



# ENCUESTA DE IMPACTO ECONÓMICO DEL COVID-19 EN EL HUILA

**¿Qué tanto ha impactado el COVID-19 a  
nuestro Tejido Empresarial?**

**PRIMER INFORME**

Muestra: 1.334 encuestas realizadas

Corte del reporte: 30 de marzo al 6 de abril

Zona y Municipio de procedencia de la muestra:

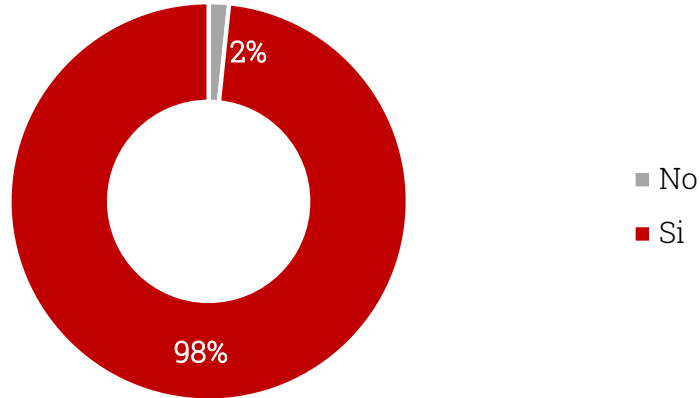
ZONA	TOTAL	MUNICIPIO	TOTAL
CENTRO	71	Agrado	4
		Altamira	2
		Garzón	40
		Gigante	7
		Guadalupe	1
		Pital	10
		Suaza	4
		Tarqui	3
		OCCIDENTE	53
Nátaga	1		
Paicol	2		
Tesalia	1		
SUR	239	Acevedo	7
		Elías	10
		Oporapa	8
		Pitalito	148
		San Agustín	33
		Isnos	25
		Timaná	8

ZONA	TOTAL	MUNICIPIO	TOTAL
NORTE	971	Aipe	6
		Algeciras	9
		Baraya	4
		Campoalegre	23
		Colombia	3
		Hobo	1
		Iquira	2
		Neiva	833
		Palermo	31
		Rivera	22
		Santa María	4
		Tello	8
		Teruel	9
		Villavieja	9
		Yaguará	7

Sectores de la muestra:

Sector	No. Muestras	Part.
Comercio	540	40,48
Alojamiento y servicios de comida	207	15,52
Manufactura	133	9,97
Actividades profesionales	82	6,15
Otras actividades de servicio	76	5,70
Servicios administrativos	62	4,65
Construcción	58	4,35
Actividades artísticas y de entretenimiento	32	2,40
Información y comunicaciones	32	2,40
Actividades de atención de la salud humana	23	1,72
Transporte y almacenamiento	22	1,65
Actividades financieras y seguros	19	1,42
Agropecuario	15	1,12
Educación	15	1,12
Actividades inmobiliarias	7	0,52
Distribución y tratamiento de agua y electricidad	8	0,59
Minas y energía	2	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>1.334</b>	<b>100%</b>

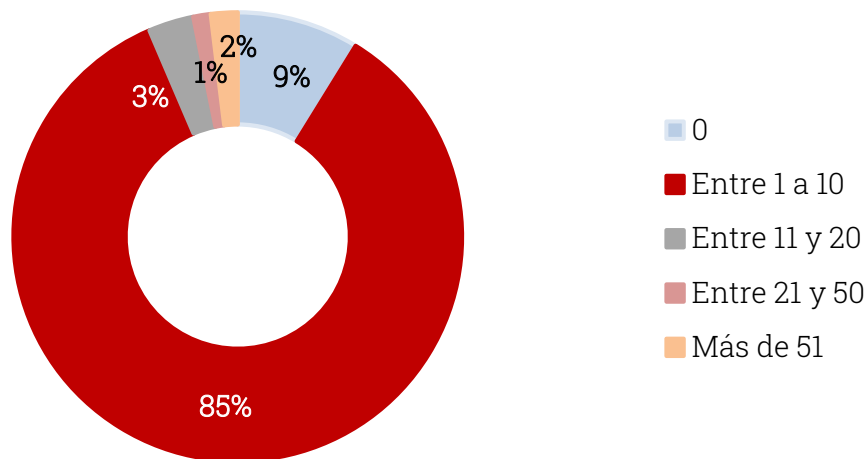
¿Su negocio tiene Registro Mercantil en alguna Cámara de Comercio del país?



De acuerdo a la respuesta de las empresas encuestadas en el Departamento del Huila, 1.312 contestaron que si cuentan con registro mercantil. El restante, es decir 22, respondieron no estar registradas ante la Cámara de Comercio.

(De las 1.312 que contestaron la encuesta, que cuentan con registro mercantil)

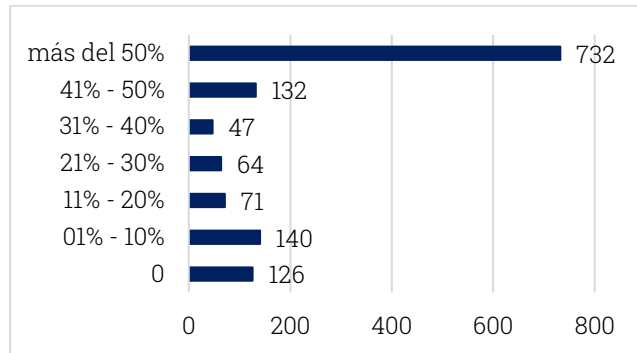
1. A cierre de 2019, ¿Cuántos empleados estuvieron vinculados a su empresa?



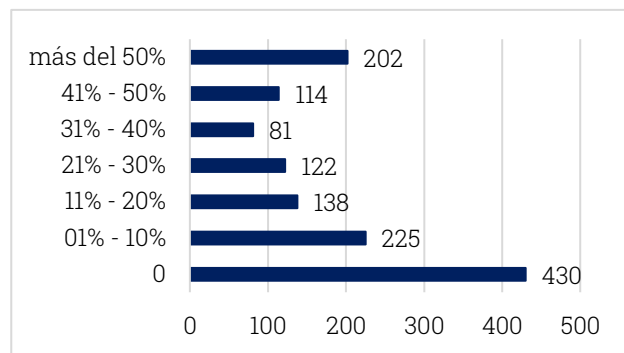
De acuerdo con las respuestas de los 1.312 empresarios con registro mercantil, al cierre del 2019, tuvieron vinculados más de 5.600 empleos; concentrados así: el 85% entre 1 y 10 empleados, el 9% el autoempleo, el 4% entre 11 y 20, el 1% entre 21 y 50 y el 2% más de 51 empleados. Vale destacar tan sólo 4 empresas concentraron el 18% del total de los empleos reportados.

