



AFECTACIONES A EMPRESAS DEL SECTOR JOYERÍA DE JALISCO POR LA CRISIS GENERADA POR EL COVID-19

Elaborado por:

Dra. Angélica Basulto Castillo

Mtro. Javier Medina Ortega

Asistentes de investigación:

Lic. Álvaro Emiliano Nucamendi Salgado

Arq. Claudia Cristina Medina B.

Arq. Claudio Antonio Romo Gallardo

18 de agosto de 2020

Elaborado por:

Dra. Angélica Basulto Castillo

Profesora-Investigadora del Departamento de Estudios Regionales INESER. SNI Nivel I

abasulto@cucea.udg.mx

Mtro. Javier Medina Ortega

Profesor-Investigador del Departamento de Estudios Regionales INESER

jmedina@cucea.udg.mx

Asistentes de investigación:

Lic. Álvaro Emiliano Nucamendi Salgado

alnucamendi@gmail.com

Arq. Claudia Cristina Medina B.

cristy.mdn@gmail.com

Arq. Claudio Antonio Romo Gallardo

cargo_89@hotmail.com

Palabras clave: Empresas, sector joyería, Jalisco, crisis, COVID-19.

Contenido:

- Perfil de la empresa.
- Cadena productiva.
- Situación que enfrentan las empresas ante la crisis ocasionada por el COVID-19
- Producción y ventas.
- Empleo y salarios.
- Situación financiera.
- Planes y reestructuración.
- Apoyo del gobierno.
- Propuestas sobre condiciones fiscales necesarias para hacer frente a la crisis provocada por el COVID-19.

Citar cómo:

Basulto, A., Medina, J., Nucamendi, A. E., Medina, C. C., Romo, C. A. (2020, 18 de agosto). *Afectaciones a empresas del sector joyería de Jalisco por la crisis generada por el COVID-19*. Análisis de los efectos económicos del COVID-19 en los sectores muebleros, modas y restaurantes en el estado de Jalisco. Plataforma Economía de Jalisco COVID-19. CUCEA-Universidad de Guadalajara. <http://economiajaliscocovid19.cucea.udg.mx/app/analisis-regional/analisis-efectos/sector-modas>



El presente documento se sustenta en los resultados de la encuesta “Diagnóstico de las afectaciones económicas a las unidades económicas de Jalisco por el Coronavirus”, aplicada por Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (IIEG). La encuesta fue aplicada del 6 al 13 de abril de 2020. El total de empresas que respondieron la encuesta diseñada por el IIEG fueron 1,992, de las cuales 10 (0.5%) corresponden al sector de la joyería.

A partir de los resultados de la encuesta se diseñó una matriz de análisis, donde se definieron nueve dimensiones temáticas: perfil de la empresa, cadena productiva, situación que enfrentan las empresas ante la crisis ocasionada por el COVID-19, producción y ventas, empleo, salarios, situación financiera, planes de reestructuración y nuevas oportunidades en el mercado y, por último, percepciones sobre condiciones de orden fiscal necesarias para enfrentar y salir de la crisis provocada por el COVID-19. Cada una de las dimensiones está integrada por un conjunto de variables relacionadas entre sí. El desarrollo del presente documento se realiza con base en los resultados ordenados de la encuesta y organizados a partir de dichas dimensiones de análisis.

A continuación, se presenta el análisis de las afectaciones a empresas del sector de la joyería de Jalisco a partir de las evidencias recogidas en la encuesta mencionada.



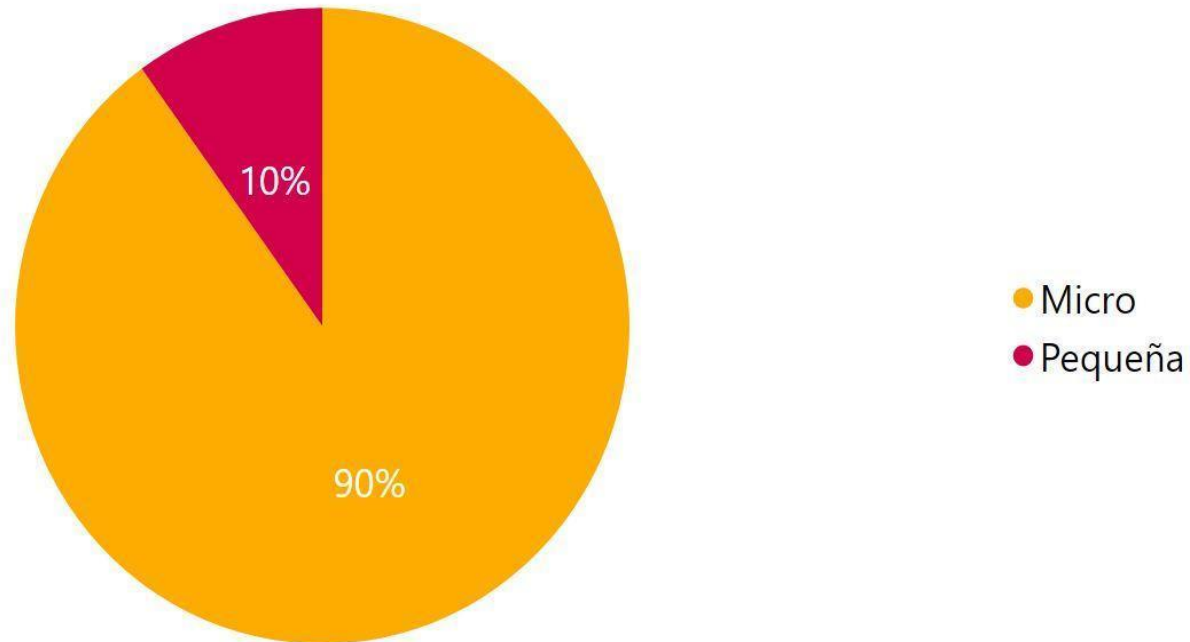
DIMENSIONES DE ANÁLISIS

01.

PERFIL DE LA EMPRESA

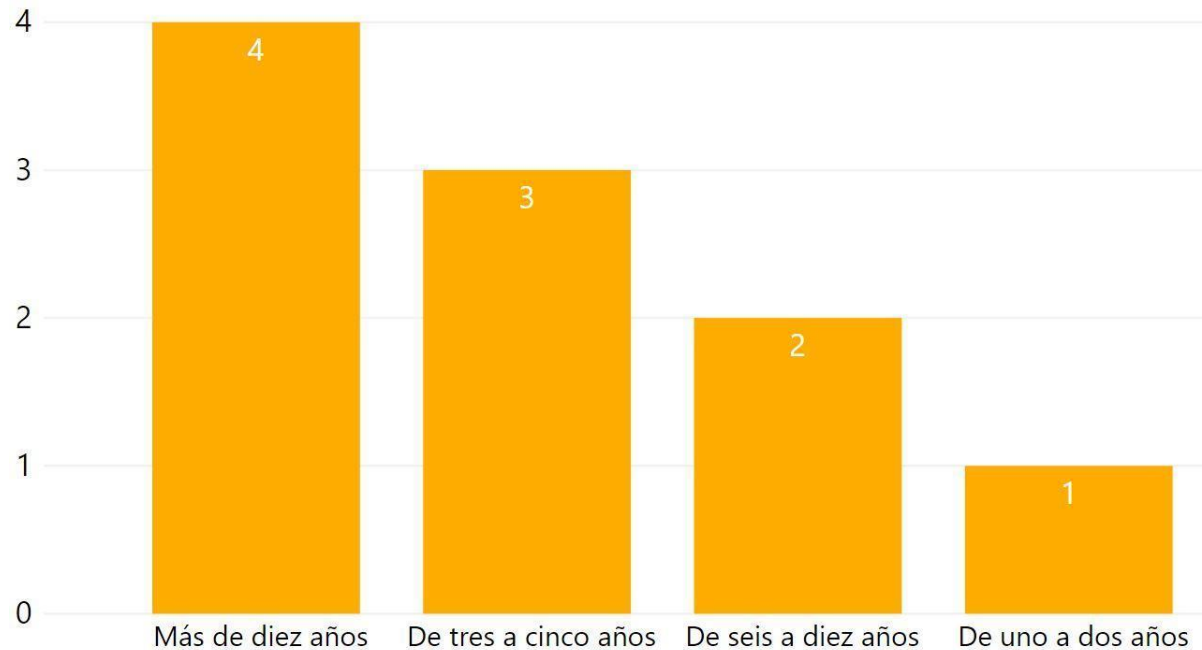
La encuesta fue aplicada a empresas del sector joyería de diferente tamaño –de acuerdo con la clasificación del Sistema de Información Empresarial (SIEM)–; de ellas el 90% fueron micro (de 1 a 10 empleados) y 10% pequeñas (de 11 a 50 empleados). Solamente 10 empresas del sector joyero respondieron la encuesta, todas ellas dedicadas a la comercialización.

