



RESULTADOS

Encuesta de las Cámaras
de Comercio de Seguimiento
y Monitoreo del
Impacto de la COVID 19 en el

Sector Empresarial



Sergio Andrés Entrena Fernández
Presidente Ejecutivo

Junta Directiva

Mario Alberto Latiff Gómez
Presidente de la Junta directiva
Rocío del Pilar Romero Soto

Francisco Javier Pabón Martínez
Vicepresidente de la Junta directiva
Álvaro Morelli Pérez

Gonzalo Medina Valderrama
Edwin Alfonso Parada Montes

Israel Bahar Levy
Silvia del Pilar D´Pablos

Luis Alfredo Quintero Torrado

Fernando del Corte Fajardo
Yerzon Mauricio Villamizar Santiesteban

Jairo Bautista Ramírez
Nicolás Jaramillo Ramírez

Álvaro Andrés Salgar Valero

Jorge Eliecer Leal Castro

COLABORADORES

Siomara Milena Botia Uribe
Gerente
Asuntos Internacionales y de
Gobierno

Economistas
Isabel Cristina Ramírez Arias
Susana Villamizar Vargas



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
METODOLOGÍA:	5
Resultados Encuesta de las Cámaras de Comercio de Seguimiento y Monitoreo del Impacto de la COVID-19 en el Sector Empresarial.....	6
CONCLUSIONES	17



INTRODUCCIÓN

A casi un año del inicio de la pandemia a casusa del COVID 19 el sector empresarial del país y de la región siguen trabajando por la reactivación económica y por mostrar habilidades para una adaptación frente a los nuevos entornos de negocios generados por la coyuntura. Es evidente que todas las estructuras más significativas de la productividad y la competitividad, así como la cadena de valor se han visto afectadas debido a los cambios que se han impuesto, desde la forma como se relacionan todos entre sí, hasta la forma como trabajar y generar valor en las actividades que se realizan diariamente. Para conocer que piensan los empresarios del país y que están haciendo frente a una nueva economía, Confecámaras en alianza con las Cámaras de Comercio del país, decidió realizar “La encuesta de las Cámaras de comercio de monitoreo del impacto del covid 19 en las empresas” que se aplicó a 8.263 empresas del país.

Tomando como insumo la información recolectada por esta encuesta, la Cámara de Comercio de Cúcuta realizó un análisis detallado de las respuestas obtenidas en la región, aplicadas por 714 empresarios; con el fin de definir las necesidades primarias del tejido empresarial y tomar acciones frente a la reactivación económica que se ha venido dando en los últimos meses.

A continuación, se muestran con más profundidad los resultados de esta, así como un análisis descriptivo y un comparativo con las respuestas realizadas a nivel nacional con el apoyo de las Cámaras de Comercio con miras a la reactivación empresarial. Estas preguntas se realizaron por temáticas, afectación de la pandemia en el empleo que generan las empresas, perspectivas ante nuevos confinamientos, comportamiento de las ventas, canales de comercialización e inversión en protocolos de bioseguridad, en la parte final se encontrará las conclusiones del análisis.



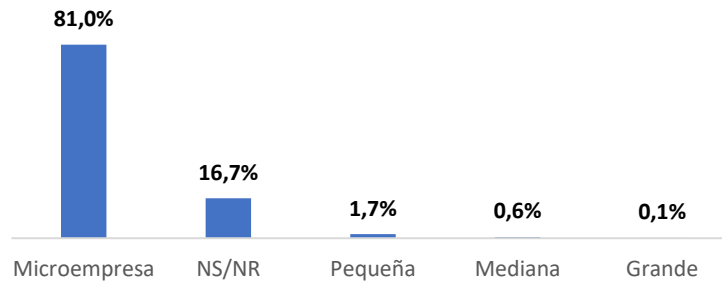
METODOLOGÍA:

- **Objetivo general:** Seguimiento al impacto en el sector empresarial de las medidas restrictivas que se han debido tomar como consecuencia de la pandemia por COVID-19.
- **Aspectos Operativos:** Encuesta digital de las Cámaras de Comercio
- **Periodo de Aplicación:** 18 de enero de 2021-17 de febrero 2021
- **Total encuestados:** 714 empresarios de la región (aplicadas en el país 8.263)
- **Técnica de muestreo:** No probabilístico



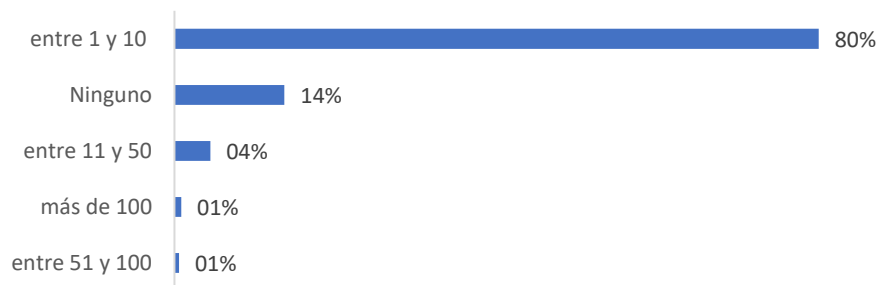
Resultados Encuesta de las Cámaras de Comercio de Seguimiento y Monitoreo del Impacto de la COVID-19 en el Sector Empresarial

Tamaño de las empresas



El 83% de las empresas encuestas son MiPymes, en su mayoría microempresas. La participación de las grandes empresas tan solo fue del 0,1%.

