

Afectaciones a la cadena productiva de los sectores muebles, modas y restaurantes de Jalisco durante el 2020 y perspectivas de recuperación para el 2021

DRA. ANGÉLICA BASULTO CASTILLO
MTRO. JAVIER MEDINA ORTEGA



Contexto



- Actualmente, las empresas se encuentran operando en un contexto de crisis epidémica, incierto, desconocido y sin precedentes
- El impacto que ha generado la crisis, y que cambia día tras día, es difícil de evaluar
- Los esfuerzos en temas de salud para detener la pandemia de COVID-19 ha desencadenado una desaceleración de la actividad productiva
- Esta supera a los estragos originados por crisis de índole económico-financiera que ha experimentado el país a lo largo de su historia
- Existe una disminución considerable de la actividad económica como respuesta al confinamiento de la población, lo que ha generado una disminución de la demanda y afectaciones a la cadena productiva de los distintos sectores

“

ANÁLISIS DE LAS AFECTACIONES DE LA PANDEMIA EN LOS SECTORES MODAS, MUEBLES Y RESTAURANTES

- Se sustenta en los resultados de la encuesta titulada “Análisis de los efectos económicos del COVID-19 en los sectores modas, muebles y restaurantes de Jalisco”
- Diseñada y aplicada por el Módulo 6 de la Plataforma Economía de Jalisco. Hacía la recuperación.
- La encuesta fue aplicada en el lapso septiembre 2020- enero 2021
- El total de empresas que respondieron la encuesta fueron 90

”

“

DIMENSIONES DE ANÁLISIS

1. Perfil de la empresa
2. Cadena productiva
3. Producción y ventas
4. Situación que enfrentan las empresas ante la crisis ocasionada por el COVID-19
5. Empleo y salarios
6. Situación financiera
7. Planes de reestructuración y nuevas oportunidades en el mercado
8. Apoyo recibido del gobierno
9. Percepciones sobre condiciones de orden fiscal necesarias para enfrentar y salir de la crisis

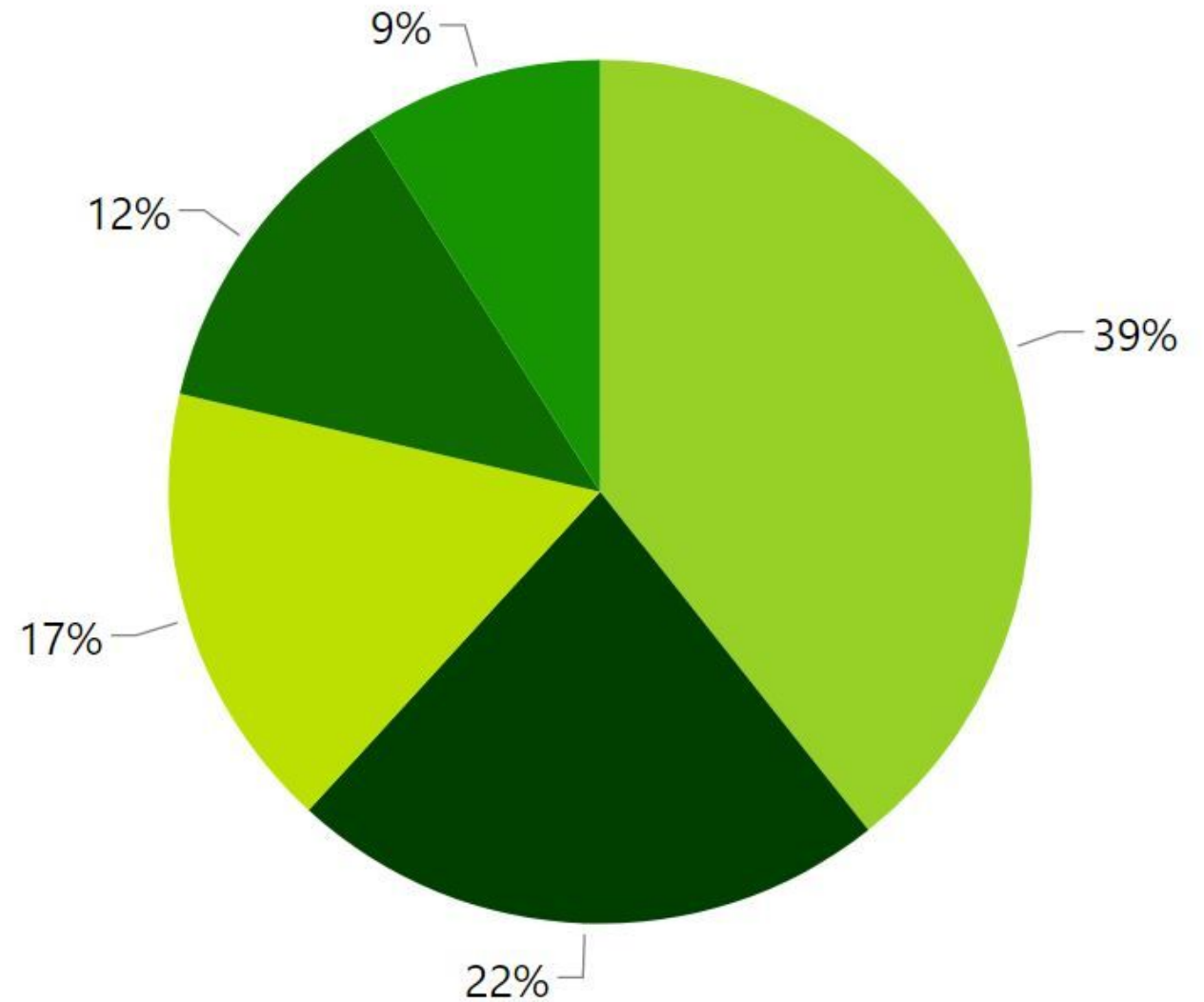
”



01.

