



Sector mueblero



Sector modas



Sector restaurantes

RESULTADOS GENERALES

Análisis de los efectos económicos y productivos
generados por la pandemia en Jalisco.

(sector mueblero, sector modas y sector restaurantes)



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 se sustenta en los resultados de la encuesta titulada “**Análisis de los efectos económicos y productivos generados por la pandemia en los sectores muebles, moda y restaurantes de Jalisco**”.
- El cuestionario fue aplicado por el **equipo de investigación del módulo 6** de la Plataforma Economía de Jalisco: Acción contra la recesión global.
- En el estudio participaron **54 empresas** de los sectores en el período enero-julio del año 2022.



Sector modas



Sector mueblero



Sector restaurantes

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 de Jalisco de los sectores modas, muebles y restaurantes.



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



RESULTADOS GENERALES

**Análisis de los efectos económicos y productivos
generados por la pandemia en Jalisco.**

(sector mueblero, sector modas y sector restaurantes)



Sector mueblero



Sector modas



Sector restaurantes

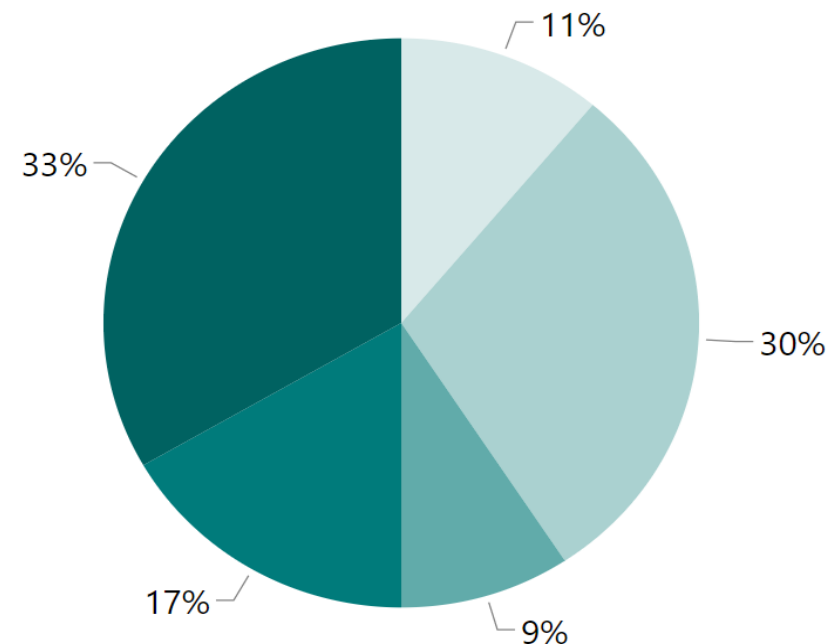


1. PERFIL DE LA EMPRESA

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

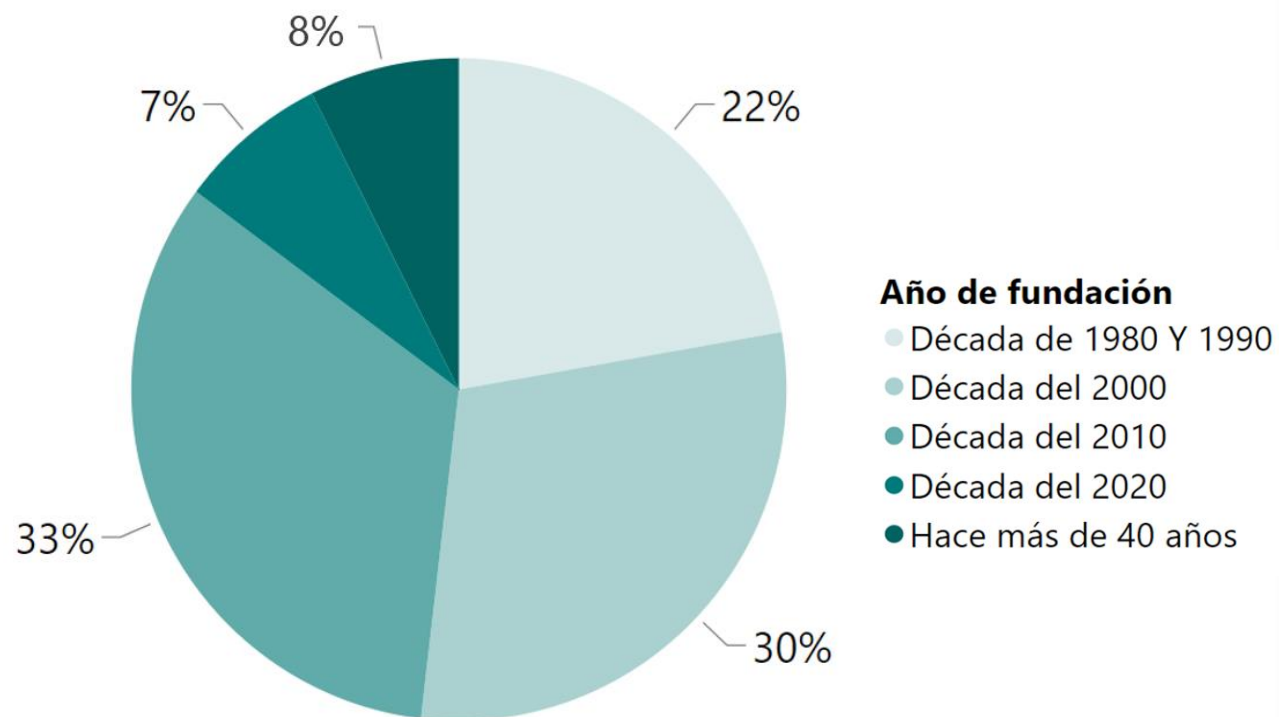
En el estudio realizado, las empresas que registraron una mayor participación corresponden al sector modas (integrado por negocios de calzado, confección/vestido y joyería) con el 50% de las respuestas obtenidas, seguido del sector restaurantes con el 33% y, por último, empresas dedicadas a la fabricación de muebles (17%).

GIRO INDUSTRIAL



● Calzado ● Confección/Vestido ● Joyería ● Muebles ● Restaurantes

AÑO DE FUNDACIÓN



Del grupo de empresas que participaron en el estudio, fue posible identificar que el mayor porcentaje son jóvenes, es decir, se fundaron en la década del 2010 (33%).

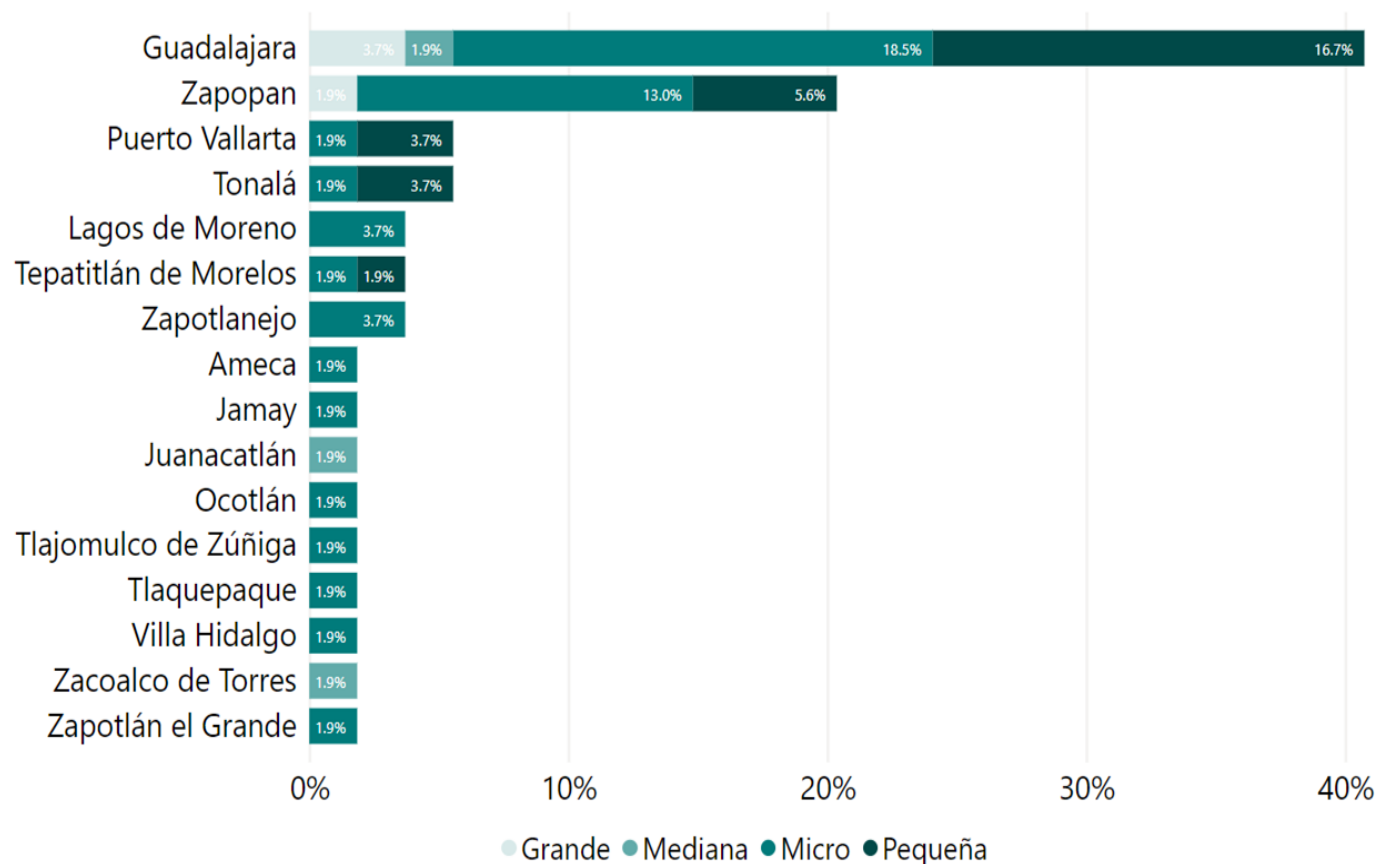
Dentro de este conjunto de empresas jóvenes, destaca la participación de empresas que se crearon precisamente a partir del 2020 (7%), en la época más álgida de la pandemia.

También un amplio porcentaje fueron creadas en la primera década del presente siglo (30%). Por otra parte, destaca la participación de empresas de amplia trayectoria en el mercado, cuya antigüedad es mayor a los 40 años (8%), así como también empresas que fundaron en las dos últimas décadas del siglo pasado (22%).

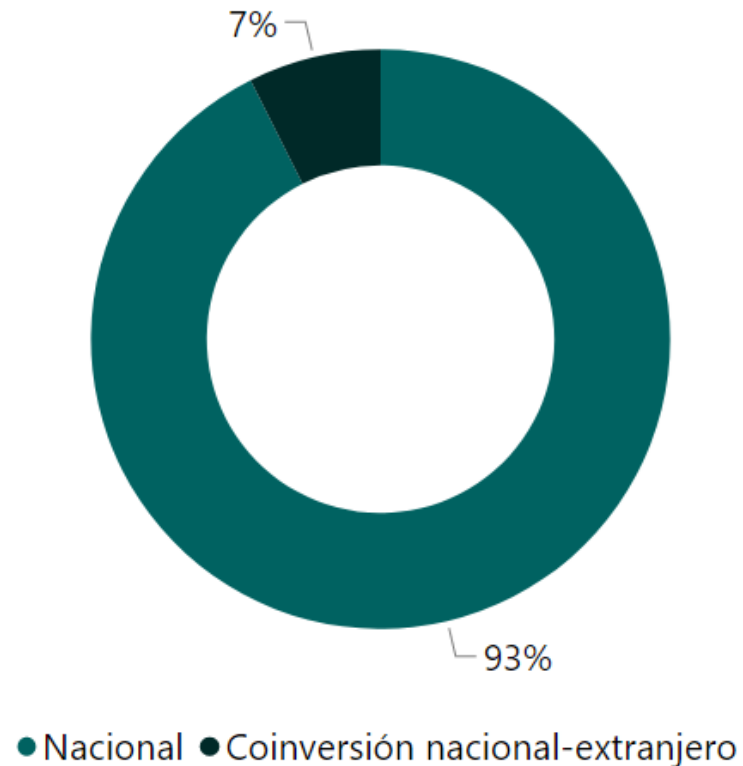
Las empresas que participaron en el estudio se ubican en 16 municipios del estado de Jalisco, destacando en cantidad de participaciones Guadalajara (42%), Zapopan (21%), Puerto Vallarta (6%) y Tonalá (6%).

En general, las empresas que mayor participación tuvieron fueron las de tamaño micro, pequeñas y medianas. No obstante, también se obtuvo respuesta de empresas grandes que se ubican en los municipios de Guadalajara y Zapopan.

TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN MUNICIPIO



ORIGEN DEL CAPITAL DE LA EMPRESA



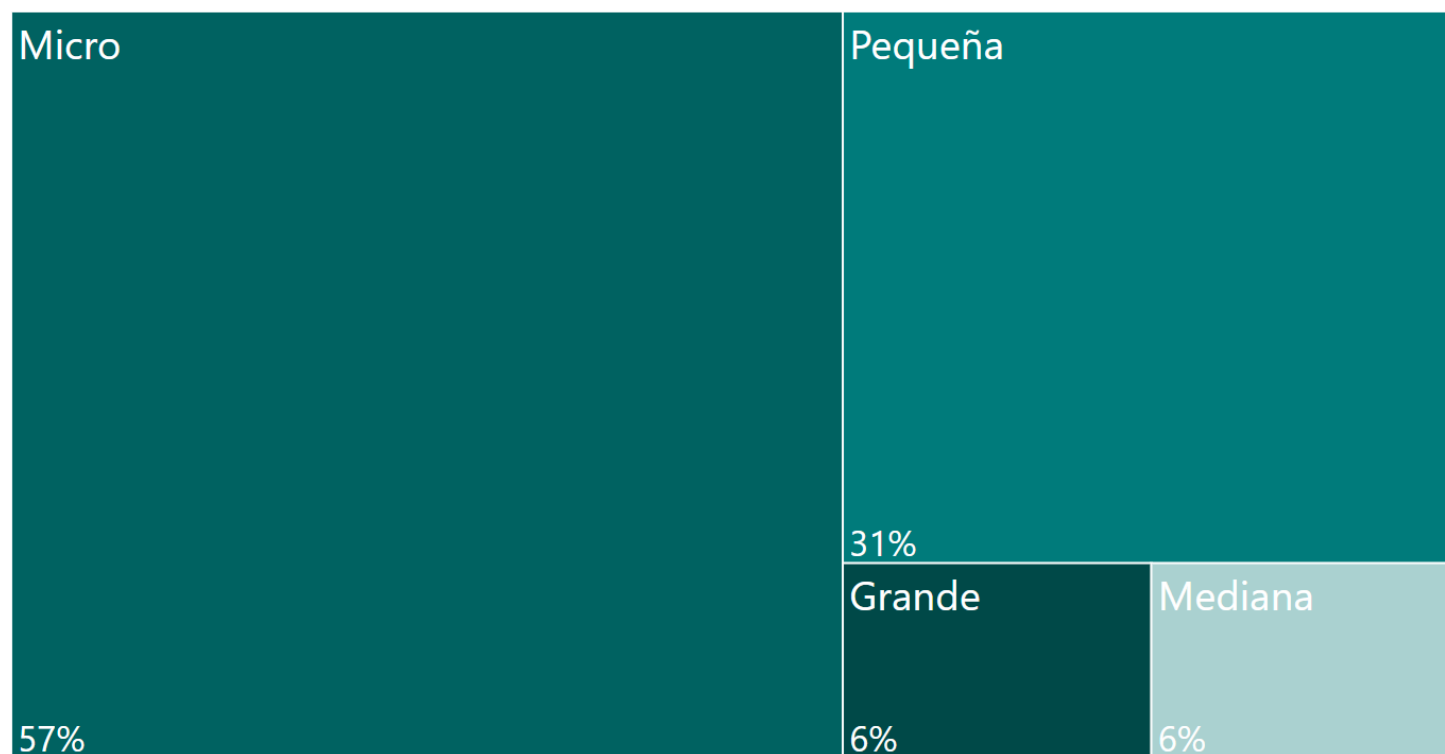
El 93% de las empresas que participaron en el estudio son de origen nacional.

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

En el estudio realizado destaca la participación principalmente de empresas de tamaño micro (57%) seguidas por las pequeñas (31%).

No obstante, también se logró obtener información de algunas empresas medianas (6%) y grandes (6%).

TAMAÑO DE LA EMPRESA





3. PERFIL DEL EMPRESARIO

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

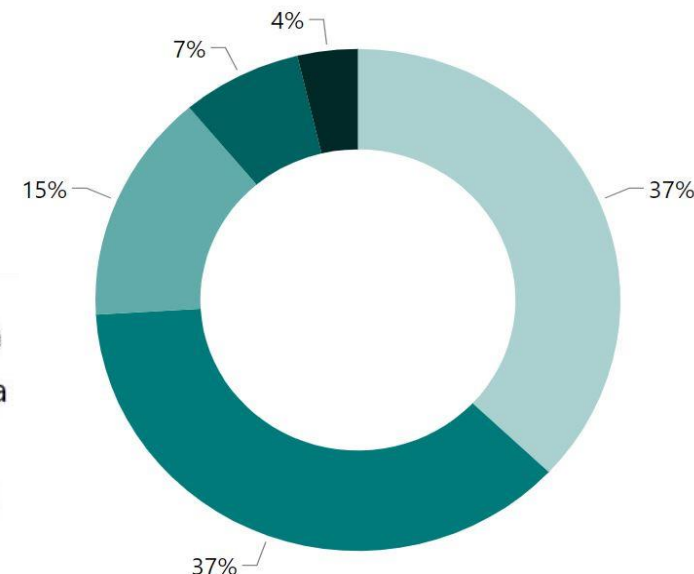
NIVEL EDUCATIVO DEL PROPIETARIO

De las empresas que participaron en la encuesta, en mayor medida la información fue proporcionada por el propietario (70%). Solamente en el 30% de los negocios la respuesta se obtuvo por parte de gerentes o directivos de las empresas.

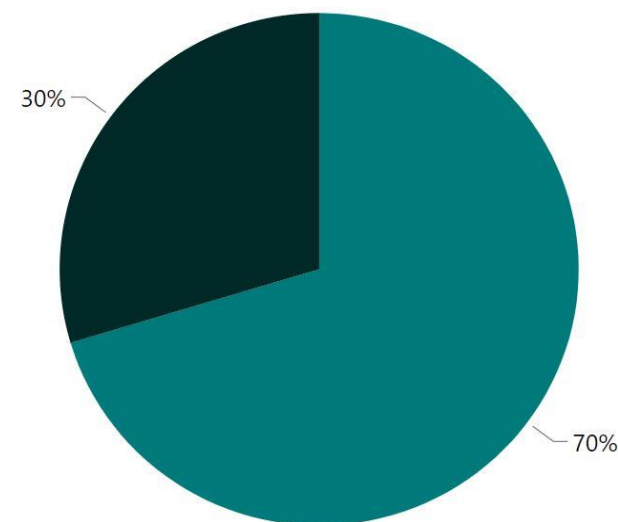
En relación al nivel de estudio de los propietarios se logró identificar que 37% cuentan con estudios de licenciatura y otro 37% bachillerato.

Cabe destacar que un importante porcentaje de los dueños de los negocios cuenta con estudios de posgrado (15%); en cambio solamente el 11% señaló contar con escolaridad de nivel secundaria y básica.

● Licenciatura
● Preparatoria
● Posgrado
● Secundaria
● Primaria



● SI
● NO



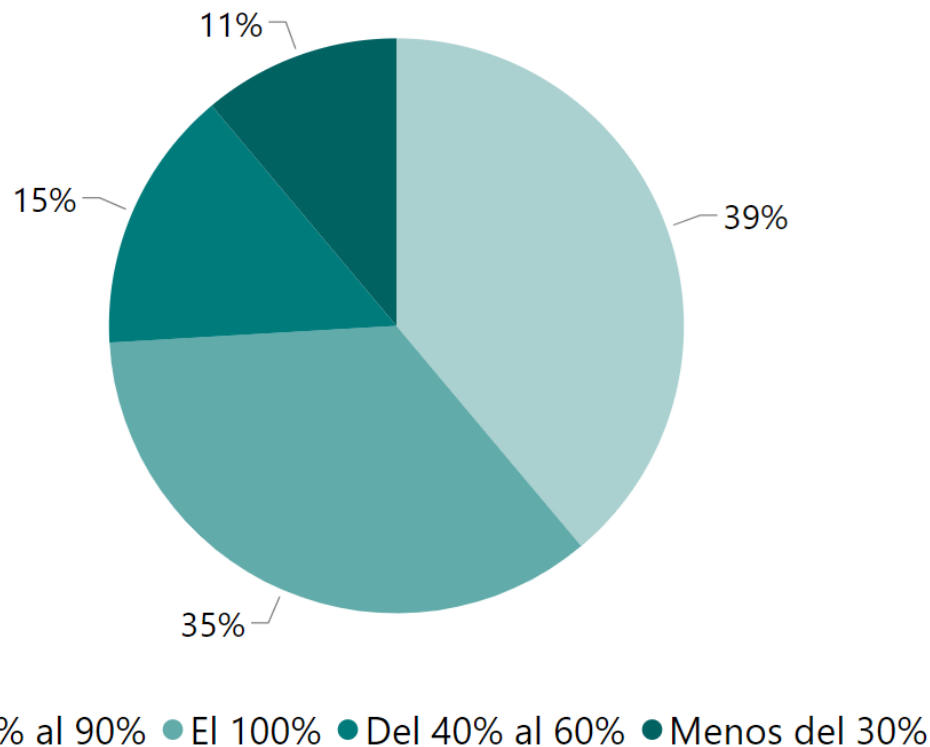


3. CADENA PRODUCTIVA

Las variables que integran esta dimensión de análisis para el estudio 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 los diferentes sectores derivado de la crisis originada por el COVID-19.