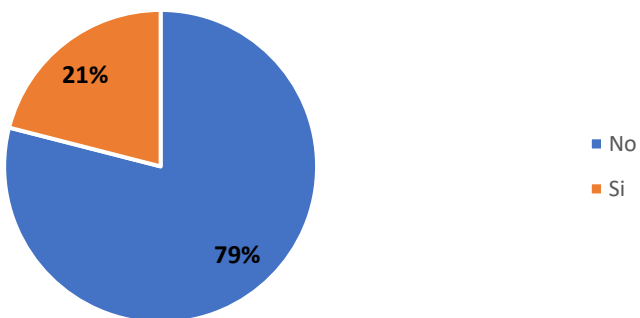
Indique el número de empleados que tiene su empresa actualmente



Con un 80% de participación los encuestados manifestaron tener entre 1 y 10 empleados en la actualidad, seguido por los empresarios que manifestaron NO tener ningún trabajador en estos momentos, según el 14%. Siendo estos resultados un reflejo del comportamiento nacional, donde el 81.6% de los empresarios encuestados cuentan con 1 y 10 empleados dentro de su planta de personal.

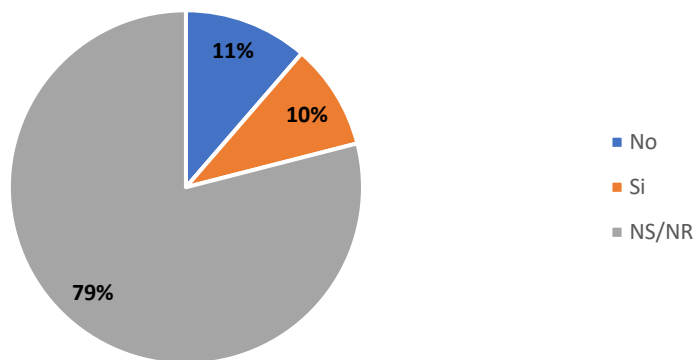


¿Usted contrató *personal temporal* para atender la temporada de fin de año?



El 79% de los empresarios encuestados manifestaron NO haber contratado personal temporal para la temporada de fin de año. A diferencia del 21% que manifestó haber contratado personal para la época decembrina.

Terminada la temporada de fin de año, ¿usted mantuvo este personal en su planta?



Con relación a la continuidad de los trabajadores temporales para la época de fin de año, el 11% de los empresarios encuestados manifestó no haber mantenido dicho personal en las empresas, en contraste el 10% de los encuestados afirmó seguir con los trabajadores temporales para sus establecimientos.

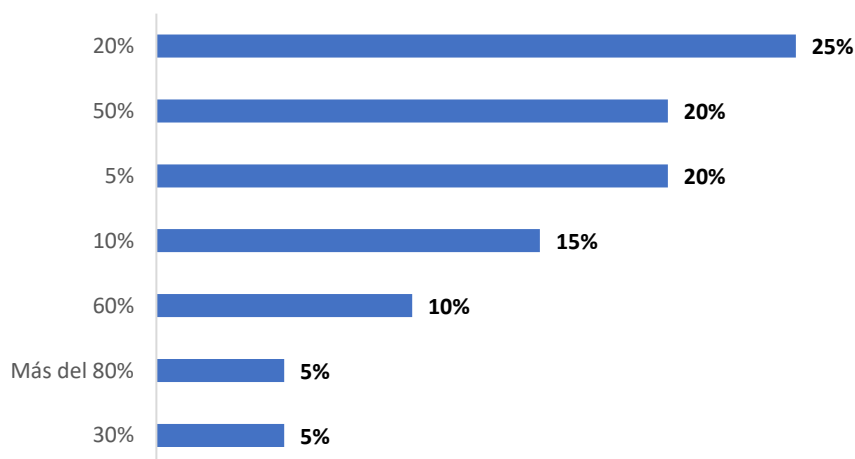


Respecto a los meses de septiembre y octubre, en los últimos tres meses (noviembre-enero) el número de *trabajadores permanentes* de su empresa:



Ante esta pregunta, se infiere que el 56% de las empresas mantuvieron el mismo número de “trabajadores permanentes” durante los meses de noviembre-enero, el 41% de ellos manifestaron que este tipo de personal disminuyó durante el periodo mencionado. Con relación a los resultados a nivel nacional, se evidenció que el 63,2% de los empresarios mantuvo su planta de personal.

