

DOCUMENTO OFICIAL
“PLAN DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL DEPARTAMENTO
DEL HUILA FRENTE AL COVID-19”

LUIS ENRIQUE DUSSAN LOPEZ

GOBERNACIÓN DEL HUILA

NEIVA

2020

SELLO HUILA TERRITORIO SOLIDARIO



El **Sello Huila Solidario** es una marca región que creamos en el departamento del Huila y que tiene como propósito contribuir a superar la crisis económica, social y sanitaria que ha traído consigo la emergencia del COVID-19 en el Departamento.

A través del **Sello Huila Solidario** impulsaremos la reactivación económica y productiva de la región huilense, acudiendo a la dinamización de los mercados, la diferenciación de la producción local, el sentido de pertenencia, la apropiación y la solidaridad del pueblo huilense.

Queremos generar un impacto positivo en todos los sectores de la producción, con especial énfasis en el agropecuario, empresarial, cultural, comercial, a través de la puesta en marcha de esta iniciativa de la cual haremos parte todos los Opitas de Corazón.

Por medio de este sello, que estará representado por una estampilla adhesiva al respaldo de cada producto, se hará una mención o remembranza a la actual situación que está viviendo el mundo y por su puesto nuestro departamento. Será un reconocimiento a quien adquiera estos productos identificados con este sello, por su aporte y contribución solidaria a la superación de la emergencia social y económica en el departamento del Huila.

Estos productos, bienes y servicios serán comercializados y promocionados durante periodo de aislamiento social y de manera permanente en el corto y mediano plazo. Y será precisamente este sello (**Huila Solidario**) que nos hará recordar en los años venideros, que todos aportamos y acudimos a la solidaridad para superar esta crisis.

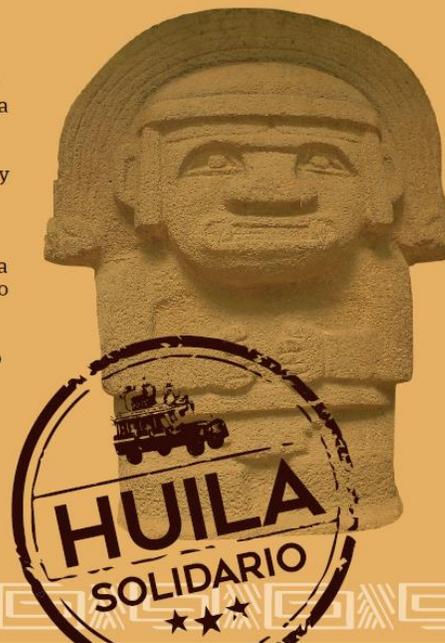
Mención

El 2020 ha sido un año doloroso para la humanidad, una pandemia provocada por el virus llamado COVID-19 ha dejado miles de muertos y contagiados en el mundo, dando origen a una crisis económica, social y sanitaria en todos los rincones del planeta. Esta pandemia ha puesto en evidencia la fragilidad humana y ha despertado sentimientos de solidaridad, hermandad y conciencia social y ambiental como nunca antes en nuestra historia reciente.

Ayudar al prójimo ha sido la principal consigna para superar esta crisis que nos obliga a aislarnos y refugiarnos en lo más profundo del seno de nuestros hogares. Pasarán años para superar las secuelas de esta pandemia, que quedará en nuestra memoria como la más lamentable tragedia sanitaria del último siglo. Pero nuestra *Alma del Huila* permitirá que renazca también la esperanza de un nuevo amanecer en nuestra amada ¡Tierra de Promisión!

Quien adquiere este producto, ha aportado y contribuido solidariamente a la superación de la emergencia social y económica en el departamento del Huila.

Huila - 2020



Contenido

Antecedentes.....	6
Estado del arte/Diagnóstico	9
Análisis de la evolución del COVID 19	9
Situación Económica actual.....	17
Resultados Generales de la Encuesta de Impacto Económico del Covid-19 en el Tejido Empresarial del Huila	35
Análisis de la Situación Actual de las principales actividades del Tejido Empresarial	46
Aspectos macroeconómicos	47
Generación de empleo	51
Aspectos Microeconómicos.....	56
Variable financiera	61
Análisis del Endeudamiento en el departamento del Huila en contraste con el análisis de la información Financiera.....	67
Necesidad de crédito y disponibilidad de capital de trabajo.....	73
Identificación de cuellos de botella en sectores estratégicos	81
Sector Cacaotero	82
Sector Cafetero	85
Sector Piscicultor.....	89
Sector Turismo	92
Sector Minero	94
Sector Frutícola	96
Sector Economía Naranja.	100
Justificación	103
Componente Estratégico (Económico)	105
Mesas Sectoriales.....	105
Propuestas Gremios Regionales	106
Consejo Gremial del Huila	106
Propuesta Gremios del Huila.....	107
Propuestas de Municipios del Huila.....	107
Propuestas de Empresas Públicas en el Huila	108

Matriz Plan de Acción.	108
Impactos Económicos del Plan de Reactivación	130

Antecedentes

A pesar de la existencia de varios ejercicios de articulación institucional que en el departamento del Huila se han producido con el propósito de diagnosticar, valorar, proyectar y poner en la agenda pública las potencialidades de la región, en los diferentes renglones de la economía, desde el año 2013 no se estructura una política clara de empleo dirigido a atender los factores que impiden la generación de nuevas oportunidades de trabajo; en ese momento el “Plan departamental de empleo en el Huila”, se proyectó como una herramienta implementada por el Ministerio del Trabajo en convenio con la Fundación Panamericana para el Desarrollo, FUPAD, con el objetivo de estructurar y establecer una política pública de empleo, emprendimiento y generación de ingresos, vinculada a la problemática puntual del departamento.

El ejercicio permitió la articulación de aproximadamente 140 actores del territorio de los sectores público, privado, academia, sociedad civil, etc.; tales como la Cámara de Comercio de Neiva, a través del Centro de Competitividad y la Agencia de Atracción de Inversiones Invest in Huila; la Corporación Huila Futuro, Comisión Regional de Competitividad e Innovación, SENA Regional Huila; las Universidades: Surcolombiana, Cooperativa, Antonio Nariño, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN, Fundación Escuela Tecnológica de Neiva; y la Dirección Territorial del Departamento para la Prosperidad Social– DPS, entre otros. (FUPAD, 2014).

En materia estudios de impacto, el año 2005 se produce la Agenda Interna de Productividad y Competitividad, documento liderado por la Gobernación del Huila, que priorizó las apuestas productivas del departamento teniendo en cuenta las dinámicas cambiantes de las regiones. En el año 2015 se dio la actualización de la Agenda Interna y se llamó Agenda Interna - Plan Regional de Competitividad, proceso que permitió validar cada una de las apuestas y con ello incorporar aquellas con gran potencial, además de excluir algunos renglones que habían cedido espacios.

Para el año 2018, el Huila registró una tasa de crecimiento del PIB de -0.7% respecto al año anterior. Este comportamiento se debe al desempeño de las ramas de actividad Construcción (-22,7%) y Explotación de minas y canteras (-1,4%), en contraste a esto las ramas que presentaron un mejor desempeño fueron: Actividades profesionales, científicas y técnicas (6,6%), Información y comunicaciones (6%), Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado (5,3%). Por otro lado, los sectores más representativos dentro de la economía departamental presentaron el siguiente comportamiento: Administración pública, defensa, educación y salud (3,7%), Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (1,2%) y Comercio al por mayor y por menor (2,7%).

Los entes territoriales necesariamente cada vez están más inmersos en mediciones que generan escalas de clasificación y se convierten en puntos de referencia para la atracción de inversión; es así como en 2013 el Consejo Privado de Competitividad (CPC) y el Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas de la Universidad del Rosario (CEPEC)

presentaron la primera versión del Índice Departamental de Competitividad (IDC), el cual se basa en el marco conceptual del Foro Económico Mundial (WEF, por su sigla en inglés) cuya medición de competitividad de los países se ha convertido en el referente mundial en la materia. Ese año se midió el desempeño de 21 departamentos y Bogotá, y desde ese momento el Huila hace parte de la medición. (Guía para el mejoramiento de la competitividad del Huila 2019).

A propósito de la medición del IDC, La Cámara de Comercio de Neiva realizó la Guía para el mejoramiento de la competitividad del Huila, importante herramienta de toda la institucionalidad pública, privada, no gubernamental, académica, empresarial y de la sociedad civil, para establecer paso a paso las acciones y compromisos necesarios para mejorar la competitividad de la región.

Claramente, en todos los estudios, proyectos e investigaciones se ha teniendo en cuenta como base un escenario de acción con condiciones sociales y de mercado dentro de los márgenes propios de la fluctuación económica. Sin embargo, en ningún momento se visualizó una situación tan compleja y de tanta afectación inmediata como la generada por las consecuencias del COVID 19.

Las consecuencias de la pandemia han atacado duramente la estabilidad económica de comerciantes y empresarios, quienes hacen esfuerzos por mantener a flote sus establecimientos, al tiempo en que han tenido que despedir de sus puestos de trabajo a miles de empleados, quienes viven su propio dilema para mantener las condiciones de estabilidad en sus hogares.

Con respecto al mercado laboral en el Huila durante el año 2018 la tasa de desempleo se ubicó por debajo del promedio nacional con 9,2%, cifra que se incrementó en 0.5 puntos porcentuales frente al año anterior. Para el año 2019 la cifra se ubicó en 8,2%, sin embargo, contrastando para Neiva en los meses de enero, febrero y marzo de 2019 (12,1%) con el mismo periodo del año 2020 (17,9%) hay un incremento de 5.8 puntos porcentuales que reflejan la magnitud de la afectación, incluso sin abordar aun los meses más críticos que se prevén entre el segundo y tercer trimestre del año. A nivel nacional, para el mes de marzo de 2020, la tasa de desempleo del total fue 12,6%, presentando un aumento de 1,8 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del 2019 (10,8%). (DANE 2020).

La construcción concertada del Plan de desarrollo Departamental “Huila Crece”, abordado durante los primeros meses del presente año en cada uno de los municipios del Huila y con los diferentes sectores de la sociedad, permite tener un diagnóstico actualizado del territorio que será fundamental en la implementación del “Plan de Reactivación Económica para el Huila”, convertido en la política pública que estará como punta de lanza hacia la reactivación económica y social de la región.

Estado del arte/Diagnóstico

Análisis de la evolución del COVID 19

El 31 de diciembre de 2019, la oficina de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en China es informada de varios casos de neumonía de etiología desconocida (causa desconocida) detectados en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei (China), posteriormente se determina que están causados por un nuevo coronavirus.¹

Según la OMS, los coronavirus son una extensa familia de virus que pueden causar enfermedades tanto en animales como en humanos. En los humanos, se sabe que varios coronavirus causan infecciones respiratorias que pueden ir desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS); es entonces que se toma la decisión de ser nombrado bajo las palabras "corona", "virus" y *disease* (enfermedad en inglés), mientras el 19 representa el año en que surgió.

El nuevo coronavirus rápidamente pasa de ser catalogado como epidemia a pandemia por su progresiva propagación a los países vecinos de China, siendo Tailandia el primer país en reportar un infectado², paulatinamente se reportan casos en Malasia, Vietnam, Japón, Alemania, Estados Unidos. Es entonces que la OMS para el 30 de enero del 2020 señala la existencia de un total de 7.818 casos confirmados en todo el mundo, la mayoría de ellos en China y 82 en otros 18 países.

Situación Mundial

Gráfico 1. Situación a nivel mundial del COVID 19



¹ Organización Mundial de la Salud, <https://www.who.int/csr/don/05-january-2020-pneumonia-of-unkown-cause-china/es/>

² Organización Mundial de la Salud, <https://www.who.int/es/news-room/detail/13-01-2020-who-statement-on-novel-coronavirus-in-thailand>

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del centro europeo para la prevención y control de enfermedades a corte del 30 de abril del 2020.

El continente Europeo es el más afectado con más de cuatrocientos mil casos de contagios para principios del mes de abril y más de ochenta mil muertes por contagio distribuidos principalmente por países como Italia, España, Alemania, Francia y Reino Unido³, la alta tasa de mortalidad por el coronavirus COVID 19 es explicada por que la región cuenta con una de las poblaciones con más personas mayores de 65 años en el mundo, lo que representa alrededor del 20,3% de la población en el continente. Según la Organización de Naciones Unidas (ONU) La edad promedio en Europa se ubica en 42,2 años, superando alrededor de 12 años al promedio mundial.

Colombia

Conforme el mundo afrontaba el nuevo coronavirus, Colombia para finales del mes de enero adoptaba medidas preventivas, orientadas por la OMS/OPS (Organización Panamericana de la Salud) para mitigar el contagio de la enfermedad, entre las cuales se encuentran:

- ✓ Realizar lavado frecuente de manos.
- ✓ Cubrirse al toser y estornudar.
- ✓ Usar tapabocas si presentan síntomas de resfriado.
- ✓ Ventilar los espacios de casa y oficina.
- ✓ Los profesionales de la salud que atiendan pacientes con síntomas respiratorios deben adoptar las medidas de bioseguridad correspondientes.

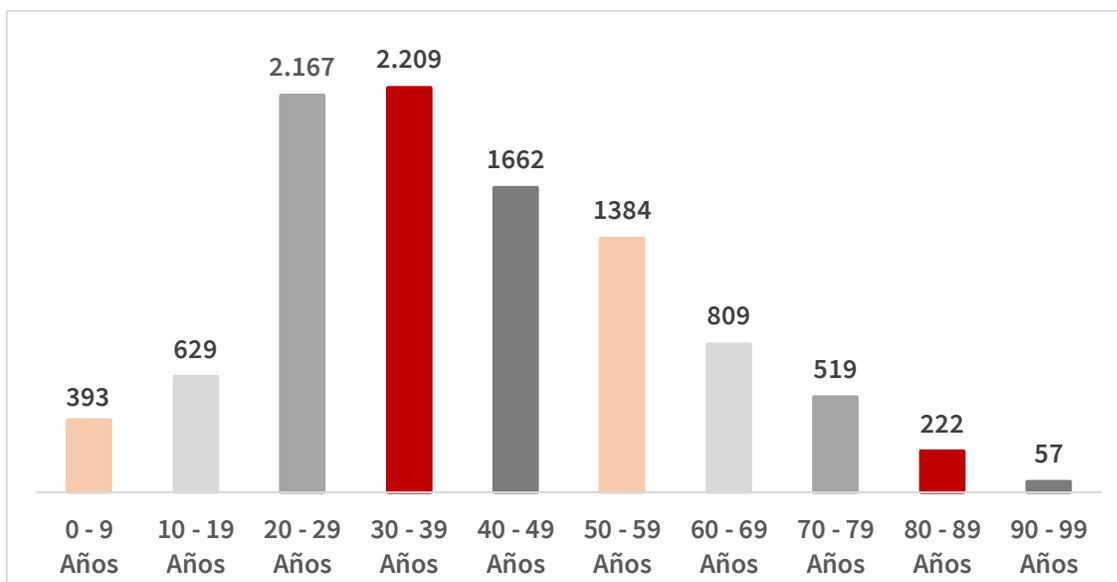
A principios de febrero se posesiona como el primer país de Latinoamérica en tener pruebas de diagnóstico para el nuevo coronavirus con lo cual se evita enviar las muestras a los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC, por sus siglas en inglés), en Estados Unidos⁴ además el estado programa la misión humanitaria del vuelo a Wuhan (China) con el objetivo de repatriar a 15 connacionales, incluidos dos funcionarios de Cancillería, a su vez traslada a tres mexicanos y cinco españoles cuya repatriación fue definida en coordinación con las autoridades de salud de sus respectivos gobiernos.

El 6 de marzo del 2020 El Ministerio de Salud y Protección Social confirma el primer caso de COVID 19 en el territorio nacional luego de los análisis practicados a una paciente de 19 años. Al último reporte generado el 8 de mayo del 2020 se tiene 10.051 casos confirmados, 2.424 personas recuperadas y 428 fallecimientos.

³ <https://www.semana.com/mundo/articulo/coronavirus-en-el-mundo-paises-con-mas-casos-de-covid-19-por-continente/660550>

⁴ Ministerio de Salud y Protección Social

Gráfico 2. Distribución por edad de personas confirmadas con COVID 19 en Colombia



Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Salud.

El

Gráfico 2 demuestra que los rangos de edades donde existe mayor contagio en el país son entre 20 a 49 años, representando el 60% de los contagios. Con respecto a distribución de rangos de edad en los casos recuperados, estos mismos años representan el 63% y entre los fallecidos el rango de edad se desplaza estando el 67% entre los rangos de 60 a 89 años.

La distribución por sexo de los casos contagiados no presenta mayor diferencia, siendo 5.659 hombres (56,3%) y 4.392 mujeres (43,7%), en las personas recuperadas las mujeres llevan la delantera con 1.227 (50,62%) y 1.197 hombres (49,38%).

Tabla 1. Número de casos confirmados por departamento.

Departamentos	Casos confirmados
Amazonas	430
Antioquia	464
Atlántico	868
Bogotá	3824
Bolívar	536
Boyacá	61
Caldas	94

Departamentos	Casos confirmados
Caquetá	15
Casanare	20
Cauca	42
Cesar	70
Chocó	27
Córdoba	31
Cundinamarca	270
Guajira	15
Huila	147
Magdalena	263
Meta	835
Nariño	253
Norte Santander	91
Quindío	66
Risaralda	214
San Andrés	6
Santander	41
Sucre	2
Tolima	103
Valle	1263
Total	10.051

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Salud y Protección Social – Instituto Nacional de Salud.

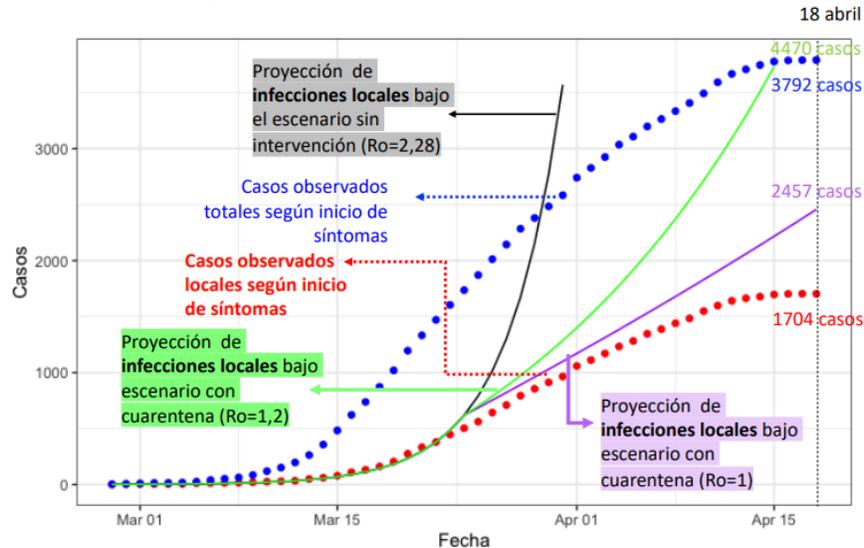
La Tabla 1 muestra el número de contagiados por departamento, indicando que la ciudad de Bogotá D.C. contiene el mayor de casos representando el 38,05%, seguido por Valle del Cauca con el 12,57%, Atlántico con un 8,64%, el departamento del Meta con 8,34% y Bolívar con un 5,33%. Seis departamentos aún no reportan casos: Arauca, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés, Vichada.

Curva Epidemiológica en Colombia

Con los inicios del brote en Colombia, a partir del número de casos confirmados a diario el Instituto Nacional de Salud (INS) estableció que la tasa de contagio para el COVID 19 en el país era de 2.5. El 14 de abril, el ministerio de salud y protección social, informó **que la tasa disminuyó a 1.2 tras el primer periodo de cuarentena.**⁵

⁵ <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/minsalud-asegura-que-la-tasa-de-contagio-en-colombia-paso-de-25-a-12/663530>

Gráfico 3. Ajustes de curvas de predicción ajustadas con la curva de casos de transmisión local reportados. Colombia, a corte 14 de abril.



Fuente: Instituto Nacional de Salud – Ministerio de Salud y Protección Social.

La curva negra representa la situación que habría vivido el país sin aislamiento; la línea azul a los casos totales al 14 de abril; la línea roja a el número de contagios con circulación autónoma, es decir, las personas que se infectaron en territorio nacional y no fueron importados de otros países y finalmente, la línea verde, muestra la tasa de contagio.

Capacidad Instalada

Con la llegada del virus al país se establece la disponibilidad de infraestructura en materia de salud para combatirlo.

En cumplimiento a la primera fase de expansión de los servicios hospitalarios dirigidos al grupo de pacientes contagiados con el COVID 19; las camas de hospitalización, de cuidados intermedios y de cuidados intensivos que se encuentran destinadas para la atención de pacientes adultos serán reservadas el 50% con el fin de ser dirigidas a la capacidad instalada para la atención de la enfermedad.

Tabla 2. Capacidad instalada para Colombia año 2020.

Capacidad Instalada 2020	Total
Número de camas de hospitalización	20.088
Número de camas de cuidados intermedios	1.599

Número de camas de cuidados intensivos	2.761,5
Total	24.448,5

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud – REPS.

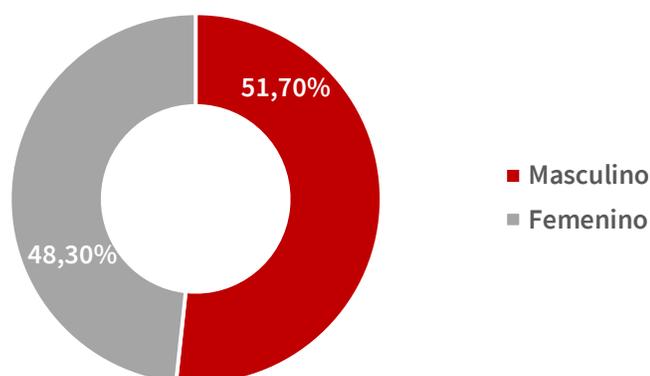
La Tabla 2 **Tabla 2. Capacidad instalada para Colombia año 2020.** indica el 50% de la disponibilidad de infraestructura (en camas) para Colombia, el país cuenta en total con 40.176 camas de hospitalización, 3.198 camas de cuidados intermedios y 5.523 camas de cuidados intensivos.

Huila

El 13 de marzo de 2020 el Ministerio de Salud y Protección Social confirma cuatro nuevos casos de COVID-19 en Colombia luego de resultados positivos a los análisis practicados y verificados por el Instituto Nacional de Salud⁶, entre el cual se encuentra el primer caso para el departamento del Huila, se trata de una mujer adulta mayor en Neiva con antecedentes de desplazamiento desde Italia. Llegó al país el 5 de marzo sin síntomas y al día siguiente arribó a la capital del departamento, igualmente se es detectado el contagio a la hermana de la mujer.

De acuerdo con el reporte de 8 de mayo del 2020 el Huila confirma 147 casos (siendo el 1,46% a nivel nacional) de los cuales se distribuyen en los municipios de: Acevedo (1), Agrado (1), Aipe (1), Algeciras (3), Garzón (1), Gigante (16), Isnos (1), La Plata (3), Neiva (97), Paicol (2), Palermo (5), Pitalito (10), San Agustín (2), Timaná (4); el departamento presenta 51 personas recuperadas, 43 de ellas establecidas en la capital y 3 en Palermo; 7 personas fallecidas dos por el municipio de Isnos y Timaná y 5 en la ciudad de Neiva

Gráfico 4. Distribución por sexo de personas contagiadas en el departamento del Huila

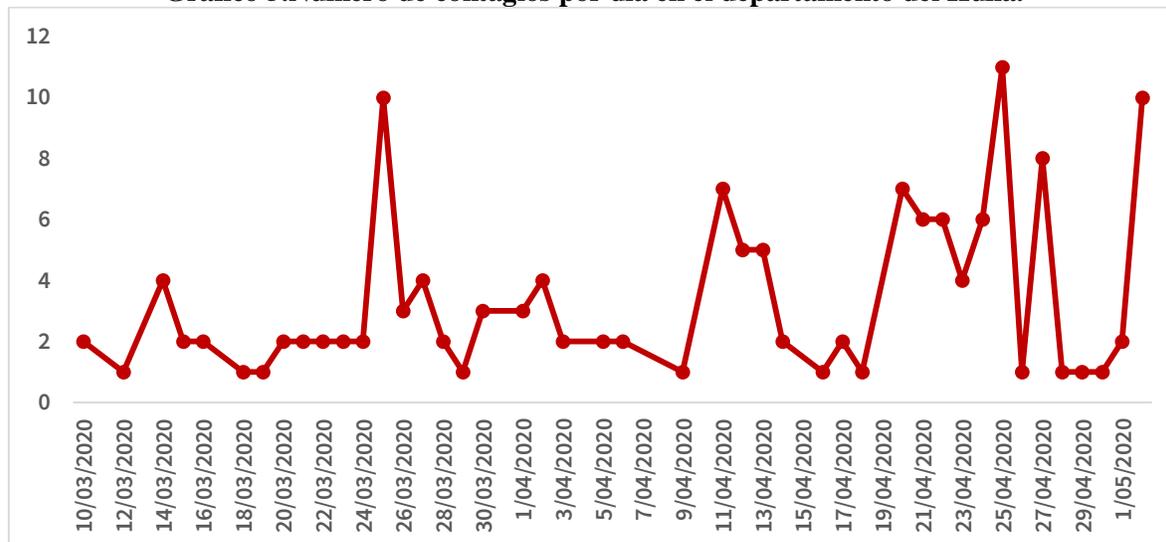


Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Salud y Protección Social – Instituto Nacional de Salud.

⁶ <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Minsalud-confirma-cuatro-nuevos-casos-de-coronavirus-%28COVID-19%29-en-Colombia.aspx>

Curva Epidemiológica en el Huila

Gráfico 5. Número de contagios por día en el departamento del Huila.



Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Salud y Protección Social – Instituto Nacional de Salud.

El promedio de casos de contagios en el departamento oscila en 3,2; cifra ubicada en un rango inferior frente a todo el país; la gobernación del Huila comunicó que aunque los casos aumentan por debajo a lo que se esperaba, la etapa de contención se mantiene, esto con el objetivo de aplanar la curva de contagio en la región.⁷

El 25 de marzo, 25 de abril, 2 de mayo, 27 de abril, 11 de abril, 20, 21, 22 y 24 de abril, fueron los días en los cuales se presentaron el mayor contagio en el departamento, representando estos el 48% del total de casos.

Capacidad Instalada

El departamento cuenta con un total de 893 camas de hospitalización, 36 camas de cuidados intermedios y 140 camas de cuidados intensivos, de los cuales el 50% se encuentran dirigidas al grupo de pacientes contagiados con el COVID 19, medida dada por el gobierno nacional.

Tabla 3. Capacidad instalada en el departamento del Huila por municipio.

Municipios	Número de camas de hospitalización	Número de camas de cuidados intermedios	Número de camas de cuidados intensivos
Neiva	302,5	16,5	61
Acevedo	2	0	0

⁷ <https://www.lanacion.com.co/cede-curva-epidemica-del-coronavirus-en-el-huila/>

Municipios	Número de camas de hospitalización	Número de camas de cuidados intermedios	Número de camas de cuidados intensivos
Agrado	1,5	0	0
Aipe	2	0	0
Algeciras	2	0	0
Baraya	1,5	0	0
Campoalegre	2	0	0
Colombia	1,5	0	0
Garzón	31,5	0,5	4
Gigante	2	0	0
Guadalupe	2	0	0
Hobo	1,5	0	0
Iquira	2	0	0
Isnos	1	0	0
La Argentina	2	0	0
La Plata	14	0	0
Nataga	2	0	0
Oporapa	2	0	0
Paicol	1	0	0
Palermo	2,5	0	0
Pital	2	0	0
Pitalito	42	1	5
Rivera	3	0	0
Saladoblanco	2,5	0	0
San Agustín	3,5	0	0
Santa María	2	0	0
Suaza	2	0	0
Tarqui	1	0	0
Tello	2	0	0
Teruel	2	0	0
Tesalia	1,5	0	0
Timaná	2,5	0	0
Villavieja	3	0	0
Yaguará	1	0	0
Total	448,5	18	70

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud – REPS.

De la Tabla 3 se puede observar que la capital (Neiva) posee la mayor participación en camas de hospitalización con el 67,45%, camas de cuidados intermedios con el 91,67% y camas de cuidados intensivos el 87,14%. Los municipios de Altamira, Elías y Palestina no poseen camas para el cuidado de pacientes.

La Capacidad instalada entre el país y el departamento se encuentra marcada por grandes brechas, como lo demuestra la Tabla 4 el Huila posee el 2,22%, 1,13% y el 2,53% de las camas destinadas a los pacientes contagiados por el virus, cifra considerablemente baja, esto debido a la precaria infraestructura en materia de salud presentada en el departamento.

Tabla 4. Paralelo capacidad instalada Colombia - Huila.

	Colombia	Huila
Número de camas de hospitalización	20.088	446,5
Número de camas de cuidados intermedios	1.599	18
Número de camas de cuidados intensivos	2.761,5	70
Total	24.448,5	534,5

Elaboración propia a partir de datos del Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud – REPS.

Situación Económica actual

Las medidas de aislamiento preventivo obligatorio establecidos por todos los gobiernos alrededor del mundo como una estrategia para contener la expansión del COVID 19 con el objetivo de “aplanar la curva”, ha desatado una profunda recesión económica producto del cese del mayor número de actividades productivas en sectores como comercio, transporte, servicios empresariales, actividades culturales y recreativas, generando la ruptura de las cadenas de suministro de bienes y servicios, ocasionando una reducción de la oferta agregada, mientras que por el lado de la demanda, una fuerte reducción del consumo de bienes y servicios producto del aislamiento y la creciente incertidumbre frente a la estabilidad laboral, por el riesgo latente de despidos masivos en los sectores más afectados de la economía. Sumado a otros aspectos como la caída de los precios internacionales de las materias primas, particularmente del petróleo a partir de la crisis geopolítica al interior de la Organización de Países Exportadores de Petróleo OPEP, que mantuvo el ritmo de crecimiento de la oferta y, por otro lado, la reducción abrupta de la demanda producto del confinamiento, lo cual ha incrementado la devaluación del peso colombiano y pone en riesgo los menores ingresos por actividades petroleras para las cuentas fiscales del gobierno nacional.

El panorama económico global como se observa en la Tabla 5, refleja las proyecciones de crecimiento de la economía mundial, con una fuerte contracción (-3,0%), principalmente representada por las economías avanzadas particularmente los países de la zona euro y Estados Unidos quien en su orden se convirtieron en los nuevos focos del COVID 19 después de China. América Latina muestra una posible contracción del -5,2%, solo China e India logran cifras positivas de crecimiento según las proyecciones del FMI.

Tabla 5. Proyecciones de crecimiento PIB Mundial

	2020	2021
PIB Mundial	-3,0%	5,8%
Economías Avanzadas	-6,1%	4,5%
Estados Unidos	-5,9%	4,7%

	2020	2021
Zona Euro	-7,5%	4,7%
Alemania	-7,0%	5,2%
Francia	-7,2%	4,5%
Italia	-9,1%	4,8%
España	-8,0%	4,3%
Economías Emergentes y en Desarrollo	-1,0%	6,6%
China	1,2%	9,2%
India	1,9%	7,4%
América Latina y el Caribe	-5,2%	3,4%

Fuente. Elaboración propia con proyecciones del Fondo Monetario Internacional – FMI.

La economía colombiana es muy vulnerable a los choques externos asociados a la volatilidad de las materias primas, sumado a las graves afectaciones a la actividad económica producto de las medidas de mitigación del coronavirus, que según Fedesarrollo conforme a la evolución de las medidas de aislamiento y su impacto sobre el sector empresarial, expone tres escenarios de crecimiento para la economía nacional: el primero con un rápido rebote en forma de “V”, el segundo con un rebote y una fuerte caída producto de cuarentenas graduales en forma de “W”, y por último un escenario lento de recuperación por la extensión de las medidas de contención en forma de “U”. Como se observa en la Tabla 6, en el escenario más optimista la actividad económica presentaría una contracción del -2,7%, donde los sectores más afectados serán Actividades artísticas y de entretenimiento (-14,4%), Comercio y Transporte (-10,3%), Actividades Inmobiliarias (-8,3%), Minería (-6,6%) y Construcción (-5,0%).

Tabla 6. Proyección de crecimiento PIB Colombia desde la perspectiva de la oferta

Sector	Escenario V	Escenario W	Escenario U
Comercio y Transporte	-10,30%	-16,10%	-25,80%
Administración Pública y defensa	5,80%	5,90%	7,20%
Manufacturas	-1,90%	-3,00%	-6,40%
Actividades Inmobiliarias	-8,30%	-12,10%	-14,60%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,40%	0,30%	0,20%
Construcción	-5,00%	-10,20%	-11,00%
Agropecuario	3,00%	2,40%	2,30%
Minería	-6,60%	-10,80%	-12,50%
Actividades Financieras	-1,90%	-2,80%	-3,70%
Electricidad, gas y agua	-0,40%	-1,00%	-2,60%
Información y comunicaciones	3,10%	3,10%	3,00%
Actividades artísticas y de entretenimiento	-14,40%	-20,60%	-33,40%
PIB	-2,70%	-5,00%	-7,90%

Fuente. Fedesarrollo.

En contraste como se observa en la Tabla 7, desde la perspectiva de la demanda tomando como referencia el escenario más favorable, se observa una disminución en el gasto de consumo final, impulsado por el gasto de los hogares (-5,2%), producto de la caída de la

confianza del consumidor que solo desde febrero a marzo se redujo 12,5 puntos porcentuales; la formación bruta de capital -5,2% producto de que las empresas financian sus inversiones con ganancias retenidas las cuales han disminuido por falta de liquidez. Finalmente, el sector externo ampliamente afectado por la tendencia de crecimiento a la baja de los socios comerciales del país lo cual afecta las exportaciones, mientras que las importaciones caen con una menor actividad y por los altos niveles de la tasa de cambio.

Tabla 7. Proyección de crecimiento PIB Colombia desde la perspectiva de la demanda

Componente	Escenario V	Escenario W	Escenario U
Gasto de consumo final	-3,70%	-5,60%	-8,00%
Gasto de consumo final de los hogares	-5,70%	-8,10%	-11,50%
Gasto de consumo final del gobierno general	5,20%	5,30%	7,30%
Formación bruta de Capital	-5,20%	-7,80%	-10,20%
Exportaciones	-4,60%	-7,10%	-10,70%
Importaciones	-10,10%	-11,30%	-12,70%
PIB	-2,70%	-5,00%	-7,90%

Fuente. Fedesarrollo.

La situación económica para el departamento del Huila no es inferior a las proyecciones nacionales, dado que su producto interno bruto presentaba una senda de recuperación después de cuatro años de niveles de crecimiento negativo, pero la actual coyuntura podría acentuar el retroceso de la actividad económica, en especial en sectores representativos como Comercio y Transporte que aporta más del 18% del agregado departamental como se observa en el Gráfico 6, otros sectores como Construcción (7,76%) quien presentaba una tendencia decreciente incluso opuesta al comportamiento del sector a nivel nacional, Minas y Canteras (6,66%) el cual desde la crisis de 2015 no se recupera completamente dada la dependencia del renglón hidrocarburos en el sector del departamento, Actividades inmobiliarias (6,58%) y actividades artísticas y de entretenimiento (2,68%).

Según las proyecciones de Fedesarrollo, los sectores que muestran cifras positivas de crecimiento y que son representativos para el Huila son: Administración Pública (20,42%) quien tanto a nivel nacional como departamental incrementará sustancialmente para mitigar la propagación del virus y desarrollar instrumentos para la reactivación económica, por otro lado, Agricultura que representa 18,78% de la economía departamental, sector necesario para garantizar la cadena de abastecimiento de alimentos en la región.

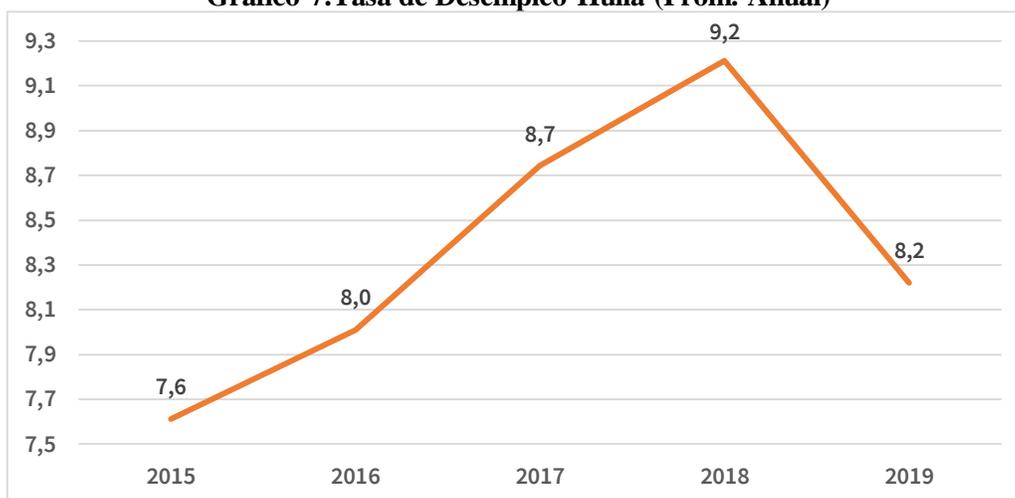
Gráfico 6. Composición del PIB Huila 2018pr.