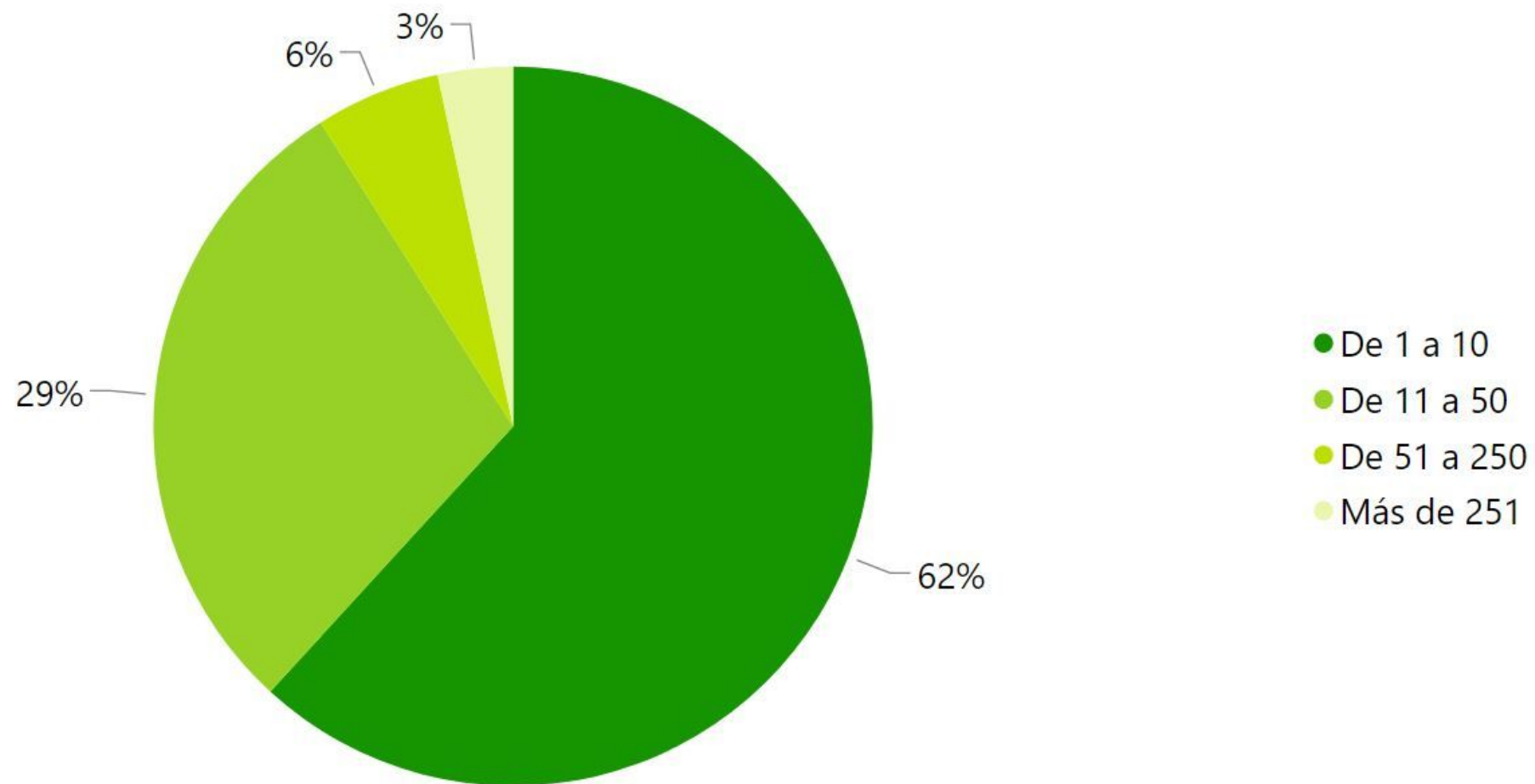
PERFIL DE LA EMPRESA

Tipo de actividad de las empresas que participaron en la encuesta

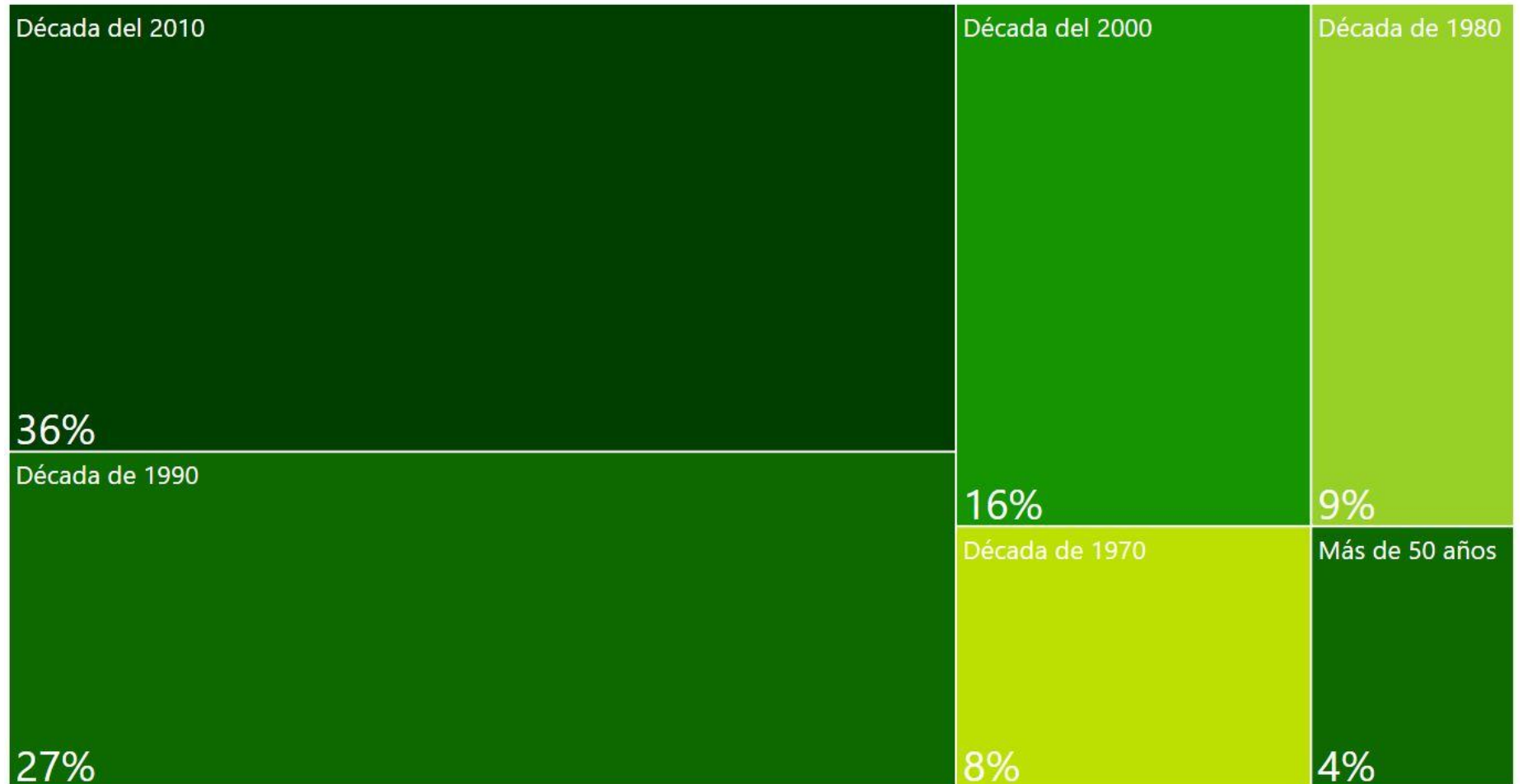


● Restaurantes ● Confección/Vestido ● Muebles ● Calzado ● Joyería

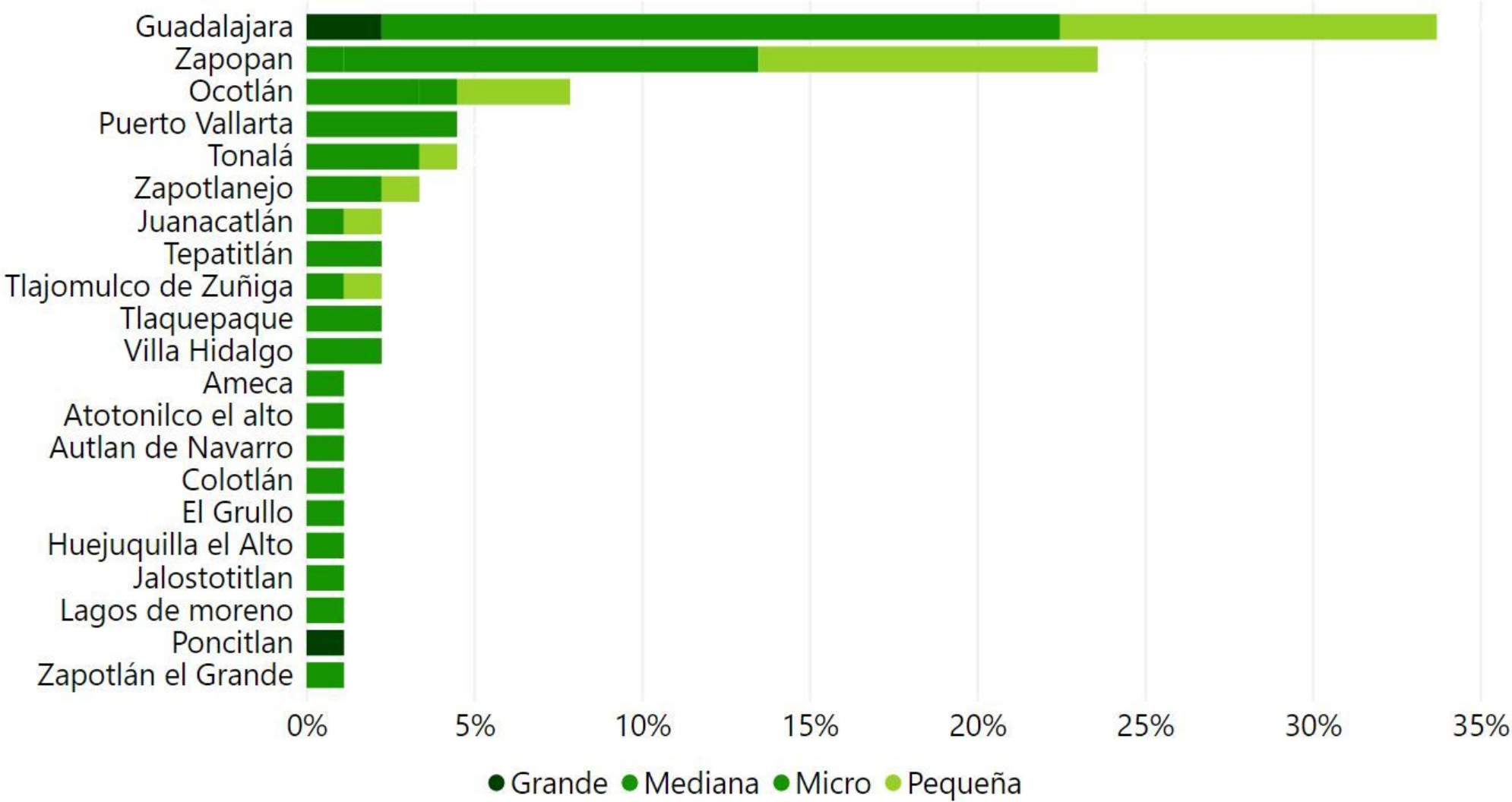
Tamaño de las empresas que participaron en la encuesta



Antigüedad de las empresas



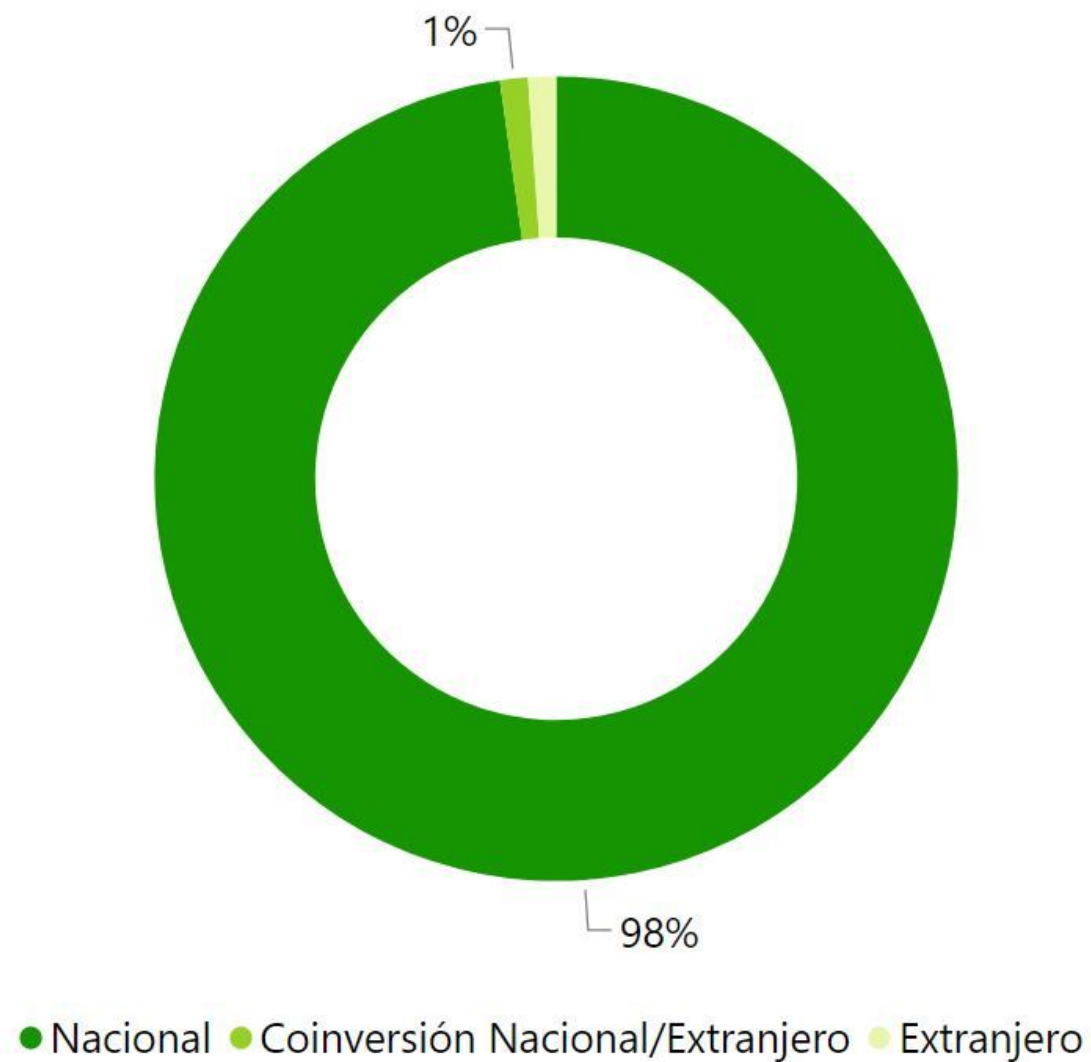
Tamaño de las empresas que participaron, según municipio





02. CADENA PRODUCTIVA

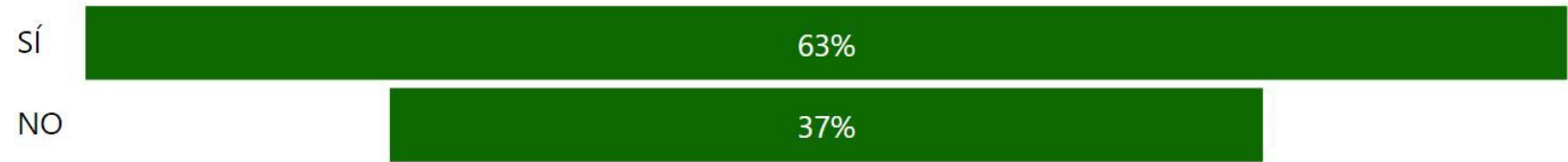
Origen del capital de las empresas



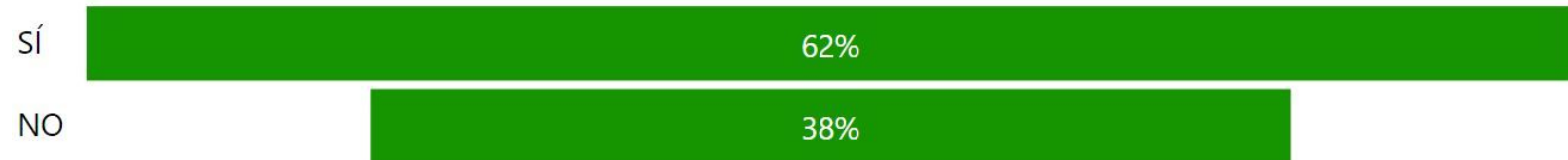
Tipo de proveedores de las empresas

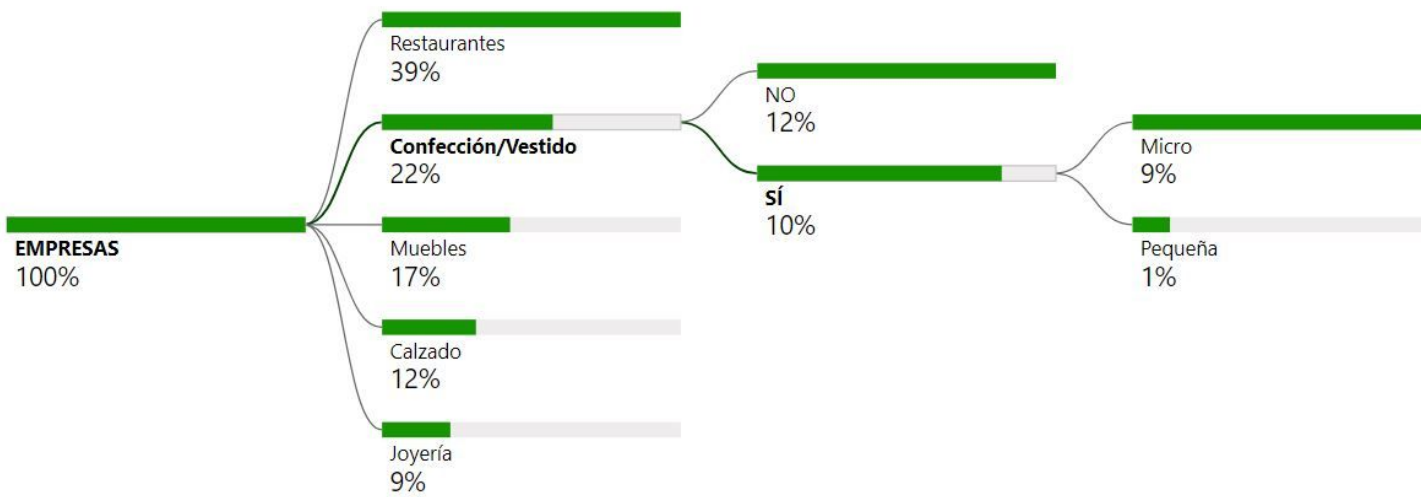
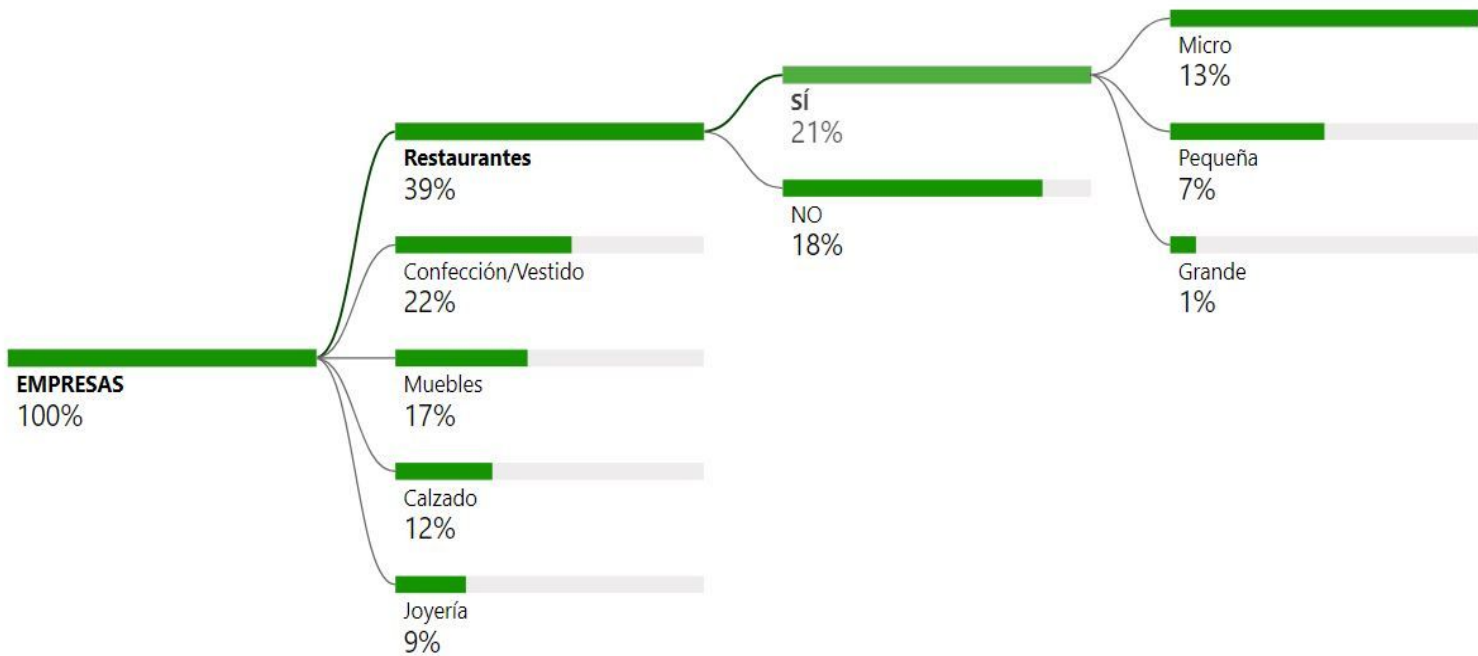


