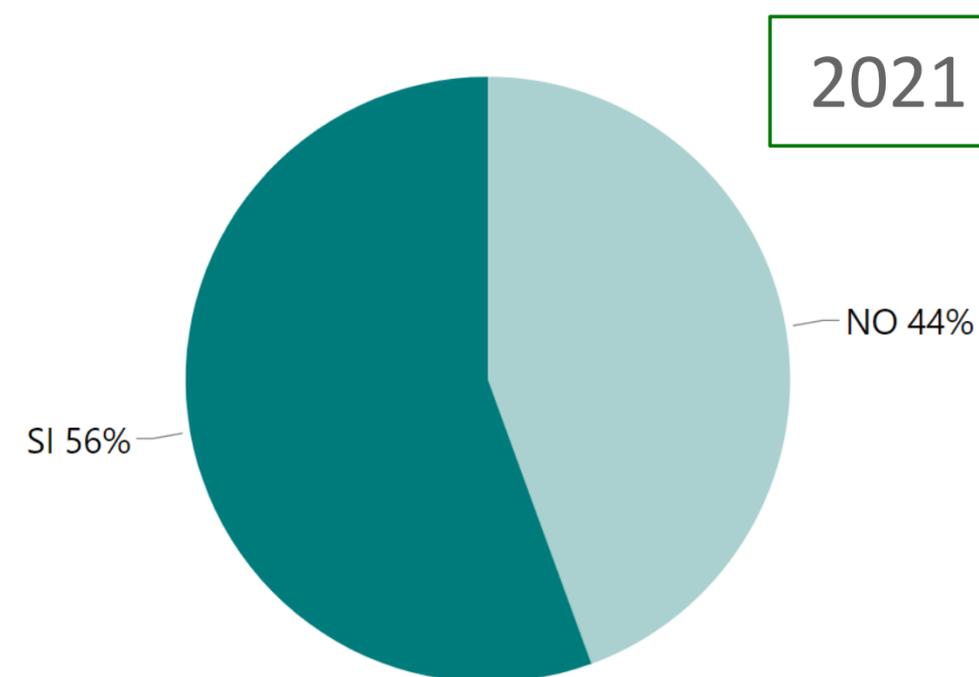
9. SITUACIÓN FINANCIERA

Esta dimensión presenta información relacionada con el balance financiero y situación crediticia de las empresas del sector Modas durante los años 2021 y 2022.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REGISTRARON PÉRDIDAS FINANCIERAS EN 2020 Y 2021