PORCENTAJE DE PROVEEDORES DE ORIGEN NACIONAL

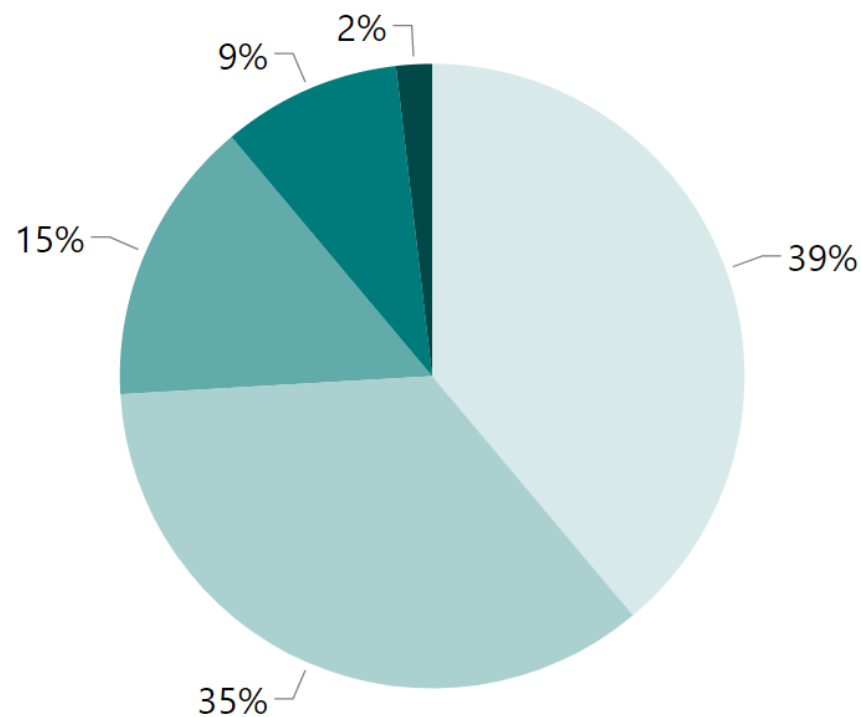


Los resultados del estudio muestran que gran parte de los proveedores de las empresas son de origen nacional.

El 35% de las empresas que respondieron el cuestionario, cuentan exclusivamente con proveedores nacionales, mientras que el 39% tienen entre el 70% y 90% del origen de sus insumos dentro del territorio nacional.

El restante 26% de empresas tienen en su mayoría proveedores extranjeros, resaltando entre éstas el 11% de empresas que tienen menos del 30% de sus proveedores de origen nacional.

PORCENTAJE DE PROVEEDORES DE ORIGEN EXTRANJERO



● Menos del 30% ● El 0% ● Del 40% al 60% ● Del 70% al 90% ● El 100%

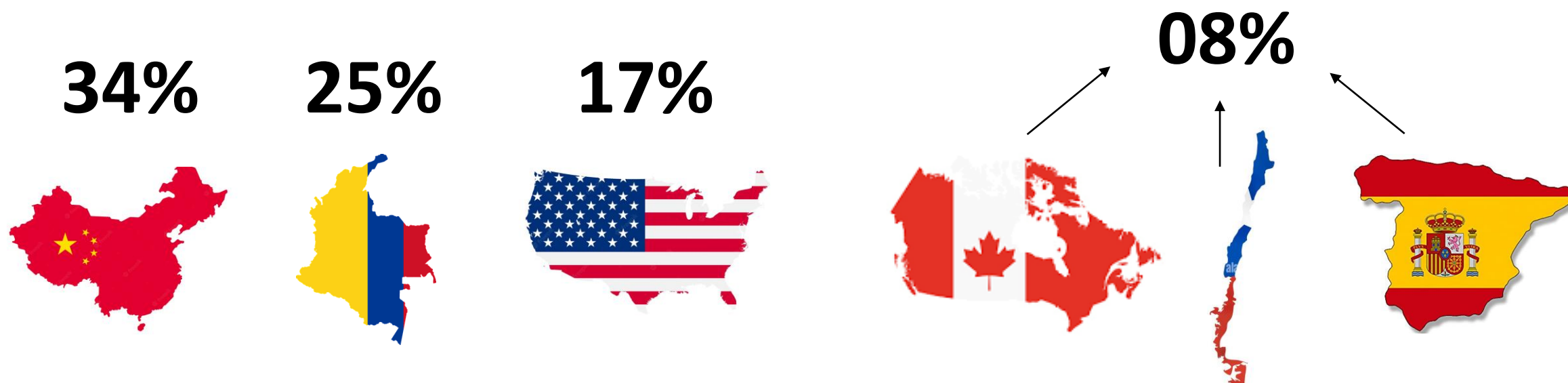
Sobre los proveedores extranjeros se identificó lo siguiente:

- El 39% de las empresas señaló que menos del 30% de sus proveedores son del exterior.
- El 15% de empresas indicó que entre el 40% y 60% de sus proveedores son extranjeros.
- Solamente el 11% de las empresas señaló que entre el 70% y 100% de sus proveedores son del exterior.

ORIGEN DE SU PROVEEDOR EXTRANJERO MÁS IMPORTANTE

De acuerdo con los resultados del estudio, los proveedores extranjeros más importantes de los sectores analizados se encuentran en China (34%), Estados Unidos (25%) y Colombia (17%).

Aunque también se mencionaron Canadá, Chile y España (8% en cada caso) como países de origen de sus proveedores.

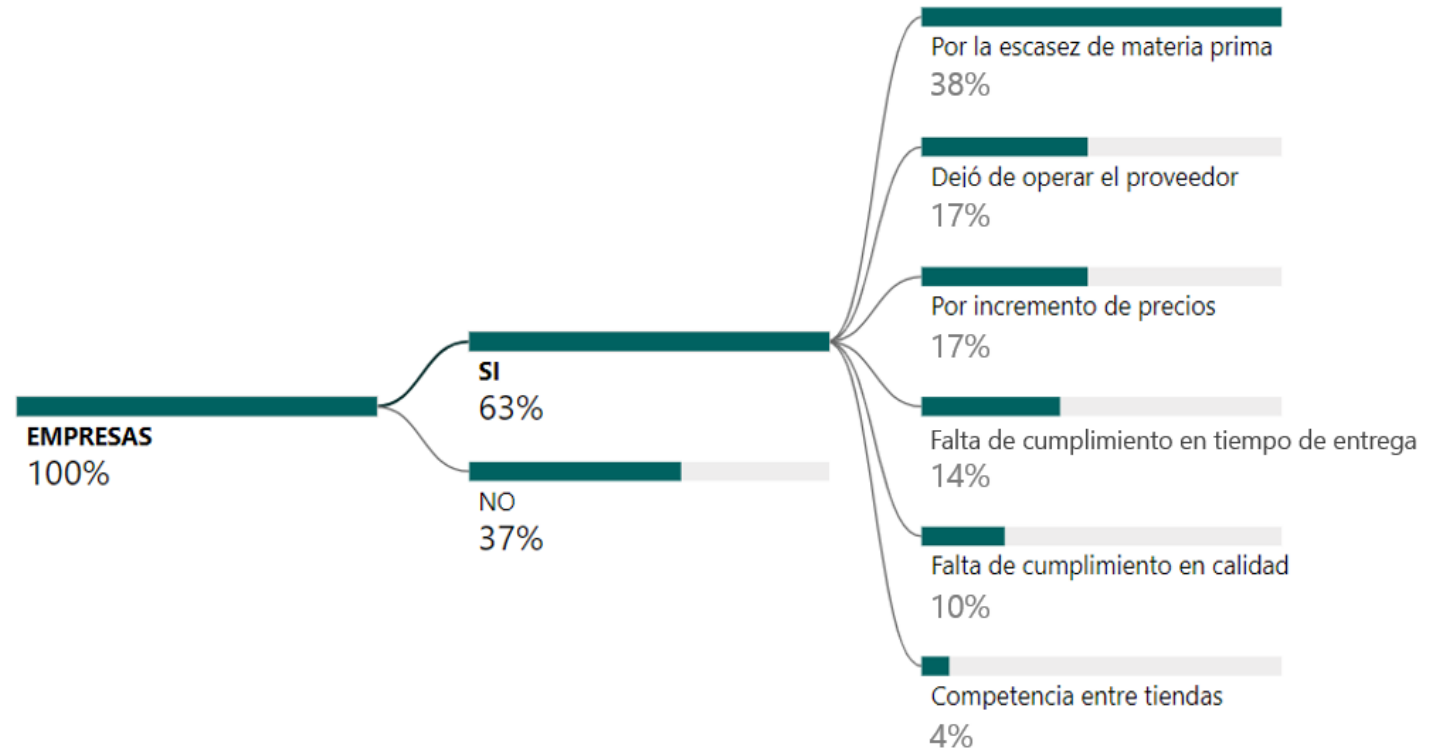


PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HAN CAMBIADO ALGUNOS DE SUS PROVEEDORES Y PRINCIPALES MOTIVOS

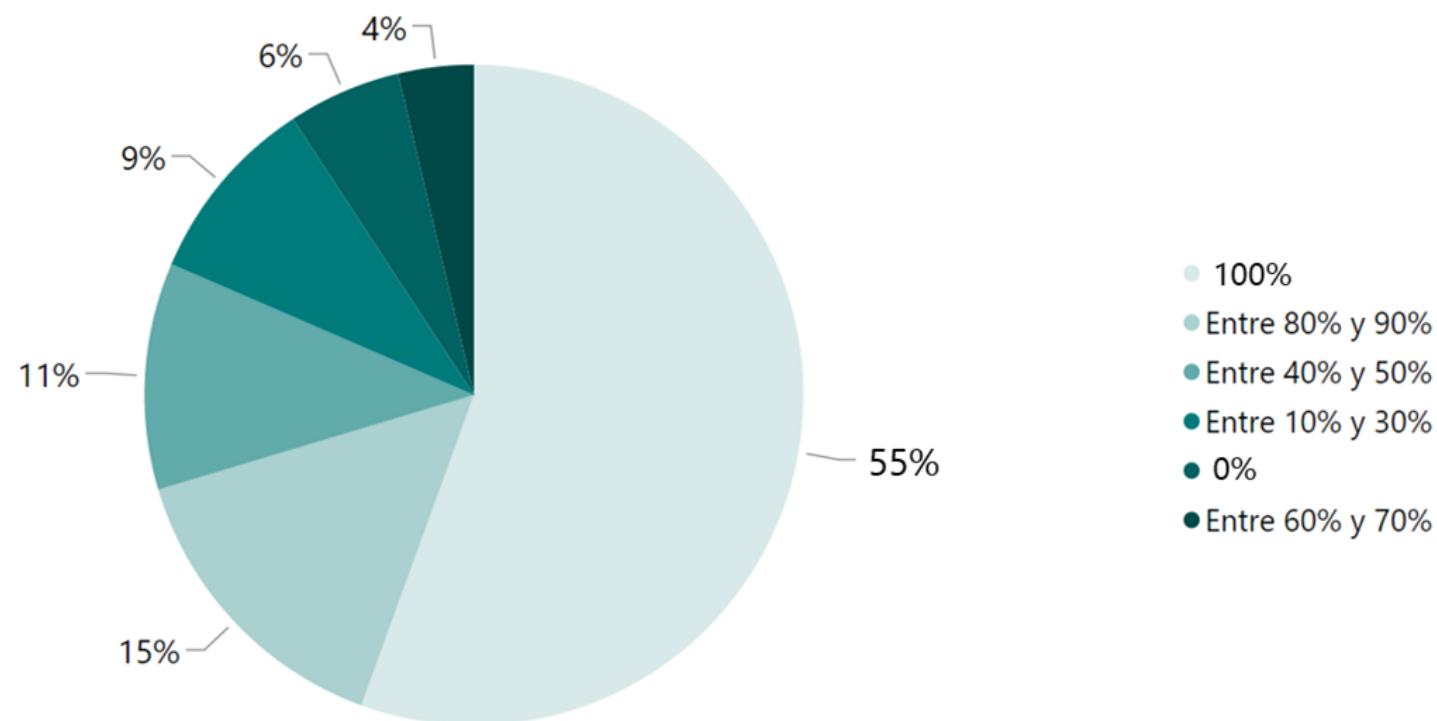
El **63%** de las empresas indicó que se vio en la necesidad de cambiar algunos de sus proveedores durante el 2021.

Entre las principales razones se encuentran:

- Por la escasez de materia prima (**38%**)
- Dejó de operar el proveedor (**17%**)
- Por el incremento en precios (**17%**)
- Por la falta de cumplimiento en precios o calidad (**14%**)



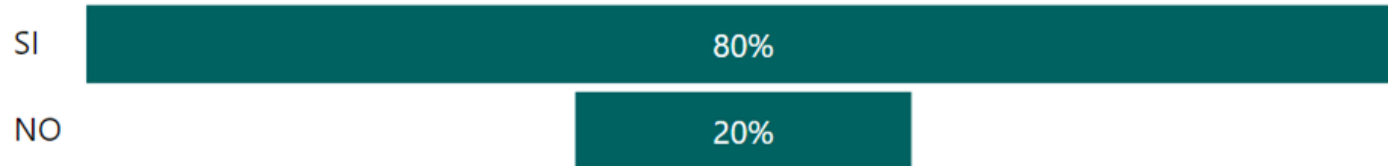
POSICIÓN DE LAS EMPRESAS DENTRO DE SUS RESPECTIVAS CADENAS PRODUCTIVAS



De acuerdo con los resultados del estudio, **se identificó que el 55% de las empresas destinan la totalidad de su producción al consumidor final;** mientras que el 6%, se ubica en el extremo opuesto, teniendo como clientes exclusivamente a otras empresas.



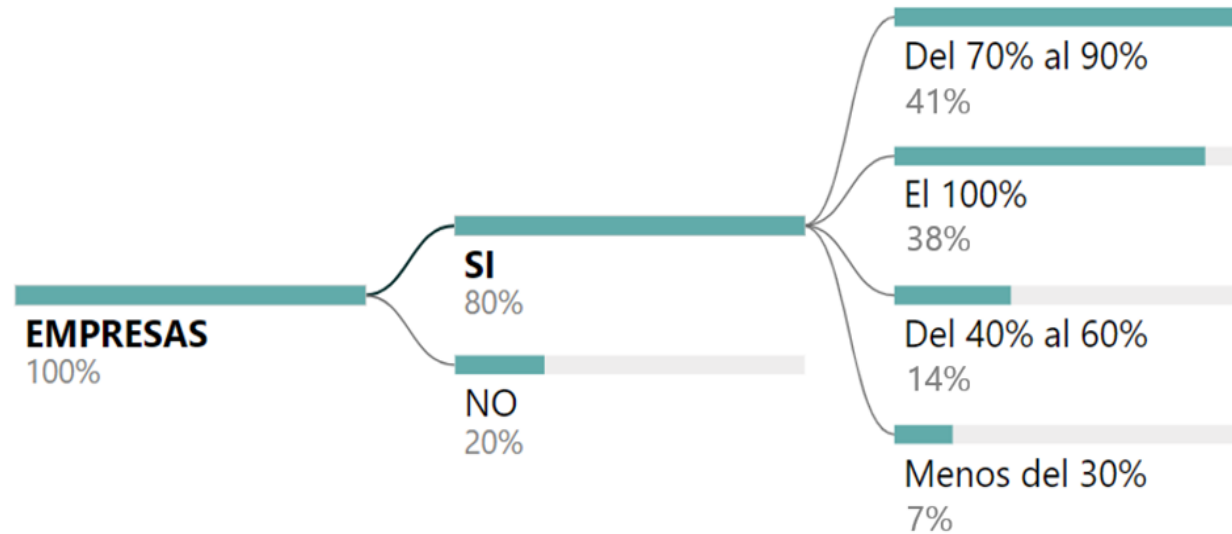
ESCASEZ DE INSUMOS EN EL AÑO 2021



En lo que concierne a la disponibilidad de insumos, el 80% de las empresas mencionó haber experimentado escasez durante el año 2021, lo que ha incidido en la elevación de precios y costos de producción.



PORCENTAJE DE ESCASEZ DE INSUMOS EN 2021

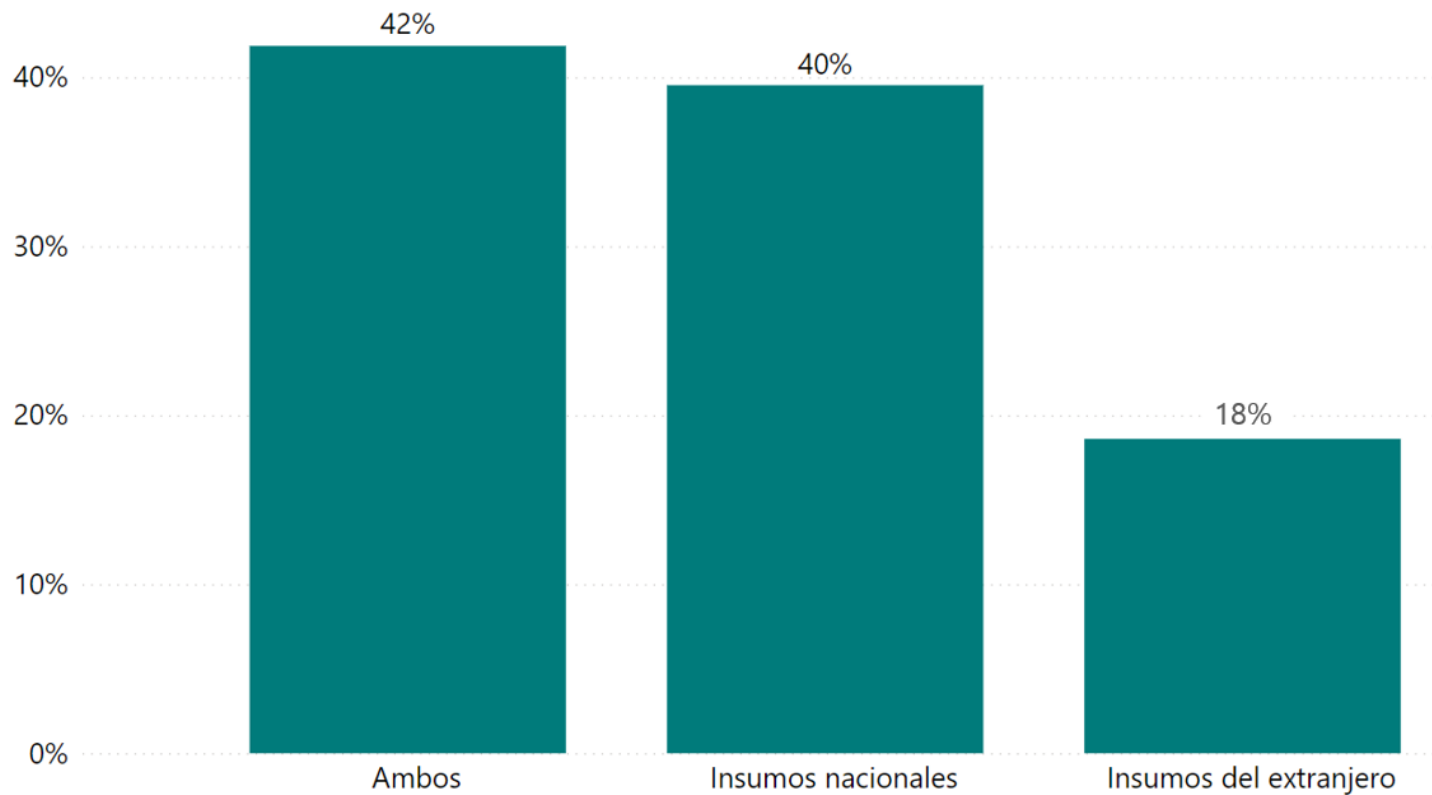


Durante el año 2021 el 80% de las empresas que participaron en el estudio señalaron que se vieron afectadas por la escasez de insumos.

Para el 41% de las empresas la escasez fue de entre el 70 y 90% ; mientras que el 38% respondieron haber presentado escasez de todos los insumos.

Resalta que solamente el 7% de las empresas consideró una escasez de menos del 30% de los insumos que necesitaba para realizar sus operaciones cotidianas.

ORIGEN DE ESCASEZ DE INSUMOS EN EL 2021



Durante el año 2021, la escasez o retraso en la entrega de insumos fue distinta dependiendo de su procedencia.

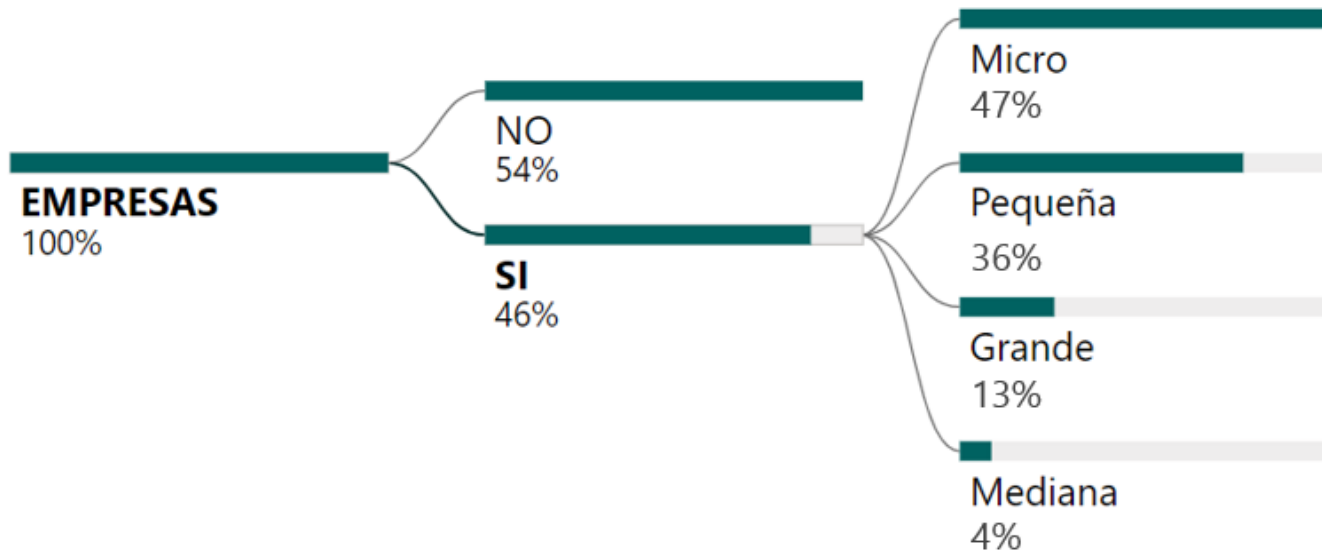
A partir de los resultados del estudio se encontró lo siguiente:

El 42% de las empresas indicaron haber experimentado escasez tanto de insumos nacionales como del exterior

El 40% de los negocios se vieron afectados únicamente por la escasez de insumos nacionales

Solamente el 18% de las empresas sufrieron la escasez de insumos del extranjero.