**Porcentajes de empresas
que se vieron afectadas por
la escasez de insumos en el
segundo semestre de 2020**

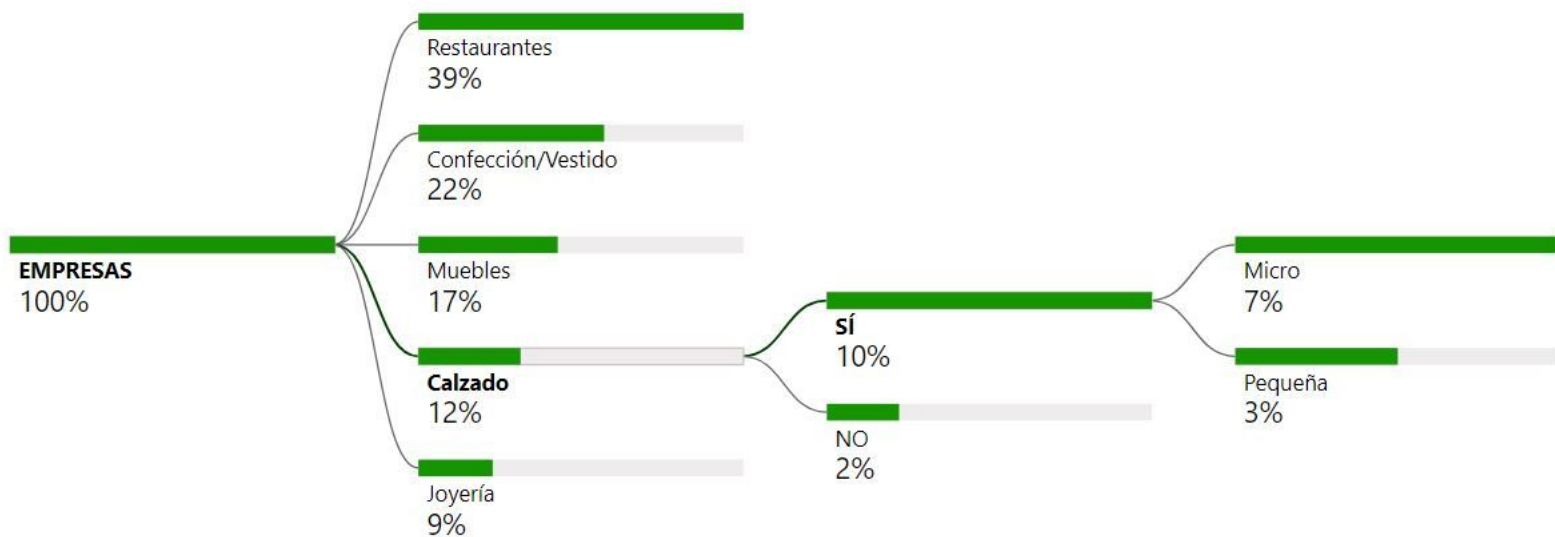
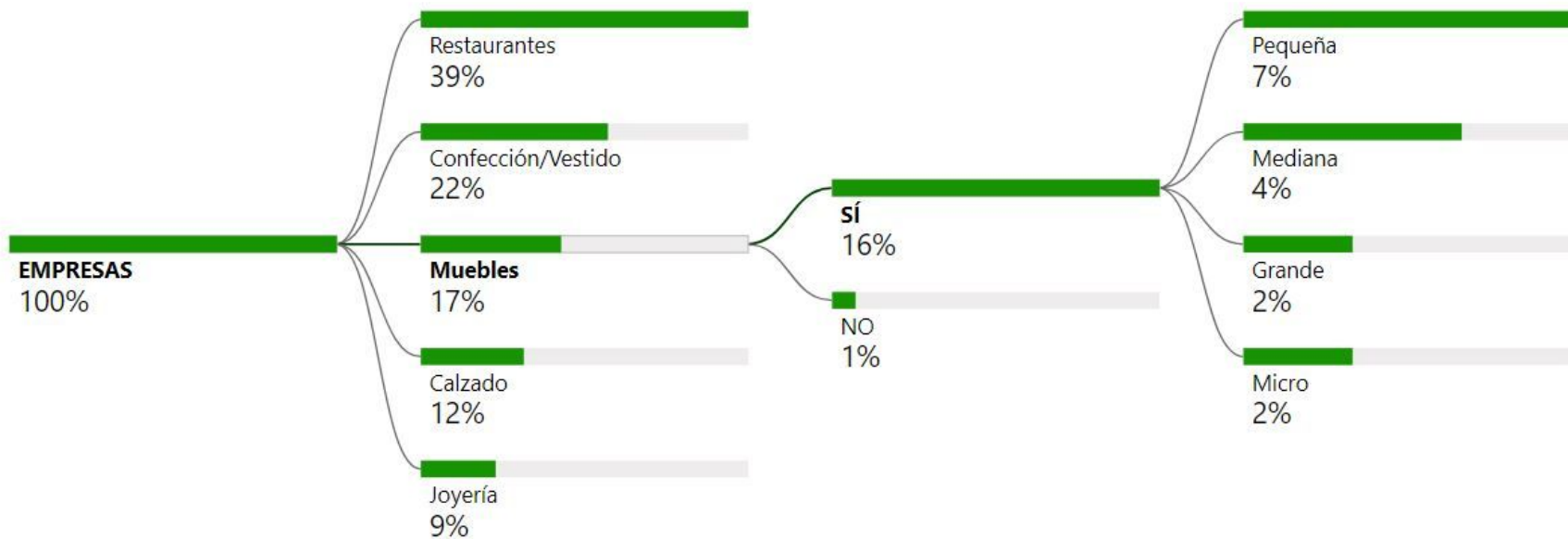


**Porcentajes de empresas que
se vieron afectadas por el
retraso en la entrega de
insumos en el segundo
semestre de 2020**