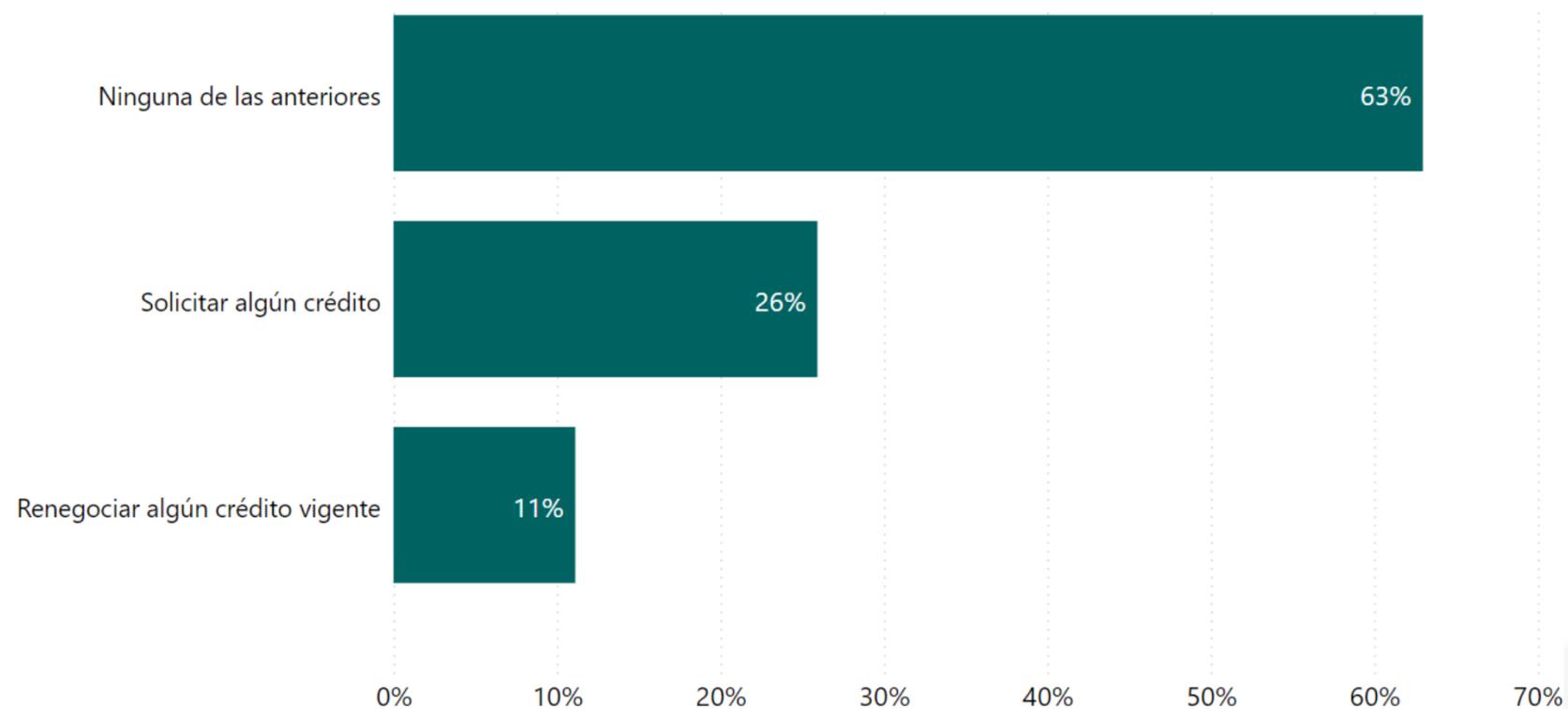


En 2020 el 59% de las empresas que participaron en el estudio experimentaron pérdidas en el ejercicio anual.



En 2021 el porcentaje de empresas que registraron pérdidas continuó siendo bastante significativo (56%).

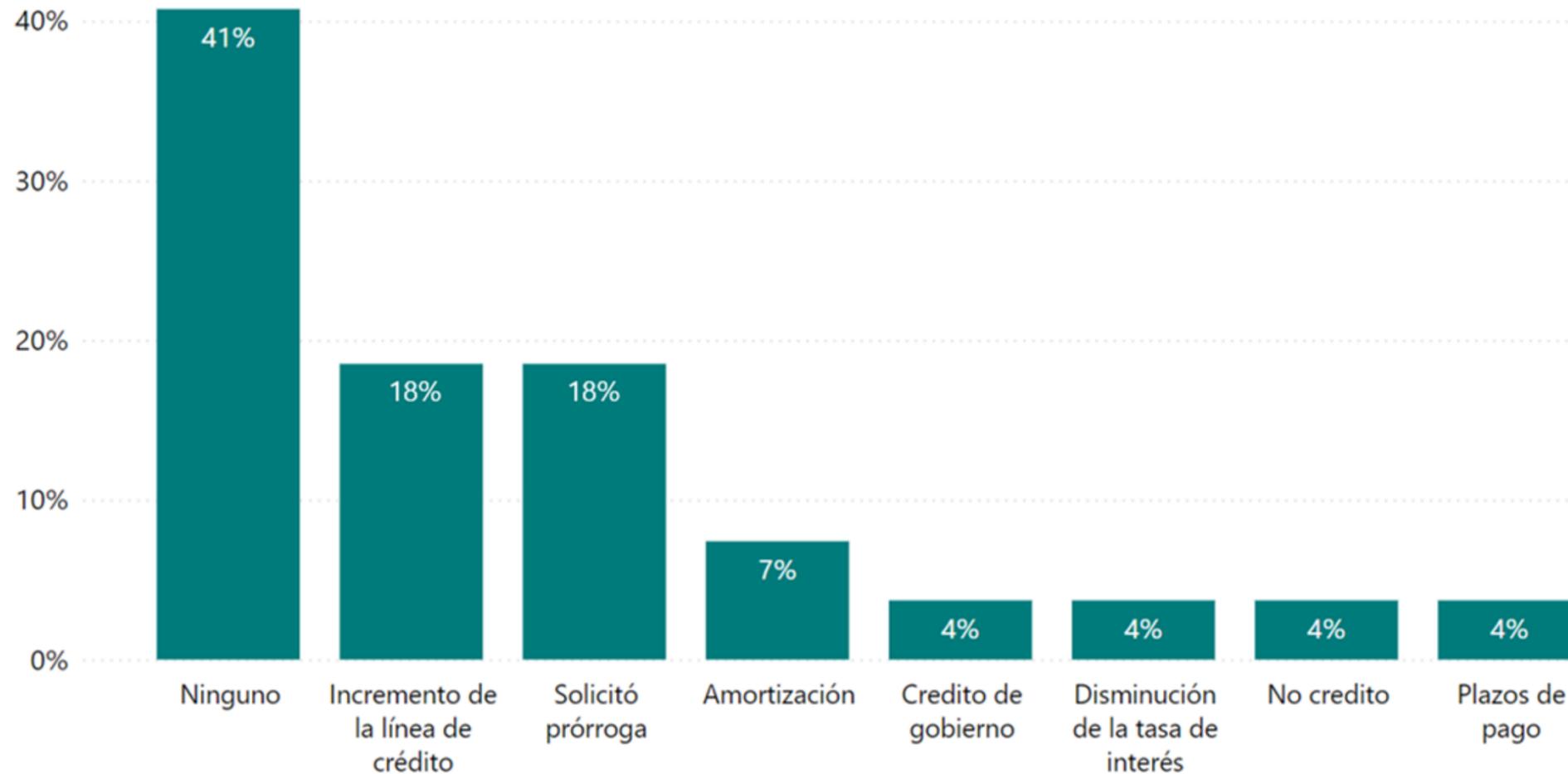
PLANES DE LAS EMPRESAS SOBRE SOLICITUD O REESTRUCTURACIÓN DE CRÉDITOS EN 2021



Durante 2021, derivado de la crisis generada por la pandemia, el 11% de las empresas tenían planes de renegociar sus créditos, mientras que el 26% tenían contemplado solicitar un crédito adicional.