## 2. ¿Hacia qué mercado se dirigen sus ventas y/o servicios? Indique el porcentaje correspondiente

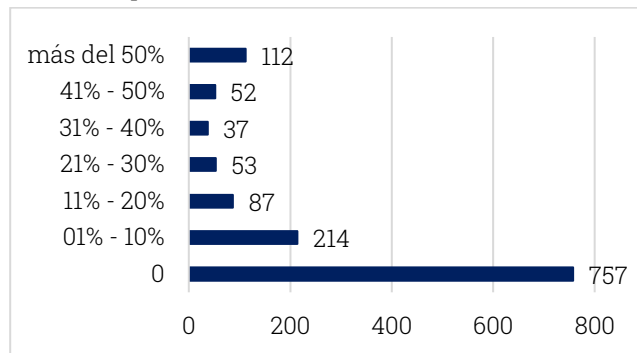
Su municipio



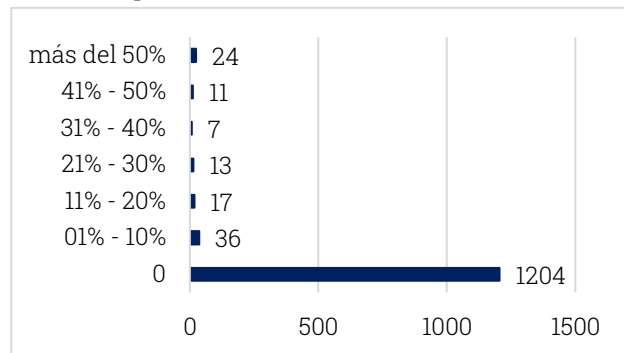
Municipios de su departamento



Resto del país



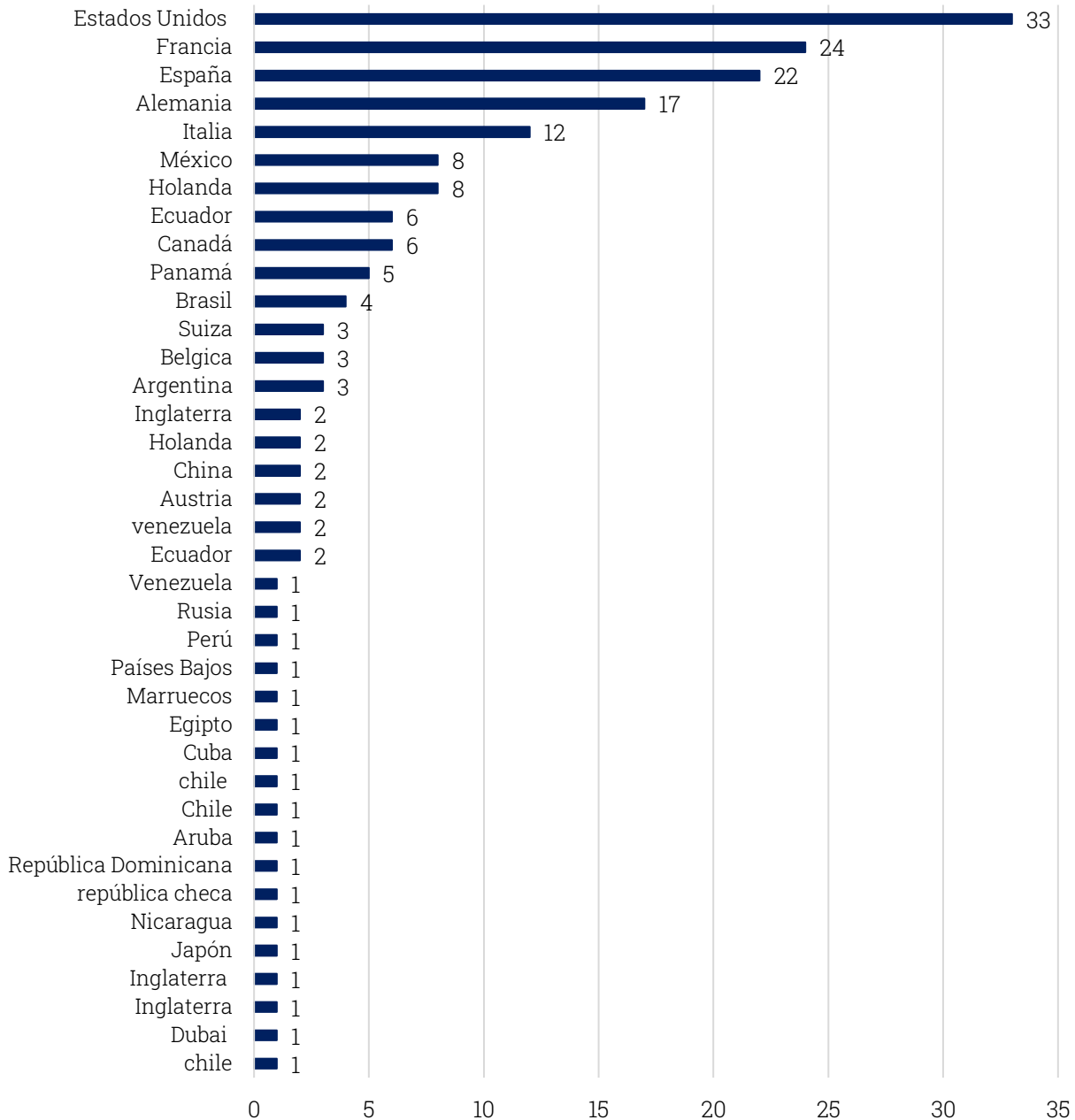
Fuera del país



De acuerdo a ésta pregunta, las empresas pueden dirigir la venta de sus productos o servicios a diferentes mercados (local, municipal, departamental y a otro país) y con participaciones diferentes. Es así que de acuerdo a los resultados obtenidos para el Huila, la mayor concentración está, en las empresas que comercializan sus productos o servicios en su municipio de domicilio puesto que 1.186 de las 1312 empresas afirmaron hacerlo. El 55% de ellas, contestaron éste mercado le representa más del 50% de sus ventas, mientras que el 45% restante, menos del 50%.

Por su parte, 882 de las empresas encuestadas contestaron dirigen parte de sus ventas a otros municipios del departamento, de ellas el 23% manifiestan éste mercado representa más del 50% de sus ventas totales, mientras que el 77% restante representa menos del 50%. Ahora 555 de las 1312 unidades productivas encuestadas, contestaron tener representatividad en el mercado de otros departamentos de Colombia, en tan solo 112 de ellas, contestó éste mercado representa más del 50% de sus ventas. Por último tan solo el 8% de las unidades productivas, manifiestan dirigen sus ventas al mercado exterior. El panorama anterior resalta la importancia de facilitar la transacción de productos inter municipales y regionales, debido a la dependencia del comercio en éstos mercados; así mismo la preservación del empleo en todo el Departamento. Esto conllevará a que las personas continuen consumiendo bienes y servicios del mercado local y logren sostener en gran proporción el tejido empresarial.

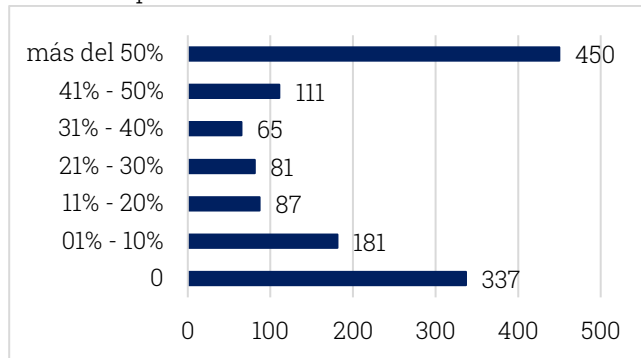
## 2.1 Si marcó, fuera del país, indique por favor ¿Qué país o países?



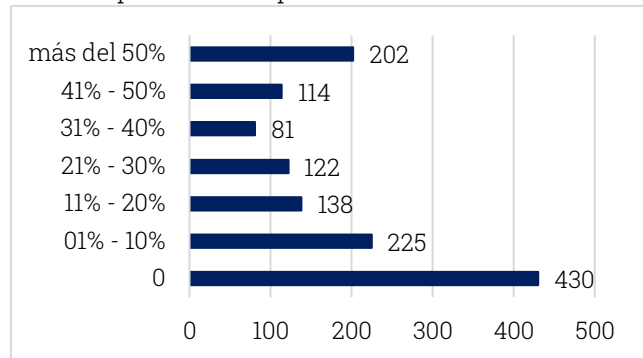
Del 8% de las empresas que contestaron tener participación de sus ventas en el mercado exterior (108 en total), 33 respondieron exportan hacia Estados Unidos, 24 Francia, 22 España, 17 Alemania y 12 Italia principalmente. Sin embargo se evidencia también existe una fuerte relación comercial con países de Latinoamérica como: Ecuador, Brasil, Argentina, Venezuela, Perú, Cuba entre otros