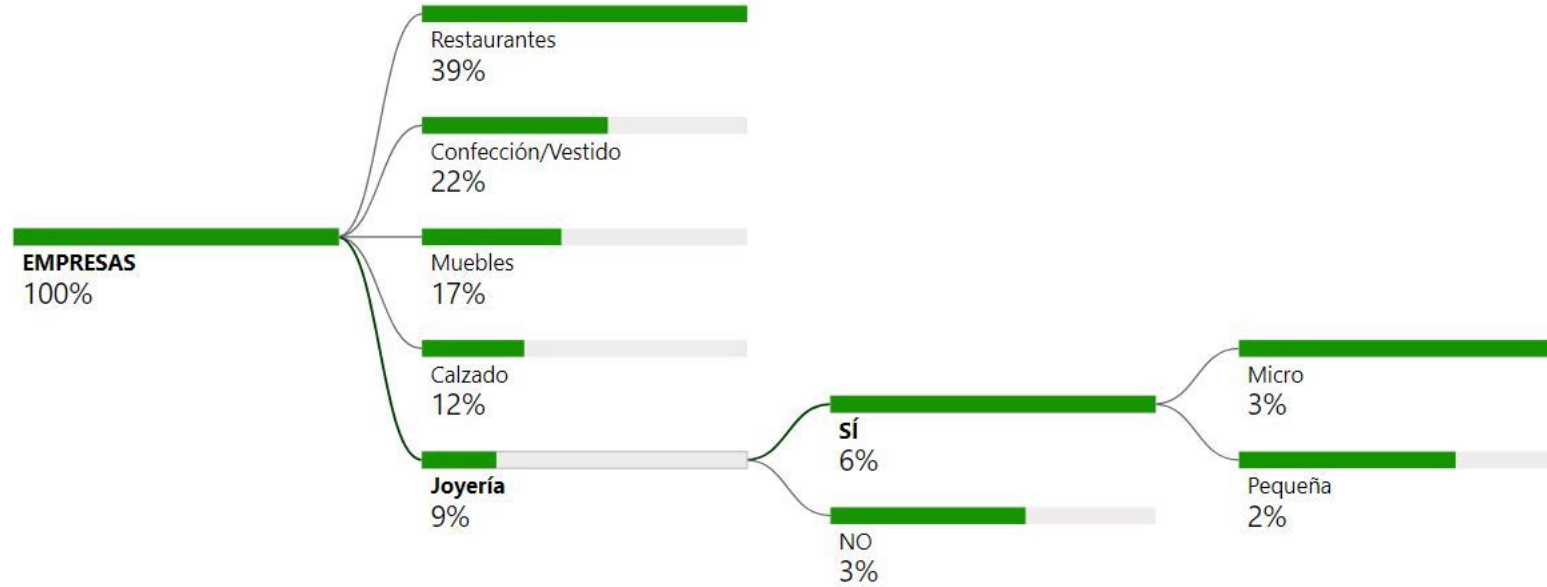




Afectaciones por la escasez de insumos

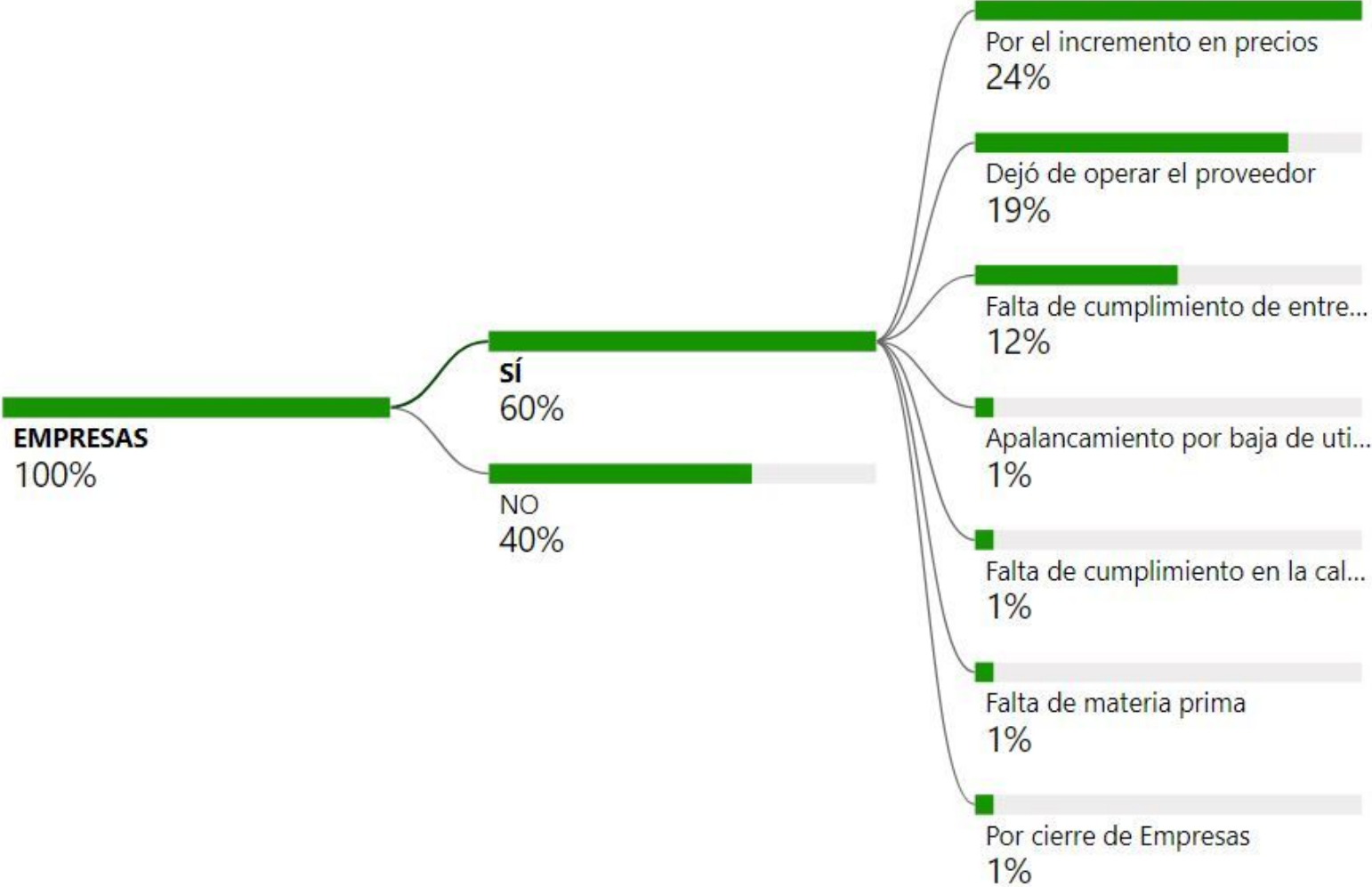


Afectaciones por la escasez de insumos

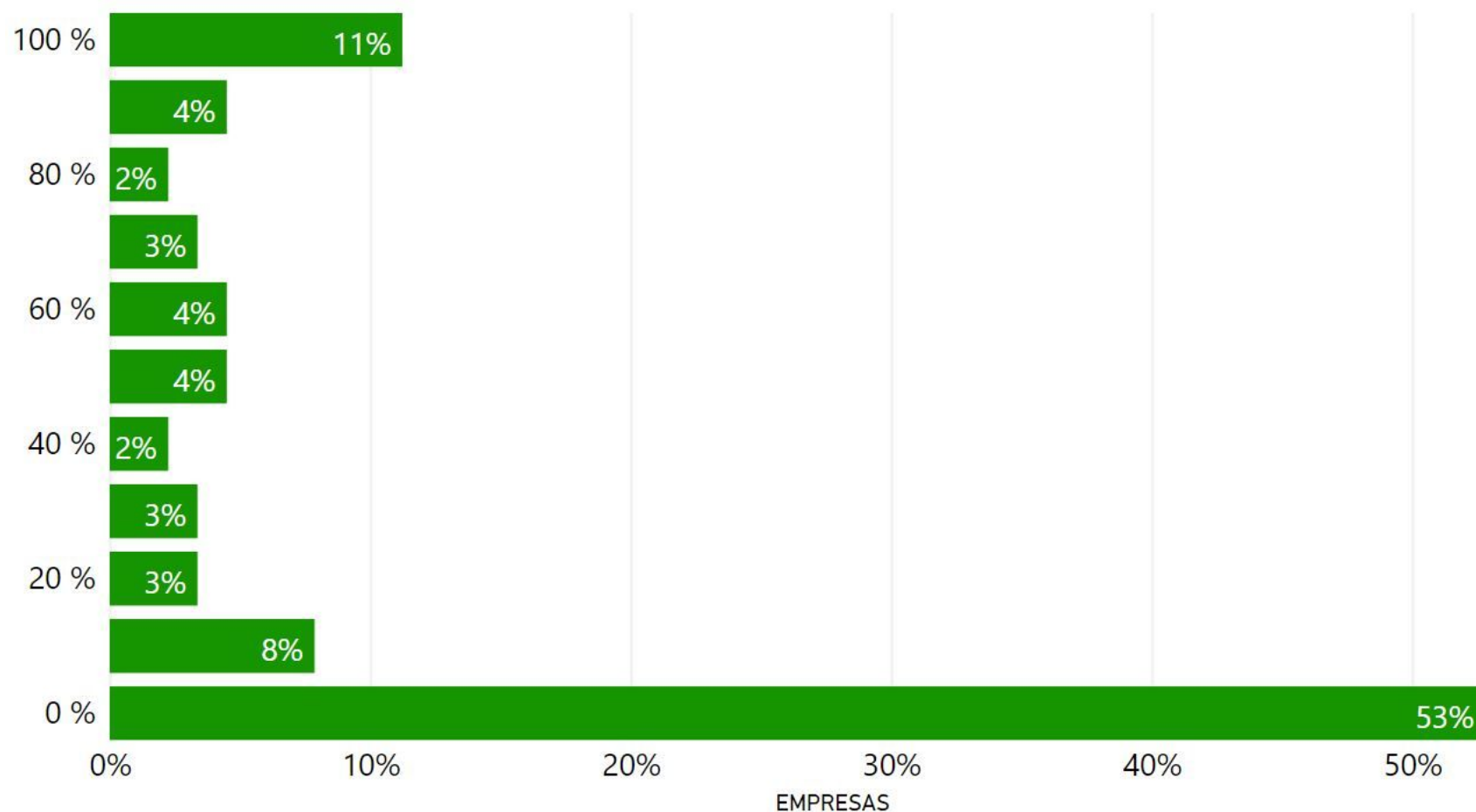


Afectaciones por la escasez de insumos

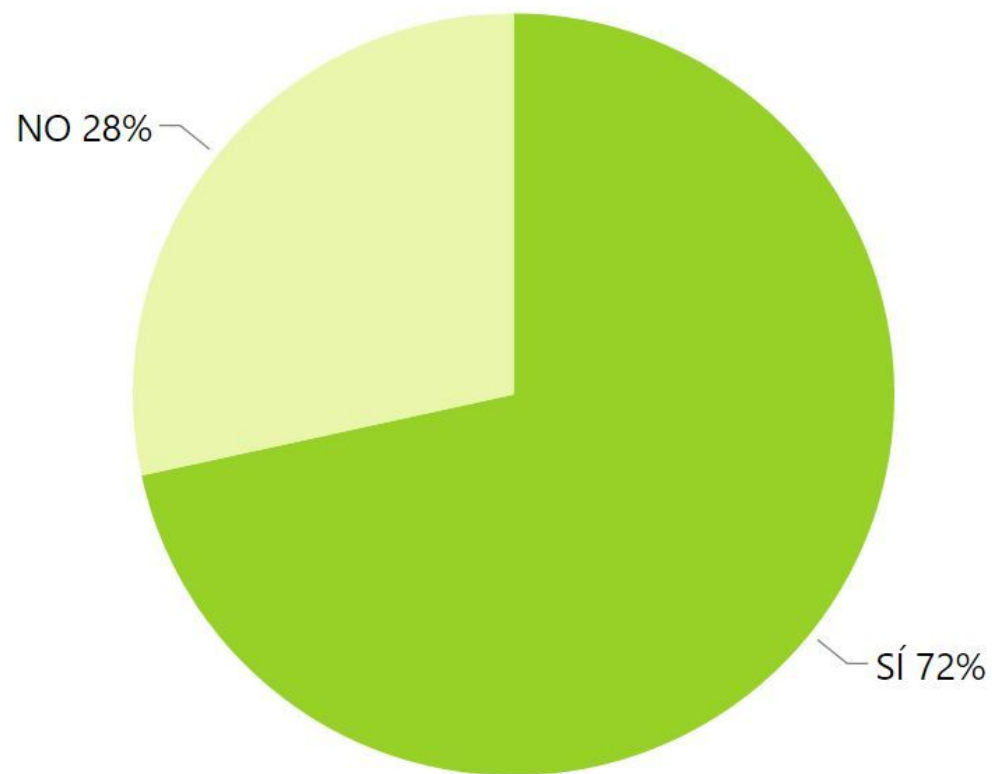
Porcentajes de
empresas que han
tenido que cambiar
algunos de sus
proveedores y
principales motivos

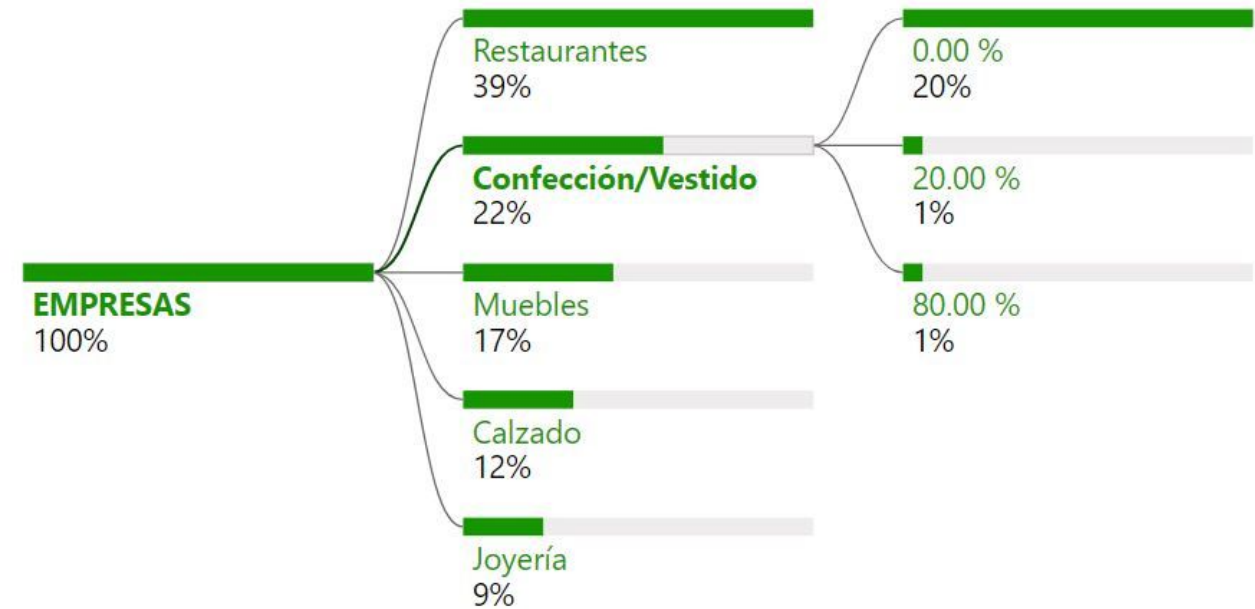
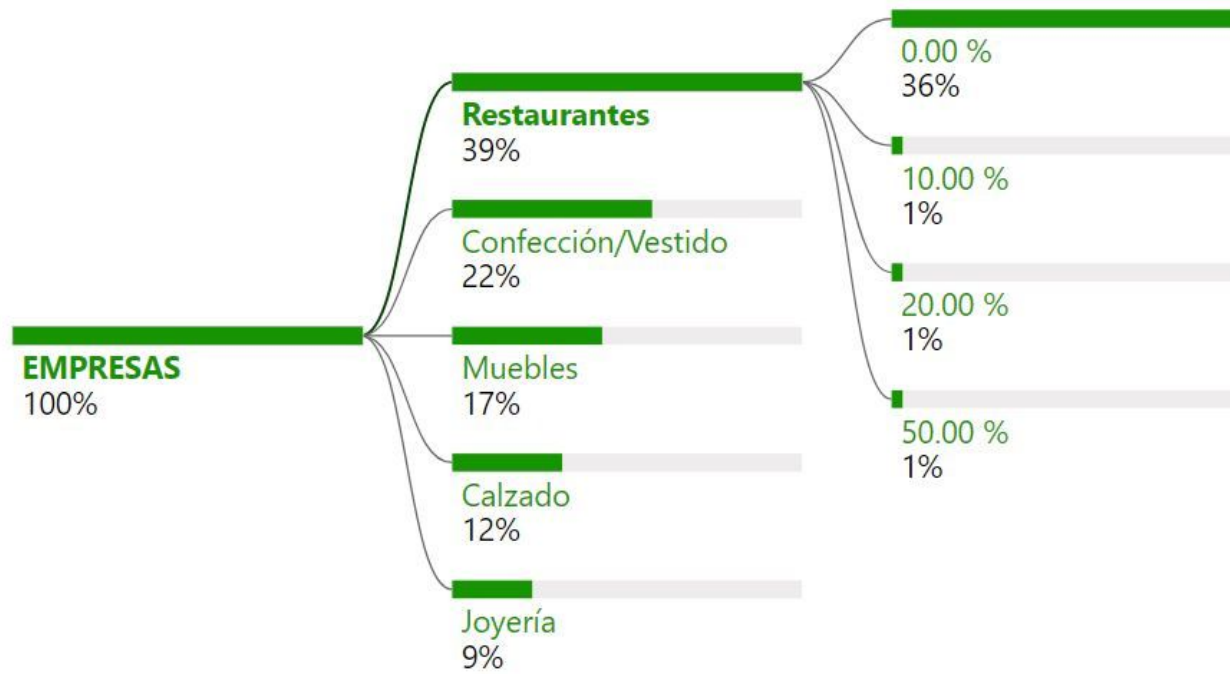


Porcentajes de la producción que se vende a otras empresas

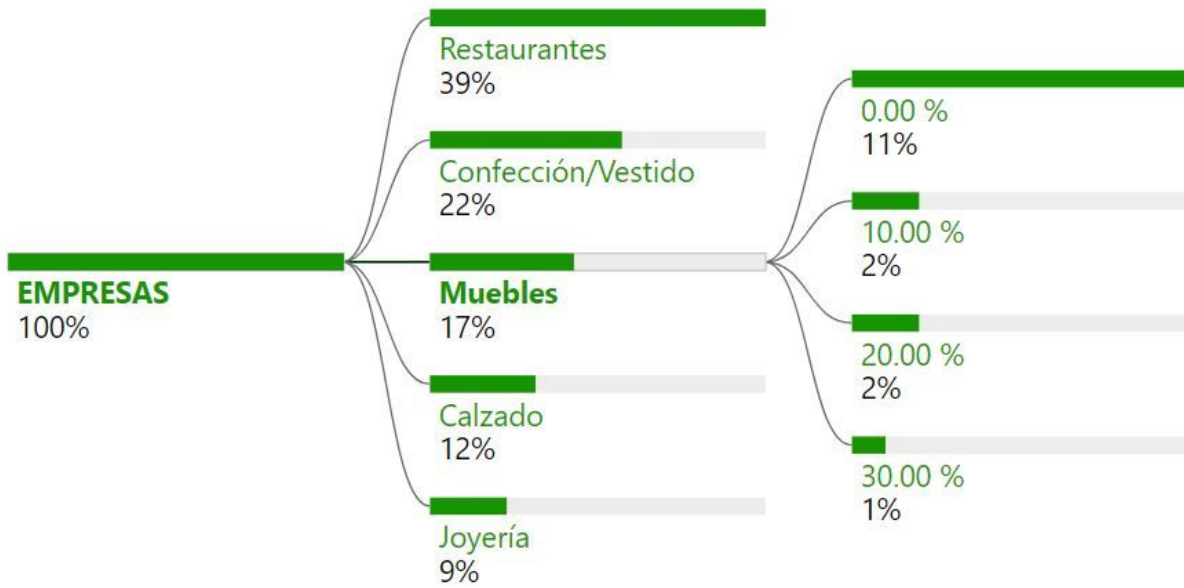


**Porcentajes de
empresas que
experimentaron
aumento en los costos
de producción en
respuesta al
incremento en el tipo
de cambio**

