

# #Juntos #Saldremos Adelante

## Efectos económicos del COVID -19 sobre la actividad empresarial del Magdalena



**Boletín No. 1**  
5 de Abril del 2020

# Ficha técnica



## Objetivo

Describir el impacto económico generado en las empresas bajo la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena con ocasión a la propagación del virus COVID-19, a través del monitoreo periódico de indicadores que permitan entender efectos positivos y negativos sobre la dinámica empresarial.

## Muestra

# 909

Encuestas Realizadas

## Metodología

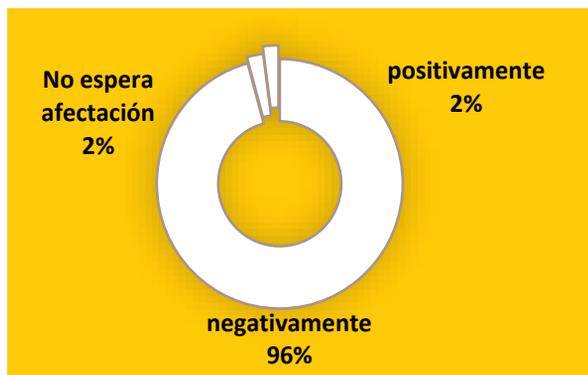
Desde el día 28 de marzo de 2020 se inició la recolección de información a través de la aplicación de una encuesta por medio virtual, dirigida a toda la población de empresas del registro mercantil de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena.

El siguiente informe preliminar corresponde a información recopilada hasta el 3 de Abril del 2020.

MUNICIPIO	PARTICIPACIÓN
Santa Marta	74,37%
Fundación	4,51%
El Banco	4,40%
Plato	3,08%
Ciénaga	2,86%
Zona Bananera	2,20%
Ariguani (El Difícil)	1,21%
Aracataca	1,10%
Guamal	0,99%
Pivijay	0,66%
Nueva Granada	0,66%
Pijiño Del Carmen	0,66%
Santa Ana	0,44%
Tenerife	0,44%
San Sebastián Bue	0,44%
Santa Barbara De Pinto	0,33%
Zapayán	0,33%
Chibolo	0,33%
Puebloviejo	0,22%
El Retén	0,22%
Algarrobo	0,22%
Otros* (San Zenón, Salamina, San Buenavista)	0,11%

SECTORES	PARTICIPACIÓN
Actividades Artísticas, de Entretenimiento y Recreación	1,90%
Actividades de Atención de Salud Humana y de Asistencia Social	1,68%
Actividades de Servicios Administrativo y de Apoyo	6,94%
Actividades Financieras y de Seguros	0,67%
Actividades Inmobiliarias	0,34%
Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas	6,05%
Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca	0,67%
Alojamiento y Servicios de Comida	21,16%
Comercio Al Por Mayor y Al Por Menor; Reparación de Vehículos Automotores y Motocicletas	33,82%
Construcción	4,59%
Distribución de Agua; Evacuación y Tratamiento de Aguas Residuales, Gestión de desechos y Actividades de Saneamiento Ambiental	0,56%
Educación	1,68%
Industria Manufacturera	9,29%
Información y Comunicaciones	3,92%
Otras Actividades de Servicios	4,82%
Suministro de Electricidad, Gas, Vapor y Aire Acondicionado	0,34%
Transporte y Almacenamiento	1,57%

## ¿Cómo ha afectado el COVID-19 su actividad comercial?



Como consecuencia del COVID-19, el 96% de las empresas encuestadas manifestaron tener una afectación negativa en su actividad comercial; sólo el 4% de la muestra, representada principalmente por el sector de comercio de alimentos y bebidas esenciales reporta la no afectación o un impacto positivo en su actividad comercial.

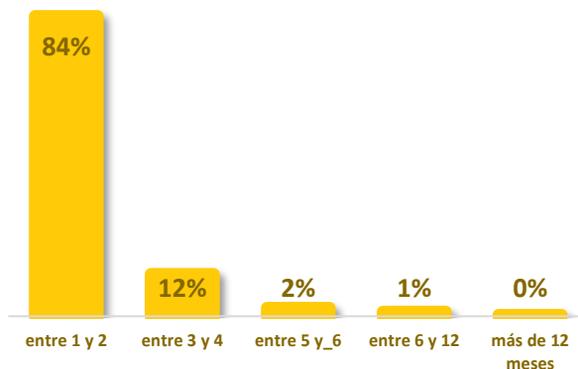
La principal medida tomada por las empresas afectadas por la problemática ha sido el cese temporal de las actividades.