Tamaño de las empresas que participaron en la encuesta



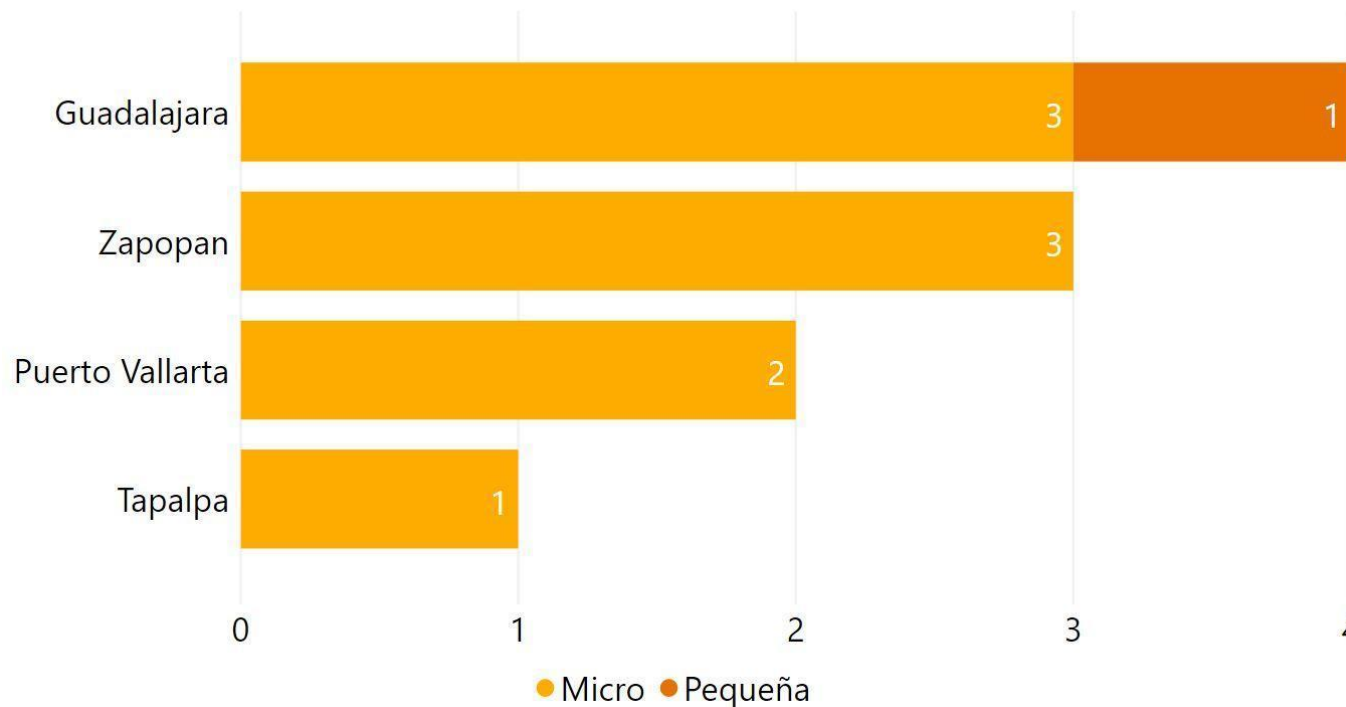
En lo relativo a la antigüedad de las empresas que dieron respuesta a la encuesta, en la gráfica siguiente se puede observar que la mayor proporción (40%) cuentan con más de diez años operando en el mercado. El 30% se ubican en el rango de tres a cinco años, el 20% en la categoría de seis a diez años y el 10% son empresas jóvenes que tienen operando entre uno y dos años. Cabe destacar que las empresas que cuentan con mayor antigüedad se ubican en los municipios de Guadalajara y Zapopan, que se caracterizan por ser importantes centros comerciales.

Antigüedad de las empresas que participaron en la encuesta



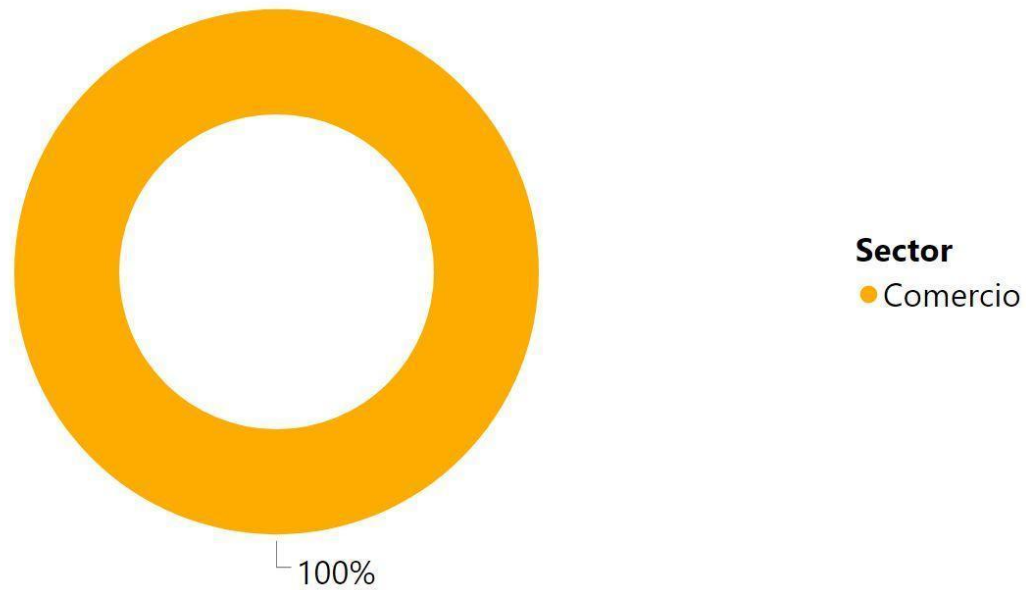
Con respecto al tamaño de las empresas que participaron en la encuesta según municipio, destaca que la mayoría son micro y pequeñas empresas que se ubican en Guadalajara. El sector de la joyería se distingue por una baja participación de empresas en la encuesta (10), que se ubican en únicamente cuatro municipios (Guadalajara, Zapopan, Puerto Vallarta y Tapalpa). En lo relativo al tamaño de las empresas y su ubicación geográfica, se logró identificar que en Guadalajara se localizan 3 micro empresas y una pequeña y en Zapopan 3 micro empresas. El resto de las empresas se encuentran en Puerto Vallarta y Tapalpa, que destacan por ser municipios turísticos.

Tamaño de las empresas que participaron en la encuesta, según municipio



De las 10 empresas encuestadas del sector joyero, el 100% se orientan a la comercialización de joyería y relojería.

Tamaño de actividad de las empresas que participaron en la encuesta



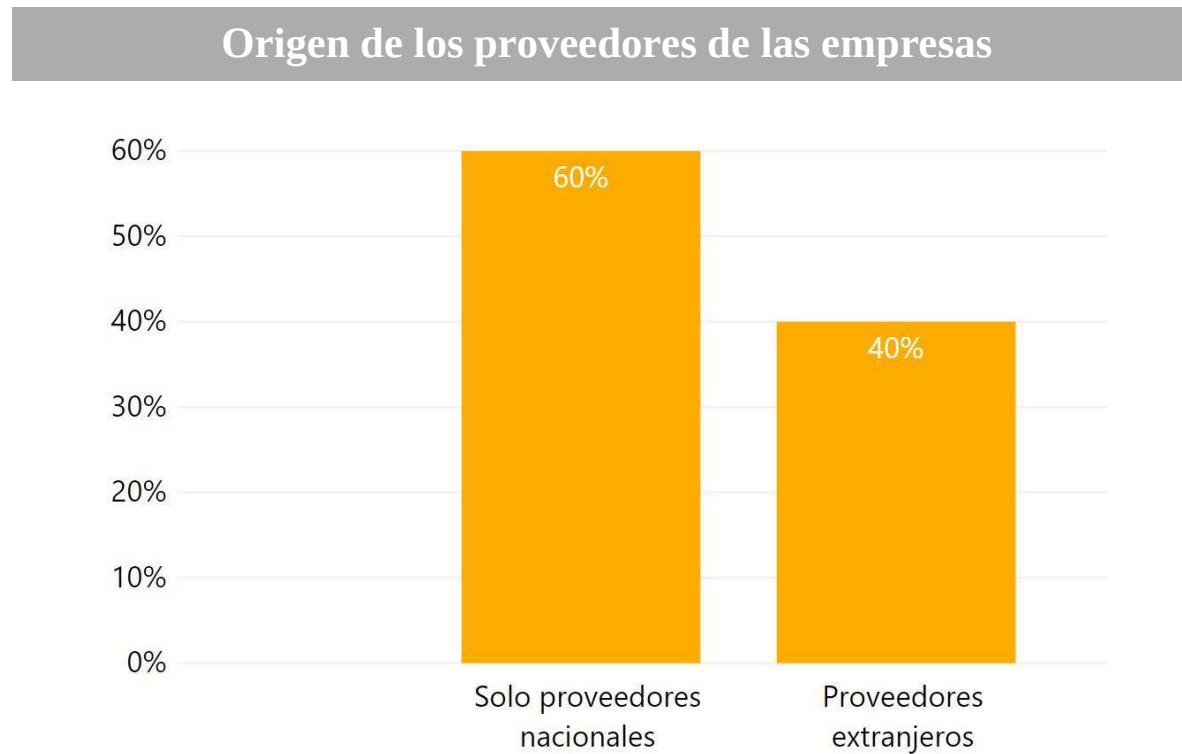


02.

CADENA PRODUCTIVA

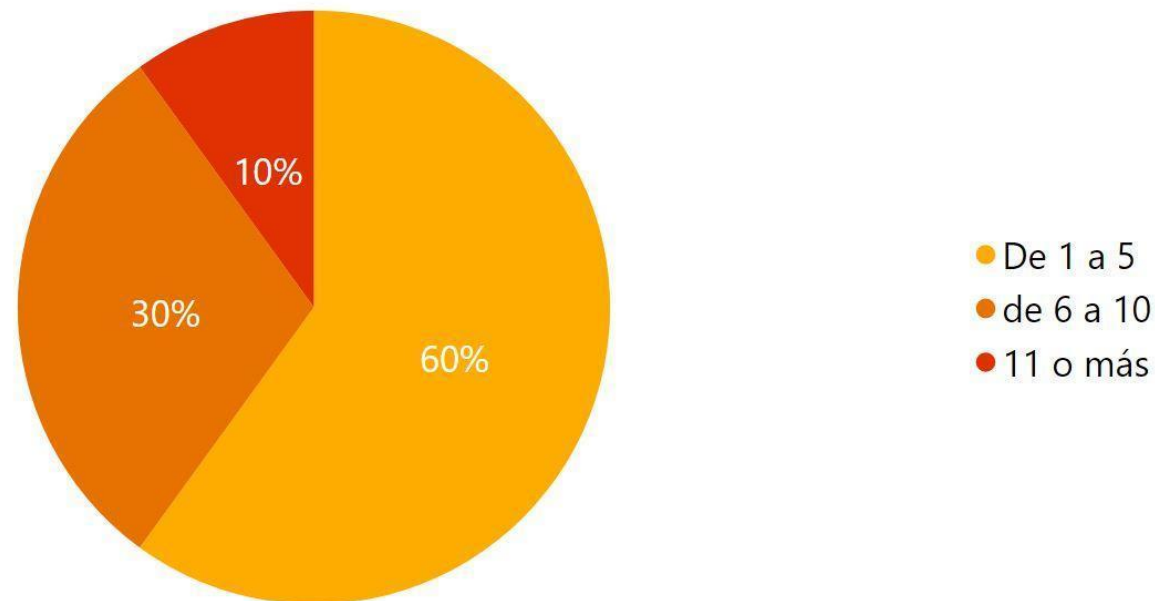
Las variables que integran esta dimensión de análisis (seleccionadas a partir de la base de datos de la IIEG) son: tipo de proveedores, costos de operación, así como disponibilidad y costo de insumos. Estas variables permiten evaluar el grado de afectación de la cadena productiva del sector de la joyería en la primera etapa de la crisis originada por el COVID-19 (datos proporcionados en abril 2020).