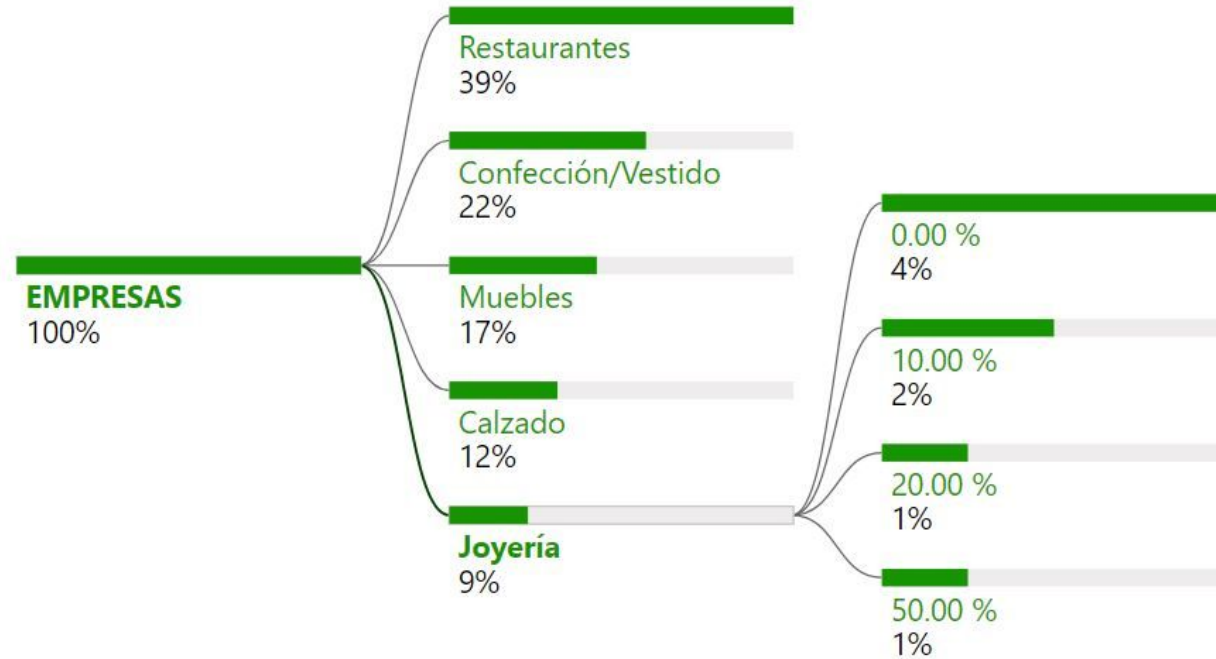




Porcentaje de ventas en el mercado extranjero

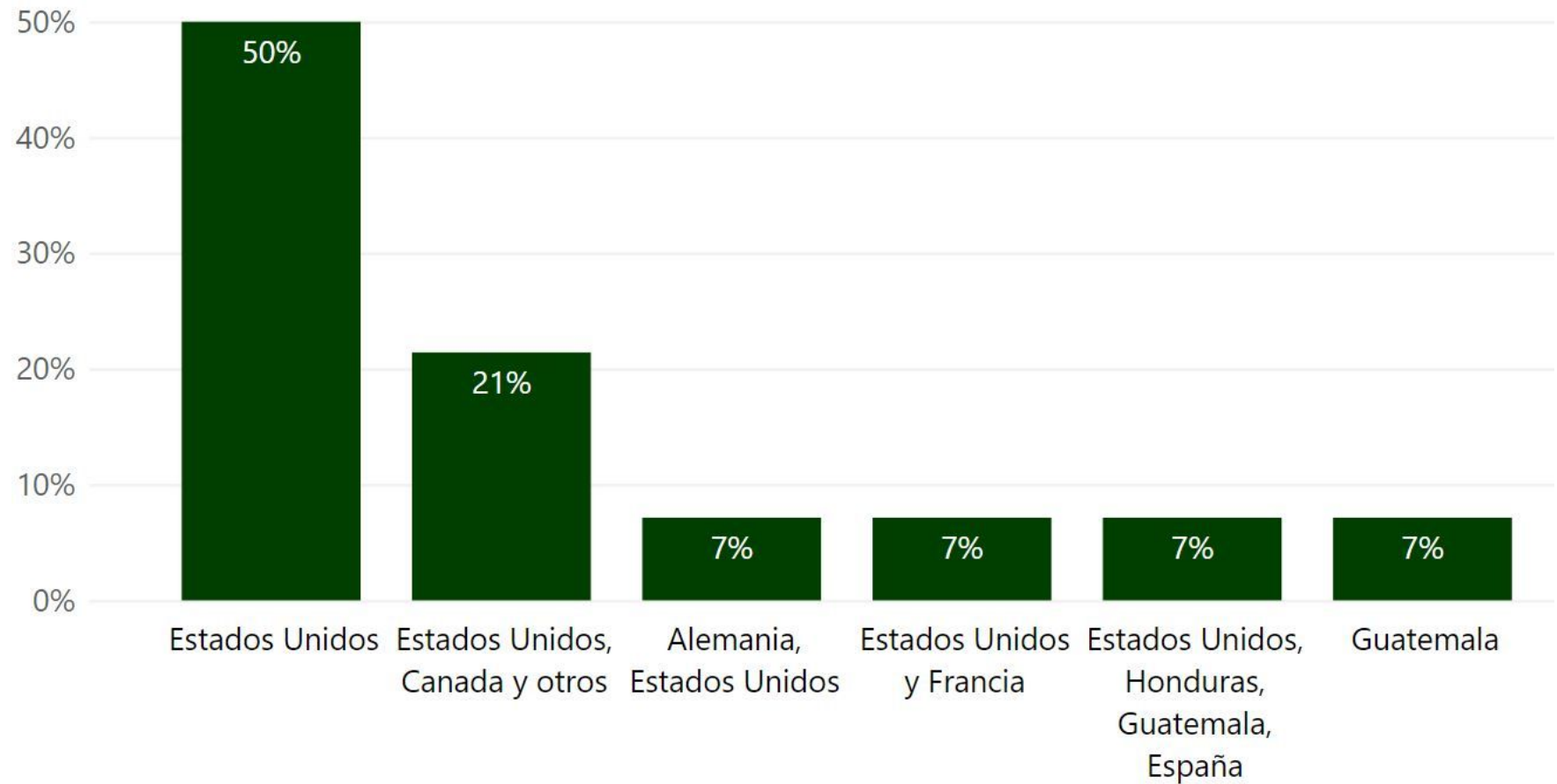


Porcentaje de ventas en el mercado extranjero



Porcentaje de ventas en el mercado extranjero

Principales destinos de exportaciones

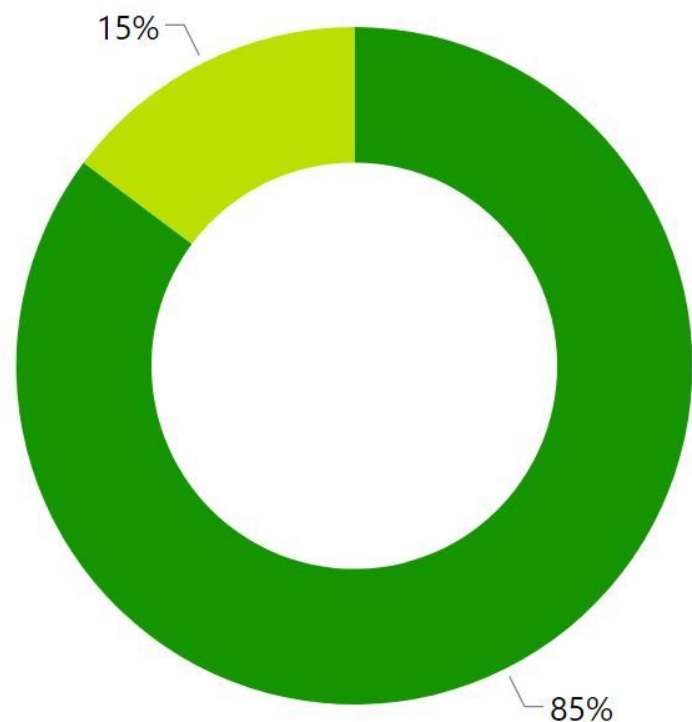




03. PRODUCCION Y VENTAS

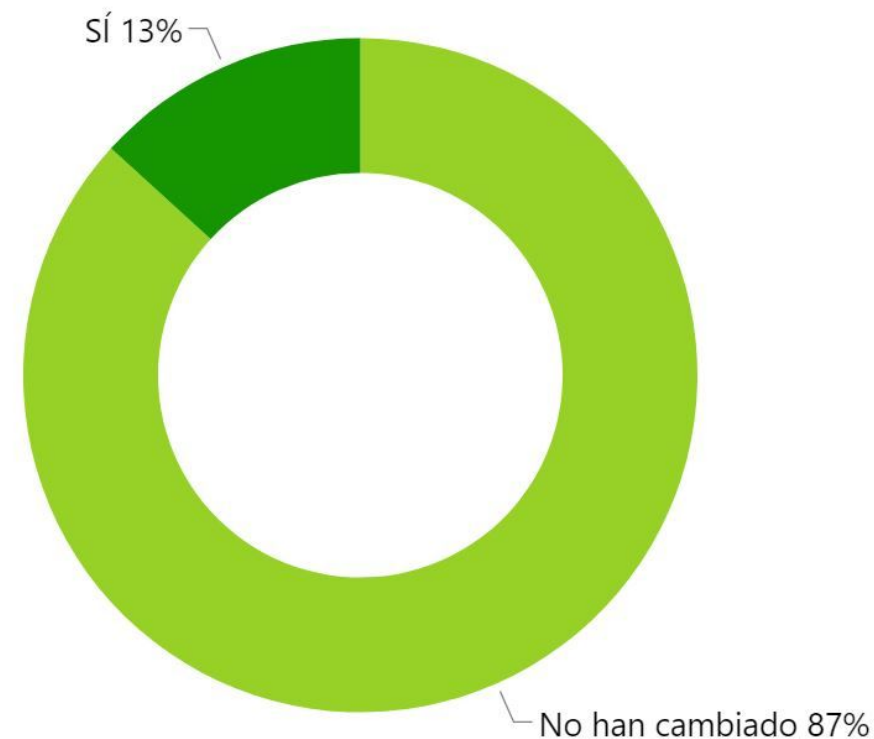


Porcentaje de empresas que han experimentado incrementos en los costos de operación

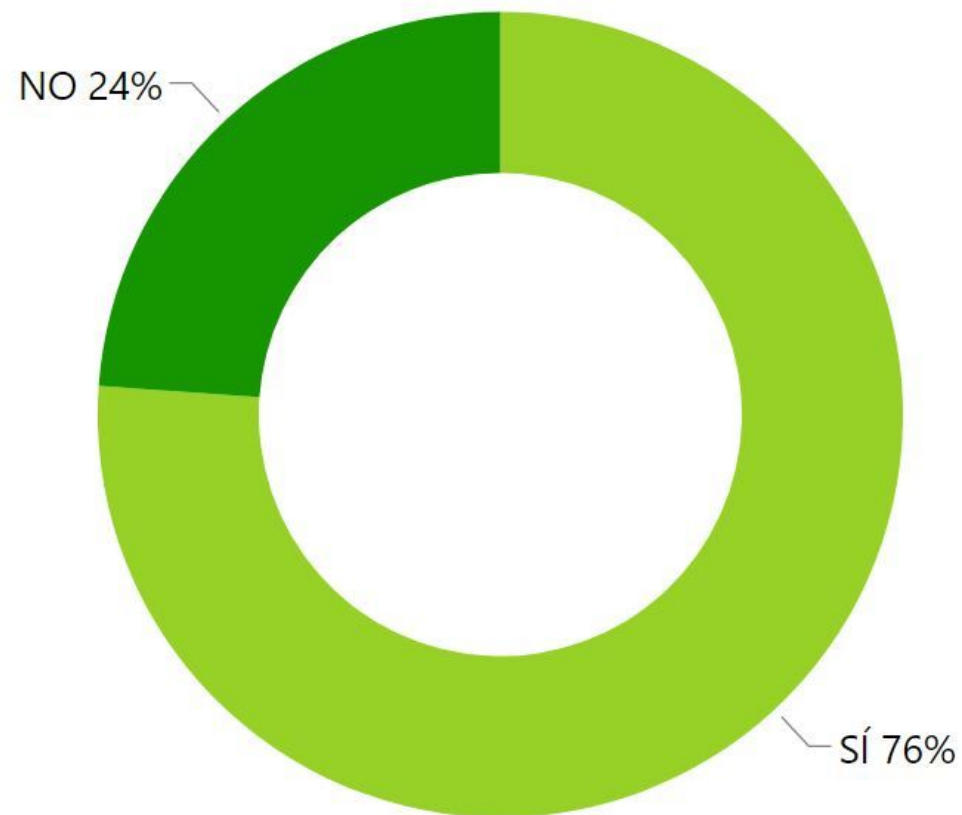


● SÍ
● NO

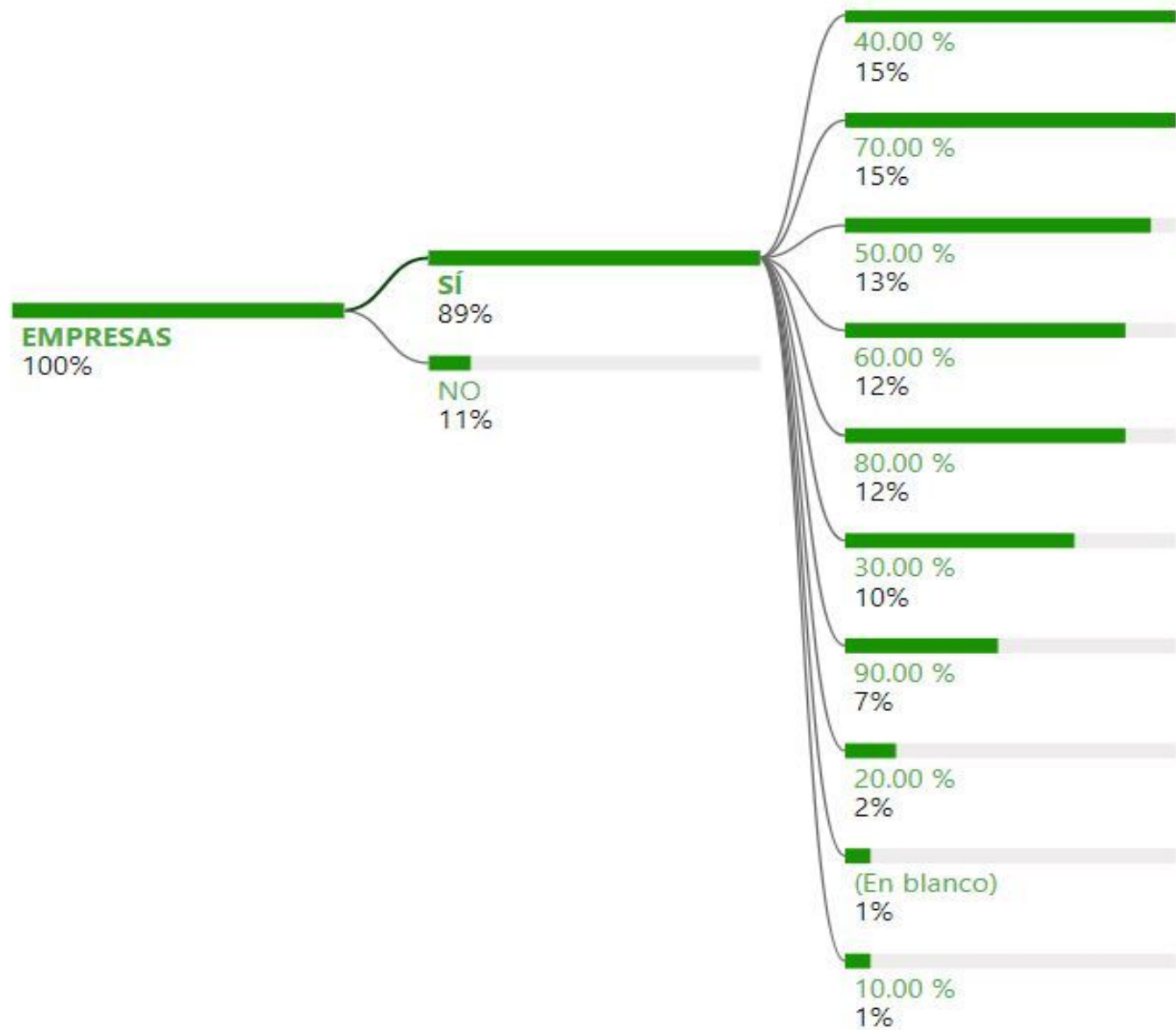
Porcentaje de empresas que han tenido que incrementar precios de sus productos