## ¿Qué acciones de contingencia han sido tomadas frente al Covid-19?



## ¿Cuántos meses podría subsistir su negocio con recursos propios?

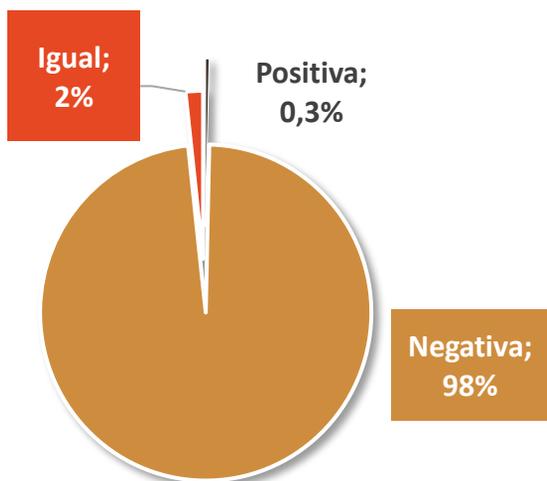
El 84% de las empresas encuestadas manifestaron que con su actual capital de trabajo podrían subsistir entre 1 y 2 meses. Estudios a nivel nacional muestran que en promedio al 25% de las PYMES el efectivo les dura 13 días para sus pagos regulares; el 50% podrían subsistir en promedio 27 días y el 25% restante tendrían la posibilidad de extenderse más allá de los 62 días. (Oportunidad estratégica, 2020).



# Ventas

Más del 50% de la demanda de las empresas del Magdalena es local, es decir sus clientes se encuentran dentro de su mismo municipio; el 15% de las empresas manifiestan que sus clientes se ubican en otros municipios del Departamento y el 13% fuera del país. Este hecho implica que el impacto en las ventas estará más en función del comportamiento del flujo de ingresos en la economía local y nacional que en función de la internacional.

## Variación de las ventas totales por efectos del COVID-19

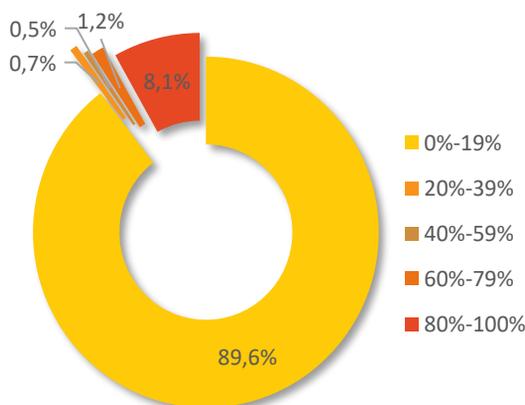


Lo anterior se ve reflejado en que el 98% de los encuestados reportaron una reducción en sus ventas.

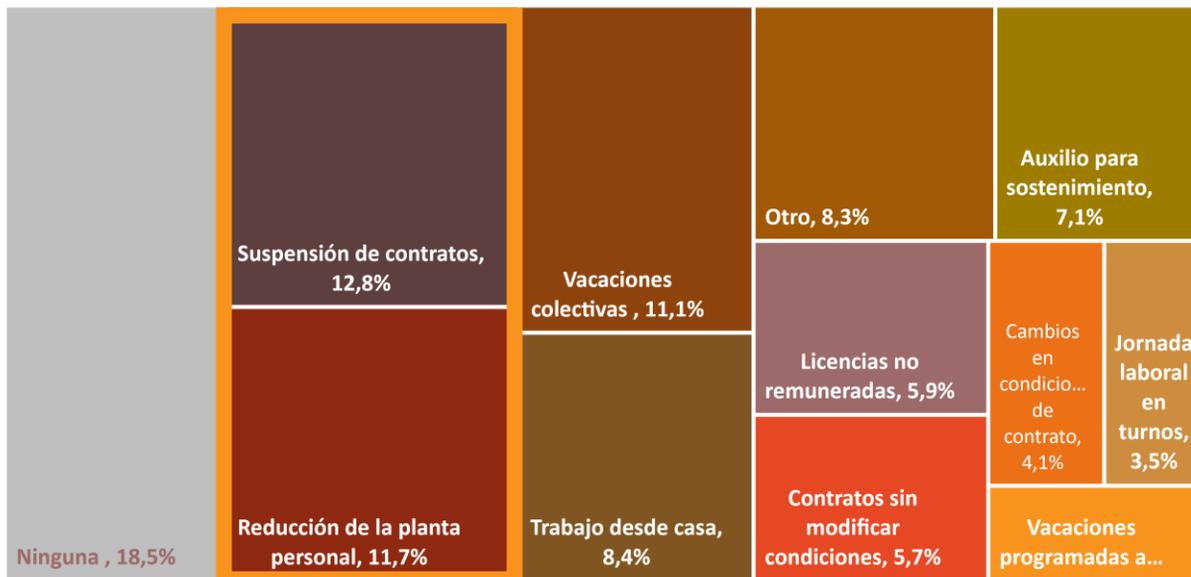
De éstas, el 89,6% experimentaron una baja entre el 5% y el 20% en sus ventas y el 8% de las empresas, pérdidas entre el 80% y 100%.