Por otro lado, el 63% de empresas no tenía planes de realizar ninguna de dichas acciones.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE SOLICITARON PRÓRROGA O REESTRUCTURACIÓN DE LOS CRÉDITOS VIGENTES EN 2021



De acuerdo con las respuestas emitidas por las empresas participantes en el estudio:

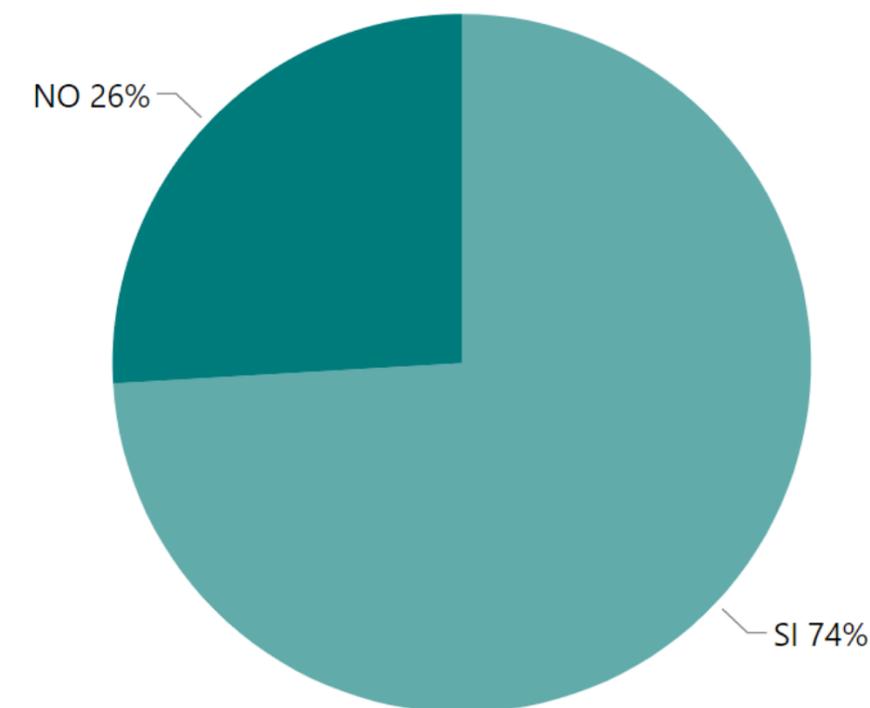
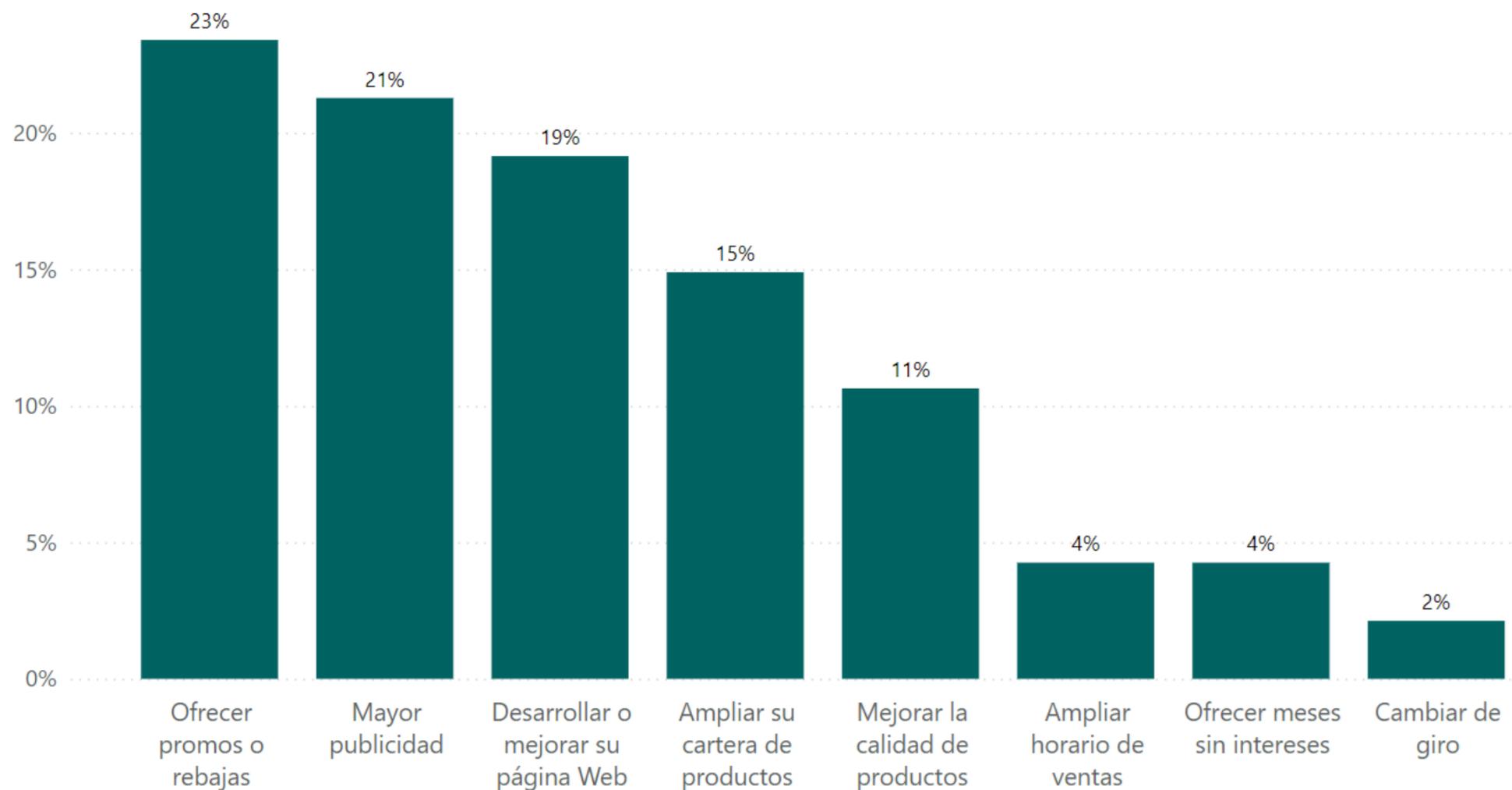
- El 41% no implementaron ningún tipo de renegociación relacionada con deudas crediticias.
- El 18% solicitaron incremento de sus líneas de crédito.
- El 18% solicitó prórrogas sobre sus deudas.
- Solo el 7% realizó amortizaciones.