Porcentaje de empresas que consideraban que incurrirían en pérdidas en 2020

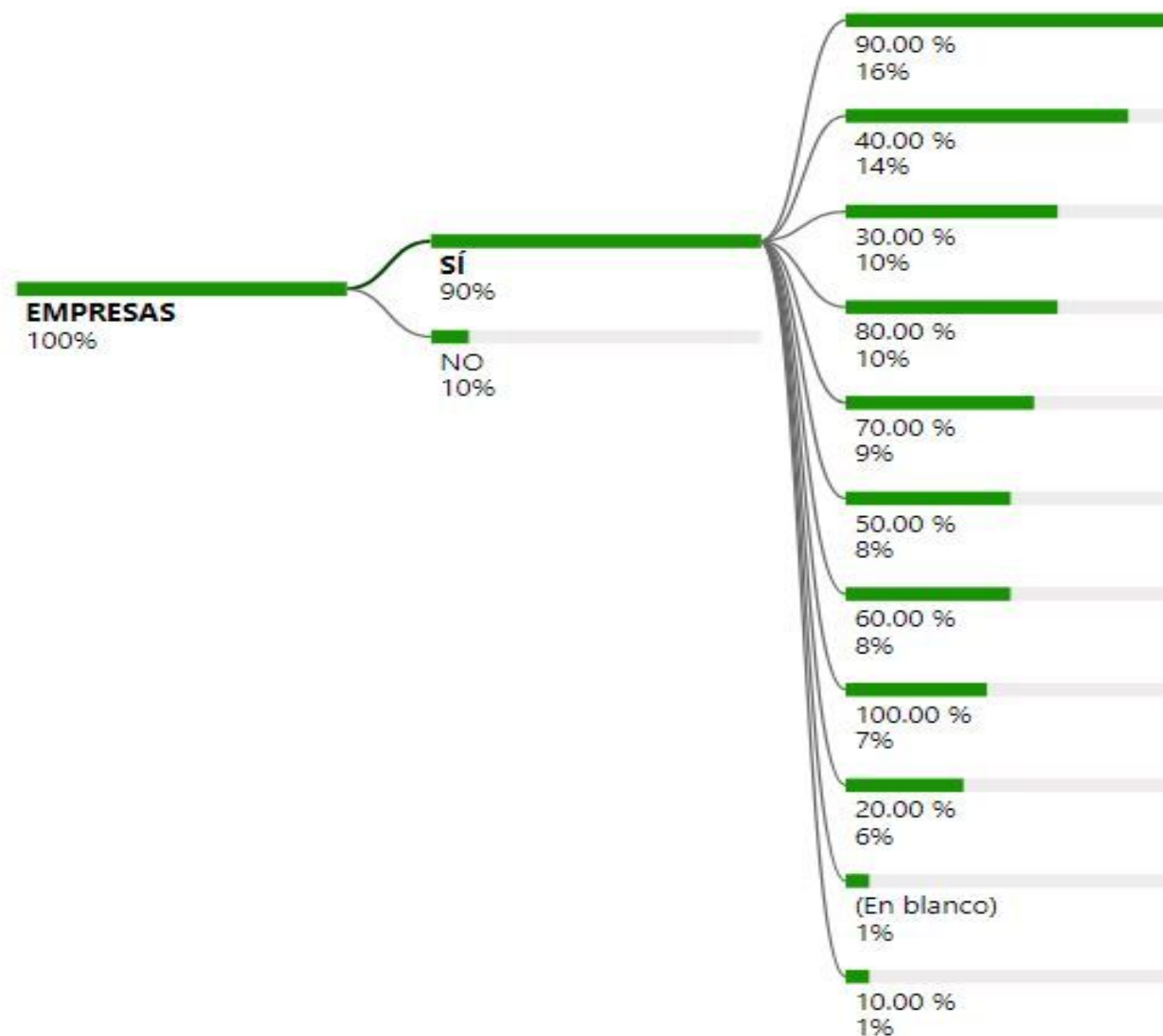


Porcentaje de empresas que han experimentado una disminución de ventas y nivel de reducción



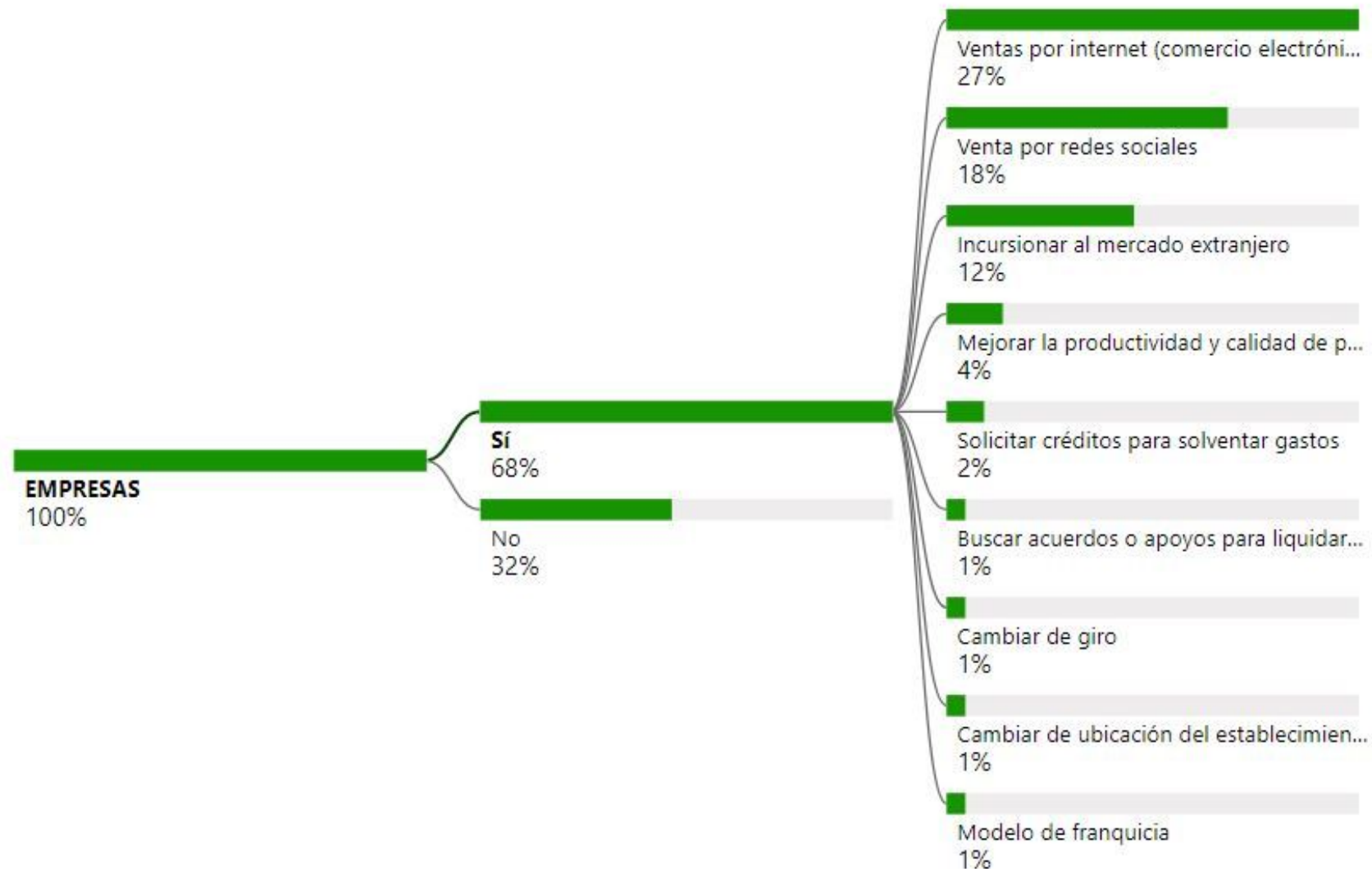
Verde, porcentaje de disminución; negro porcentaje de empresas

Porcentaje de empresas que han experimentado una disminución de beneficios y nivel de reducción