ESCASEZ DE INSUMOS DURANTE 2022, SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA

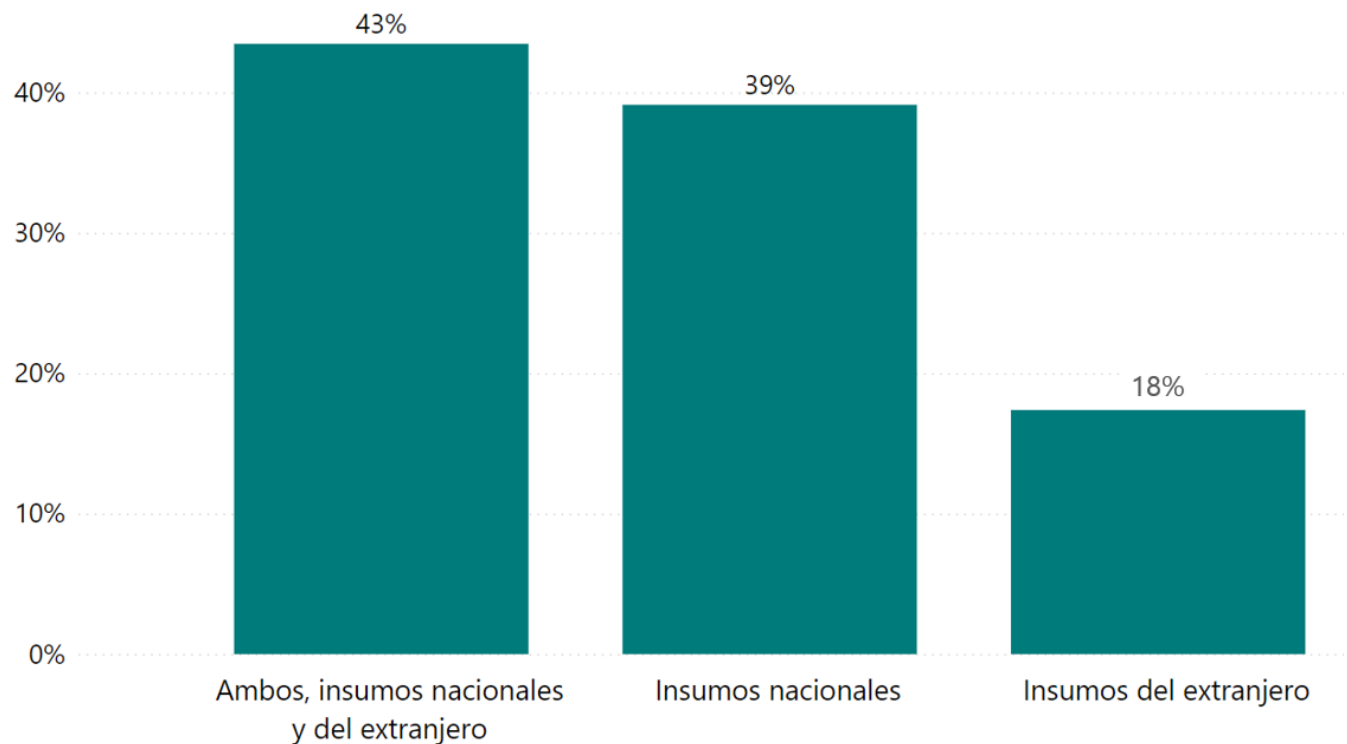


El 46% de los negocios que participaron en el estudio enfrentaron la escasez de insumos durante el año 2022.

Esta situación se presentó en mayor medida en las empresas micro (47%) y pequeñas (36%).



ORIGEN DE LA ESCASEZ O RETRASO DE INSUMOS EN 2022

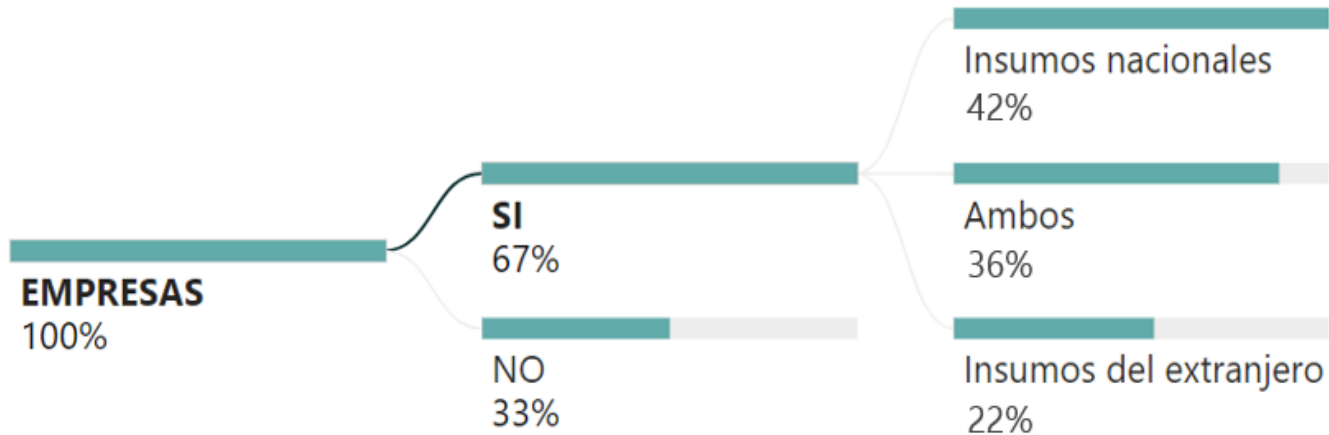


La escasez y retraso en la entrega de insumos que enfrentaron las empresas en 2022 fue tanto de bienes nacionales como del extranjero.

A partir de los resultados del estudio se encontró que en 2022 se mantuvo una tendencia similar al año previo:

- El 43% de las empresas indicaron haber experimentado escasez tanto de insumos nacionales como del exterior
- El 39% de los negocios se vieron afectados únicamente por la escasez de insumos nacionales
- Solamente el 18% de las empresas sufrieron la escasez de insumos del extranjero

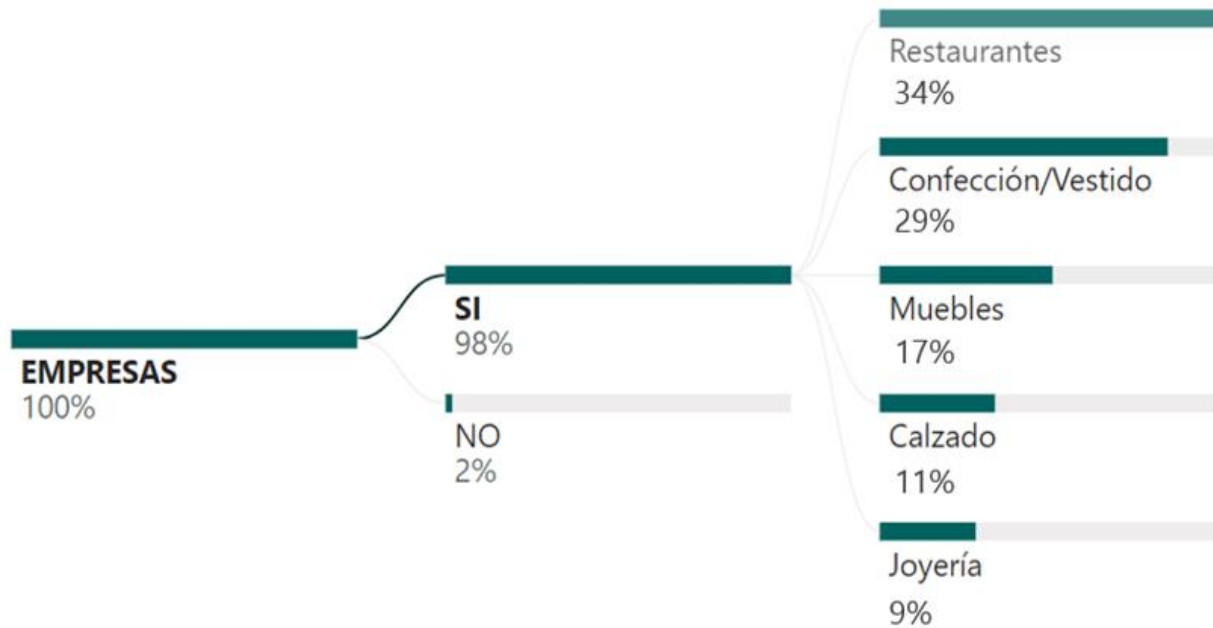
PERCEPCIÓN SOBRE LA ESCASEZ DE INSUMOS POR PROBLEMAS DE LOGÍSTICA EN 2021



De acuerdo con los hallazgos del estudio, para los empresarios la logística es un problema que ha afectado la escasez y encarecimiento de los insumos en el 67% de los casos. De este grupo el problema se presenta tanto en insumos de origen nacional (42%), del extranjero (22%), así como de ambos tipos (36%).



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

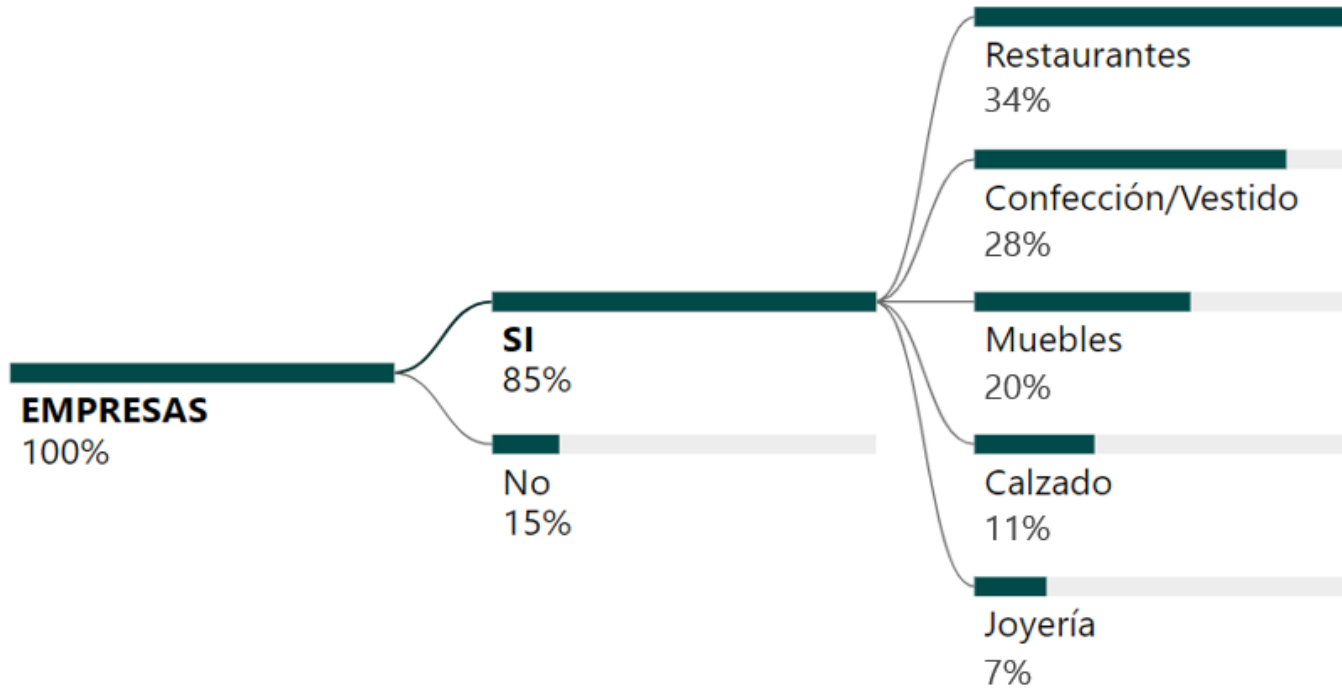


El 98% de las empresas que participaron en la encuesta señalaron que en 2021 fueron afectadas por incremento de precios de los insumos nacionales.

Dentro de este grupo los negocios más afectados fueron los restaurantes (34%), los orientados a la fabricación de prendas de vestir (29%) y del sector muebles (17%).



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

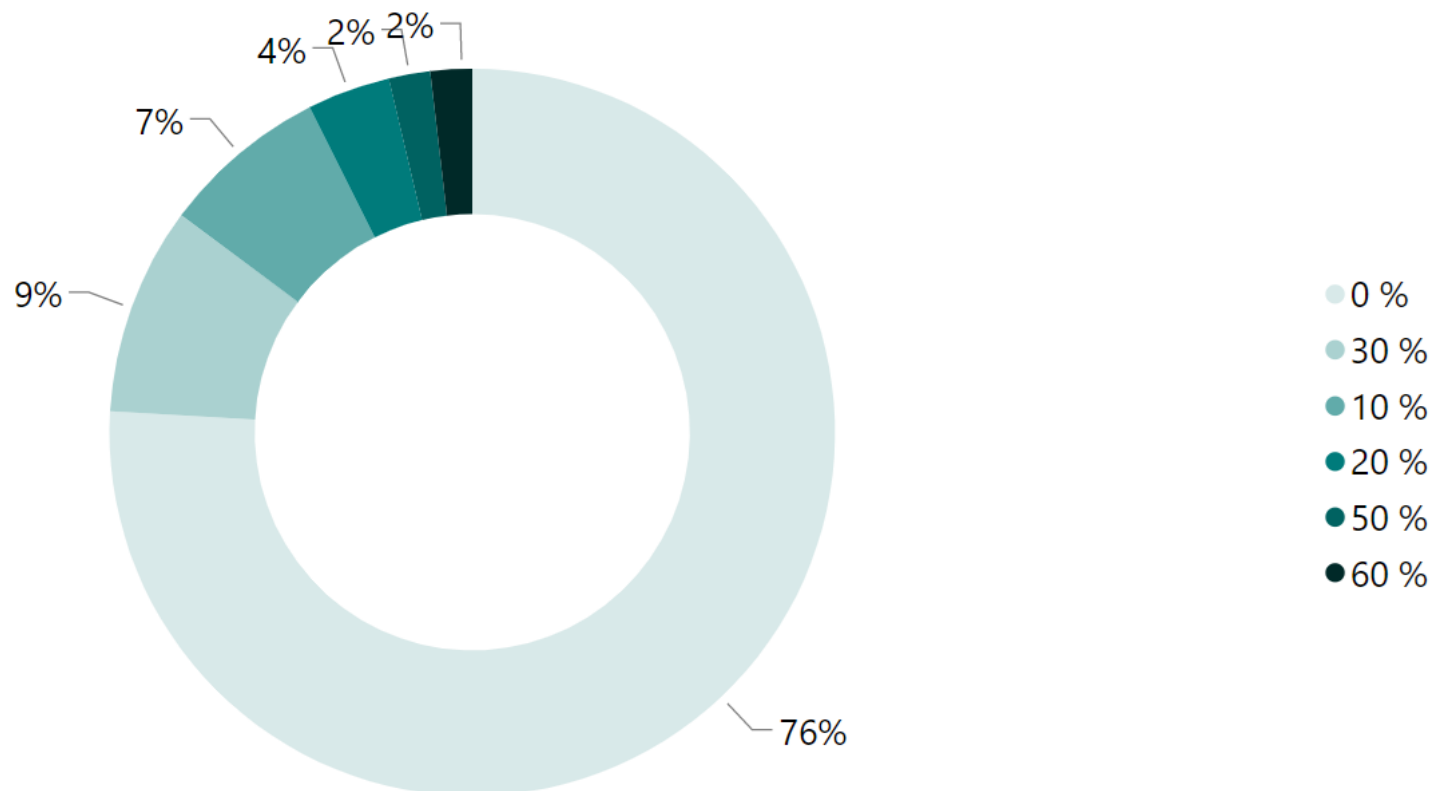


De acuerdo con las respuestas obtenidas, el 85% de las empresas sufrieron afectaciones por el incremento del precio de los insumos extranjeros.

Dentro de este grupo, los más afectados fueron los restaurantes (34%) y las empresas de confección y vestido (28%).



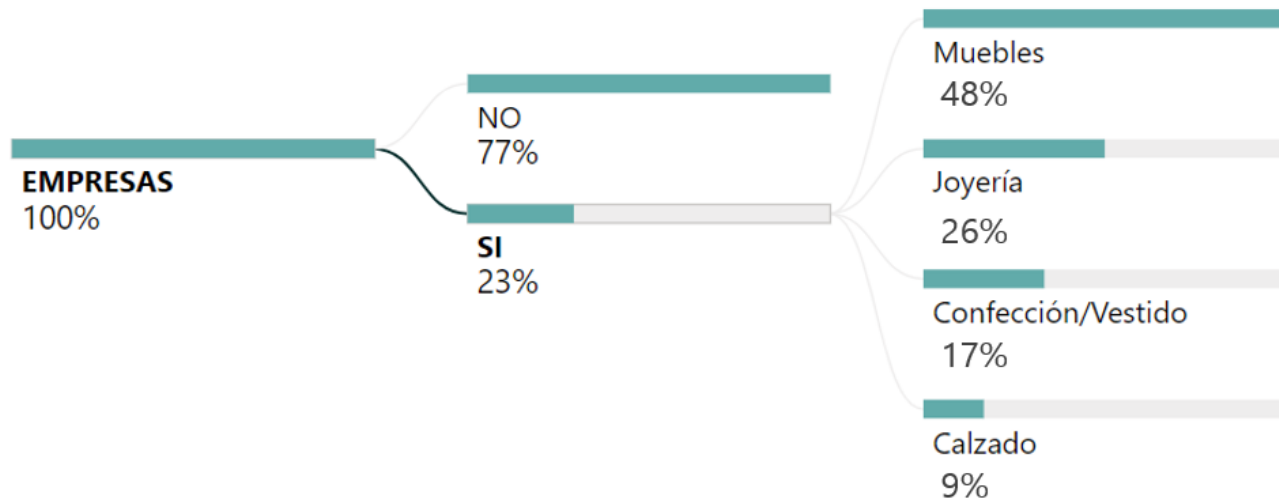
PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CONTABAN CON CLIENTES EN EL EXTRANJERO EN 2022



Durante el año 2022, solamente el 24% de las empresas encuestadas tenía clientes en el extranjero.

De este grupo, el 4% exportaba entre 50% y 60% de su producción. Mientras que el 20% de las empresas indicó que exportaba entre 10% y 30% de sus productos.

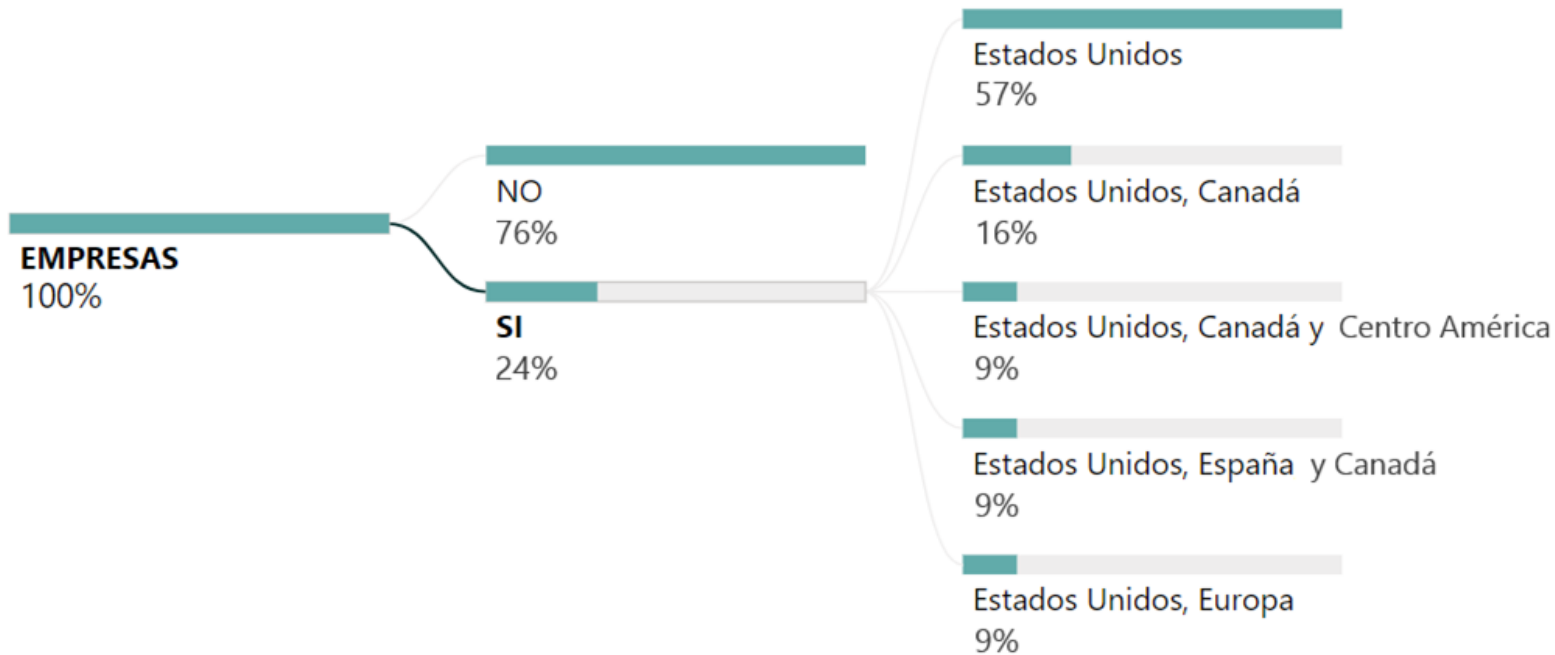
PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REALIZARON EXPORTACIONES EN 2022, SEGÚN SECTOR



De acuerdo con los resultados del estudio, el 23% de las empresas señalaron que exportaban parte de su producción.