### 3. ¿De dónde provienen sus insumos, equipos o mercancías?

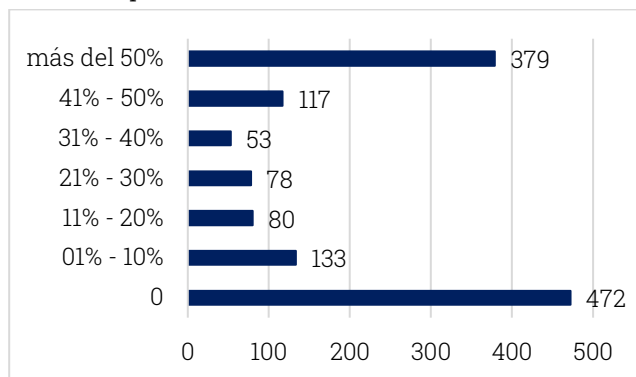
Su municipio



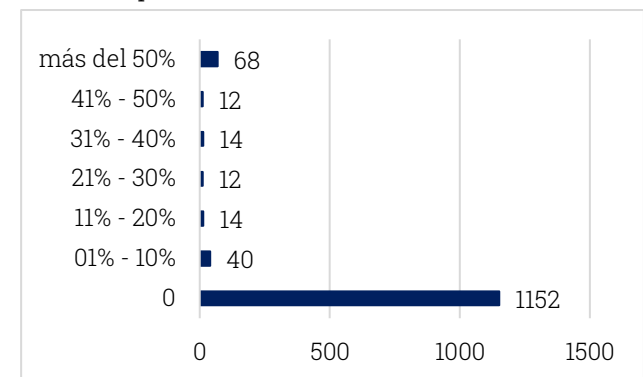
Municipios de su departamento



Resto del país



Fuera del país

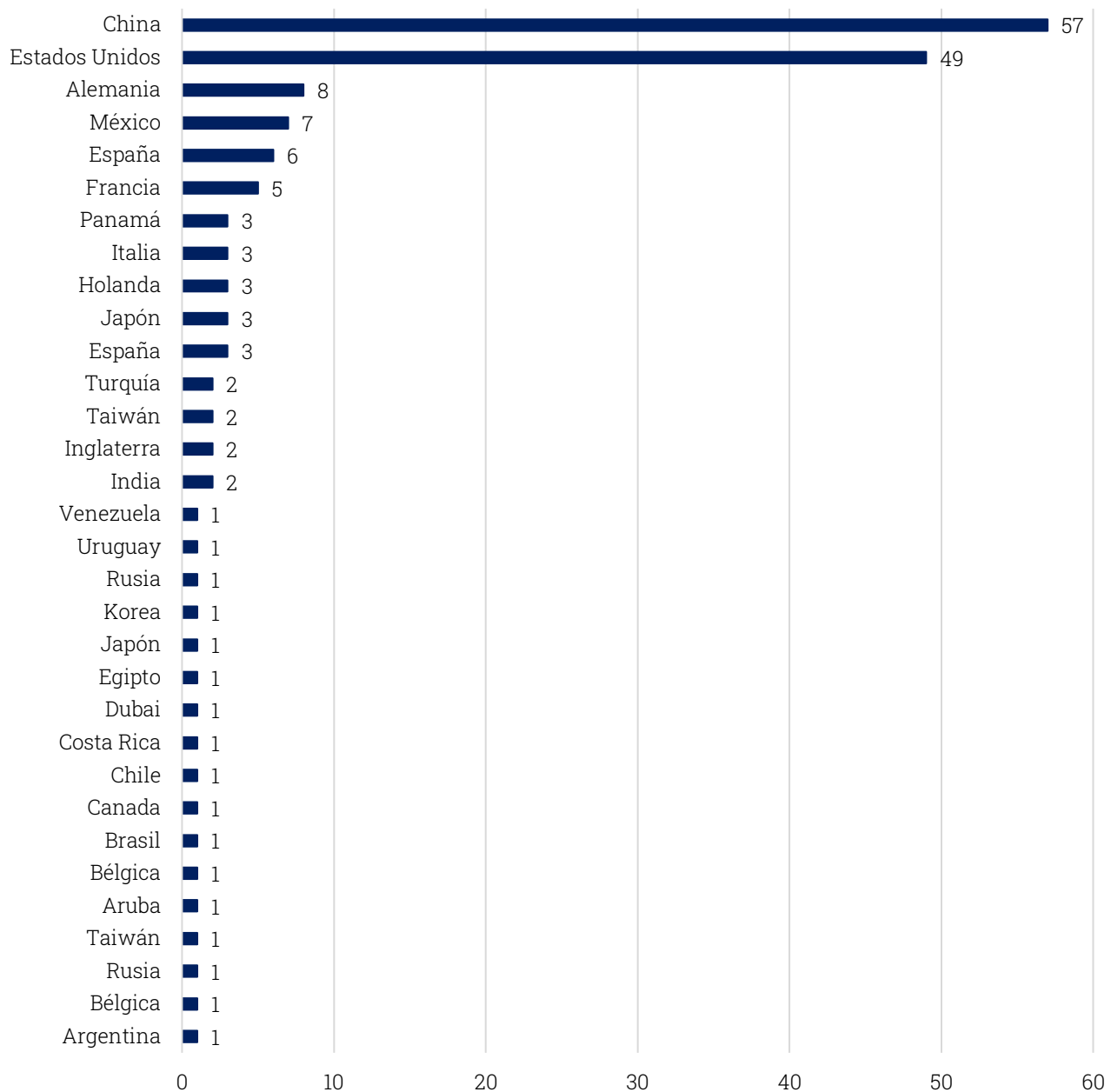


En mayor proporción, el origen de los equipos, insumos y mercancías para las empresas encuestadas, provienen de proveedores de su municipio de domicilio, puesto 975 empresas de los 1312 encuestados afirmaron comprar en su municipios, de estos el 46% contestó representan más del 50% del total de su mercancía

Le sigue otros departamentos del país con 840 empresas; en donde el 45% de las empresas afirmaron éste mercado representa más del 50% de su stock de mercancía o insumos, el restante es decir el 65% concentra menos del 50%. Por otra parte 882 empresas afirmaron sus proveedores son de municipios del departamento y el 23% de éstas confirmaron representa más del 50% de su mercancía. Por último tan sólo 160 de las empresas encuestados se proveen fuera del país es decir importan productos, insumos o maquinarias necesarios para su actividad productiva.

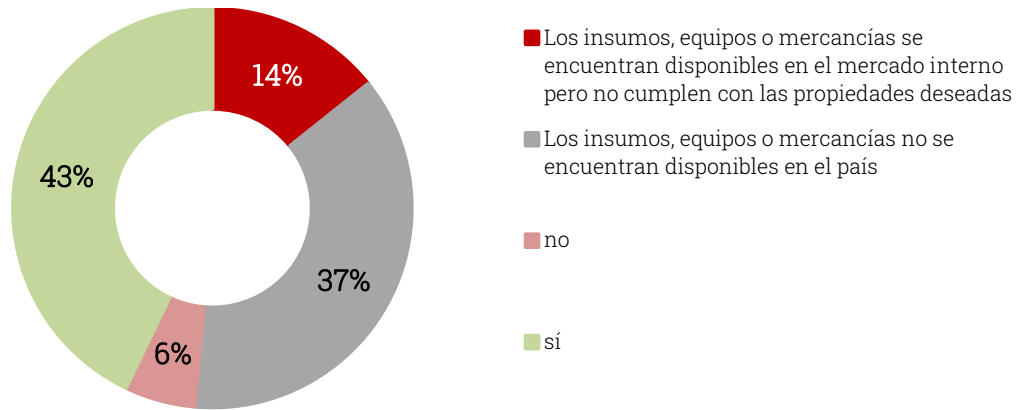
Lo anterior identifica lo que puede denominarse un cuello de botella, en la cadena de distribución, es decir si no se logran establecer medidas para garantizar la seguridad y sostenibilidad del transporte de insumos y productos en todo el país, puede presentarse desabastecimiento para algunas empresas de la región. Por otra parte se presenta la oportunidad de sustituir esos productos importados, por los de la región.

### 3.1 Si marcó, "fuera del país", indique por favor ¿Qué país o países?



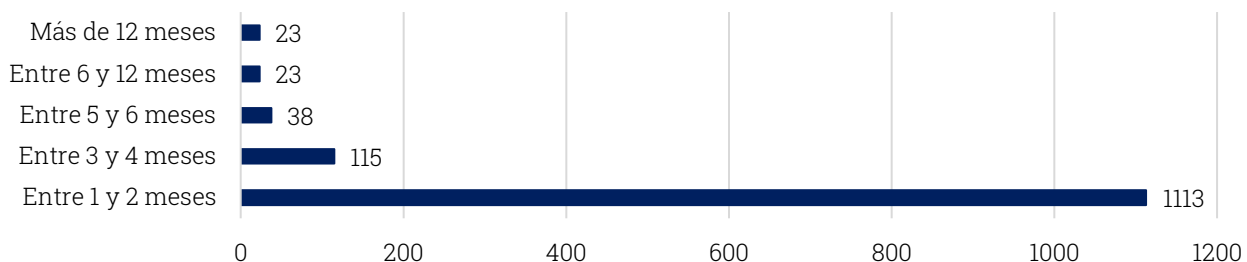
De las 160 empresas que contestaron importar insumos, equipos o mercancías del exterior, 57 respondieron importan de China, 49 de Estados Unidos, 8 Alemania, 7 México principalmente. Sin embargo se evidencia también existe una fuerte relación comercial con países como España, Francia, Panamá, Italia entre otros.