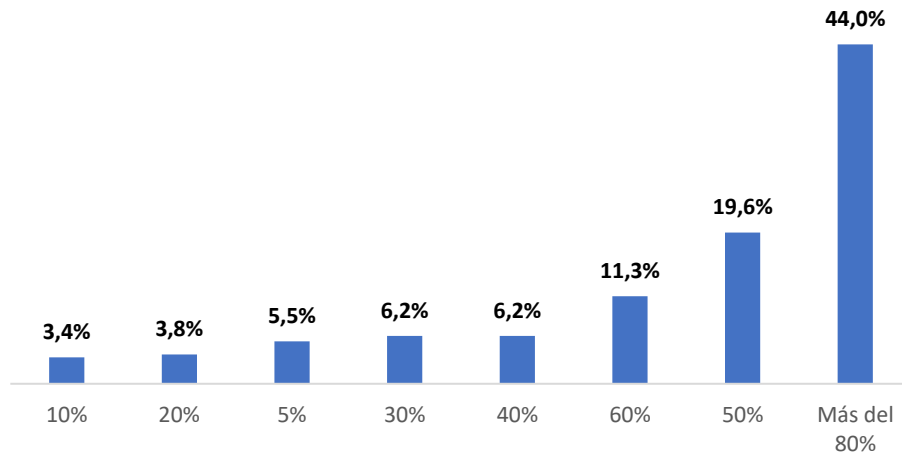
Indique por favor en qué porcentaje aumentó



En cuanto al porcentaje de aumento del personal, el 25% de ellos, manifestaron que el incremento fue de un 20%, mientras que el 20% manifestó haberlo hecho en un 50%

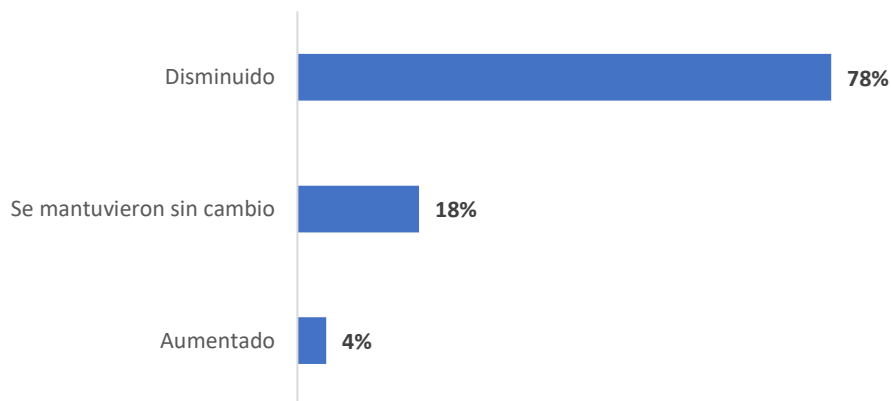


Indique por favor en qué porcentaje disminuyó:



El 44% de los empresarios manifestaron haber reducido su planta de personal en más del 80%, el 19.6% en un 50%, según resultados de la encuesta aplicada en nuestra región. A nivel nacional, se evidenció que del 33% de los empresarios que manifestaron haber reducido su planta de personal, el 38,4% lo hizo en una proporción superior al 80%.

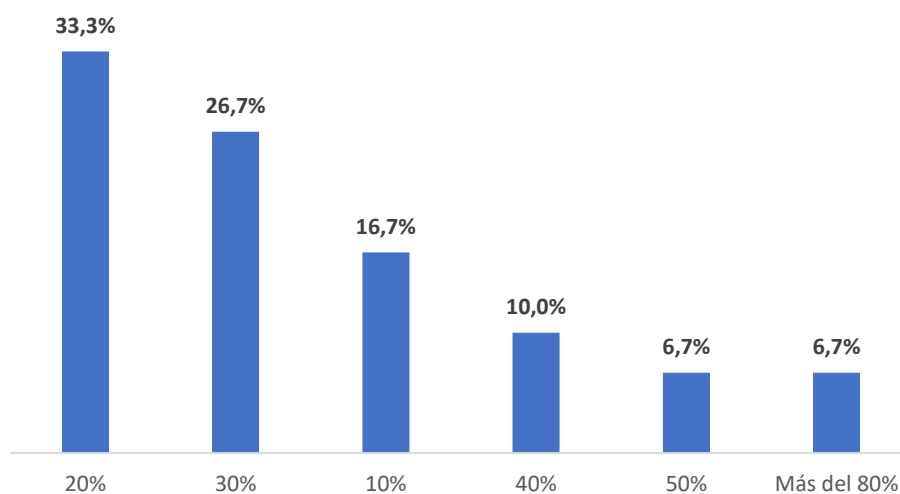
Respecto a los meses de septiembre y octubre, en los últimos tres meses (noviembre-enero) sus ventas han:



Para el periodo analizado, el 78% de las empresas participantes manifestaron que sus ventas se vieron disminuidas, 18% de ellos afirmaron que las ventas se mantuvieron sin cambio alguno y tan solo el 4% vio un aumento en ellas. Frente al resultado a nivel nacional a diferencia de los regionales, el 65,2% de los empresarios evidenciaron disminuciones en sus ventas.