Fuente. Elaboración propia con cifras Cuentas Departamentales DANE.

Con respecto al desempleo a nivel departamental, para el año 2019 este fue de 8,2% cifra inferior al total nacional (10,5%), con respecto a su evolución como se observa en el Gráfico 7, este presentó una tendencia creciente hasta el año 2018 y para el año 2019 decreció en 1 punto porcentual, alcanzando un total de ocupados de 551.808 personas. Tendencia que se podría revertir con un nuevo ascenso del desempleo impulsado por la parálisis del aparato productivo.

Gráfico 7. Tasa de Desempleo Huila (Prom. Anual)



Fuente. Elaboración propia con cifras Cuentas Departamentales DANE.

En contraste con la menor cifra de desempleo para el 2019, comparando con el porcentaje de ocupados que hacen aportes a salud y pensión, ya sea realizados por ellos o su empleador según la fuente de información laboral - FILCO del Ministerio de Trabajo, esta cifra para el Huila fue del 20,5%, mientras que a nivel nacional representa el 36,8%. Con respecto a su evolución histórica como se observa en el Gráfico 8, para 2019 el porcentaje de los ocupados que aportan a salud y pensión se redujo en 3.3 puntos porcentuales alcanzando niveles similares a los observados en 2015, esto revela la grave problemática asociada a la informalidad y a la calidad de los empleos que se están creando en el departamento.

Gráfico 8. Porcentaje de ocupados que contribuyen a salud y pensión

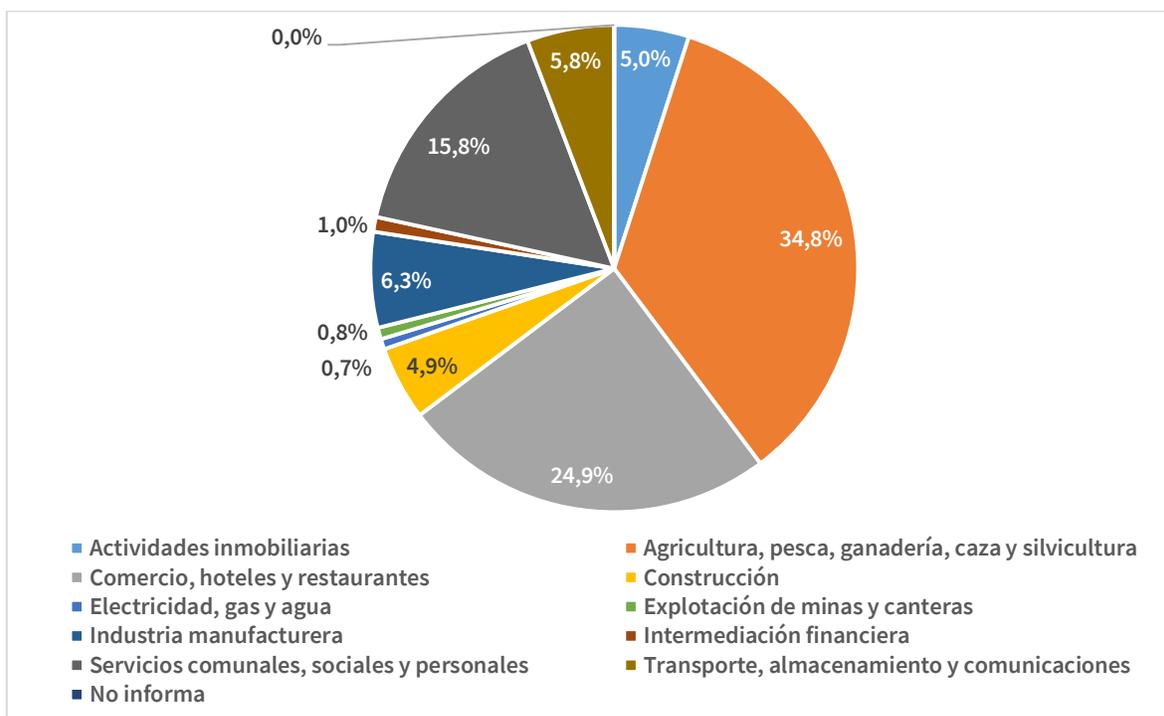


Fuente. Elaboración propia con cifras del FILCO – Min trabajo.

La ocupación por ramas de actividad económica en el departamento del Huila, como se observa en el

Gráfico 9, se encuentra representada en su mayoría por Agricultura, pesca, ganadería, caza y silvicultura (34,8%), Comercio, hoteles y restaurantes (24,9%), Servicios comunales, sociales y personales (15,8%) e Industria Manufacturera (6,3%), estas cuatro ramas de actividad aportan más del 80% del empleo en el departamento.

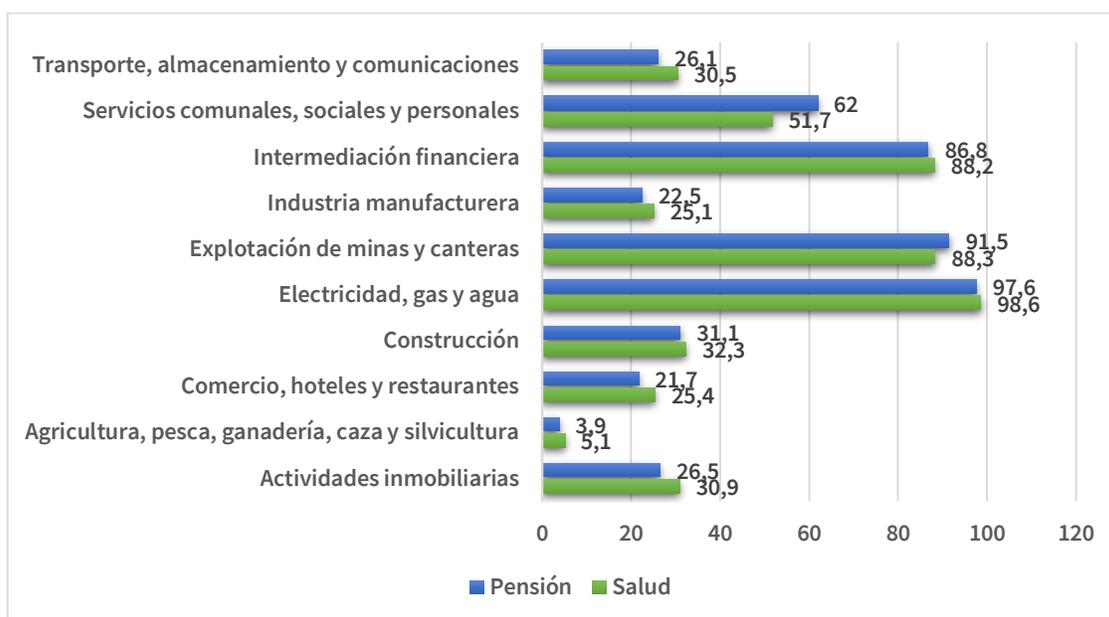
Gráfico 9. Ocupación por rama de actividad económica en el Huila (2018)



Fuente. Elaboración propia con estadísticas FILCO –MinTrabajo.

La pandemia del COVID 19 puso en contexto una de los mayores problemas socioeconómicos del país, la creciente informalidad como único instrumento de supervivencia para un importante grupo de la población principalmente concentrada en las ciudades, que depende de los ingresos diarios generados por su actividad económica para garantizar la subsistencia de sus hogares, pero este fenómeno no es ajeno a algunas empresas legalmente constituidas, como se observa en el Gráfico 10, midiendo la informalidad desde la perspectiva de los aportes realizados a salud y pensión por los trabajadores ya sea de manera directa o por sus patrones, se observa que los sectores con el menor porcentaje de trabajadores que hacen parte del régimen contributivo en salud son: Agricultura (5,1%), Industria Manufacturera (25,1%), Comercio, hoteles y restaurantes (25,4%), Transporte, almacenamiento y comunicaciones (30,5%). Con respecto a los aportes al sistema pensional, el comportamiento por sector es similar Agricultura (3,9%), Comercio (21,7%), Industria Manufacturera (22,5%) y Transporte (26,1%). Es una situación muy preocupante debido a que estas 4 ramas de actividad representan cerca del 72% del total de empleo en el departamento.

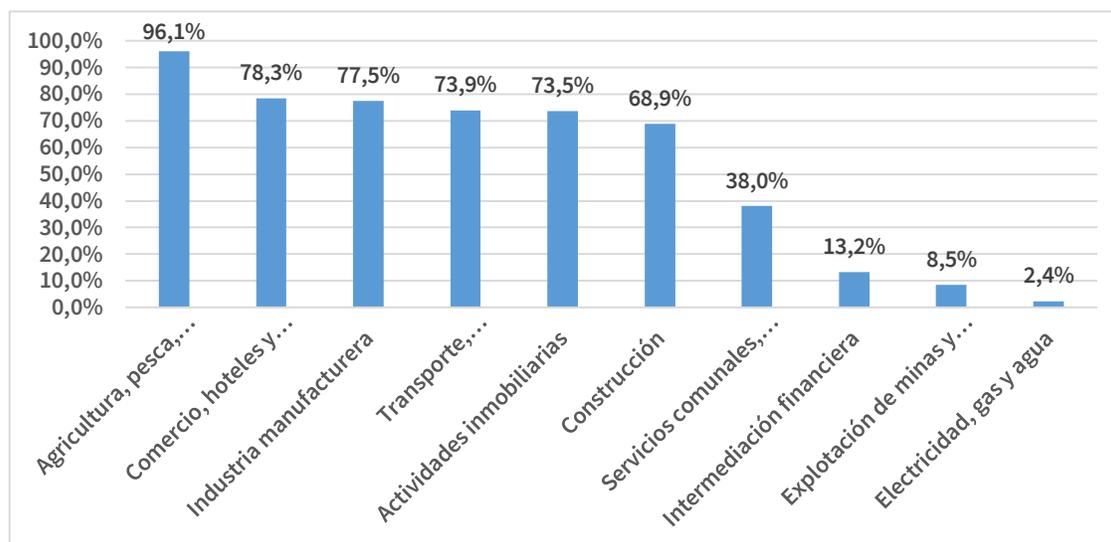
Gráfico 10. Aportes a salud y pensión según ramas de actividad económica en Huila.



Fuente. Elaboración propia con estadísticas FILCO –MinTrabajo.

Tomando como referencia la informalidad medida con base en el porcentaje de personal que no realizar aportes al sistema de pensiones como se observa en el Gráfico 11, el nivel de informalidad para el año 2018 en el departamento fue del 75,4%, principalmente representado en los sectores de Agricultura, pesca, ganadería, caza y silvicultura (96,1%), Comercio, hoteles y restaurantes (78,3%), Industria manufacturera (77,5%), Transporte y almacenamiento (73,9%), Actividades inmobiliarias (73,5%) y Construcción (68,9%), sectores característicos por ser intensivos en capital humano, el algunos casos con referentes marcados en formas de contratación por obra o labor, o por el aumento de personal en temporadas como junio o diciembre, entre otras particularidades que favorecen la informalidad laboral. Además, los trabajadores informales de los sectores de Agricultura y Comercio ascienden a 276.063 que representan un 70% de la informalidad del departamento.

Gráfico 11. Porcentaje de Informalidad Laboral por rama de actividad económica en Huila.



Fuente. Elaboración propia con estadísticas FILCO –MinTrabajo.

Analizando de manera comparativa la informalidad para la ciudad de Neiva en 2018, como se observa en la Tabla 8 esta asciende al 57,2% con un total de 85.894 empleados, que representa cerca del 22% del total de informales del Huila. El sector Comercio, hoteles y restaurantes representa el 43,2% de la informalidad en la ciudad, con un peso del 36,5% sobre el sector a nivel departamental. Otros sectores con alto nivel de informalidad en Neiva son Servicios comunales, sociales y personales (14,9%) y Transporte (11,4%).

Tabla 8. Informalidad Laboral por ramas de actividad económica en Huila y Neiva.

Rama de Actividad Económica	Huila	Neiva
Actividades inmobiliarias	18.989	8.213
Agricultura, pesca, ganadería, caza y silvicultura	174.283	1.623
Comercio, hoteles y restaurantes	101.780	37.138
Construcción	17.635	7.121
Electricidad, gas y agua	86	86
Explotación de minas y canteras	340	138
Industria manufacturera	25.594	8.512
Intermediación financiera	675	470
Servicios comunales, sociales y personales	31.299	12.803
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	22.253	9.756
No informa	38	34
Total	392.973	85.894
Tasa de Informalidad	75,4%	57,2%

Fuente. Elaboración propia con estadísticas FILCO –MinTrabajo.

Con el objetivo de profundizar el análisis de la informalidad en la capital del Huila, se tomó como referencia la información de la Encuesta de Micronegocios 2019 DANE, que se elabora a partir de la Gran Encuesta Integrada de Hogares – GEIH, visitando a las personas que se identificaron como empleadores o trabajadores por cuenta propia a través de la GEIH, asumiendo el supuesto de la equivalencia entre las unidades económicas y sus propietarios.⁸

La anterior encuesta fue aplicada a 34.866 establecimientos que según la situación del empleo del propietario correspondieron a patrón o empleador (14,6%) y trabajadores a cuenta propia (85,4%). La distribución de establecimientos por actividad económica fue: servicios (48%), comercio (39,4%), industria (11,2%) y agropecuario (1,4%).

Sobre el sitio o ubicación donde se desarrolla la actividad económica como se observa en el Gráfico 12, 12.004 lo realiza desde su vivienda, 6.809 lo hace desde un establecimiento como local, tienda, taller, fábrica, oficina o consultorio, mientras que 6.622 lo realiza a domicilio o puerta a puerta, de estos un 86% realiza el negocio desde el domicilio de sus clientes. Por otro lado, 4.087 ejerce su actividad de manera ambulante en sitio al descubierto, de estos un 70% recorre la ciudad para hacer sus ventas mientras que el 30% restante se encuentra estacionario en un espacio público. Lo anterior, refleja el alto grado de informalidad asociado principalmente a actividades comerciales, incluido vendedores informales que dependen de un ingreso diario para su sustento.

Gráfico 12. Sitio o ubicación del Micronegocio en Neiva.



* Incluye: Río, playa del río, cancha de fútbol, espacio primer empleo

Fuente. Elaboración propia con base en la Encuesta de Micronegocios 2019 DANE.

Indagando sobre la motivación para el desarrollo de estos micro negocios, la mayoría afirma que lo identificó como una oportunidad de negocio en el mercado 9.414 (27,0%), otros mencionan que lo hacen para completar o mejorar los ingresos de su familia 8.233 (23,6%), otros por su parte indicaron que no tienen otra alternativa de ingresos 7.978 (22,9%),

⁸ Informe Ejecutivo Micronegocios – Neiva (Ene – Dic 2019).

es decir, de las dos opciones anteriores mencionadas más del 40% de los micro negocios se constituyen como una alternativa de subsistencia para gran parte de la población que no encuentra una mejor oportunidad. También otra de las alternativas mencionada es la de ejercer un oficio, carrera o profesión 4.120 (11,8%) y la opción otro que corresponde a razones como administrar su horario, ejercer una actividad desde el hogar o incluso factores sociales tales como el desplazamiento que ha sido un fenómeno que ha afectado a la ciudad de Neiva.

Gráfico 13. Motivo principal de creación o constitución del Micronegocio en Neiva.



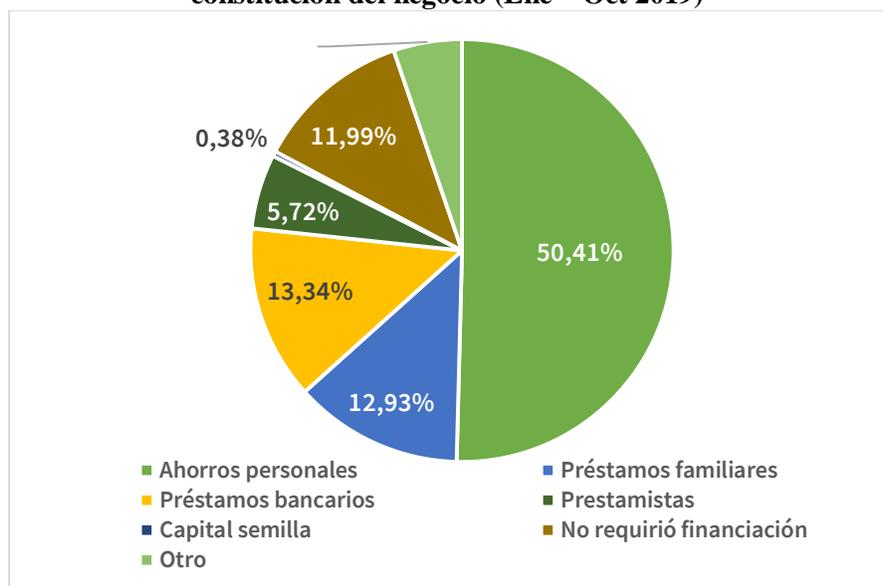
*Administrar horarios, gustos, ejercer actividades en casa, desplazamiento, búsqueda de independencia
Fuente. Elaboración propia con base en la Encuesta de Micronegocios 2019 DANE.

Sobre las principales fuentes de financiación para la creación de los micronegocios en la ciudad, como se aprecia en el

Gráfico 14, un 50,41% lo hizo con ahorros personales, 13,34% por medio de préstamos bancarios para aquellos que cuenta con historial crediticio y que seguramente en su mayoría han acudido a un crédito de consumo para financiar su negocio, 12,93% a través de préstamos de familiares, 11,9% manifiesta que no requirió ningún tipo de financiación para iniciar su actividad, por otro lado, 5,72% a través de prestamistas que ofrecen dinero de manera rápida

pero a unos interés diarios muy altos, 5,23% lo hizo a través de otras fuentes y por último, solo **0,38%** inicio su negocio con recursos de capital semilla.

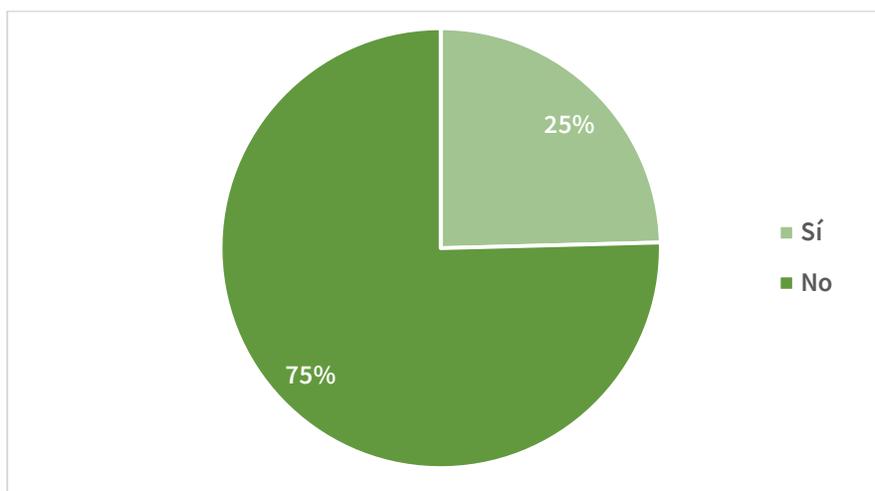
Gráfico 14. Distribución de micronegocios según mayor fuente de recursos para la creación o constitución del negocio (Ene – Oct 2019)



Fuente. Elaboración propia con base en la Encuesta de Micronegocios 2019 DANE.

Con respecto a la formalidad tomando como referencia el número de micro negocios que cuentan con registro mercantil ante la Cámara de Comercio, un 75,41% del total de los encuestados manifiesta que no cuenta con dicho registro, es decir, 26.293 ejercen su actividad de manera informal, lo cual limita su acceso a fuentes de financiación a través del sistema bancario y en muchos casos a su vinculación a programas de fortalecimiento empresarial desde el gobierno nacional o territoriales.

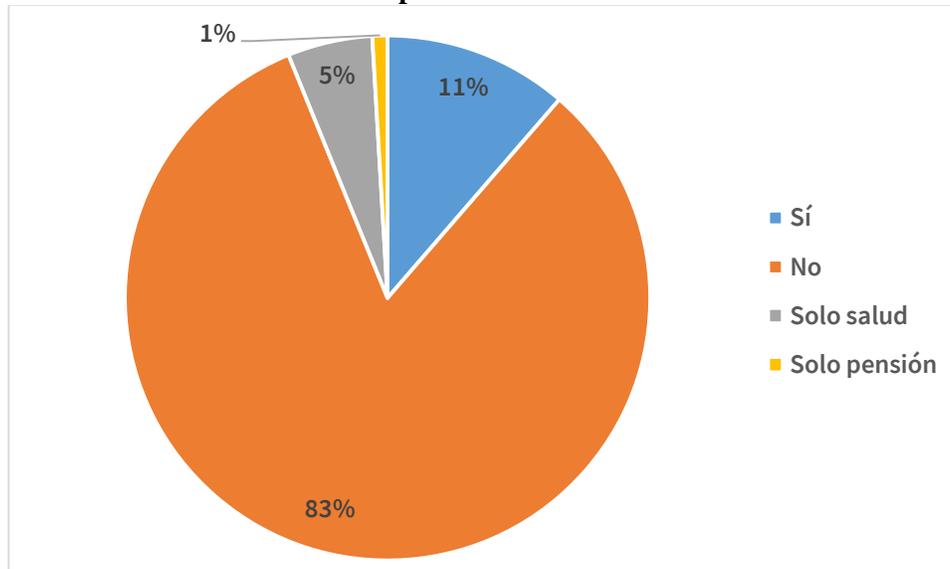
Gráfico 15. Micronegocios con registro mercantil en la Cámara de Comercio.



Fuente. Elaboración propia con base en la Encuesta de Micronegocios 2019 DANE.

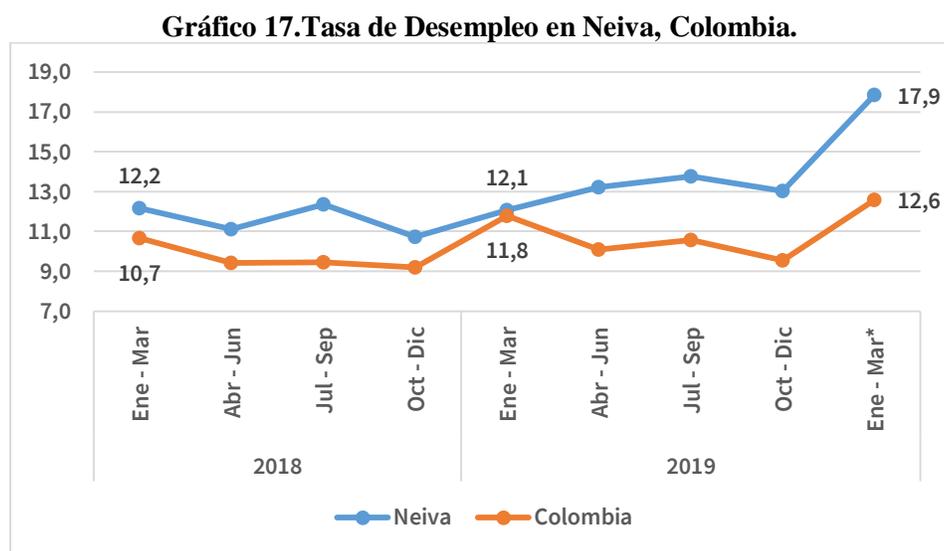
Finalmente, con respecto a la cantidad y distribución de propietarios que realizan aportes a salud y pensión, con cargo al presupuesto del micronegocio, solo un 11% de los encuestados aporta tanto a salud como a pensión, mientras que solo en salud (5%) y solo pensión (1%), y un 83% no realiza ningún aporte al sistema de seguridad social, esto confirma la grave situación de informalidad en la ciudad de Neiva.

Gráfico 16. Cantidad y distribución de propietarios de micronegocios según aporte a salud y pensión Neiva



Fuente. Elaboración propia con base en la Encuesta de Micronegocios 2019 DANE.

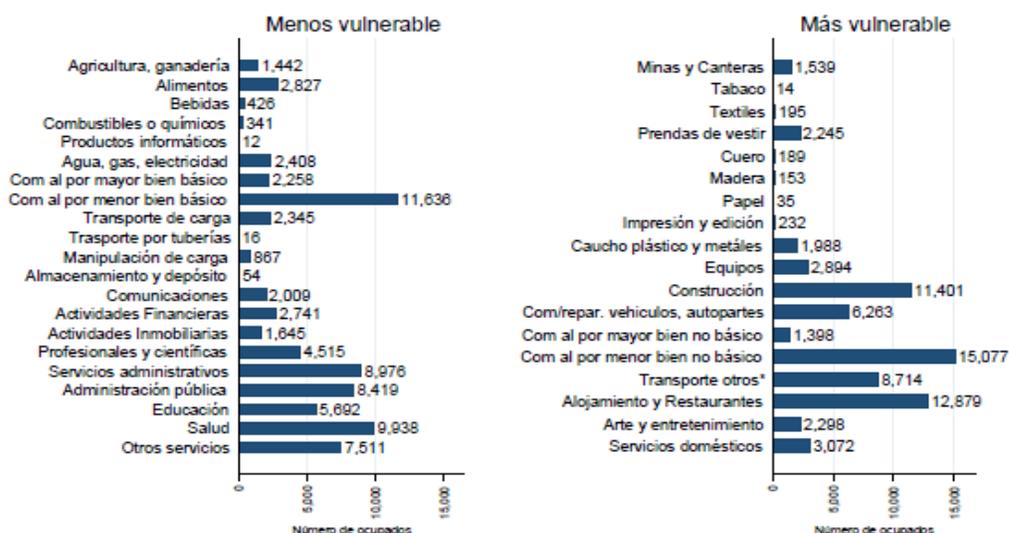
Por otro lado, con respecto a la evolución de la ocupación en Neiva como se observa en el Gráfico 17, para el primer trimestre del año 2020 en comparación con el mismo periodo del año anterior, este se redujo en 7 puntos porcentuales representados en una disminución de 18.037 empleos. La tasa de desempleo en la ciudad para este periodo fue de 17,9% registrando un incremento de 5.8 puntos porcentuales, muy por encima del promedio Nacional (12,6%) ubicando a Neiva como la séptima ciudad con el desempleo más alto del país. A nivel nacional, los primeros efectos del COVID 19 son una reducción de más de 1,5 millones de empleos en comparación con el trimestre enero-marzo de 2019.



Fuente. Elaboración propia con cifras de Empleo DANE.

Con respecto a la ocupación en los sectores económicos más impactados por las medidas de confinamiento impulsadas por el gobierno nacional, representan un riesgo muy alto para la pérdida de puestos de trabajo, por falta de liquidez al interior de las empresas, como se aprecia en el Gráfico 18, Comercio al por menor tiene en riesgo más de 15.077 empleos, seguido de Alojamiento y restaurantes con 12.879 aquí se encuentra incorporado el Turismo uno de los renglones más afectados, construcción con 11.401, Transporte 8.714 y Comercio y reparación de vehículos y autopartes.

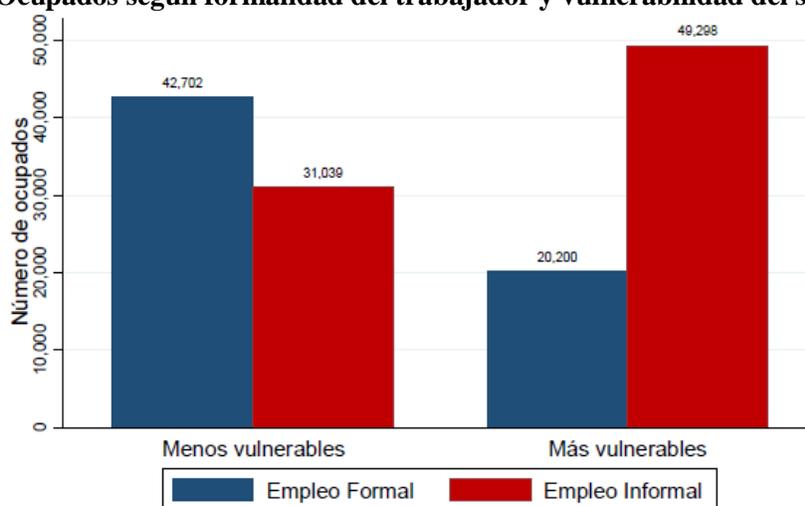
Gráfico 18. Total ocupados según sector y vulnerabilidad en Neiva



Fuente. Observatorio de Coyuntura Económica y Social, Fac. Economía Universidad de los Andes.

Con respecto al total de empleos vulnerables según el rango de formalidad que se observa en el Gráfico 19, hay 69.498 empleos en riesgo de los cuales más del 70% se encuentran en la informalidad, lo cual representa un riesgo mayor debido a que la mayoría de la población perteneciente a sectores vulnerables que se encuentran en riesgo de caer en la pobreza, o presentar un deterioro mayor en sus condiciones socioeconómicas producto de la no percepción de un ingreso.

Gráfico 19. Ocupados según formalidad del trabajador y vulnerabilidad del sector en Neiva.



Fuente. Observatorio de Coyuntura Económica y Social, Fac. Economía Universidad de los Andes. (Datos GEIH 2019 – Empleo Formal quien aporta a pensión)

La necesidad apremiante de apoyar la supervivencia del tejido empresarial del departamento, es la ruta para garantizar que la reapertura de los sectores productivos genere un rápido rebote de la economía hacia una senda de recuperación en corto plazo minimizando los impactos

por el cese de actividades por falta de liquidez, los aumentos del desempleo, reducción de ingresos de las familias, incrementos de la pobreza y pobreza extrema, junto con una mayor presión fiscal para el Sistema de Salud por la reducción de la fuerza laboral que realiza aportes a la seguridad. Ni que decir los impactos en el mediano o largo plazo, de no tomar medidas de preparación para dinamizar la economía, se daría la quiebra masiva de empresas, la reducción de la inversión (privada), ruptura de encadenamientos productivos y de abastecimiento de bienes y servicios, deteriorando las capacidades de producción del departamento.

Tabla 9. Tejido empresarial

Sector	N° empresas	%
Comercio al por mayor y menor	17.192	47,6
Alojamiento y servicios de comida	4.737	13,1
Industrias manufactureras	3.158	8,7
Otra actividades de servicio	1.640	4,5
Actividades profesionales y técnicas	1.469	4,1
Construcción	1.380	3,8
Actividades administrativa	1.204	3,3
Actividades artísticas y recreación	966	2,7
Agricultura	932	2,6
Transporte y almacenamiento	908	2,5
Información y comunicaciones	889	2,5
Actividades de la salud humana	439	1,2
Actividades financieras y de seguros	407	1,1
Actividades inmobiliarias	280	0,8
Educación	201	0,6
Distribución de agua	163	0,5
Explotación de minas y canteras	141	0,4
Suministro de electricidad, gas	32	0,1
Administración pública	13	0
TOTAL	36.151	100

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

En el Huila existen 36.151 unidades productivas (personas naturales y jurídicas), de estas, Neiva concentra el 46% del tejido empresarial (16.629). Por tamaño el 97,3% son micro empresas, es decir, cuentan con una inversión en activos menor a 500 SMLMV, el 2,15% son pequeñas, el 0,43% se consideran medianas y tan solo el 0,07% son grandes. Vale la pena

resaltar éstas últimas lo constituyen principalmente empresas de servicios públicos como electricidad, gas y distribución de agua.

Por sectores como muestra la Tabla 9, el 47% del tejido empresarial del Huila, lo componen principalmente las empresas del sector comercio al por menor y mayor, seguido de unidades productivas enfocadas al alojamiento y servicios de comida con el 13,1%; el 8,7% son industrias manufactureras; el 4,5% otras actividades de servicios como peluquerías, salas de belleza, reparación de computadoras, el 4,1% actividades profesionales (jurídicas, de ingeniería, consultorías) y 3,8% construcción principalmente. Es de mencionar, aunque como se evidencia en la gráfica del PIB, la vocación productiva de la región está en el sector agrícola, éste respecto al tejido empresarial total, sólo representa el 2,6%.

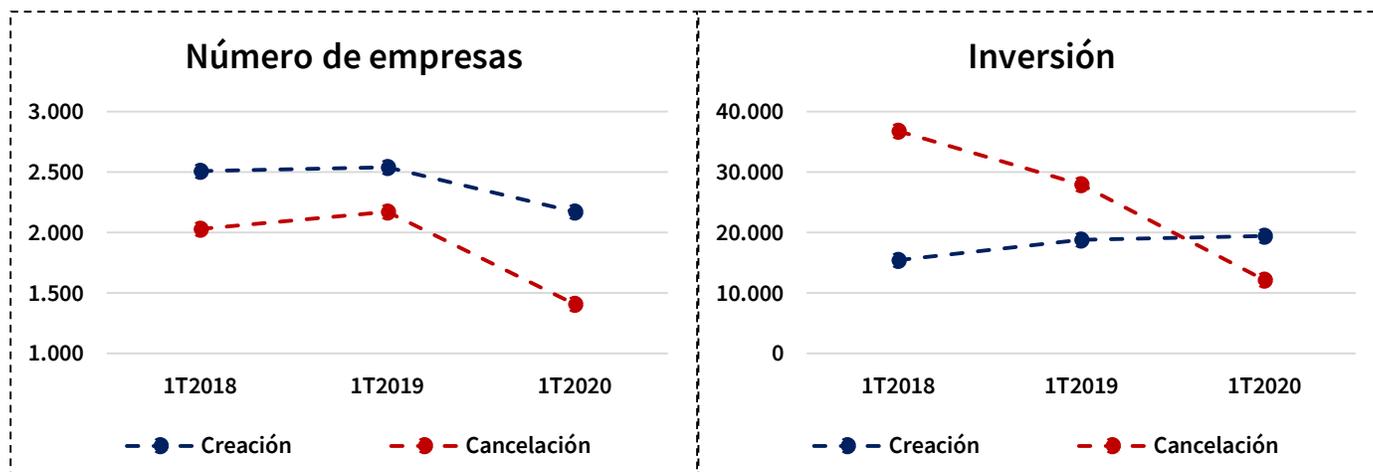
Ahora, detallando el tejido empresarial por actividades principales, tenemos la siguiente tabla:

Tabla 10. Principales actividades del tejido empresarial

ACTIVIDAD	No.
Tiendas, supermercados, fruiter no especializados	3.374
Comercio al mayor y menor de prendas de vestir, calzado, productos textiles	1.880
Restaurantes (expendio a la mesa)	1.576
Empresas de construcción	1.380
Almacenes en general (misceláneas, tiendas o almacenes por departamentos con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos)	1.272
Droguerías o farmacias	1.204
Bares	1.188
Comercio de vehículos nuevos, usados y autopartes	1.171
Comercio materias primas, productos y maquinaria agropecuarias	1.157
Comercio al por mayor y menor de productos y artículos para el hogar	1.106
Peluquerías	1.034
Ferreterías	1.000
Comidas rápidas	708
Comercio de motocicletas y de sus partes	680
Elaboración de productos textil, calzado, bolsos, otros	618
Panaderías	613
Hoteles, alojamiento rural y otro tipo de alojamiento	610
Papelerías	587
Comercio de computadores, aparatos de sonido y video, piezas electrónicas	542
Cafeterías	533
Actividades de servicio de apoyo en las empresas	437
Elaboración de productos alimenticios (carnes, lácteos, panela, café, cacao, bebidas)	401
Empresas de publicidad	377
Elaboración de productos metálicos	351
Consultorías técnicas de ingeniería	324

Elaboración de productos de madera (muebles, piezas de madera)	234
Consultorías empresariales	231
Catering para eventos	122
Arrendamiento de equipos y maquinaria	116

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva



De acuerdo a lo anterior, en la región huilense prevalecen las tiendas como principal actividad del tejido empresarial, con 3.374 unidades productivas, le siguen las tiendas de ropa con 1.880, restaurantes de expendio a la mesa con 1.576, las empresas de construcción el cual incluye consultorías de ingeniería civil con 1.380 unidades productivas, almacenes y miscelánea con 1.272, droguerías y farmacias 1.204, bares 1.188 entre otros. Como se puede concluir, en contraste de la Tabla 10 las actividades están concentradas en el sector comercio en general y servicios de comida y restaurantes.