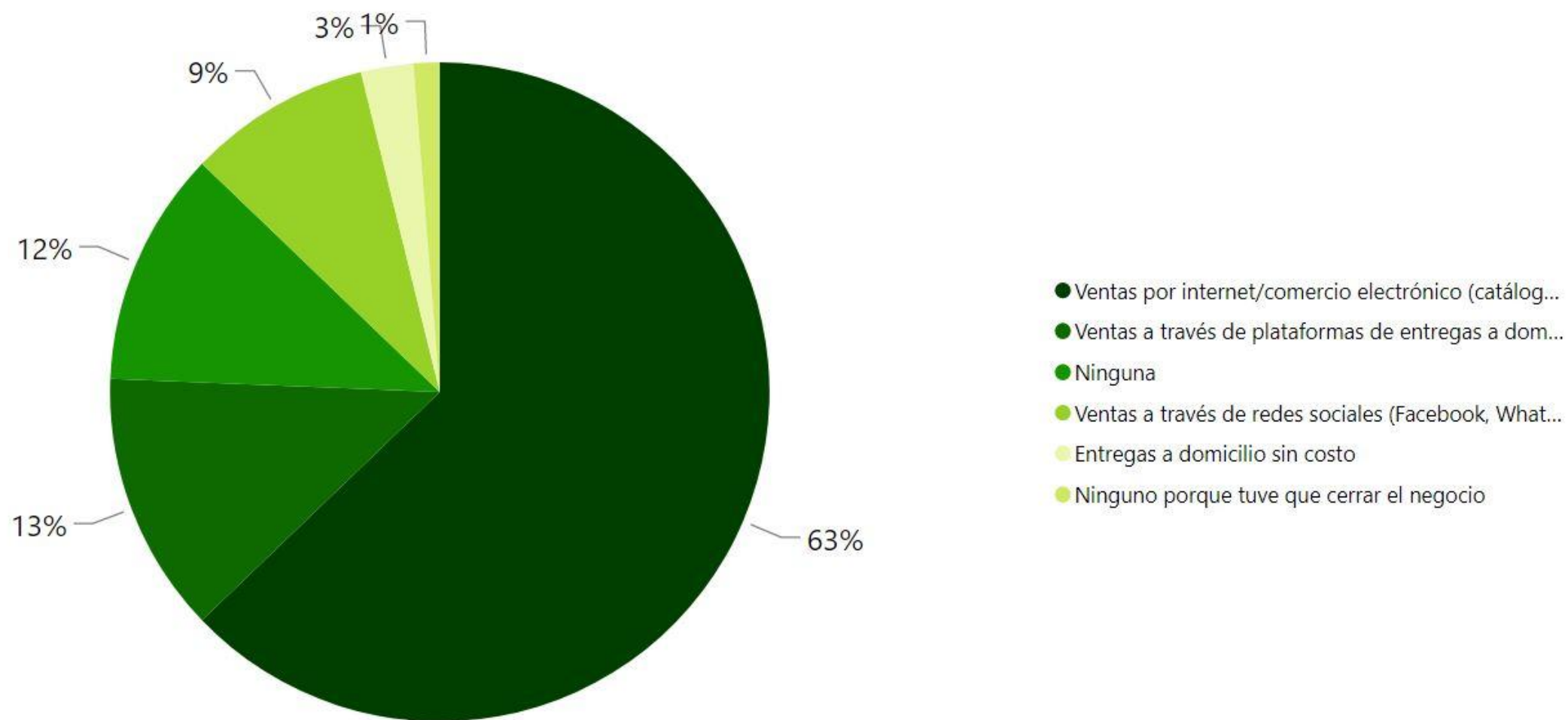




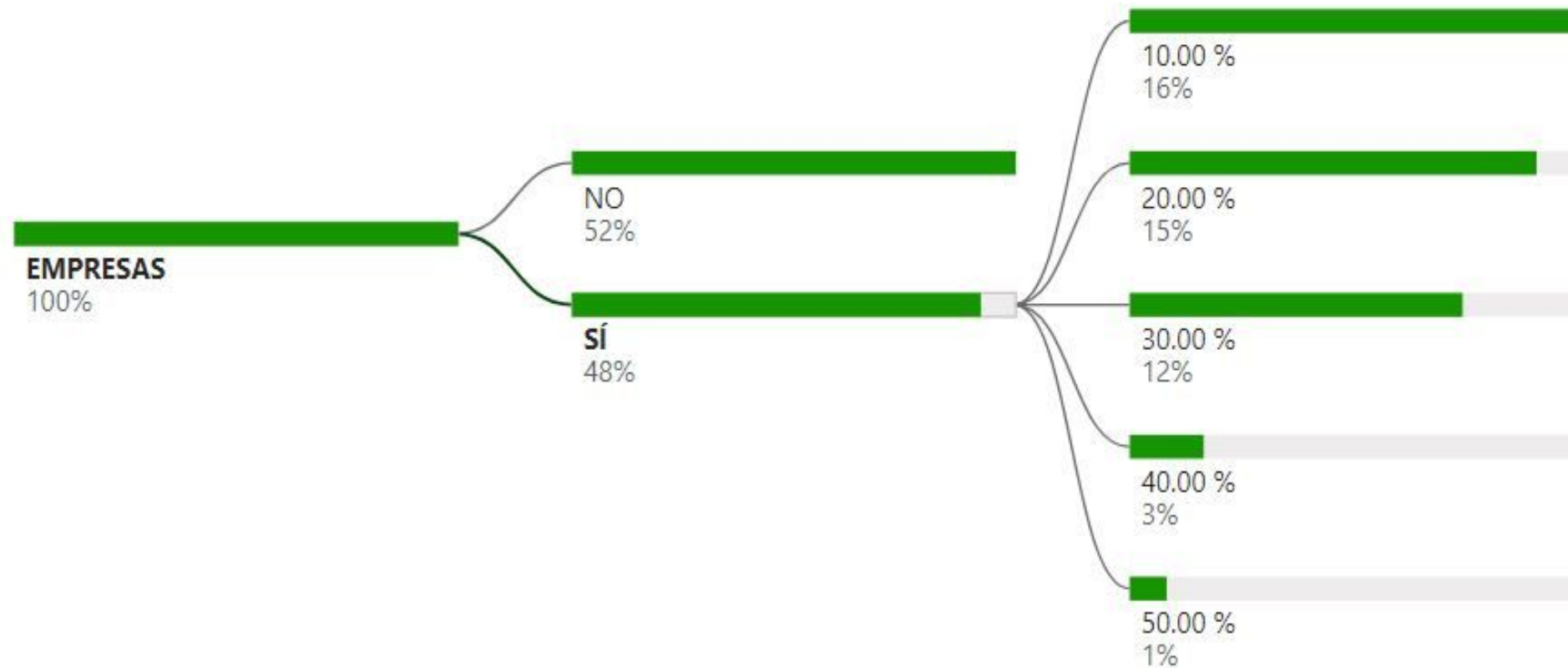
ESTRATEGIAS DE RECUPERACIÓN PARA 2021



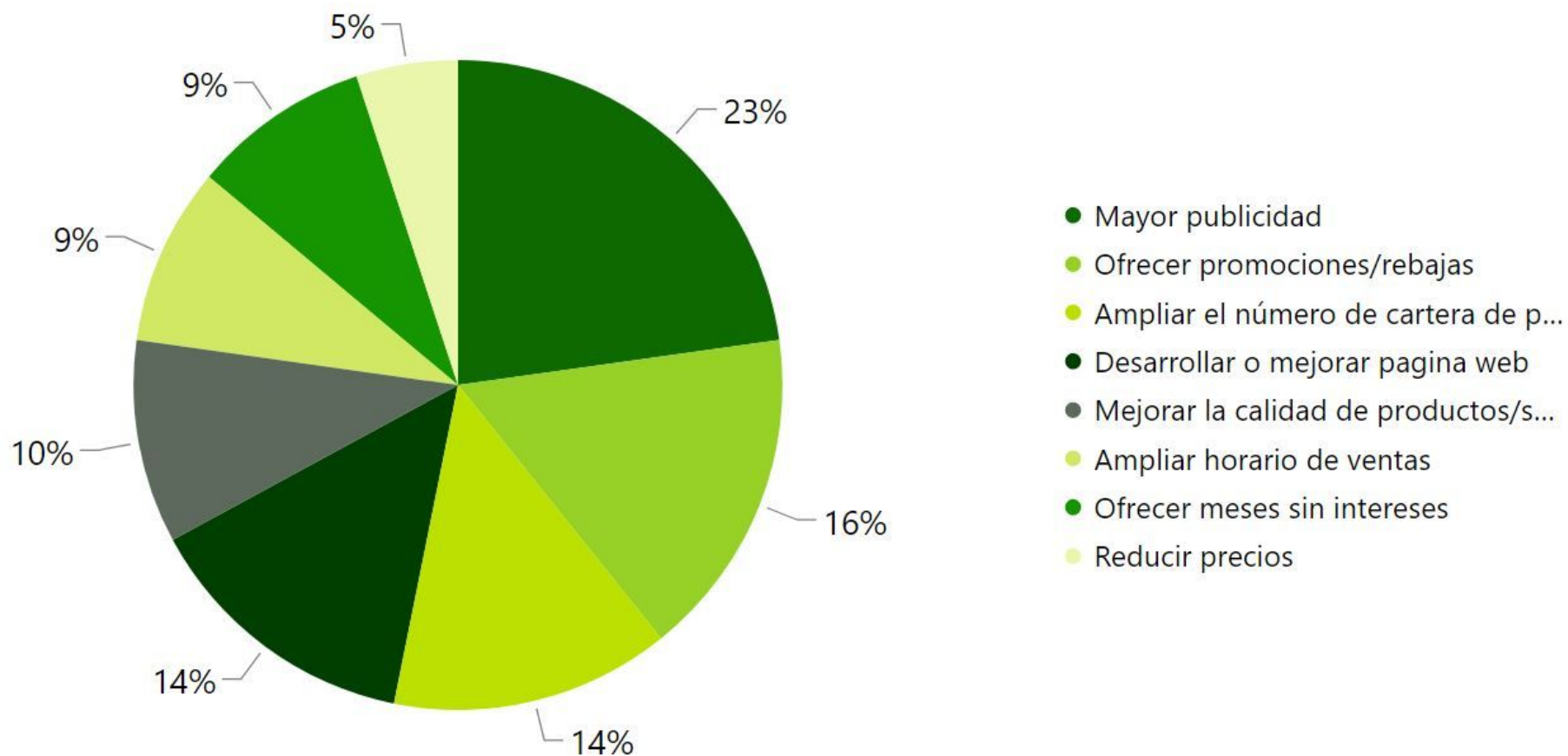
Porcentaje de empresa que considera que existen oportunidades para ingresar a nuevos mercados en el corto/mediano plazo y principales estrategias



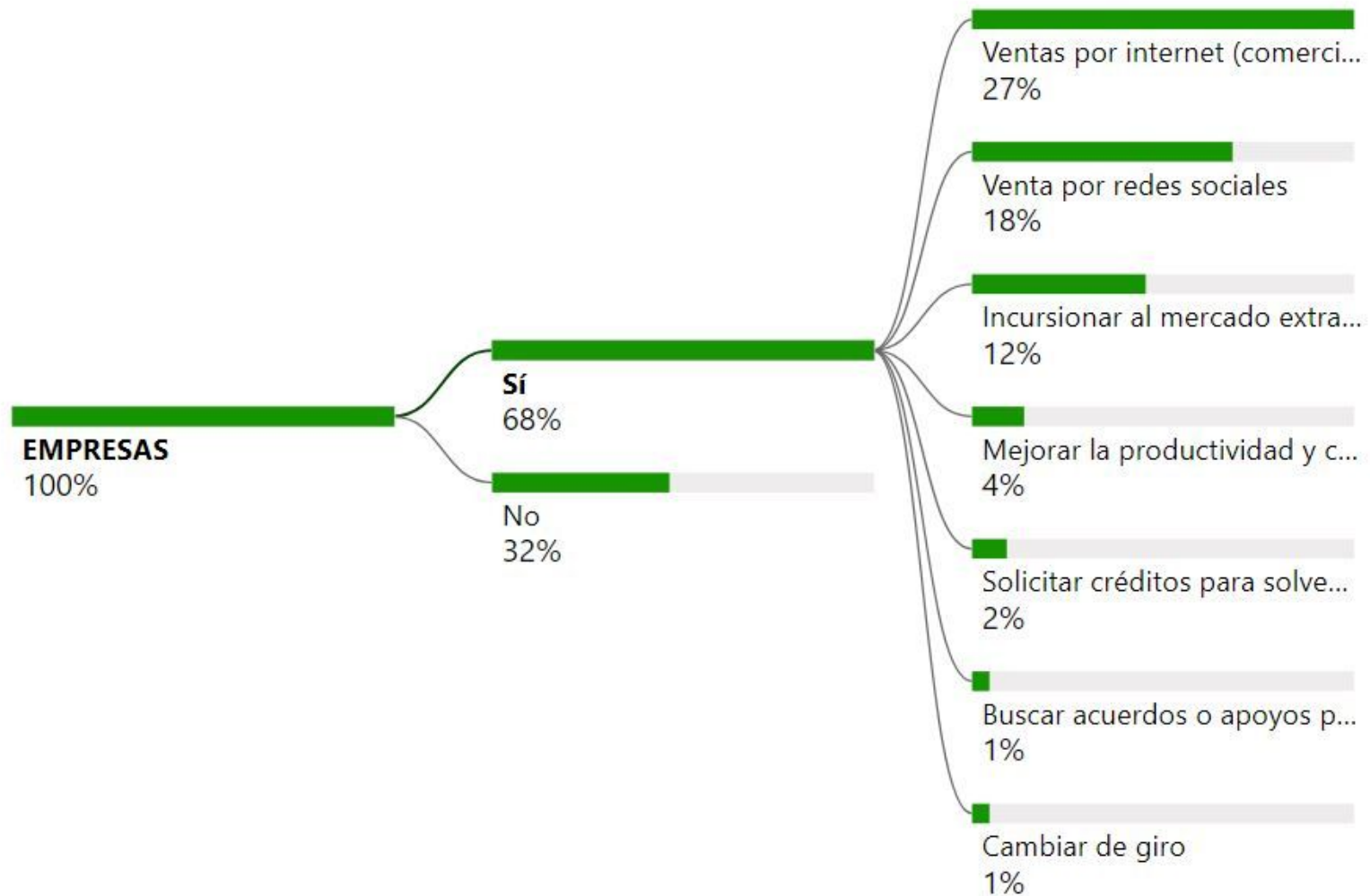
Principal plan o estrategia implementada para incrementar ventas



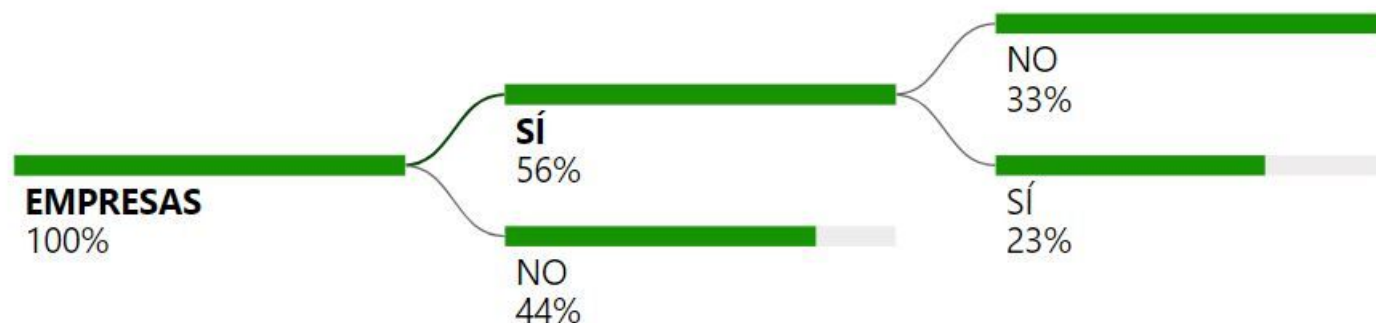
Resultados de la implementación de estrategias para aumentar ventas y porcentaje del incremento



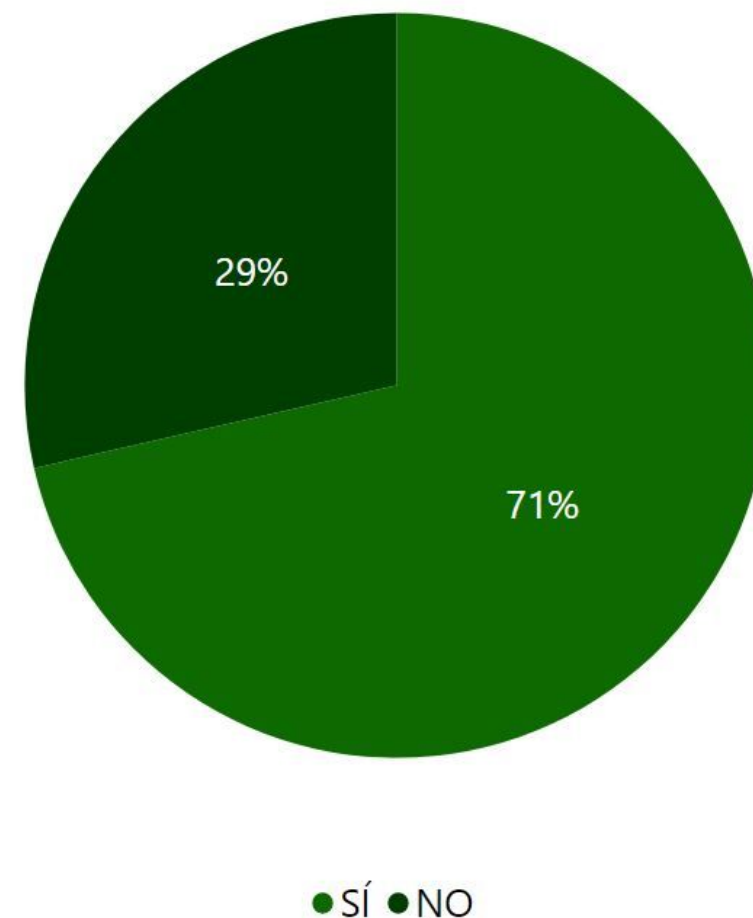
Principales planes para recuperar clientes