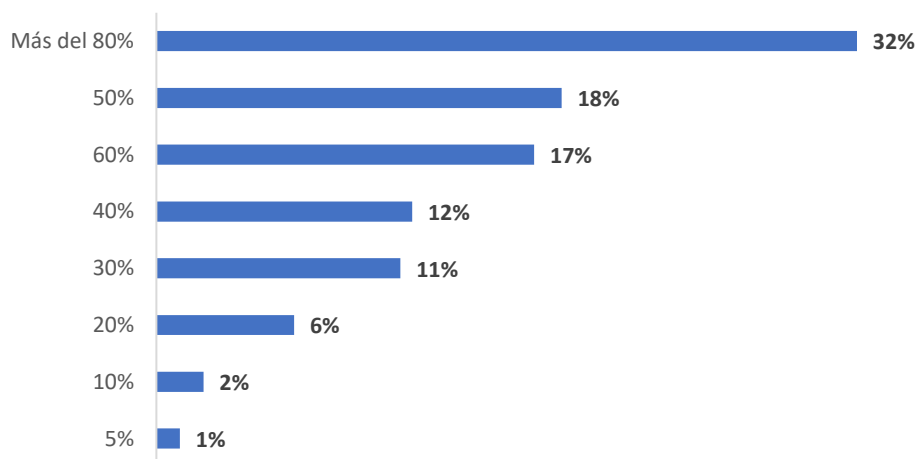


Indique por favor en qué porcentaje aumentaron:



El 33,3% de los encuestados que afirmaron haber incrementado sus ventas manifestó que estas tuvieron un alza del 20%. Solo el 6,7% de estos manifestó haber tenido un incremento en las ventas en más del 80%.

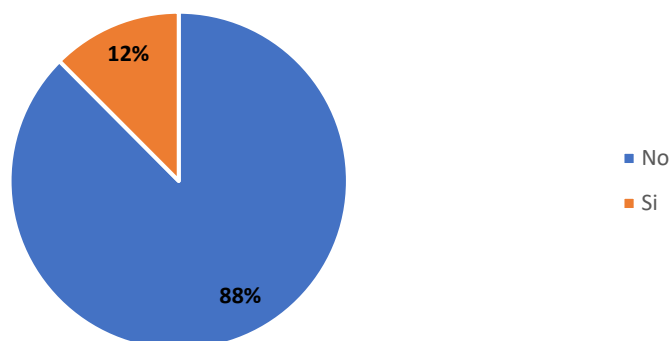
Indique por favor en qué porcentaje disminuyeron:



Del 78% de los empresarios encuestados que manifestaron haber reducido sus ventas, el 32% registró una disminución en más del 80% durante noviembre-enero. En comparación con los resultados nacionales donde del 65,2% de los empresarios que afirmaron que sus ventas se redujeron, el 29,5% registró caídas de más del 80%.

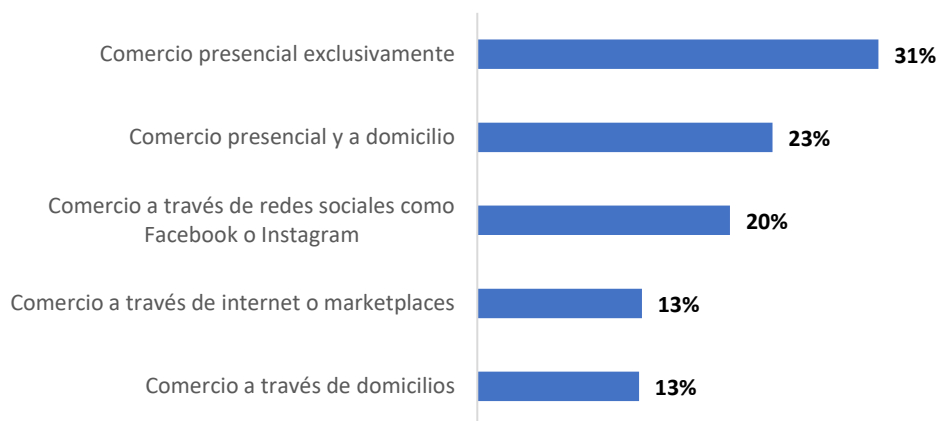


¿Las ventas realizadas en diciembre compensaron la caída observada en los meses anteriores?



El 88% de los empresarios encuestados manifestaron que las ventas realizadas en diciembre NO compensaron la caída de las ventas de los meses anteriores. Solo el 12% de estos afirmó haber presentado dicha compensación en la época decembrina.