En lo concerniente a la variable relacionada con los tipos de proveedores, el 60% de las empresas encuestadas del sector de la joyería manifestaron que sus insumos son únicamente de origen nacional, mientras que el 40% restante indicaron que sus insumos son suministrados por proveedores tanto de origen nacional como extranjero.



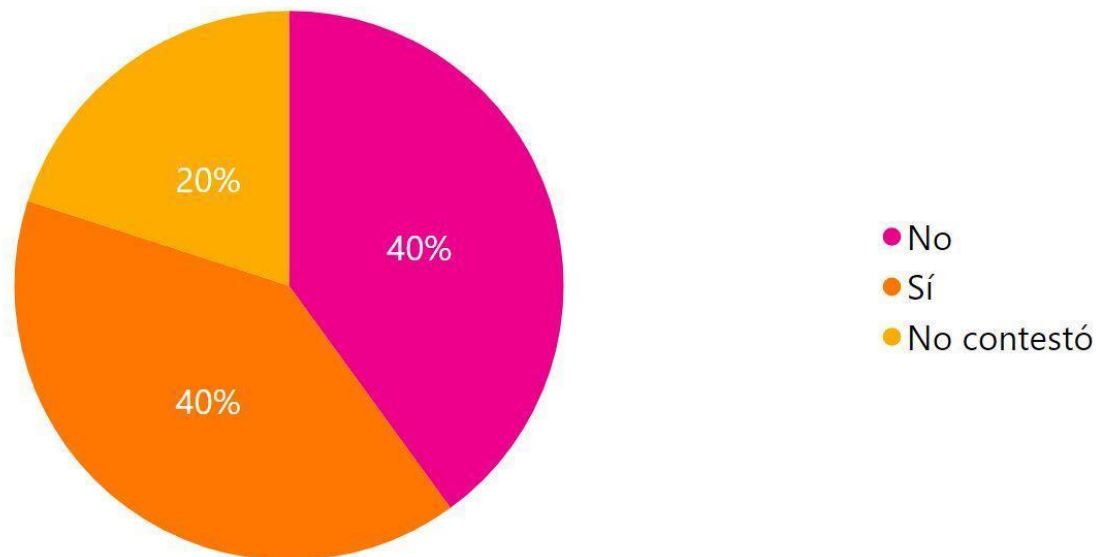
En cuanto a la cantidad de proveedores de las empresas del sector, fue posible identificar que el 60% mantiene relaciones comerciales con entre una y 5 empresas que suministran insumos diversos, el 30% con entre 6 y 10, el 10% con más de 11 proveedores.

Numero de proveedores de las empresas del sector joyero



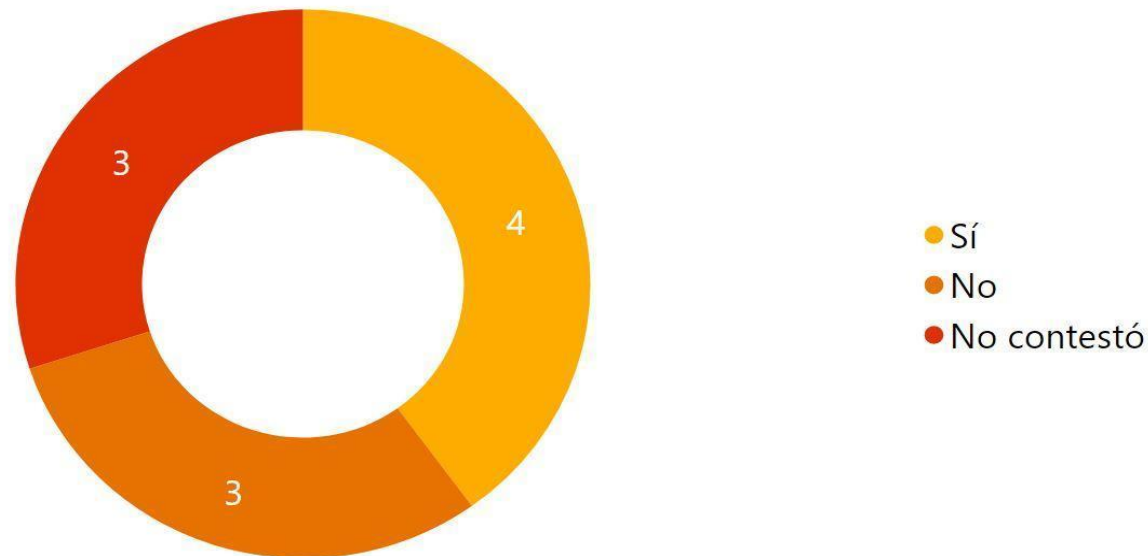
En relación a la segunda variable, relativa a los costos de operación, el 40% de las empresas indicaron que dichos costos se habían incrementado como respuesta al aumento de los costos de los insumos. En contraste, también el 40% de las empresas reportaron no haber observado un incremento en los costos de operación durante la primera etapa de la crisis epidémica. Lo anterior, permite deducir que este sector ha sido afectado por el incremento en los precios de insumos, pues prácticamente casi la mitad de los negocios que respondieron a este cuestionamiento han tenido que hacer frente a mayores costos de operación.

Porcentaje de las empresas que han observado aumento en los costos de operación



La cadena productiva también es susceptible al suministro de insumos, por lo que la falta de ellos implica una parálisis de ciertas actividades que puede afectar gravemente al sector. La tercera variable de la dimensión cadena productiva concierne a la disponibilidad de insumos. Al respecto, 40% de las empresas afirmaron haber experimentado escasez de insumos durante el período en que se aplicó la encuesta. Mientras que el 30% de las empresas manifestaron lo contrario. Esto muestra que comienza a advertirse un problema de abastecimiento en la cadena productiva del sector, que invariablemente implica el incremento en los costos de operación de los negocios y, por ende, de los precios de productos, generando afectaciones sobre las ventas de continuar la situación epidémica.

Número de empresas que han observado escasez de insumos



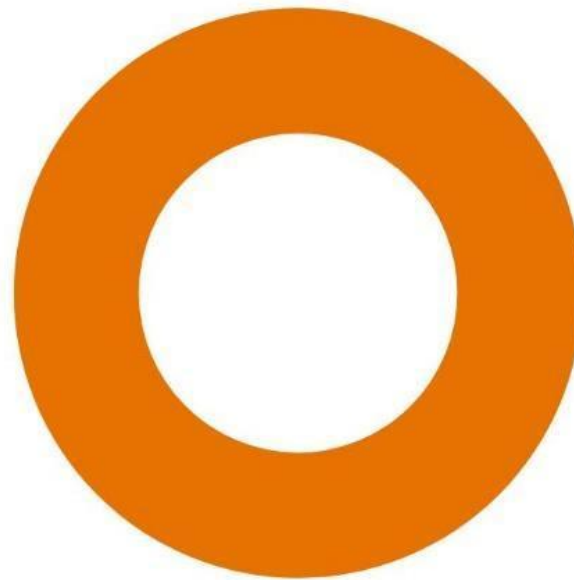
03.

Situación que enfrentan las empresas ante la crisis ocasionada por el COVID-19

La presente dimensión de análisis tiene como propósito examinar un grupo de variables que permiten identificar la situación que enfrentaban las empresas del sector joyero en abril del 2020, ante la crisis ocasionada por el COVID-19. Las variables que integran la dimensión y que se examinan a continuación son: situación en que se encuentra operando el negocio, planes de cierre definitivo y la influencia del tipo de cambio en sus costos de operación.

Ante la situación de emergencia provocada por el COVID, la política de salud estableció el cierre de actividades no esenciales. Esta política afectó duramente a este sector, ya que se trata de negocios considerados no esenciales, provocando que el 100% de las empresas se vieran forzadas u optaron por cerrar temporalmente, sin ninguna que pudiera operar por lo menos bajo condiciones especiales que les permita obtener algún tipo de ingreso.

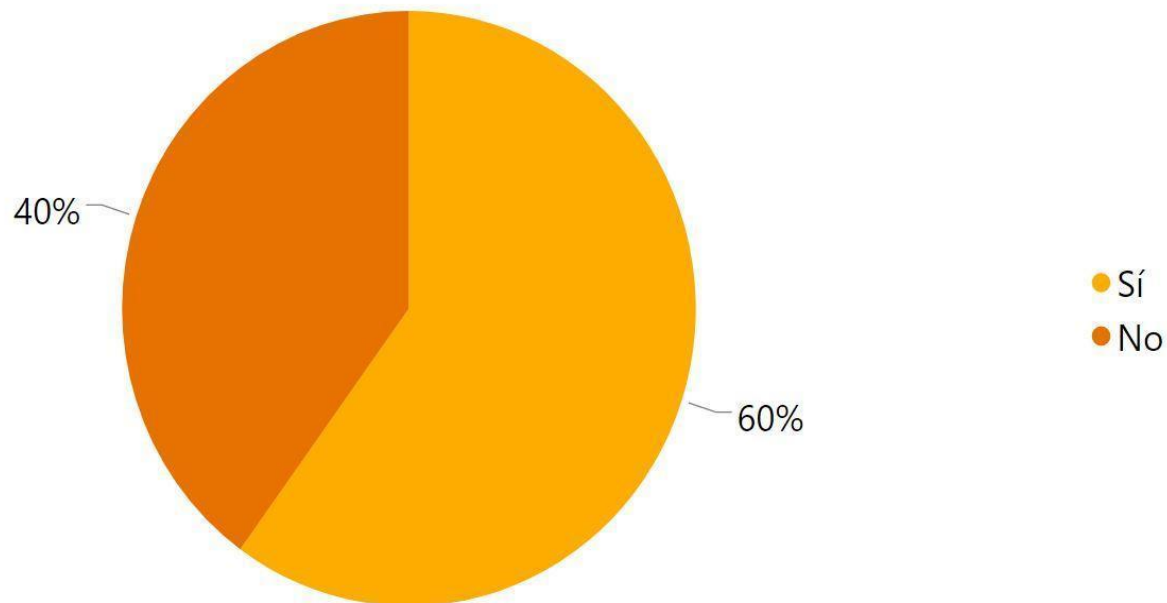
Situación en que se encuentra operando el negocio