Entre los sectores más afectados se encuentran el sector inmobiliario, servicios administrativos de apoyo y las actividades artísticas y de entretenimiento. Es de anotar que dentro del sector alojamiento y servicios de comidas los más afectados son hoteles, hostales y similares quienes la mayoría están reportando ingresos disminuidos en un 100%.

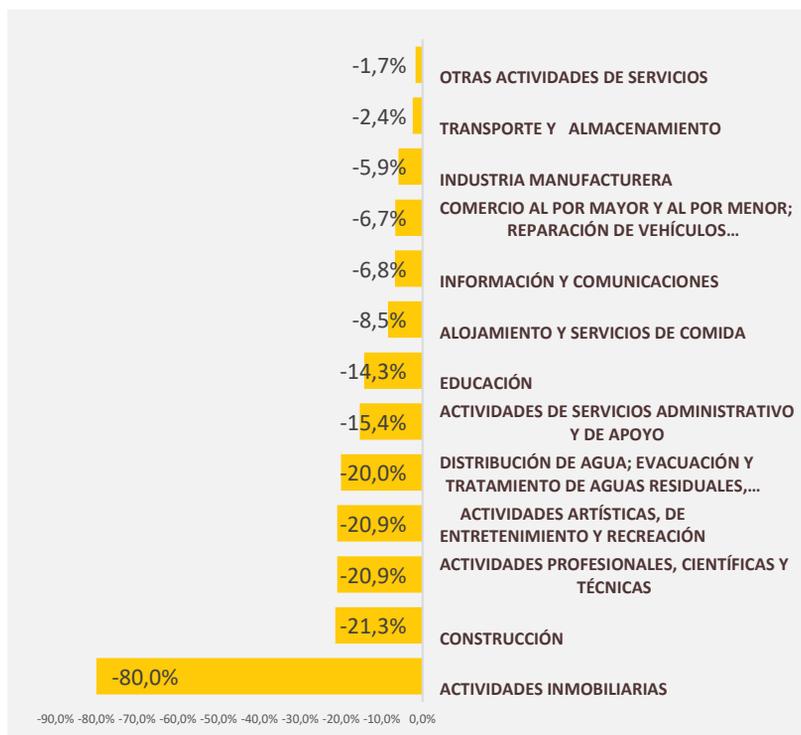
## ¿En cuánto disminuyeron las ventas?



## Medidas tomadas por las empresas frente a su planta de personal



## Variación de empleos de las empresas que redujeron su planta de personal



El empleo se ha visto afectado en esta coyuntura.

El 24,5% de las empresas manifestaron que tuvieron que reducir su planta de personal, así como suspender contratos. En términos relativos y no absolutos, las mayores afectaciones de empleo se han dado en los sectores inmobiliarios, construcción, actividades de consultoría y artísticas.