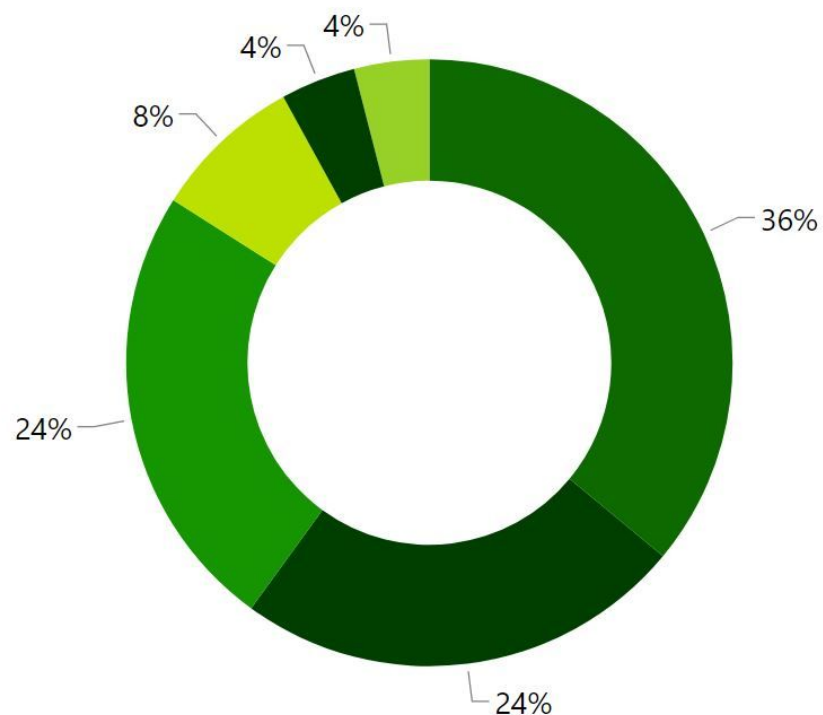
Oportunidades para ingresar a nuevos mercados y principales estrategias



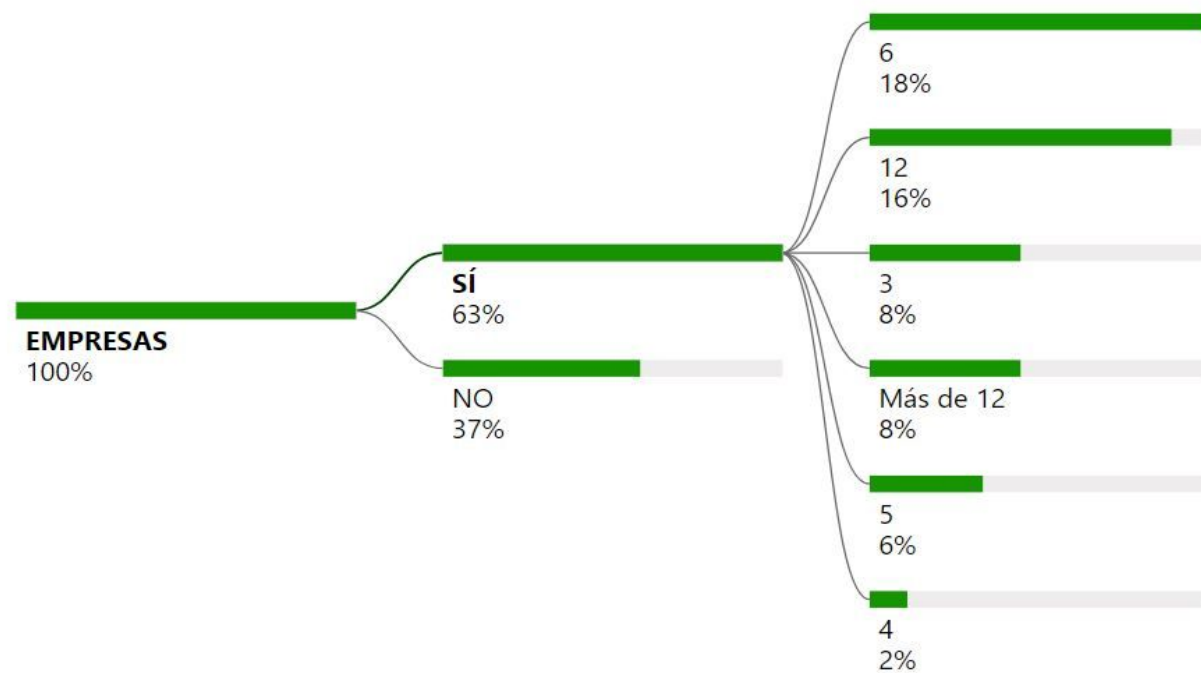
Empresas que tienen algún
crédito y porcentaje que
podrían pagarlo a tiempo



Porcentaje de empresas que
solicitará algún crédito adicional



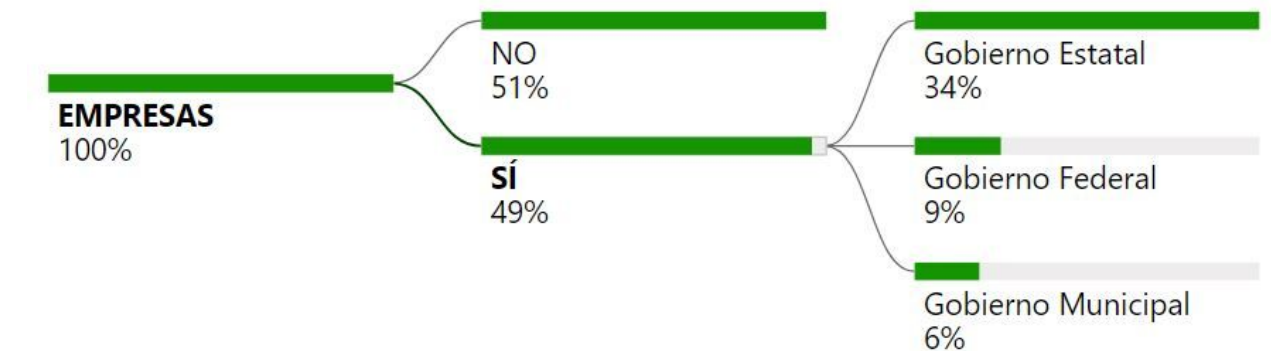
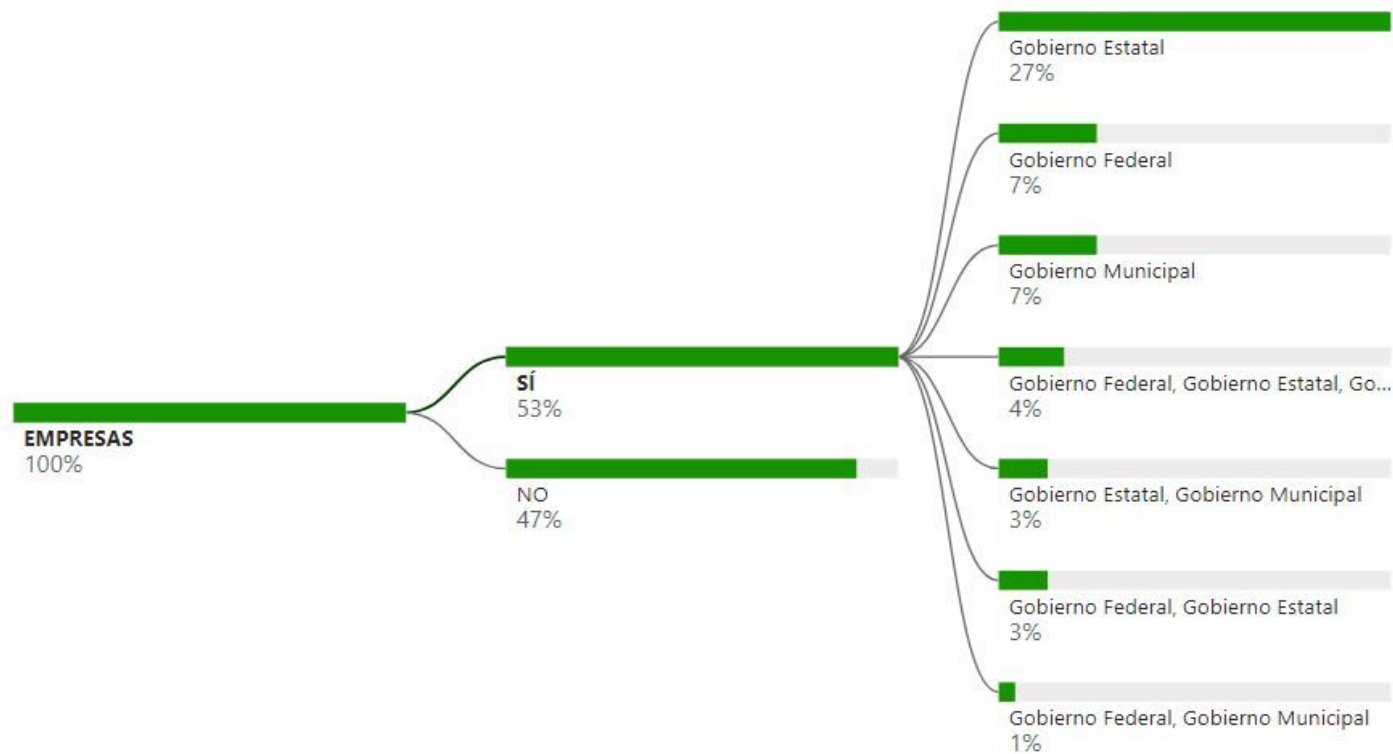
- 6
- 3
- 4
- Más de 12
- 12
- 9



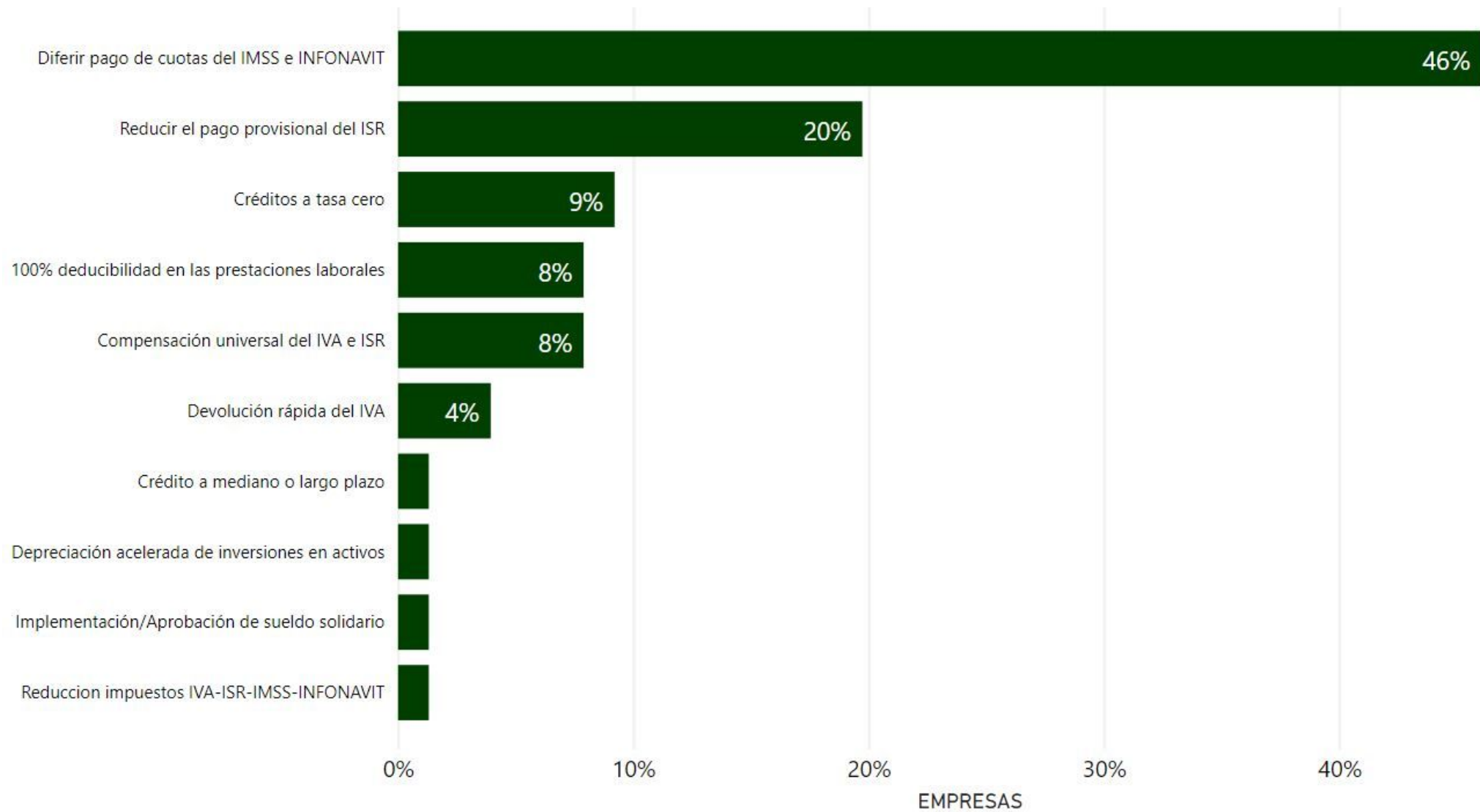
Empresas que han solicitado prórroga
y por cuanto tiempo

Empresas que solicitaran prórroga y
por cuanto tiempo

Empresas que han solicitado apoyo a alguna instancia gubernamental



Empresas que han sido beneficiadas con el apoyo



Tipo de acción gubernamental que consideran primordiales para su recuperación

Conclusiones

- La situación obliga a reestructurar y replantear los modelos de negocio, así como de la cadena de valor
- Se debe ponderar la crisis epidémica con respecto a las alteraciones en la oferta y la demanda, tanto hoy en día como a largo plazo
- Es importante mencionar que la mayoría de las empresas no se encuentran operando al 100% y a partir de la disminución de la demanda y producción los márgenes de utilidad se han tornan negativos
- La cadena productiva se ha visto afectada, tanto para proveedores como para productores de bienes finales
- Enfrentan aumentos de los precios de insumos nacionales y extranjeros, en respuesta a su escasez, lo que origina incrementos en los costos de producción e impactado en sus márgenes de utilidad
- Adicional, estas empresas tienen un mercado muy limitado: local, regional y nacional
- La implementación de nuevas estrategias o la incursión en nuevos mercados implica la ampliación de los participantes en la cadena de valor
- La disponibilidad de créditos y la inclusión financiera ayudan a la instrumentación de nuevas estrategias y a mejorar el desempeño de la cadena de valor
- Se requiere mejorar el diseño de las políticas gubernamentales para apoyar a las empresas y sus encadenamientos productivos