Cierre temporal 100%

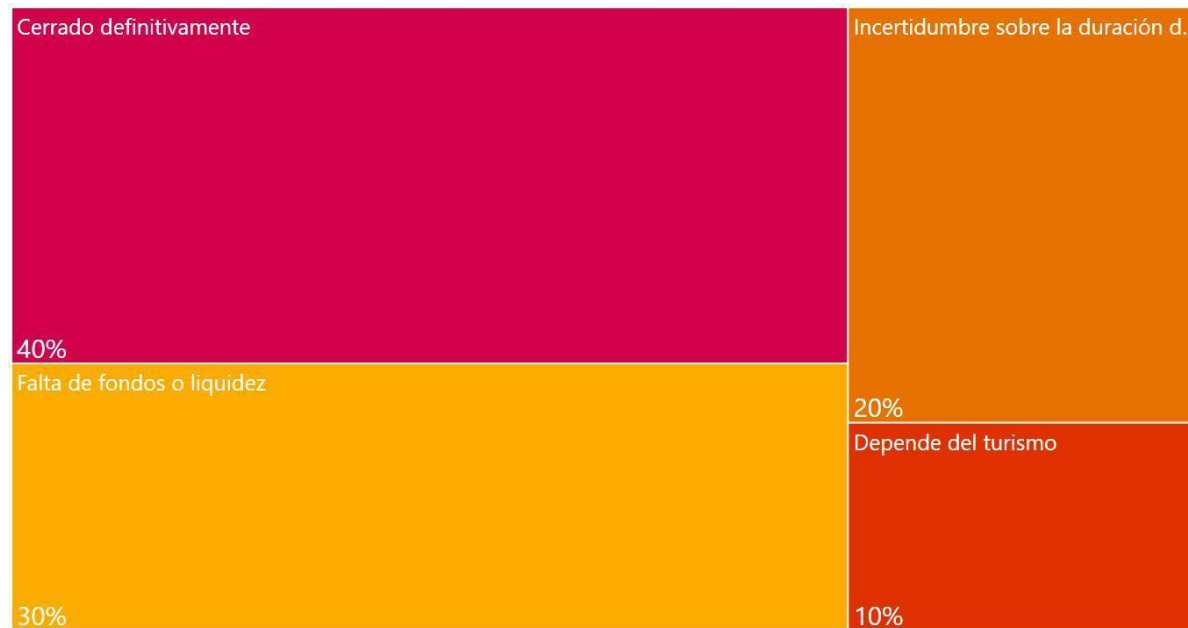
En relación al cuestionamiento sobre los planes de cierre definitivo del negocio, fue posible identificar que el 40% de las empresas tienen una visión optimista de con respecto al futuro, pues no tienen planes de suspensión de actividades. En cambio, el restante 60% tenía planes de cierre definitivo del negocio, ante un panorama económico poco alentador.

Porcentaje de empresas que tienen planes de cierre definitivo del negocio



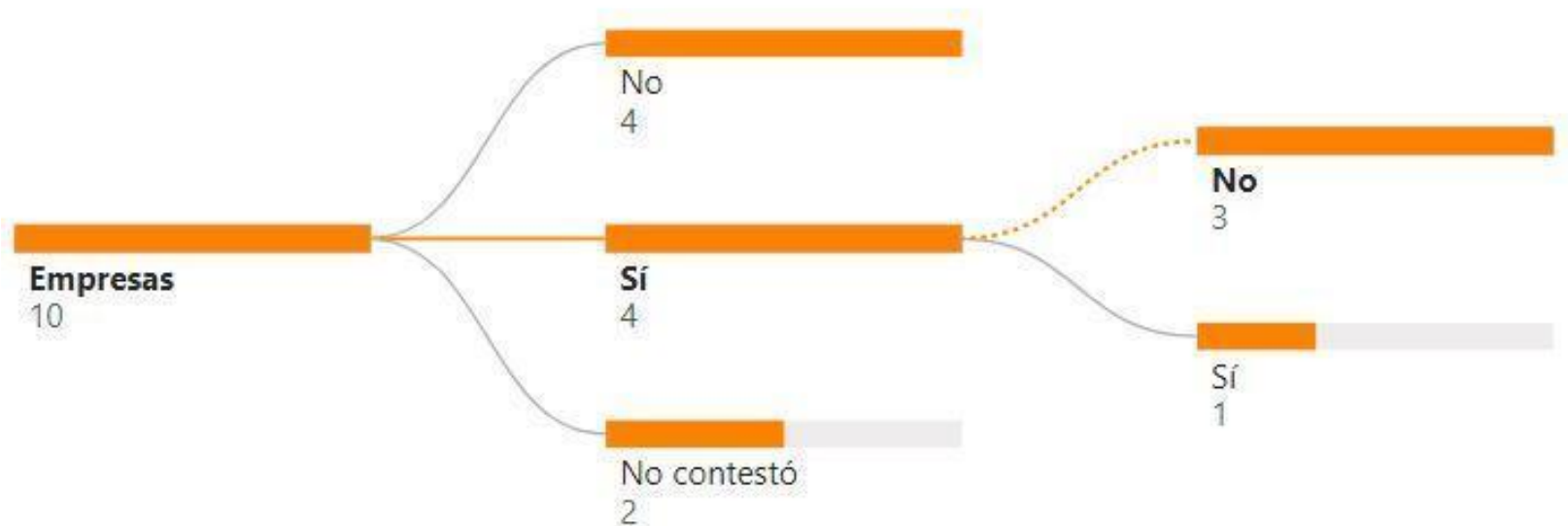
Ahora bien, al considerar solo el grupo de empresas que tenía planes de cerrar definitivamente el negocio, fue posible identificar que dentro de las razones de mayor peso que influyen en esta decisión se encontraban: la falta de fondos o liquidez (30%), incertidumbre sobre la duración de crisis epidémica (20%) y porque depende del turismo (10%). También fue posible distinguir que para el 40% de las empresas este cuestionamiento no aplicaba, debido a que habían cerrado definitivamente.

Razones por las cuales han considerado cerrar definitivamente el negocio



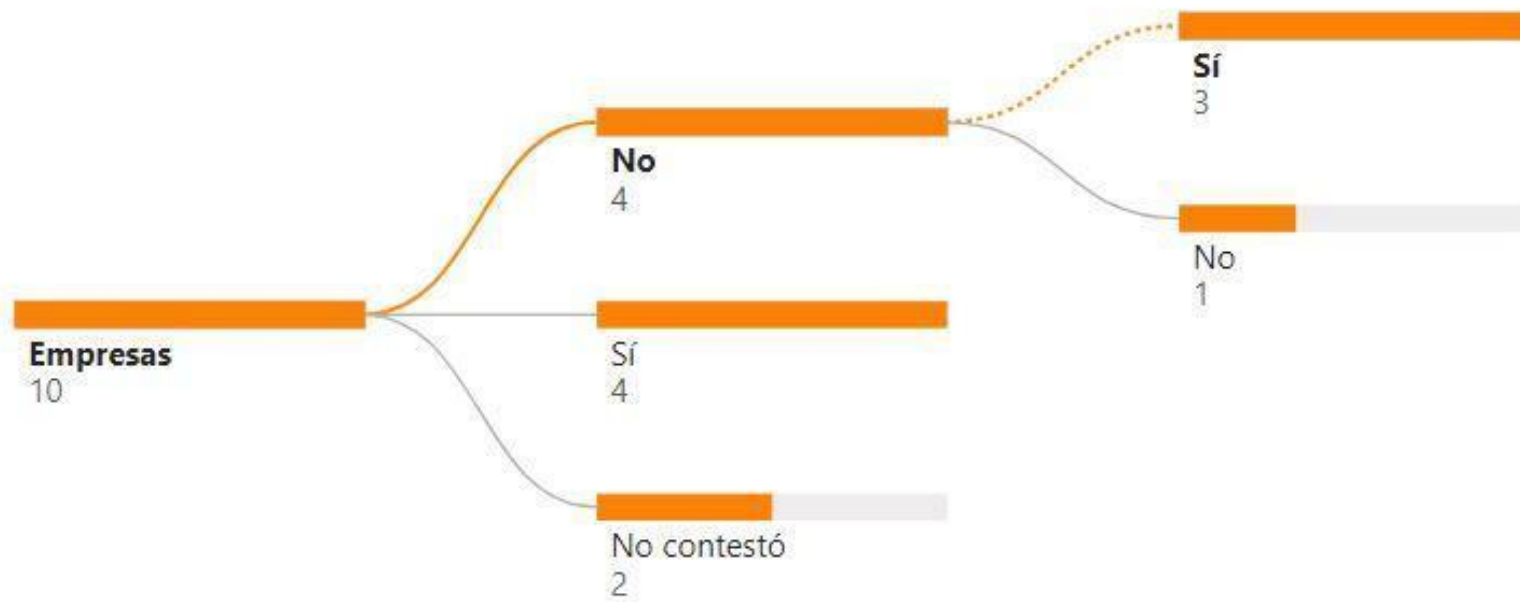
La finalidad de la siguiente gráfica es relacionar la variable aumento de costos de operación respecto de la variable planes de cierre definitivo del negocio. Desde esta perspectiva de análisis, se logra identificar que del grupo de empresas que afirmaron haber experimentado aumento de los costos de operación el 75% no tenía planes de cerrar definitivamente el negocio a pesar de la contingencia sanitaria, mientras que el 25% estaban resueltas a dejar de operar.