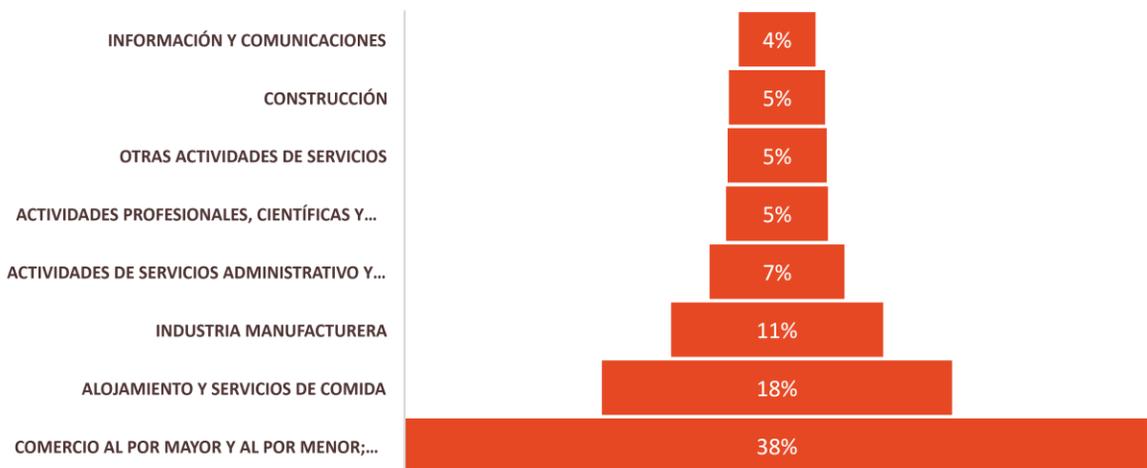
*Nota: en próximo boletín se presentarán los datos absolutos*

# Inventario & Abastecimiento

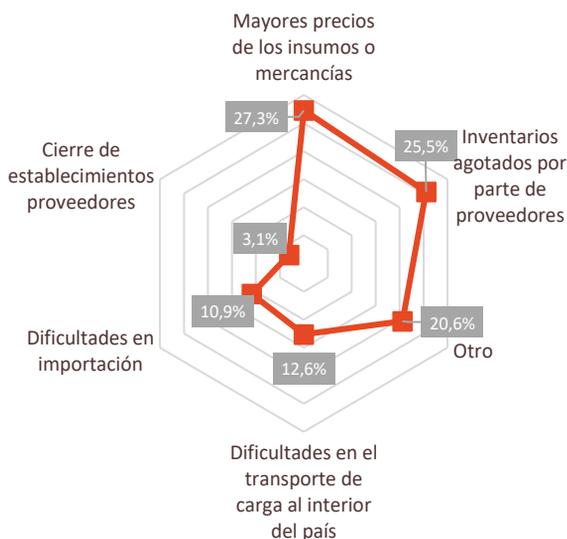
El 50% de las empresas encuestadas manifestaron que los insumos requeridos para su operación provienen del municipio de su ubicación principal y/o municipios aledaños, mientras que el 27% están sujetos a la producción del resto del país, y sólo el 7% de fuera del país.

A pesar de la notable dependencia de primer orden de insumos a nivel local, el 81% de las empresas manifestaron haber tenido problemas con el suministro de mercancías siendo factores como el aumento en los precios y disminución de inventarios de grandes proveedores, los mas mencionados. En este sentido con el supuesto que se detuviese el flujo de mercancías, el 85% prevén que con los inventarios actuales solo podrían atender su demanda durante máximo 2 meses.