La mayor proporción de empresas que lo hicieron corresponden al sector muebles (48%), seguidas por las de joyería (26%), de confección y vestido (17%) y, por último, las empresas fabricantes de calzado (9%).

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES EN 2022



Los resultados del estudio permiten advertir que las empresas exportan en mayor o menor medida a Estados Unidos.

Al respecto se identificó que el 57% exporta a Estados Unidos de manera exclusiva.

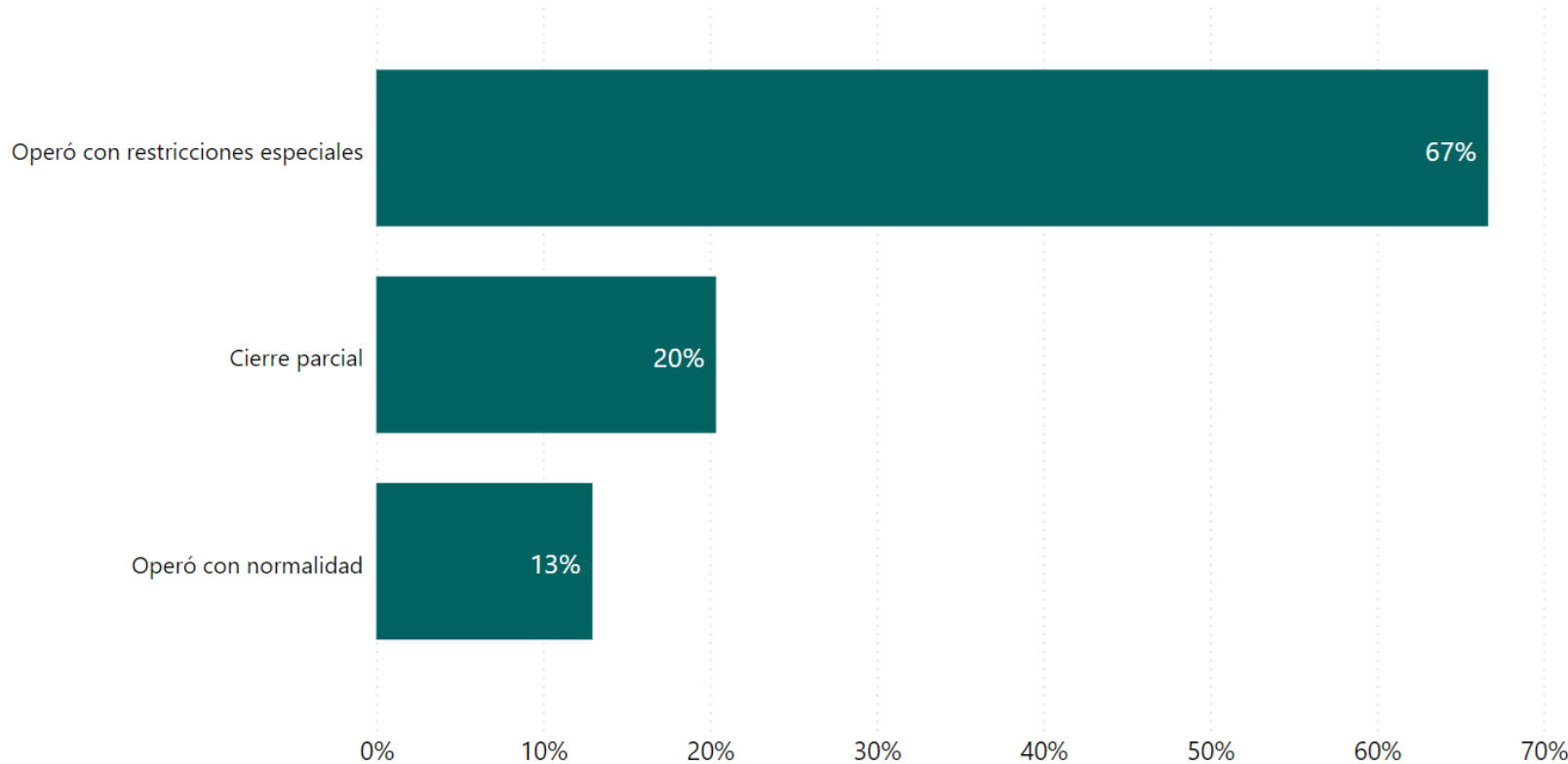
Por otra parte, las empresas restantes lo hacen en combinación con otros países. Siendo Canadá el segundo país más importante.



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

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

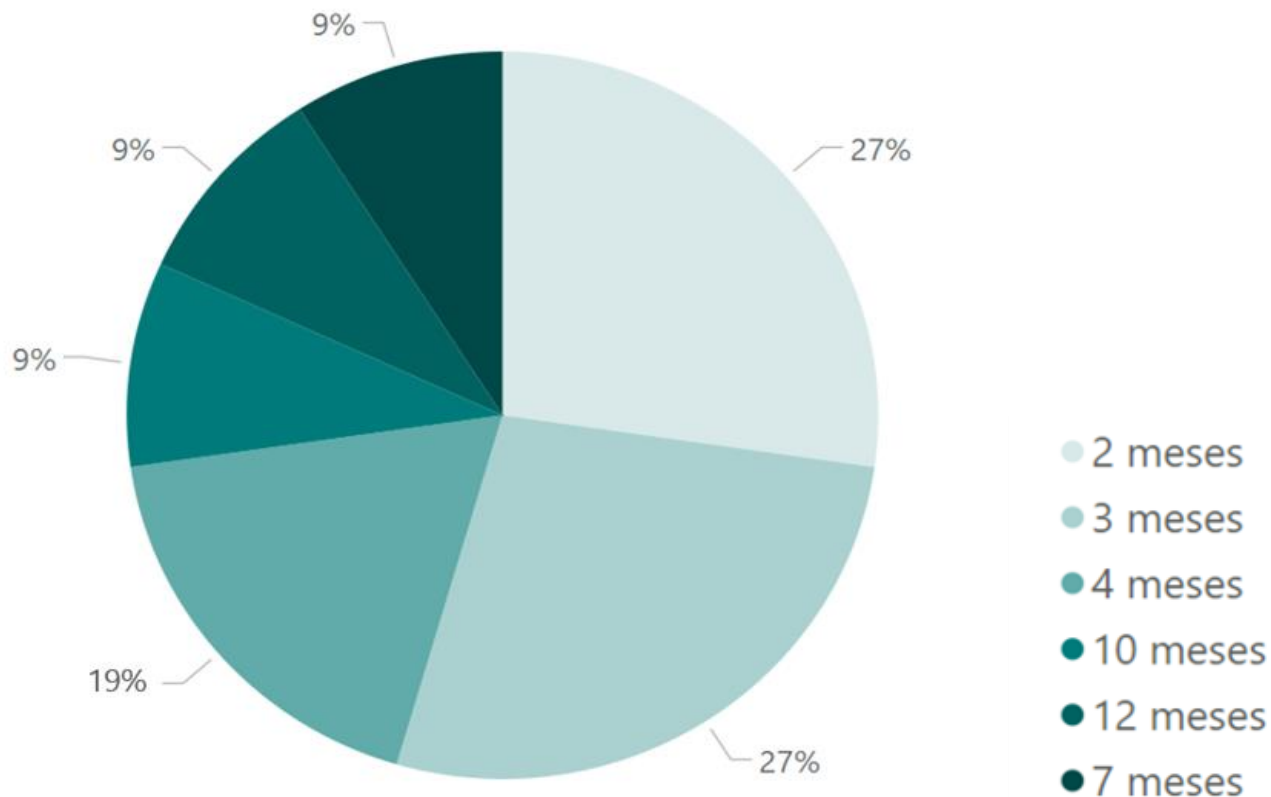
MODALIDAD EN QUE OPERARON LOS NEGOCIOS EN 2021



De acuerdo con los hallazgos del estudio, solamente el 13% de las empresas pudieron operar con normalidad durante el año 2021.

La gran mayoría tuvo que hacerlo con restricciones especiales (67%) y solo algunos negocios operaron con cierre parcial (20%).

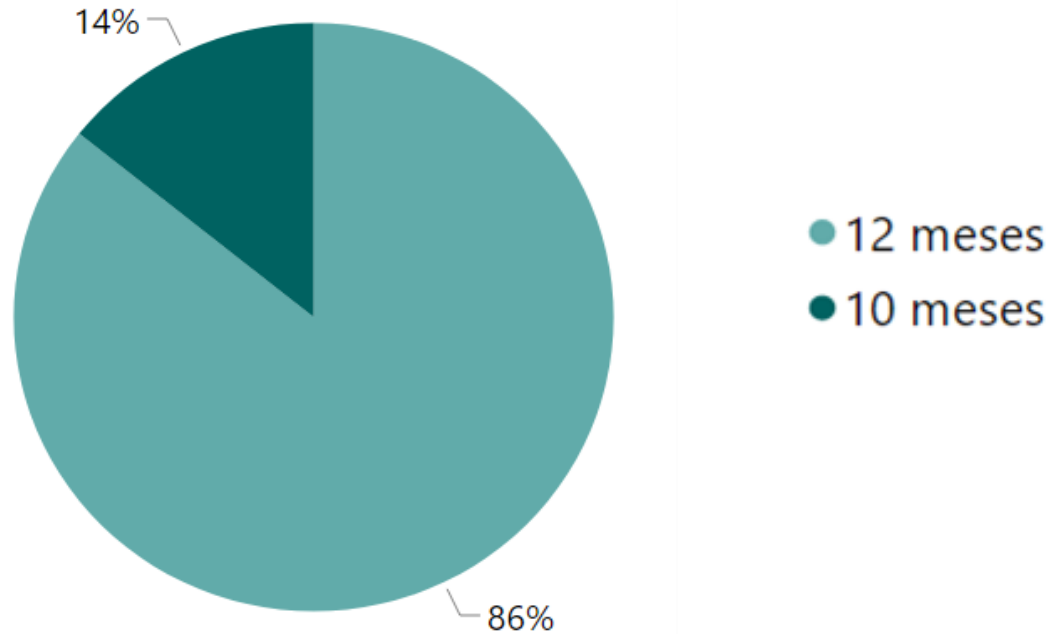
TIEMPO DE OPERACIÓN CON CIERRE PARCIAL EN 2021



De acuerdo con el estudio, el tiempo que las empresas debieron operar con cierre parcial durante el año 2021 fue diverso.

Mientras que el 73% de las empresas operaron parcialmente entre 2 y 4 meses; el 27% restante lo hicieron entre 7 y 12 meses.

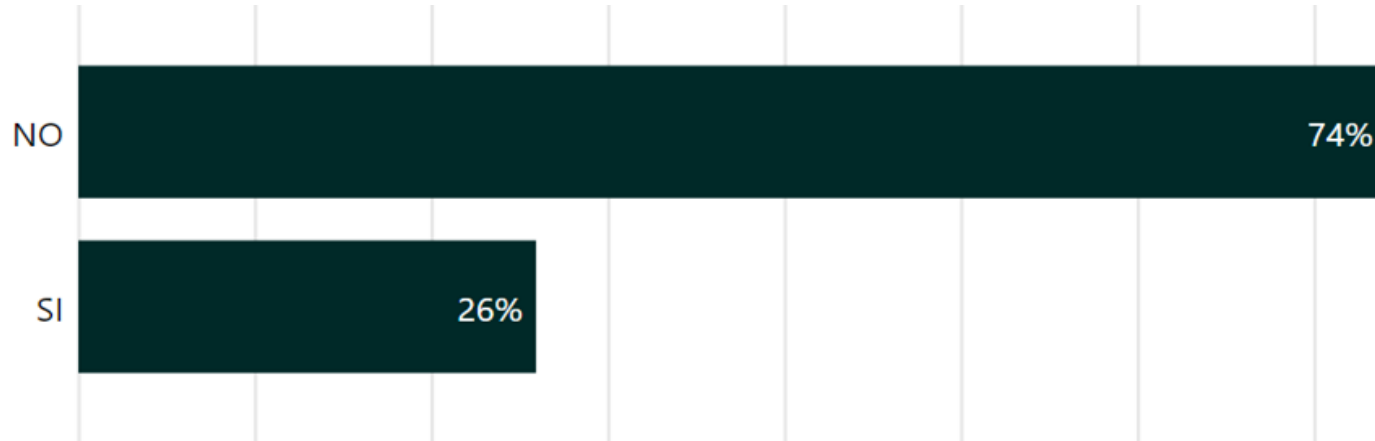
TIEMPO DE OPERACIÓN CON NORMALIDAD EN 2021



Por otro lado, las empresas que estuvieron operando en el 2021 con normalidad, lo hicieron de esa manera la mayor parte del año; el 14% durante 10 meses y el restante 86% durante todo el año.



PLANES DE CIERRE DE LAS EMPRESAS

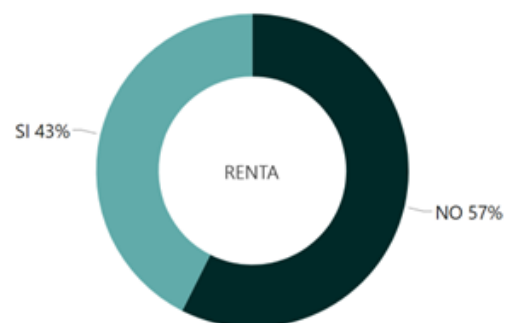
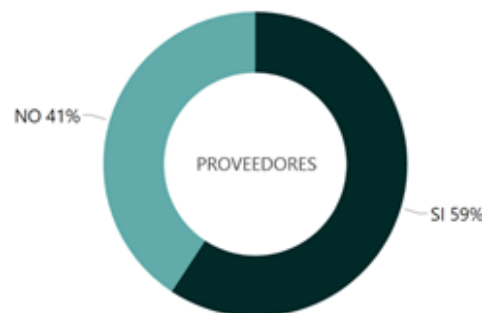


Durante el año 2021, más del 70% de las empresas no consideró en ningún momento cerrar su negocio definitivamente.

Mientras que el 26% de los negocios lo consideró en algún momento o lo seguía considerando, debido a las condiciones en que debían operar en ese contexto

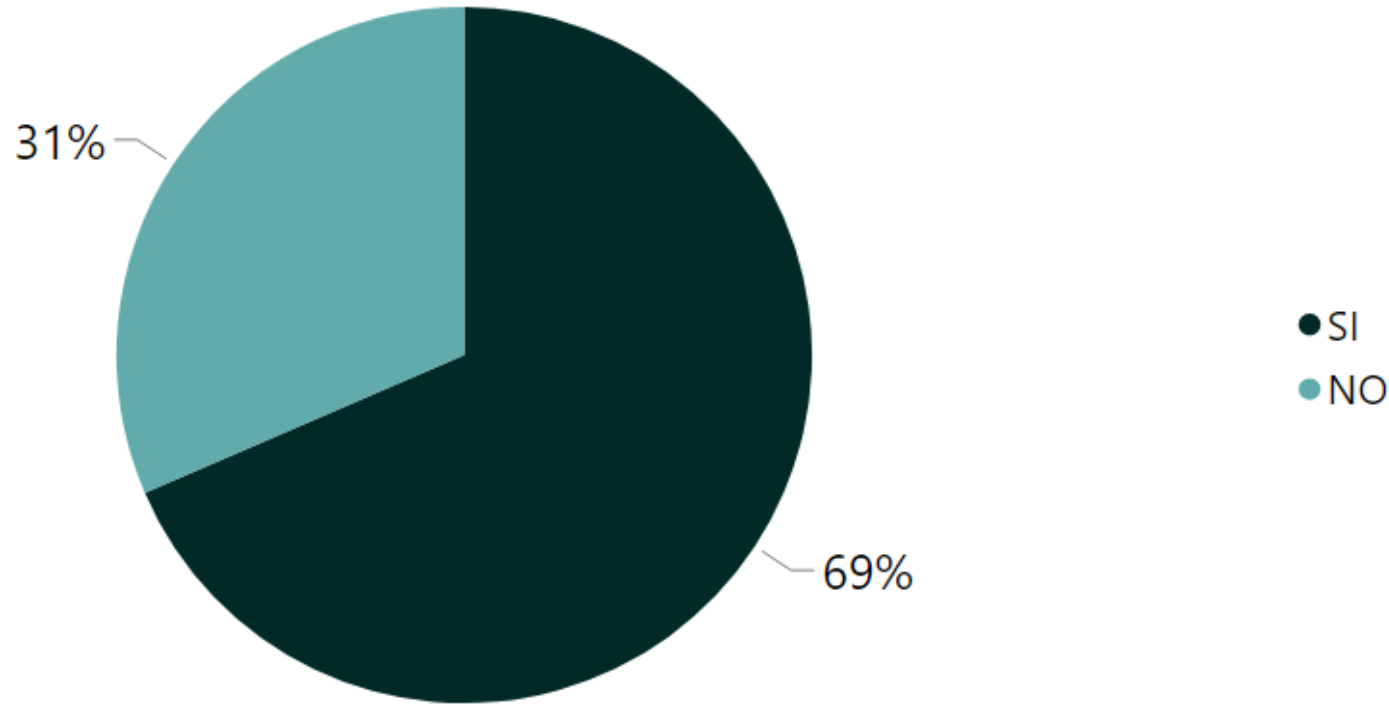


CAPACIDAD FINANCIERA PARA HACER FRENTA AL PAGO DE DIFERENTES RUBROS



Con base en la información obtenida, fue posible identificar que una importante proporción de las empresas 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.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CONTABAN CON PROBLEMAS DE LIQUIDEZ EN 2021



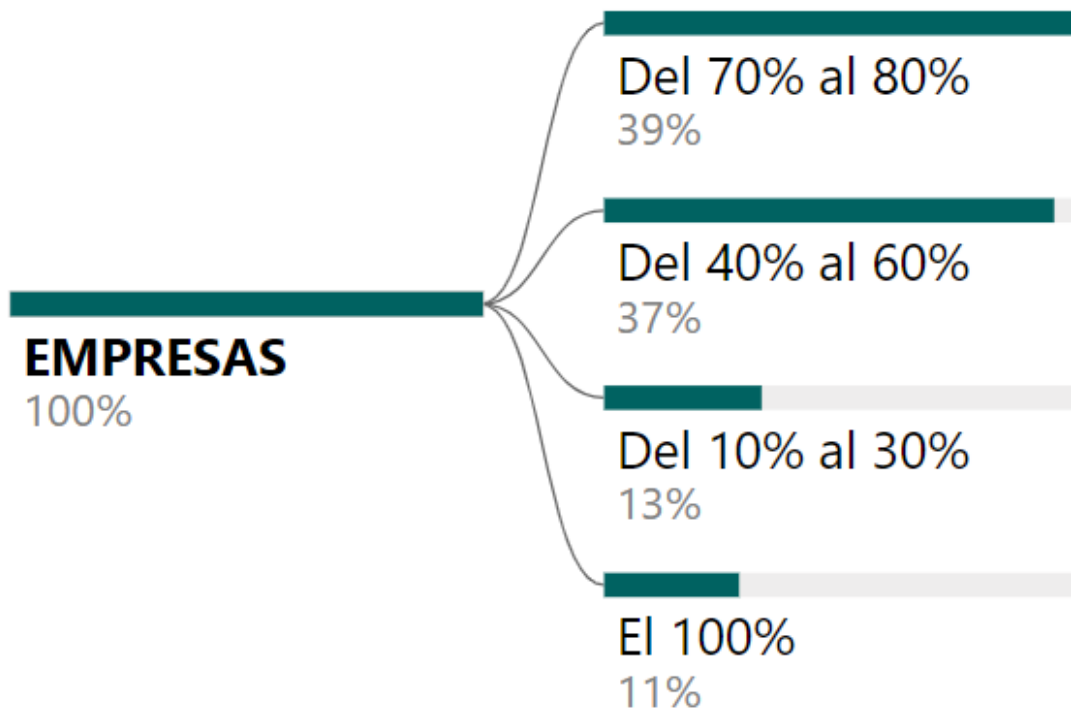
A partir de los resultados del estudio se logró advertir que el 69% de las empresas enfrentó problemas de liquidez para hacer frente a pagos diversos y deudas crediticias durante el año 2021.