En términos de dinámica empresarial, se obtuvo la siguiente información en las variables de constitución y cancelación de unidades productivas para el primer trimestre del año 2020

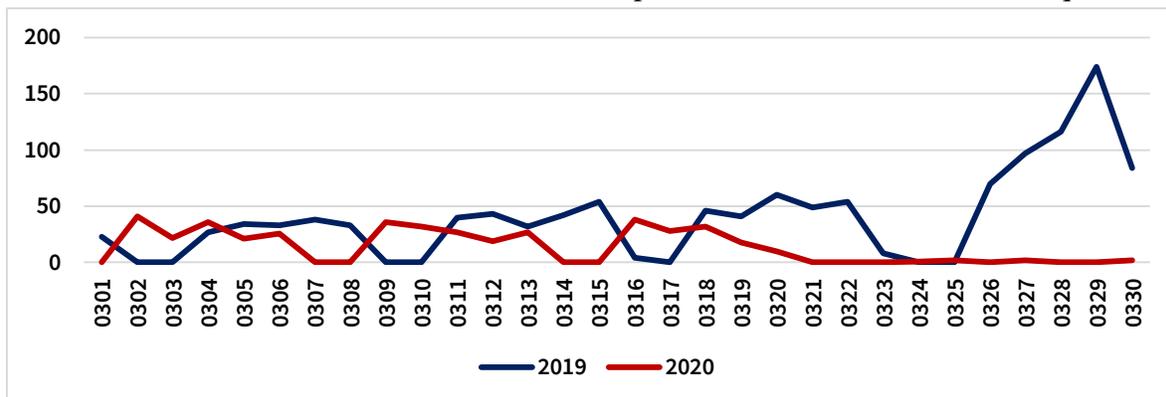
Gráfico 20. Constituciones y cancelaciones 1T 2020

Concepto	1T 2018		1T 2019		1T 2020		Δ 2019 - 2020	
	#	\$*	#	\$*	#	\$*	#	\$*
Constituciones	2.509	15.448	2.539	\$18.823	2.170	19.449	-14,5%	3,3%
Cancelación	2.029	\$36.780	2.174	\$27.982	1.408	12.195	-35,2%	-56,4%

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

En términos de constituciones de unidades productivas, para la serie de tiempo del 1T2018 – 1T 2019, venía con un comportamiento creciente; sin embargo, para el 1T 2020 presentó una

disminución del 14,5%, es decir 369 unidades productivas constituidas menos que en el



1T2018. Por otra parte, la inversión en activos para el primer trimestre 2020 aumentó un 3,3% respecto al mismo periodo del año 2019.

En cuanto al número de cancelaciones de unidades productivas, ésta presentó un comportamiento positivo, puesto que ésta respecto al 1T DE 2019 decreció un 35,2%. La misma situación se presentó para la inversión, en donde disminuyó la pérdida de capital en un 56,4%.

Gráfico 21. Comportamiento de las constituciones en el mes de marzo 2019 -2020

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

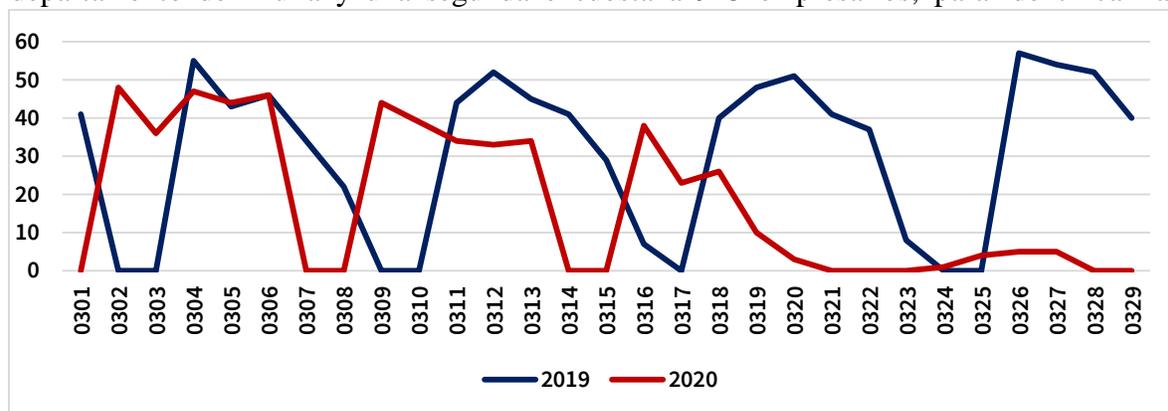
El comportamiento de las constituciones en el mes de marzo 2019-2020, presentó una baja considerable respecto al mismo periodo del año 2019; especialmente desde el 18 de marzo al 29 de marzo de 2020. Esta coyuntura coincide con el reporte del primer caso de persona contagiada de COVID19 en la ciudad de la ciudad de Neiva por el Minsalud, el 12 de marzo; así como el anuncio del señor presidente de la república de Colombia, del aislamiento preventivo de obligatorio, el día 20 del mismo mes, producto del problema de salud pública que afronta el país.

Gráfico 22. Comportamiento de las cancelaciones en el mes de marzo 2019 -2020

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

En relación a las cancelaciones, el mes de marzo 2020, tuvo un comportamiento similar respecto las constituciones; mientras que los días 25 al 29 de marzo fueron el mayor pico de cancelaciones de unidades productivas, para marzo de 2020, desde el día 21 al 30 de marzo no se presentaron cancelaciones representativas (las personas no acudieron presencialmente a la cancelación de su registro mercantil). Se espera que para el análisis del próximo trimestre se pueda contrastar mejor el impacto del COVID en la dinámica empresarial.

Ahora bien, con el propósito de medir los impactos económicos del COVID-19, se elaboró un estudio de la situación actual del tejido empresarial, basado en un análisis cualitativo y cuantitativo en dos frentes; en el primer frente se analizaron variables macroeconómicas como la participación de sub sectores del tejido en el PIB, en la dinámica empresarial y en el empleo. El segundo frente, corresponde a las variables microeconómicas del tejido empresarial, relacionadas al comportamiento de sus ventas, tiempo de sostenimiento de su producción y a sus finanzas. Así mismo, los mecanismos y herramientas para la recolección de ésta información, fueron aplicadas a partir de dos encuestas realizadas por la Cámara de Comercio de Neiva, en asocio con la Confederación de Cámaras de Comercio, CONFECAMARAS y otras instituciones; la primera con la intención de medir el impacto económico del COVID-19, obteniendo así una muestra de 1.886 encuestas en todo el departamento del Huila y una segunda encuesta a 923 empresarios, para identificar las

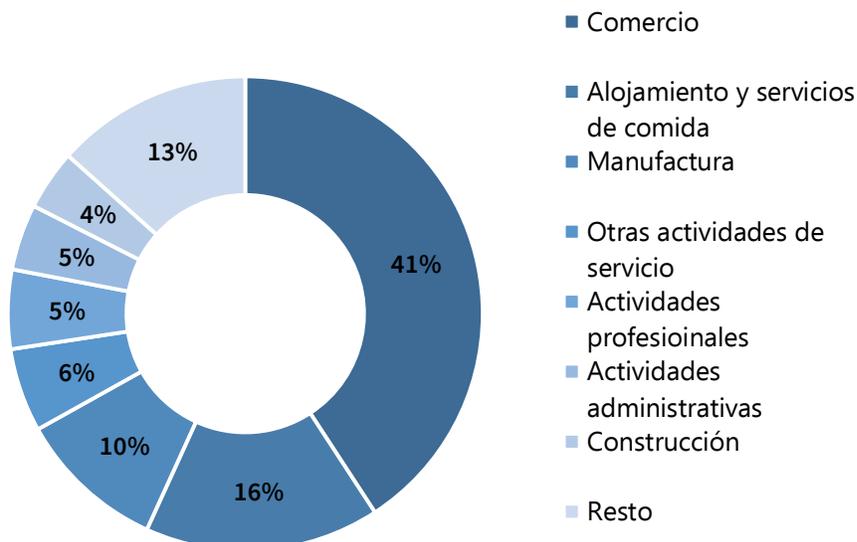


necesidades y condiciones de financiamiento de la actividad productiva. Para la restante información se utilizaron diferentes fuentes nacionales, tales como el DANE, estudios de consumo de empresas consultoras y la base de datos del registro mercantil de la Cámara de Comercio de Neiva.

Resultados Generales de la Encuesta de Impacto Económico del Covid-19 en el Tejido Empresarial del Huila

Ficha técnica: 1886 encuestas aplicadas (muestra de forma aleatoria). Por sectores se obtuvo la siguiente muestra:

Gráfico 23. Porcentaje de encuestas aplicadas por sector del tejido empresarial

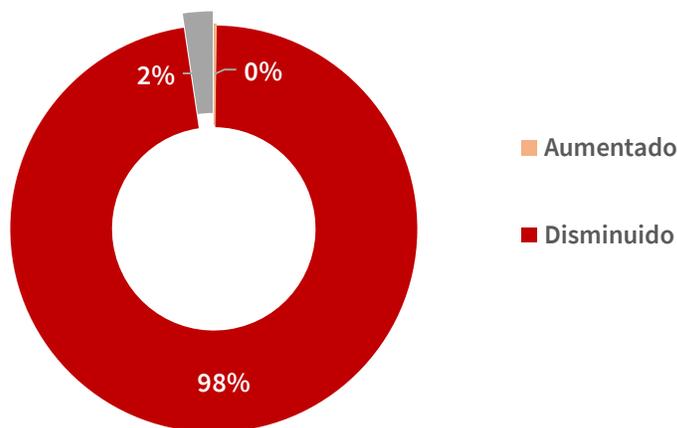


Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

De las 1886 encuestas aplicadas, el 41% pertenecen a empresas al sector comercio, el 16% al sector de alojamiento y servicio de comida, el 10% a manufactura, el 6% a otras actividades de servicio entre otras. Así mismo el 95% del total de las encuestas aplicadas, se concentraron en micro empresas, seguido de un 2,4% en pequeñas empresas y el 2,6% a medianas. Por zona geográfica la zona norte concentró el 63,6% de las respuestas, la zona sur el 28,7% y la zona centro y occidente sumó el 7,5%,

La encuesta arrojó los siguientes resultados generales:

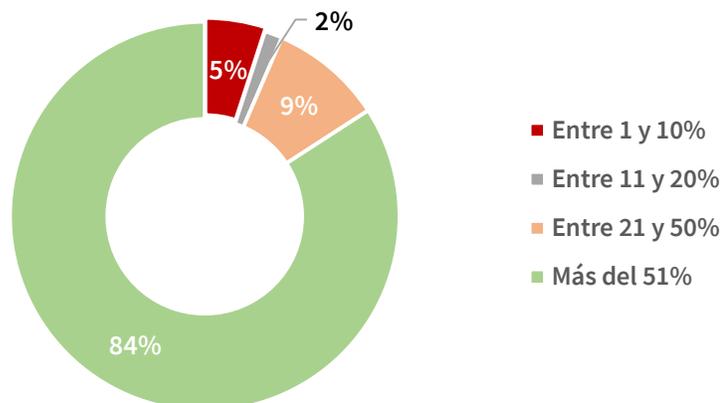
Gráfico 24. Disminución de las ventas producto de las medidas adoptadas por el COVID



Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

De acuerdo a la pregunta, 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: el 98% de las empresas que contestaron la encuesta afirman han disminuido, y tan solo el 2% argumentó sus ventas se han mantenido igual.

Gráfico 25. Porcentaje de disminución de las ventas



Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

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 9% afirma una reducción de sus ventas entre el 21 y 50%, el 5% entre el 1 y 10% y, por último, el 2% pérdidas promedio en sus ventas entre 11 y 20%. En ese contexto se evidencia que el comercio en general, pasa por un momento de gran dificultad en términos de no tener ingresos para la producción, pago de nómina e incluso el pago de proveedores.

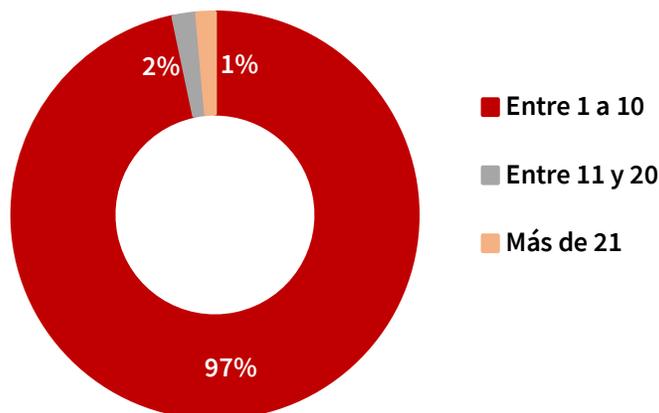
Gráfico 26. Medidas adoptadas para planta de personal



Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

Entre las principales medidas adoptadas por las empresas, para sus empleados de planta, debido a la situación económica por COVID-2019 están: el 17,6% de los empresarios han suspendido contratos, el 16,9% de los empresarios redujo su planta de personal y el restante es decir el 65,5% están haciendo un esfuerzo para mantener al empleado; entre los esfuerzos están las modalidades de vacaciones colectivas, trabajo en casa, licencias no remuneradas, distribuir la jornada laboral, vacaciones para algunos empleados, entre otros.

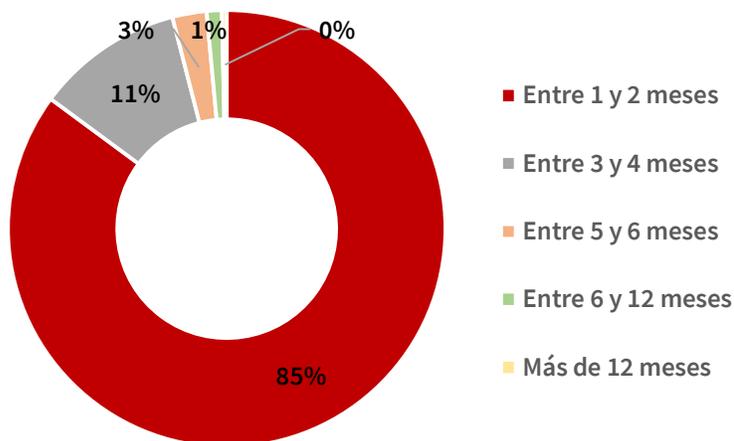
Gráfico 27. Cantidad de empleados que desvinculó



Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

De acuerdo a la pregunta anterior, 320 empresas redujeron su personal, lo que llevó a la desvinculación laboral de aproximadamente 1.065 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 320 empresas encuestadas, concentraron el 40% de las personas desvinculadas laboralmente, 4 de éstas unidades productivas pertenecientes al sector construcción.

Gráfico 28. Tiempo de sostenimiento del negocio con recursos propios

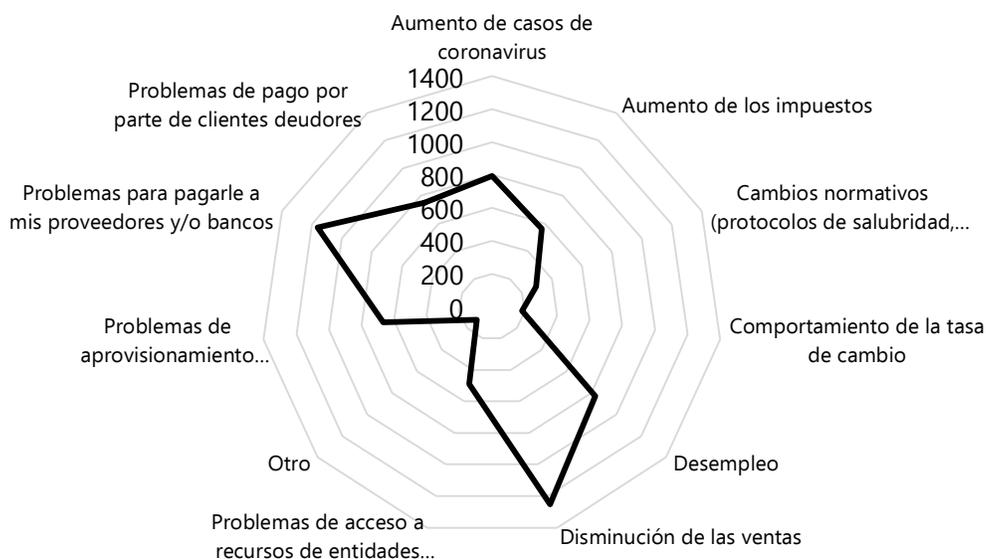


Fuente. Cámara de Comercio de Neiva.

Gráfico 28, resume que el 85% de las empresas, tienen recursos propios para sostener su funcionamiento por máximo de 2 meses, un 11% le alcanzan los recursos para un máximo de 4 meses, es decir, que el 96% no cuenta con los recursos suficientes, que si dado el caso, se extiende a un mayor tiempo la apertura de los sectores económicos, estos pueden quedar

en riesgo de quiebra, sin contar que existen algunas actividades que su apertura será a largo plazo.

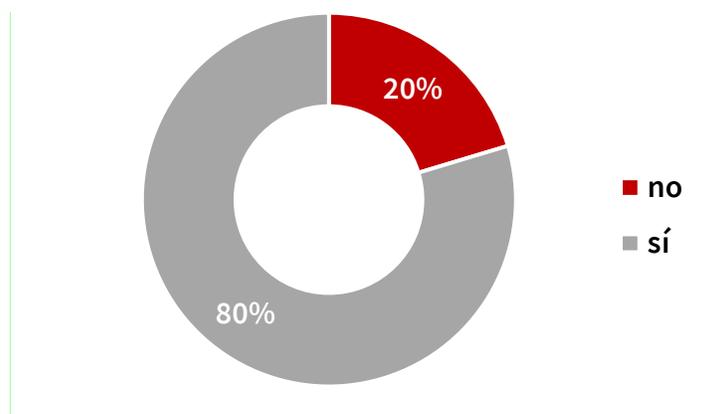
Gráfico 29. Principales preocupaciones de los empresarios



Fuente. Cámara de Comercio de Neiva.

Entre las principales preocupaciones de los empresarios para los próximos meses están: la disminución de las ventas con el 17,6% de las respuestas, el 16,3% manifestó preocuparle tener problemas para pagar a los proveedores y/o bancos, seguido de un 11,7% que le preocupa el desempleo y un 11,2% el aumento de casos de coronavirus principalmente.

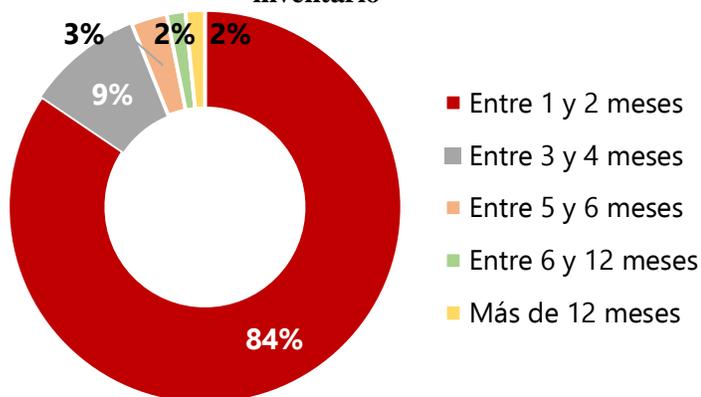
Gráfico 30. Problemas en el suministro de materias primas o mercancías



Fuente. Cámara de Comercio de Neiva.

El 80% de las empresas encuestadas afirmaron tener problemas en el suministro de materias primas o mercancías. Mientras que el 20% no. El principal cuello de botella identificado en la cadena de suministro de éstas materias primas o mercancías se encuentran que el 24,3% contestó que los precios de los insumos o mercancías han incrementado, el 22,6% que algunos productos están agotados por parte de los proveedores, el 15,8% no cuenta con capital de trabajo para obtenerlos, el 9% ha tenido problemas en la importación y un 7,7% ha tenido problemas o dificultades de transporte de carga al interior del país.

Gráfico 31. Tiempo de sostenimiento para atender la demanda con existencia actual de inventario

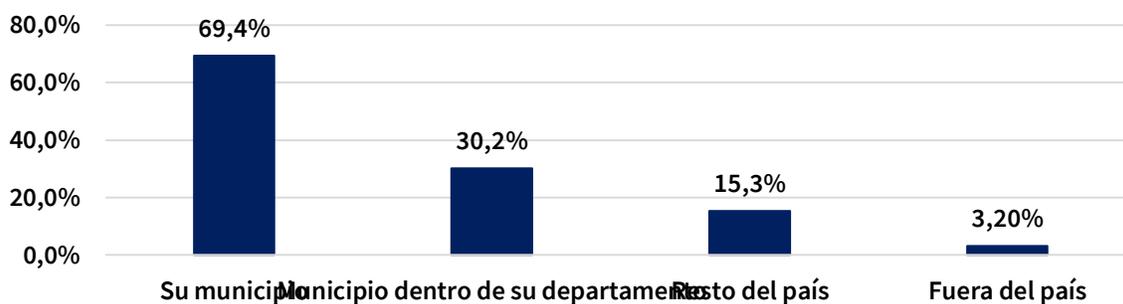


Fuente. Cámara de Comercio de Neiva.

De continuar actualmente la medida del aislamiento obligatorio, que a propósito se amplió hasta el próximo 25 de mayo de 2020; 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 ente 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). En ese sentido es acertada la medida de aperturar algunos sectores empresariales, para la fabricación de productos que actualmente escasean, sin embargo, existen sectores del comercio, manufactura entre otros sin iniciar procesos productivos.

Gráfico 32. Porcentaje de empresas que dirigen más del 30% de sus ventas al mercado



Fuente. Cámara de Comercio de Neiva.

Con respecto al mercado de venta de los productos y servicios de las empresas encuestados del Huila; tenemos que el 69,4% de las empresas destinan más del 30% de sus ventas a atender la demanda de su municipio, lo que demuestra inicialmente, una importante dependencia de sus ingresos del consumo local. Así mismo el 30,2% de las empresas huilenses destinan el 30% de sus ventas a otros municipios del Departamento, el 15,3% al resto del país y tan solo el 3,2% dirigen sus ventas al mercado internacional.

Por otra parte, si contrastamos la anterior información de la encuesta y tomamos el ponderado de destino del mercado con los sectores del tejido empresarial; podemos tener un panorama sobre las interrelaciones comerciales entre la oferta y la demanda de productos y servicios de las empresas del departamento del Huila, siendo así tenemos:

Tabla 11. Porcentaje de empresas que dirigen más del 30% de sus ventas al mercado por sectores del tejido empresarial⁹

	% de empresas que obtiene más del 30% de sus ventas en su municipio	% de empresas que obtiene más del 30% de sus ventas en otro municipio de su departamento	% de empresas que obtiene más del 30% de sus ventas en otro departamento del País	% de empresas que obtiene más del 30% de sus ventas en otro país
Actividades artísticas y de entretenimiento	77,8%	28,8%	8,8%	0%
Actividades de atención de la salud humana	83,3%	43,3	10,0%	3,3%
Actividades financieras y seguros	88,0%	60,0%	28,0%	0%
actividades profesionales	72,4%	47,9%	20,4%	4,0%
Agropecuario	40,9%	59,0%	54,5%	9,0%
Alojamiento y servicios de comida	68,9%	28,0%	18,2%	5,4%
Comercio	80,1%	34,3%	13,4%	3,5%
Construcción	74,7%	49,3%	21,3%	4,0%
educación	71,4%	19,0%	9,5%	0%
Información y comunicaciones	83,0%	32,0%	15,0%	0%
Manufactura	71,4%	42,1%	23,7%	1,0%
Minas y energía	33,3%	0%	66,6%	0%
otras actividades de servicio	75,2%	34,6%	13,8%	1,98%
Servicios administrativos	68,8%	48,0%	32,4%	1,3%
Transporte y almacenamiento	81,8%	51,5%	15,1%	6,0%

Fuente. Cámara de Comercio de Neiva.

⁹ Las actividades inmobiliarias, de administración pública, de distribución y tratamiento de agua y de electricidad, gas y vapor, no se obtuvo una muestra significativa de encuesta, por lo que no se tuvieron en cuenta para el análisis

Tabla 12. Número de empresas que dirigen más del 30% de sus ventas al mercado por sectores del tejido empresarial

	No. de empresas que obtiene más del 30% de sus ventas en su municipio	No. de empresas que obtiene más del 30% de sus ventas en otro municipio de su departamento	No. de empresas que obtiene más del 30% de sus ventas en otro departamento del País	No. de empresas que obtiene más del 30% de sus ventas en otro país
Actividades artísticas y de entretenimiento	751	279	86	0
Actividades de atención de la salud humana	366	190	44	15
Actividades financieras y seguros	358	244	114	0
actividades profesionales	1064	705	300	60
Agropecuario	381	551	508	85
Alojamiento y servicios de comida	3265	1328	864	256
Comercio	13763	5905	2316	613
Construcción	1030	681	294	55
educación	144	38	19	0
Información y comunicaciones	738	285	134	0
Manufactura	2253	1331	751	34
Minas y energía	47	0	94	0
otras actividades de servicio	1234	568	227	32
Servicios administrativos	829	579	391	5
Transporte y almacenamiento	743	468	138	55

Fuente. Cámara de Comercio de Neiva.

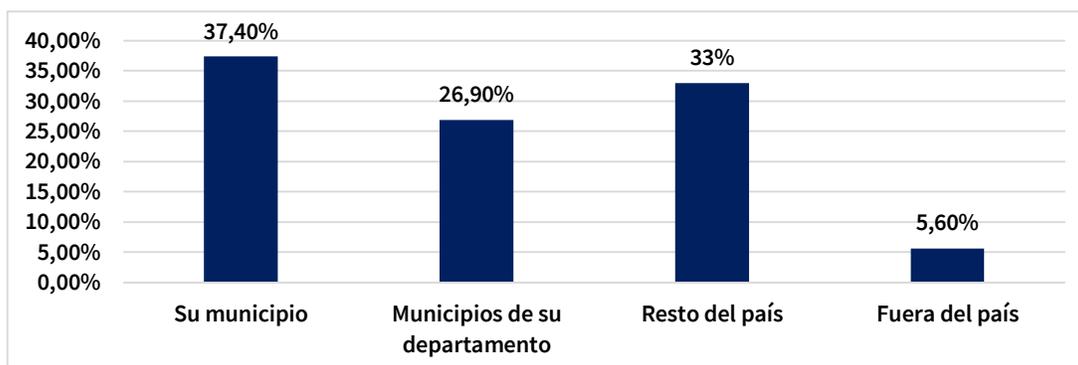
- Para los sectores productivos del tejido empresarial, en su mayoría sus ventas dependen del consumo local, es decir más del 30% de sus ventas se realizan en su municipio donde están domiciliadas. Entre las más representativas están: actividades de atención de la salud humana con un 83%, actividades financieras y de seguros con el 88%, información y comunicaciones con el 83% y transporte y almacenamiento con el 81%. Otra lectura y punto de vista de las gráficas anteriores tenemos que, actividades como el comercio, industria y alojamiento y servicios de comidas, por su preponderancia en el tejido empresarial, se considera importante focalizar los esfuerzos para incentivar el consumo local de sus productos y servicios, puesto que de acuerdo a las proyecciones para las 13.762 unidades productivas de comercio, 3.265 alojamiento y servicios de comida

(clientes del mismo municipio¹⁰) y cerca de 2.253 de manufactura, más del 30% de sus ventas dependen de éste mercado.

- En cuanto a la venta de productos y servicios en otros municipios del departamento, los resultados por sectores fueron los siguientes: el 60% dirigen más del 30% de sus ventas de productos financieros y de seguros a otros municipios; seguido del sector agropecuario con el 59% de las empresas que comercializan productos en todo el departamento y las empresas de transporte con el 51%, siendo estas últimas principalmente el transporte de pasajeros intermunicipales. De nuevo el comercio, manufactura y alojamiento y servicio de comidas, aunque comparativamente no cuentan con un mayor porcentaje de dependencia del mercado a otros municipios del departamento, estas son representativas en el volumen de su tejido, 5905, 1331y 1328 unidades productivas respectivamente. Vale la pena aclarar para el caso de alojamiento y servicios de comida empieza a evidenciarse que sus ventas se componen de algunos clientes de otros municipios del departamento.
- En cuanto a las interrelaciones comerciales en otros departamentos del país, tenemos principalmente que el 66% de las empresas del sector minero dirigen más del 30% de sus ventas a otros departamentos, así mismo el sector agropecuario con el 54,5% que dirigen más del 30% de sus ventas a otras regiones, lo que demuestra la importancia del Departamento del Huila como expensa agrícola de Colombia.
- Por último, en cuanto el mercado de comercio exterior, tenemos que las actividades más representativas que dirigen más del 30% de sus ventas son: agropecuario con el 9% de las empresas, que en este caso exportan productos a otro país, seguido de alojamiento y servicio de comida con el 5,4% representado en turistas extranjeros que consumen servicios en la región.

¹⁰ Principalmente significativo para restaurantes y servicio de comidas rápidas que más representan el sector

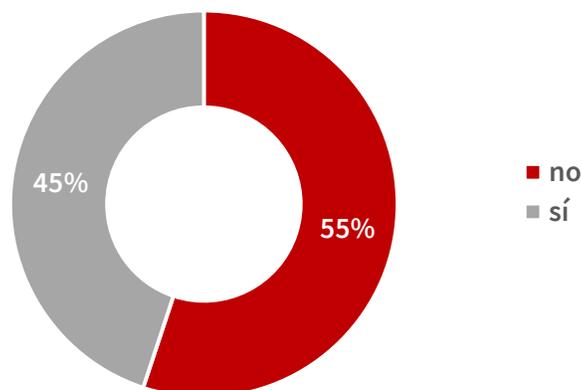
Gráfico 33. Porcentaje de empresas que compran más del 30% de sus insumos



Fuente. Cámara de Comercio de Neiva.

Con respecto al origen de compra, de más del 30% de los insumos o mercancías para la actividad productiva, el 37,4% de las empresas respondieron compra en su municipio, el 26,9% se provee de otros municipios de su departamento, le sigue que el 33% compra en otro departamento del país, así como tan solo el 5,6% compra insumos fuera del país. Lo anterior comprueba en primera instancia el fortalecimiento de proveedores locales.

Gráfico 34. Solicitud de préstamo en el año 2019



Fuente. Cámara de Comercio de Neiva.

El 45% de las empresas encuestadas, afirman solicitó algún préstamo alguna entidad financiera para realizar inversiones o ganar liquidez (848) en el año 2019. De estas empresas que solicitaron el crédito, al 82% se lo aprobaron. Con la premisa de que la situación actual se prolongue a futuro puede ocurrir dos escenarios, la primera: estas unidades productivas que no pudieron acceder a un crédito, que ante el escenario actual de no aperturar y no tener ahorros, pueden están en riesgo de quebrar y el segundo, de esas unidades que accedieron a crédito en el 2019 y que debido a que sus ingresos han disminuido, pueden a futuro no poder soportar su deuda.

Análisis de la Situación Actual de las principales actividades del Tejido Empresarial

Como se mencionó anteriormente, el estudio de la situación actual del tejido empresarial, se basó en el análisis de las variables macroeconómicas y microeconómicas y por otra parte es importante resaltar que dicho análisis, se desagregó por las principales actividades del tejido empresarial, así:

Tabla 13. Sectores y actividades del tejido empresarial tenidas en cuenta en el estudio

Actividad	Sector Económico
Agropecuario	Agropecuario
Construcción	Construcción
Elaboración de productos textil, calzado, bolsos, otros	Industria Manufacturera
Elaboración de productos alimenticios (carne, lácteos, panela, café, cacao, bebidas)	
Panaderías	
Peluquerías	Otros servicios
Actividades de servicio de apoyo en las empresas	Servicios de apoyo
Droguerías o farmacias	Comercio al por mayor y por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida
Bares	
Comercio materias primas, productos y maquinaria agropecuarias	
Comercio al por mayor y menor de productos y artículos para el hogar	
Papelerías	
Comercio de computadores, aparados de sonido y video, piezas electrónicas	
Cafeterías	
Tiendas, supermercados, fruver no especializados	
Tiendas de Ropa	
Comercio de vehículos y autopartes nuevas y usadas	
Comercio de motocicletas y de sus partes	
Restaurantes y Comidas Rápidas	
Hoteles	
Tiendas	
Ferreterías	
Transporte	Transporte

Fuente: elaboración propia, CNN.

De acuerdo a la Tabla 13, la suma de estas 23 actividades principales del tejido, tenidas en cuenta para el estudio, constituye el 68,9% del total del tejido empresarial, desagregadas principalmente en los sectores de transporte, comercio, servicio de apoyo, otros servicios, industria manufacturera, construcción y agropecuario.

A continuación, se exponen resultados por cada variable del contexto macro y micro económico para cada actividad del tejido:

Aspectos macroeconómicos

En éste capítulo como se mencionó en el contexto de la realización del estudio de impacto económico del COVID-19 en el tejido empresarial, se analizaron variables como la importancia de la actividad económica en el total de las empresas existentes en el departamento, así mismo su composición por tamaño y las medidas que éstas tomaron frente a la situación actual.

Tabla 14. Variables tejido empresarial.

Sector	Datos del tejido empresarial ¹¹
Droguerías o farmacias	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 3.3% del tejido empresarial del departamento con 1.204 unidades productivas • Es la cuarta actividad más representativa del sector comercio • El 99% lo constituyen micro empresas • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 45% solicitó un crédito para aumentar capital de trabajo, no se presentan cierres parciales o totales de éstas unidades productivas
Bares	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 3.2% del tejido empresarial del departamento con 1.380 unidades productivas • Es la segunda actividad más representativa en alojamiento y servicios de comida. • El 98% lo constituyen micro empresas • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: .el 95% manifestó cerró parcialmente.
Comercio materias primas, productos y maquinaria agropecuarias	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 3.2% del tejido empresarial del departamento con 1.157 unidades productivas. • Es la cuarta actividad más representativa del sector comercio • El 94% lo constituyen microempresas. • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: 33% de las unidades productivas están parcialmente cerradas, mientras que el 18% manifiesta realizaron inversión en dotación para sus empleados.
Comercio al por mayor y menor de productos y artículos para el hogar:	<ul style="list-style-type: none"> • Representa 3% del tejido empresarial del departamento con 1.103 unidades productivas • Es la quinta actividad más representativa del sector comercio • El 95% lo constituye micro empresas • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: 62% de las empresas cierran parcialmente y el 12% realizó inversión en dotación para sus empleados.

¹¹ Información tomada a partir de las bases de datos de la Cámara de Comercio de Neiva y del resultado de las encuestas de impacto económico del COVID-19 en el tejido empresarial.

Sector	Datos del tejido empresarial ¹¹
Peluquerías	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 2.8% del tejido empresarial del departamento con 1.034 unidades productivas. • Primera actividad representativa del sector de otras actividades de servicios • El 100% lo constituyen micro empresas • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 97% respondió han cerrado de manera total.
Elaboración de productos textil, calzado, bolsos, otros	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 1.74% del tejido empresarial departamental con 618 unidades productivas. • Es la primera actividad más representativa del sector de industria manufacturera • Desagregando la sub actividades el 83% de éstas unidades son de confección de vestir. • El 99,8% lo constituyen microempresas • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 61,2% de las empresas manifestó cerró parcialmente las actividades productivas, mientras que un 10,2% cambió de modelo de negocio.
Panaderías	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 1,73% del tejido empresarial del departamento con 613 unidades productivas. • Es la segunda actividad más representativa del sector de industria manufacturera. • 99,5% son microempresas. • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 33% manifestó cerrar parcialmente su establecimiento, mientras que un 19,4% realizó inversión en dotación para su personal.
Papelerías	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 1,6% del tejido empresarial del departamento con 587 unidades productivas • El 97,6% lo constituyen microempresas • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 34% manifestó cerró parcialmente su establecimiento, mientras que el 10,3% solicitó un crédito para capital de trabajo y el 6,8% cambió su modelo de negocio.
Comercio de computadores, aparados de sonido y video, piezas electrónicas	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 1,4% del tejido empresarial del departamento con 542 unidades productivas. • Desagregando la sub actividades el 87,6% de éstas unidades son del comercio por menor de computadores • El 98,9% lo constituyen microempresas. • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: El 57% contestó cerró parcialmente su establecimiento, mientras que el 12,5% cerró de manera definitiva
Cafeterías	<ul style="list-style-type: none"> • Representan 1,47% del tejido empresarial del departamento con 533 unidades productivas • Es la cuarta actividad más representativa del sector de alojamiento y servicios de comida • El 100% lo constituyen microempresas. • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 76% de ellas cerraron parcialmente, mientras que el 12% cerraron de manera total.