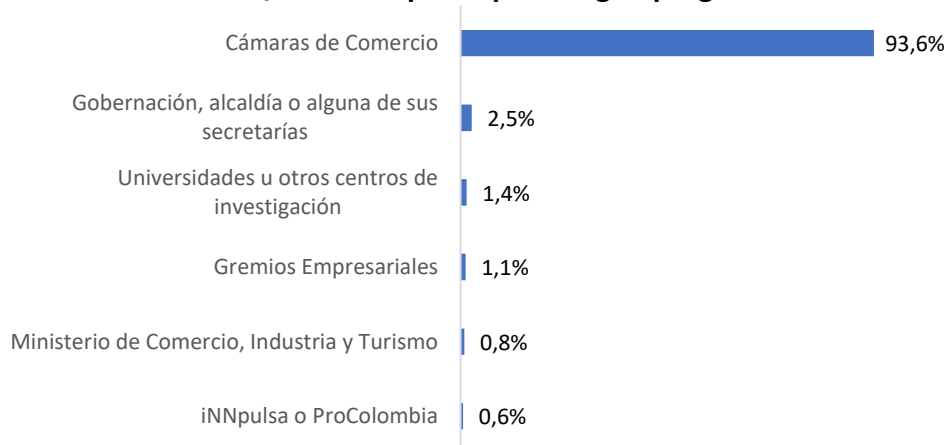
Cuáles han sido los canales de venta más utilizados por su empresa?



Con relación a los canales de ventas más utilizados, el 31% de los empresarios han utilizado el comercio presencial exclusivamente. El 46% de los encuestados ha usado el comercio a través de domicilios, redes sociales, MarketPlace como canales de ventas. El 63% de los empresarios encuestados a nivel nacional ha utilizado las redes sociales, Internet, MarketPlace y domicilios como sus canales de venta.

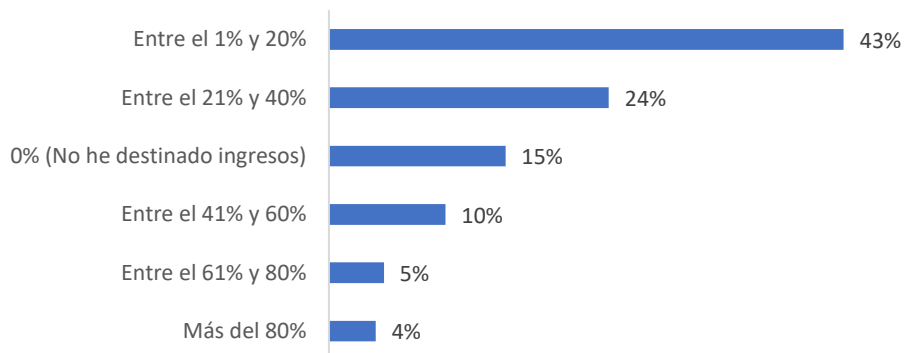


¿Con cuál de las siguientes entidades, su empresa está asociada/afiliada o participa de algún programa?



El 93,6% de los empresarios ha accedido a los programas de apoyo de las Cámaras de Comercio de la región, porcentaje que a nivel nacional evidencia prácticamente la misma participación de acceso a las líneas de apoyo que estas entidades ofrecen. En menor proporción, menos del 1%; los encuestados han accedido a los servicios que las agencias de gobierno nacional como Innpulsa o ProColombia presentan.

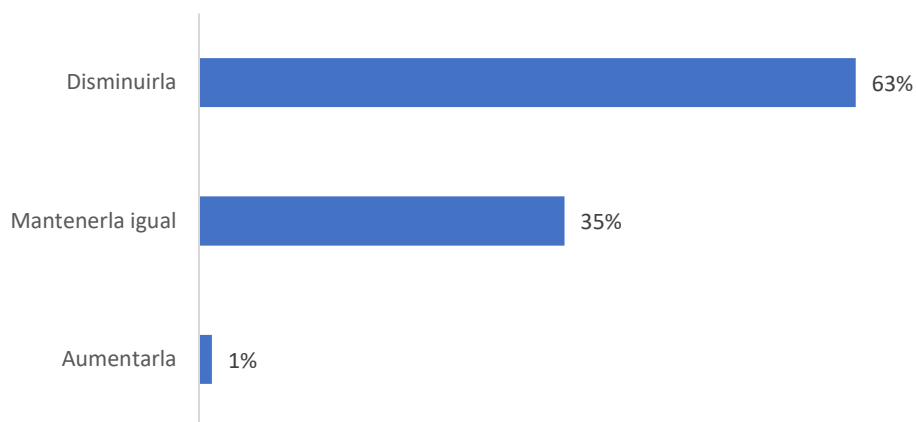
¿Qué porcentaje de sus ingresos obtenidos entre noviembre y enero ha tenido que destinar para realizar inversiones en su empresa con el fin de adaptarse a los protocolos de bioseguridad indicados por el Gobierno Nacional?