5. PRODUCCIÓN

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

CAPACIDAD DE OPERACIÓN DE LAS EMPRESAS EN 2021

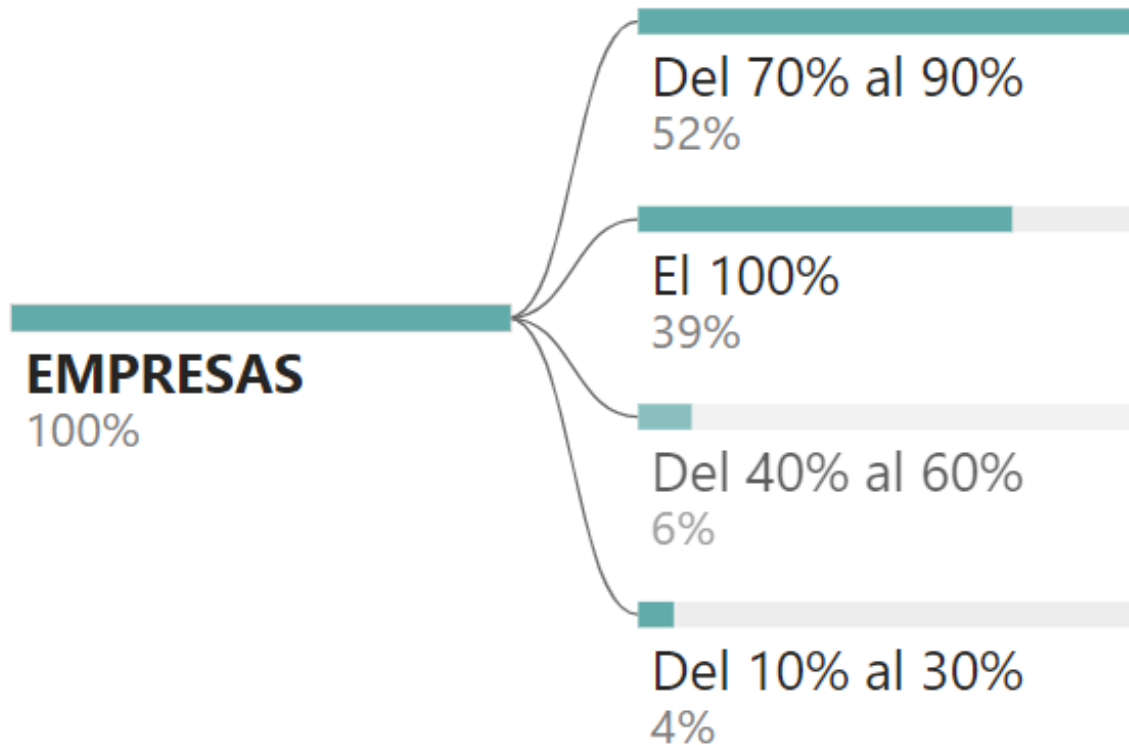


De acuerdo a los hallazgos del estudio, el 11% de las empresas operaba al 100% de su capacidad durante el año 2021.

Las empresas restantes señalaron haber operado como sigue:

- El 39% operaron a una capacidad de entre el 70% y 80%
- El 37% lo hicieron entre el 40% y 60% de su capacidad de operación.
- Solamente el 13% operaron entre el 10% y 30% de su capacidad.

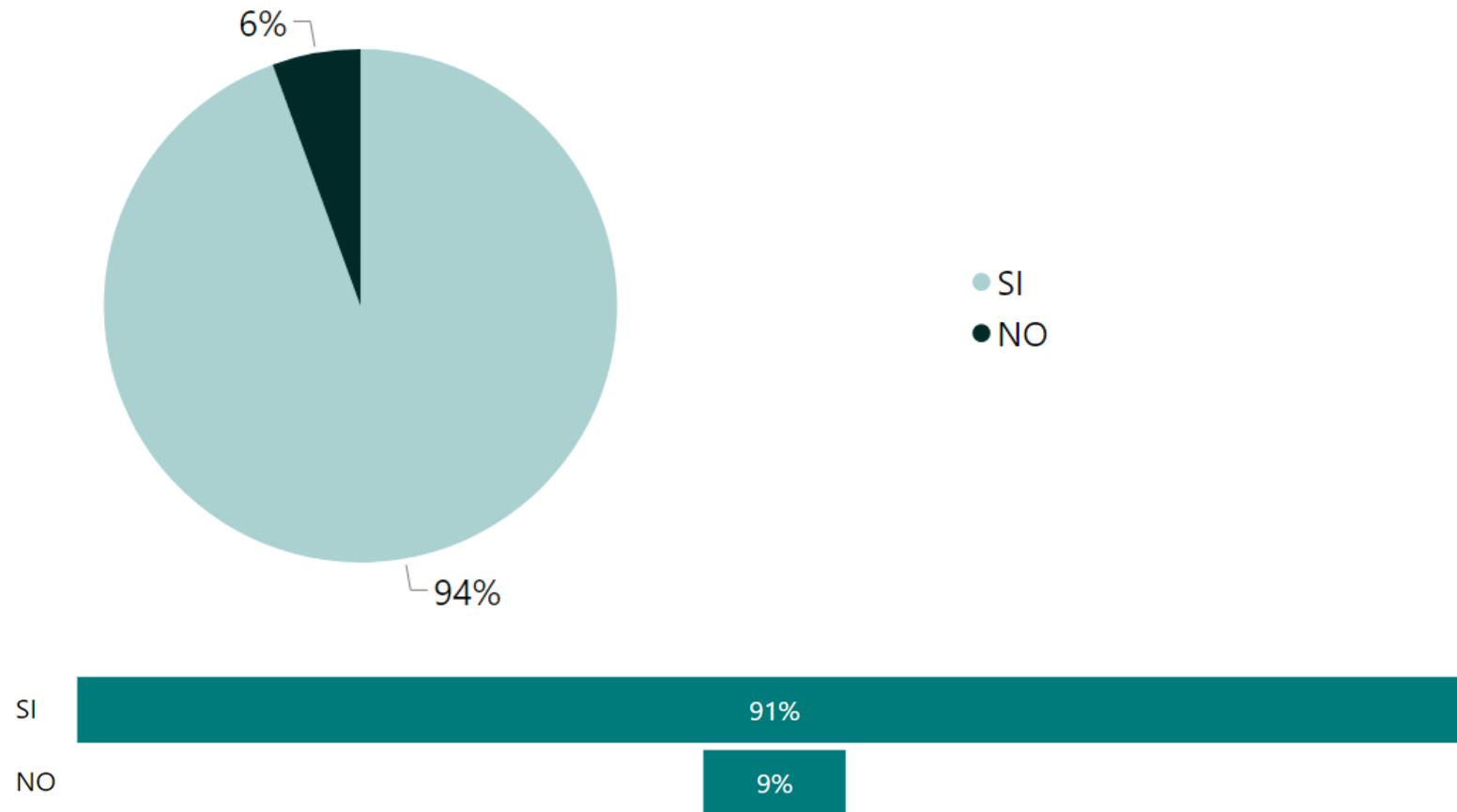
CAPACIDAD DE OPERACIÓN DE LAS EMPRESAS EN 2022



En el año 2022, la capacidad en que estuvieron operando las empresas fue diverso, mientras el 39% operaba a su capacidad total, dentro del grupo restante de las empresas se encontraron las siguientes variaciones:

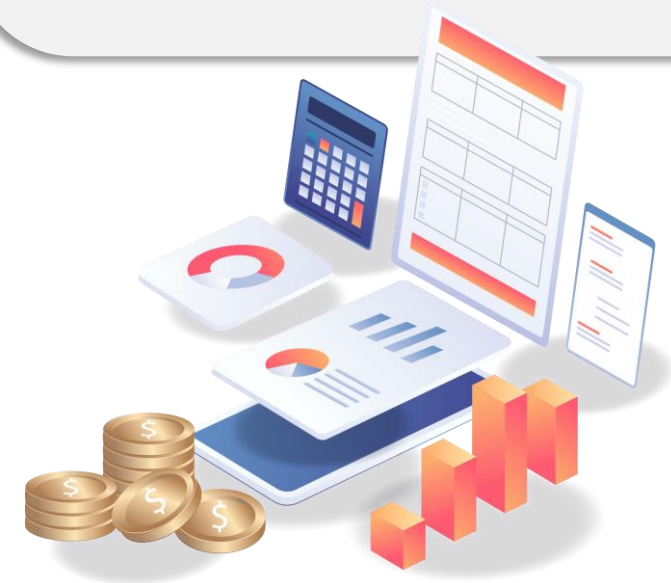
- El 52% operó entre un 70% y 90%
- El 6% se mantuvo entre 40% hasta un 60%
- Solamente el 4% operaron a una baja capacidad (entre un 10% y 30%).

INCREMENTO DE COSTOS DE OPERACIÓN EN 2021

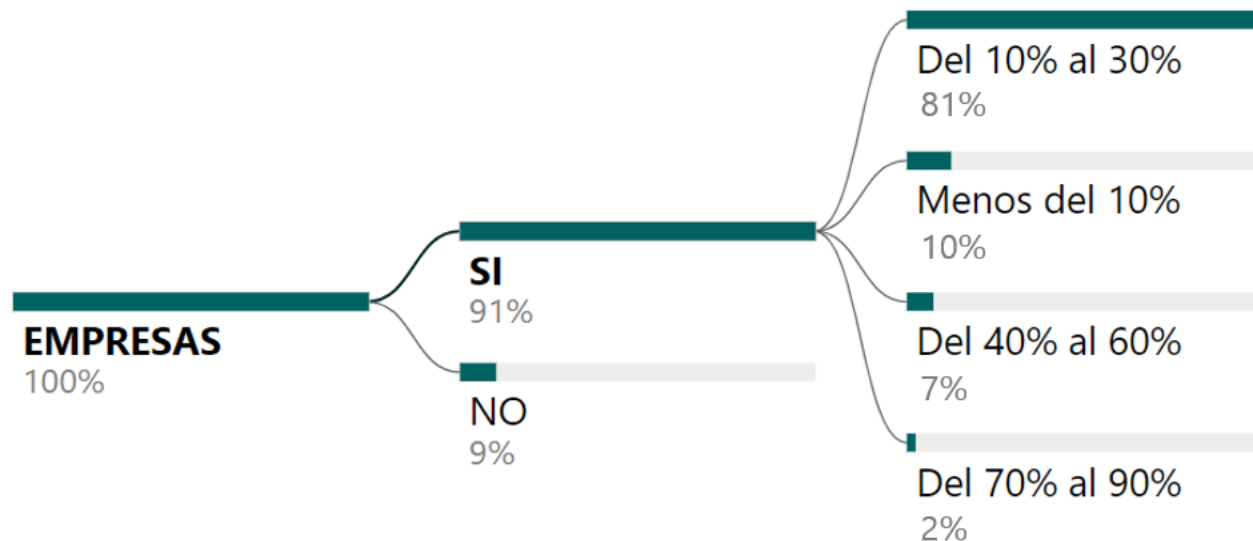


El 94% de las empresas indicó que sus costos de operación incrementaron durante el 2021.

Por otra parte, el 91% consideraba que en este aumento influyó en gran medida el tipo de cambio.



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



Del 91% de las empresas que incrementó los precios de sus productos durante el año 2021, los aumentos variaron de la siguiente forma:

- En el 81% de los casos, las empresas aumentaron sus precios entre 10% a 30%
- El 10% de las empresas aumentaron sus precios menos del 10%
- Para el 7% de los casos, el aumento oscilaba entre 40% al 60%
- Solamente el 2% de las empresas realizó aumentos de entre el 70% y 90% sobre el precio.

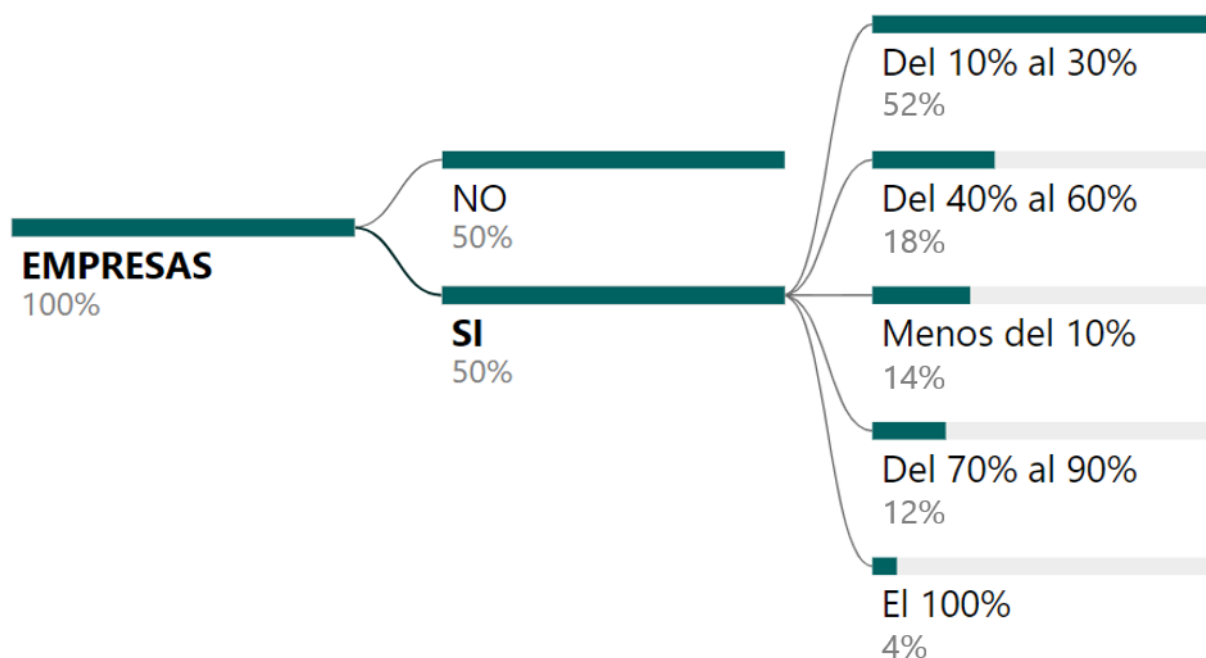
• Cifras en negro: porcentaje de incremento en el precio de los productos. Cifras en gris: porcentaje de empresas.



6. VENTAS Y BENEFICIOS

Esta dimensión de análisis se orienta al examen de información relacionada con las variables ventas y utilidades de las empresas en el contexto derivado de la pandemia COVID-19.

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

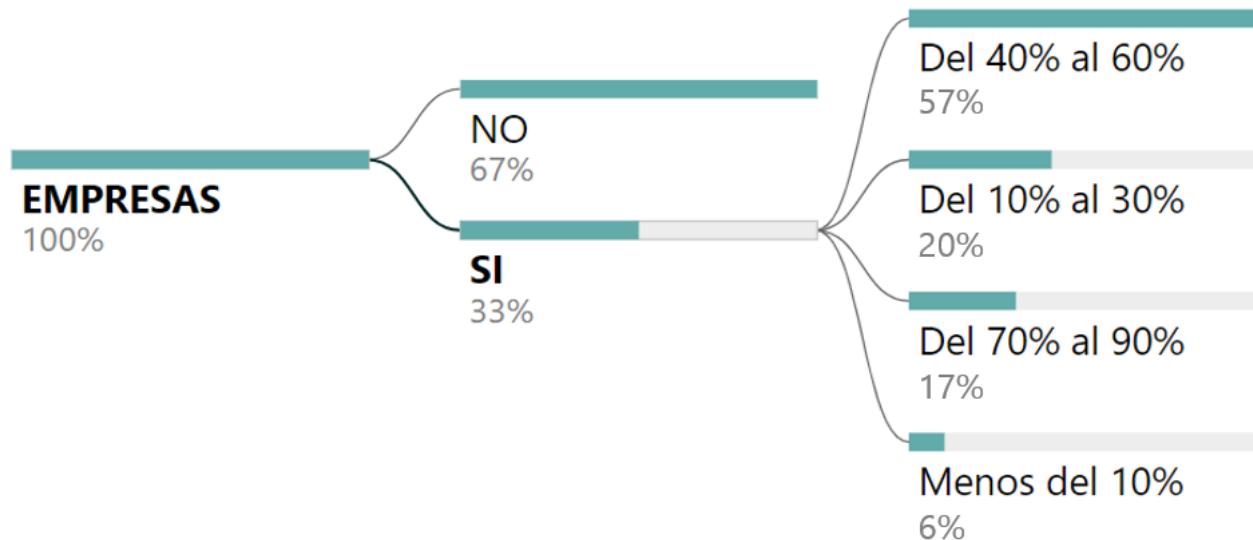


El 50% de los negocios que participaron en el estudio advirtió un incremento de ventas en 2021 respecto al 2020.

Es importante destacar que solamente el 3% de las empresas duplicaron sus ventas y otro 12% lograron incrementos de entre 70% y 90%.

En contraste el grupo más grande de los negocios que participaron en el estudio (52%) señalaron haber incrementado sus ventas entre 10% y 30%.

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

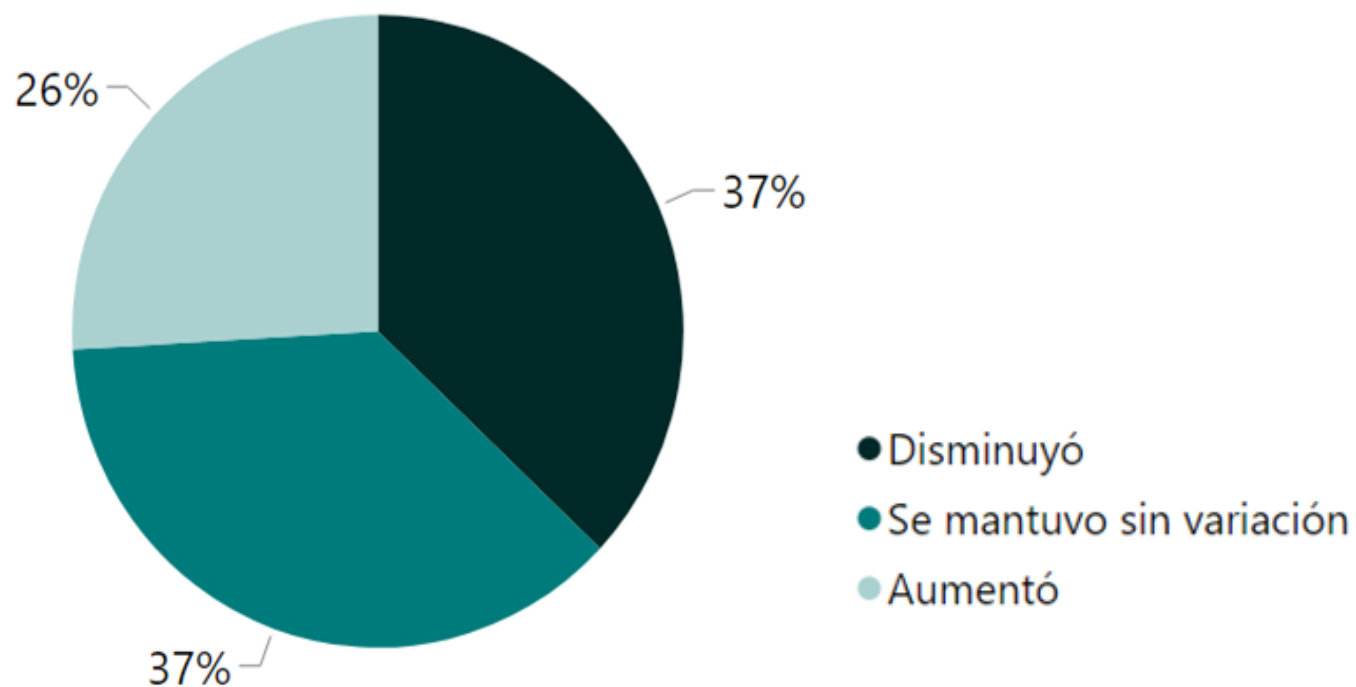


Desde otra óptica fue posible identificar que el 33% de los negocios experimentaron disminución en sus ventas en 2021, respecto al año previo.

Al respecto destaca que el 57% de las empresas indicó que dicha disminución fue entre 40% y 60%.

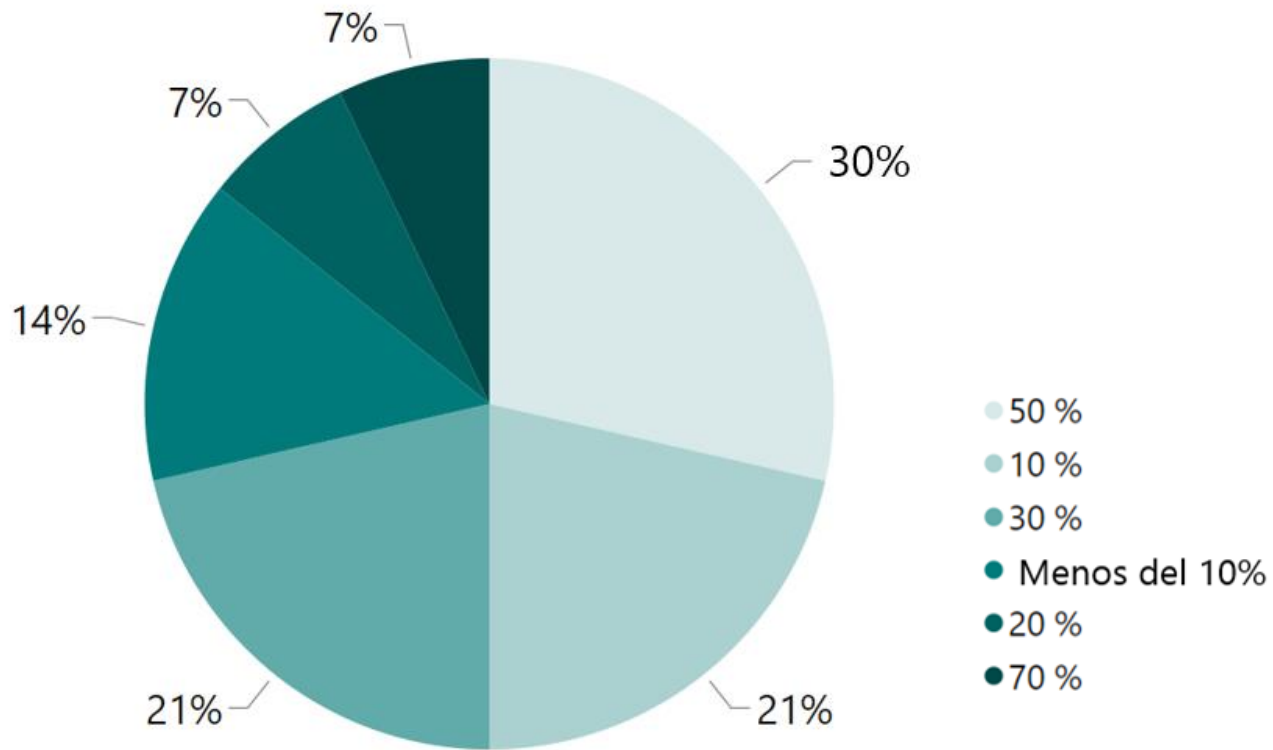
Las disminuciones más importantes fueron de entre 70% y 90% para un grupo de 17% de las empresas participantes en el estudio.