### 3.2 Si marcó "Fuera del país", ¿Ha considerado buscar sus insumos, equipos o mercancías en el mercado interno?



En contexto de la anterior pregunta, de considerar comprar en el mercado local esos insumos, equipos o mercancía importada, el 43% contestó está interesado en conseguir sus insumos, equipos o mercancía en el Departamento del Huila, el 38% manifestó los equipos no se encuentran disponibles en el país, es decir que tampoco se encuentran en la región, el 9% afirmó que los equipos se consiguen en el mercado interno pero no cumplen con los requerimientos deseados y tan solo el 8% no está interesado. Lo anterior constituye una oportunidad para el suministro y provisión de éstos diferentes insumos, equipos o mercancías.

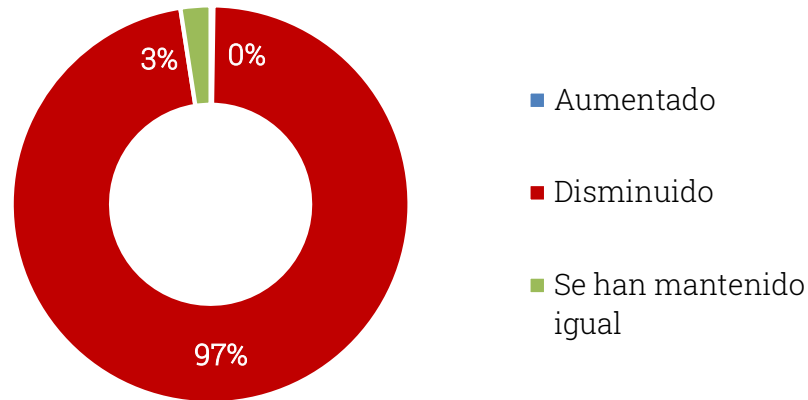
### 3.3 Suponiendo que las condiciones actuales en el país se mantengan y las medidas se prolonguen indefinidamente, ¿Cuánto tiempo podría atender la demanda de su mercado antes que sus existencias actuales de inventario se agoten?



De continuar actualmente la medida del aislamiento obligatorio, que a propósito se amplió hasta el próximo 26 de abril; de acuerdo a las respuestas de los empresarios, el 84% afirma pueden atender la demanda de su mercado máximo entre 1 y 2 meses, el 8,7% respondió entre 3 y 4 meses, el 2,8% entre 5 y 6 meses, y tan solo 26 de ellas afirman pueden hacerlo a mediano plazo (entre 6 meses y poco más un año).

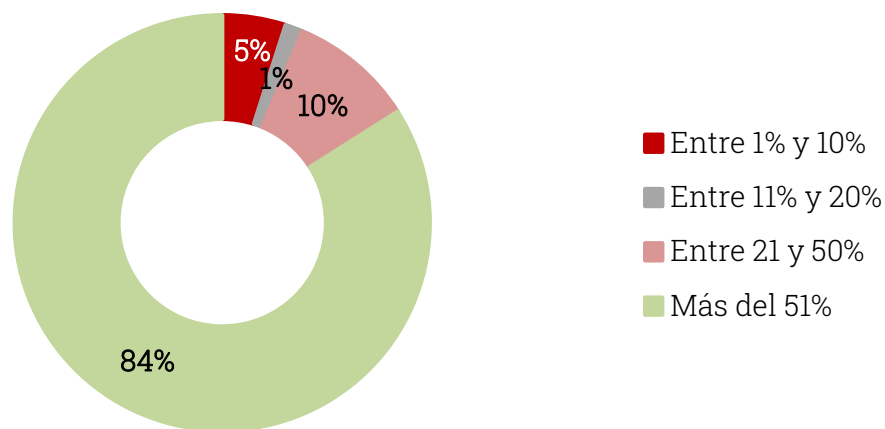


4. Desde la entrada en vigencia de las medidas adoptadas por el gobierno nacional y/o local para la contención del COVID-19, sus ventas han:



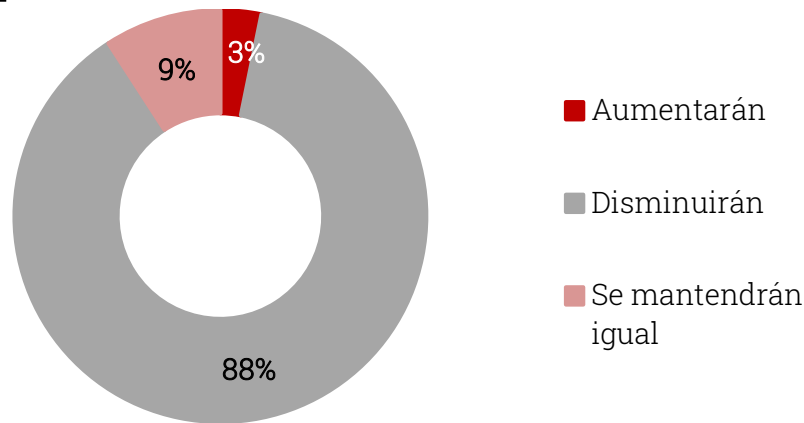
De acuerdo a las medidas adoptadas por el gobierno nacional, entre ellos el aislamiento preventivo obligatorio, han causado, que en el 97% de los empresarios encuestados hayan disminuido sus ventas; mientras que tan solo el 3% afirma se ha mantenido igual.

4.1 Acorde a su respuesta en la pregunta 4, indique en promedio ¿cuánto han variado porcentualmente sus ventas?



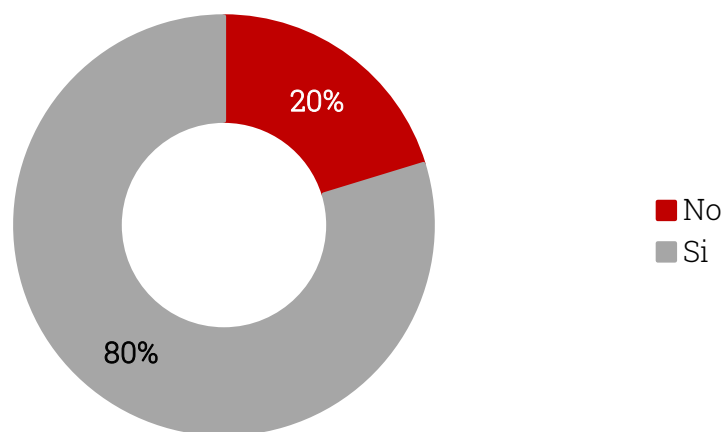
En consecuencia de lo anterior se evidencia que del total de participantes de la encuesta, el 84% manifiesta tener pérdidas promedio en sus ventas por más del 51%, el 10% declara una reducción de sus ventas entre el 21 y 50%, el 5% entre el 1 y 10% y por último el 1% pérdidas promedio en sus ventas entre 11 y 20%

5. Considera que en los próximos meses sus ventas:



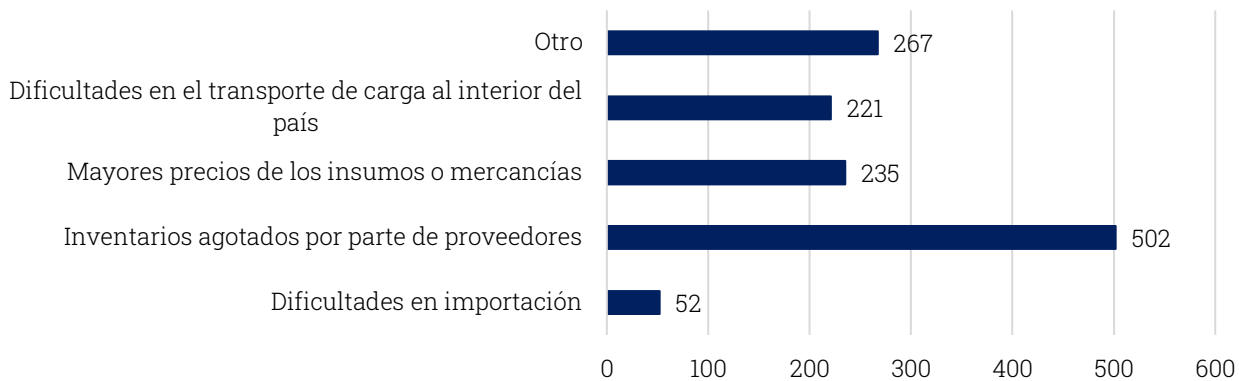
La perspectiva de los empresarios respecto a las ventas en los próximos meses no es muy alentadora, de acuerdo a los resultados el 88% de las respuestas, consideran sus ventas seguirán disminuyendo; tan solo el 8% considera se mantendrá igual y el 3% que aumentará.