10. PLANES DE REESTRUCTURACIÓN Y NUEVAS OPORTUNIDADES

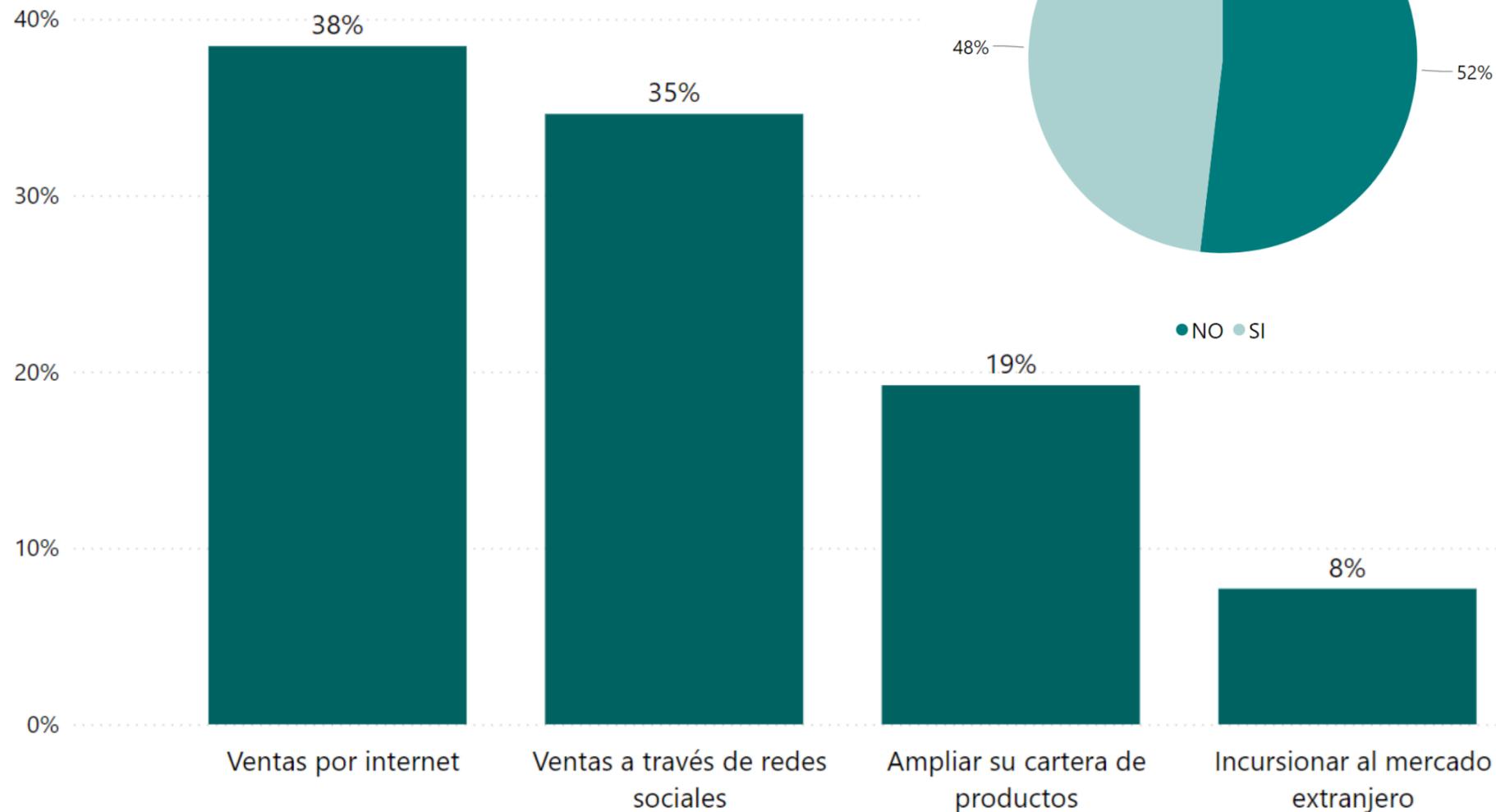
En esta dimensión de análisis se examinan variables relacionadas con los diferentes planes y estrategias emergentes que las empresas del sector Modas implementaron para hacer frente a la crisis generada por la pandemia.