UTILIDADES DE LAS EMPRESAS EN 2021 RESPECTO AL 2020



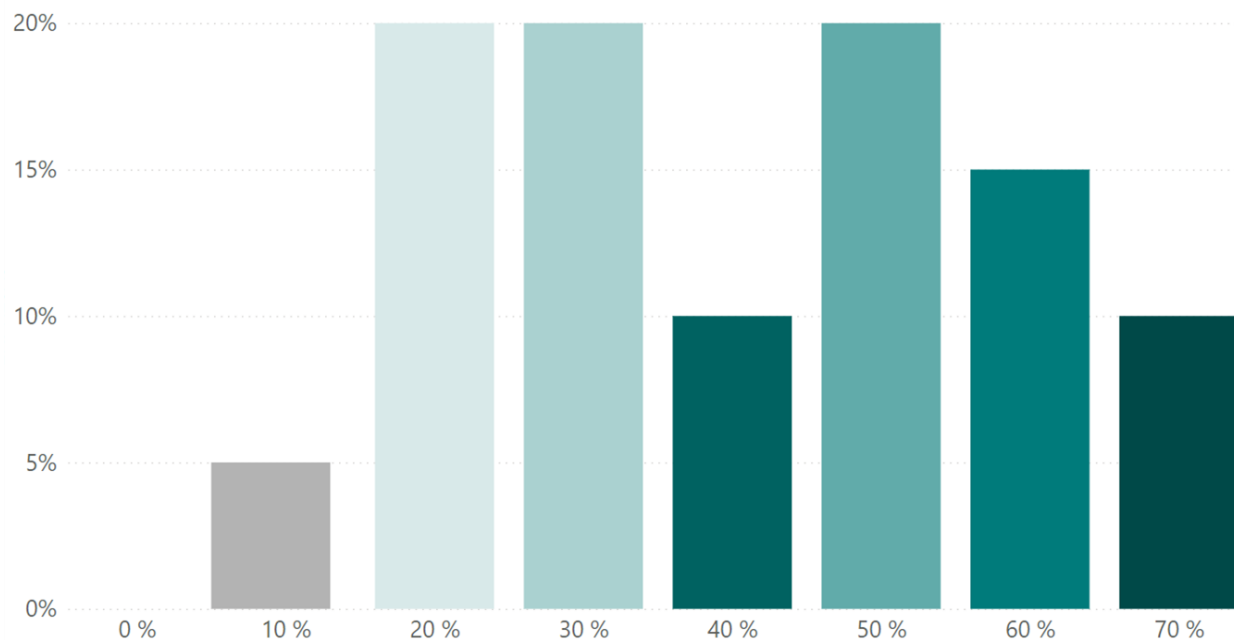
El 37% de las empresas señalaron que sus utilidades disminuyeron, otro 37% indicó que se mantuvieron sin variación, mientras que solo el 26% de los negocios advirtieron un incremento.

PORCENTAJE DEL INCREMENTO DE LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS EN 2021 RESPECTO AL 2020



Del grupo de empresas que indicaron un incremento de las utilidades, solo para el 37% el aumento fue superior al 50%, mientras que para el 63% restante de empresas el incremento osciló entre menos del 10% y 30%.

PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN DE LAS UTILIDADES EN 2021 RESPECTO AL 2020



Del grupo de empresas que indicaron una disminución de utilidades, el 45% experimentó un cambio negativo de más de 50%.

Mientras que el 40% de las empresas indicaron que la disminución fue de entre 20% y 30%.

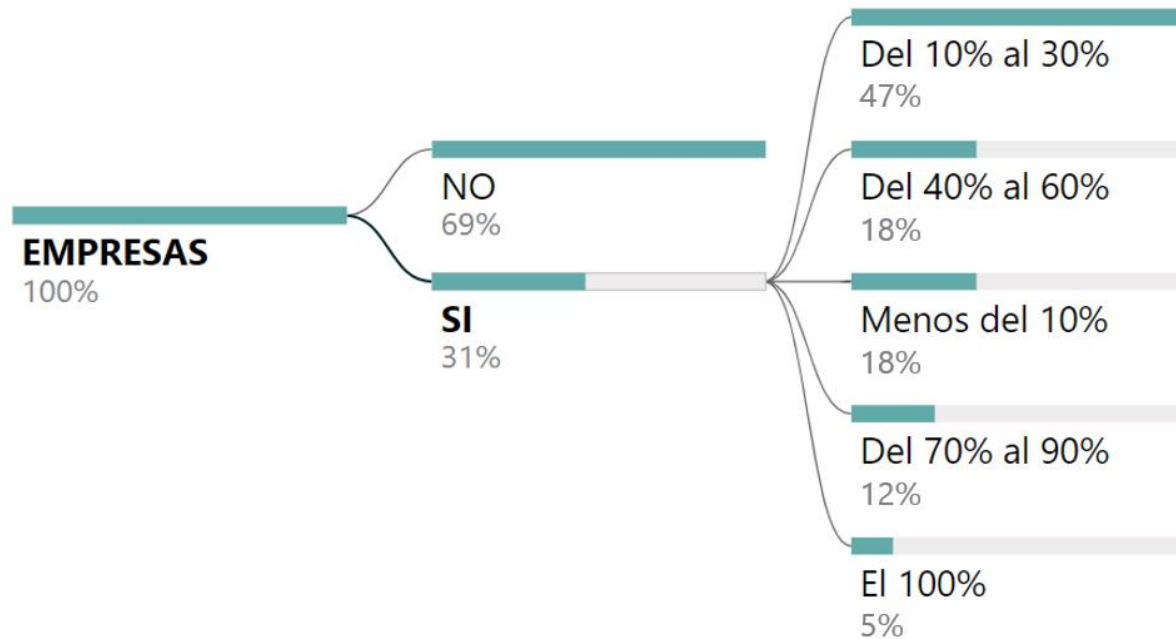




7. EMPLEO

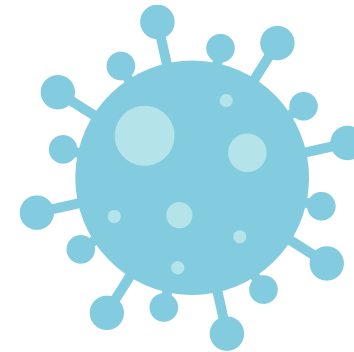
En esta dimensión se muestra información relacionada con los cambios en la plantilla laboral de las empresas y adaptaciones que debieron realizar en el contexto de la pandemia por COVID-19.

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

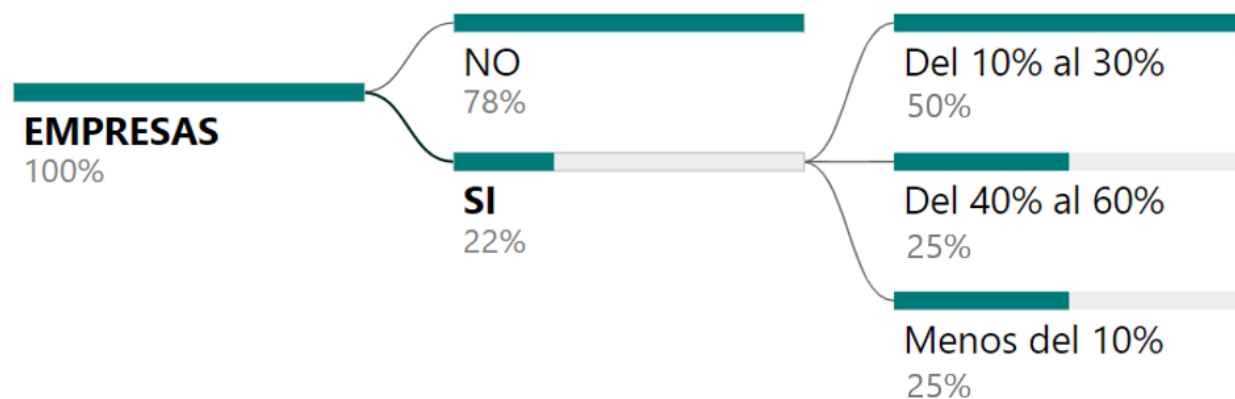


De acuerdo con la información obtenida, el 31% de las empresas se vieron obligadas a despedir personal en el año 2021.

Mientras la mayor parte de empresas (47%) despidió entre el 10% y 30% de sus empleados; el 5% de empresas despidió la totalidad de su personal ese año.



PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CONTRATARON NUEVOS EMPLEADOS EN 2021

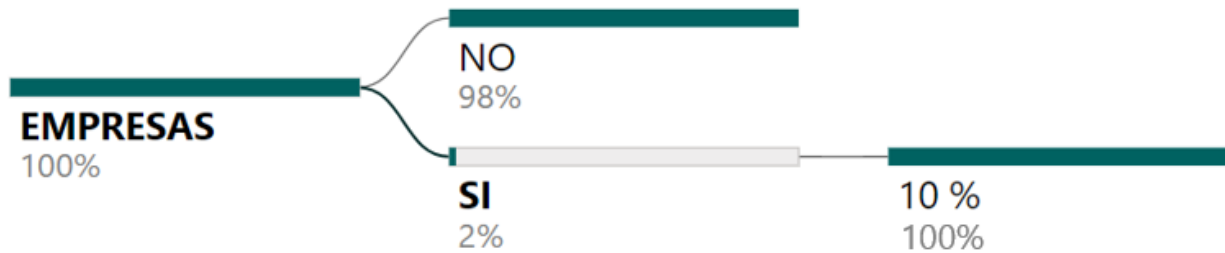


El 22% de las empresas participantes en el estudio indicaron que realizaron contrataciones de nuevos trabajadores, aunque en gran medida fue en bajos porcentajes.

De este grupo de empresas:

- El 50%, contrató entre 10% y 30% de nuevos empleados.
- El 25% contrató menos de 10% de trabajadores adicionales.
- El 25% restante contrató entre el 40% y 60% de nuevo personal.

PLANES DE DESPIDO DE PERSONAL EN 2022

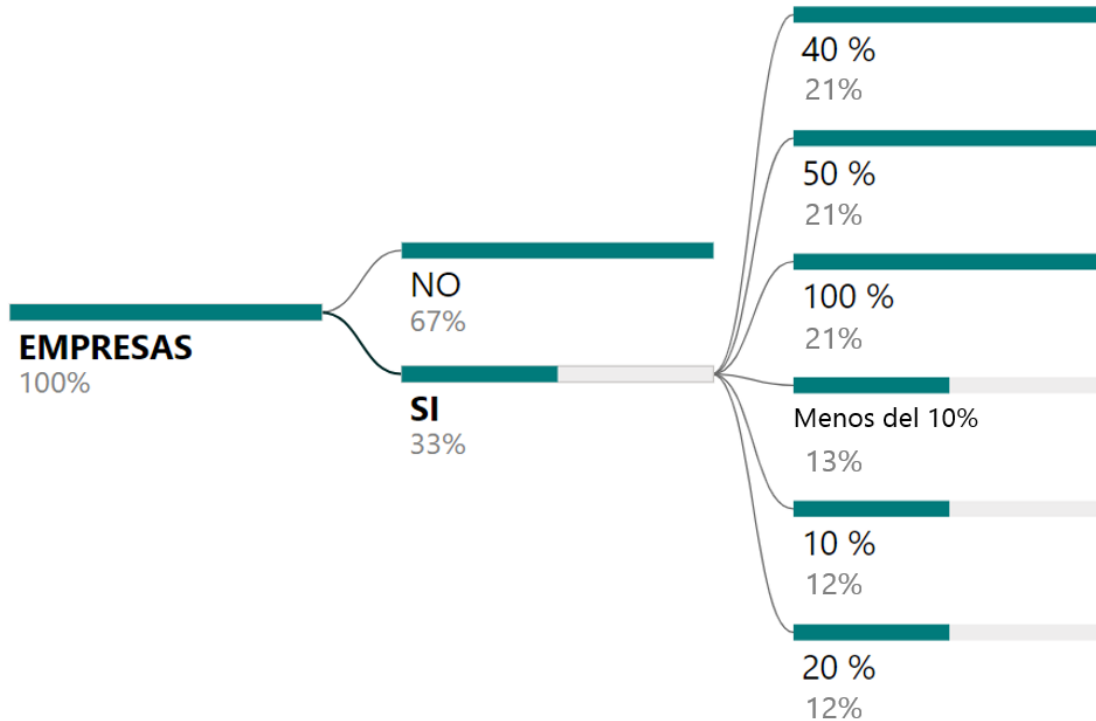


Solamente el 2% de las empresas señalaron que tenían contemplado despedir personal durante el 2022.

Dichos planes consistían en disminuir 10% de su plantilla laboral.



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

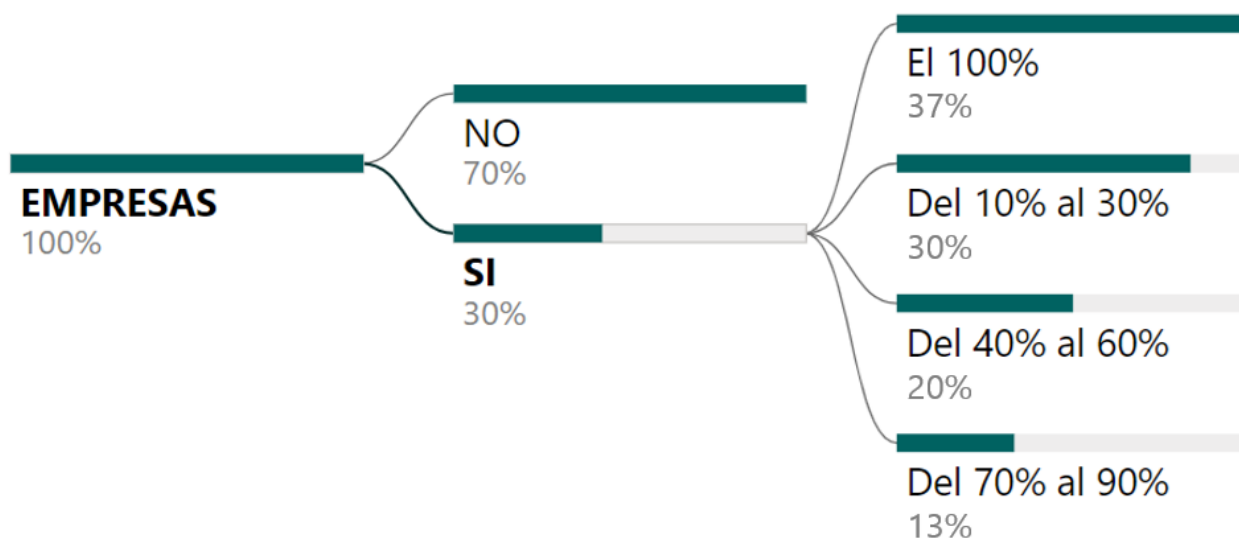


Durante el 2021, el 33% de las empresas señaló que contaba con personal trabajando desde casa.

De este grupo, el 21% contaba con toda su plantilla laboral trabajando en esta modalidad. Otro 21% de las empresas mantenía al 50% de sus empleados trabajando a distancia.

Mientras que el restante 45% de empresas indicaron que continuaban con entre 10% y 40% de sus trabajadores bajo esta modalidad.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE RECONTRATARON PERSONAL QUE HABÍA SIDO DESPEDIDO



De las empresas que participaron en el estudio, el 30% realizó recontrataciones de personal durante 2022.

De estas empresas, el 37% volvió a contratar a todos los empleados que había despedido durante la pandemia por COVID-19.

El 13% recontrató entre 70% y 90% del personal despedido con anterioridad.

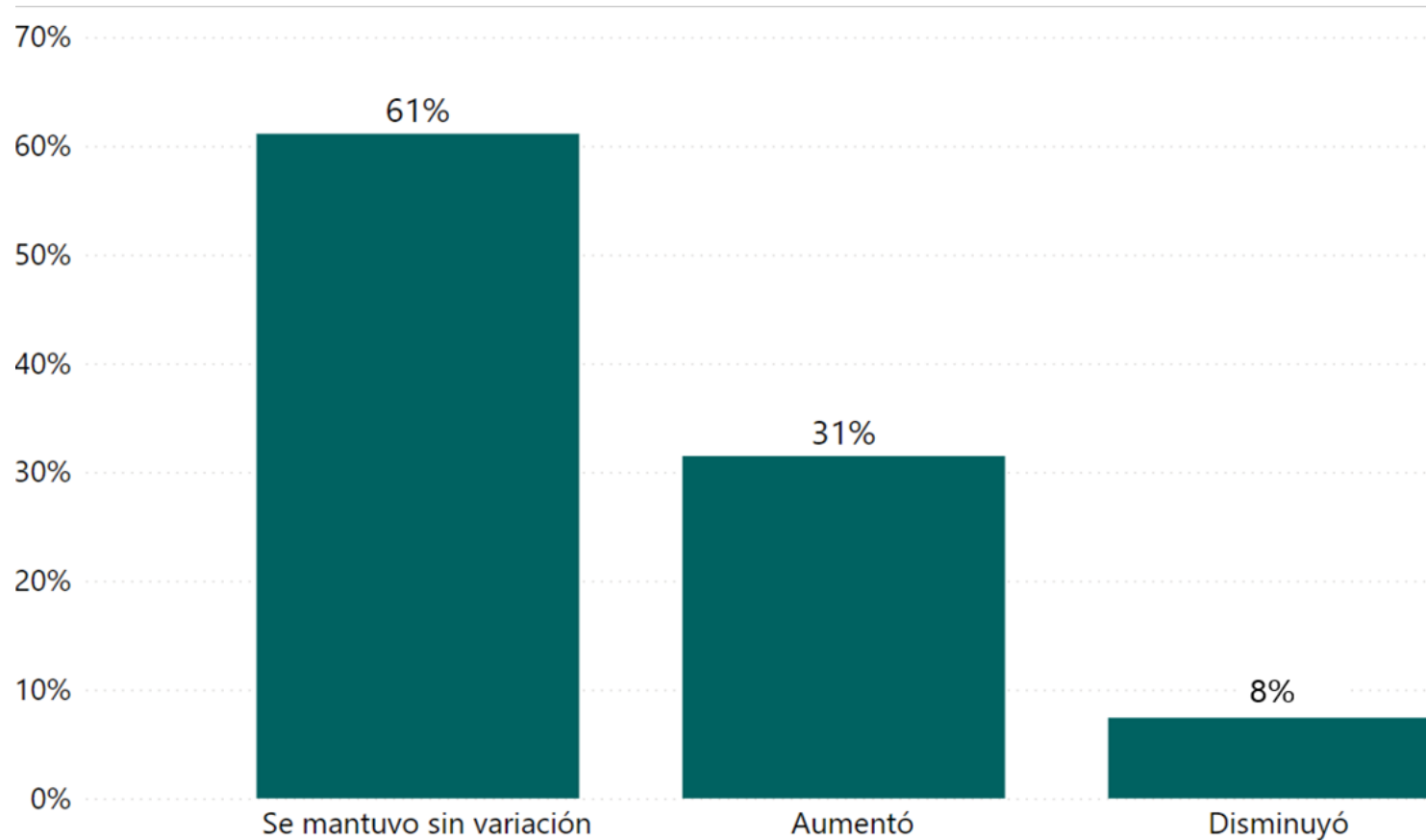
El restante 50% de empresas recontrataron entre el 10% y 60% del personal que había dejado de laborar en el negocio.



8. Condiciones laborales

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

NIVEL DE VARIACIÓN DE LOS SALARIOS DE EMPLEADOS EN 2021

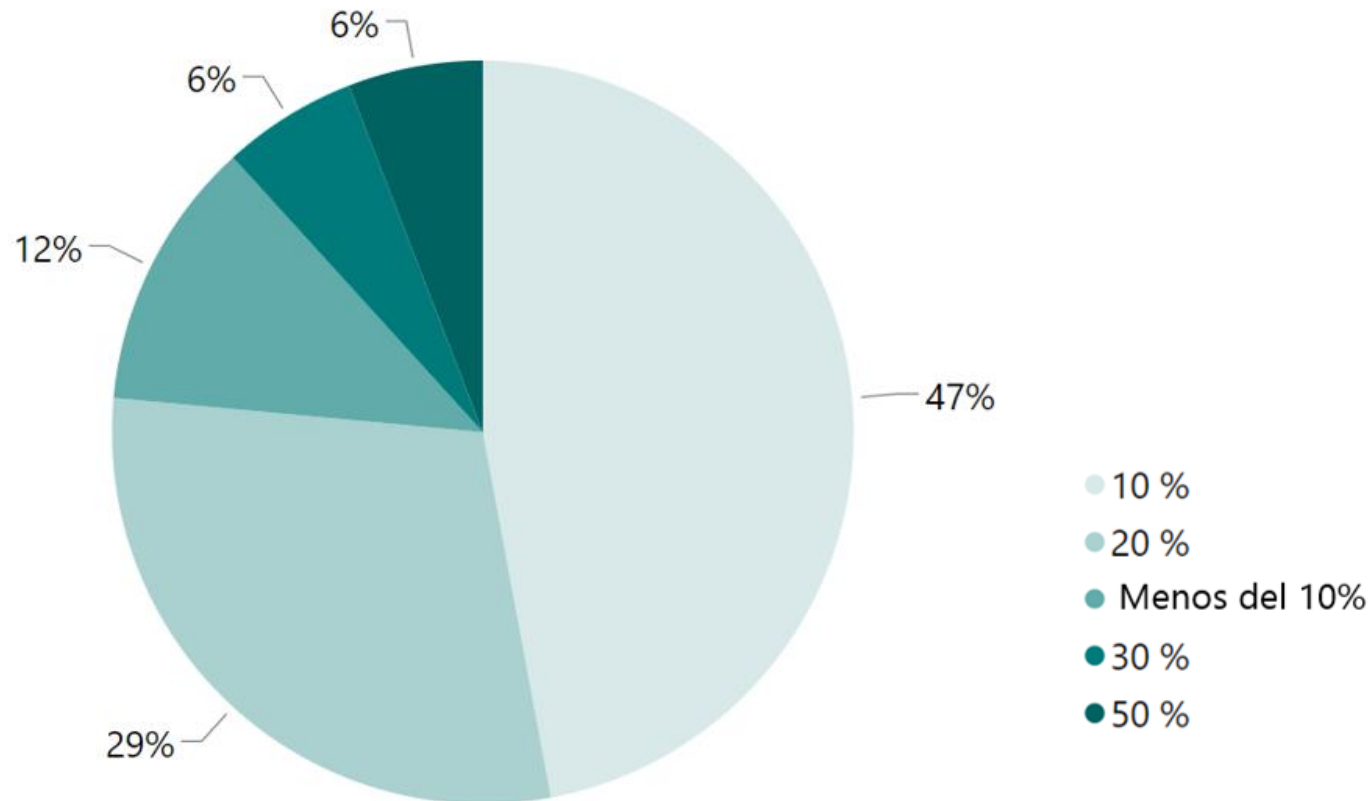


Durante el 2021 el 61% de las empresas mantuvo los salarios de los empleados sin variaciones.