6. Desde la puesta en marcha de los planes de contingencia de los distintos gobiernos locales y/o nacionales para evitar la propagación del COVID-19, ¿Ha tenido problemas en el suministro de materias primas o mercancías?



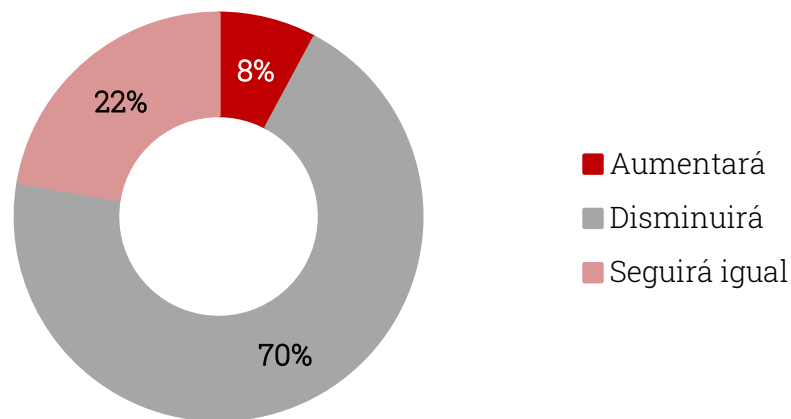
El 80% de las empresas encuestadas afirmaron tener problemas en el suministro de materias primas o mercancías. Mientras que el 20% no.

### 6.1 ¿Cuál son los principales problemas que ha presentado en el suministro de materias primas o mercancías?



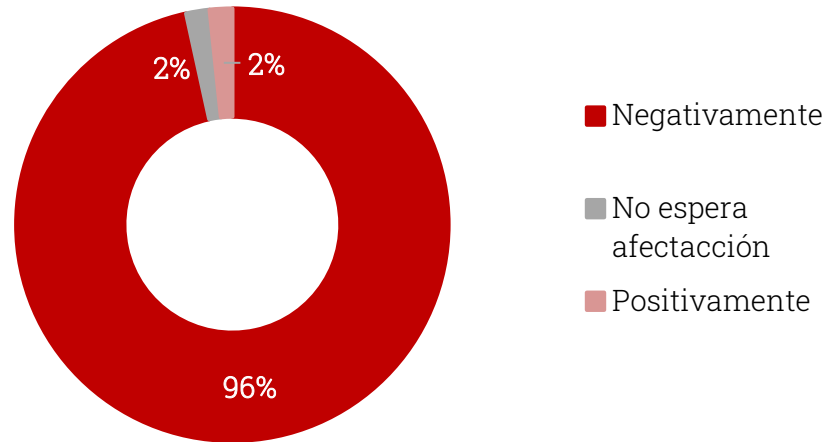
De acuerdo a las respuestas anteriores, el principal cuello de botella en el suministro de materias primas o mercancías, es el agotamiento de los inventarios por parte de los proveedores con el 38% de las respuestas, seguido del incremento en el precio de los insumos o mercancías, con el 18% (inflación), así mismo las dificultades de carga al interior del país con el 17% como se contraste en la pregunta 3. Otros de los cuellos de botellas asociados a la problemática de suministro de materias primas, es la falta de capital de trabajo de las empresas, así mismo como la adopción de las empresas locales de no proveerse, por el bajo consumo actual de sus clientes.

### 7. Considera que en los próximos meses el suministro de insumos mercancías o servicios:



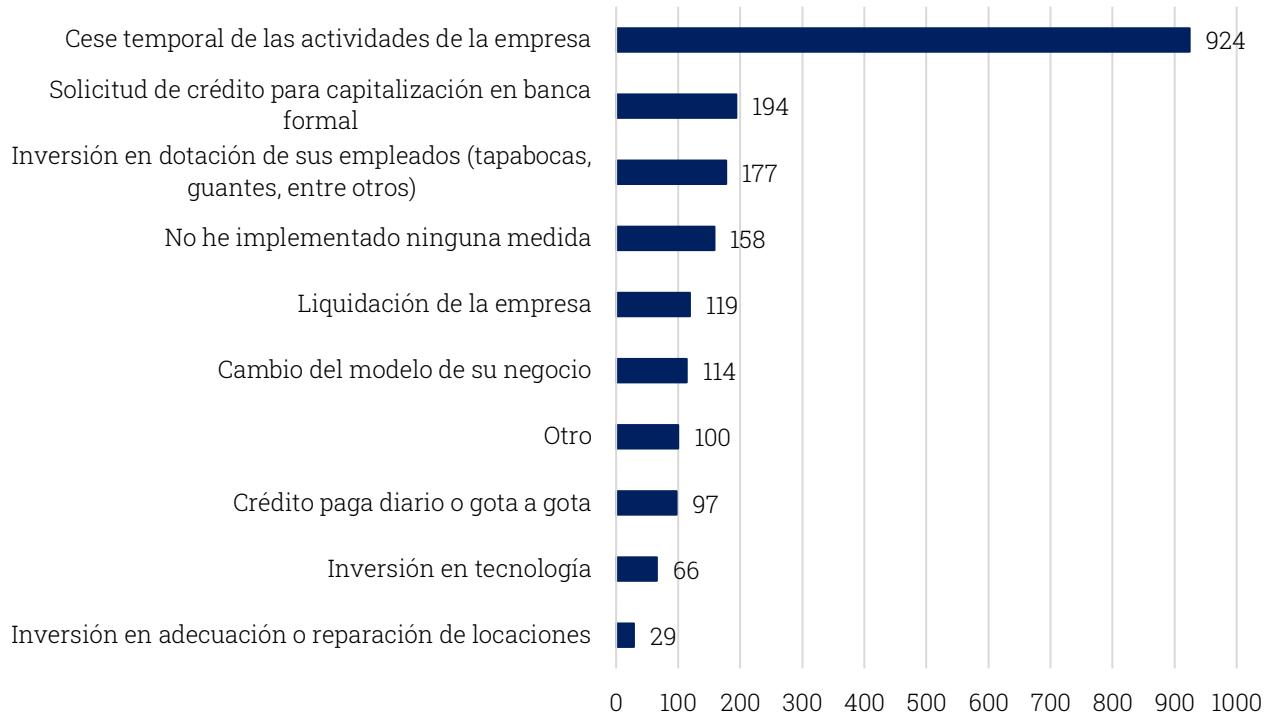
De acuerdo a la respuesta de los empresarios encuestados, el 70% consideran el suministro de insumos y mercancía disminuirá, mientras que el 30% se conserva optimista y considera seguirá igual o aumentará