Sector	Datos del tejido empresarial ¹¹
Actividades de servicio de apoyo en las empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 1,2% del tejido empresarial del departamento con 437 unidades productivas • El 99% lo constituye micro empresas • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 53% de las unidades productivas están parcialmente cerradas.
Elaboración de productos alimenticios (carnes, lácteos, panela, café, cacao, bebidas)	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 1,1% del tejido empresarial del departamento con 401 unidades productivas • Es la tercera actividad más representativa del sector de industrias manufactureras • Desagregado por actividades el 16,8% de éstas unidades son de elaboración de productos lácteos 16,8%, procesamiento y conservación de frutas 8,8% y procesamiento de carnes 8,3% principalmente • El 97% lo constituyen microempresas. • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 52% de las empresas manifestaron cerraron parcialmente, mientras que el 13,2% cambio de modelo de negocio e hicieron inversión en dotación para su personal.
Tiendas de ropa	<ul style="list-style-type: none"> • Representa el 5,2% del tejido empresarial del departamento, con 1.880 unidades productivas • Es la segunda actividad más representativa del sector comercio • El 99,4% lo constituyen microempresas • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 50% cerró de manera parcial su establecimiento, mientras que un 13,3% solicitó un crédito para capital de trabajo.
Comercio de vehículos y autopartes nuevas y usadas	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 3,2% del tejido empresarial del departamento con 1.171 unidades productivas • Es la cuarta actividad más representativa en comercio • El 96,8% lo constituyen microempresas • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 50% de los empresarios argumentaron cerraron parcialmente su actividad económica, mientras que el 12,5% solicitó un crédito para capital de trabajo.
Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Representa el 4,3% del tejido empresarial del departamento con 1.576 unidades productivas • Es la primera actividad más representativa del sector alojamiento y servicio de comida • El 99,6% lo constituyen microempresas • De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 64% de los restaurantes cerraron parcialmente, el 9,5% solicitaron un crédito al paga diario o gota a gota
Comidas rápidas	<ul style="list-style-type: none"> • Representan el 1,9% del tejido empresarial del departamento, con 708 unidades productivas • Es la segunda actividad más representativa del sector de alojamiento y servicios de comida • El 99,6% lo constituyen microempresas

Sector	Datos del tejido empresarial ¹¹
	<ul style="list-style-type: none"> De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 100% de las comidas rápidas cerraron parcialmente sus negocios
Hoteles	<ul style="list-style-type: none"> Representa el 1,6% del tejido empresarial del departamento con 610 unidades productivas Es la tercera actividad más representativa del sector de alojamiento y servicios de comida El 97,4% lo constituyen microempresas De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 63% de los hoteles tienen cerrados parcialmente sus negocios y el 11,43% manifiestan están invirtiendo en dotación de sus empleados
Tiendas	<ul style="list-style-type: none"> Representa el 9,3% del tejido empresarial del departamento del Huila, con 3.374 unidades productiva Constituye la primera actividad más representativa del sector comercio y de todo el tejido empresarial. El 99,6% lo constituyen microempresas De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 30% de las tiendas cerraron parcialmente su negocio, mientras el 21,3% invirtieron en dotación de sus empleados.
Agropecuario	<ul style="list-style-type: none"> Representa el 2,5% del tejido empresarial del departamento con 932 unidades productivas El 92,3% lo constituyen microempresas De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 35% de las empresas del sector agropecuario han cerrado parcialmente sus negocios, mientras que el 17,6% han solidado un crédito para capital de trabajo
Construcción	<ul style="list-style-type: none"> Representan el 3,8% del tejido empresarial del departamento, con 1.380 unidades productivas El 86,7% lo constituyen microempresas sin embargo es importante mencionar el 10,6% pequeña y mediana empresa De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 78% de las empresas encuestadas manifiestan tienen cerrado parcialmente sus negocios
Ferreterías	<ul style="list-style-type: none"> Representan el 2,7% del tejido empresarial del departamento, con 1.000 unidades productivas El 93,6% lo constituyen microempresas, sin embargo, es importante mencionar que el 5,2% son pequeñas empresas. De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: 40% Tienen cerrados parcialmente sus establecimientos
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> Representan el 2,5% del tejido empresarial del departamento, con 908 unidades productivas El 91,6% lo constituyen microempresas, sin embargo, es importante mencionar el 6,7% son pequeñas.

Sector	Datos del tejido empresarial ¹¹
	<ul style="list-style-type: none"> De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: 73% Tienen cerrados parcialmente sus negocios y el 24% de ellas están invirtiendo en dotación de elementos de protección al personal
Comercio de motocicletas y de sus partes	<ul style="list-style-type: none"> Representan el 1,8% del tejido empresarial del departamento, con 680 unidades productivas El 98,7% lo constituye las microempresas De acuerdo a la encuesta de impacto económico sobre qué medidas está implementando en su empresa para enfrentar el COVID: el 63% Tienen cerrado parcialmente sus negocios.

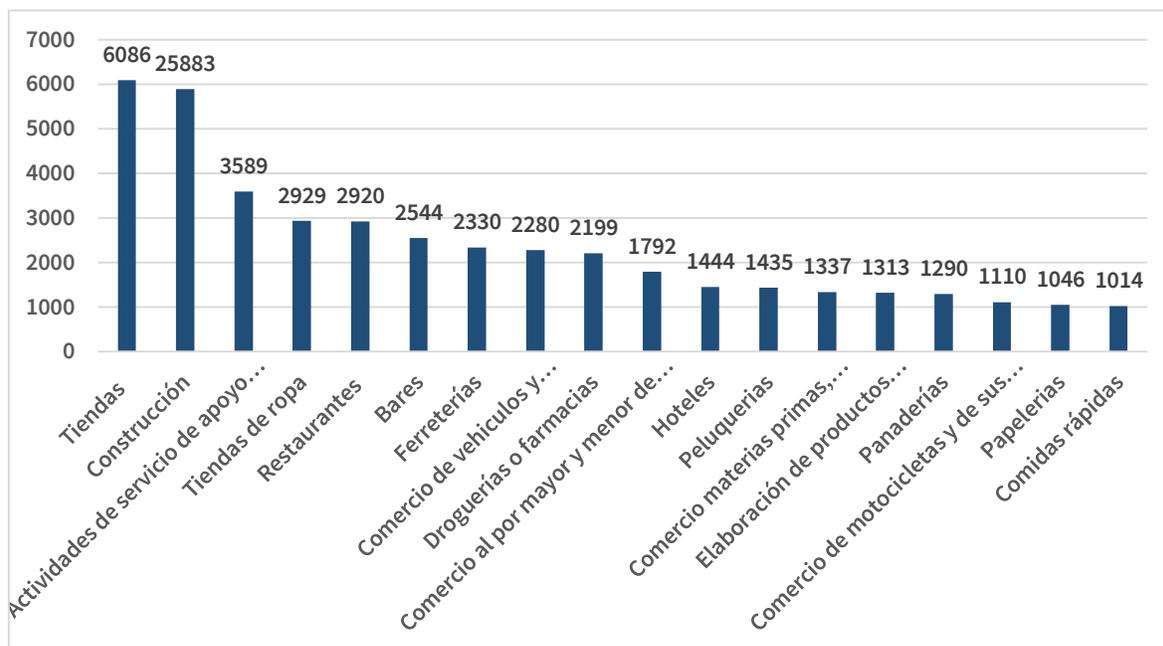
Fuente: elaboración propia, CNN.

Generación de empleo

Para el análisis correspondiente a la ocupación en cada uno de los sectores, se tomó como referencia la información suministrada por los empresarios en el Sistema de Información Integrado – SII de la Cámara de Comercio de Neiva, complementando con los datos de la encuesta de impacto económico del COVID 19 realizada en asocio con la Red de Cámaras de Comercio – Confecámaras. Los datos correspondientes al mercado laboral para las principales ramas de actividad económica se tomaron del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE y estadísticas del Ministerio del Trabajo.

La población ocupada para el departamento del Huila en el año 2019 según el DANE fue de 551.808 personas, cifra que presentaba una tendencia creciente que contrasta con el porcentaje de población que realiza aportes de salud y pensión que solo representa el 20,5% de los trabajadores, lo cual devela el alto grado de informalidad laboral que predomina en la economía departamental, lo anterior, ejerce mayor presión para las empresas y para el ingreso de los hogares, pues las primeras por falta de liquidez consideraran prescindir de sus colaboradores, y los segundos, con el riesgo de perder su empleo o en algunos casos por las medidas de confinamiento no han podido ejercer su actividad laboral como la de los vendedores informales.

Gráfico 35. Empleos generados por sector¹²



Fuente: elaboración propia, CNN.

Los sectores analizados presentan un importante volumen de ocupación, como se observa en el Gráfico 35, según la información suministrada por los empresarios, los sectores con mayor ocupación son: Tiendas, Construcción, Actividades de servicios de apoyo en las empresas, tiendas de ropa, restaurantes, bares y ferreterías. El normal desarrollo de estas actividades requiere casi de manera estricta que se realice presencialmente, por lo tanto, producto de las medidas de confinamiento establecidas por el gobierno nacional, han presionado el sostenimiento del empleo por parte de las empresas.

Por otro lado, se resalta la importante generación de empleo del sector Comercio, restaurantes y hoteles con cerca de 129.987 empleos generados en el departamento; de igual forma el sector transporte agrega cerca de 30.112 empleos y construcción 25.595 según el Ministerio de Trabajo, esto sin contar la amplia cadena productiva del sector, que por su naturaleza dinamizadora, fue seleccionado como uno de los primeros sectores en retomar actividades para reactivar la economía.

Los hallazgos encontrados dentro de cada una de las actividades con respecto a la ocupación, se encuentran en la siguiente tabla

¹² **Nota:** Existe asimetría en la información reportada por los empresarios, pues en algunos no revela la información real sobre la población ocupada en sus establecimientos.

Tabla 15. Características del mercado laboral en las principales actividades del tejido empresarial

Sector	Hallazgo
Droguerías o farmacias	<ul style="list-style-type: none"> Las Droguerías o farmacias representan el 1,7% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. El 50% de las farmacias encuestadas considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> distribución Jornada Laboral (14,1%), reducción de la planta de personal (10,9%) y suspensión de contratos (7,8%).
Bares	<ul style="list-style-type: none"> Los bares representan el 2% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. El 65% de los bares encuestados considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> suspensión de contratos (17,2%), reducción de la planta de personal (9,7%), se otorga a los empleados un auxilio en especie o efectivo para sostenimiento (7,5%).
Comercio materias primas, productos y maquinaria agropecuarias	<ul style="list-style-type: none"> El comercio de insumos y productos agropecuarios representa el 1% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. El 56% de los empresarios encuestados considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> reducción de la planta de personal (18,2%), distribución de la jornada laboral (16,4%) y suspensión de contratos (12,7%).
Comercio al por mayor y menor de productos y artículos para el hogar:	<ul style="list-style-type: none"> El comercio de al por mayor y por menor de productos para el hogar representa el 1,4% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. El 59% de los empresarios encuestados considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> suspensión de Contratos (15,5%), reducción de la planta de personal (14,1%) y vacaciones colectivas para toda la planta de personal (7%).
Peluquerías	<ul style="list-style-type: none"> Las peluquerías representan el 1,7% del total de la ocupación en el sector servicios. El 69% de las peluquerías considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> suspensión de contratos (16,7%), licencias no remuneradas, vacaciones colectivas para toda la planta de personal y se mantendrán sus contratos sin modificación de condiciones cada una con 6,7%.
Elaboración de productos textil, calzado, bolsos, otros	<ul style="list-style-type: none"> La elaboración de productos textiles y calzado representa el 2,1% del total de la ocupación en el sector Manufactura. El 75% de las empresas de este sector considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> vacaciones colectivas para toda la planta de personal (13,7%), suspensión de contratos (11,8%) y reducción de la planta de personal y se mantendrán sus contratos con modificación de condiciones cada una con 9,8%.

Sector	Hallazgo
Panaderías	<ul style="list-style-type: none"> Las panaderías representan el 2% del total de la ocupación en el sector Manufactura. El 63% de las panaderías considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> reducción de la planta de personal (24,2%), distribución de jornada laboral (15,2%) y vacaciones programadas para unos empleados (12,1%).
Papelerías	<ul style="list-style-type: none"> Las papelerías representan el 0,4% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. El 52% de las papelerías considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> suspensión de contratos (13,8%), vacaciones colectivas para toda la planta de personal (12,1%) y reducción de la planta de personal (10,3%).
Comercio de computadores, aparatos de sonido y video, piezas electrónicas	<ul style="list-style-type: none"> El comercio de computadores y dispositivos electrónicos representa el 0,5% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. El 63% de los empresarios encuestados considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> suspensión de contratos (20,5%), sus empleados trabajarán desde casa (15,9%) y reducción de la planta de personal (9,1%).
Cafeterías	<ul style="list-style-type: none"> Las cafeterías representan el 0,6% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. El 66% de las cafeterías considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> suspensión de contratos (16,3%), se otorgará a los empleados un auxilio para sostenimiento en especie o efectivo (11,6%) y reducción de la planta de personal (9,3%).
Actividades de servicio de apoyo en las empresas	<ul style="list-style-type: none"> Las actividades de servicios de apoyo a las empresas representan el 4,4% del total de la ocupación en el sector servicios. El 60% de los empresarios considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> suspensión de contratos (23,5%), reducción de la planta de personal y licencias no remuneradas cada una con 11,8%.
Elaboración de productos alimenticios (carne, lácteos, panela, café, cacao, bebidas)	<ul style="list-style-type: none"> La elaboración de productos alimenticios representa el 3,7% del total de la ocupación en el sector manufactura. El 61% de los empresarios considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> suspensión de contratos (26,3%), reducción de la planta de personal y distribución de la jornada laboral cada una con 13,2%.
Tiendas de ropa	<ul style="list-style-type: none"> Las tiendas de ropa representan el 2,3% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. El 65% de las tiendas de ropa considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> suspensión de contratos (14,7%), reducción de la planta de personal (12,4%) y vacaciones colectivas para toda la planta de personal (7,8%).

Sector	Hallazgo
Comercio de vehículos y autopartes nuevas y usadas	<ul style="list-style-type: none"> • El comercio de vehículos y autopartes representa el 1,8% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. • El 58% de los empresarios encuestados considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. • <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> suspensión de contratos (12,5%), reducción de la planta de personal y vacaciones colectivas para toda la planta de personal cada una con 10,2%.
Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Los restaurantes representan el 2,2% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. • El 72% de los empresarios encuestados considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. • <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> reducción de la planta de personal (22,8%), suspensión de contratos y vacaciones colectivas para toda la planta de personal cada una con 11,4%.
Comidas rápidas	<ul style="list-style-type: none"> • Las comidas rápidas representan el 0,8% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. • El 75% de los empresarios encuestados considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. • <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> se mantendrán sus contratos modificando condiciones, se otorgará a los empleados un auxilio para sostenimiento en especie o efectivo y se mantendrán los contratos sin modificación de condiciones cada una con 22,2%.
Hoteles	<ul style="list-style-type: none"> • Los hoteles representan el 1,1% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. • El 67% de los hoteles encuestados considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. • <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> reducción de la planta de personal (18,8%), suspensión de contratos (17,2%) y distribución de la jornada laboral (7,8%).
Tiendas	<ul style="list-style-type: none"> • Las tiendas representan el 4,7% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. • El 49% de las tiendas encuestadas considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. • <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> reducción de la planta de personal (12,3%), suspensión de contratos (7,1%) y se mantendrán sus contratos sin modificación (3,9%).
Agropecuario	<ul style="list-style-type: none"> • El sector Agropecuario representa el 34,8% del empleo en el departamento con 181.356 ocupados. • El 55% de las empresas agropecuarias considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. • <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena:</u> se mantendrán los contratos sin modificación a sus condiciones (20,6%), reducción de la planta de personal y distribución de la jornada laboral con 14,7% cada una.
Construcción	<ul style="list-style-type: none"> • El sector Construcción representa el 4,9% del empleo en el departamento con 25.595 ocupados. • El 62% de las actividades de Construcción considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses.

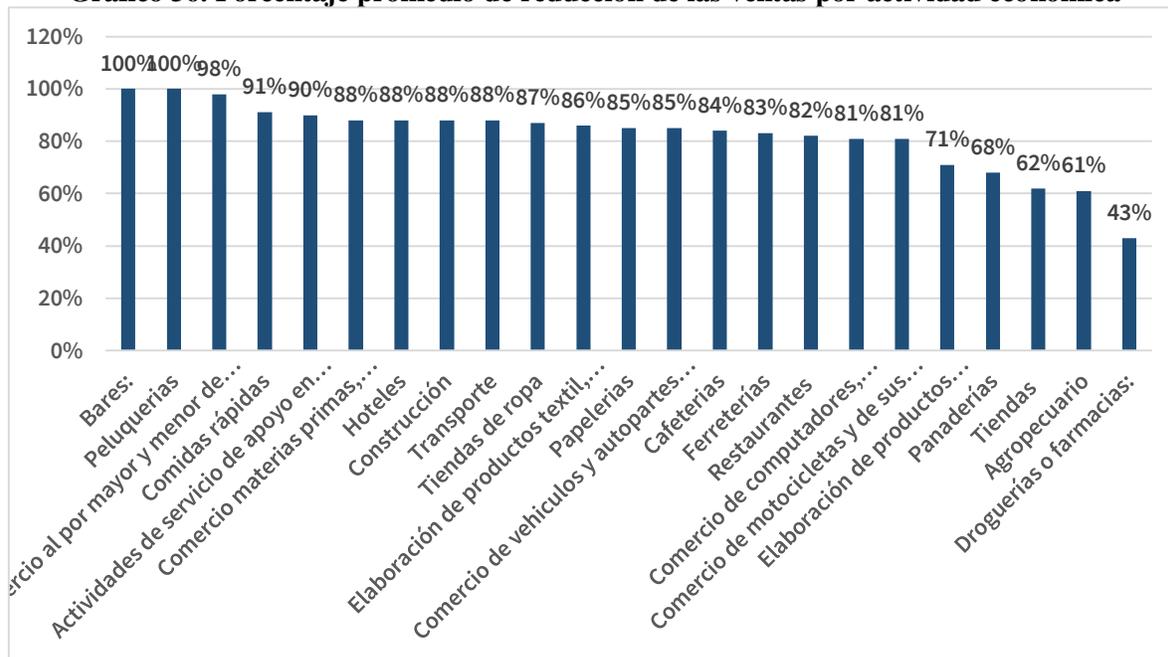
Sector	Hallazgo
	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena</u>: suspensión de contratos (15,7%), reducción de la planta de personal (14,8%), sus empleados trabajaran desde casa (10,4%).
Ferreterías	<ul style="list-style-type: none"> • Las ferreterías representan el 1,7% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. • El 58% de las ferreterías considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. • <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena</u>: vacaciones colectivas para toda la planta de personal (19,1%), reducción de la planta de personal (10,3%) y suspensión de contratos (8,8%).
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • El sector Transporte representa el 5,8% del empleo en el departamento con 30.112 ocupados. • El 67% de las empresas del sector transporte considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. • <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena</u>: suspensión de contratos (18,6%), reducción de la planta de personal (11,6%) y distribución de la jornada laboral (9,3%).
Comercio de motocicletas y de sus partes	<ul style="list-style-type: none"> • El comercio de motocicletas y sus partes representa el 0,9% del total de la ocupación en el sector comercio, hoteles y restaurantes. • El 58% del comercio de motocicletas y partes considera disminuir su planta de personal en los próximos 3 meses. • <u>Medidas tomadas desde el inicio de la cuarentena</u>: reducción de la planta de personal (16,3%), vacaciones colectivas para toda la planta de personal y suspensión de contratos (10,2%).

Fuente: elaboración propia, CNN.

Aspectos Microeconómicos

Entre las variables a análisis en los aspectos microeconómicos, están: el porcentaje promedio de disminución de las ventas, el porcentaje de tiempo de sostenimiento de la demanda con inventarios actuales, identificación de cuellos de botella en la cadena de suministro y por último se identificaron las principales causales. Lo anterior se analiza a partir de la encuesta de impacto económico del COVID-19 en el tejido empresarial obteniendo los siguientes resultados:

Gráfico 36. Porcentaje promedio de reducción de las ventas por actividad económica



Fuente: elaboración propia, CNN.

Al indagar sobre los impactos en los ingresos de cada una de las actividades de los sectores económicos a priorizar, se observa en cada una de ellas en el Gráfico 36, dadas las medidas y restricciones tomadas por el gobierno nacional, regional y local el porcentaje promedio de reducción en sus ventas.

En este contexto, las peluquerías y bares registran una contracción del 100% de sus ingresos, esto debido a las restricciones de apertura, lo que impide la posibilidad de generar recursos propios. Según RADDAR el consumo de diversión y esparcimiento se redujo un 58% dada la coyuntura, adicionalmente, lo que preocupa la sostenibilidad de éstas unidades y la necesidad de realizar acciones inmediatas para evitar su quiebra.

Por otra parte los establecimientos de comercio al por mayor y menor de productos y artículos para el hogar, prevén una contracción en los ingresos del 98%, comidas rápidas por su parte presentó una disminución en sus ingresos promedio del 91% y los establecimientos de actividades de servicio de apoyo en las empresas, registran que han reducido sus ingresos en un 90%

El sector de la construcción se ha visto paralizado durante el tiempo de asilamiento y confinamiento, según Camacol Huila, 50 de 85 proyectos están parados, estos corresponden principalmente a proyectos de vivienda.

Sectores sensibles como papelerías, cafeterías panaderías y farmacias registran en promedio pérdidas cercanas al 70%, siendo un escenario más favorable el registrado por las farmacias dado que registran pérdidas promedio del 43%.

A continuación, se presentan los hallazgos sobre la capacidad productiva por actividad económica:

Tabla 16. Variable capacidad productiva de las principales actividades

Sector	Datos capacidad productiva ¹³
Droguerías o farmacias	<ul style="list-style-type: none"> • El 80% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses. • El 87% tiene problemas en la adquisición de insumos y mercancías • Los principales problemas para el suministro son: 33% porque los inventarios están agotados y el 28% debido a un incremento de precios
Bares:	<ul style="list-style-type: none"> • El 90% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • El principal problema para el suministro de insumos es que el 77% tiene problemas en la adquisición de insumos y mercancías
Comercio materias primas, productos y maquinaria agropecuarias	<ul style="list-style-type: none"> • El 85% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • El 85% tiene problemas en adquisición de insumos • El principal problema para el suministro de insumos es que los inventarios están agotados por parte del proveedor en un 85% de las respuestas
Comercio al por mayor y menor de productos y artículos para el hogar:	<ul style="list-style-type: none"> • El 84% pueden atender la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • 84% tiene problemas en adquisición de insumos • Los principales problemas para el suministro de insumos son: 59% manifiesta los inventarios están agotados por parte del proveedor y el 1% manifiesta existen mayores precios en los insumos
Peluquerías	<ul style="list-style-type: none"> • El 94% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • El 87% ha presentado problemas en el suministro de materias primas • El principal problema para el suministro de insumo es el incremento de precios de la mercancía con el 25%
Elaboración de productos textil, calzado, bolsos, otros	<ul style="list-style-type: none"> • El 96% manifiesta puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses. • El 96% ha presentado problemas en el suministro de materias primas

¹³ Información tomada a partir de la encuesta de impacto económico del COVID-19 en el tejido empresarial

Sector	Datos capacidad productiva ¹³
	<ul style="list-style-type: none"> • Los principales problemas para el suministro del insumo es el encarecimiento del precio del producto con el 40% de las respuestas y el agotamiento del inventario por parte de proveedor con el 26%
Panaderías	<ul style="list-style-type: none"> • El 86% manifiesta pueden sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • El 83% tiene problemas de adquisición de insumos • El principal problema para el suministro de insumo es el aumento de precio de venta de los productos con el 43% de las respuestas
Papelerías	<ul style="list-style-type: none"> • El 83% manifiesta pueden sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • 83% tiene problemas de adquisición de insumos • El principal problema para el suministro de insumo es el aumento de precio de venta de los productos con el 25% de las respuestas
Comercio de computadores, aparados de sonido y video, piezas electrónicas	<ul style="list-style-type: none"> • El 98% manifiestan pueden sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • El 87% tiene problemas de adquisición de insumos y mercancías • Los principales problemas para el suministro de mercancía son: 48% porque los inventarios están agotados por parte de proveedores y el 31% por el incremento de precios en los productos
Cafeterías	<ul style="list-style-type: none"> • El 100% de las cafeterías pueden sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • 69% tiene problemas de adquisición de insumo • Los principales problemas en el suministro de insumos son: el 45% manifiestan los inventarios están agotados por parte de los proveedores y el 21% por un incremento en el precio de los insumos
Actividades de servicio de apoyo en las empresas	<ul style="list-style-type: none"> • El 78% pueden sostener la demanda con inventarios actuales entre 1 y 2 meses • El 73% tiene problemas de adquisición de insumo y mercancía • El principal problema en el suministro del insumo o mercancía es el incremento del precio de los productos con el 45% de las respuestas.
Elaboración de productos alimenticios (carne, lácteos, panela, café, cacao, bebidas)	<ul style="list-style-type: none"> • El 87% pueden sostener la demanda con inventarios actuales entre 1 y 2 meses • 79% tiene problemas de adquisición de insumos y mercancías • El principal problema en el suministro del insumo o mercancía es por el incremento de los precios de los insumos con el 63% de las respuestas
Tiendas de ropa	<ul style="list-style-type: none"> • El 65% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • El 87% tiene problemas de adquisición de insumos

Sector	Datos capacidad productiva ¹³
	<ul style="list-style-type: none"> • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: el 48% manifestaron que los inventarios están agotados por parte del proveedor y el 28,9% argumenta mayores precios y costos en los productos
Comercio de vehículos y autopartes nuevas y usadas	<ul style="list-style-type: none"> • El 81% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses. • El 89% tiene problemas de adquisición de insumos • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: el 38% no tiene capital de trabajo para comprar mercancía, mientras que el 33% manifiesta los inventarios están agotados por parte del proveedor.
Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • El 95% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses. • El 75% tiene problemas de adquisición de insumos • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: El 72% manifiesta mayores precios en los insumos y el 24% afirma los inventarios están agotados por parte del proveedor
Comidas rápidas	<ul style="list-style-type: none"> • El 75% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses. • El 68% tiene problemas de adquisición de insumos • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: 50% inventarios agotados por parte del proveedor y 50% incremento en el precio de los insumos
Hoteles	<ul style="list-style-type: none"> • El 82% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • 55% tiene problemas de adquisición de insumos • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: el 82% mayores precios en los insumos
Tiendas	<ul style="list-style-type: none"> • El 95% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses. • El 75% tiene problemas de adquisición de insumos • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: 33% inventarios agotados por parte del proveedor y 34% mayores precios en los insumos y mercancías
Agropecuario	<ul style="list-style-type: none"> • El 58% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses. • El 86% tiene problemas de adquisición de insumos • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: 43% inventarios agotados por parte del proveedor y 54% mayores precios en los insumos y mercancías
Construcción	<ul style="list-style-type: none"> • El 97% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses. • El 89% tiene problemas de adquisición de insumos

Sector	Datos capacidad productiva ¹³
	<ul style="list-style-type: none"> • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: 63% inventarios agotados por parte del proveedor y 22% mayores precios en los insumos y mercancías
Ferreterías	<ul style="list-style-type: none"> • El 79% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses • El 83% tiene problemas de adquisición de insumos • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: 83% inventarios agotados por parte del proveedor y 4% mayores precios en los insumos y mercancías
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • El 88% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses. • El 57,6% tiene problemas de adquisición de insumos • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: 22% inventarios agotados por parte del proveedor y 19% mayores precios en los insumos y mercancías
Comercio de motocicletas y de sus partes	<ul style="list-style-type: none"> • El 89% puede sostener la demanda con los inventarios actuales entre 1 y 2 meses. • El 89% tiene problemas de adquisición de insumos • Los principales problemas en el suministro de insumo y mercancías son: 33% inventarios agotados por parte del proveedor y 34% mayores precios en los insumos y mercancías

Fuente: elaboración propia, CNN.

Variable financiera

Como se mencionó anteriormente, otros de los aspectos microeconómicos del tejido empresarial evaluado, fue el componente financiero, en donde se indagó sobre la estructura de activos, pasivos y patrimonio, así como el análisis de liquidez y solvencia en las principales actividades.

La Tabla 17, presenta los resultados obtenidos a partir del tratamiento y análisis de la base de datos de la Cámara de Comercio de Neiva.

Tabla 17. Componente Financiero de los sectores¹⁴

Sector	Información financiera	Liquidez	Solvencia
Droguerías o farmacias	<ul style="list-style-type: none"> • El 94% tienen activos menores o iguales a \$15 millones • El 89% No tiene ningún tipo de pasivos externos • El 93% tienen financiación con recursos propios 	51% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 95% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo
Bares	<ul style="list-style-type: none"> • El 94% tienen activos menores o iguales a \$15 millones • El 93% No tienen ningún tipo de pasivos externos • El 97% tienen financiación con recursos propios 	74% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 98% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo
Comercio materias primas, productos y maquinaria agropecuarias	<ul style="list-style-type: none"> • El 47% tienen activos menores a \$10 millones • El 87% No tienen ningún tipo de pasivos externos • El 93% tienen financiación con recursos propios 	El 78% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 96% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Comercio al por mayor y menor de productos y artículos para el hogar:	<ul style="list-style-type: none"> • El 84% activos menores a \$5 millones. • El 90% No tienen ningún tipo de pasivos externos • El 93% tienen financiación con recursos propios 	El 58% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 96% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Peluquerías	<ul style="list-style-type: none"> • El 100% tienen activos menores de \$15 millones 	82% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 97% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las

¹⁴ La información utilizada para el cálculo de cada actividad del tejido empresarial, es la que reporta cada unidad productiva en el formulario RUES de la Cámara de Comercio de Neiva

Sector	Información financiera	Liquidez	Solvencia
	<ul style="list-style-type: none"> El 94% No tienen ningún tipo de pasivos externos El 97% tienen financiación con recursos propios 		obligaciones en el largo plazo.
Elaboración de productos textil, calzado, bolsos, otros	<ul style="list-style-type: none"> El 88,9% tienen activos menores a \$5 millones. El 91% No tienen ningún tipo de pasivos externos El 96% tienen financiación con recursos propios 	82% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 97% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Panaderías	<ul style="list-style-type: none"> El 87,6% tienen activos menores a \$5 millones El 84% No tienen ningún tipo de pasivos externos El 95% tienen financiación con recursos propios 	97% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 98% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Papelerías	<ul style="list-style-type: none"> El 85,8% tienen activos menores a \$5 millones. El 89% No tienen ningún tipo de pasivos externos El 92% tienen financiación con recursos propios 	94,7% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 95% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Comercio de computadores, aparatos de sonido y video, piezas electrónicas	<ul style="list-style-type: none"> El 80,2% tienen activos menores a \$5 millones. El 85% No tienen ningún tipo de pasivos externos El 92% tienen financiación con recursos propios. 	56% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 97% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Cafeterías	<ul style="list-style-type: none"> El 95,3% tienen activos menores a \$5 millones. 	97.4% de las empresas tiene unos activos	El 96% de las empresas del sector cuentan con los recursos suficiente para

Sector	Información financiera	Liquidez	Solvencia
	<ul style="list-style-type: none"> El 88% No tienen ningún tipo de pasivos externos El 96% tienen financiación con recursos propios. 	corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Actividades de servicio de apoyo en las empresas	<ul style="list-style-type: none"> El 86% tienen activos menores a \$10.000.000 y superiores a \$100.000 El 83% No tienen ningún tipo de pasivos externos El 95% tienen financiación con recursos propios. 	87% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	95% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo
Elaboración de productos alimenticios (carne, lácteos, panela, café, cacao, bebidas)	<ul style="list-style-type: none"> El 70,4% tienen activos menores a 5 millones El 79% No tienen ningún tipo de pasivos externos El 88% tienen financiación con recursos propios. 	El 57% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	94% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Tiendas de ropa	<ul style="list-style-type: none"> El 96% tienen activos menores de \$15 millones El 92% No tienen ningún tipo de pasivos externos El 96% tienen financiación con recursos propios 	El 60% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 97% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Comercio de vehículos y autopartes nuevas y usadas	<ul style="list-style-type: none"> El 88,4% tienen activos menores de \$15 millones El 84% No tienen ningún tipo de pasivos externos El 91% tienen financiación con recursos propios 	El 40% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 96% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.

Sector	Información financiera	Liquidez	Solvencia
Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • El 95,7% tienen activos menores de \$15 millones • El 83% No tienen ningún tipo de pasivos externos • El 96% tienen financiación con recursos propios 	El 72% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 97% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Comidas rápidas	<ul style="list-style-type: none"> • El 97,3% tienen activos menores de \$15 millones • El 91% No tienen ningún tipo de pasivos externos • El 96% tienen financiación con recursos propios. 	El 73% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 98% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Hoteles	<ul style="list-style-type: none"> • El 86,2% tienen activos menores de \$15 millones • El 77% No tienen ningún tipo de pasivos externos • El 93% tienen financiación con recursos propios. 	El 65% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 97% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Tiendas	<ul style="list-style-type: none"> • El 98% tienen activos menores de \$15 millones • El 93% No tienen ningún tipo de pasivos externos • El 96% tienen financiación con recursos propios 	El 85% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 92% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Agropecuario	<ul style="list-style-type: none"> • El 74,1% tienen activos menores de \$15 millones • El 78% No tienen ningún tipo de pasivos externos. • El 77% tienen financiación con recursos propios. 	El 44% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 94% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.

Sector	Información financiera	Liquidez	Solvencia
Construcción	<ul style="list-style-type: none"> • El 66,6% tienen activos menores de \$15 millones • El 68% No tienen ningún tipo de pasivos externos. • El 76% tienen financiación con recursos propios. 	El 15% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 94% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo.
Ferreterías	<ul style="list-style-type: none"> • El 81,7 % tienen activos menores de \$15 millones • El 78% No tienen ningún tipo de pasivos externos. • El 88% tienen financiación con recursos propios 	El 26% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 95% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con sus obligaciones en el largo plazo
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • El 81,8% tienen activos menores de \$15 millones • El 77% No tienen ningún tipo de pasivos externos. • El 80% tienen financiación con recursos propios 	El 33% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 95% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo
Comercio de motocicletas y de sus partes	<ul style="list-style-type: none"> • El 96,2% tienen activos menores de \$15 millones • El 93% No tienen ningún tipo de pasivos externos. • El 86% tienen financiación con recursos propios 	El 48% de las empresas tiene unos activos corrientes, cercanos a los pasivos corrientes	El 97% cuentan con los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones en el largo plazo

Fuente: elaboración propia, CNN.

Un indicador bastante importante a tener en cuenta, para la coyuntura que afrontan las empresas es la liquidez, es decir, la capacidad de un negocio para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, permitiendo entender la capacidad de endeudamiento de cada uno, en este caso, de cada sector. En este sentido, aquellos sectores que registren un mayor

distanciamiento entre sus activos corrientes y pasivos corrientes indican mayor razón de liquidez.

Por otro lado, la solvencia indica la cantidad suficiente de bienes y recursos para respaldar las obligaciones adquiridas de una empresa o establecimiento para el mediano y largo plazo; aun cuando estos bienes sean diferentes del efectivo. Dicho esto, se destaca que en general (una mayor proporción) de los sectores analizados presentan solvencia, es decir, una capacidad de asumir y cumplir obligaciones financieras; esto teniendo en cuenta el bajo nivel de deudas de acuerdo a la información suministrada, versus el nivel de activos que representan las empresas; lo que indica que más del 90% de los sectores analizados cuentan con el respaldo de bienes distintos al efectivo para sopesar sus adeudos sin comprometer las inversiones.

Por otro lado, es importante resaltar que cerca del 80% de las empresas, no registran deudas o no tienen deudas que pagar en el corto plazo y cerca del 7% puede asumir pagar deudas en el corto plazo y seguir laborando de forma normal.

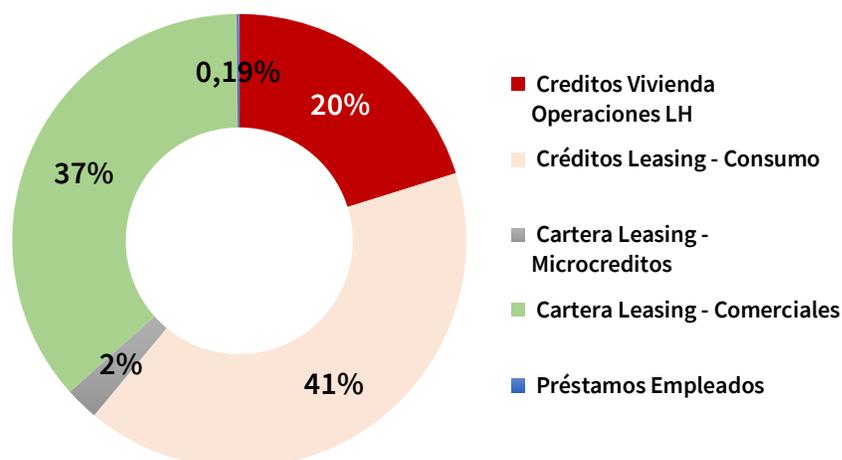
Análisis del Endeudamiento en el departamento del Huila en contraste con el análisis de la información Financiera

Teniendo en cuenta la información suministrada por la Superintendencia Financiera de Colombia SFC, Banco de la república y la Superintendencia de la economía solidaria, a continuación, se detalla la cartera registrada por las entidades financieras en las líneas macro de crédito para el departamento.

Es importante mencionar, que respecto a la información a continuación detallada, para el reporte de la Superintendencia financiera de Colombia, corresponde al periodo del corte de 2019, sin embargo, con relación a la información de la Superintendencia de la economía solidaria, corresponde a la información del primer bimestre del año 2020.

Con base en la información de la SFC, se observa a continuación, que el endeudamiento total del departamento del Huila se encuentra desagregado así:

Gráfico 37. Distribución de Cartera Sector Financiero - Dic 2019



Fuente: Información periódica Superintendencia financiera de Colombia

Es importante mencionar que la cartera analizada, solo corresponde a banca privada, lo que indica que concierne al endeudamiento diferente al sector público.

La cartera anteriormente detallada, está constituida principalmente por el crédito de consumo, es decir a obligaciones otorgadas a personas naturales y destinación de libre inversión, la cual representa acerca del 41% del total de la cartera, representado aproximadamente por \$1.7 billones de pesos; de igual manera los préstamos a empleados podrían catalogarse como créditos de consumo (otorgados mediante la modalidad de nómina) los cuales ascienden a la suma de \$8.400 millones de pesos. La cartera de vivienda (persona natural) equivale a \$807.500 millones de pesos; la cartera comercial representa un 37% de la cartera total del departamento del Huila, la cual asciende a 1.6 billones de pesos y finalmente y no menos importante, la cartera microcrédito corresponde al 2% de la cartera total, cifra que asciende a la suma de \$97.800 millones de pesos.

Respecto a la cartera comercial, la cual representa el 37% del endeudamiento total del departamento, de acuerdo al análisis de los sectores y el bajo nivel de endeudamiento (de acuerdo a la información reportada), podría estar concentrada en una pequeña porción de empresas del departamento, es decir, esas empresas con personería jurídica, que no tienen mayor dificultad para el acceso a la banca.