PRINCIPALES ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS POR LAS EMPRESAS PARA RECUPERAR CLIENTES DURANTE 2021



De acuerdo con la información obtenida, el 74% de las empresas implementaron estrategias emergentes para recuperar clientes. Dentro de las principales estrategias señaladas se encuentran: 1) ofrecer promociones o rebajas; 2) aumentar la publicidad; 3) desarrollar o mejorar sus páginas Web; 4) ampliar su cartera de productos; 5) mejorar la calidad de productos.

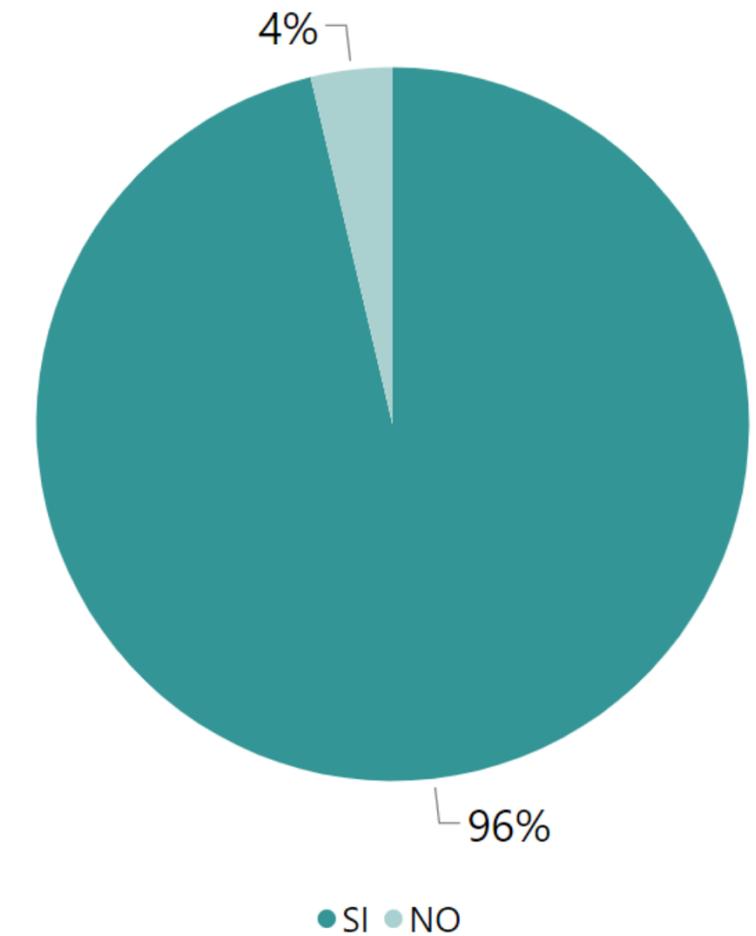
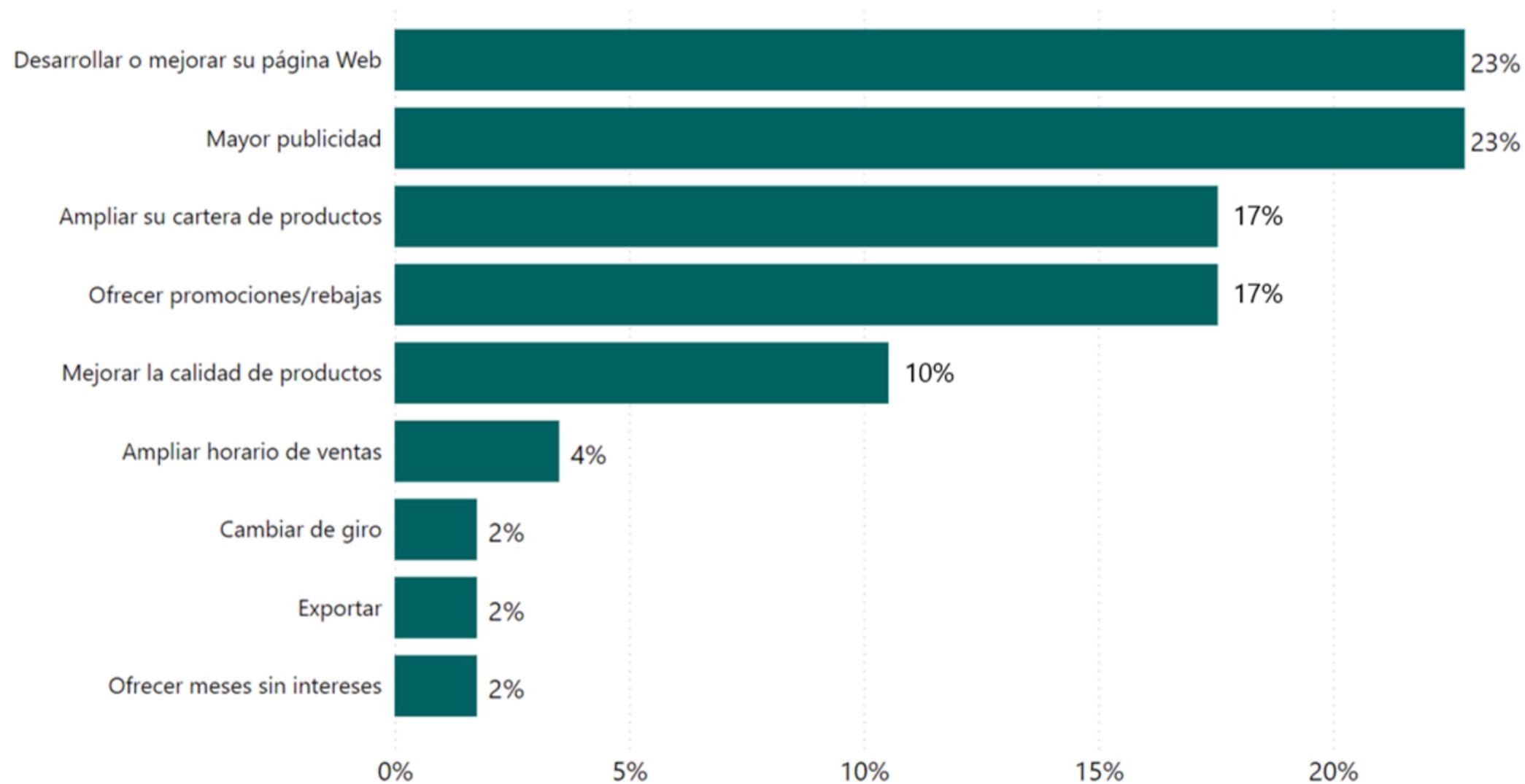
PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE ADVIRTIERON OPORTUNIDADES PARA INGRESAR A NUEVOS MERCADOS Y PRINCIPALES ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS EN EL 2021