### 8. ¿Cómo cree que afectará a su empresa la crisis económica y social provocada por el COVID-19?



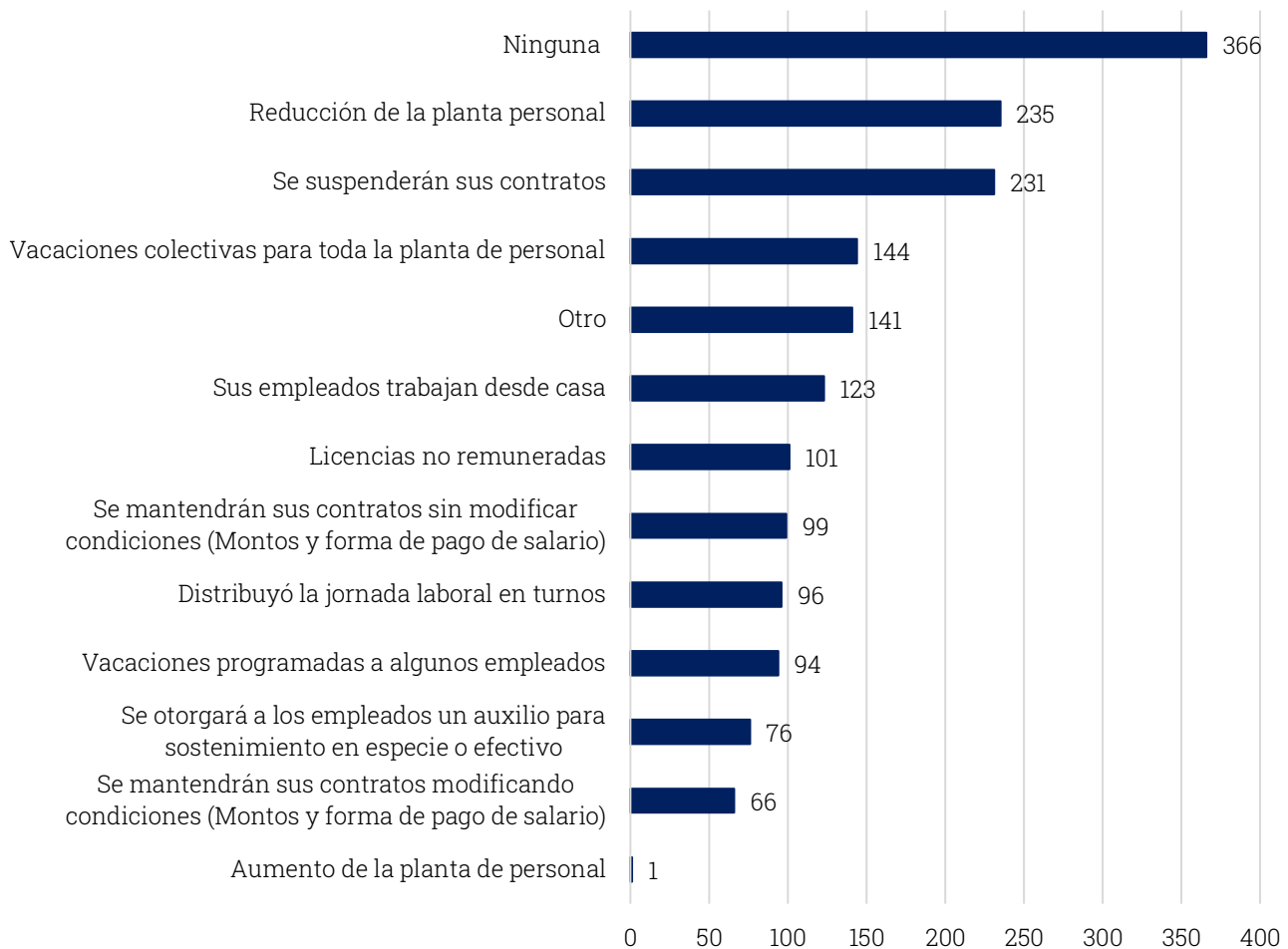
El 96% de los encuestados afirman la crisis económica y social provocada por el COVID-19 los afectará negativamente, el 2% no espera afectación, mientras que tan solo el 2% considera positivamente.

### 9. ¿Qué medidas están implementando su empresa para enfrentar la situación provocada por el COVID-19?



Respecto a las medidas adoptadas por las empresas encuestadas para enfrentar o mitigar el impacto del COVID-19, el 70% contestó, que cesaron actividades de la empresa, el 15% solicitaron un crédito para capitalización de su actividad productiva; el 13% continuó en operación y realizó inversión en dotación para sus empleados; el 12% no realizó ni implementó medidas; el 9% liquidaron su empresa; el 8,6% cambio su modelo de negocio; 7,6% realizaron otras medidas, como la aplicación de domicilios o la reducción de horas de trabajo; el 7,3% realizó un crédito paga diario gota a gota y el 2,2% realizó inversiones en adecuación de su local

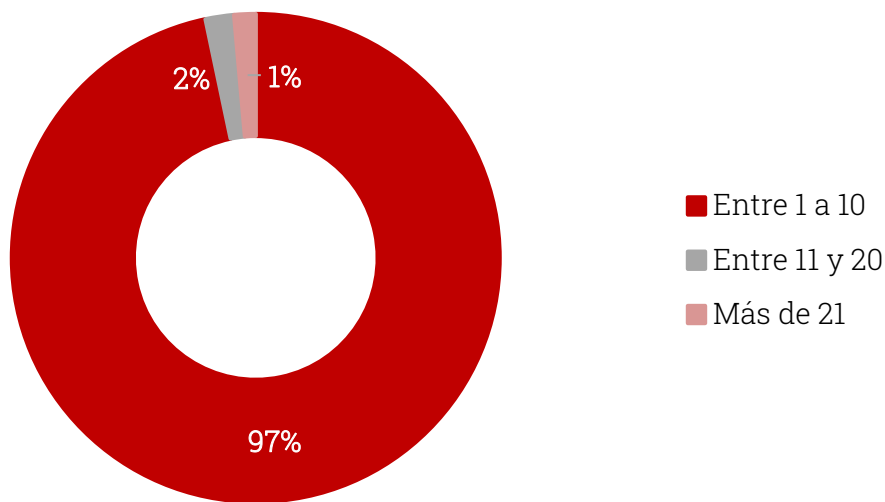
### 10. ¿Qué medidas está implementando su empresa para su planta de personal ante la situación provocada por el COVID-19?



Entre las principales medidas adoptadas por las empresas, para sus empleados de planta, debido a la situación económica por COVID-2019 están: el 28% afirma no tomaron medidas, el 18% redujo su planta de personal, el 17 suspendieron contratos (Es decir el 35% de las empresas tomaron medidas que afectaron la empleabilidad de la región); el 11% enviaron a su personal de vacaciones colectivas; el 10,8% tomaron otra medida tal como apoyo en el transporte y adelanto de la prima; el 9,3% respondieron el trabajo en casa; 9,1 licencias no remuneradas; 7,5% mantuvieron los contratos sin modificar condiciones; el 7,3% distribuyó la jornada laboral en turnos; entre otras

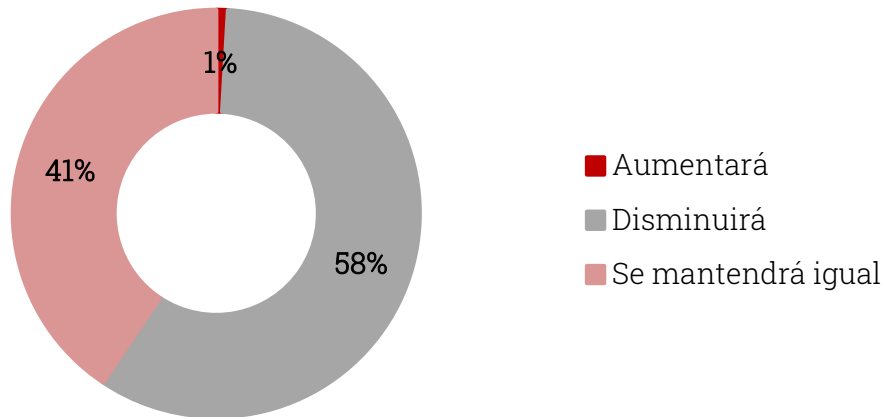
### (Reducción de la planta de personal)

10.2. Si redujo la planta de personal a raíz del COVID-19, indique la cantidad de empleados que desvinculó



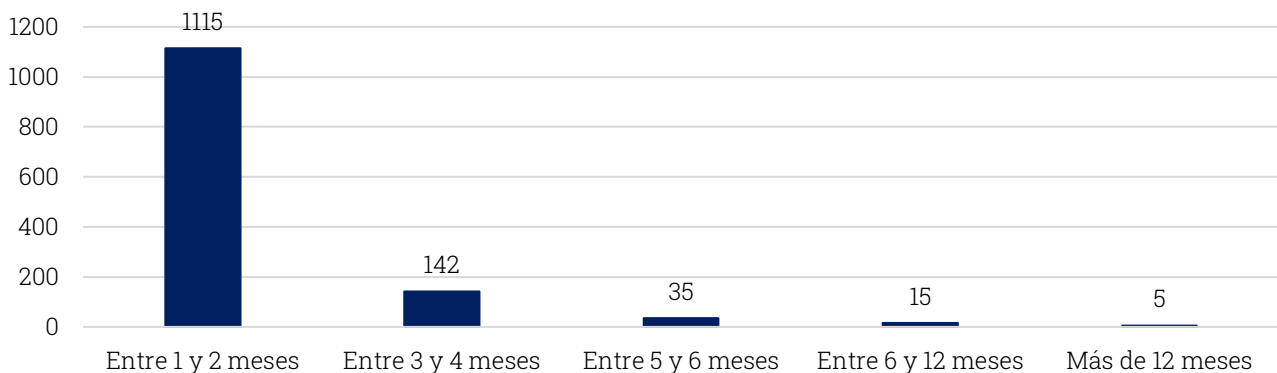
De acuerdo a la pregunta anterior, 235 empresas redujeron su personal, lo que llevó a la desvinculación laboral de 887 personas a raíz del COVID-19, es decir casi cuatro personas por cada empresa. De acuerdo a la encuesta el 97% de las empresas han desvinculado entre 1 y 10 empleados, el 2% entre 11 y 20 y el 1% más de 21. Tan sólo 6 de las 235 empresas encuestadas, concentraron el 40% de las personas desvinculadas laboralmente, 4 de éstas unidades productivas pertenecientes al sector construcción.