Cantidad de empresas que tuvieron aumento en costos de operación y tienen planes de cierre definitivo



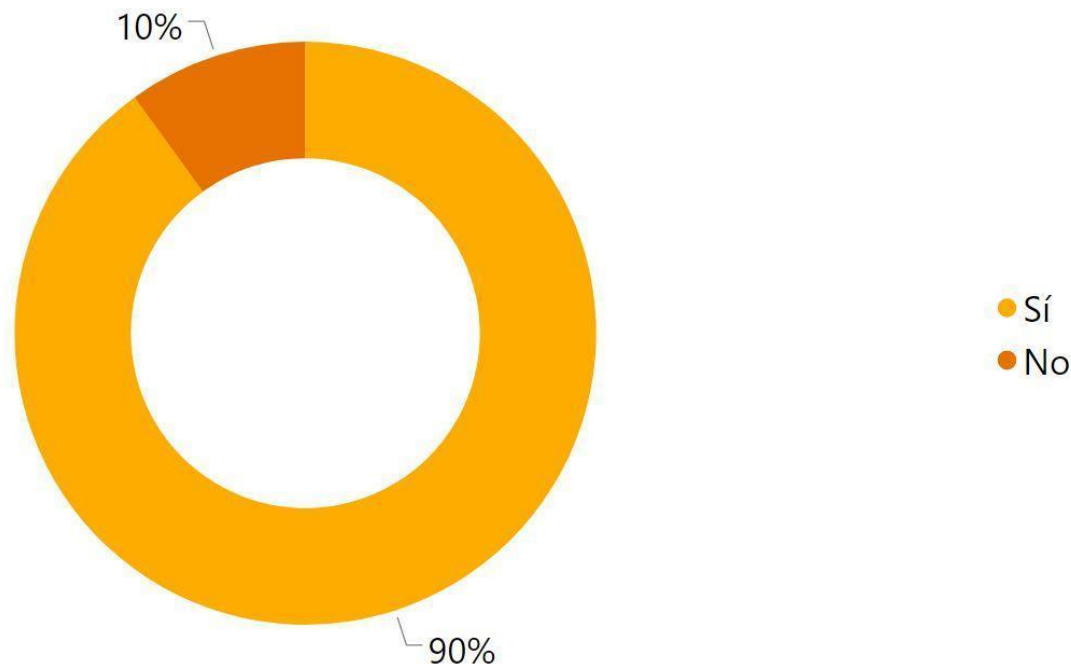
Ahora bien, al analizar el grupo de empresas que afirmaron no haber experimentado aumento en los costos de operación, se logra identificar que el 75% estaba considerando cerrar definitivamente, mientras que el 25% opina lo contrario. Esto permite intuir las expectativas poco alentadoras para gran parte de las empresas para seguir operando ante el entorno de la crisis epidémica.

Cantidad de empresas que no han experimentado aumento en costos de operación, pero tienen planes de cierre definitivo



Otro aspecto de suma importancia para evaluar la situación económica de las empresas frente a la crisis sanitaria, es el grado de afectación que ha ocasionado el aumento del tipo de cambio en los costos de producción. Al respecto, el 90% de las empresas afirmaron que el tipo de cambio había afectado sus costos; mientras que solo el 10% de las empresas señalaron que no habían percibido algún tipo de afectación ante la depreciación de nuestra moneda. Esto muestra la alta dependencia de las empresas del ramo de insumos y productos de procedencia extranjera.

Porcentaje de empresas que han sufrido afectaciones por el aumento del tipo de cambio





04.

Producción y ventas

La presente dimensión de análisis tiene como objetivo examinar los alcances que ha generado la crisis epidémica COVID-19 en la producción y ventas de las empresas del sector joyero. Por tal motivo, se examina un grupo de variables encaminadas a evaluar dicha situación, entre las que se encuentran: incremento en costos de producción, aumento de precios y escasez de insumos.

Con respecto a la variable aumento de precios, el 10% de las empresas reportaron haber recurrido a su incremento para compensar el alza en los costos de producción; no obstante, el 30% estaba considerando hacerlo en fechas próximas. Un aspecto que sobresale es que el 60% de las empresas no respondieron a este cuestionamiento debido a que al momento de responder la encuesta ya habían cerrado definitivamente.

Porcentaje de empresas que han tenido que aumentar precios o lo están considerando

Cerrado definitivamente

60%

No, pero lo están considerando

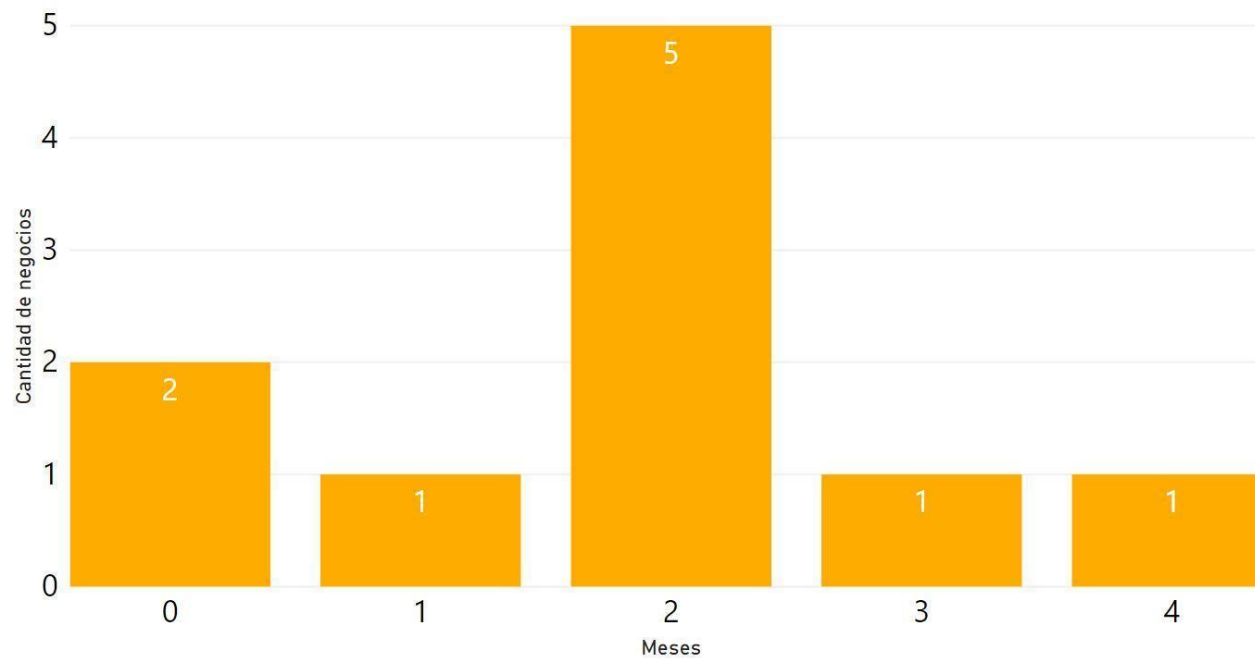
30%

Sí

10%

En lo que corresponde al cuestionamiento sobre el tiempo (en meses) que las empresas estiman soportar con sus fondos disponibles la situación provocada por el COVID-19, para cubrir costos sin tener que suspender operaciones, el 50% de las empresas afirmaron que serían suficientes para un máximo de dos meses, el 30% afirmaron que para un mes o menos y el restante 20% estimaron que sus fondos soportarían entre 3 y 4 meses.

Cantidad de meses que las empresas estiman poder seguir operando con sus fondos disponibles



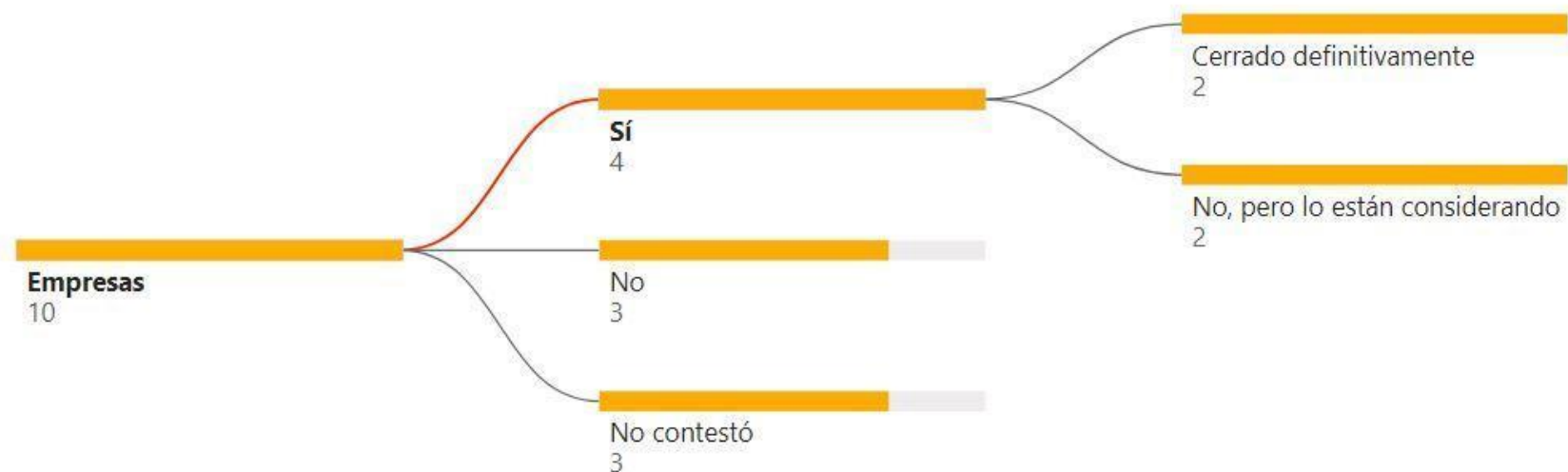
Relativo a los costos de producción, el 40% de las empresas que admitieron que habían observado un incremento de dichos costos, mientras que otro 40% opinaron lo contrario. Del primer grupo de empresas, solo el 25% de las empresas había recurrido al aumento de precios para compensar el incremento de sus gastos. No obstante, el 75% de los negocios no lo había hecho aún, pero estaba considerando hacerlo en fechas próximas.

Número de empresas que han experimentado incrementos en costos y su relación con las que han optado por aumentar precios



Referente a la variable escasez de insumos, se logró identificar que el 40% de las empresas afirmaron haber tenido afectaciones productivas por la falta de materia prima, mientras que el 30% afirmó lo contrario. Del primer grupo ninguna empresa había recurrido al aumento de precios para compensar los costos de producción ante la escasez de materiales, en cambio el 50% estaba considerando hacerlo en fechas próximas.