Frente a la situación pandémica, el 48% de empresas advirtieron oportunidades propicias para incursionar a nuevos mercados.

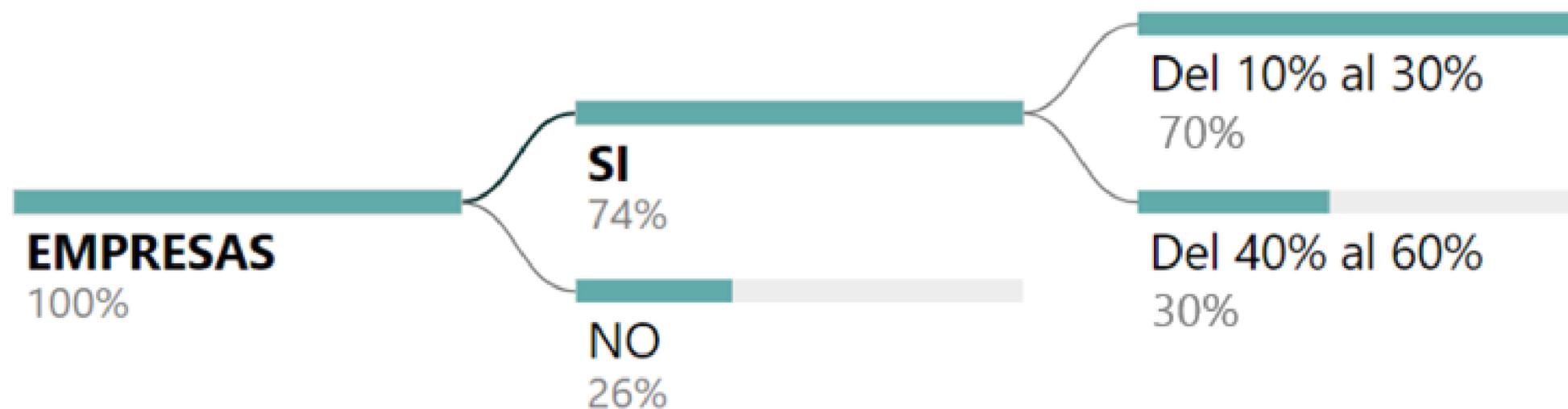
Dentro de este grupo, un importante porcentaje (73%) advirtió oportunidades relacionadas con las ventas a través de redes sociales o internet. El 19% aprovecharon la coyuntura para ampliar su cartera de productos. Mientras que el 8% incursionaron en el mercado extranjero.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE IMPLEMENTARON NUEVAS ESTRATEGIAS DE VENTAS EN EL 2021 Y PRINCIPALES ACCIONES EFECTUADAS



Durante el 2021, el 96% de las empresas, pusieron en marcha nuevas estrategias de venta. Las principales estrategias se relacionan principalmente con mejorar o desarrollar sus página Web (23%), mayor publicidad (23%), ampliar la cartera de productos (17%), ofrecer promociones o rebajas (17%) y mejorar la calidad de productos (10%).

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE INCREMENTARON VENTAS A PARTIR DE LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS ESTRATEGIAS



Del grupo de empresas que implementaron nuevas estrategias de ventas, el 74% señaló que obtuvo resultados positivos.

Para la mayoría de este grupo (70%) el incremento en ventas fue de entre 10 y 30%.