11. Considera que en los próximos meses su planta de personal:



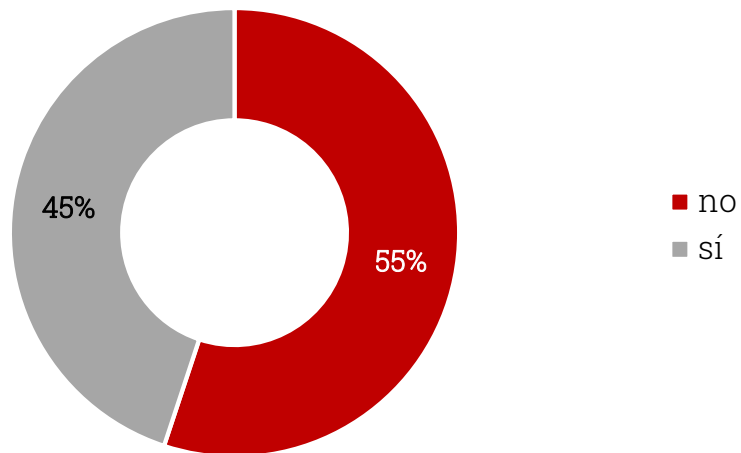
De acuerdo a la proyección de las empresas encuestadas, consideran que en los próximos meses la planta de persona disminuirá, con el 58% de las respuestas, contra un 41% que afirma se va a mantener. Lo anterior un panorama preocupante, por una parte, en esas empresas que consideran mantener a futuro su producción y sus empleados, y que aún no se conoce con exactitud la duración de la emergencia sanitaria, sumado una crisis del mercado; y por otro lado esas unidades productivas que consideran disminuir su planta de personal, el cual puede afectar el consumo nacional y el gasto en los hogares.

12. Suponiendo que las condiciones actuales en el país se mantengan y las medidas se prolonguen indefinidamente, ¿Cuántos meses podría subsistir su negocio con recursos propios?



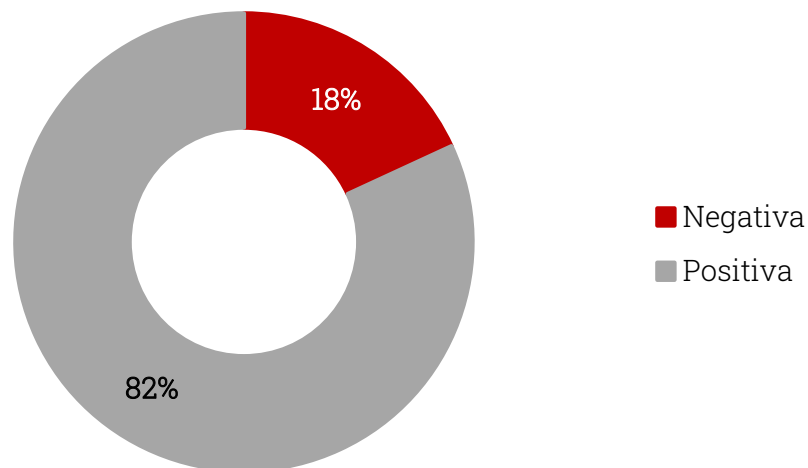
El 85% de las empresas encuestadas manifestaron pueden subsistir con recursos propios entre 1 y 2 meses, el 10,8%, afirmó permanecer entre 3 y 4 meses, el 2,6% entre 5 y 6 meses, el 1,1% entre 6 y 12 meses y tan sólo el 0,5% más de 12 meses.

13. En el año 2019, ¿Su empresa solicitó algún préstamo o producto en alguna entidad financiera para realizar inversiones o ganar liquidez?



El 45% de las empresas encuestadas, afirman solicitó algún prestado a alguna entidad financiera para realizar inversiones o ganar liquidez.

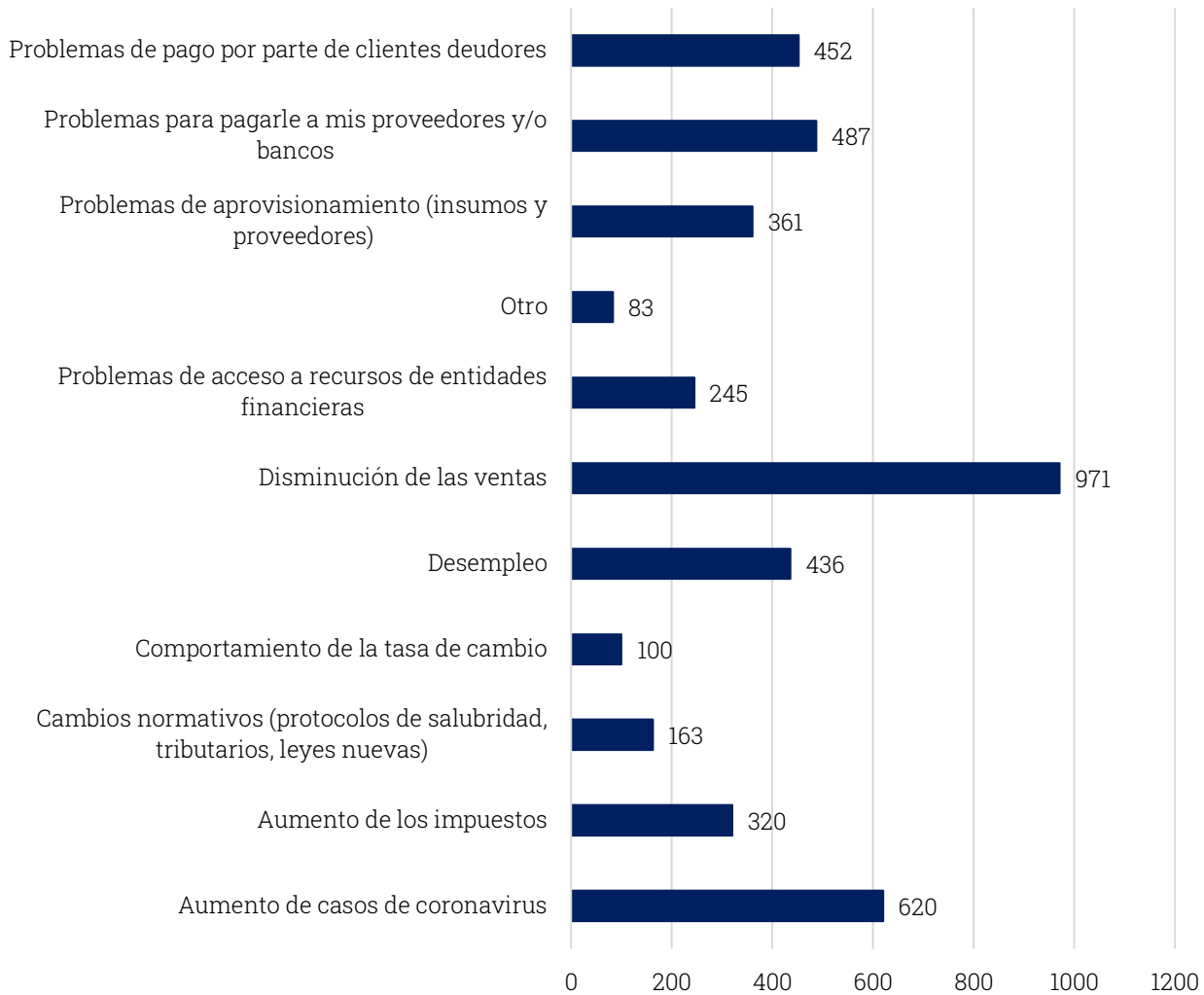
13.1 ¿Qué respuesta obtuvo de la entidad financiera?



De las 585 empresas que solicitaron el crédito, al 82% se lo aprobaron. Con la premisa de que la situación actual se prolongue a futuro, pueden existir 479 unidades productivas que pueden estar en riesgo, de no poder cumplir con sus obligaciones financieras.