Ahora bien, la cartera de microcrédito, de acuerdo a la información analizada, el mayor porcentaje está representado por el banco Mundo Mujer, con una cartera de \$33.058 millones de pesos, es de las entidades con mayor porción en la bolsa del microcrédito, es importante mencionar que es una entidad de más de 20 años de experiencia en el mercado; de otra parte, el Banco Agrario en la banca de microcrédito, es la segunda entidad financiera con mayor proporción en esta línea, lo que indica, el aporte que realizan los bancos con la línea

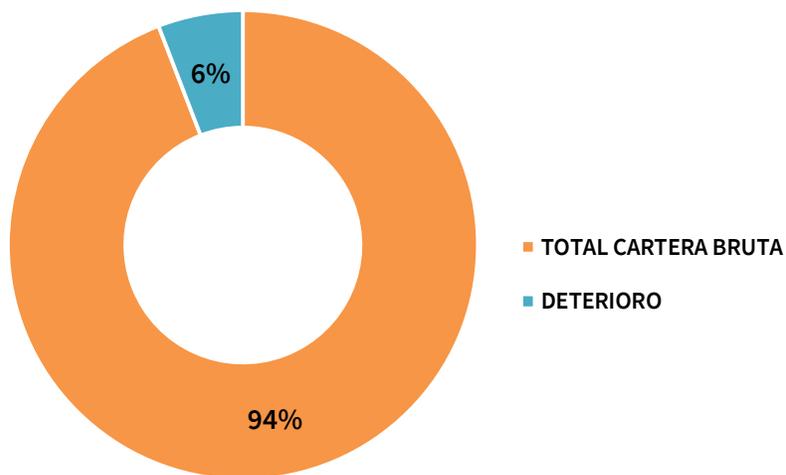
microcréditos, en la inclusión financiera, que se refleja en el acceso para persona naturales y empresas, a productos financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades; es importante mencionar que así como brinda opciones de acceso a la banca, este cuenta con un alto nivel de riesgo, que se traduce en un mayor costo en la financiación por dicha línea.

De acuerdo a información del Superintendente Financiero Jorge Castaño, la cartera total en Colombia al corte del 31 de diciembre del 2019, creció en 3.79%, representado por 502 billones de pesos¹⁵, lo que indica que la cartera del Huila representa aproximadamente el 1% del total de la cartera de Colombia. Es así como manifiesta que dicho aumento se debe a una expansión de la cartera, principalmente de consumo, seguido de la de vivienda y la comercial, esto a su vez representa un mayor endeudamiento en las manos de empresas y personas.

La carga financiera es un indicador que permanentemente debe estar siendo monitoreada; de acuerdo con la información analizada, se puede observar que, debido al bajo nivel de endeudamiento de los empresarios registrados en la Cámara de Comercio de Neiva, la carga financiera no se ha visto afectada para la mayoría de los sectores; lo anterior indica, que no se observa en el sistema un riesgo de sobreendeudamiento.

Así mismo, este resultado se puede contrastar con el indicador de calidad de cartera, el cual en promedio de las líneas de crédito macro, para el departamento del Huila, el Indicador corresponde al 6%, es decir, que del total de la cartera para el Huila, tan solo el 6% (275.600 millones de pesos) corresponde a la morosidad.

Gráfico 38. Deterioro de la cartera del total del endeudamiento Huila

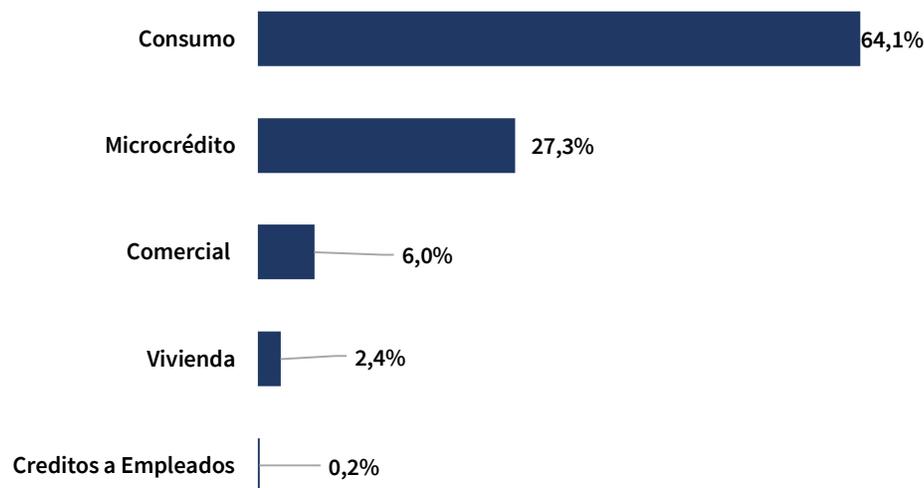


Fuente: Información periódica Superintendencia financiera de Colombia

¹⁵ <https://www.elheraldo.co/economia/nivel-de-endeudamiento-en-colombia-no-es-preocupante-705914>

Paralelamente, el endeudamiento que reporta las cooperativas, supervisadas por la superintendencia de la economía solidaria, representa alrededor de \$697.700 millones de pesos, de los cuales, el indicador de calidad de cartera promedio entre las líneas, está dado por el 3.2%. A continuación, se desagrega el componente de la información financiera acorde a lo ya mencionado:

Gráfico 39. Endeudamiento total entidades Cooperativas Dpto. Huila- Feb 2020



Fuente: Información periódica Superintendencia economía solidaria

Al igual que la cartera del sector financiero, el sector solidario representa un alto porcentaje en endeudamiento de consumo (64.1%), lo que indica que la mayoría de los desembolsos, los realizan a personas naturales y con destinación de libre inversión, para la mayoría de los casos. Seguido de la cartera de microcrédito (personas naturales y empresas) que requieran del acceso pero este es limitado en la banca tradicional. Hoy por hoy, las cooperativas juegan un papel importante en materia de inclusión, en lo que compete a dicha línea de crédito.

A diferencia de la banca tradicional, el sector solidario, maneja un indicador de calidad de cartera menos deteriorada, esto se debe, a que gran parte de la colocación de la cartera de consumo, está representada por cartera de libranza, es decir por descuento de nómina.

De acuerdo al análisis observado del endeudamiento en el departamento del Huila, en lo que compete al sector solidario y a la banca tradicional, se observa una generalidad y es que la línea de crédito de mayor impacto está representada por el crédito de consumo, ahora bien, contrastando dicha información con el resultado de los pasivos (obligaciones) de las empresas, representadas por los diferentes sectores, en torno al bajo nivel de endeudamiento, se puede inferir, que los empresarios del departamento del Huila podrían financiar sus unidades productivas a título personal, es decir créditos a nombre propio, de libre inversión, sin hacer uso de la razón social constituida, que incluso lo pudiera llevar a mejores condiciones financieras.

De las empresas que están registradas en cámara, predomina las unidades productivas “persona natural”, representadas por aquellas personas que de acuerdo a la información reportada de la CCN no presentan pasivos y esto podría convertirse en un supuesto, para evidenciar que asumen obligaciones de manera propia, ahora bien, las empresas jurídicas (15%), son aquellas que garantizan sus obligaciones con el respaldo de la misma empresa.

De manera general las empresas del tejido empresarial, no tienen mayor endeudamiento, lo que podría ser un indicio positivo, frente al acceso de los empresarios a la banca, sin embargo, el análisis del nivel de los activos de los sectores, no asciende a más allá de la suma de \$15.000.000 de pesos, lo que indica que a pesar de contar con un alto nivel de solvencia para el respaldo de sus obligaciones adquiridas (por el bajo nivel de pasivos), es importante una revisión de la capacidad de pago de los sectores, quienes en su mayoría han reportado una disminución de sus ventas en más de un 98%¹⁶ y por lo anterior, una afectación de manera directa en la carga financiera y mayores presiones de flujo de caja.

La carga financiera ideal para los empresarios supondría ser \$0, es decir, no contar con deudas que afrontar de manera periódica y disponer libremente de los ingresos, sin embargo, al haber una reducción de estos de acuerdo a lo mencionado en el párrafo anterior; es un hecho que para la mayoría de los empresarios la carga financiera pueda aumentar considerablemente, es decir, que el principal motivo para un incremento de este porcentaje deberá ser la baja en los ingresos.

Ahora bien, ¿qué tal fácil ha sido el acceso a la banca tradicional a los empresarios?, si gran parte de la porción del tejido empresarial, está constituido por personas naturales y asumiendo que los empresarios que acceden lo realizan de manera personal; este es un gran interrogante, si bien el endeudamiento es necesario para promover desarrollo y bienestar en la vida de un empresario, esta figura presenta una connotación negativa cuando no se cuenta con una correcta capacidad para administrarse.

Sumado a los argumentos anteriormente expuestos, frente al endeudamiento vía persona natural, es importante mencionar que de acuerdo a información del Banco mundial, en un

¹⁶ Resultados de encuesta de impacto económico COVID19 –Departamento Huila realizada por CCN

informe emitido por el banco de la república, los cálculos en materia de educación económica y financiera, dan muestra que la población presenta desconocimiento y carece de las habilidades mínimas requeridas para la toma de decisiones; más del 60% de la población “No” planifica su situación financiera; de igual manera, la educación financiera empresarial, resultará fundamental para la inclusión ya que no solo permite el uso efectivo de los productos financieros, sino que ayudará también a desarrollar habilidades para confrontar y elegir los mejores productos de acuerdo a sus necesidades.¹⁷

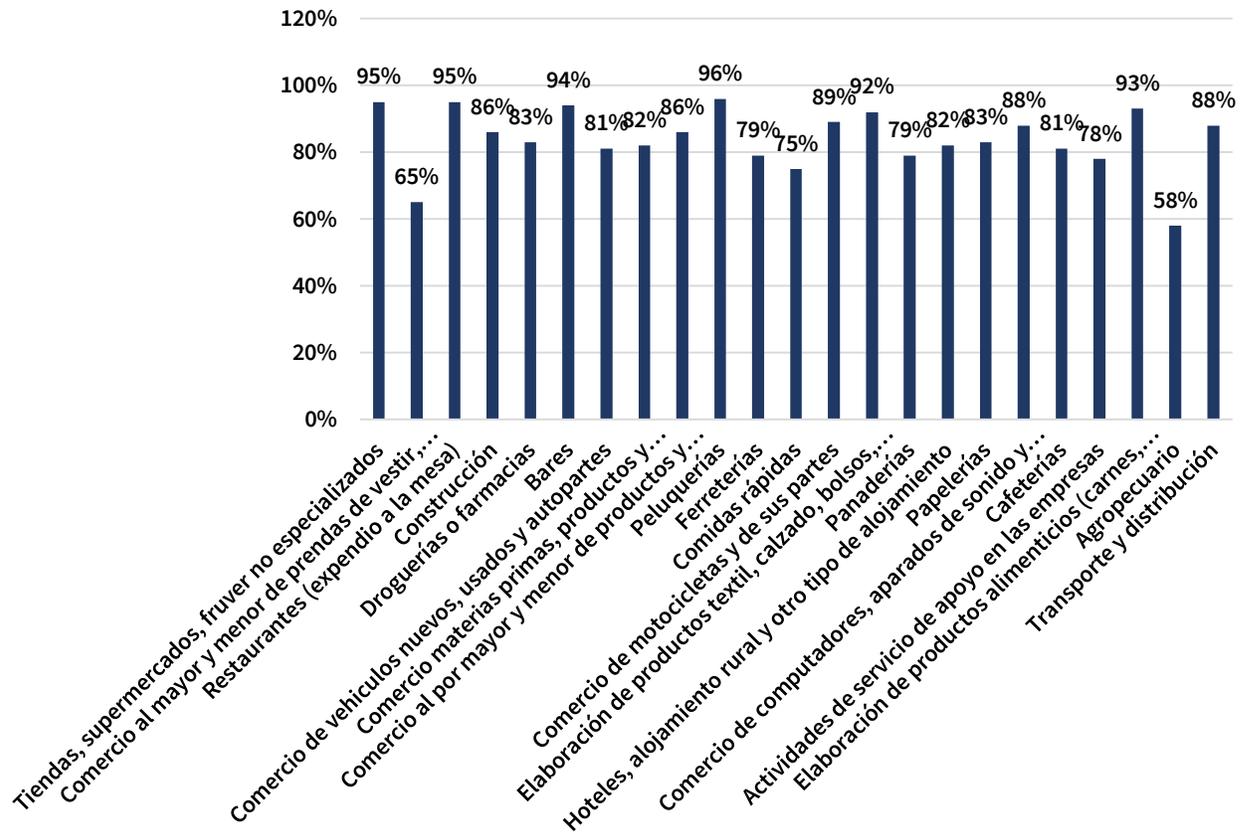
Lo anterior implica un trabajo de la mano de los empresarios, que permita brindarles las herramientas, para que encuentren posibilidades de acceso ya sea para necesidades de capital de trabajo o de inversión y que su vez la banca tenga opciones de convertirse en un aliado para el financiamiento a bajo costo. Sumado a lo anterior, se considera necesario flexibilizar las condiciones y requisitos para el acceso a quienes no han hecho uso de la banca, entendiendo la limitada formalidad de los empresarios.

¹⁷ Informe una estrategia de educación financiera para las distintas etapas de la vida.

Necesidad de crédito y disponibilidad de capital de trabajo

Ahora bien, de acuerdo a la encuesta de impacto económico del COVID, se tiene la siguiente información correspondiente al tiempo de sostenimiento con recursos propios de las empresas:

Gráfico 40. Porcentaje de empresas que pueden subsistir entre 1 y 2 meses



Fuente: Cámara de Comercio de Neiva

El Gráfico 40, refleja la situación de falta de liquidez en el tejido empresarial del departamento del Huila. A la pregunta de, con el supuesto de que las condiciones actuales en el país se mantengan y las medidas se prolonguen indefinidamente, ¿Cuántos meses podría subsistir su negocio con recursos propios? los diferentes sectores reflejan un panorama preocupante, toda vez el mayor porcentaje de las actividades del tejido empresarial, sólo cuenta con recursos para sobrevivir entre 1 y 2 meses, los cuales son: peluquerías con el 96%, tiendas y restaurante con el 95%, bares con el 94%, elaboración de productos alimenticios con el 93% y elaboración de productos textiles con el 92% principalmente. Entre las



actividades que cuentan con empresas con mayor solvencia de recursos propios están: agropecuario, el cual tan sólo el 58% de sus unidades productivas pueden sobrevivir con recursos propios, y el 24% entre 3 y 4 meses; Comercio al por mayor y menor de prendas de vestir en el que el 65% pueden sobrevivir entre 1 y 2 meses y el 25% pueden sobrevivir entre 3 y 4 meses.

Como se mencionó anteriormente, para la identificación de las necesidades de créditos y sus condiciones, se aplicó una encuesta financiera al tejido empresarial. En total se tomó una muestra de 923 encuestas de forma aleatoria en todo el departamento del Huila, distribuida en las siguientes actividades del tejido empresarial:

Tabla 18. Porcentaje de encuestas aplicadas a las actividades del tejido empresarial

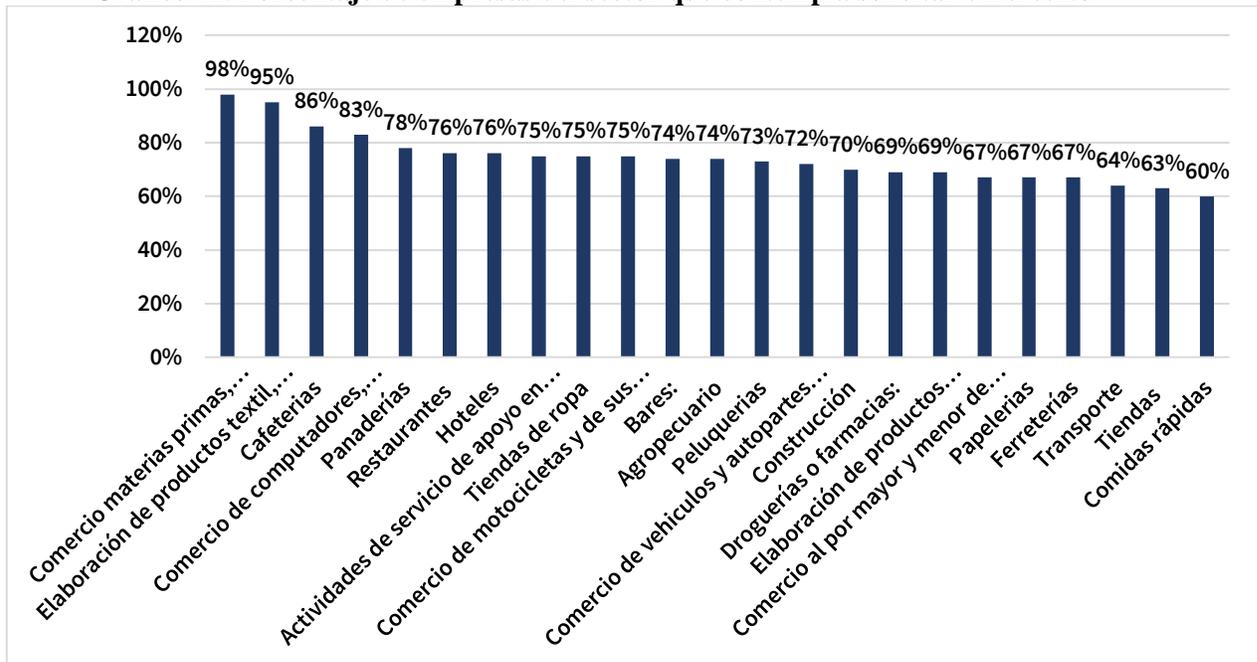
Actividades del tejido	% de encuestas
Actividades de servicio de apoyo en las empresas	3,6%
Agropecuario	7,5%
Bares	7,4%
Cafeterías	2,6%
Comercio de computadores, aparatos de sonido y video, piezas electrónicas	1,2%
Comercio de materias primas, productos y maquinaria agropecuaria	3,1%
Comercio de motocicletas y de sus partes	3,0%
Comercio de productos y artículos para el hogar	3,4%
Comercio de vehículos y autopartes nuevas y usadas	6,6%
Comidas rápidas	4,1%
Construcción	8,3%
Droguería o farmacias	3,6%
Elaboración de productos alimenticios	3,6%
Elaboración de productos textil, calzado y bolsos	1,0%
Ferretería	4,6%
Hoteles y alojamiento	4,4%
Panadería	1,1%
Papelerías	6,1%
Peluquerías	7,0%
Restaurantes (servicio a la mesa)	4,5%
Tiendas de ropa	4,1%
Tiendas, supermercados y fruver	3,9%
Transporte	4,6%

Fuente: Cámara de Comercio de Neiva



Así mismo las preguntas estuvieron enfocadas a identificar la necesidad de crédito, el destino o uso, el monto que solicitaría y los beneficios que requiere sobre las condiciones del crédito. Los resultados fueron los siguientes:

Gráfico 41. Porcentaje de empresas del sector que contempla solicitar un crédito



Fuente: elaboración propia, CNN.

En el Gráfico 41, se identifica la necesidad del sector empresarial para adquirir crédito, evidenciando una mayor intención, en aquellos que se han visto afectados por las medidas adoptadas y que de una u otra forma afectan su operatividad y capacidad de generar ingresos y mantener nóminas.

A continuación, se da a conocer de manera desagregada por cada actividad las necesidades y condiciones para solicitar un crédito:



Tabla 19. características sobre las necesidades del crédito

Sector	Características necesidad de crédito
Droguerías o farmacias	<p>Destino el 50% requiere del crédito para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos; el 33% para compra de materia prima, insumo o mercancía.</p> <p>Monto: el 42% de las droguerías solicitaría entre \$10.000.000 y \$20.000.000; y el 21% entre \$1.000.000 y \$5.000.000.</p> <p>Beneficios: el 42% considera que el beneficio debe ser la condonación de un porcentaje de capital de acuerdo al hábito de pago; el 26% solicita no pagar capital e intereses en un periodo determinado.</p>
Bares	<p>Destino: el 48% requiere del crédito para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos; el 42% para compra de materia prima, insumos o mercancías.</p> <p>Monto: el 43% de los bares solicitaría entre 5.000.001 y 10.000.000; y \$1.000.000 y \$5.000.000.</p> <p>Beneficios: el 42% de los bares consideran el beneficio debe ser, no pagar capital e interés en un periodo determinado; el 20% garantías mínimas y condonación de un porcentaje de capital de acuerdo al hábito de pago.</p>
Comercio materias primas, productos y maquinaria agropecuarias	<p>Destino: El 33% requiere el crédito para le para compra de materia prima, insumo o mercancía; 29% pago de proveedores, obligaciones y pasivos.</p> <p>Monto: El 38% solicitaría más de \$ 30.000.000; 25% entre \$5.000.001 y \$10.000.000.</p> <p>Beneficios: El 45% considera que el beneficio debe ser no pagar capital e intereses en un periodo determinado; el 23% un interés preferencial.</p>
Comercio al por mayor y menor de productos y artículos para el hogar:	<p>Destino: El 67% requiere el crédito para compra materia prima y el 33% para el pago proveedores.</p> <p>Monto: El 33% solicitaría un monto entre \$5.000.001 a \$10.000.000; y el 28% entre \$1.000.000 y \$5.000.000.</p> <p>Beneficios: El 56% considera el beneficio para acceder el crédito debe ser un interés preferencial, 33% no pagar capital e intereses en un periodo determinado.</p>
Peluquerías	<p>Destino: El 66% requiere el crédito para pago de proveedores, obligaciones y pasivos; el 25% para compra de materia prima, insumo o mercancía.</p> <p>Monto: El 39% de las peluquerías solicitaría un monto entre \$5.000.001 y \$10.000.000; el 33% entre \$1.000.000 y \$5.000.000.</p>



Sector	Características necesidad de crédito
	<p>Beneficios: El 48% argumenta el beneficio para acceder el crédito debe ser no pagar capital e intereses en un periodo determinado; mientras que el 22% considera debe ser la condonación de un porcentaje de capital acuerdo al hábito de pago.</p>
Elaboración de productos textil, calzado, bolsos, otros	<p>Destino: El 36% requiere el crédito para comprar insumos y mercancía; 16% pagar obligaciones o pasivos y pago de proveedores.</p> <p>Monto: El 50% manifestó solicitaría un monto entre \$10.000.001 y \$20.000.000 millones; el 25% \$20.000.001 y 30.000.000 millones; 15% entre \$1.000.000 y \$5.000.000.</p> <p>Beneficio: El 50% de las empresas de elaboración de productos textil considera que el beneficio para acceder el crédito debe ser la condonación de un porcentaje de capital por buen comportamiento de pago, el 31% tasas de interés preferencial, y el 15% garantías mínimas.</p>
Panaderías	<p>Destino: El 71% requiere el crédito para compra de materia prima, insumo o mercancía; mientras que el restante 29%, lo destinaría al pago de proveedores, obligaciones y pasivos.</p> <p>Monto: el 50% de las panaderías solicitaría un monto entre \$1.000.000 y \$5.000.000 y el restante 50% de entre \$5.000.001 y \$10.000.000.</p> <p>Beneficio: El 54% de las panaderías considera el beneficio para acceder el crédito debe ser el no pagar capital e intereses en un periodo determinado, y el 25% argumenta debe ser condonación de un porcentaje del capital de acuerdo al hábito de pago.</p>
Papelerías	<p>Destino: El 55% requiere el crédito para para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos; seguido del 39% para la compra de materias primas, insumo o mercancías.</p> <p>Monto: el 32% de las papelerías solicitaría un crédito por más de \$30.000.000, y el 22% entre \$20.000.001 y \$30.000.000.</p> <p>Beneficio: el 38% de las papelerías considera que el mayor beneficio que necesitaría en financiamiento en este momento sería interés preferencial, seguido de no pagar capital e intereses en un periodo determinado (30%) y condonación de un porcentaje del capital de acuerdo al hábito de pago (18%).</p>
Comercio de computadores, aparados de	<p>Destino: El 63% requiere el crédito para el pago obligaciones financieras y pasivos, 9% insumo o mercancías y el 8% pago de nómina y pago proveedores.</p>



Sector	Características necesidad de crédito
sonido y video, piezas electrónicas	<p>Monto: El 47% solicitaría crédito por un monto de \$20.000.001 y \$30.000.000; el 40% más de \$30.000.000; y el 13% entre \$1.000.000 y \$5.000.000.</p> <p>Beneficios: El 55% manifiesta el beneficio que necesitaría es el no pagar capital e intereses en un periodo determinado; el 20% la condonación de un porcentaje de capital de acuerdo al hábito de pago.</p>
Cafeterías	<p>Destino: El 60% requiere el crédito para la compra materia prima y el 20% pago proveedores.</p> <p>Monto: El 52% de las cafeterías solicitaría un crédito cuyo monto estaría entre \$1.000.000 y \$5.000.000; el 20% contestó entre \$5.000.001 y \$10.000.000.</p> <p>Beneficio: El 80% de las cafeterías considera el beneficio para acceder el crédito estaría en un interés preferencial, el 20% no pagar capital e intereses en un periodo determinado.</p>
Actividades de servicio de apoyo en las empresas	<p>Destino: El 66,7% requiere el crédito para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos.</p> <p>Monto: El 100% solicitaría un crédito entre \$5.000.001 y \$10.000.000</p> <p>Beneficio: El 86% de las empresas consideran el beneficio que necesitan es no pagar capital e intereses en un periodo determinado.</p>
Elaboración de productos alimenticios (carne, lácteos, panela, café, cacao, bebidas)	<p>Destino: El 26% requiere el crédito para la compra insumos o mercancías; 21% pago proveedores.</p> <p>Monto: El 34% solicitaría entre \$5.000.001 y \$10.000.000; 24% entre \$1.000.000 y \$5.000.000; 14% entre \$20.000.01 y \$30.000.000</p> <p>Beneficios: El 45% considera el beneficio sería no pagar capital e intereses en un periodo determinado; el 18% la condonación de un porcentaje de capital de acuerdo al hábito de pago; y el 14% tener un interés preferencial.</p>
Comercio de vehículos y autopartes nuevas y usadas	<p>Destino: El 56% solicitaría el crédito para el pago de proveedores, obligaciones o mercancía; el 33,3% para compra de materia prima, insumos o mercancías</p> <p>Monto: El 36% solicitaría entre \$10.000.001 y \$20.000.000; el 27% entre \$5.000.001 y \$10.000.000; 16% entre \$20.000.001 y \$30.000.000 millones y el 11% más de \$30.000.000.</p> <p>Beneficios: El 34% de las empresas de comercio de vehículos y autopartes manifiesta los beneficios debe ser el no pagar capital e intereses en un tiempo determinado; el 21% condonación de un porcentaje el capital de acuerdo al hábito de pago.</p>



Sector	Características necesidad de crédito
Restaurantes	<p>Destino: El 53% destinaría el crédito para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos; y el 22% para la compra de materia prima, insumos o mercancías y pago de nómina.</p> <p>Monto: El 38% de los restaurantes solicitaría entre \$10.000.0001 y \$20.000.000; 31% entre \$5.000.0001 y \$10.000.000; 13% más de \$30.000.000 y el 9% entre \$20.000.001 y \$30.000.000.</p> <p>Beneficios: El 50% de los restaurantes consideran los beneficios deben ser en no pagar capital e intereses en un periodo determinado; mientras que el 29.4% considera se debe ser la condonación de un porcentaje del capital de acuerdo al hábito de pago</p>
Comidas rápidas	<p>Destino: El 48% destinaría el crédito para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos específicamente pagar el arriendo; mientras que el 34% menciona necesitar el crédito para pagar la nómina</p> <p>Monto: El 48% de las empresas de comidas rápidas solicitaría créditos entre \$1.000.000 y \$5.000.000; 44% entre \$5.000.001 y \$10.000.000 y el 8% entre \$10.000.001 y \$20.000.000.</p> <p>Beneficios: El 38% de las empresas de comidas rápidas considera los beneficios deben ser no pagar capital e intereses en un periodo determinado; el 32% manifiesta debe ser la condonación de un porcentaje de capital de acuerdo al hábito de pago</p>
Hoteles	<p>Destino: El 43% destinaría el crédito para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos, mientras que el 36% menciona lo utilizaría para el pago de nómina.</p> <p>Monto: El 28% de los hoteles solicitaría créditos entre \$5.000.001 y \$10.000.000; el 25% más de \$30.000.000; el 22% entre \$10.000.001 y \$20.000.000; 19% entre \$20.000.0001 y \$30.000.000.</p> <p>Beneficios: El 35,6% de los hoteles consideran como beneficio se debe aplicar el no pagar capital e intereses en un periodo determinado; mientras que el 28% considera es mejor la condonación de un porcentaje de capital de acuerdo al hábito de pago y por último un 20% considera mejor la medida de aplicar un interés preferencial.</p>
Tiendas	<p>Destino: El 39,4% manifiesta destinaría el crédito para la compra de materia prima, el 36% para pago de proveedores y el 24% para el pago de nómina.</p> <p>Monto: El 46% de las tiendas solicitarían créditos entre \$5.000.001 y \$10.000.000; el 31% entre \$1.000.000 y \$5.000.000; el 15% entre \$10.000.001 y \$20.000.000; y el 8% entre \$20.000.001 y \$30.000.0000.</p> <p>Beneficios: el 37% de las tiendas manifiestan que requieren como beneficio del crédito, el no pagar intereses en un periodo determinado; le sigue el 29%</p>



Sector	Características necesidad de crédito
	con la condonación de un porcentaje de capital de acuerdo al hábito de pago y por último el 27% requieren un interés preferencial
Agropecuario	<p>Destino: El 44% manifiesta destinaría el crédito para la compra de materia prima, insumo o mercancía; el 30,8% para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos; y el 26% para el pago de nómina</p> <p>Monto: El 28% de las empresas agropecuarias solicitarían un crédito entre \$20.000.001 y \$30.000.000; 28% más de \$30.000.000; 22% entre \$5.00.0001 y \$10.000.000; y el 17% entre \$10.000.001 y \$20.000.000;</p> <p>Beneficios: el 32% de las empresas agropecuarias manifiestan requieren una condonación de un porcentaje de capital del crédito de acuerdo al hábito de pago; el 26% consideran el beneficio debe ser el no pagar capital e intereses en un periodo determinado y el 25% un interés preferencial</p>
Construcción	<p>Destino: El 33% manifiesta destinaría el crédito para el pago de nómina; mientras que el 31,2% considera que lo destinará para la compra de materia prima y también en el mismo porcentaje para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos.</p> <p>Monto: el 29% de las empresas de construcción solicitarían más de \$30.000.000; el 27% entre \$10.000.001 y \$20.000.000; el 27% entre \$20.000.001 y \$30.000.000</p> <p>Beneficios: El 33% de las empresas de construcción consideran como beneficio para acceder el crédito, la condonación de un porcentaje de capital de acuerdo al hábito de pago; el 29% un interés preferencial y el 21% no pagar capital e intereses por un periodo determinado.</p>
Ferreterías	<p>Destino: El 41% considera que destinaría el crédito para compra de materia prima, insumos o mercancías; el 30% para pago de proveedores y el 26% para pago de nómina</p> <p>Monto: El 43% de las ferreterías solicitarían entre \$20.000.001 y \$30.000.000; el 20% más de \$30.000.000; el 13% entre \$5.000.0001 y \$10.000.000 y el 13% entre \$10.000.001 y \$20.000.000;</p> <p>Beneficios: El 39% considera como beneficio para acceder el crédito el no pagar capital e intereses por un periodo determinado; el 28% la condonación de un porcentaje de capital de acuerdo al hábito de pago y el 25% un interés preferencial</p>
Transporte	<p>Destino: El 50% de las empresas de transporte mencionan que destinaría el crédito para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos; el 26% para el pago de nómina</p> <p>Monto: el 29% de las empresas de transporte solicitarían entre \$5.000.001 y \$10.000.000; el 22% más de \$30.000.000; el 21% entre \$10.000.001 y \$20.000.000; y el 14% entre \$20.000.0001 y \$30.000.000.</p>



Sector	Características necesidad de crédito
	<p>Beneficios: El 45% considera como beneficio para acceder el crédito el no pagar capital e intereses por un periodo determinado; el 27,3% la condonación de un porcentaje de capital de acuerdo al hábito de pago y el 18% un interés preferencial</p>
Comercio de motocicletas y de sus partes	<p>Destino: El 42% de las empresas de comercio de motocicletas considera utilizar el crédito para compra de materia prima, insumo o mercancía; el 38% para el pago de proveedores, obligaciones y pasivos.</p> <p>Monto: El 39% solicitaría entre \$5.000.0001 y \$10.000.000; 22% entre \$20.000.001 y \$30.000.000; 17% más de \$30.000.000; 17% entre \$1.000.000 y \$5.000.000 millones</p> <p>Beneficios: El 32% considera como beneficio para acceder el crédito la condonación de un porcentaje del capital de acuerdo al hábito de pago, el 28% no pagar capital e intereses en un periodo determinado y el 24% un interés preferencial</p>

Fuente: elaboración propia, CNN.

A partir de los hallazgos encontrados, en la necesidad de crédito de los empresarios de los diferentes sectores analizados, se resalta lo siguiente a manera de conclusión:

- ✓ El 73% de las empresas encuestadas manifiestan tener interés en adquirir un crédito.
- ✓ En promedio, el 33% destinaría el crédito para el pago de nómina, seguido de un 32% que compraría materia prima y pagaría proveedores
- ✓ Aproximadamente, el 28% del tejido empresarial solicita créditos con un monto entre \$5.000.001 y \$10.000.000, el 19,2% entre \$1.000.000 y \$5.000.000 y el 19% entre \$10.000.001 y \$20.000.000
- ✓ Entre los principales beneficios financieros esperados, los empresarios sugieren: el 27% la condonación de un porcentaje del capital de acuerdo al hábito de pago, seguido del 22,6% de un interés preferencial y el 22,2% no pagar capital e intereses en un periodo determinado.

Identificación de cuellos de botella en sectores estratégicos

Para hacer frente a las medidas de confinamiento, es necesario analizar los principales cuellos de botella que enfrentan las cadenas de producción o suministro de los sectores estratégicos del Departamento, en tiempos de cuarentena y ante una eventual reducción de las medidas restrictivas de cara al proceso de reactivación económica, a partir de la información de los diferentes sectores y el sin número de actividades alrededor de las diferentes mesas, que se presenta a continuación:

Sector Cacaotero

- Contexto general del sector y panorama antes del COVID19

La cadena de cacao del Huila se ha consolidado como una de las principales actividades económicas del Departamento, así como un renglón productivo fundamental para el desarrollo del sector agroindustrial, el aumento de las exportaciones y la diversificación de la oferta exportable; desde el año 2005, cuando se formuló la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila como hoja de ruta de desarrollo económico del Departamento y punto de referencia para la formulación de políticas, planes, programas y proyectos municipales y departamentales, la cadena de Cacao ha sido un renglón priorizado dentro de la Apuesta Productiva Agroindustrial; así mismo, recientemente ha sido categorizada como cadena productiva de exportación por el Programa de Transformación Productiva (PTP) y cultivo de la paz y el posconflicto a nivel nacional para los procesos de sustitución de cultivos ilícitos en Colombia.¹⁸

En el Huila el subsector cacaotero está conformado por 3.200 familias productoras aproximadamente y 23 asociaciones de productores de primer nivel formalizadas; sumado a esto, se encuentra Aprocahuila, una red de Asociaciones de Productores de Cacao que se constituye como una organización de segundo nivel que agremia a 18 asociaciones de productores de base, distribuidos en 16 municipios del Departamento. En el año 2018, la producción en el departamento fue de 4.466 toneladas, establecidas en 7.390 hectáreas de cultivo, distribuidas en 34 municipios, con un rendimiento promedio de 659 kg/ha¹⁹. Esta producción se concentra en mayor medida en la Zona Norte (62%), seguido de la Zona Centro (17%), Occidente (16%) y Sur (5%)²⁰. Principalmente, los municipios de Rivera, Campoalegre, Tello, Neiva, Algeciras y Gigante se destacan en producción y asociatividad en el renglón cacaotero, concentrando el 49% de la producción total y consolidándose como el cuarto productor de cacao en el país con el 8% de la participación nacional.

Las exportaciones de cacao en grano en el Huila pasaron de registrar US\$60.000 en el año 2012 a \$USD 3,2²¹ millones en el año 2019, representando el 1% de la canasta exportadora departamental y evidenciando un crecimiento exponencial que confirma las oportunidades de desarrollo y crecimiento en los mercados internacionales. Para este mismo año, se registraron exportaciones de 1.088 toneladas, las cuales representaron aproximadamente el 24% de la producción local y el 3% de las exportaciones de cacao en grano en Colombia,

¹⁸ Fedecacao (2016), <http://www.sac.org.co/es/noticias/536-el-cacao-sera-el-cultivo-de-la-paz.html>

¹⁹ Gobernación del Huila, Secretaría Técnica de la cadena de cacao – Sector cacaotero en el Huila año 2018

²⁰ Gobernación del Huila – Evaluación Agropecuaria 2018 – Cálculos propios

²¹ Legiscomex – Exportaciones Huila 2019



posicionándose como el quinto exportador de cacao del país. Bélgica fue el principal destino de estas exportaciones con el 81% de participación; Malasia (8%), Estados Unidos (5%) y en menor participación Países Bajos (4%) y Reino Unido (1%).