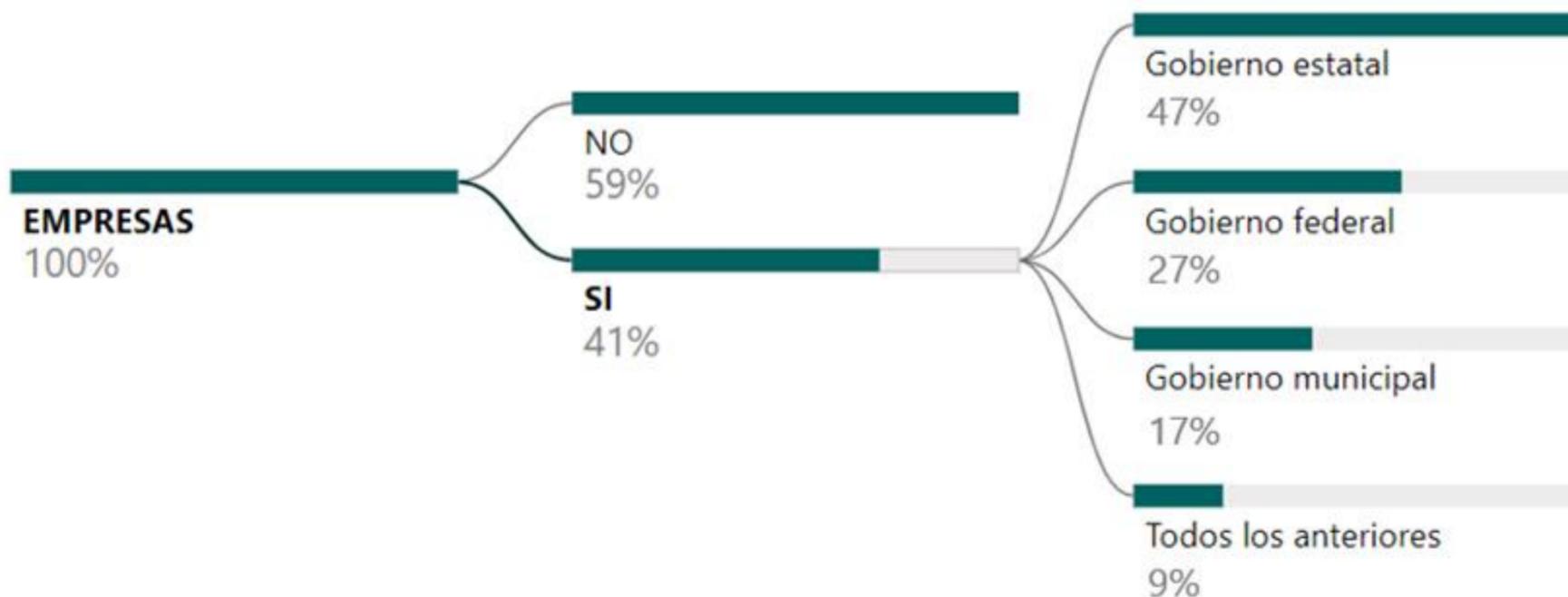
Solamente el 30% de los negocios logró un aumento en ventas de entre 40% y 60%.

- Cifras en negro: porcentaje de incremento de ventas.
- Cifras en gris: porcentaje de empresas.



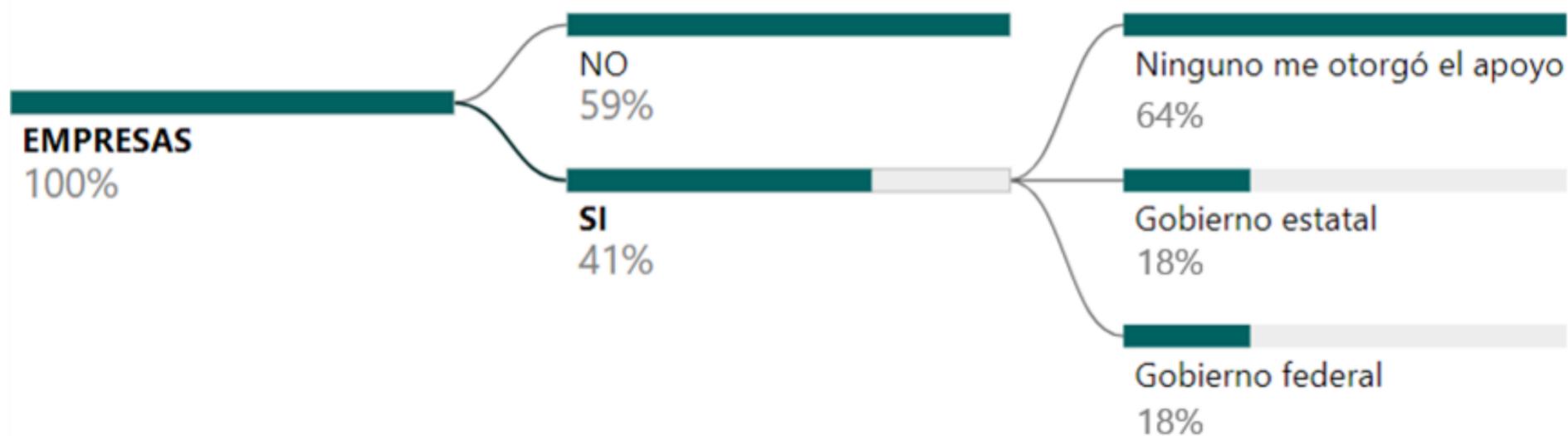
Esta dimensión de análisis tiene como objetivo examinar información relacionada con la intervención gubernamental en apoyo a las empresas del sector Modas frente al contexto de la pandemia COVID-19.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE SOLICITARON APOYO A ALGUNA INSTANCIA GUBERNAMENTAL EN EL 2021



Solamente el 41% de las empresas solicitaron algún tipo de apoyo a alguna instancia gubernamental. De este conjunto de empresas el 47% lo hizo al gobierno estatal, el 27% al federal, 17% al municipal y un 9% a todos los niveles de gobierno.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE SOLICITARON RESULTARON BENEFICIADAS CON ALGÚN APOYO GUBERNAMENTAL EN 2021



Del total de empresas que solicitaron algún tipo de apoyo a alguna instancia gubernamental (41%), el 64% no fueron beneficiadas con ningún apoyo, el 18% recibieron apoyo por parte del gobierno estatal y otro 18% por el gobierno federal.