En contraste, el 31% de las empresas señaló que incrementó salarios.

Mientras que solamente el 8% de los negocios disminuyeron el salario de sus empleados.

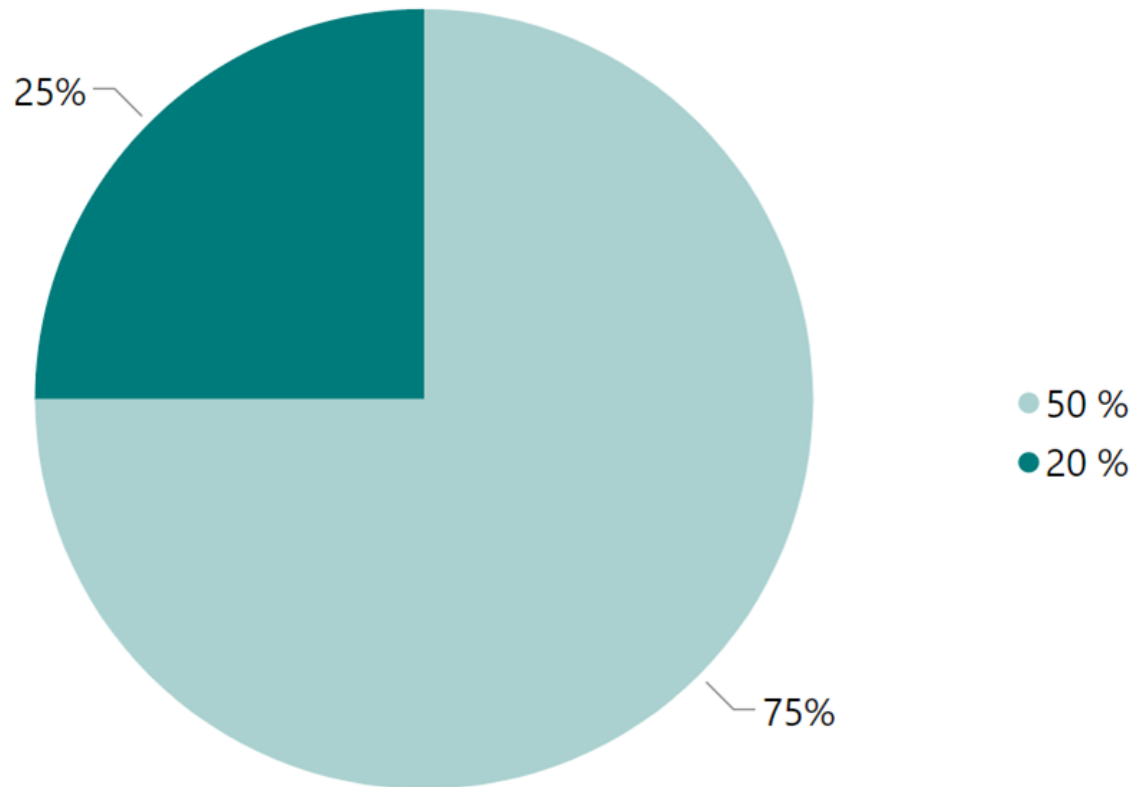
PORCENTAJE DE AUMENTO DE SALARIO DE LOS EMPLEADOS EN 2021



Del grupo de empresas que señaló haber incrementado los salarios de sus trabajadores, el 82% aumentó entre 10% y 30% las remuneraciones.

Mientras que únicamente el 6% de empresas aumentaron los sueldos en un 50%.

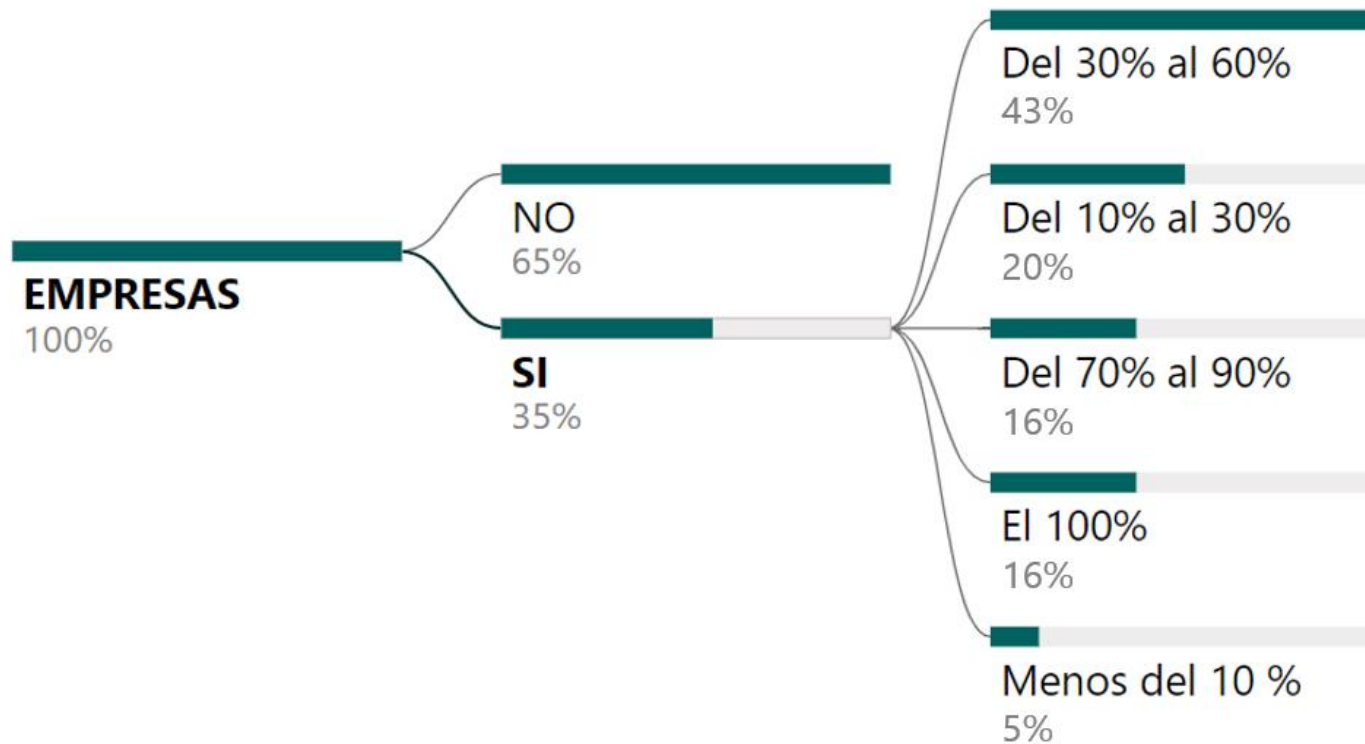
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN DE SALARIO DE LOS EMPLEADOS EN 2021



Del grupo de empresas que señaló que se vieron obligadas a reducir salarios, el 75% indicaron que dicha disminución fue de 50%.

Mientras que el restante 25% redujo las remuneraciones de sus trabajadores en un 20%.

PORCENTAJE DE VARIACIÓN DE LA JORNADA LABORAL DE EMPLEADOS

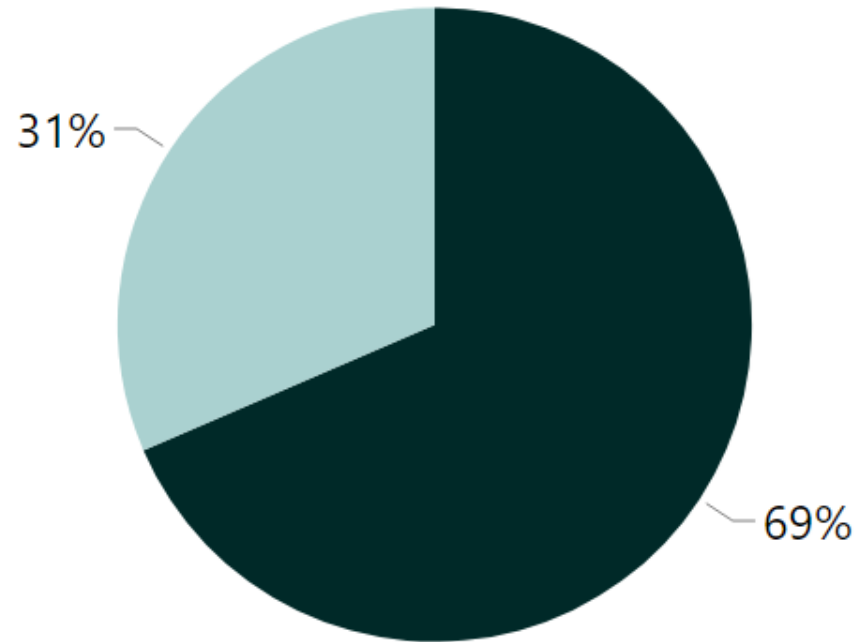


En el 35% de las empresas participantes en el estudio se realizaron modificaciones en la jornada laboral de los empleados.

El 32% de este grupo de empresas redujo la jornada a más del 70% de sus empleados.

Mientras el 63% de 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



● NO ● SI



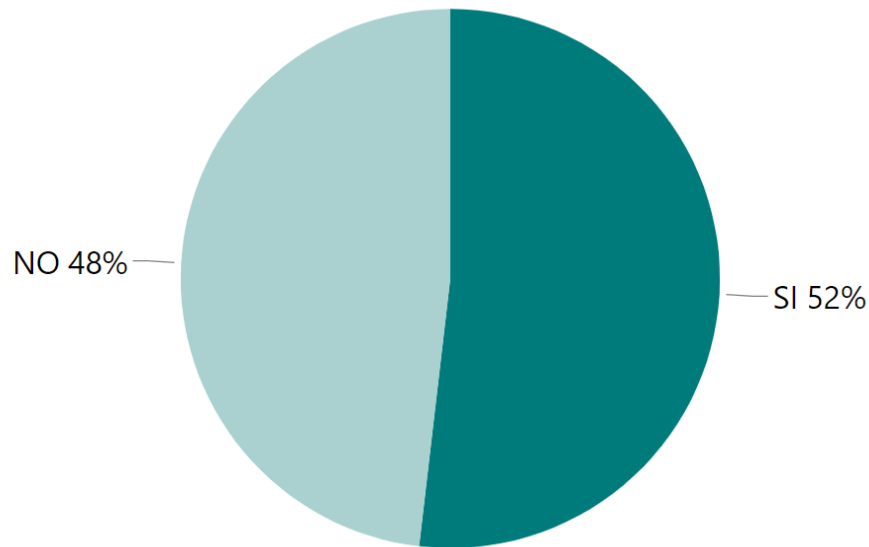
En relación con los acuerdos laborales, solo el 31% de las empresas señaló que realizaron algún tipo de acuerdo con los trabajadores relacionado con las condiciones laborales



9. SITUACIÓN FINANCIERA

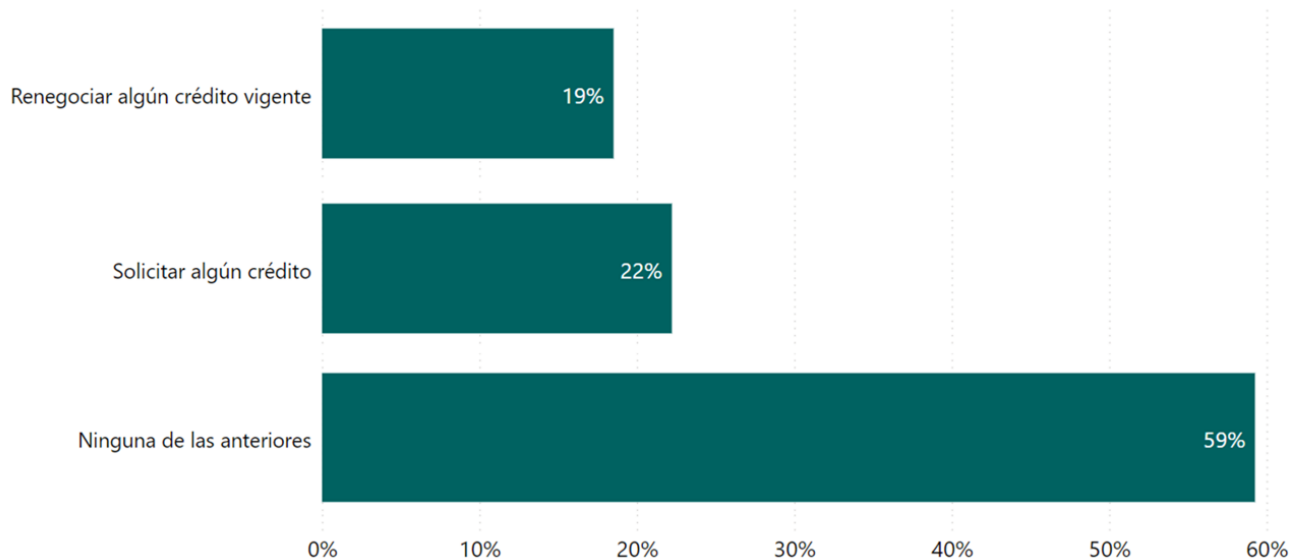
Esta dimensión presenta información relacionada con el balance financiero y situación crediticia de las empresas durante los años 2021 y 2022.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE EXPERIMENTARON PÉRDIDAS FINANCIERAS EN 2020 Y 2021



En 2020 el 52% de las empresas que participaron en el estudio experimentó pérdidas en el ejercicio anual.
En 2021 el porcentaje de empresas que reportaron pérdidas continuó siendo bastante significativo (46%).

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

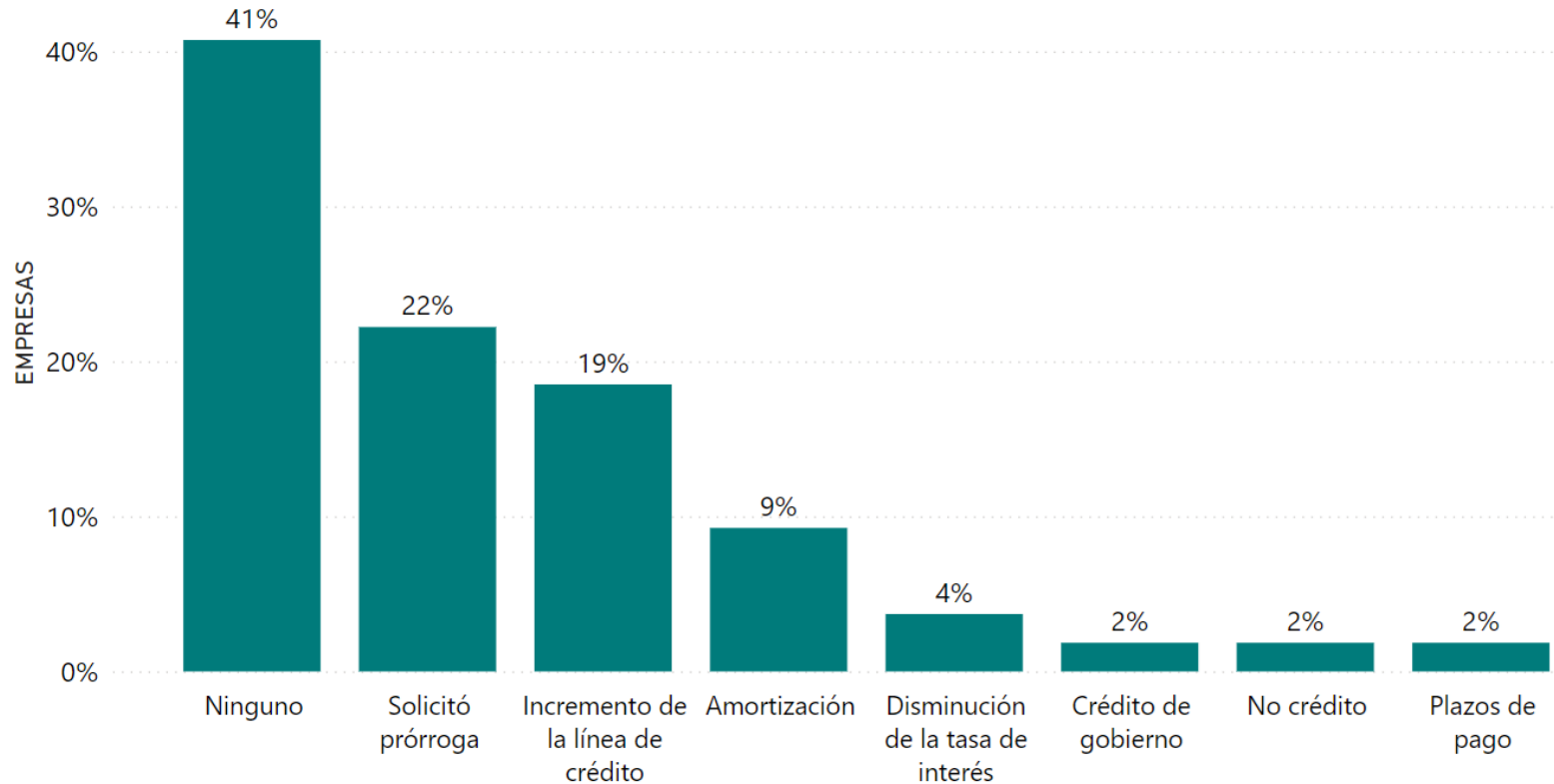


Durante 2021, derivado de la crisis generada por la pandemia, el 19% de las empresas tenían planes de renegociar sus créditos, mientras que el 22% tenían contemplado solicitar un crédito adicional.

Por otro lado, el 59% de empresas no tenía planes de realizar ninguna de dichas acciones.



TIPOS DE CRÉDITOS VIGENTES Y RENEGOCIACIONES EFECTUADAS SOBRE LOS MISMOS



De acuerdo con las respuestas emitidas por las empresas:

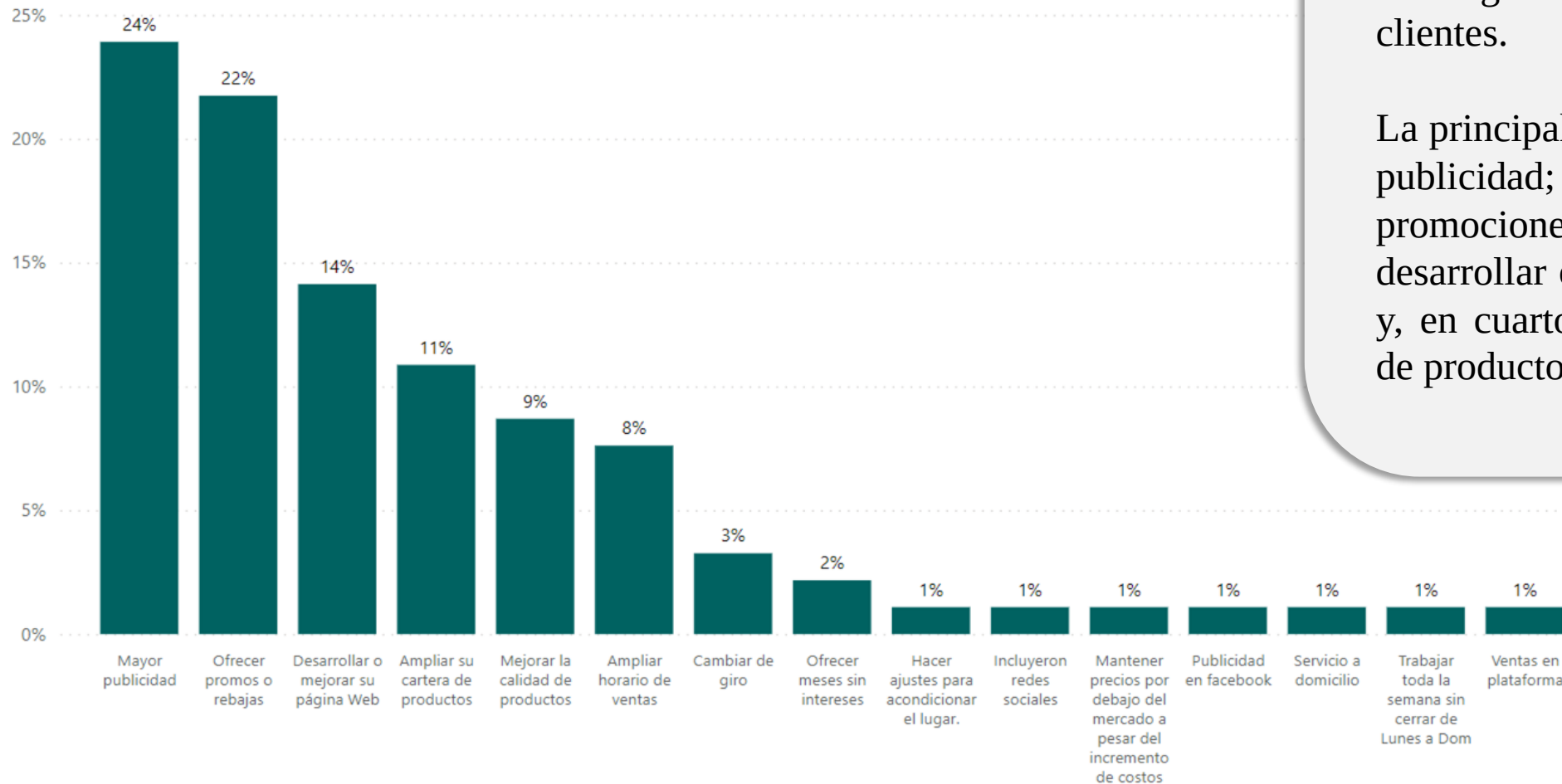
- El 41% no implementaron ningún tipo de renegociación relacionada con los créditos vigentes.
- El 22% solicitó prórrogas sobre sus deudas.
- El 19% solicitaron incremento de sus líneas de crédito.
- Solo el 9% realizó amortizaciones.