Bajo este contexto, el departamento del Huila ha venido buscando cumplir con parámetros de calidad más exigentes que le permita incrementar la oferta de cacao con características especiales de aroma y sabor con el propósito de acceder a mercados internacionales de cacao especiales, en el cual se reconoce un precio diferencial, impactando positivamente en la sostenibilidad económica y social de la cadena en la región a través de la transferencia de ese mayor valor a las familias productoras de cacao.

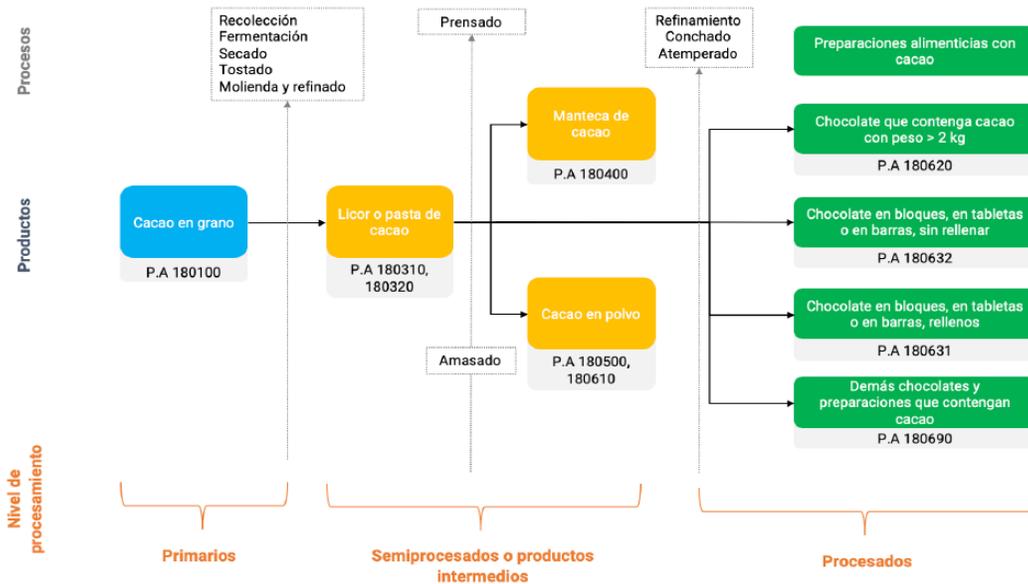
- **Cuellos de Botella identificados a raíz del COVID19**

La cadena de cacao y chocolatería va desde el cultivo del cacao, pasando por la elaboración de productos intermedios (pasta o licor de cacao, manteca de cacao, cacao en polvo) hasta productos finales como son las preparaciones alimenticias que contienen cacao, también conocidas como productos de chocolatería.

El consumo del cacao está relacionado principalmente con la demanda de chocolates, pero en los últimos años se ha potenciado la utilización de cacao y chocolate en la industria cosmética y otros productos alimenticios. Normalmente no se venden directamente en el mercado de consumo. Igualmente, la creciente preocupación por la salud ha fomentado a nivel mundial el consumo creciente de productos orgánicos y a exigir que estos productos cumplan con cierto tipo de certificaciones internacionales. Estas tendencias son especialmente visibles en mercados como el europeo donde además el cuidado del medio ambiente y la relevancia de principios sociales (comercio justo) son factores importantes al momento de comprar productos. Las certificaciones internacionales (en cuanto a etiquetado, calidad, producción orgánica y de comercio justo, así como de trazabilidad del producto) son muy valoradas en el comercio mundial, lo que constituye un factor de gran diferenciación a la hora de competir en el mercado internacional del cacao y productos de chocolatería.²²

Gráfico 42. Cadena de valor Cacao y chocolatería

²² Análisis cadena de valor v4.0- Cámara de Comercio de Neiva



Fuente: Elaboración propia CCN a partir de la metodología de la (ONUUDI, 2014)

A razón de la información anterior, el subsector cacaotero a través de su mesa sectorial del Departamento del Huila, a determinado los cuellos de botella que afectan su cadena de valor, disminuyendo su competitividad a nivel nacional e internacional, a continuación, se presentan los cuellos de botella por eslabón:

Nivel de procesamiento: Primario

1. **Cacao en grano:** baja productividad, la producción del cacao tiene un rendimiento promedio de 659 kg/ha a pesar de que está por encima de la media nacional su productividad es muy baja pues algunos productores han logrado mantener producciones de 2.000 kg/ha, permitiendo tener mejor calidad de vida a sus familias. Esta situación está principalmente relacionada, con el mal manejo en los cultivos; como rehabilitación de cultivos envejecidos, abono y distritos de riego que permita el consumo de agua adecuado por parte de la plantación, optimizando de esta manera el recurso hídrico.

2. Otro cuello de botella es la baja capacidad de comercialización de cacao diferenciado, esto se debe básicamente a que el departamento del Huila no cuenta con un mapa organoléptico que le permita tener una carta de presentación de su cacao, en las ferias y ruedas de negocios internacionales.

3. No se cuenta con talento humano formado, ni procesos de formación a la medida en evaluación física y sensorial, que permita trabajar en cacaos finos; retrasando el subsector en temas de competitividad ya que se deben realizar las pruebas fisicoquímicas en otros

Departamentos, impidiendo desarrollar análisis rápidos que permitan ajustar los protocolos de beneficio del cacao en tiempo real para la obtención de un cacao diferenciado.

Nivel de procesamiento: Semi procesados e intermedios y procesados

1. La ausencia de músculo financiero por parte de los productores o de posibles inversionistas que permita el desarrollo de esta industria.
2. La competencia con multinacionales, debido a que manejan la mayoría del mercado del licor o pasta de cacao; limitando el desarrollo de estas iniciativas a nivel regional, debido a que controlan los precios y la compra de producto con su músculo financiero.
3. Respecto a la era digital, como sabemos que esto corresponde a un producto tangible, la restricción al acceso de eventos masivos de comercialización de productos con compradores internacionales, tales como son ferias y macro-ruedas de negocios nacionales e internacionales, limita la forma de comercializar el producto, toda vez que, en su mayoría se requiere del análisis de muestras o en su defecto, la visualización del producto.
4. Algunos productores de cacao no se encuentran bancarizados, lo cual ha generado serias dificultades con el comprador para realizar los pagos de manera oportuna, generando iliquidez en el productor para su abastecimiento esencial y cancelación de compromisos.
5. Respecto a la compra de insumos y materia prima para la transformación del cacao, se han presentado dificultades para los procesadores, debido a que deben desplazarse a la zona rural para la recolección del grano, incrementando sus costos de transporte, logística y seguridad de la carga frente a constantes retenes policiales y comunitarios.

Sector Cafetero

- Contexto general del sector y panorama antes del COVID 19

En los últimos años se ha evidenciado en el Huila un incremento en el número de cafeteros con una población de 332.000 personas y 82.764 productores, siendo el café el negocio agrícola más importante del Departamento, sembrado en 35 de sus 37 Municipios. Para el año 2010 contaba con 102.500 hectáreas y para el 2018 conto con 144.896²³ hectáreas, presentando un crecimiento en nueve años de 42.396 hectáreas, ocupando el primer lugar como el mayor productor de café a nivel nacional y aportando el 19% de la producción del país para el 2019. El Huila no solo lleva la bandera de ser la región con mayor producción de café en cantidad, también es líder en cultivar cafés especiales con una participación del 25%²⁴ de la producción del Departamento.

²³ Evaluación Agropecuaria, Min-Agricultura

²⁴ Fundación Decintec (Iniciativa ruta competitiva del café del Huila)

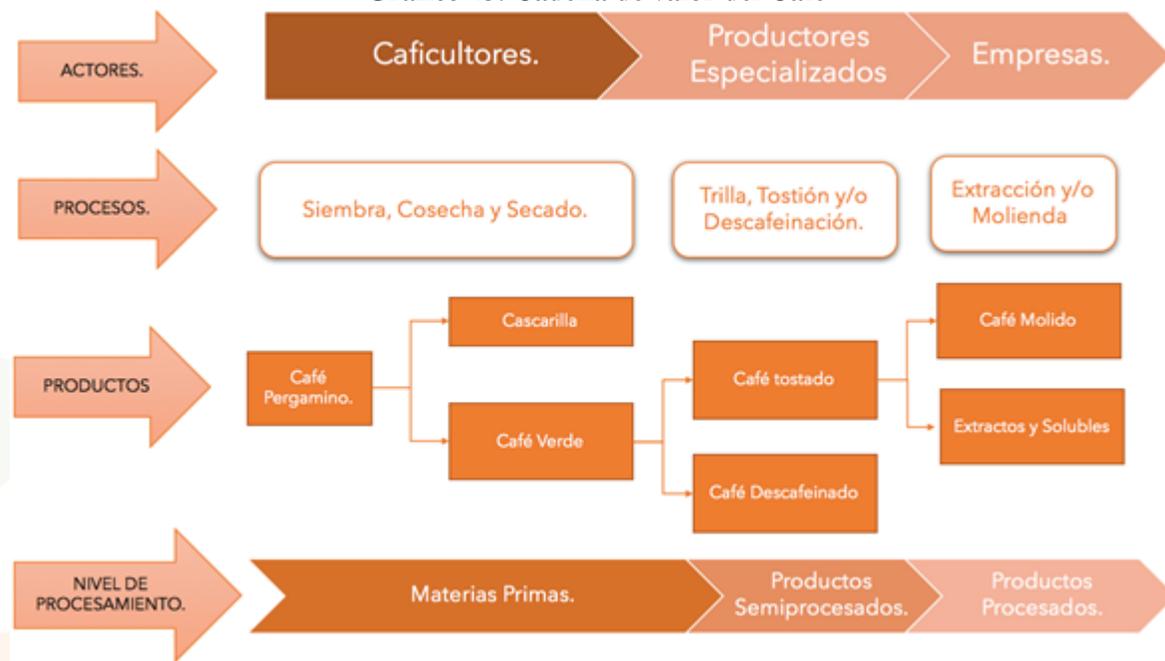


En cuanto al sector empresarial, el departamento del Huila cuenta con cincuenta y siete (57) compañías exportadoras, dos (2) Cooperativas de caficultores (Cadefihuila y Coocentral) y ciento dos (102) microempresas de café tostado y molido; permitiendo de esta manera que el 95% del café producido en el Huila sea exportado a diferentes mercados internacionales presentando para el año 2019 exportaciones por (USD)\$412 millones.²⁵

- Cuellos de Botella identificados a raíz del COVID19

La cadena de café se ha consolidado como una de las principales actividades económicas del Departamento del Huila, así como un renglón productivo fundamental para el desarrollo agroindustrial, el aumento y la diversificación de las exportaciones. Desde el año 2005, cuando se formuló la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila como hoja de ruta de desarrollo de políticas, planes, programas y proyectos municipales y departamentales, la cadena de café ha sido un renglón priorizado dentro de la Apuesta Productiva Agroindustrial.²⁶

Gráfico 43. Cadena de valor del Café



Fuente: Iniciativa Clúster de Café Departamento del Huila 2019, basado en la cadena de valor del café Mincit.

²⁵ Legiscomex-Exportaciones Huila 2019

²⁶ Estudio de coyuntura económica 2019 Elaborado por la CCN

La cadena de café comprende tres grupos, de acuerdo con su grado de elaboración: primarios, semi-procesados y procesados.

El Gráfico 43, muestra de forma resumida el proceso de producción de café, y detalla los productos que integran la cadena.

El proceso productivo inicia con el cultivo del grano de café y cosecha, obteniendo como resultado frutos que contienen semillas o granos de café, posteriormente se somete a un proceso de secado denominado café pergamino. Este café pasa por el proceso de trilla en el cual se saca el grano de la pulpa es decir se descascarará de donde se obtiene la cascarilla, la misma que puede ser utilizada como insumo para otras industrias, mientras que el café verde puede ser sometido de manera opcional a un proceso de descafeinización, dando como resultado café verde descafeinado.

A partir del café verde con cafeína o descafeinado, se realiza el proceso de tuestión, del cual se obtiene bien sea el café tostado sin descafeinar o café tostado descafeinado. El café tostado es molido u obtener extractos y solubles de café.

Respecto a la información anterior, podemos encontrar que a pesar de que este ha sido un sector que poco ha tenido afectaciones respecto a la coyuntura, teniendo en cuenta que en comercialización y precios ha sido positiva, sin embargo, el proceso de recolección es el que se ha visto afectado. Los cuellos de botella identificados vienen antes de la pandemia, impidiendo el mejoramiento de la productividad del sector a nivel nacional e internacional.

Nivel de procesamiento primario

1. Baja productividad del sector cafetero, frente a países de grandes producciones como Brasil.

Aproximadamente el 41% de la producción mundial de café se concentra en América Latina y el Caribe, donde principalmente se destaca Brasil, al ser el mayor productor del mundo con el 32%; seguido de Colombia (9%), tercer productor de café del mundo. Vietnam se encuentra en el segundo lugar de la producción mundial en representación del continente asiático con el 18.5%.

La producción colombiana de granos de café verde creció 51% entre 2012 y 2019, de 7.6 millones (alrededor de 460,000 toneladas) a 14.8 millones de sacos de 60 kilos (alrededor de 885,120 toneladas). La producción colombiana se centra en las variedades arábicas.²⁷

²⁷ Análisis de cadena de valor de café- elaboración propia CCN



2. La poca cultura en el manejo agronómico y la falta de personal o mano de obra especializada en los procesos del cultivo, que reducen la eficiencia en los procesos y disminuyen la productividad de la planta de café.
3. Los altos precios de los fertilizantes, debido a que son liderados básicamente por dos grandes multinacionales (proveedores); lo anterior, teniendo en cuenta que en la mayoría de los casos realizan importación de materia prima entre ellas Urea, nitrógeno, fosforo, potasio y oxido de potasio desde países como Rusia; en vista de la coyuntura, el retraso de tiempos de entrega, el proceso logístico y de transporte que deben realizar genera un sobrecosto.
4. La baja utilización de herramientas tecnológicas, que le permitan a los productores aprovechar las nuevas tecnologías dentro de sus procesos de producción, optimizando todos los recursos disponibles en la actualidad, como la implementación de drones y aplicaciones móviles para el control de plagas, enfermedades y los e-commerce.
5. En época de cosecha la baja disponibilidad de mano de obra para la recolección del café y la movilidad para la comercialización del mismo, han sido grandes cuellos de botella en épocas de pandemia, se ha optado por las mingas cafeteras y la mano de obra de la población urbana, quienes no cuentan con la experiencia de los recolectores tradicionales, retrasando el proceso y bajando la productividad al no contar con los llamados andariegos expertos en la recolección de café. En su mayoría la dificultad se ha visto, en los cafeteros que cuentan con alrededor de 5 a 10 hectáreas y requieren de un gran número de empleados para realizar su respectiva recolección.

Nivel del procesamiento semi procesados

1. En cuanto a semi procesados uno de los mayores cuellos de botella se presenta en la fuerte competencia con las multinacionales, con respecto a la comercialización del café tostado y molido, teniendo en cuenta que a nivel internacional el 35% de las tostadoras está en cabeza de 10 multinacionales.
2. No se cuenta con mano de obra calificada, que permita el servicio de mantenimiento y reparación de la infraestructura productiva como trilladoras industriales, electrónicas y torrefacción, pequeñas trilladoras, tostadoras y empacadoras de café; dependiendo de mano de obra especializada de otros Departamentos y retrasando las pruebas y producción hasta por una semana.

Nivel de procesamiento de procesados

1. Restricción de atención para la comercialización de sus productos en sus tiendas especializadas de café o Coffee Shops.

2. Bajo consumo interno de café en el departamento del Huila, debido al desconocimiento de los atributos, calidad y sabor de una buena taza de café por parte del consumidor final; la coyuntura retrasa aún más este proceso reduciendo su margen de ventas en tiendas de café.

3. El difícil acceso a los insumos como empaques y etiquetas, ha generado un sobrecosto en la comercialización de café tostado, molido y extractos de café.

Sector Piscicultor

- Contexto general del sector y panorama antes del COVID19

En los últimos diez años, la producción piscícola del Huila ha tenido un crecimiento significativo al pasar de 17.645 toneladas en el 2009 a 60.456 toneladas en el 2019, según cifras del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, dado principalmente por el incremento en la producción de tilapia roja y plateada, renglón de producción mayoritario de la actividad piscícola en el Huila. Esto ha permitido un posicionamiento de la región, siendo hoy el primer productor piscícola a nivel nacional con una participación del 37% del total del país; seguido por los departamentos de Meta (11%), Tolima (10%), Antioquia (4%), Cundinamarca y Boyacá (6%)²⁸.

Este liderazgo se ha venido consolidando mediante la generación de valor agregado en la producción y exportación de filete de tilapia fresca. Al cierre del año 2019 se registraron exportaciones por US \$42.6 millones²⁹ siendo el principal exportador de tilapia a nivel nacional y representando el 8% de la canasta exportadora del Departamento.

Este posicionamiento en los mercados internacionales, ha sido fruto principalmente de inversiones privadas por parte de grandes productores, por la instalación de plantas de proceso con certificaciones internacionales, que le ha permitido atender directamente a sus compradores en el exterior. Por eso, hoy el departamento del Huila, cuenta con cuatro (4) plantas de proceso certificadas en HACCP de las quince (15) que tiene el país y tres del Huila con permisos para exportar a la Unión Europea; así como treinta y cuatro (34) granjas piscícolas certificadas bajo estándares de calidad internacional – BAP de las treinta y nueve (39) granjas del país certificadas.

Es importante destacar que el Huila recibió la primera certificación grupal del mundo por buenas prácticas en producción de tilapia (BAP, por sus siglas en inglés), en la que se integran los eslabones de la cadena productiva, desde los laboratorios de semilla, las fincas de cultivo y las plantas de procesamiento. La certificación fue otorgada a 31 unidades productivas por parte de Global Aquaculture Alliance (GAA), como resultado del proyecto “El Agro Exporta”, que adelanta en el Departamento el Programa de Colombia Productiva y Fedeaqua.

²⁸ Cadena de acuicultura 2019

²⁹ Legiscomex-Exportaciones Huila 2019

Esto podría representar una ventaja para las ventas en los mercados internacionales, especialmente en Estados Unidos y Canadá.

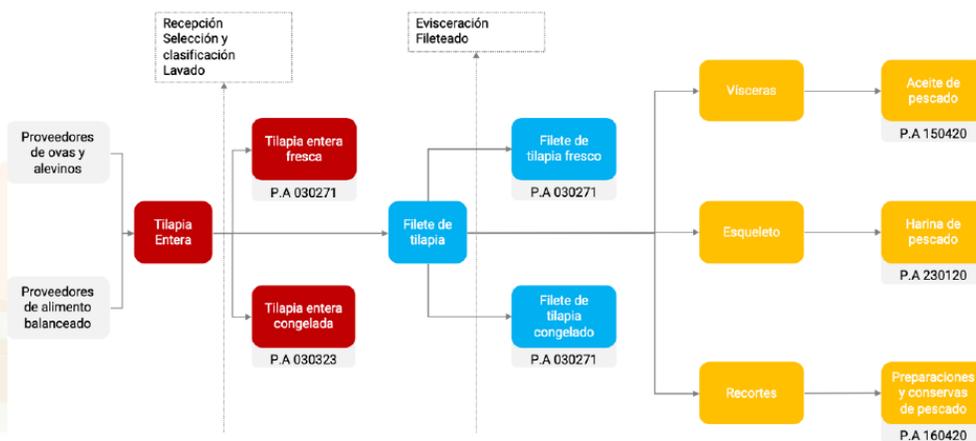
- Cuellos de Botella identificados a raíz del COVID19

La cadena de valor de la tilapia, producto que hace parte del sector Piscícola, reúne múltiples actividades en la producción. Estas corresponden a: la producción de alevinos, las actividades de levante y engorde, y el procesamiento o transformación en bienes finales o intermedios.

La producción de alevinos se divide en las fases de reproducción, incubación, larvicultura y precría; en términos generales el proceso es el siguiente: mediante la reproducción en cautiverio, entre machos y hembras previamente seleccionados, se obtienen las ovas (huevos fertilizados), que son posteriormente depositados en incubadoras donde se convierten en larvas. Posteriormente, estos son llevados a un peso aproximado de 180 gramos, punto en el que pasa a la etapa de engorde, donde es cultivado hasta llevarlo a un peso por encima de los 300 gramos. Una vez obtenidos los animales con los pesos deseados pasan a una etapa de procesamiento donde se obtiene, principalmente, el producto entero y filetes (congelados y frescos). Durante el proceso de fileteado, se generan unos productos, que pueden ser definidos como el grupo de recursos que se produce paralelamente con el producto principal (filete), pero presenta un menor valor comercial, tales como cabeza, esqueleto, recortes, vísceras, aletas, escamas y resto de carne que pueden llegar a representar entre 60% y 72% del peso total del animal. Estos se aprovechan para obtener subproductos tales como aceite y harina de pescado, así como preparaciones y conservas de pescado.

Otras actividades como la producción de alimento balanceado para peces y el suministro de hielo utilizado para el transporte de la pesca a fin de mantener la cadena de frío en el transporte, se vinculan paralelamente a la dinámica de la cadena.

Gráfico 44. Cadena de valor Tilapia





PRIMARIO SEMIPROCESADOS PROCESADOS

Fuente: Elaboración propia CCN a partir de la metodología de la (ONUFI, 2014)

Nivel de procesamiento primario

1. Uno de los mayores cuellos de botella del sector piscícola, es la baja formalización y asociatividad, es decir, actualmente se cuenta con un gran número de productores informales, algunos sin concesión de agua por parte de la CAM y demás problemáticas que afectan al sector en su productividad y competitividad empresarial
2. Otra dificultad, es el ingreso a mercados internacionales, se cuenta solo con tres plantas de proceso con certificaciones internacionales privadas, limitando la participación de asociaciones, medianas y pequeñas empresas en el mercado exterior; es decir, la baja oferta de plantas certificadas para la maquila del pescado entero y filete, restringe el proceso de comercialización internacional a estos empresarios.
3. El alto costo de los insumos para el proceso de producción, debido a la volatilidad de la TRM, entre los cuales se destacan insumos como empaques de polietileno expandible e insumos para la elaboración de concentrados.
4. Restricciones en el transporte de insumos y pescado para la comercialización, así como el cierre o limitación de compradores en las centrales de abastos para la comercialización de producto, junto con el menor consumo de estos productos por el cierre de los restaurantes y la baja demanda de pescado.
5. Difícil acceso al sector financiero para la adquisición de recursos para capital de trabajo, debido principalmente a las altas restricciones de acceso a créditos por parte de las entidades bancarias.

Nivel de procesados

1. En cuanto a los sobrantes del pescado como son la piel, escamas y espinas, son un aporte en los ingresos del Empresario, pero aún se desaprovecha su transformación en subproductos como el colágeno, debido a que se vende como materia prima al mercado internacional y se adquiere nuevamente como producto terminado, lo mismo sucede con las vísceras que se pueden aprovechar para la obtención de ensilado, encontrando una oportunidad enorme para la generación de industria en el Huila.³⁰

³⁰ Alexander Bernal, director de FEDEACUA



Sector Turismo

- Contexto general del sector y panorama antes del COVID19

En el Gobierno del Presidente Duque, se ha dado como prioridad el fortalecimiento del sector turismo como motor e impulso de la economía del país; el Huila en el 2005 lo priorizó como apuesta productiva a partir de la Agenda Interna y en su actualización en 2015 la confirmó como uno de los sectores más dinamizadores de la economía regional, por su encadenamiento con múltiples actividades, permitiendo mayor flujo económico en el territorio. El Huila cuenta con dos atractivos turísticos ancla como son el Desierto de la Tatacoa al norte, con 335.020 visitantes para el 2018 y el Parque Arqueológico de San Agustín al sur del Departamento con 134.773 visitantes para el mismo año, registrando para este mismo periodo en el Sistema de Información Turística y Cultural del Huila un ingreso de 732.701 visitantes a los atractivos turísticos del departamento del Huila, con un incremento del 41%, frente al año anterior; contando con una movilización terrestre en las terminales de transporte de 5.942.897 pasajeros a 2018 y 136.254 pasajeros movilizadas en vuelos nacionales regulares, presentando una disminución del 2.5% frente al año 2018, así como la movilización aérea de 2.220 extranjeros no residentes en 2019, teniendo una reducción del 50% frente al 2018; la región contó con un crecimiento en la ocupación hotelera del 44% para el año 2019, mostrando un incremento del 4% frente al año inmediatamente anterior.

El sector turismo del Departamento presentó para el año 2019, ingresos operacionales y no operacionales por \$100.371.360.092 y activos por valor de \$51.799.083.331; contando de igual manera con una participación aproximada del 4,7% en el PIB del departamento del Huila. En cuanto al registro nacional de turismo, el Huila cuenta 929 registros, en donde los establecimientos de alojamiento constituyen el 49% del total de registros, seguidos por las agencias de viajes con el 23% y 13% en vivienda turística.

- Cuellos de Botella identificados a raíz del COVID19

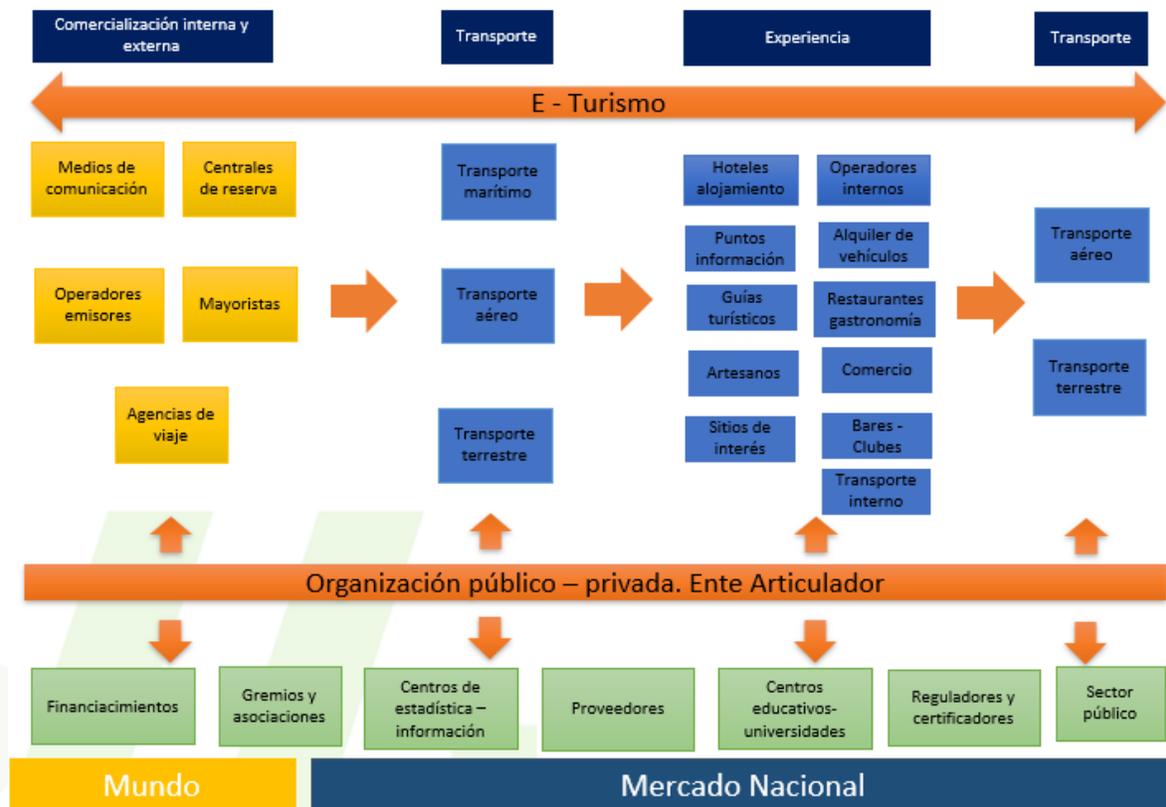
La cadena de valor del turismo integra a los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico, hasta el regreso a su lugar de residencia.³¹

Para comenzar a trabajar en Cadena de Valor con enfoque en turismo, se requiere de la articulación de todos los actores que van a participar en el desarrollo sostenible del destino. Desde el sector privado al sector público, incluyendo asociaciones, cooperativas, universidades, instituciones, agencias internacionales y sociedad civil. Es decir, todos aquellos actores que participan de forma directa e indirecta en la actividad turística.

³¹ Mincit 2011

Además, permite facilitar el trabajo colaborativo y la sinergia entre la industria del turismo y la creativa con las demás industrias del país, con el propósito de contribuir al desarrollo del territorio y generar acciones que permitan posicionar la región como un destino inteligente. A continuación, se observa el gráfico de la cadena de valor propuesta para el turismo:

Gráfico 45. Cadena de valor del turismo



Fuente: Iniciativa Ruta Competitiva de Turismo Huila

La contribución del turismo al PIB del orden nacional y departamental para el segundo trimestre de 2020, caería en un 100%, es decir, desaparecerá por completo la actividad turística como consecuencia de las severas restricciones globales al movimiento de personas, Según el resultado de un ejercicio de simulación del National Institute of Economic and Social Research³²

³²<https://theconversation.com/turismo-en-tiempos-de-covid-19-de-la-masificacion-al-distanciamiento-social-137567>



El sector turismo es quizás el único en el que la recuperación gradual se extiende hasta el tercer trimestre del 2021, independientemente del escenario que se considere. Por tanto, el efecto es devastador, en particular para una economía como la del departamento del Huila. Si bien es cierto es un servicio y se focaliza en la experiencia, es una invitación a repensar de los negocios y transmitir seguridad al turista con todas las medidas de bioseguridad que se puedan llegar a implementar en una futura reactivación; a continuación, se plasman los diferentes cuellos de botella y dificultades que ha tenido que atravesar el sector entorno a la coyuntura de salud mundial:

1. Dentro de sus mayores cuellos de botella se encuentra los altos niveles de informalidad y la competencia desleal en el sector.
2. Las limitaciones de movilidad establecidas, han afectado de manera radical el flujo de turistas, como reflejan las series diarias de tráfico aéreo y terrestre en los aeropuertos y terminales del Departamento.
3. la marcada incertidumbre existente, ya que es difícil prever cómo responderán tanto la demanda como la oferta turística, ni en qué modo le afectarán las medidas de distanciamiento social y las restricciones a la movilidad, si bien es obvio que dichos condicionantes tienen una incidencia manifiesta en la actividad turística.
4. Teniendo en cuenta que será uno de los sectores de más difícil recuperación en el corto plazo, el acceso a la financiación ha sido otra de sus mayores dificultades, imposibilitando la continuidad de sus negocios en el mediano plazo. Las consecuencias serán a corto plazo notables, afectando de manera considerable a las empresas y aún más a los trabajadores del sector.
5. Los servicios hoteleros tienen dos características que lo hacen altamente vulnerable: lo primero, las habitaciones no vendidas no pueden ser almacenadas para venta posterior; y segundo, los altos costos fijos. Estos dos aspectos hacen que los impactos económicos sean muy altos en términos de empleo y la quiebra masiva de empresas en toda la cadena por falta de liquidez.

Sector Minero

- Contexto general del sector y panorama antes del COVID19

En un contexto general, tanto Colombia como el departamento del Huila, basa su desarrollo económico, en un modelo dependiente de la extracción de recursos minero energéticos como carbón, petróleo y minerales. Sin embargo, a partir de la crisis del precio del petróleo hace aproximadamente 4 años, obligó a regiones como la nuestra, a diversificar la canasta exportadora, así como fortalecer la producción en otros sectores representativos como la construcción, el comercio, la agricultura y la piscicultura.



En el Huila existe una infraestructura socio-económica propia, en lo que se refiere a su potencial gasífero o petrolífero, que lo ubica entre el décimo y sexto lugar respectivamente a nivel nacional con reservas probadas de 21.826 MPC (Miles de pies Cúbicos) y 71.037 MB (miles de barriles) para el 2017; la estructura petrolera se extiende a los municipios de Aipe, Palermo, Yaguará, Tesalia, Paicol, Gigante, Hobo, Campoalegre, Rivera, Neiva, Tello, Baraya y Villavieja, con un área de 289.000 hectáreas, de las cuales han sido exploradas aproximadamente 120.000 hectáreas.

Según el informe de caracterización de los procesos mineros en el Huila, realizado por la Agencia Nacional de Minería en 2017, en el Huila existen 217 títulos mineros vigentes con un área de 59.736,19 Has, 6 de carbón, 2 de esmeraldas, 112 de materiales de construcción, 23 de oro y 63 de otros minerales.

La producción minera del departamento de Huila, proviene principalmente de los municipios de Tesalia, Palermo, Neiva e Iquira, en oro y plata; de los municipios de Agrado, Gigante, Palermo y Tesalia, en Materiales de construcción; en arcillas de Pitalito, y en roca fosfórica de los municipios de Aipe y Tesalia; Roca fosfórica aportó el 38.8% a la producción nacional periodo de 2012 al primer trimestre de 2017 ³³según la Agencia Nacional Minera - ANM, 4,3% en materiales de construcción, 1.17% plata, 0.26% oro y 0.58% arcilla. El Departamento pasó de exportar USD \$ 4 millones de Oro en el 2018 a USD \$ 9.6 millones en el 2019 según cifras de Legiscomex.

El Huila cuenta con un Centro de Desarrollo Tecnológico para el sector minero energético, CDT MINERHUILA, conformado principalmente entre empresarios de los sectores químicos, abonos y construcción, y la Universidad Surcolombiana. Entre los logros más significativos en el 2018 resaltó, la aprobación de un proyecto ante Colciencias, para realizar la caracterización y reciclaje de residuos de procesos industriales y materias prima en 3 empresas, por un valor de \$262.150.000.³⁴

- **Cuellos de Botella identificados a raíz del COVID19**

1. Al estar los grandes consumidores del mundo en pausa, no hay mercado que absorba la producción minera. A esto se le suma la caída estrepitosa de los precios del petróleo llegando a venderse a precio negativo a finales del mes de abril de 2020 y lo más seguro es que se observará un aplazamiento de inversiones no estratégica y disminución de costos operacionales y administrativos. Las medidas que vienen tomándose para su contención han detenido la extracción de algunas materias primas, la producción de manufacturas entre otros; sumado a esto la disminución en el consumo de combustibles por la cuarentena mundial, llevando a una compleja parálisis económica.

³³ Últimas cifras reportadas por la Agencia Nacional de Minería

³⁴ Estudio de coyuntura económica 2019- Elaboración propia CCN



2. Por otra parte, los mineros de pequeña escala como las cooperativas y asociaciones, han suspendido sus operaciones debido a las restricciones legales y de circulación por vías terrestres, que impiden a los trabajadores desplazarse a los sitios de trabajo.
3. Las pequeñas empresas con limitada capacidad de producción y ahorro, y tradicionalmente excluidas del sector financiero, se encuentran sin posibilidades de asumir los costos de nómina y seguridad social de sus empleados, lo cual es preocupante en algunos municipios cuyas economías dependen en gran parte de la actividad y los ingresos que se derivan de estas pequeñas operaciones. Algunas de estas empresas cuentan con mineral acumulado, que por el momento no tienen manera de trasladar hacia las ciudades donde se ubican los comercializadores nacionales, debido a la suspensión de vuelos comerciales en los que tradicionalmente, se transporta el material.
4. A nivel global, algunas de las principales compañías que compran oro a los pequeños mineros y mineros artesanales han suspendido operaciones, mientras que crecientes disrupciones logísticas, dificultan el transporte del mismo, lo cual hará que la demanda del mineral disminuya y probablemente influirá en bajas generalizadas del precio ofrecido por el mismo a nivel local y nacional, como ha empezado a observarse en países africanos y suramericanos.
5. La Agencia Nacional de Minería, organismo encargado de la administración estatal de los recursos mineros, expidió un decreto nacional que restringe la actividad comercial del sector, las cuales han sido adoptadas por el Departamento y los demás entes territoriales del país, los diversos sectores de la economía colombiana que hacen usufructo de los productos del renglón de la minería huilense, se encuentran en una suspensión de actividades de manera parcial, lo cual ha afectado el desarrollo de la comercialización de los productos, generando que la actividad minera baje su ritmo en algunas líneas de aprovechamiento.

Sector Frutícola.

- Contexto general del sector

El departamento del Huila cuenta con variedades de clima en su amplio territorio, sus municipios son productores de diversas clases de frutas, entre las cuales se encuentran: aguacate, badea, plátano, guanábana, cholupa, cítricos, curuba, durazno, granadilla, guayaba, lulo, mango, maracuyá, mora, papaya, piña, pitahaya, tomate de árbol y uva. Siendo producida en mayor medida por los municipios de Algeciras, Garzón, Gigante, Isnos, La Plata, Neiva, Palestina, Pitalito, San Agustín y Tello.

En cuanto a rendimientos, el departamento del Huila ha venido presentando incrementos significativos, para el impacto económico de las familias productoras, en el año 2015 el rendimiento de producción de las diversas frutas por hectáreas cosechadas paso de 3.67% a 5.04% para el año 2018.