Número de empresas que han experimentado escasez de insumos y su relación con las que han optado por aumentar precios





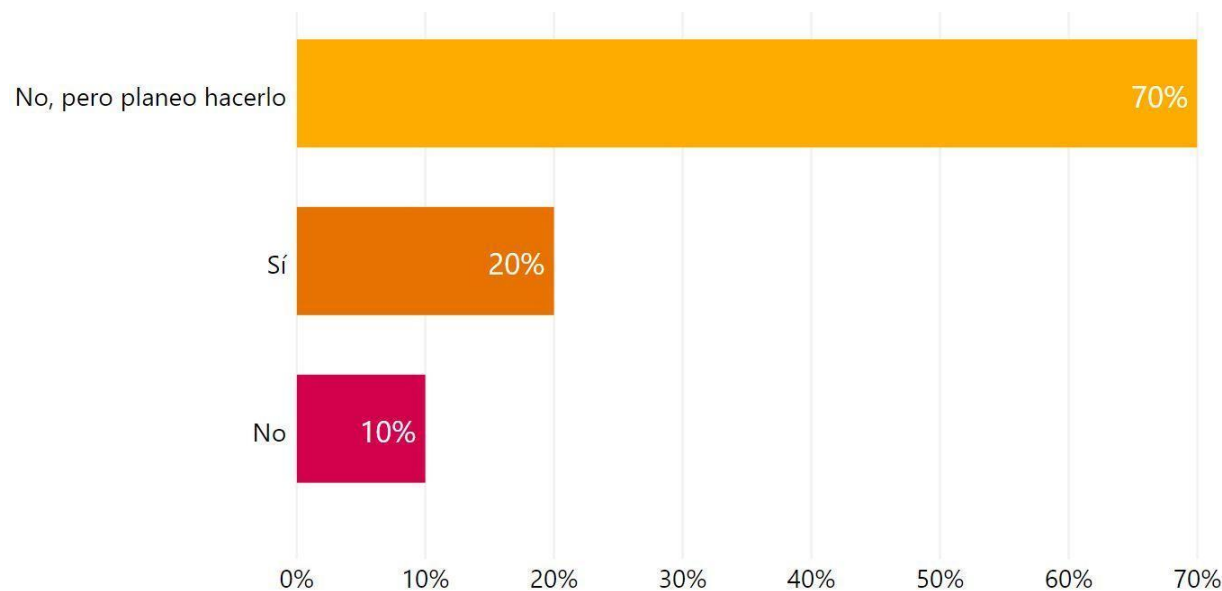
05.

Empleo y salarios

La presente dimensión de análisis se enfoca a examinar las variables que corresponden a los efectos negativos que ha generado la pandemia en el sector joyero en materia de empleo y salarios. Para tal efecto se analiza la afectación de la plantilla laboral, acuerdos laborales con empleados y capacidad para el pago de salarios.

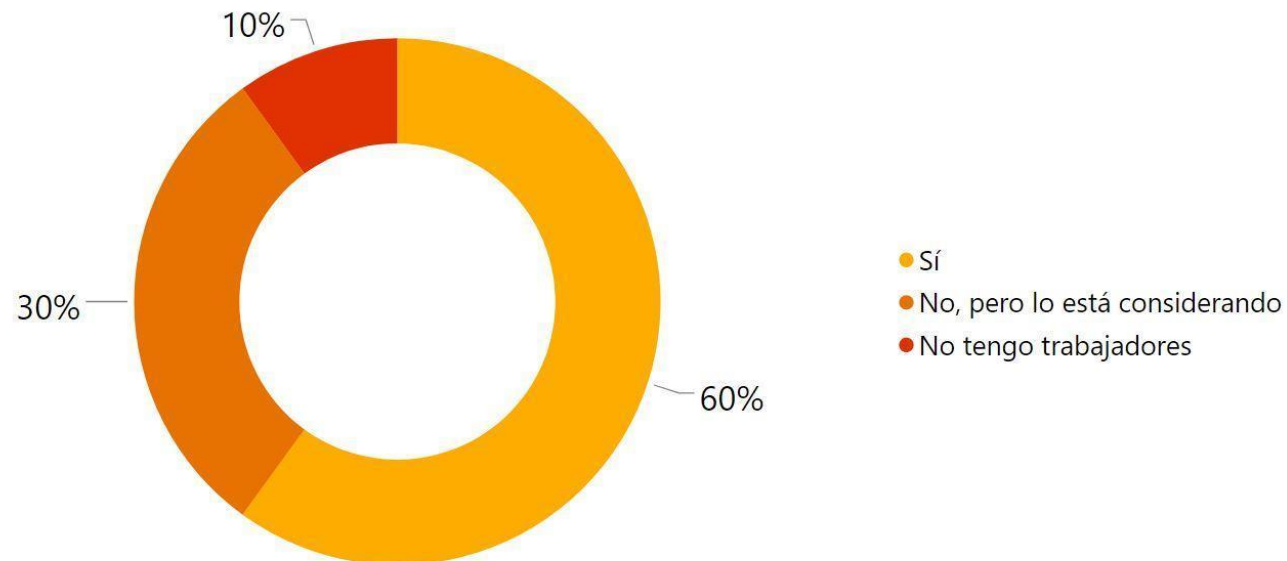
Un indicador valioso que permite mostrar el efecto negativo de la pandemia sobre la economía, es la capacidad financiera con que cuentan las empresas para retener a sus empleados y hacer frente al pago de sus respectivos salarios. Al momento de realizar la encuesta, en el mes de abril del 2020, el 20% de las empresas se habían visto en la necesidad de despedir empleados, en contraparte el 10% no lo había hecho. Por su parte, el resto de las empresas encuestadas (70%) tenía planes de prescindir de parte de su personal en fechas próximas.

Porcentaje de empresas que han tenido que despedir empleados o tienen planes de hacerlo próximamente



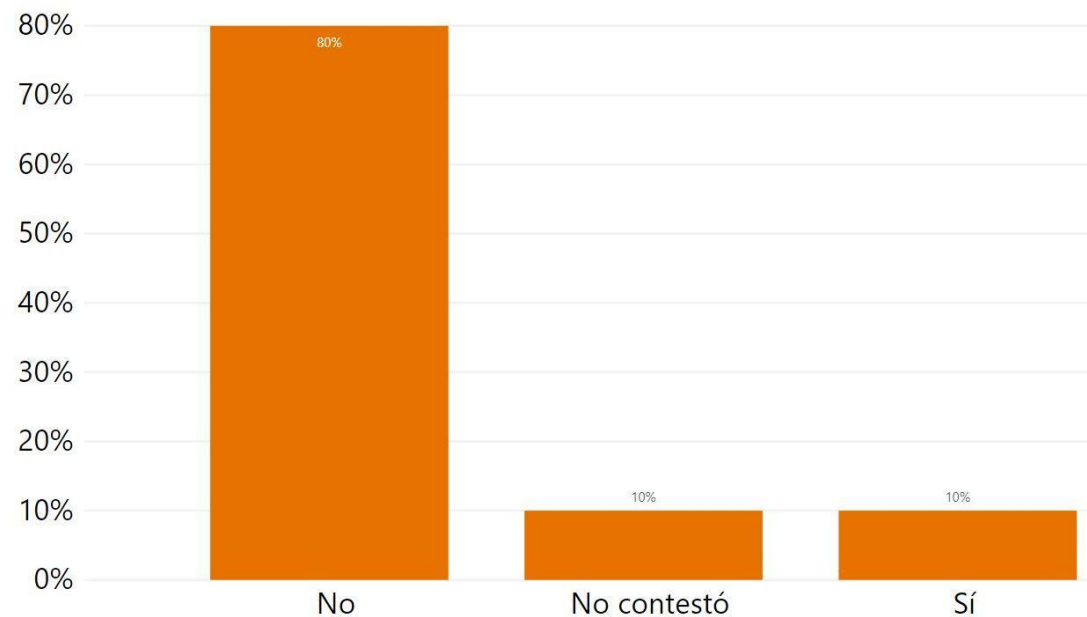
En relación a los acuerdos laborales con los empleados, se logra identificar que el 60% de las empresas había realizado algún tipo de acuerdo con sus trabajadores, el 27% no lo había hecho, pero tenía planes de hacerlo en fechas próximas, mientras que el resto de las empresas (10%) no contaba con empleados debido a que habían cerrado definitivamente.

Porcentaje de empresas que han realizado acuerdos laborales con los empleados



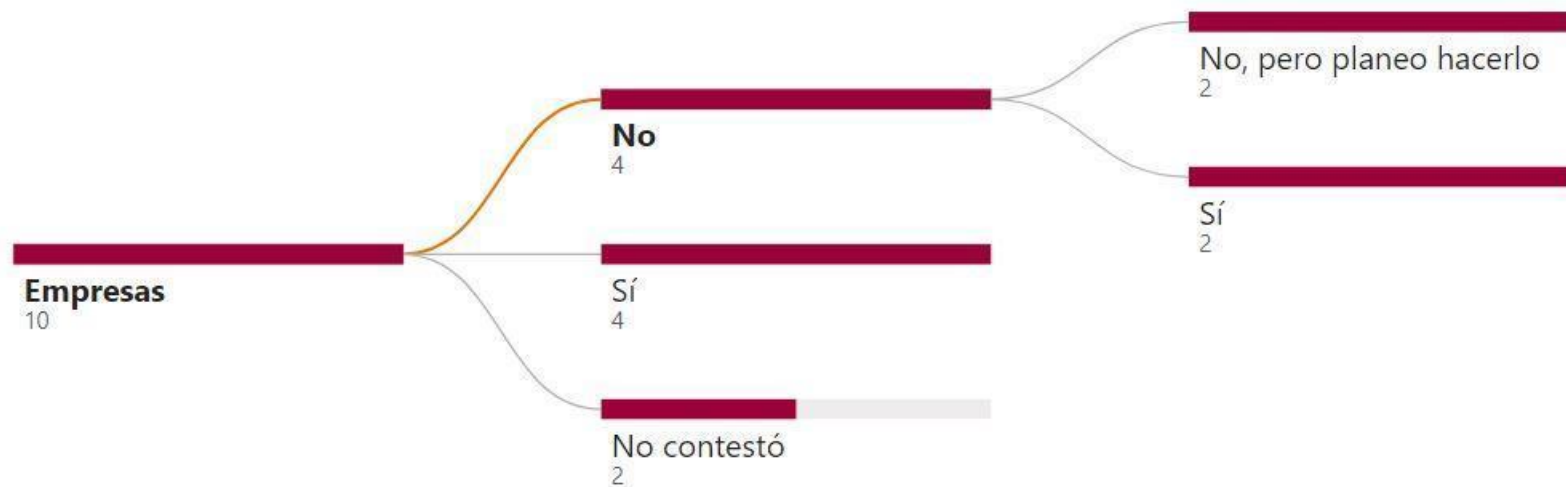
Frente a las políticas de salud implementadas en el estado de Jalisco, relativas al confinamiento y paro de algunas actividades, el sector de la joyería ha sido duramente afectado. Lo anterior se desprende de las respuestas al cuestionamiento sobre la capacidad de pago de salarios en caso de que el negocio se mantenga cerrado, pues el 80% respondió que no contaba con la capacidad financiera para hacer frente a esa remuneración. En contraparte, sólo el 10% de las empresas afirmaron contar con capacidad financiera para hacer frente al pago de trabajadores. El resto de las empresas no respondieron al cuestionamiento debido a que ya no se encontraban operando.