El 43% de los empresarios destinó hasta el 20% de sus ingresos para adaptar los protocolos de bioseguridad en su empresa, y de estos el 24%, entre el 21% y el 40% de sus ingresos. Por otro lado, el 50,6% de los empresarios a nivel nacional destinó hasta el 20% de sus ingresos para adaptar los protocolos de bioseguridad y el 20,5% hasta el 40% de sus ingresos

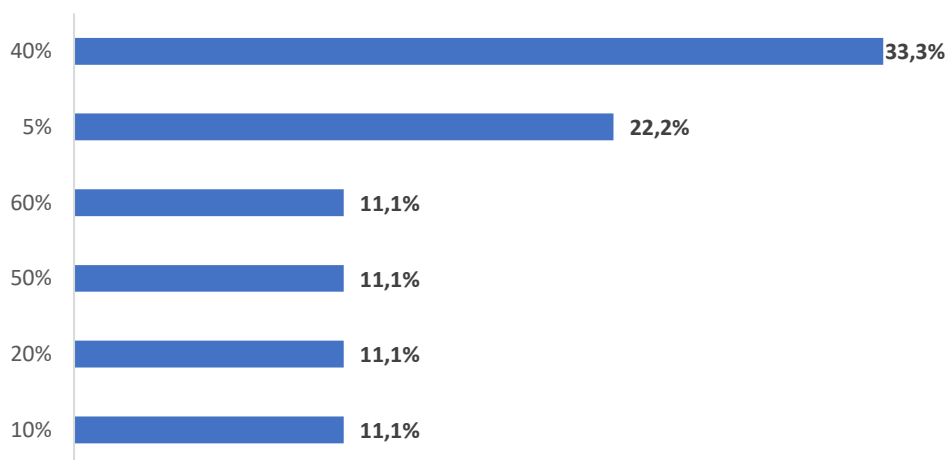


¿Qué decisión tendría que tomar sobre su planta de personal?



El 63% de los empresarios manifestó tener que disminuir su planta de personal, solo el 1% afirmó incrementar sus trabajadores. En concordancia con los resultados nacionales, el 52,8% de los empresarios se verían obligados a disminuir su personal de trabajo, dado un nuevo escenario de confinamiento estricto.

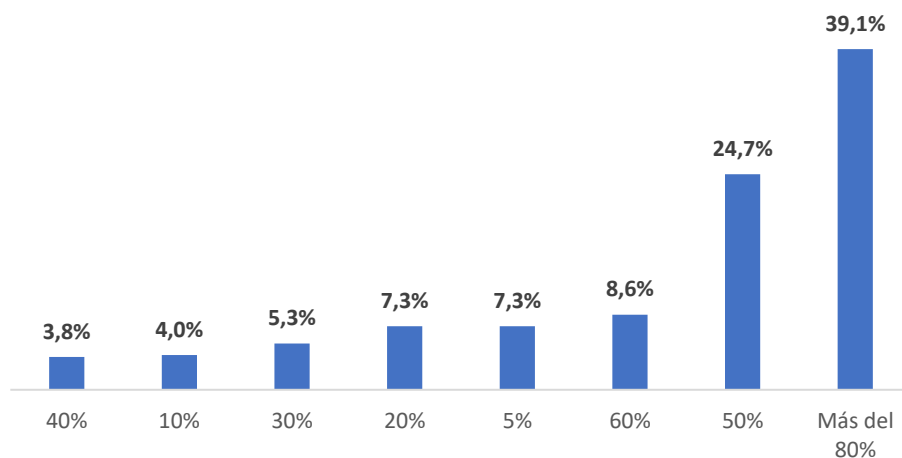
¿En qué porcentaje la aumentaría?



Del 1% de los empresarios que afirmaron haber incrementado su planta de personal, el 33.3% de ellos, lo hicieron en un 40% y en 5% el 22,2% de ellos.

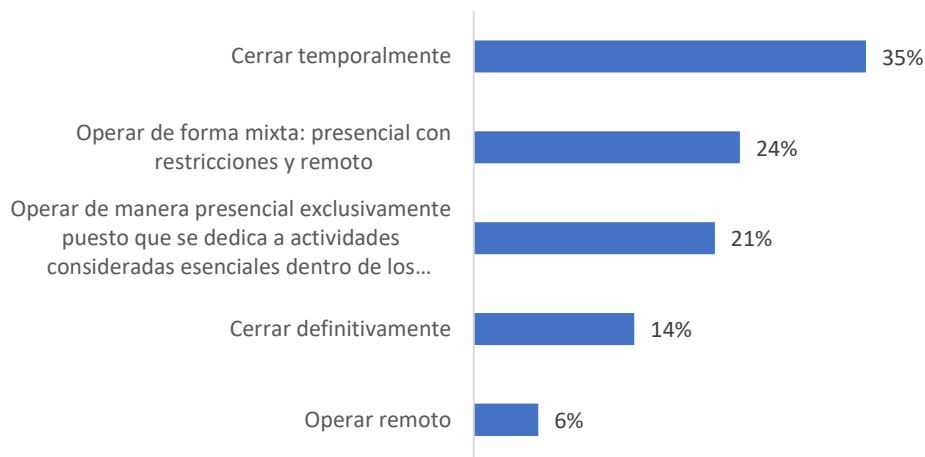


¿En qué porcentaje la disminuiría?