GOBERNACIÓN DEL HUILA
Luis Enrique Dussán López
GOBERNADOR

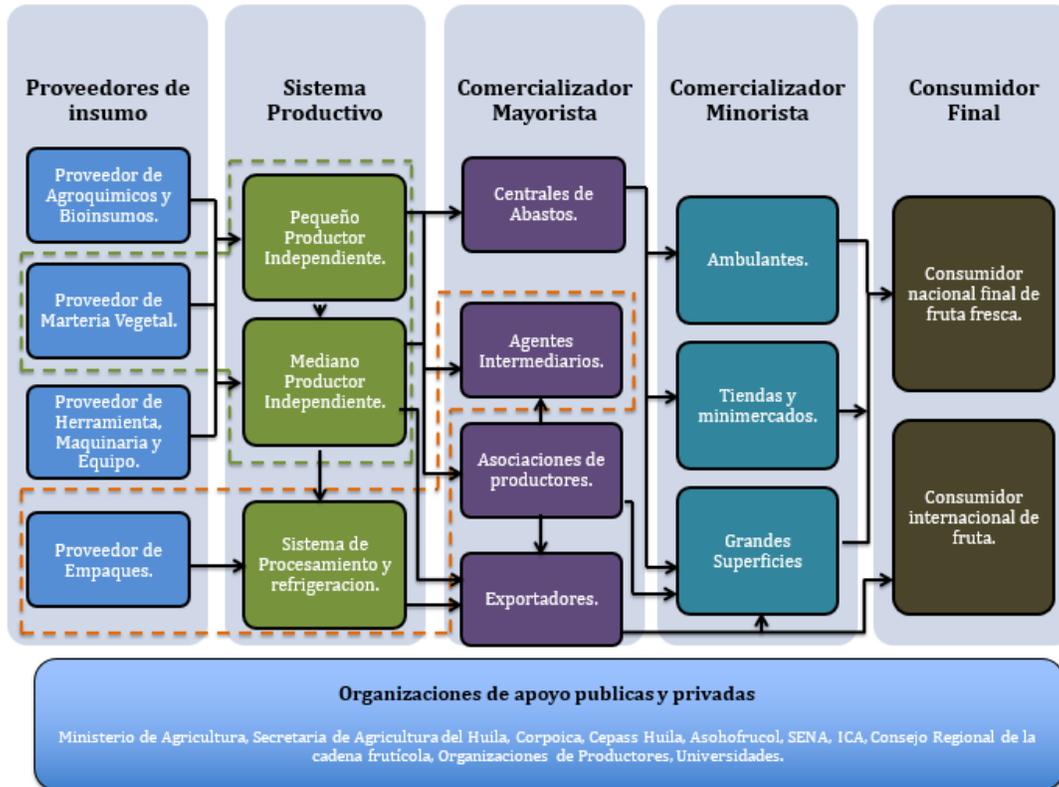


El área total plantada en el departamento del Huila sin incluir la caña panelera para el año 2016 era de 38.607 hectáreas a 2018 fue de 40.922 hectáreas, aumentando en un 6% el crecimiento de hectáreas plantadas en el Departamento, esto se debe en mayor medida por el crecimiento de las plantaciones de plátano intercalado el cual paso de 24.578 (ha) en el 2016 a 25.027 (ha) al año 2018, presentando un crecimiento del 1.8%; las hectáreas del plátano intercalado son altas, debido a que es una actividad que se realiza en conjunto con el café y otros productos agrícolas.

Por otra parte, en cuanto a exportación el departamento del Huila no es representativo pues para el año 2019 exporto tan solo (USD)\$6.882, esto se debe en gran medida a que las frutas salen con destino a otros Departamentos como el Valle y Cundinamarca en donde son exportadas y registradas por estas zonas del país.



Gráfico 46. Cadena de valor de las frutas



Fuente: Iniciativa Ruta Competitiva de la granadilla - Huila

Descripción de la Cadena de valor de las frutas

Proveedores de Insumo: suministran materia prima utilizada en la implementación, sostenimiento y cosecha del cultivo. Los insumos se clasifican en: materiales para el establecimiento, sostenimiento y cosecha; herramientas y equipos; fertilizantes Agrícolas; plaguicidas; insumos biológicos; y material vegetal.

Sistema Productivo: es un eslabón importante de la cadena ya que influye en la calidad de la fruta. Se debe contar con el personal capacitado y las herramientas adecuadas para realizar las actividades de cosecha y post-cosecha, para luego obtener rendimientos importantes y reducir el porcentaje de fruta estropeada.

Comercializador Mayorista: Tiene la capacidad económica y/o infraestructura física para comprar la fruta a los medianos y pequeños productores en altos volúmenes y distribuirla a través de los minoristas o directamente al mercado internacional; además cuentan con información permanente y actualizada del comportamiento comercial del producto para las



diferentes zonas del país y del mercado internacional. Se encuentran segmentados en centrales de abastos, agentes intermediarios, asociaciones de productores y exportadores

Comercializador Minorista: Encargados de la distribución de la fruta para el consumidor final, representados en los diferentes segmentos disponibles del mercado local; se identifican las grandes superficies (supermercados e hipermercados); las tiendas y mini-mercados y los vendedores ambulantes.

Consumidor Internacional de Fruta: los principales mercados de frutas son Europa, Holanda, Alemania, Canadá y Estados Unidos, que llegan a través de mayoristas especializados.

- **Cuellos de Botella identificados a raíz del COVID19**

- El sector frutícola ha venido presentado pérdidas en sus productos debido a las dificultades de movilidad para el proceso de comercialización y el desplazamiento de la mano de obra recolectora debido a las restricciones por el Covid-19.
- Difícil acceso al sector financiero para la adquisición de recursos para capital de trabajo, debido principalmente a las altas restricciones de acceso a créditos por parte de las entidades bancarias.
- El sector de las frutas en el Huila, tiene una muy baja utilización de las tecnologías, limitando a los productores en el aprovechamiento de estas herramientas dentro de sus procesos de producción y comercialización; en cuanto al manejo de plagas y enfermedades, y los e-commerce respectivamente.

A nivel nacional, en febrero de 2020 tuvo una producción de 918 Ton, con una participación en el mercado de 23,01%, sin embargo, para marzo de 2020 en su primera quincena tuvo una producción de 784 Ton, con una participación en el mercado de 20,75%, donde se obtuvo una variación -14,54%. (Fuente DANE)

A nivel país, se puede evidenciar que, en la mayoría de las ciudades en sus centrales de abastos, el comercio de frutas tuvo un impacto negativo en el volumen de ventas a raíz de la presencia del Covid19.

En Surabastos en la ciudad de Neiva, el acopio de alimentos disminuyó en un 5,21%, al reportar 208 Ton, menos en la primera quincena de marzo comparada con la de febrero. En las frutas frescas se redujo su abastecimiento en un 14,54%, lo que obedeció a la menor entrada de mango Tommy, piña perolera, mandarina común, manzana nacional, naranja común, pitahaya, pera importada, aguacate papelillo, uva importada, patilla, pera nacional, gulupa y fresa. Fuente: DANE

Sector Economía Naranja.

- Contexto general del sector

El papel protagónico de las industrias culturales en Colombia, ha sido reconocido de manera directa por el gobierno nacional a través de la Ley 1834 de Economía Naranja, en la cual se enmarcan una serie de estrategias de fortalecimiento y crecimiento de los sectores audiovisuales, música, edición, artesanías y diseño, entre otros.

El Huila en el año 2015 realiza una revisión y validación de los indicadores de desempeño de las apuestas productivas durante los 10 años de vigencia (2005-2015), tomando juicio en la continuidad de las apuestas productivas del departamento, así como la evaluación de otros sectores promisorios, en el cual se incorporaron como es el caso de economía creativa, enfocada a las Tics y arte digital; artesanías y, danza y música.

Este reconocimiento lleva a pensar que se debe tener una participación más activa como región, enfocando todos los esfuerzos en desarrollar nuestras propias industrias culturales y creativas.

Existen nuevos desafíos para las regiones enmarcados en las economías alternativas, que vienen siendo reguladas y aprovechadas en el país, el Departamento del Huila no es la excepción, ya que cuenta con un sin número de actividades y saberes culturales que se deben potencializar para disminuir las brechas de la desigualdad y con esto ayudar al desarrollo de la región.



Gráfico 47. Composición del Sector de Economía Naranja



Fuente: Ministerio de Cultura ABC Naranja-2019

Descripción del sector de economía naranja

Artes y Patrimonio: Es la parte del patrimonio cultural y del patrimonio histórico que se manifiesta en las obras de arte, en estas encontramos artes visuales, escénicas, turismo y patrimonio cultural y educación relacionada con áreas culturales y creativas.

Industrias Culturales: Son las actividades que proveen bienes y servicios basándose en contenidos simbólicos artísticos y creativos que pueden ser reproducidos y/o difundidos masivamente.

Creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenidos: Son las actividades que tradicionalmente no hacen parte de la cultura, pero definen su relación con el consumidor a partir de su valor simbólico en lugar de su valor de uso.

- Cuellos de Botella identificados a raíz del COVID19

El sector de la economía naranja pasa por unos momentos muy dramáticos frente al COVID-19, hay cerca de 5.100 gestores culturales de las diferentes áreas artísticas a lo largo de los 37 municipios del departamento del Huila; entre artistas, creadores, gestores culturales y organizaciones culturales. (Rivera, 2020)



GOBERNACIÓN DEL HUILA
Luis Enrique Dussán López
GOBERNADOR



La pausa de la actividad económica, afecta duramente a las industrias culturales y creativas, presentando pérdidas millonarias por la cancelación de espectáculos, conciertos y festivales a esto se le suma el cierre de museos, cines, teatros y otros establecimientos considerados no esenciales, la baja formalización y la restricción para acceder a créditos exclusivos para el sector naranja intensificando la problemática, esto debido a la alta informalidad del sector.



Justificación

El Plan de Reactivación Económica del Departamento del Huila se constituye en la hoja de ruta para dinamizar la economía regional, afectada ampliamente por las consecuencias del confinamiento, cierre de establecimientos y ruptura de la dinámica comercial generada por el COVID 19.

En cálculos del Centro de Investigación Económica y Social - Fedesarrollo se estima que Colombia tendrá una contracción de la actividad económica superior al 2,7% para el 2020; el país empezará a sentir los estragos más fuertes en el segundo semestre del año donde se prevé una reducción en el crecimiento económico superior al 9%, lo que hace imperativo para las regiones establecer acciones, estrategias y políticas orientadas a contener, pero sobre todo diseñadas para intervenir directamente ante el difícil panorama.

A la actual situación se suma que el Departamento del Huila desde el año 2013 no estructura una política de empleo que responda a las circunstancias que originan las dificultades para generar nuevas oportunidades de trabajo; como el desarrollo empresarial y la creación de emprendimientos sostenibles, el débil crecimiento económico según el último informe del PIB, del DANE y la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF, 2019), la cobertura bruta en educación superior que se ubica en el 34,7% (DANE, 2019), y las moderadas acciones en marcha para resolver problemas laborales desde los servicios de las secretarías de agencias y secretaría especializada y los gremios de la producción. (Cesposur 2020).

Previo a la pandemia el departamento del Huila registraba como principales sectores de en materia de ocupación laboral la agricultura, pesca, ganadería con 181.356, comercio, hoteles y restaurantes con 129.987, industria manufacturera con 33.025, construcción con 25.595, actividades inmobiliarias con 25.836 empleos. Sectores ampliamente afectados en la actualidad.

Así mismo, el departamento aún no logra recuperarse en materia económica; su PIB ha venido decreciendo durante los últimos 4 años, a pesar de que algunas actividades de gran relevancia como Agricultura presentan signos de recuperación, éstas no logran compensar la presión negativa de otros sectores, lo cual ha ocasionado una disminución de la participación del Huila en el agregado nacional perdiendo así relevancia para el gobierno central en la priorización de inversiones en materia de infraestructura como son las vías de cuarta generación. (Estudio de Coyuntura Económica Huila 2019).

Estas marcadas debilidades, sumadas a las amplias afectaciones causadas por el COVID 19, reflejan, un panorama más que negativo en la mayoría de los sectores económicos del



Departamento del Huila, situación que exige del gobierno seccional, la academia, los empresarios y la sociedad civil la concertación inmediata de políticas claras de fortalecimiento económico.

Dentro de los sectores que registran mayores pérdidas, según estudios realizados por la Cámara de Comercio de Neiva, están los bares con un 100%, peluquerías con un 100%, productos y artículos para el hogar con un 98%, elaboración de productos textiles, calzado y bolsos con un 86%, cafeterías en el 84%, elaboración de productos alimenticios 71%. Esta situación ha ocasionado que a la fecha el 17,6% de los empresarios haya suspendido contratos, otro 16,9% de los empresarios redujo su planta de personal y el 65,5% de los empresarios estén haciendo esfuerzos para poder mantener sus empleados. A nivel general, el empresariado advierte que no podrán sostenerse en estas condiciones, más allá de dos o tres meses.

La progresiva reactivación económica en medio de la pandemia será inevitable. A los sectores inicialmente aperturados a través del Decreto Presidencial 593 de 2020, se irán sumando otros que darán nuevamente forma a la estructura económica en ciudades y municipios, lo que obliga a los entes territoriales a planificar e identificar acciones que interpreten las dinámicas locales, detecten las principales afectaciones y las fortalezas propias de los sectores; todo esto en concordancia con las políticas de los mandatarios y las metas de resultados propuestas en los nacientes Planes de Desarrollo.

Para el departamento del Huila, el “Plan de Reactivación Económica” involucra la acción articulada institucional que permitirá dinamizar la economía a través de la comercialización, la transformación digital, la identificación de nuevas rutas de oferta y demanda, el fortalecimiento de la asociatividad, el fortalecimiento empresarial y la reinención de los negocios. Estas etapas están contenidas en el Plan de desarrollo “Huila Crece”, construido en los municipios del departamento y con la participación activa de los diferentes sectores de la sociedad.

Este Plan de Reactivación permitirá salvaguardar el tejido empresarial, como principal eslabón de la cadena que garantice mantener las fuentes de empleo, atacar la pobreza extrema y generar una dinámica de circulación económica que contribuya a la recuperación de todos los sectores en el departamento del Huila.

Componente Estratégico (Económico)

Mesas Sectoriales.

La coyuntura del COVID19 precipita cambios a corto, mediano y largo plazo, y en este caso han forzado a las empresas a transformar su negocio en tiempo récord. Pero pensando en los próximos años, ¿qué estrategias y tácticas podemos seguir para trasladar nuestro negocio al ámbito digital? ¿Por dónde podemos empezar sin arriesgar grandes inversiones y asegurando que cada paso que damos va en la dirección correcta? Estas son algunas de las inquietudes que se generan entorno a la situación.

Es por esto que, en medio de la crisis, a partir de las mesas sectoriales lideradas por la Gobernación del Huila y la Cámara de Comercio de Neiva, se realizó la recopilación de algunas propuestas por parte de los gremios y empresarios, de cara a la reactivación económica de los principales sectores productivos del Departamento:

Tabla 20. Propuestas para la reactivación de los sectores estratégicos.

Sector	Propuestas
Cacao	<ol style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de la asociación de segundo nivel del Huila para la comercialización en bloque, a través de un fondo de recursos de Comercialización, generando un solo centro de negociación; lo anterior permite estandarizar precios y generar transparencia en la venta a los compradores nacionales e internacionales. Incentivar políticas nacionales para la fijación del precio del cacao. Fondos rotatorios para las Asociaciones de primer nivel, que permita la compra de cacao de forma inmediata y de contado, lo cual le permita tener a los pequeños productores mayor liquidez y flujo de caja para sus actividades productivas y sociales. Incrementar la productividad de cacao en el Departamento, teniendo en cuenta el incremento de la demanda del cacao por parte del mercado nacional e internacional.
Café	<ol style="list-style-type: none"> Reactivar las políticas de educación agropecuaria, con el fin de incorporarlas en el pensum académico de los colegios rurales, contribuyendo al empalme generacional. Implementar tecnologías para la recolección de café, a través de lonas y derribadoras que permitan disminuir la mano de obra en la recolección de café. Bancarización de los productores, generando sinergia con los intermediarios financieros, para la apertura masiva de cuentas que permitan generar pagos de manera virtual y evitar aglomeraciones en la zona urbana y entidades financieras de forma presencial. Propuesta de la feria internacional de café y cacao con el gobierno suizo, esta iniciativa tendrá un componente académico de alto nivel, componente técnico, turismo cafetero y rueda de negocios; permitiendo la reactivación económica y social del Departamento. Implementar estrategias de promoción que permitan incentivar el consumo de café interno.
Piscícola	<ol style="list-style-type: none"> Presentar proyectos productivos a regalías, para la reactivación económica enfocadas en la construcción de salas de proceso, con el objetivo de fortalecer el consumo nacional. Desarrollar estrategias que permitan la formalización de los pequeños productores. Realizar procesos de formación, entorno a buenas prácticas acuícolas.



Sector	Propuestas
	<ol style="list-style-type: none"> Incentivar el consumo nacional de pescado, a través de la presentación de proyectos de promoción ante el MINCIT. Realizar el Festival Expo encadenamiento Piscícola y Pesquero Artesanal del departamento del Huila, como estrategia de reactivación económica y social para ser desarrollada posterior a la pandemia. Promocionar a través de Procolombia, el consumo internacional de pescado en países de bajos niveles de demanda, con el fin de diversificar los mercados.
Turismo	<ol style="list-style-type: none"> Iniciar la construcción de paquetes turísticos competitivos y de corta estancia, que permitan la atracción de turistas de manera frecuente, esta actividad se propone se realice, por supuesto con posterioridad a la cuarentena. Consolidar el Clúster turístico del Huila, fortaleciendo la articulación de todos los actores de la cadena, para el posicionamiento del destino. Fortalecer el turismo interno, a través de proyectos educativos que permitan a los estudiantes y docentes realizar trabajos de campo, en los diferentes destinos del Departamento. Preparación del proyecto de promoción del destino, por parte del departamento del Huila.
Minero	<ol style="list-style-type: none"> Desarrollar estrategias con los diferentes actores institucionales del sector, que permitan la formalización empresarial. Realizar procesos de formación, entorno al manejo de plataformas tecnológicas, buenas prácticas de manufactura y protocolos de seguridad. Presentación de proyectos de ciencia y tecnología que permitan mejorar y/o crear nuevos productos para el sector. Formación de talento humano en manejo de maquinaria pesada para el sector minero
Economía Naranja	<ol style="list-style-type: none"> Implementar una programación artística y cultural de manera virtual, donde se puedan vender los servicios artísticos online, ya sea de festivales y presentación artística desde los hogares. Feria Virtual: Crear por medio de las redes una feria donde se puedan comercializar los artículos artesanales. implementar las escuelas de formación artística de forma virtual, donde las administraciones públicas, paguen un recurso económico por la formación realizada a los maestros que dictaran las clases dirigidas a niños, jóvenes y adultos. Permitir la apertura de las escuelas, academias y organizaciones culturales para la formación artística cumpliendo con todos los Protocolos de bioseguridad.

Fuente. Elaboración propia con base en las reuniones de las mesas sectoriales, mesas de abastecimiento, Gobernación del Huila.

Propuestas Gremios Regionales

Consejo Gremial del Huila

Tabla 21. Propuestas Consejo Gremial del Huila

Propuestas	Descripción
Hacen un llamado respetuoso a los mandatarios territoriales, a comprometerse con las compras locales	los empresarios huilenses necesitan de nuestros gobernantes y del apoyo que se les brinde comprando a sus empresas. Sí tenemos capacidad, experiencia y precios competitivos. Además, contamos con una gran variedad de productos de excelente calidad; somos productores de arroz, de tilapia, café, fríjol, maíz, frutas; y tenemos distribuidores mayoristas que cumplen con todas las medidas de bioseguridad.



Creación y participación activa en mesas de abastecimiento y movilidad	El Consejo Gremial del Huila y la Cámara de Comercio de Neiva, próximamente del Huila, se reunieron el 18 de abril del 2020 para para analizar situación del COVID 19, resultado de dicha reunión surgieron estos compromisos, que a su vez son propuestas.
Apoyo solidario de los gremios ante la crisis	
Liderar la creación del fondo de reactivación económica	

Fuente. Elaboración propia con base en la información del Consejo Gremial del Huila.

Propuesta Gremios del Huila

Tabla 22. Propuesta de otras agremiaciones del Huila

Gremio	Propuesta
COAGROHUILA	Dentro de las medidas para afrontar la contingencia de Covid-19, el gobierno dispuso de una línea de crédito para los para el sector agropecuario por \$1 billón. Los préstamos, realizados bajo esta nueva línea de crédito, se podrán utilizar para capital de trabajo, inversión y reactivación económica. Las tasas serán más bajas en el mercado, al DTF-1%, que eso es 3.5% una tasa de interés.
Sector Turismo - CRECI	De acuerdo con el Secretario de Cultura y Turismo, sostuvo las siguientes propuestas para la reactivación del turismo en el Huila. 1. Capacitar a toda la cadena productiva, porque el turismo cambiará totalmente, los visitantes que debemos comenzar a atraer serán turistas domésticos. 2. Protocolos en calidad turística, cursos de marketing para facilitar la promoción por medio de plataformas virtuales, entre otras acciones, que serán complementadas con nuevas líneas de créditos para los empresarios, asistencias técnicas y creación de cuatro micro clúster para cuatro regiones del departamento, son algunos de los proyectos.

Fuente. Elaboración propia con base en la información de los gremios.

Propuestas de Municipios del Huila

Tabla 23. Propuestas de los Municipios del Huila

Municipio	Propuesta
Agrado	Establecimientos de comercio pueden trabajar de 12:00 pm a 8:00 pm por modalidad de domicilio
Acevedo	Concurso Huertas Caseras
Hobo	Gestión de Domicilios
Pitalito	Cómo estrategia ante la Calamidad pública que enfrenta el país llega la campaña "Yo Compró desde mi Casa" que busca dinamizar el comercio local y facilitar los productos de la canasta básica familiar a domicilio
Santa María	Incentiva al sector cafetero, aportando un espacio de publicidad para que recolectores busquen empleo
Isnos, Saladoblanco, Altamira, Colombia, Guadalupe, Neiva, Oporapa, Suaza, Tello, Villavieja	Ampliación del calendario tributario de pago de impuestos predial e industria y comercio.

Fuente. Elaboración propia con base en la información de los Municipios.

Propuestas de Empresas Públicas en el Huila

Tabla 24. Propuestas Empresas de Servicios Públicos -ESP

ESP	Propuesta
Las Ceibas - Empresas Públicas de Neiva E.S.P	No cobro de la factura de acueducto y alcantarillado de los meses de marzo y abril.
Empresa de Servicios Públicos de Oporapa	No cobro de los servicios de acueducto, alcantarillado y Aseo tiempo indefinido

Fuente. Elaboración propia con base en la información de las empresas de servicios públicos.

Matriz Plan de Acción.

A continuación, se presenta el Plan de acción, el cual recoge los aportes de las instituciones que participaron en las diferentes mesas de trabajo.

El plan de acción de manera general está estructurado a partir de dos líneas o variables estratégicas (Fortalecimiento empresarial y dinamización de la economía), estas a su vez lo componen 4 objetivos generales, el cual se desagregan 15 líneas de intervención y finaliza con 53 actividades o proyectos puntuales.

Tabla 25. Resumen ejecutivo del plan de acción

VARIABLES ESTRATÉGICAS	Objetivo	Línea de intervención	No. Actividades
Fortalecimiento empresarial	Objetivo 1: Dinamizar la economía regional a partir de la adaptación de los modelos empresariales a los cambios de los comportamientos de los consumidores	Adaptación de los modelos empresariales a los cambios de los comportamientos de los consumidores	5
		Fortalecer la economía Popular y Solidaria	4
	Objetivo 2: Generar una cultura del autocuidado, fortalecer las habilidades blandas y el desarrollo de competencias técnicas y tecnológicas acorde a los nuevos retos generados por el COVID 19.	Desarrollo del Capital Humano de las Empresas.	6
		Diseño e implementación de protocolos de bioseguridad para el desarrollo económico de actividades formales e informales	3
		Fortalecimiento en la economía del cuidado	1

Variables estratégicas	Objetivo	Línea de intervención	No. Actividades
	Objetivo 3: Fortalecimiento del sector empresarial regional a partir de la implementación de la tecnología y la digitalización en sus canales comercialización de productos y servicios	Transformación Digital	4
		Plan de Atención a la Emergencia	1
	Objetivo 4: Dinamizar la economía regional a partir de un Fondo de reactivación económica, que apoye financieramente a las empresas de la Región afectadas por la crisis del Sars.cov	Financiamiento Fondo de Reactivación Económica	4
		Estrategia para la Implementación del sello distintivo Huila Solidario	4
		Inversiones públicas en vías e infraestructura, sector agropecuario, salud, educación, vivienda, saneamiento básico, turismo, minas, energía y recreación y deporte	11
		Apoyos económicos directos del gobierno nacional	1
		Gobierno Corporativo	1
Dinamización de la economía	Objetivo 5: Dinamizar la economía regional a partir de la atracción de nuevos capitales, el fortalecimiento del comercio en doble vía e incentivos al sector empresarial	Fortalecer la balanza comercial del departamento Exportaciones-Importaciones	2
		Promover la atracción de nuevos capitales	2
		Incentivos territoriales para la recuperación económica	4
TOTAL			53

A continuación, se presenta el plan de acción detallado, con descripción de la actividad, responsables, meta, indicador, número de la meta y tiempo de ejecución:



VARIABLE ESTRATEGICAS	OBJETIVO 1: Dinamizar la economía regional a partir de la adaptación de los modelos empresariales a los cambios de los comportamientos de los consumidores							
	Línea de Intervención	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	ALIADOS	META GENERAL	NUMERO	INDICADORES	TIEMPO DE EJECUCIÓN
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	Adaptación de los modelos empresariales a los cambios de los comportamientos de los consumidores	Fortalecer la Inteligencia de mercados para la competitividad empresarial del Departamento	Reactivación de la red de vigilancia tecnológica e inteligencia de mercados para la identificación de clientes, procesos, proveedores y tecnologías emergentes	Red de Emprendimiento Departamental	* Red de Vigilancia Tecnológica e inteligencia Competitiva Regional Implementada	1	Red de vigilancia tecnología e Inteligencia de mercados puesto en operación	Corto Plazo
					* Boletines de nuevos mercados, proveedores y patentes	4	No. de Boletines publicados	
		Crear y fortalecer las cadenas productivas regionales	A partir de la identificación y participación activa de los actores, que permitan la creación y fortalecimiento de los clúster regionales	<ul style="list-style-type: none"> * Gobernación del Huila * INNpuls Colombia * Colombia Productiva * SENA Regional Huila * Asociaciones y Cooperativas de Productores, * Mesas Sectoriales * Alcaldía Municipales * Centros Provinciales * Cámara de Comercio Neiva * Asocoooph 	<ul style="list-style-type: none"> 3 Clúster fortalecidos * Clúster Café * Clúster Piscícola * Clúster Turismo 5 Clúster nuevos * Clúster Minero * Clúster Industrias Culturales * Clúster Hortifructicola * Clúster cacao 	90%	% De cumplimiento de actividades dispuestas en el plan de acción de cada clúster constituidos y fortalecidos	Mediano plazo
					8%	% Incremento de la productividad de los sectores asociados a la estrategia Clúster Regional	Largo Plazo	



	Disminuir las brechas tecnológicas en los sectores productivos del Departamento del Huila	Implementación de nuevas tecnologías (Industrias 4.0), para la mejoramiento de la competitividad de los regiones productivos del Departamento	*Gobernación del Huila *Red Departamental de Universidades *SENA Regional Huila *Cámara de Comercio de Neiva *Gremios	Diseño e implementación del Plan de transformación Tecnológica (industrias 4.0) para el Departamento del Huila	1	No. de Acciones del Plan de transformación tecnológica Desarrolladas y/o implementadas en el departamento del Huila	Inmediato
	Elaborar un plan de reconversión productiva a las empresas existentes del sector productivo más impactadas debido al COVID	Diseñar e implementar un modelo de reconversión productiva a empresas existentes más impactadas por el COVID-19, el cual busque el cambio, transformación y especialización inteligente de los sectores productivos	*Gobernación del Huila *CDT *Red de emprendimiento	Elaboración e implementación del plan de reconversión productiva al sector productivo más impactados por el COVID-19	1	% De cumplimiento de las acciones del plan de reconversión productiva del Departamento	Corto Plazo
	Formular la Política Pública de Emprendimiento e Innovación del Departamento del Huila	Diseñar y estructurar los instrumentos que permitan el fortalecimiento e impulso del ecosistema innovador y emprendedor para el Departamento del Huila	*Red de Emprendimiento Departamental *Centros de Desarrollo Empresarial *Gremios	Documento normativo e implementación de la política pública de emprendimiento e innovación regional (Ordenanza)	1	No. de Documentos normativos implementado y aprobado	mediano plazo
Fortalecer la economía Popular y Solidaria	Fortalecer la seguridad alimentaria Regional del Departamento del Huila	Promover lo sistemas alimentarios locales y de ciclo corto en las cuatro subregiones del departamento a partir de un modelo de	*Gobernación del Huila *Fundautrahuilca *SENA Regional Huila *IILA	Mercados campesinos en operación en las cuatro subregiones	100	No de productores agrícolas vinculados a los mercados campesinos en operación	Inmediato



		agricultura familiar y urbana así como la reactivación de los mercados campesinos.	*Policía Nacional de Colombia	Implementación del modelo de agricultura familiar y urbana	500	No de beneficiarios del modelo de agricultura familiar y urbana	Corto Plazo
	Fortalecer el Modelo Cooperativo en el Departamento del Huila	Implementar el modelo cooperativo, como estrategia empresarial para consolidar la cultura solidaria en el Departamento	*Gobernación del Huila *ASOCOOPH *Cámara de Comercio de Neiva	Implementación del modelo cooperativo en el Departamento del Huila	50	No de asociaciones y/o unidades vinculadas a un modelo cooperativo	Corto Plazo
	Crear una programa de repuesta ante la alta tasa de informalidad en el Departamento del Huila	Articulación entre SIR las agencias públicas y privadas de empleo, Ministerio de Trabajo a través del ORMET para el seguimiento regional de empleo y formalización laboral en el Departamento del Huila	*Gobernación del Huila *Cámara de Comercio de Neiva *Universidad Surcolombiana *Alcaldías	Informes periódicos de estadísticas asociadas al tema del empleo y formalización laboral	1	No de informes generados anualmente	mediano plazo
		Diseño e Implementación del Programa de respuesta ante la tasa de informalidad empresarial en el Departamento (acompañar y promover más incentivos al desarrollo empresarial, capacitaciones técnicas y gerenciales, acceso a créditos, incentivos	*Secretarías de tránsito y Transporte *DPS *Ministerio de Trabajo *Sociedad Huilense de Economistas *SENA Regional Huila	Plan de respuesta a la informalidad en el Departamento del Huila	60%	No de acciones implementadas del plan de formalidad empresarial del Huila	Corto Plazo



			para pasar a la formalidad, participación de la banca, la academia, y los gremios empresariales).					
		Implementar Modelos de Desarrollo Económico Local	Fortalecer las capacidades de las organizaciones y el aprovechamiento de las potencialidades del territorio	* Gobernación del Huila * SENA Regional Huila * IILA * Asoccoph	Implementar un modelo de desarrollo económico local	5	No de municipios del Departamento del Huila con modelos de desarrollo económico local implementados	Corto Plazo
VARIABLE ESTRATEGICAS	OBJETIVO 2: Generar una cultura del autocuidado, fortalecer las habilidades blandas y el desarrollo de competencias técnicas y tecnológicas acorde a los nuevos retos generados por el COVID 19.							
	Línea de Intervención	de ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	ALIADOS	META GENERAL	NUMERO	INDICADORES	TIEMPO DE EJECUCIÓN
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	Desarrollo del Capital Humano de las Empresas	Formación especializada para líderes en el Departamento del Huila	Diseño e implementación de un plan de capacitación dirigido al sector empresarial para el desarrollo de habilidades gerenciales en: * TICs * Metodologías ágiles * Habilidades blandas	* Gobernación del Huila * Universidades de la Región * SENA Regional Huila, * Cámara de Comercio de Neiva * Gremios	Plan de Capacitación Especializado diseñado y ejecutado	3500	No de personas que adquirieron competencias en habilidades gerenciales en el departamento del Huila	Inmediato



	Formación para la implementación de nuevas tecnologías y fortalecimiento de la cultura digital en el Departamento	Diseño e implementación de un plan de capacitación para la apropiación de la cultura digital en el Departamento del Huila :	* Gobernación del Huila * Red de Emprendimiento Departamental * Gremios	Plan de Capacitación diseñado y ejecutado para la apropiación de la cultura digital en el Huila	2000	No de personas que adquirieron competencias digitales en el Departamento del Huila	Inmediato
	Formación para los actores de la cadena de valor del emprendimiento e innovación de base Tecnología Regional	Diseño e implementación de un plan de capacitación regional para cada uno de los eslabones de la cadena del emprendimiento innovador	* Red de Emprendimiento Departamental	Plan de capacitación diseñado y ejecutado para emprendimiento innovador Base de datos de expertos Industrial 4.0	1000	No de personas que adquirieron competencias en emprendimiento innovador en el departamento del Huila	Inmediato
	Formación de talento humano para la inteligencia de mercados e inteligencia competitiva	Diseño e implementación de un plan de capacitación en Inteligencia de Mercados y habilidades blandas	* Red de Emprendimiento Departamental	Plan de capacitación diseñado y ejecutado	500	No de personas que adquirieron competencias en Inteligencias de mercados y habilidades blanda en el departamento del Huila	Inmediato
	Identificar e implementar las necesidades de formación del capital humano en el tejido empresarial	Realizar un estudio para identificar las nuevas necesidades de formación, competencias y habilidades para el capital humano de los sectores productivos, frente a las nuevas tendencias.	*Gobernación del Huila. * Red de Universidades *Ministerio de Trabajo	Estudio de necesidades de formación del capital humano en el tejido empresarial del Huila	10	No. De Instituciones que adoptan las necesidades del tejido empresarial	Inmediato



		Programa en educación financiera	Diseño e implementación de un programa de finanzas personales en el departamento del Huila.	<ul style="list-style-type: none"> * Gobernación del Huila * Alcaldías Municipales * Universidades de la Región * SENA Regional Huila * Cámara de Comercio de Neiva y * Gremios 	Programa de finanzas personales	500	No de personas con competencias en finanzas personales	Inmediato
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	Diseño e implementación de protocolos de bioseguridad para el desarrollo económico de actividades formales e informales	Diseño y asesoría para la implementación de protocolos de bioseguridad para sectores productivos	Diseño y asesoría para la implementación de protocolos de bioseguridad conforme a las disposiciones legales y reglamentarias para los diferentes sectores productivos y otros ambientes de trabajo formales e informales	<ul style="list-style-type: none"> * Gobernación del Huila * Alcaldías Municipales * Universidades de la Región * SENA Regional Huila * Cámara de Comercio de Neiva y * Gremios 	Protocolos de bioseguridad implementados para actividades económicas formales e informales	500	<p>No de protocolos implementados para actividades económicas formales</p> <p>No de protocolos implementados para actividades económicas informales</p>	Inmediato
		Crear un centro de atención de reactivación empresarial y desarrollo económico	El centro de información permite además de la información de protocolos, establecer un modelo de articulación con autoridades nacionales departamentales y municipales que propendan por simplificación de los trámites relacionados a la apertura de empresas y municipios no COVID.	<ul style="list-style-type: none"> * Gobernación del Huila * Alcaldías Municipales * Universidades de la Región * SENA Regional Huila * Cámara de Comercio de Neiva y * Gremios 	Centro de información puesto en operación y al servicio de la ciudadanía Huilense	1	No. De solicitudes atendidas o resultas en el departamento del Huila	Inmediato



		Diseño y asesoría para la implementación de protocolos de bioseguridad para municipios no COVID -19	Diseño y asesoría para la implementación de protocolos de bioseguridad conforme a las disposiciones legales y reglamentarias para apertura de la dinámica económica de municipios no COVID -19	* Gobernación del Huila * Alcaldías Municipales * Universidades de la Región * SENA Regional Huila * Cámara de Comercio de Neiva y * Gremios	Protocolos de bioseguridad implementados para municipios no COVID - 19	30	No de protocolos implementados	Inmediato
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	Fortalecimiento en la economía del cuidado	Dinamizar la economía del hogar como lugar del cuidado ante el COVID -19	Fortalecer las iniciativas de emprendimiento, modelos de negocios y diseño de políticas asociados a productos y servicios destinados a empoderar la economía del hogar.	* Red de Emprendimiento Departamental *USCO	Diseñar políticas y prácticas de economía del cuidado con agentes sociales	1	Política de economía del Hogar implementada	Corto Plazo
VARIABLE ESTRATEGICAS	OBJETIVO 3: Fortalecimiento del sector empresarial regional a partir de la implementación de la tecnología y la digitalización en sus canales comercialización de productos y servicios							
	Línea de Intervención	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	ALIADOS	META GENERAL	NUMERO	INDICADORES	TIEMPO DE EJECUCIÓN
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	Transformación Digital	Dinamizar el Ecosistema Digital Regional	Articular a los empresarios del sector de las Tics y aunar esfuerzos para la utilización de medios digitales como APPS y	Actores del sector de las Tics RED DE EMPRENDIMIENTO DEPARTAMENTAL	1 Clúster de las Tics conformado	90%	% De cumplimiento de actividades dispuestas en el plan de acción de cada clúster constituidos y fortalecidos	Mediano plazo