Porcentaje de empresas que cuentan con capacidad de pago de salario si el negocio se mantiene cerrado



Considerando el grupo de empresas que afirmaron no haber experimentado incremento en sus costos de operación, el 50% había optado por despedir personal, frente a la situación contingente que experimentaba el sector que había ocasionado una reducción de las ventas, en cambio el restante 50% no lo había hecho aún, pero tenían planes de hacerlo.

Número de empresas que no han experimentado aumento en costos de operación y que han optado por despedir personal



Por otra parte, al considerar el grupo de empresas que afirmaron haber experimentado incremento en sus costos de operación, el 25% no había optado por despedir personal, a pesar de la situación contingente que experimentaba el sector; en cambio, el restante 75% no lo había hecho aún, pero tenían planes de hacerlo.

Número de empresas que experimentaron aumento en costos de operación y que han optado por despedir personal





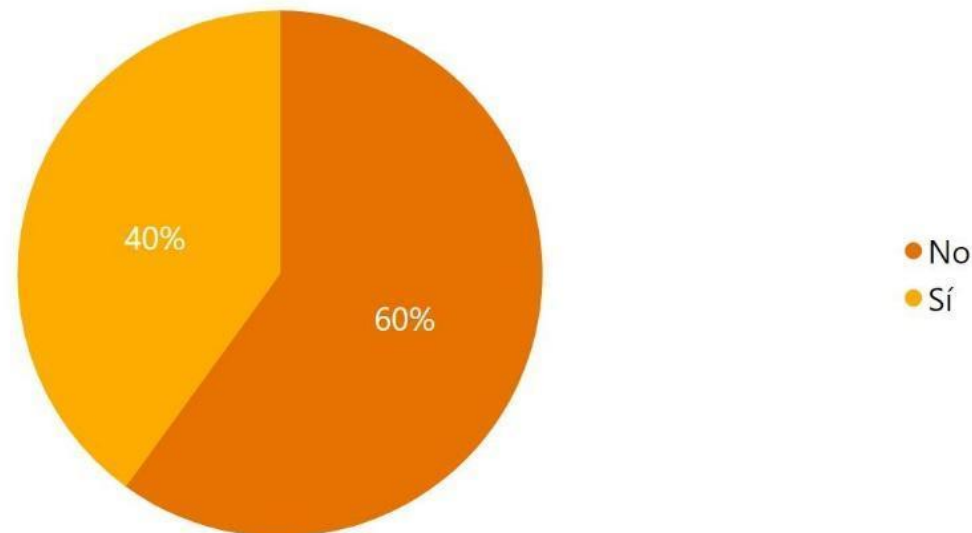
06.

Situación financiera

Esta dimensión de análisis tiene como objetivo examinar las variables relacionadas con la problemática financiera que han experimentado las empresas del sector joyero frente a los efectos negativos que ha generado la crisis epidémica. Para tal efecto se analiza información relativa a compromisos crediticios y planes de solicitud de prórrogas e intenciones de solicitud de nuevos créditos.

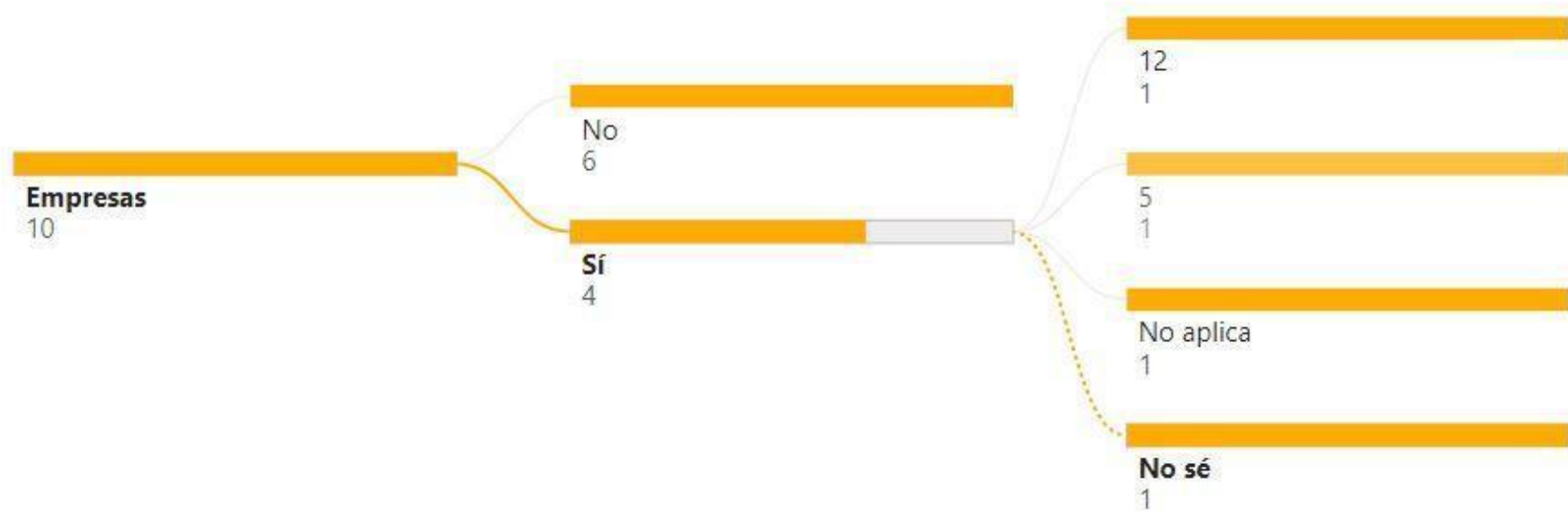
Con respecto a la situación financiera, la encuesta permitió obtener información sobre compromisos crediticios de las empresas y sobre planes de solicitar algún tipo de crédito para enfrentar la situación económica. De las 10 empresas del sector de la joyería que respondieron la encuesta el 40% afirmaron que cuentan con alguna obligación crediticia, lo cual puede dificultar más su operación considerando la disminución de ventas ante la contingencia sanitaria. Por otro lado, el 60% de las empresas señalaron que no contaba con algún tipo de deuda vigente.

Porcentaje de empresas que cuentan con algún crédito vigente



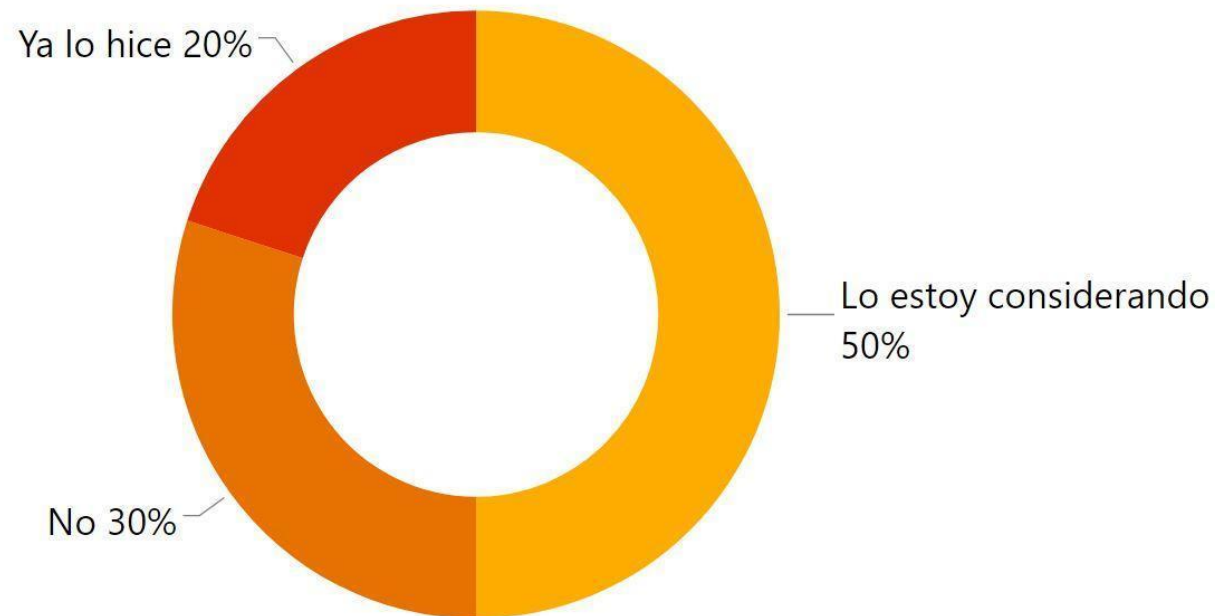
Considerando el grupo de empresas que afirmaron contar con algún tipo de deuda o obligación crediticia, el 50% se vieron en la necesidad de solicitar prórroga; una de ellas por un período de un año, otra más por cinco meses; el resto no tenía planes de solicitar dicha prórroga o no lo sabía.

Empresas que cuentan con alguna deuda crediticia y que han solicitado prórroga (en número de meses)



En relación al cuestionamiento sobre si las empresas tomarían algún tipo de crédito para contar con mayor liquidez y seguir operando durante la crisis generada por el COVID-19, solamente el 20% respondió que no, el resto tenía planes de hacerlo en fechas próximas o ya lo había hecho.