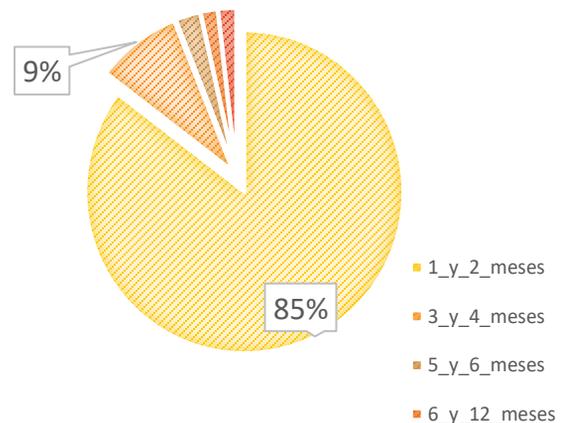
## Problemas de Aprovisionamiento



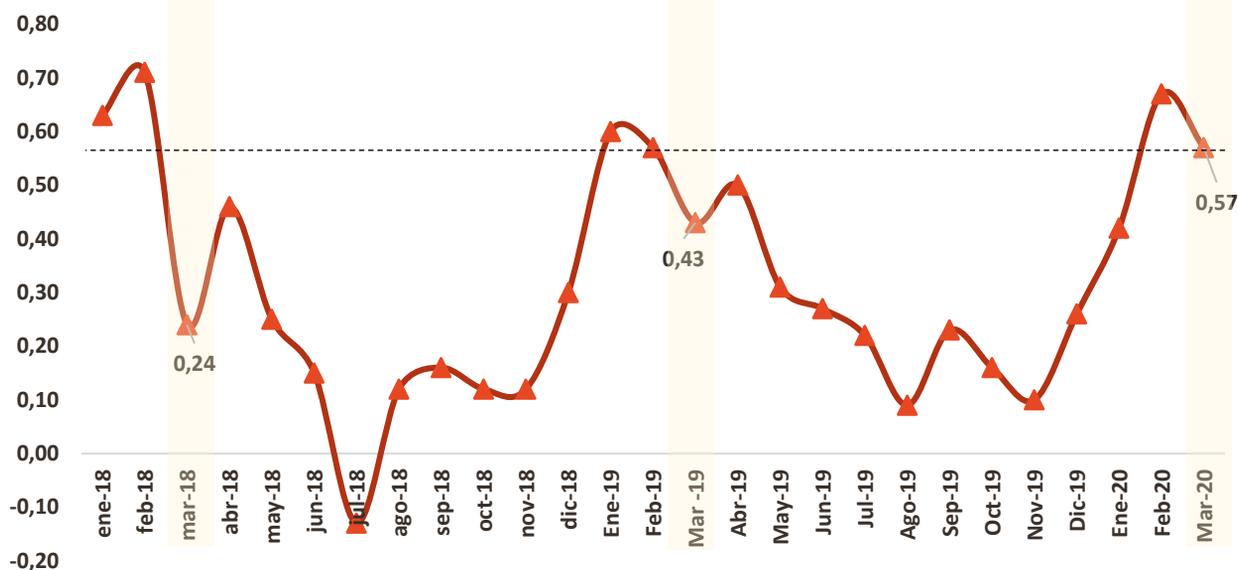
## Problemas de suministro



## Duración de inventarios actuales



# Precios

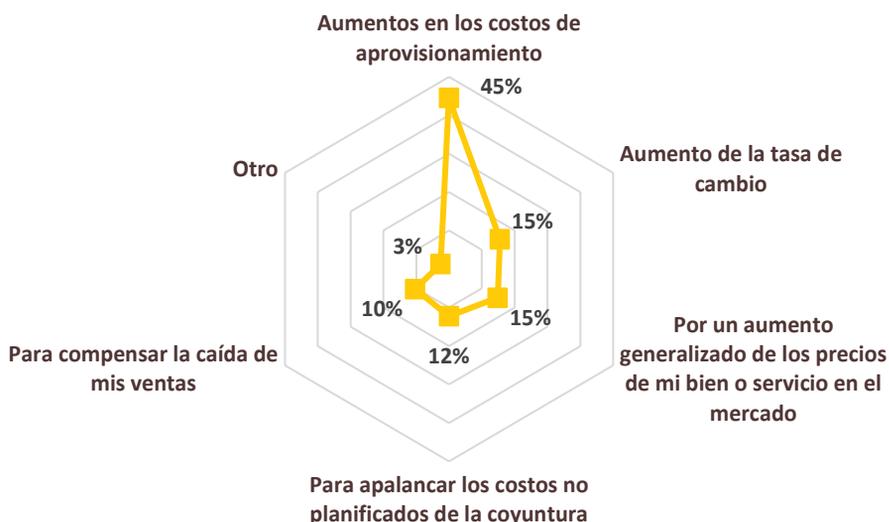


Fuente: Índice de Precios del Consumidor, DANE, Abril 2020

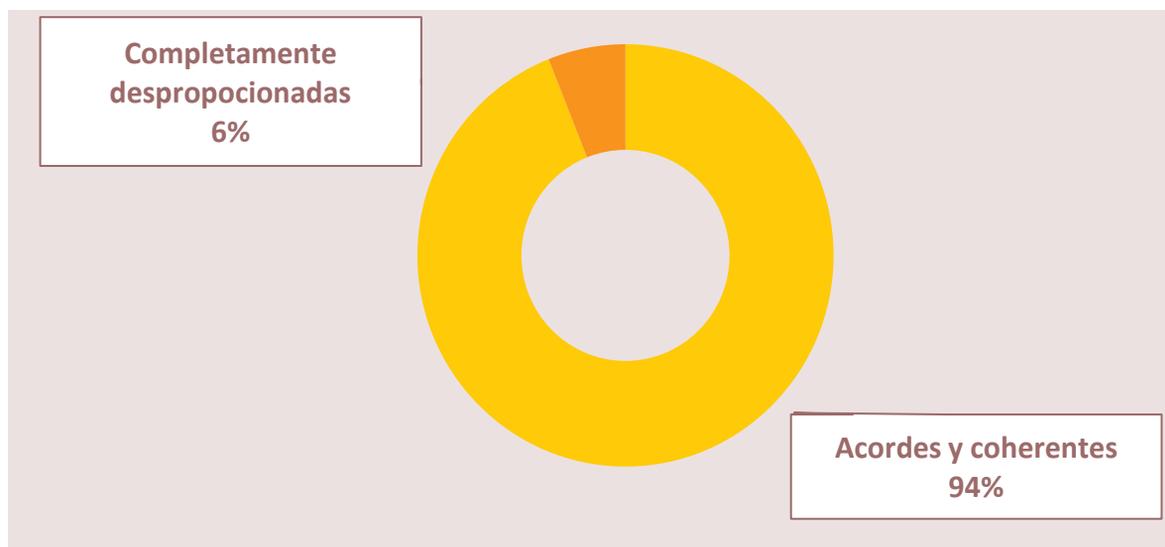
El comportamiento de los precios durante los últimos dos años evidencia que el mes de marzo de 2020 ha sido el más alto frente al mismo período de los años 2018 y 2019 (DANE, 2020). De acuerdo con los resultados del presente estudio, en el departamento del Magdalena este hecho pudo estar relacionado a factores como el aumento en los costos de aprovisionamiento y el incremento de la tasa de cambio.

Por otro lado, se observa que el 15% de las empresas pudieron haber aumentado sus costos por procesos especulativos indirectos.

## Razones por las cuales se han aumentado los precios.



# Medidas Implementadas



## ¿Qué medidas deben ser tomadas para hacer frente a esta situación?



En cuanto a la percepción de las unidades económicas empresariales encuestadas en torno a las medidas aplicadas para mitigar la propagación del COVID-19, el 94% considera que éstas han sido acordes y coherentes mientras que solo el 6% las percibe como desproporcionadas.

El 31,38% de las empresas consideran que las medidas financieras tales como períodos de gracia, cobertura de tasas de cambio, mecanismos alternativos de financiamiento, como por ejemplo también microcréditos a PYMES y créditos especiales, son las que mayor énfasis deben aplicarse para contrarrestar el impacto económico.