			Plataformas Web existentes en nuestra región			20%	% Incremento de la productividad de los sectores asociados a la estrategia Clúster Regional	Largo Plazo
	Vincular a los empresarios de los sectores productivos en plataformas digitales disponibles en la Región	A través de gremios y aliados promover la vinculación del sector empresarial a las plataformas digitales disponibles en la región	Cámara de Comercio de Neiva Fenalco OPC Gobernación del Huila Alcaldías del Dpto	50% De las Empresas Regionales Vinculadas a una estrategia Digital y reactivaron sus actividades	2000 Norte 2000 Centro 2000 Occidente 2000 Sur		Total de empresas vinculadas a una estrategia digital y que reactivaron sus actividades labores /Total de Empresas del sector	Inmediato
	Seguimiento de la implementación de la estrategia Digital en la Región	Realizar el respectivo seguimiento quincenal del proceso de vinculación e implementación de estrategias digitales en los empresarios del sector comercio y servicios del Departamento	Comité de reactivación Económico por subregiones	Empresas adelantando procesos de E -Commerce Nuevos empleos generados	2000		Incremento de ventas	Inmediato
	Fortalecimiento de la conectividad regional	Ampliar la cobertura de conectividad digital en el Departamento	Comité de reactivación Económico por subregiones Gobernación del Huila Alcaldes	Empresas adelantando procesos de E -Commerce	2000		Incremento de ventas	Inmediato

OBJETIVO 4: Dinamizar la economía regional a partir de un Fondo de reactivación económica, que apoye financieramente a las empresas de la Región afectadas por la crisis del Sars.cov

VARIABLE ESTRATEGICAS	Línea de Intervención	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	ALIADOS	META GENERAL	NUMERO	INDICADORES	TIEMPO DE EJECUCIÓN
------------------------------	-----------------------	-----------	-----------------------------	---------	--------------	--------	-------------	---------------------



Plan de Atención a la Emergencia	Asistir mediante estrategias específicas para el manejo de la emergencia sanitaria para la atención del COVID-19 en el Departamento del Huila	Atender las prioridades enmarcadas en el sector salud, Kit Alimenticios, subsidios a servicios públicos, red de emergencias para el proceso de reactivación económica en el manejo de la emergencia sanitaria por el virus COVID-19 en el departamento del Huila	<ul style="list-style-type: none"> *Gobernación del Huila * Alcaldías *Secretaria de Salud Departamental *Comité Departamental de Cafeteros *Gremios 	Apoyo logístico para la operatividad del plan de contingencia	1	No. de planes puestos en operación para el apoyo logístico del plan de contingencia frente a la crisis	Inmediato
				Desarrollo de la estrategia de información, educación y comunicaciones	1	No. de Estrategias de información, educación y comunicaciones ejecutadas	Inmediato
				Garantizar la tecnología médica necesaria para el seguimiento epidemiológico	1	No. de Herramientas médicas tecnológicas para el seguimiento epidemiológico utilizadas	Inmediato
				Adquisición y/o suministro de insumos (médicos, biomédicos, de laboratorio, bioseguridad y demás requeridos)	1	No. de Kits para la adquisición y/o suministro de insumos adquiridos	Inmediato
				Apoyo a población vulnerable	1	No. de planes puestos en operación para el apoyo a la población vulnerable	Inmediato
				Transporte de personal, equipos, muestras, básico, medicalizado y demás requerido	1	No. de planes puestos en operación para la logística del transporte de personal, equipos, entre otros	Inmediato



					Acciones complementarias para manejo de la emergencia sanitaria	1	No. de acciones complementarias ejecutadas, para el manejo de la emergencia sanitaria	Inmediato
					Compra de lonas para cosecha cafetera: para la cosecha principal que se viene en 18 municipios del occidente y norte del Huila	18	No. de municipios atendidos para la recolección de café a través de la compra de lonas para la recolección	Inmediato
					Pago de transporte para los recolectores de café: pago del transporte de recolectores de las zonas urbanas a las rurales de 18 municipios del Departamento	18	No. de municipios atendidos para la logística del transporte de los recolectores de café	Inmediato
					Subsidio de Servicios Públicos (agua, alcantarillado, aseo, energía y gas) por 2 meses	1	No. de programas implementados para el subsidio del pago de servicios públicos en el departamento	Inmediato
					Varios Red de emergencias	1	No. de planes para la red de emergencias ejecutados	Inmediato
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	Financiamiento de Fondo Reactivación Económica	Línea de crédito emprendimiento						
		Línea de crédito fortalecimiento empresarial						



		Línea de crédito sector agropecuario						
		Gestionar el apoyo de recursos de fondo de cooperación nacionales o internacionales						
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	Estrategia para la Implementación del sello distintivo Huila Solidario	Lanzamiento a través de medios de comunicación y redes sociales del sello distintivo "Huila Solidario"	Diseñar un plan de comunicación con el fin de posicionar el sello distintivo Huila Solidario que permita generar una cultura de regionalismo y solidaridad entre los Huilenses	* Gobernación del Huila * Alcaldías Municipales * Universidades de la Región * SENA Regional Huila * Cámara de Comercio de Neiva * Gremios	Plan de comunicación	1	No de acciones implementadas del plan de comunicación	Inmediato
		Campaña de activación con el sector empresarial para la adopción del sello distintivo Huila Solidario	Suscribir un Pacto entre las entidades Públicas y Privadas por la reactivación económica del Huila, basada principalmente en la ocupación de mano de obra regional. así como de productos y servicios locales.	Entidades públicas y privadas regionales	Acuerdo de voluntades firmados por sector	1	No de acuerdos establecidos con los sectores económicos departamentales	Inmediato



		Campaña para la salud mental de los Huilenses en el marco del Huila Solidario	Implementar en espacios radiales una campaña con mensajes y entrevistas con contenidos de positivismo y regionalismo.	<ul style="list-style-type: none"> * Gobernación del Huila * Alcaldías Municipales * Universidades de la Región * SENA Regional Huila * Cámara de Comercio de Neiva y * Gremios * Emisoras privadas y comunitarias 	Intervenciones en espacios radiales	10	No de espacios radiales gestionados	Inmediato
		Promover el consumo de productos locales	Campaña para la generación de confianza en todo el Departamento del Huila por parte de gente del común invitado a consumir productos y servicios locales.	<ul style="list-style-type: none"> * Gobernación del Huila * Universidad Corhuila * Cámara de Comercio de Neiva. * Gremios 	Campaña Publicitaria en medios de comunicación y redes sociales	1	Una campaña publicitaria	Inmediato
	Inversiones públicas en vías e infraestructura, sector agropecuario, salud, educación, vivienda, saneamiento básico, turismo, minas, energía y recreación y deporte	Mejorar la infraestructura productiva y de comercialización del sector agropecuario.	Mejoramiento de la infraestructura física de plazas de ferias y de mercado, centros de acopio y de pos cosecha, centros logísticos agropecuarios, plantas de beneficio animal, para el fortalecimiento de espacios productivos en el Departamento.	<ul style="list-style-type: none"> *Gobernación del Huila * Alcaldías * Centro de Desarrollo Agropecuario * Gremios * Sector Empresarial 	Fortalecimiento de la infraestructura rural para el sector agropecuario	29	No. de infraestructura productiva mejoradas	Largo Plazo



	Construir la infraestructura productiva y de comercialización del sector agropecuario.	Construcción de infraestructura física, centros de acopio y logísticos, así como de infraestructura para la producción agrícola, manejo pos cosecha y transformación de productos agropecuarios, distritos de adecuación de tierras.			38	No. de infraestructura productiva construidas	Largo Plazo
	Mejorar la Infraestructura para la investigación del departamento, mediante la dotación de dos laboratorios.	Mejoramiento de la infraestructura física para la investigación a través de la dotación de dos laboratorios que permitan desarrollar procesos de innovación tecnológica	*Gobernación del Huila * Red de Universidades * Gremios * Sector Empresarial	Fortalecimiento de la infraestructura investigativa en el Departamento	2	No. de Laboratorios dotados	Mediano plazo
	Conservar, rehabilitar y mejorar de la malla vial para asegurar la conectividad de la región para el fomento del sector turismo y agropecuario	mejoramiento, rehabilitación y mantenimiento de vías primarias, secundarias y terciarias de la malla vial de todo el Departamento	*Gobernación del Huila *Invias *Alcaldías	Kilómetros de Malla vial mejoradas en el Departamento del Huila	8092	No. de Km mejorados, rehabilitados y en mantenimiento de la malla vial del departamento	Largo Plazo
	Construcción del centro de interpretativo en el municipio de Villavieja (H)	Diseño y construcción del centro de interpretación para el fortalecimiento del turismo astronómico y paleontológico en el municipio de villavieja	*Gobernación del Huila *Alcaldía de Villavieja *Red de Universidades *Red de Emprendimiento	Centro interpretativo construido	1	No. de Centro interpretativos construidos	Largo Plazo



		<p>Mejorar la infraestructura departamental en salud para el aseguramiento de la población huilense al sistema de seguridad social en salud</p>	<p>Construcción, ampliación y adecuación en hospitales de primer nivel, segundo y tercer nivel en toda la red departamental en salud</p>	<p>*Gobernación del Huila *Secretaría de Salud Departamental *Alcaldías *Hospitales y Centros de Salud Departamentales</p>	<p>hospitales construidos, ampliados y adecuados</p>	<p>2 Construidos 1 adecuado 1 ampliado</p>	<p>No. de hospitales construidos, ampliados y adecuados</p>	<p>Corto Plazo Mediano plazo Largo Plazo</p>
		<p>Construir y/o mejorar los ambientes escolares, para garantizar la permanencia y responder a la demanda de cupos.</p>	<p>Construcción y/o mejoramiento de ambientes escolares, para garantizar la permanencia y responder a la demanda de cupos.</p>	<p>*Gobernación del Huila *Alcaldías *Instituciones Educativas *Secretaría de Educación</p>	<p>Servicio de construcción y mejoramiento de sedes educativas en el departamento</p>	<p>1. 5 sedes educativas construidas 2. 295 sede educativas mejoradas</p>	<p>No. de sedes educativas construidas y/o mejoradas</p>	
		<p>Mejorar la infraestructura deportiva departamental para el fomento a la recreación, la actividad física y el deporte</p>	<p>Construcción y mantenimiento a la infraestructura deportiva, parques recreativos en el departamento para el fomento de la actividad física y la práctica del deporte</p>	<p>*Gobernación del Huila *Alcaldías *Escuelas de Formación *Inder Huila</p>	<p>Servicio de construcción y mantenimiento de la infraestructura deportiva en el departamento</p>	<p>1. 10 infraestructuras deportivas mantenidas 2. 12 parques recreativos construidos 3. 5 escenarios deportivos construidos y dotados</p>	<p>1. No. de Infraestructura deportiva mantenidas 2. No. Parques recreativos construidos y dotados 3. No de Escenarios deportivos construidos y dotados</p>	



		Mejorar la calidad en el suministro de agua potable y ampliar la cobertura urbana y rural en el departamento	Construcción de baterías sanitarias con saneamiento básico para la vivienda rural, redes de alcantarillado optimizados y plantas de tratamiento de aguas residuales construidas	*Gobernación del Huila *Alcaldías *Aguas del Huila	Servicio de construcción para mejorar la calidad del suministro de agua potable	1. 10 plantas 2. 16 redes de alcantarillado 3. 10.000 unidades sanitarias 4. 1 planta 5. 9 plantas de tratamiento de aguas residuales	1. No. de plantas de tratamiento construidas 2. No. Redes de alcantarillado optimizadas 3. No. unidades sanitarias con saneamiento básico construidos para vivienda rural 4. No. de plantas para la disposición final de residuos sólidos construidas 5. No. de plantas de tratamiento de aguas residuales construidas	Mediano plazo
		Apoyar la adquisición de vivienda nueva y mejoramiento de vivienda en el Departamento del Huila	Disminuir el déficit de vivienda cuantitativo (Vivienda Nueva) y cualitativo de vivienda (Mejoramiento de Vivienda) en el Departamento del Huila.	*Gobernación del Huila *Alcaldías *FONVIHUILA	Servicio de construcción y adquisición de vivienda nueva y mejoramiento de vivienda	1. 3.000 hogares beneficiados 2. 3.946 hogares beneficiados	1. No. Hogares beneficiados con adquisición de vivienda 2. No. Hogares beneficiados con mejoramiento de vivienda	
		Mejorar el acceso a los servicios de gas y energía, para el mejoramiento de la calidad de vida y seguridad de la comunidad.	Construcción y ampliación de cobertura de la red de gas en las zonas urbana y rural, redes de energía eléctrica con la utilización de energías alternativas y unidades	*Gobernación del Huila *Prestadores de servicios públicos *Alcaldías	Servicio de ampliación y cobertura de la red de gas, energía eléctrica y unidades de generación fotovoltaica	1. 13.000 viviendas beneficiadas 2. 3.000 viviendas beneficiadas	1. No. viviendas con red de gas en la zona urbana y rural construidas y/o ampliadas 2. No. viviendas con red de energía	



			de generación fotovoltaica de energía eléctrica			3. 25 unidades	eléctrica con energías alternativas construidas y/o ampliadas 3. Unidades de generación fotovoltaica de energía eléctrica instaladas	
Apoyos económicos directos del gobierno nacional	Entrega de incentivos y pagos extraordinarios del programa nacional de familias en acción del Departamento de la Prosperidad Social del gobierno nacional	Entrega de incentivos durante el año 2020 , pago extraordinario para ayudar a las familias frente la contingencia acaecida por la pandemia del Covid.19 de los diferentes líneas del programa familias en acción del Departamento de la Prosperidad Social		*Gobierno Nacional	Liquidación pago extraordinario autorizado por presidencia emergencia sanitaria Covid-19	97.948	No. de Familias beneficiadas con el pago de la liquidación extraordinaria autorizado por presidencia	Inmediato
					Liquidación primera entrega de incentivos de 2020 familias en acción regional Huila	82.918	No. de Familias beneficiadas con el pago de la liquidación primera entrega de incentivos de 2020 de Familias en Acción Regional Huila	Inmediato
					Primera compensación de IVA Familias en Acción Regional Huila	24.949	No. de Familias beneficiadas con la primera compensación de IVA de Familias en Acción Regional Huila	Inmediato



					Pago extraordinario no condicionado de la línea Jóvenes en Acción del programa Familias en Acción	9836	No. de Jóvenes con pago extraordinario del programa Familias en Acción	Inmediato
	Sistema financiero (colocaciones y reestructuraciones)	no se cuenta con la información por parte del sistema financiero						
	Gobierno Corporativo	Gobernanza del Plan para la Reactivación Empresarial y Desarrollo Económico del Departamento	Se establecerá una coordinación central del presente plan a cargo del comité de reactivación empresarial y desarrollo económico del departamento, el cual a su vez contara con cuatro coordinadores encargados de operativizar y realizar el seguimiento del cumplimiento de las acciones del presente plan en la Subregión Occidente, Subregión Centro, Subregión Sur	* Comité de reactivación empresarial y desarrollo económico del Huila *Subcomités de reactivación económica (Sur, occidente y Centro)	Cumplimiento del 100% de las acciones establecidas en el plan de reactivación Empresarial y desarrollo económico	100%	Nivel de cumplimiento de las acciones establecidas en el plan de reactivación Empresarial y desarrollo económico	mediano plazo
VARIABLE ESTRATEGICAS	OBJETIVO 5: Dinamizar la economía regional a partir de la atracción de nuevos capitales, el fortalecimiento del comercio en doble vía e incentivos al sector empresarial							



	Línea de Intervención	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	ALIADOS	META GENERAL	NUMERO	INDICADORES	TIEMPO DE EJECUCIÓN
DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA	Fortalecer la balanza comercial del departamento Exportaciones-Importaciones	Plan de exportaciones con micro y pequeñas empresas de la región.	Diseñar e implementar un plan para fortalecer la capacidad de acceso de mipymes a nuevos mercados internacionales (alistamiento comercial, análisis del mercado, fortalecimiento empresarial entre otros), así como la diversificación de la canasta exportadora y de los mercados destinos	*Gobernación del Huila *Cámara de Comercio de Neiva *Universidad CORHUILA *Universidad Antonio Nariño *Procolombia	Elaboración e implementación de un plan de exportaciones para mipymes de la región	1	No. planes de exportación para mipymes elaborados e implementados	mediano plazo
		Realizar un plan de sustitución de importaciones	Elaborar un plan estratégico de la cadena de suministro y abastecimiento de productos de primera necesidad (materias primas, producción, transporte, distribución y entrega), enfocado a la sustitución de importaciones y a la compras locales	*Gobernación del Huila *Alcaldías *Cámara de Comercio de Neiva *Gremios *Universidad Corhuila *Universidad Antonio Nariño *Procolombia	Elaboración e implementación del Plan estratégico de la cadena de suministro y abastecimiento de productos de primera necesidad	1	No. planes estratégicos de la cadena de suministro y abastecimiento de productos de primera necesidad elaborados e implementados	mediano plazo



Promover la atracción de nuevos capitales	Elaborar un plan estratégico de atracción de inversión nacional y extranjera	Diseñar una estrategia de atracción de inversión nacional y extranjera, enfocada a la simplificación de los trámites y reducción en los costos; así como la contratación de mano de obra local	*Gobernación del Huila *Alcaldías *Cámara de Comercio de Neiva *Gremios *Universidad Corhuila *Universidad Antonio Nariño *Procolombia	Diseño e implementación de un plan estratégico de atracción de inversión nacional y extranjera	1	No. de Acciones del Plan estratégico de atracción de inversión Desarrolladas y/o implementadas	mediano plazo
	Plataformas de inversión y diversificación del aparato productivo	Potencializar la Zona Franca y parques industriales, como vehículo de generación de empleos, atracción de inversión, desarrollo de proyectos productivos innovadores y sofisticación del aparato productivo	*Gobernación del Huila *Alcaldía de Neiva *Alcaldía de Palermo *Cámara de Comercio de Neiva *Gremios *Universidad Corhuila *Universidad Antonio Nariño *Procolombia	Proyectos de atracción de inversión Empresas instaladas en parques industriales y zona franca	10	No. de empresas creadas con capital de inversionistas extranjeros Número de empresas en parques industriales y zona franca de la región	Largo Plazo Largo Plazo
	Incentivos territoriales para la recuperación económica	Implementar Política de incentivos tributarios	Propiciar la Implementación de una política municipal (37 municipios) de incentivos tributarios (ICA, Predial, avisos y tableros) a sectores más afectados del tejido empresarial	*Gobernación del Huila *Alcaldías *Fenalco *ACOPI *Cámara de Comercio de Neiva *Red de Universidades *Camacol	Estatutos tributarios ajustados con capítulo de incentivos tributarios en municipios del Huila	37	Número de municipios que implementan una política municipal de incentivos tributarios mediante acuerdo municipales, a sectores más afectados del tejido empresarial



	Seguridad jurídica empresarial	Ajustar los estatutos tributarios municipales, suspendiendo los cobros coactivos a empresas de los sectores más afectados	<ul style="list-style-type: none"> *Gobernación del Huila *Alcaldías *Fenalco *ACOPI *Cámara de Comercio de Neiva *Red de Universidades *Camacol 	Actos administrativos que incluyan la suspensión de acciones jurídicas como efectos del Covid-19 en los municipios del Departamento	37	Número de municipios que suspenden cobros coactivos a empresas más afectadas del tejido empresarial	Inmediato	
	Plan de incentivos de servicios públicos al sector empresarial	Estructurar un plan modelo de subsidios y/o acuerdos de pagos de servicios públicos a usuarios comerciales, sin que esto afecte las finanzas de los prestadores de servicios públicos	<ul style="list-style-type: none"> *Gobernación del Huila *Alcaldías *Fenalco *ACOPI *Cámara de Comercio de Neiva *Red de Universidades *Camacol *Empresas Prestadores de Servicios Públicos 	Implementar un Plan de incentivos de servicios públicos al sector empresarial del Departamento del Huila	100	Porcentaje de prestadores de servicios públicos del Departamento, que implementan incentivos a usuarios comerciales	Inmediato	
	Política de simplificación de trámites para el desarrollo empresarial	Fortalecer los trámites y servicios relacionados con el desarrollo empresarial de forma que sean de fácil acceso y virtuales	<ul style="list-style-type: none"> *Gobernación del Huila *Alcaldías *Cámara de Comercio de Neiva *Fenalco *Camacol *Consejo Gremial 	Implementar la política de simplificación y virtualización de trámites para el desarrollo empresarial	100	Porcentaje de entidades territoriales público y privadas que implementan trámites y servicios de desarrollo empresarial en línea	Inmediato	
SUB TOTAL								

Impactos Económicos del Plan de Reactivación

El Plan de Reactivación Económica del Huila tiene como objetivo mitigar los efectos económicos y sociales de la actual pandemia junto con establecer el rumbo para la recuperación y dinamización de la economía departamental, desde varios frentes el primero corresponde a un plan de acción para atender la emergencia principalmente representado en inversiones para el fortalecimiento del sistema de salud a través de la red pública hospitalaria, el segundo humanitario a través de transferencias monetarias y complementos alimenticios para la población más vulnerable en riesgo de caer en la pobreza o pobreza extrema en concordancia entre el gobierno nacional y departamental. Tercero, un plan de acción con actividades inmediatas, de corto, mediano y largo plazo, tales como la creación de un Fondo de Reactivación Económica que permita el acceso al crédito a las empresas inyectando liquidez y mitigando así no solo la pérdida de empleo sino el riesgo de cierre inminente de estos establecimientos, en conjunto con el desarrollo de estrategias para poner en operación a los sectores productivos del departamento no solo aquellos que por directriz nacional han iniciado operaciones, sino también aquellos que por sus características propias representan un mayor riesgo por contacto presencial, diseñando estrategias como la digitalización para promover su reactivación. Todo lo anterior, se complementa con la propuesta de Ordenanza del Plan de Desarrollo Huila Crece 2020 -2023 que se encuentra en discusión en la Asamblea Departamental.

Transferencias Monetarias y ayuda humanitaria.

El gobierno nacional ha realizado una inversión de más de \$ 54 mil millones en el departamento del Huila con una cobertura total de 425 mil hogares, a través de apoyos como Ayudar nos hace bien, Un millón de ayudas humanitarias y ayudas del ICBF para el suministro de mercados y complementos alimenticios, otros instrumentos como ingreso solidario que ha beneficiado a más de 100 mil hogares en el departamento que no son beneficiarios de la política social del estado, la primera devolución del IVA a más de 24 mil hogares, además, junto con el robustecimiento de programas como Colombia Mayor, Familias y Jóvenes en acción respectivamente incrementando los giros que habitualmente se realizan a esta población focalizada para mitigar los impactos sociales del COVID 19 a la población más vulnerable de la región que depende del ingreso que generan diariamente a través de actividades informales para garantizar el sostenimiento de sus familias y que a raíz del confinamiento total requieren de apoyo por parte del estado para asegurar su subsistencia.

Tabla 26. Programas del Gobierno Nacional.



Entidad	Programa	Hogares Beneficiarios
Primera Dama	Ayudar nos hace bien	19.431
Min. Interior - UNGRD	Un millón de ayudas humanitarias	15.213
DNP	Ingreso Solidario	100.098
ICBF	Ayudas del Instituto	94.703
Min. Trabajo	Colombia Mayor	57.911
UNGRD	Adultos mayores de 70 años	4.916
DPS	Devolución de IVA	24.955
DPS	Familias en Acción	98.212
DPS	Jóvenes en Acción	9.838
Total de Hogares Beneficiados		425.277
Inversión Total (Millones de Pesos)		\$ 54.682

Fuente. Elaboración propia con cifras de la Consejería Presidencial para las Regiones.

Además, la Gobernación del Huila viene ejecutando un Plan de Acción específico para el manejo de la emergencia sanitaria por un valor superior a 85 mil millones de pesos, de los cuales más de 70 mil millones están destinados al fortalecimiento del sistema de salud con tecnología médica para el seguimiento de la pandemia, apoyo a la población vulnerable, insumos para laboratorios, bioseguridad que permitan dotar a la red hospitalaria y a los profesionales de la salud en el Huila para hacerle frente a la contención de la pandemia.

También se dispuso de 6 mil millones para subsidiar el pago de servicios públicos en los próximos dos meses. Junto con acciones como la creación del Fondo de Reactivación Económica con un esfuerzo conjunto entre instituciones públicas y privadas para fortalecer el sector productivo a través de créditos blandos que permitan garantizar la supervivencia del tejido empresarial y preservar los empleos, definiendo un aporte de 5 mil millones del departamento, en conjunto con acciones para facilitar la operación del sector productivo como se observa en la Tabla 27 , en el caso del sector cafetero facilitar la cosecha de inicio de año.

Tabla 27. Inversiones Plan de Acción específico para el manejo de la emergencia del COVID 19 en el Huila.

Línea	Actividades	Valor
Salud	Apoyo logístico para la operatividad del plan de contingencia	\$ 11.381.500.000
	Desarrollo de la estrategia de información, educación y comunicaciones	\$ 894.000.000



Línea	Actividades	Valor
	Garantizar la tecnología médica necesaria para el seguimiento epidemiológico	\$ 35.400.700.353
	Adquisición y/o suministro de insumos (médicos, biomédicos, de laboratorio, bioseguridad y demás requeridos)	\$ 3.125.000.000
	Apoyo a población vulnerable	\$ 11.760.600.000
	Transporte de personal, equipos, muestras, básico, medicalizado y demás requerido	\$ 3.578.000.000
	Acciones complementarias para manejo de la emergencia sanitaria	\$ 4.110.596.127
Servicios Públicos	Subsidio SSPP (Agua, alcantarillado, aseo, energía y gas) por 2 meses	\$ 6.000.000.000
Reactivación Económica	Fondo de reactivación económica y social	\$ 5.000.000.000
	Compra de lonas cosecha cafetera: para la cosecha principal que se viene en 20 municipios del occidente y norte del Huila	\$ 1.550.000.000
	Pago de transporte para los recolectores de café: pago del transporte de recolectores de las zonas urbanas a las rurales del mismo municipio.	\$ 420.000.000
Red de Emergencias	Recursos para las acciones de la Red de Emergencia	\$ 2.762.111.419
TOTAL		\$ 85.982.507.899

Fuente. Gobernación del Huila.

Inversión en Infraestructura.

Otro de los instrumentos que impulsará la Gobernación del Huila para dinamizar la economía es la reactivación y puesta en marcha de obras de infraestructura en educación, vivienda, vías e infraestructura, agua potable y saneamiento básico APSB y deporte, por un valor superior a los 275 mil millones de pesos, con la generación de 1.500 empleos directos, 2.133 indirectos y 3.100 alrededor de la cadena de suministro para los proyectos de vivienda.

El desarrollo de proyectos de Construcción en especial los de obra pública, se constituyen como el motor de la reactivación de la economía no solo a nivel departamental sino también nacional, dada el potencial que tiene este sector para generar encadenamientos con actividades conexas como la minería para materiales de construcción, servicios especializados de ingeniería y diseño transporte, recursos de capital además de ser una actividad intensiva en mano de obra.

Tabla 28. Inversiones en Infraestructura Gobernación del Huila.

Sector	Valor por Ejecutar	Empleos		
		Directos	Indirectos	Cadena de Suministro



Educación	\$ 34.570.023.142,34	479	237	
Vivienda	\$ 81.417.833.892,25	267	509	3100
Vías e Infraestructura	\$ 33.959.531.722,20			
Agua Potable y Saneamiento	\$ 103.924.421.599,79	476	512	
Deportes	\$ 21.427.288.194,34	278	875	
Totales	\$ 275.299.098.550,92	1.500	2.133	3.100

Fuente. Gobernación del Huila.

El sector construcción representa el 7,8% del Producto Interno Bruto - PIB del Huila (2018), con un total de empresas de 1.380 que representan un 3,8% del tejido empresarial con activos totales de más de 955 mil millones de pesos y un total de ingresos operacionales por más 700 millones de pesos, que genera 25.595 empleos representando cerca del 5% del total de la población ocupada en el departamento (2018). Este sector por su naturaleza genera una dinámica alrededor de otras actividades económicas tales como: Fabricación de materiales para la construcción, Fabricación de otros productos minerales no metálicos (vidrios, arcilla, cerámica, porcelana, cemento, calado y yeso,), industria básica de hierro y acero, comercio al por menor y al por mayor de artículos de ferreterías y actividades de ingeniería y arquitectura, que representan 892 empresas³⁵ relacionadas a la cadena productiva de construcción, que tienen activos totales de más de 286 mil millones y generan aproximadamente 1.628 empleos.

Tejido empresarial y mercado laboral.

Por último, se suma el impacto que generará el plan de reactivación en los sectores del tejido empresarial del departamento del Huila; para esto como se observa en el plan de acción se definió como principal variable estratégica el fortalecimiento empresarial, el cual se plantearon para su reactivación, diferentes líneas de intervención y actividades de inmediata ejecución, corto, mediano y largo plazo. Los impactos que se relacionarán a continuación son proyecciones a largo plazo, teniendo en cuenta el alcance de los programas y proyectos; así como el encadenamiento productivo en cada uno de los clústeres a fortalecer y crear.

Tabla 29. Impacto del plan de acción en el tejido empresarial y el mercado laboral del Huila

Sector	Empresas ³⁶	Ocupados ³⁷
Turismo ³⁸	3.246	6.359

³⁵ Actividades según clasificación CIIU Rev. 4: C2310, C2391, C2392, C2393, C2394, C2395, C2396, C2410, C2511, G4663, M7110, M7120

³⁶ Para el caso de comercio, manufactura y otros sectores se tomó en cuenta el alcance del programa o proyecto en el plan de acción, por lo que no se relacionan todo el tejido empresarial, si no el número de empresas que se esperan impactar

³⁷ La proyección de ocupados se hizo con base a las cifras del Ministerio de trabajo; para el caso de los sectores que no presentan el total del tejido empresarial beneficiaria en el Plan de acción, se tomó el promedio de empleos asociados a cada sector y se multiplicó por el número de empresas beneficiadas

³⁸ Datos relacionados a las unidades productivas pertenecientes al encadenamiento productivo del clúster turismo



Industrias culturales (Sin Turismo y comercio) ³⁹	4.654	6.532
Agricultura ⁴⁰	951	153.235
Minería (Sin petróleo) ⁴¹	115	467
Comercio	10.500	26.250
Manufactura	2.000	5.100
Otros sectores	2.300	4.600
TOTAL	23.766	202.543

Fuente: Elaboración propia con base a información del tejido empresarial de la Cámara de Comercio de Neiva y la ocupación del Mintrabajo.

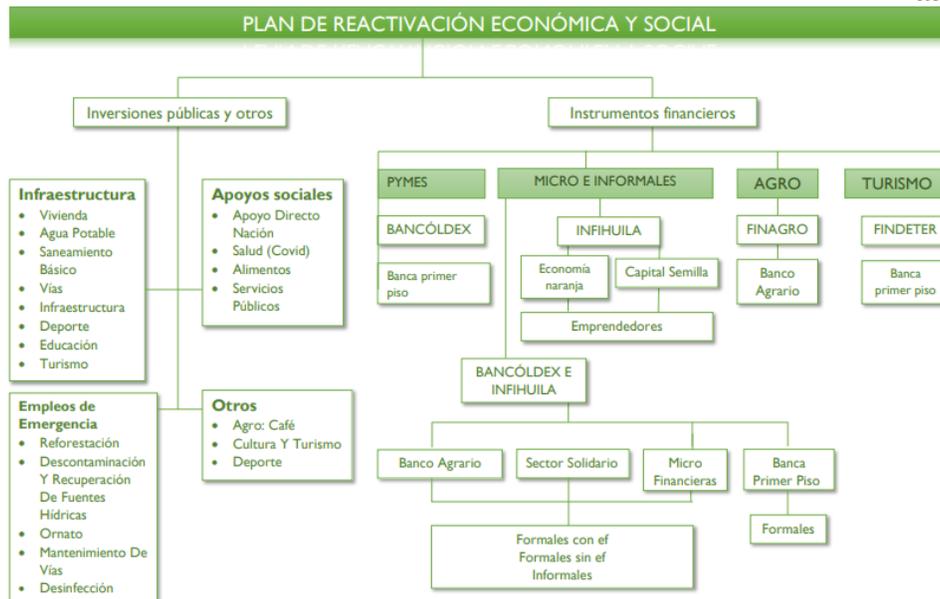
De acuerdo a la Tabla 29, se espera llegar a fortalecer los con programas y actividades del plan de acción del plan de reactivación económica a 23.766 empresas del Huila, lo que corresponde al 65,7% del tejido empresarial actual. Por sector, se proyecta que sea el comercio el que mayor número de empresas sean beneficiarias de los diferentes programas (10.500), dada a su importancia en el tejido empresarial; le sigue industrias culturales con 3.246 empresas, que serán favorecidas a partir de la iniciativa clúster al igual turismo con 3.246 unidades, principalmente. Por último, se proyecta a partir del número de empresas por sectores; éstas asocien en a su reactivación y proceso productivo, el sostenimiento y la preservación laboral; siendo así se espera lograr mantener activos 202.543 personas, lo que representaría cerca del 38,9% del total de ocupados en la región. El sector agropecuario será la actividad económica con mayor impacto en el mercado laboral, principalmente por la implementación del clúster de café, en la que se espera preservar cerca de 110.000 empleos directos.

Fondo de Reactivación Económica.

³⁹ Datos relacionados a los códigos CIU establecidos por el DANE

⁴⁰ Incluye los CIU del clúster de café, cacao, hortofrutícola y piscícola

⁴¹ Datos relacionados a las unidades productivas pertenecientes al encadenamiento productivo de clúster de minería



Impactos esperados.

El conjunto de inversiones desarrolladas por el gobierno nacional, departamental para mitigar los efectos sociales y económicos derivados del confinamiento como se observa en la Tabla 30 asciende a \$ 421.724 millones de pesos que representan cerca del 3,2% del PIB departamental (2018), este porcentaje representado en la expansión del gasto público permitirá crecer al sector Administración Pública y Defensa, por las inversiones sociales y el fortalecimiento del sistema de Salud, también los obras públicas dinamizaran el sector construcción y las actividades conexas permitiendo dinamizar rápidamente la economía para establecer una senda de recuperación en forma de “V”, que se logra de la mano con el sector empresarial.

Tabla 30. Resumen de Inversiones para la reactivación económica en el Huila.

Descripción	Valor (Millones de pesos)
Transferencias Monetarias y ayuda humanitaria (Nación)	\$ 54.682
Abastecimiento alimentos población vulnerable (Gov. Huila)	\$ 5.760
Plan de acción específico	\$ 85.983
Inversiones Infraestructura	\$ 275.299
Otras estrategias del Plan de Acción	
Total	\$ 421.724

Fuente. Gobernación del Huila

Con respecto del fortalecimiento de la infraestructura y equipamiento en salud, tendrá beneficios no solo a corto plazo, sino que permitirá fortalecer la red pública departamental descongestionando la alta afluencia de pacientes que deben ser trasladados a la ciudad de Neiva para atención, junto con una mejor atención en los municipios beneficiando a la población del departamento en su conjunto.

Otros impactos derivados de las ayudas humanitarias favorecerán el consumo de los hogares vulnerables, mitigando el riesgo de que caigan en situación de pobreza y pobreza extrema incluso ante la inminente posibilidad de pérdida de vidas por causas como hambre o desnutrición crónica en la población.

Con respecto al empleo que se logrará preservar con el presente plan, se toma como referencia los empleos impactados en los sectores estratégicos que desarrollarán o fortalecerán iniciativas clúster y se incorporan los empleos correspondientes al sector construcción y actividades conexas, bajo el supuesto de que las intervenciones previstas en el plan de acción logren impactar a toda la ocupación de los sectores que se mencionan en la Tabla 31, logrando preservar 229.766 empleos que representan un 44% de la ocupación total del departamento, lo cual favorecerá el consumo de los hogares uno de los impulsores de la economía desde la perspectiva de la demanda.

Tabla 31. Empleos preservados.

Sector	No. Empleos
Turismo	6.359
Industrias culturales (Sin Turismo y comercio)	6.532
Agricultura	153.235
Minería (Sin petróleo)	467
Comercio	26.250
Manufactura	5.100
Otros sectores	4.600
Construcción	25.595
Sectores conexos a la Construcción*	1.628
Total de Empleos	229.766

Fuente. Elaboración propia a partir de datos Min. Trabajo.

*SII Cámara de Comercio de Neiva

Fondo de Reactivación Económica.

Según análisis del Instituto Financiero para el desarrollo del Huila – INFIHUILA, tomando como referencia los acuerdos ante Banco Agrario para disponer recursos por mil quinientos millones de pesos para empresarios sin estados financieros y con estados financieros, la simulación correspondiente otorgando créditos por valor de diez millones de pesos comparando el volumen de recursos que movilizaría el banco, como se observa a continuación:

Tabla 32. Escenarios Financieros Banco Agrario.

Estado	Compensación intereses (p.p.)	Periodo de Gracia (meses)	Subsidio	Empresarios Beneficiarios	Recursos Movilizados	Reciprocidad
Sin Estados Financieros	3	3	\$ 772.174	1.943	\$19.425.664.093	13
Con Estados Financieros	3	3	\$730.949	2.052	\$20.521.274.313	14

Fuente. Simulación Cámara de Comercio de Neiva

A partir del número de empresas beneficiarias, tomando como referencia un promedio de 3 empleos, se obtienen los beneficios económicos por invertir como se observa a continuación:

Tabla 33. Impactos Generados

Estado	Empresarios Beneficiarios	Empleos
Sin Estados Financieros	1.943	5.829
Con Estados Financieros	2.052	6.156

Fuente. Cámara de Comercio de Neiva

Se puede concluir que los recursos del fondo permitirán beneficiar a cerca de 1.943 empresarios formales,

permitiendo la preservación de 3.580 empleos en el departamento del Huila.