De acuerdo con los empresarios que manifestaron tener que disminuir su planta de personal el 39,1% de estos afirmó reducirla en más del 80%. En comparación con los resultados a nivel nacional, de acuerdo con los empresarios que manifestaron tener que reducir su personal de trabajo, el 37,2% manifestó que lo haría en una proporción superior al 80%, tras un escenario de confinamiento estricto.

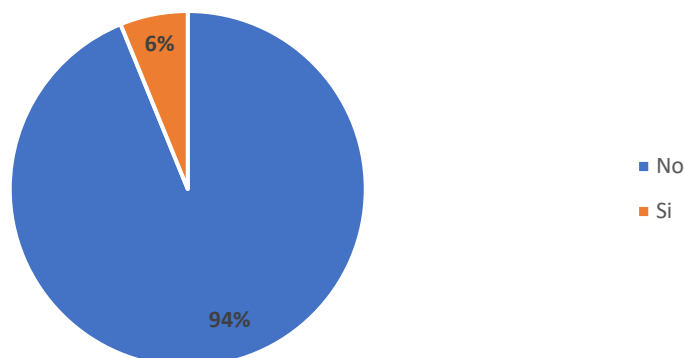
La forma de operar de su negocio, usted tendría que:



Frente a la forma de operar, el 35% de los empresarios manifestaron tener que cerrar temporalmente, seguido por el 24% de los encuestados que manifestaron seguir trabajando de forma mixta (presencial y remoto) a diferencia de los resultados a nivel nacional, en donde el 61,3% de los encuestados determinaron, dado el caso ante nuevas medidas restrictivas en 2021; que operarían de forma mixta, presencial o remoto y el 38,7% tendría que cerrar temporal o definitivamente su empresa.

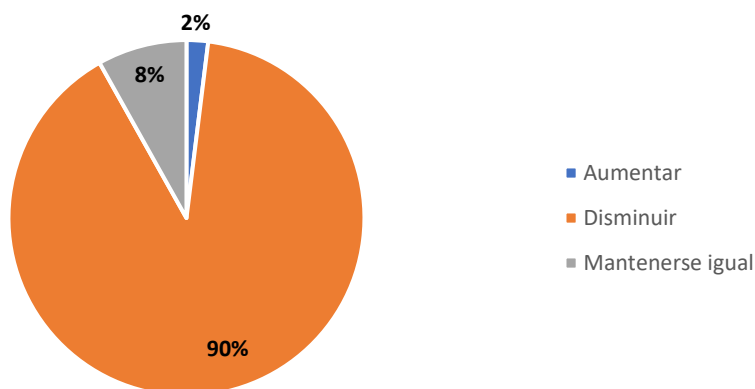


¿Su negocio tiene la capacidad financiera y productiva para soportar nuevamente confinamiento?



El 94% de los empresarios manifestaron NO tener las capacidades financieras ni productivas para soportar un nuevo confinamiento, cifra que difiere en un mínimo porcentaje de los resultados a nivel nacional, donde se evidenció que cerca del 90% de los empresarios NO tendrían la capacidad financiera ni productiva para soportar en el 2021 las nuevas medidas restrictivas.

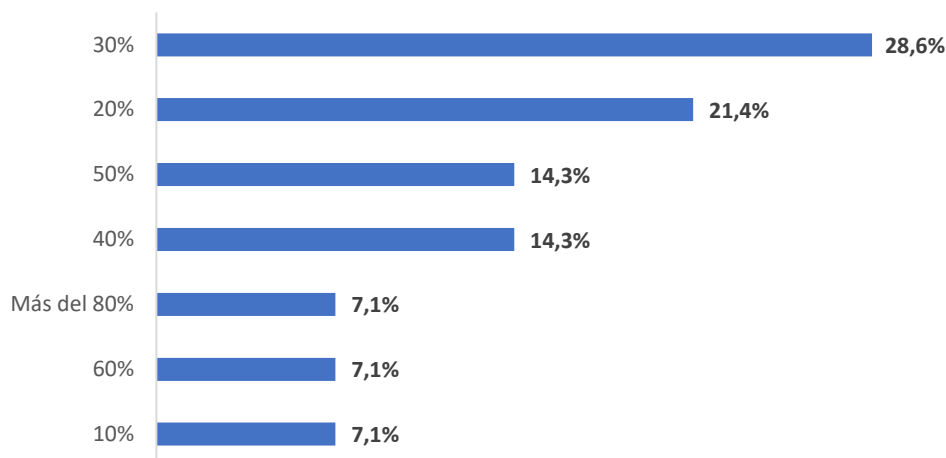
Comparado con su situación actual, en un escenario de confinamiento estima que sus ventas:



El 90% de los empresarios manifestó que sus ventas disminuirían tras un escenario de confinamiento, seguido por el 8% de los encuestados quienes afirmaron que sus ventas se mantendrían igual. Ante el mismo escenario, el 86,3% de los encuestados a nivel nacional consideran que sus ventas tenderían a disminuir.

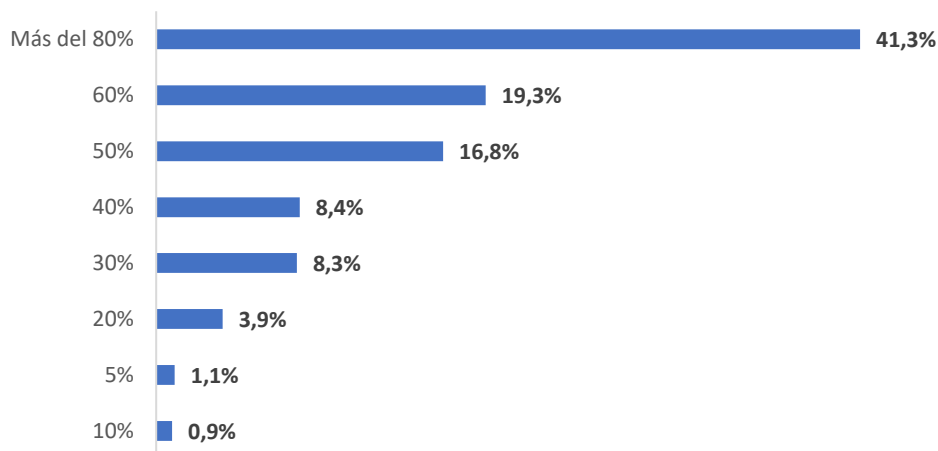


¿En qué porcentaje estima que aumentarían?



Del 2% de los empresarios encuestados que manifestaron un incremento en sus ventas tras un escenario de un nuevo confinamiento, el 28,6% afirmó obtener un aumento de estas en un 30% y tan solo el 7,1% de ellos estimaría un aumento superior al 80%.

¿En qué porcentaje estima que disminuirían?



El 90% de los empresarios encuestados que manifestaron que sus ventas disminuirían, 41,3% estimaron que éstas caerían en más del 80%. Dentro de los empresarios que consideraron que sus ventas disminuirían a nivel nacional, el 40% indica que lo harán en más del 80%.



CONCLUSIONES

Como resultado de los más de 700 empresarios encuestados, se lograron obtener premisas interesantes, ya que en determinada medida; se puede observar el impacto negativo sobre la productividad y crecimiento que, por cuenta de las restricciones de la pandemia, han tenido que enfrentar en sus organizaciones.

Regionalmente esta encuesta también permite evidenciar que, del total de las empresas encuestadas, el 80% de ellas, tan solo tienen entre 1 y 10 empleados vinculados a sus unidades productivas.

Frente al comportamiento en sus ventas, el 78% de los encuestados manifestaron que estas se vieron disminuidas, mientras que el 18% de estos afirmaron que las ventas se mantuvieron sin cambio alguno; mientras que los resultados nacionales, arrojan que el 65,2% de los empresarios evidenciaron disminuciones en sus ventas.

Dentro de los canales de ventas más utilizados, el 31% de los empresarios han utilizado el comercio presencial exclusivamente y el 46% de los encuestados utilizó como canales de venta, servicios de domicilios, redes sociales, MarketPlace, entre otros. En contraste al anterior resultado, el 63% de los empresarios encuestados a nivel nacional manifestaron hacer uso de las redes sociales y domicilios como sus canales de venta, lo que evidencia una oportunidad de mejora para los empresarios de la región.

Es necesario destacar las inversiones que han tenido que realizar los empresarios con el fin de cumplir con la implementación de protocolos de bioseguridad, donde cerca del 43% de los encuestados destinó hasta el 20% de sus ingresos para adaptar dichas medidas en sus empresas. Por otro lado, el 50,6% de los empresarios a nivel nacional destinó hasta el 20% de sus ingresos para adaptar los protocolos de bioseguridad y el 20,5% hasta el 40% de sus ingresos.

Con estos resultados y ante la pregunta directa, se puede inferir que el 94% de los empresarios manifestó NO tener las capacidades financieras ni productivas para soportar un nuevo confinamiento, ya que el 41,3% de ellos, verían afectadas sus ventas en gran medida con una disminución de más del 80%.