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 implementaron para hacer frente a la crisis generada por la pandemia.

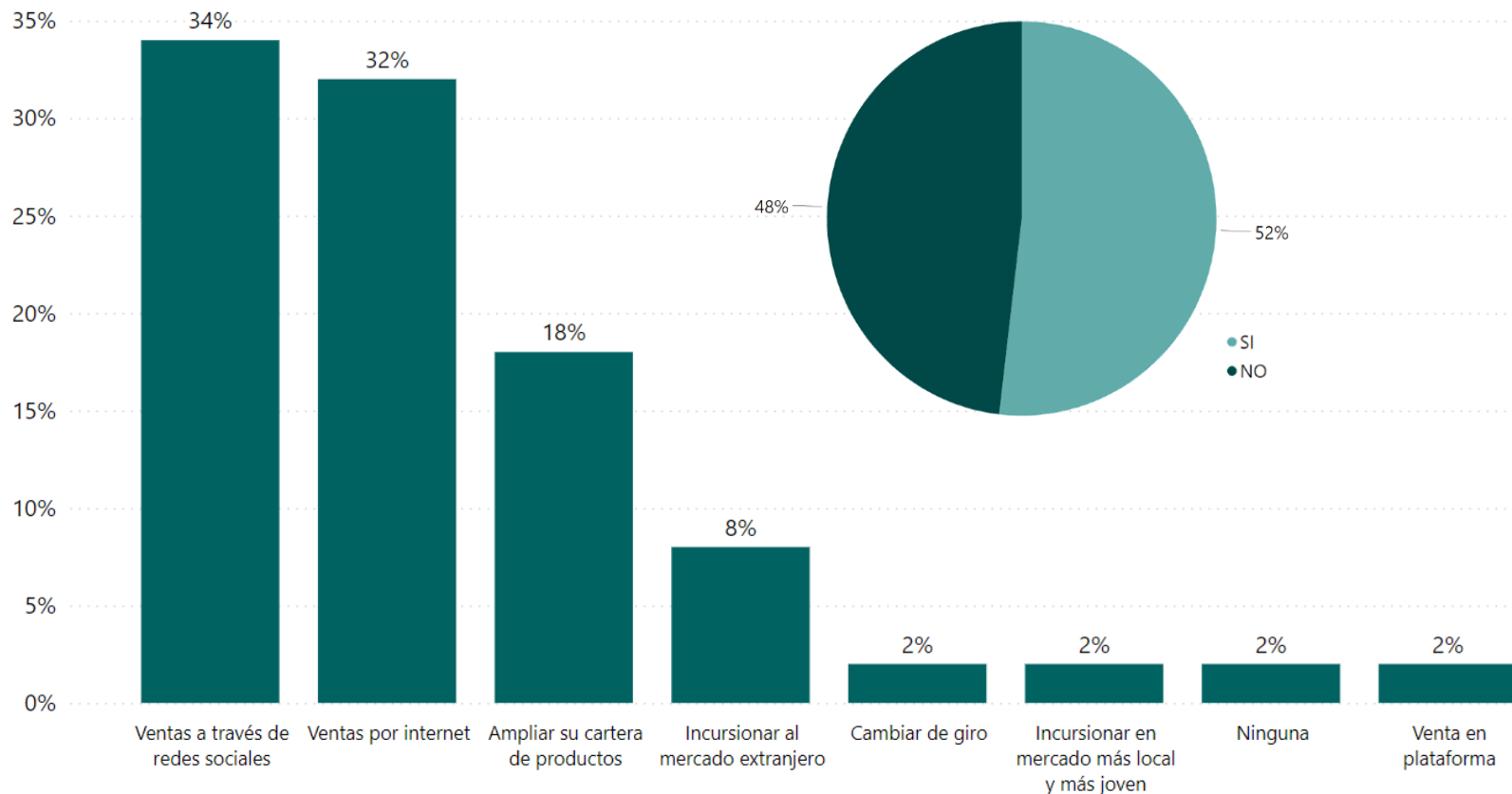
PRINCIPALES ESTRATEGIAS PARA RECUPERAR CLIENTES DURANTE 2021



De acuerdo a la información obtenida, 72% de las empresas implementaron estrategias emergentes para recuperar clientes.

La principal estrategia fue aumentar la publicidad; en segundo lugar, ofrecer promociones y rebajas; en tercer lugar, desarrollar o mejorar sus páginas Web y, en cuarto lugar, ampliar su cartera de productos.

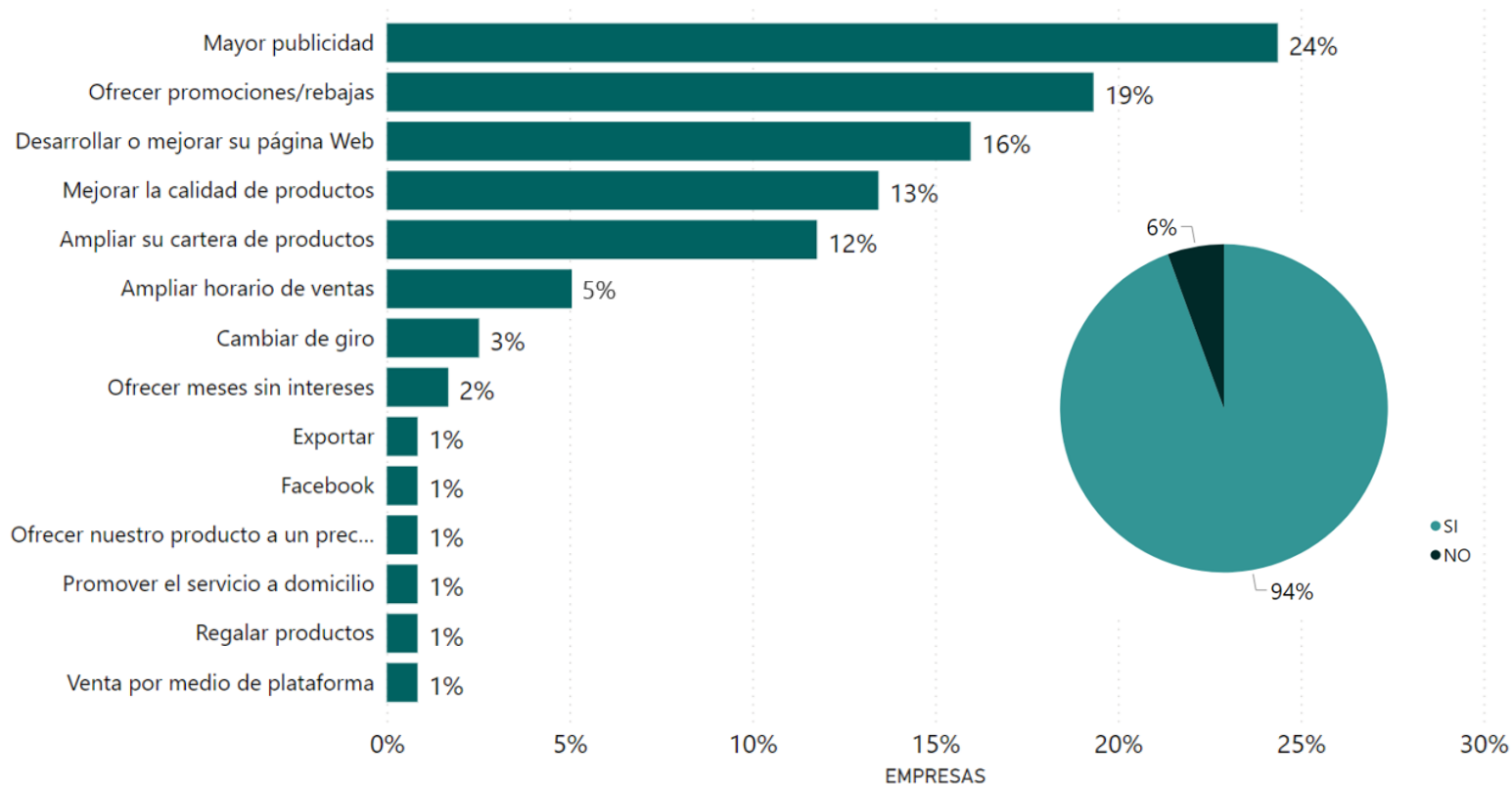
PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE ADVIRTIERON OPORTUNIDADES PARA INGRESAR A NUEVOS MERCADOS Y PRINCIPALES ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS



Frente a la situación pandémica, más de la mitad de las empresas (52%) vislumbraban oportunidades para participar en nuevos mercados.

Para el 66% de empresas, las oportunidades se relacionaban con las ventas a través de redes sociales o internet; 18% ampliar su cartera de productos; mientras que el 8% iniciaron ventas en el extranjero.

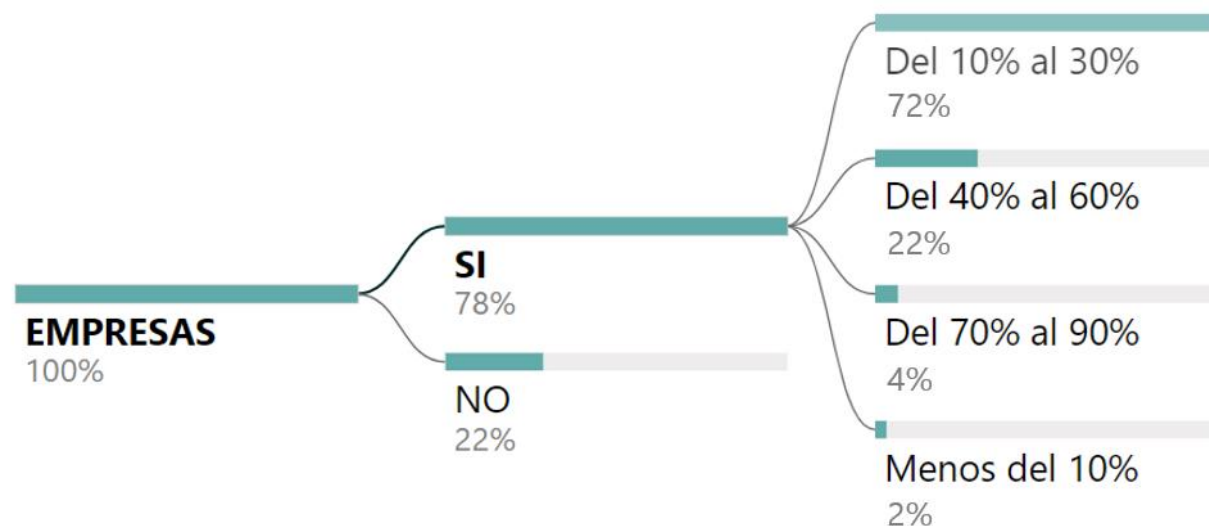
PORCENTAJE DE EMPRESA QUE IMPLEMENTARON NUEVAS ESTRATEGIAS DE VENTAS Y PRINCIPALES ACCIONES EFECTUADAS



Durante el 2021, el 94% de las empresas, pusieron en marcha nuevas estrategias de venta.

Las principales estrategias se relacionan principalmente con una mayor publicidad (24%), ofrecer promociones o rebajas (19%), mejorar o desarrollar sus sitios Web (16%), mejorar la calidad de productos (13%) y ampliar la cartera de productos (12%);

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 78% señaló que obtuvo resultados positivos.

Para la mayoría de las empresas (72%) el incremento en ventas fue de entre 10 y 30%.

El 22% de los negocios aumentó sus ventas entre 40% y 60%.

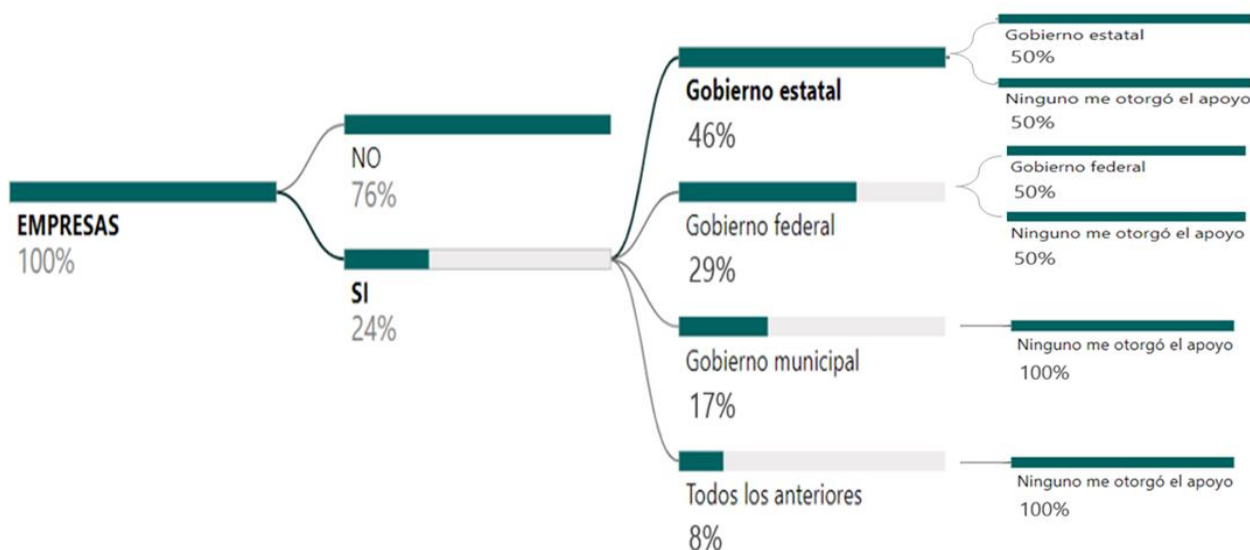
Solamente el 4% de empresas logró un importante aumento en sus ventas: entre 70% y 90%



11. APOYO DEL GOBIERNO

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

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE SOLICITARON APOYO A ALGUNA INSTANCIA GUBERNAMENTAL

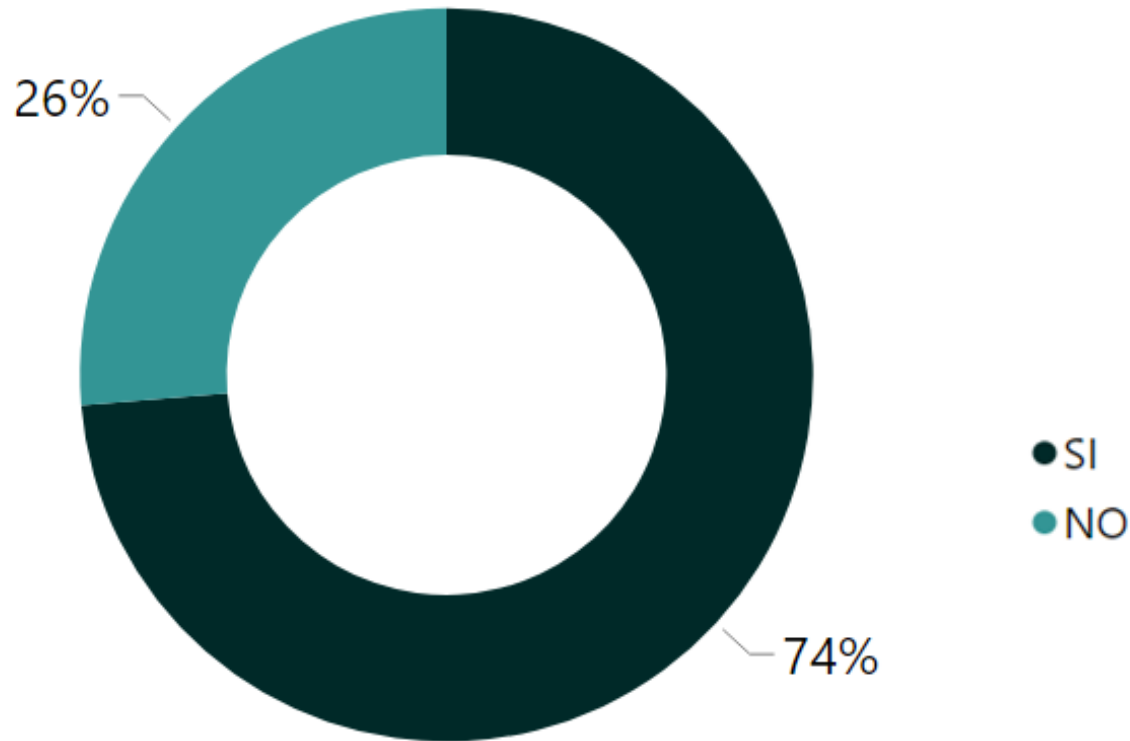


Solamente el 24% de las empresas solicitaron algún tipo de apoyo a alguna instancia gubernamental.

De este conjunto de empresas el 46% lo hizo al gobierno estatal, el 29% al federal y el 17% al municipal.

Entre los programas gubernamentales con los que resultaron beneficiados los negocios se encuentran: Ayuda al comercio, Protección al empleo COVID, SIRA, REACTIVA y Empresarias de Alto Impacto de la Secretaría de Igualdad.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE TIENEN PLANES DE SOLICITAR APOYO AL GOBIERNO EN CASO DE ABRIRSE ALGÚN NUEVO PROGRAMA EMERGENTE



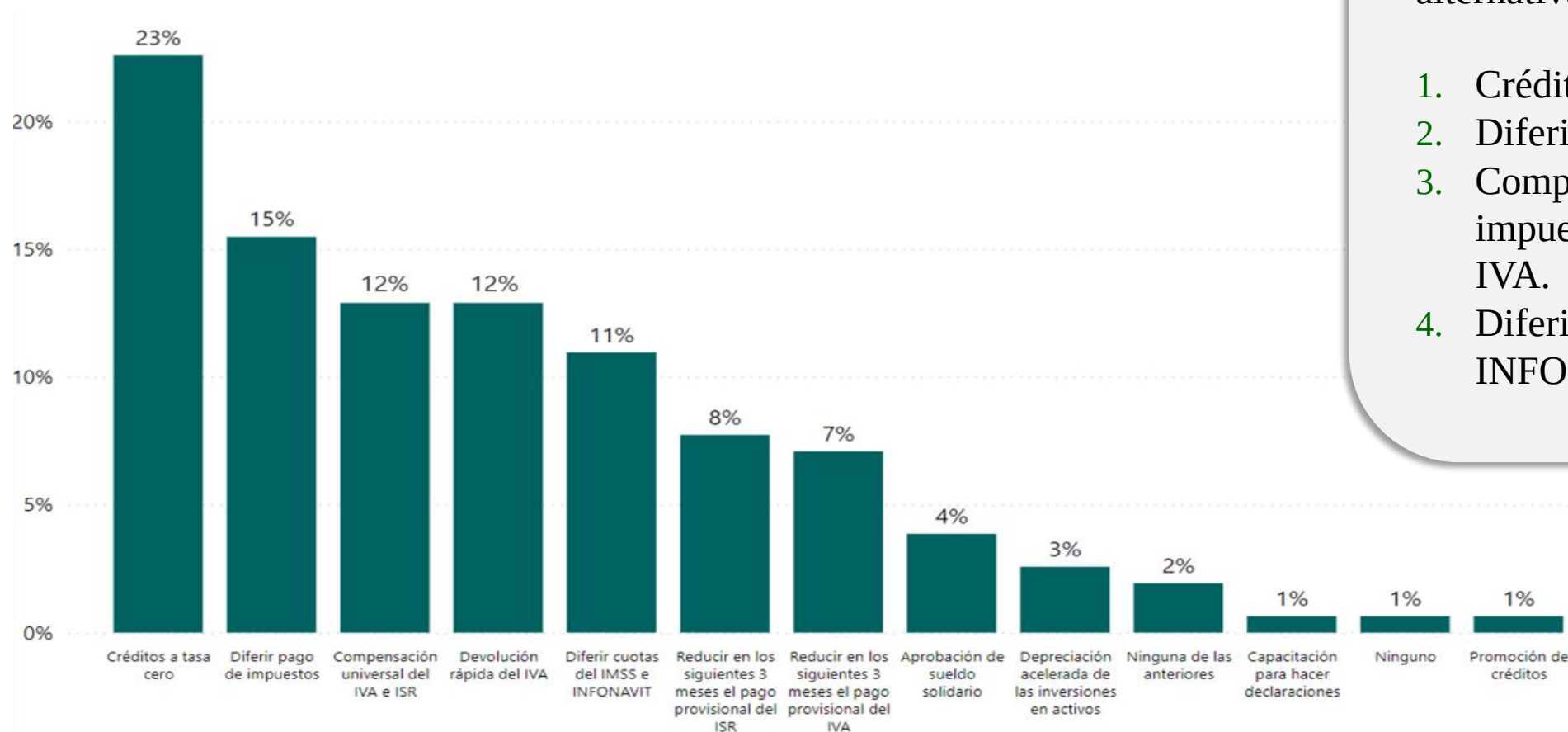
De acuerdo con los hallazgos del estudio, 74% de las empresas señalaron que tienen planes de solicitar apoyos en caso de que surgan nuevos programas gubernamentales.



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

En esta dimensión se presentan las principales acciones gubernamentales que las empresas 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 FRENTA A LA CRISIS



Las empresas manifestaron su interés principalmente por las siguiente alternativas:

1. Créditos a tasa cero.
2. Diferir pago de impuestos.
3. Compensación universal de impuestos y devolución rápida del IVA.
4. Diferir cuotas de IMSS e INFONAVIT