Entre los programas gubernamentales con los que resultaron beneficiados los negocios se encuentran REACTIVA y préstamo en efectivo del gobierno federal; mientras que a nivel estatal fueron SIRA y “ayuda al comercio”.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE TENÍAN PLANES DE SOLICITAR APOYO AL GOBIERNO EN CASO DE SURGIR ALGÚN NUEVO PROGRAMA DURANTE 2022



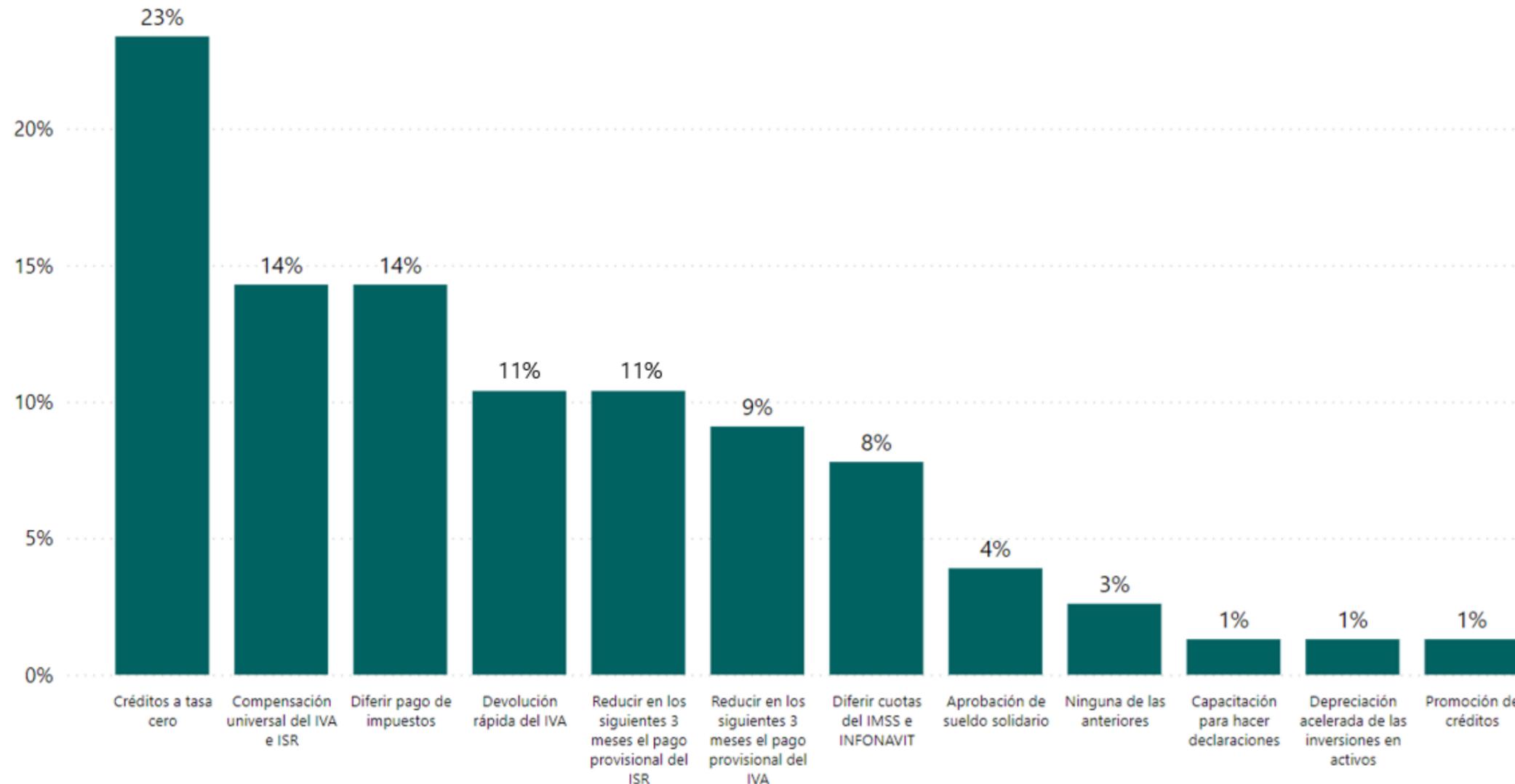
De las empresas entrevistadas, el 67% señalaron que tenían planes de solicitar algún tipo de apoyo en caso de que surgieran nuevos programas gubernamentales emergentes.



12. PERCEPCIONES SOBRE CONDICIONES DEL ORDEN FISCAL NECESARIAS PARA ENFRENTAR Y SALIR DE LA CRISIS

En esta dimensión se presentan las principales acciones gubernamentales que las empresas del sector Modas participantes en el estudio señalaron como necesarias para salir de la crisis generada por la pandemia COVID-19.

PRINCIPALES MEDIDAS DE ORDEN FISCAL SUGERIDAS POR LOS EMPRESARIOS PARA HACER FRENTE A LA CRISIS



Las empresas del sector Modas manifestaron su interés principalmente por las siguientes alternativas:

- 1) Créditos a tasa cero
- 2) Compensación universal del IVA e ISR
- 3) Diferir pago de impuestos
- 4) Devolución rápida del IVA
- 5) Reducción del plazo para el pago provisional de ISR y el IVA