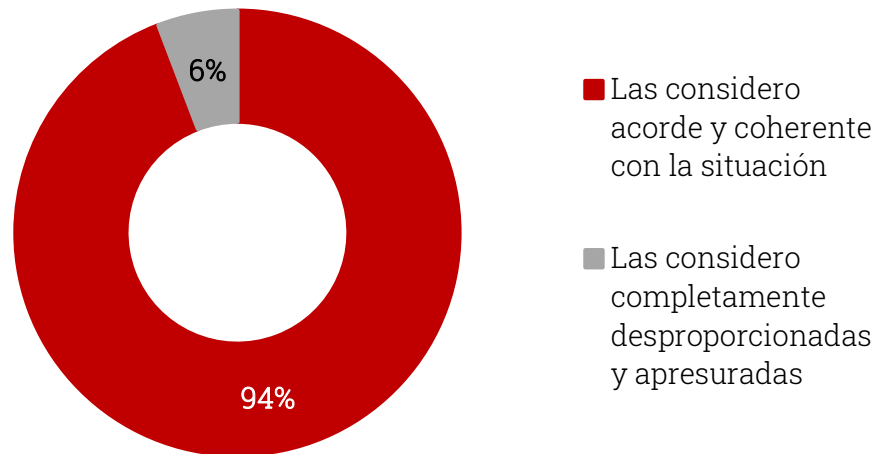


#### 14. ¿Cuáles son las principales preocupaciones que tiene su empresa para los próximos meses?



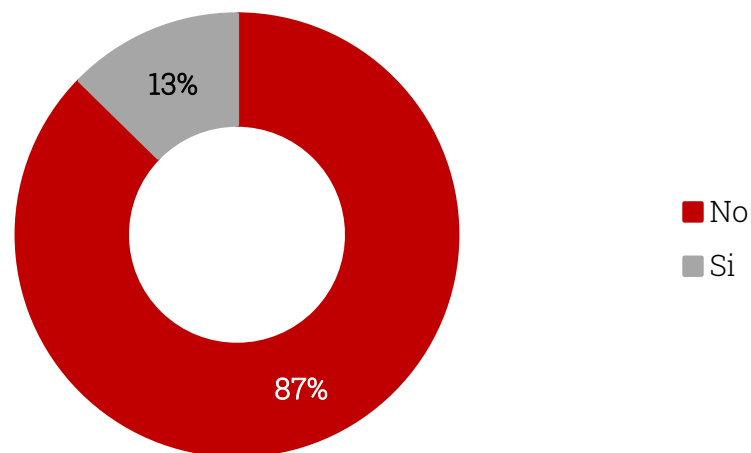
Entre las principales preocupaciones de los empresarios para los próximos meses están: la disminución de las ventas con 971 respuestas; aumento de casos de coronavirus con 620; seguido de problemas para pagarle a los proveedores y bancos; problemas para pago por parte de clientes deudores y desempleo con 487, 452 y 436 respuestas respectivamente; le sigue problemas de aprovisionamiento con 361 afirmaciones, aumento de los impuestos con 320, problema de acceso a recursos de entidades financieras con 245, cambios normativos con 163, el comportamiento de la tasa de cambio 100 y otros con 83, en el que se encuentra el pago de arriendo principalmente.

15 ¿Cuál es su percepción con las medidas tomadas por el gobierno nacional para el control de la emergencia sanitaria derivada del COVID-2019 en el país?



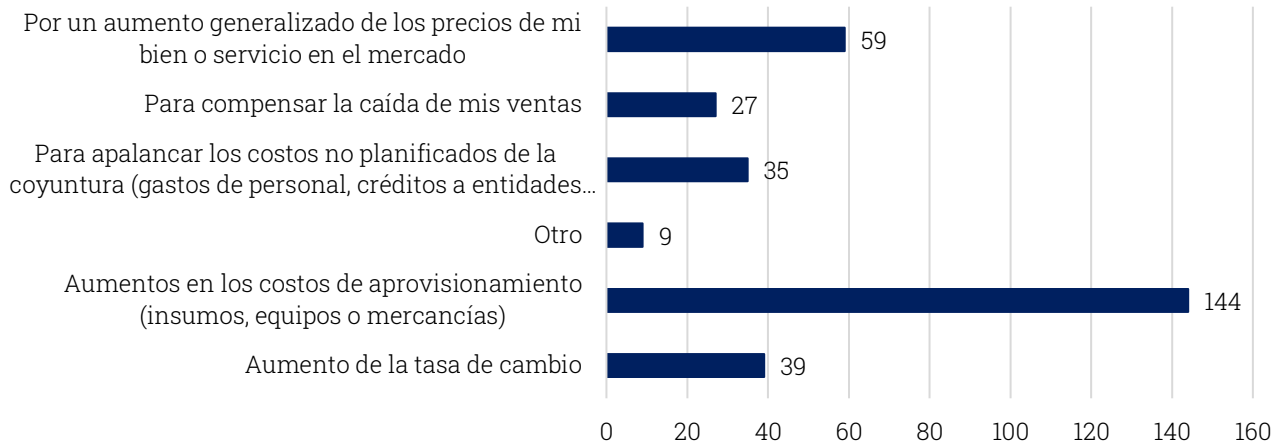
El 94% de los empresarios encuestados aprueban las medidas adelantadas por el gobierno nacional para mitigar el impacto del COVID-19, esto a pesar de los diferentes impactos negativos al tejido empresarial sustentados anteriormente; frente un 6% que considera no aprobarlas.

16. Durante la coyuntura derivada del COVID-19, ¿Ha tenido que aumentar los precios de venta de los bienes o servicios que ofrece?



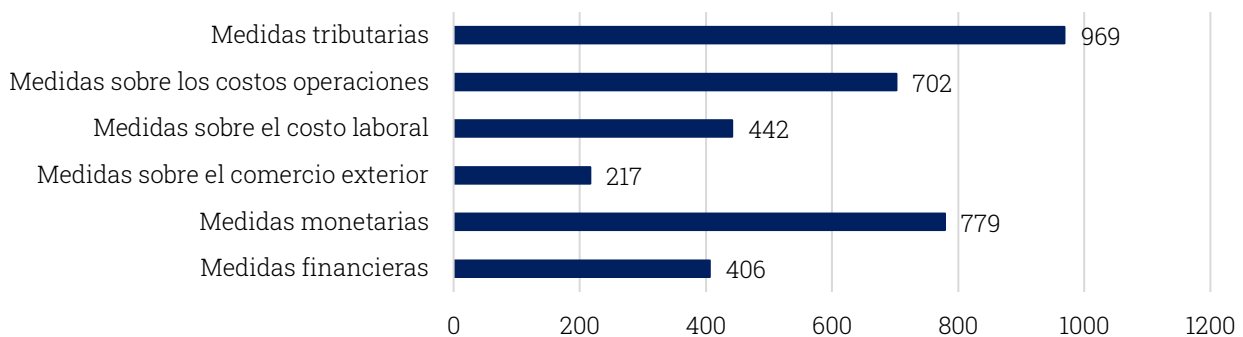
El 87% de los empresarios encuestados manifiesta no han tenido que aumento los precios de venta de bienes o servicios ofertados, mientras que el 13% afirma si lo han hecho, es decir tan sólo 170 empresas.

### 16.1. Indique las razones que llevaron al aumento de sus precios de venta de bienes y/o servicios:



De las 170 empresas que contestaron habían aumentado los precios de venta a sus bienes y servicios, las principales razones fueron: porque hay aumentos en los costos de aprovisionamiento con 144 respuestas, seguido de un aumento generalizados de los previos del bien o servicio en el mercado con 59, por el aumento de la tasa de cambio con 39, para apalancar los costos no planificados de la coyuntura con 35, para compensar la caídas de mis ventas con 27 respuestas y por último otros con 9 afirmaciones, en donde contestaron tener poco inventario.

### 17. En su opinión ¿Cuáles serían las principales medidas que el gobierno debería priorizar para recuperar la economía por la actual emergencia sanitaria derivada del COVID-2019?



De acuerdo a los resultados de la gráfica anterior, el sector empresarial considera el gobierno debe concentrar sus esfuerzos en desarrollar medidas tributarias (extensión de plazos y brindar facilidades para pago de impuestos, reducción temporal del IVA, suspensión de términos de cobro coactivo), con 969 de las respuestas; seguido de medidas monetarias con 779, medidas sobre los costos operacionales con 702, midas sobre costo laboral con 442, medidas financieras 406 y medidas sobre comercio exterior con 217.



PRÓXIMAMENTE del *Huila*

**¿Quieres hacer parte  
de la solución?**

**¡Cuéntanos tu propuesta, al  
siguiente correo!**

[cristiancarvajal@ccneiva.org](mailto:cristiancarvajal@ccneiva.org)

**#QuédateEnCasa**