Porcentaje de empresas que optarían por solicitar algún crédito para contar con mayor liquidez y seguir operando durante la crisis





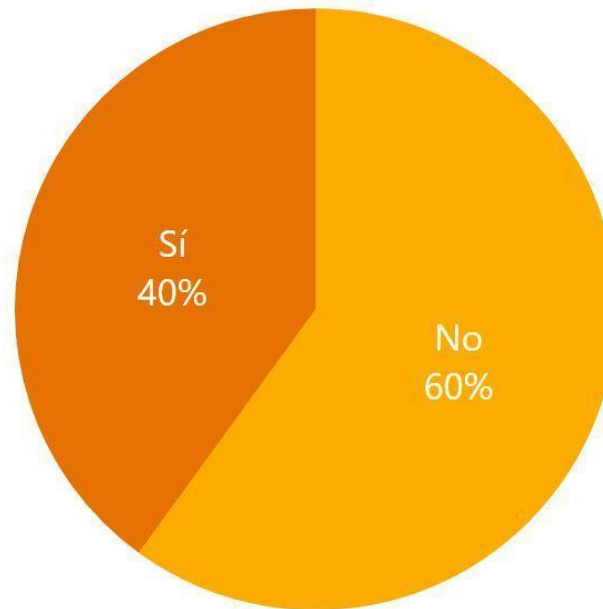
07.

Planes y reestructuración

La presente dimensión permite analizar algunas variables relacionadas con los planes a futuro de las empresas y de reestructuración. Asimismo, se examinan algunos indicadores que dan cuenta de la visualización de oportunidades y retos que prevén los empresarios ante el nuevo panorama que ha generado la crisis epidémica. Específicamente, la encuesta permite profundizar en dos variables: planes para recuperar clientela y visualización de oportunidades de comercio en el futuro.

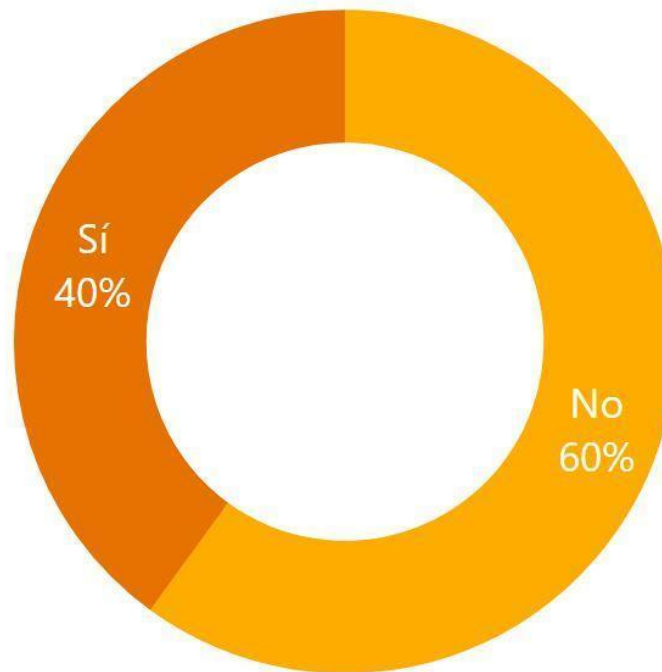
De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 60% de las empresas del sector de la joyería no tenían previsto algún plan emergente para recuperar su cartera de clientes. Por otra parte, el 40% afirmaron que ya contaban con un plan o habían comenzado a implementarlo.

Porcentaje de empresas que cuentan con planes para recuperar su cartera de clientes



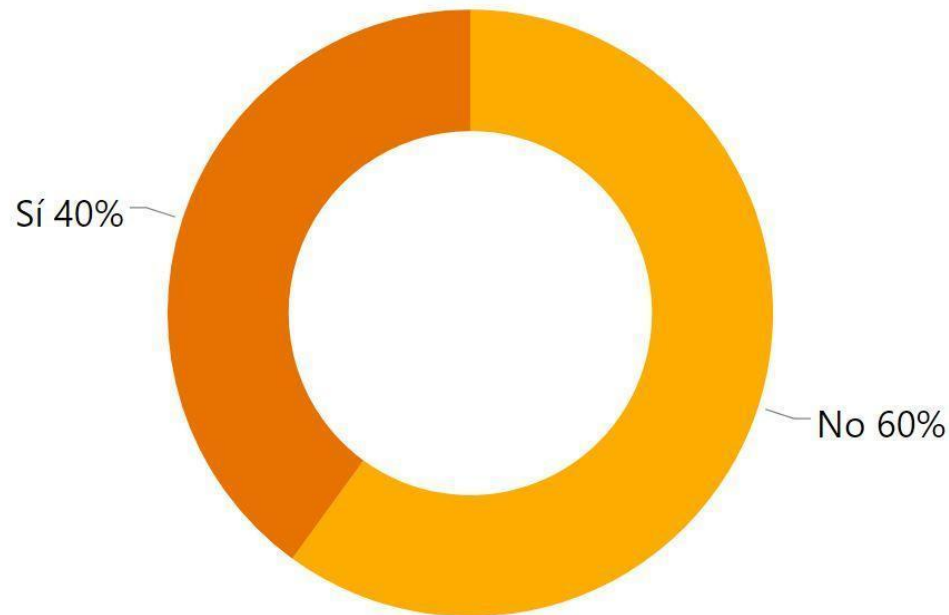
De igual manera las empresas del sector preveían desalentadora la situación actual y futura, por tal motivo el 60% mostraban una posición pesimista al considerar que no se generarían nuevas oportunidades en el mercado como resultado de la actual crisis. En cambio, el 40% de las empresas referían una perspectiva optimista con la actual crisis, al prever nuevas oportunidades para progresar dentro del mercado.

Porcentaje de empresas que prevén nuevas oportunidades en el mercado



Por otra parte, se logró advertir que la mayoría de las empresas encuestadas del sector joyero se mostraban pesimistas en cuanto a nuevas oportunidades para integrarse a nuevos mercados, como resultado de la actual situación epidémica. En cambio, solo 40% visualizaba nuevas oportunidades para expandirse hacia otros mercados en el corto y mediano plazo.

Porcentaje de empresas que ven oportunidades para nuevos mercados en el corto/mediano plazo





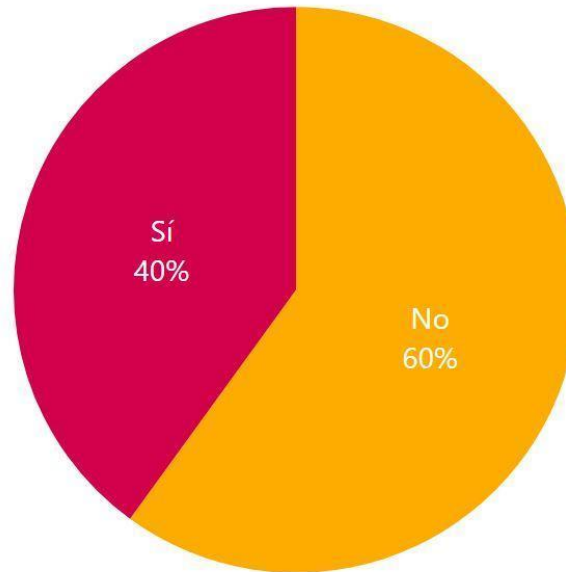
08.

Apoyo del gobierno

Esta dimensión de análisis tiene como propósito identificar algunas variables relacionadas con las demandas de apoyos solicitados al gobierno por las empresas del sector. De acuerdo a la información disponible se lograron identificar dos indicadores: empresas que han solicitado algún apoyo gubernamental y nivel de gobierno al que se ha solicitado dicho apoyo.

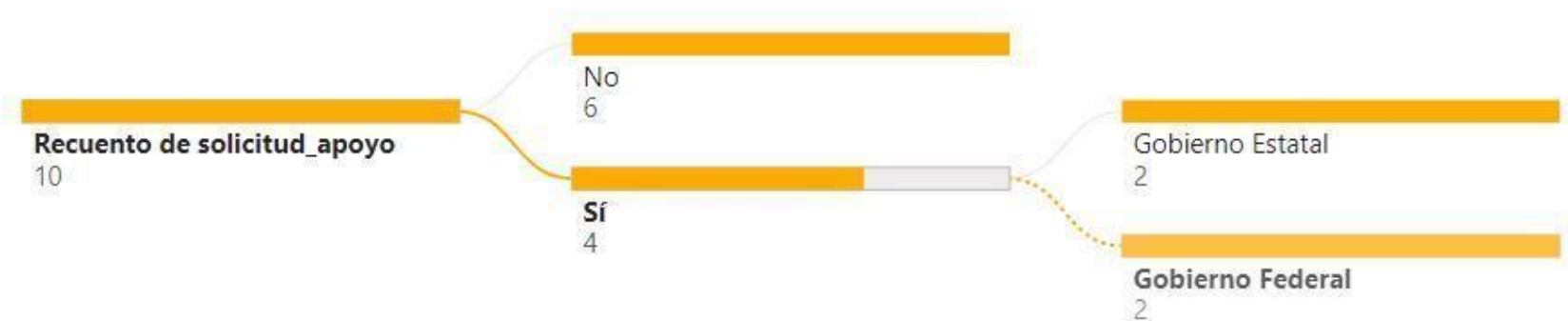
Aunque la mayoría de las empresas reportaban problemas de liquidez y habían recurrido a solicitar créditos como alternativa para sortear la crisis epidémica, en los primeros meses de la contingencia sanitaria, solo el 40% de las empresas habían solicitado algún tipo de apoyo gubernamental, frente al 60% que no lo había hecho.

Porcentaje de empresas que han solicitado apoyo gubernamental



Del grupo de empresas que había solicitado algún tipo de apoyo gubernamental, el 50% lo hicieron al Gobierno Estatal y el restante 50% al Gobierno Federal.

Nivel gubernamental al que han solicitado apoyo las empresas



09.

PROPUESTAS SOBRE CONDICIONES FISCALES NECESARIAS PARA HACER FRENTE A LA CRISIS PROVOCADA POR EL COVID-19

La última dimensión de análisis tiene como propósito identificar las diferentes propuestas sobre condiciones fiscales emergentes que las empresas encuestadas estiman como prioritaria su implementación para seguir operando ante la contingencia sanitaria.

Con respecto a las políticas fiscales de apoyo para mantener la situación de emergencia, las empresas manifestaron su interés principalmente por las siguientes alternativas: diferir pago de impuestos, créditos a tasa cero, diferir cuotas del IMSS e INFONAVIT, devolución del IVA, Deducibilidad total en las prestaciones laborales, aprobación del sueldo solidario, entre las más importantes.

Principales medidas fiscales sugeridas por los empresarios para enfrentar la crisis