# Conclusiones



- La actual coyuntura del COVID-19 ha impactado negativamente la dinámica empresarial del Magdalena, afectando al 96% de las empresas, de las cuales, un 50% se encuentran en cese temporal de actividades, mientras que un 86% solo logrará sobrevivir entre 1 y 2 meses con recursos propios. Son pocas las empresas del sector de comercio de alimentos y bebidas esenciales que reflejan un parte de tranquilidad.
- En cuanto a las ventas 89 de cada 100 empresas experimentaron una baja entre el 5% y el 20% en sus ventas y ocho de cada 100 de las empresas obtuvieron pérdidas entre el 80 % y 100%. Los sectores más afectados se encuentran: el inmobiliario, servicios administrativos de apoyo y las actividades artísticas y de entretenimiento. Es de anotar que, dentro del sector alojamiento y servicios de comidas, los más afectados son hoteles, hostales y similares quienes la mayoría están reportando ingresos disminuidos en un 100%.
- El 24.5% de las empresas se han visto obligadas a reducir su planta de personal, así como a suspender los contratos. Las mayores afectaciones de empleo se han dado en los sectores inmobiliarios, construcción, actividades de consultoría y artísticas, lo que impacta negativamente en la economía de muchas familias del Departamento.
- Pese a que el 94% de la muestra manifiesta que las medidas implementadas hasta la fecha están acorde a las necesidades y requerimientos del momento en que vivimos, su percepción es que es necesario hacer un mayor énfasis en los alivios y beneficios financieros (31,88% de los encuestados), buscando con ello mitigar el impacto económico generado por la problemática.

# Recomendaciones



- Facilitar acceso al crédito a las PYMES, ya que a pesar de las medidas financieras que se están desplegando, los requisitos para obtener los alivios financieros son poco flexibles, lo que está impidiendo que los sectores más afectados no logren acceder a estos beneficios.
- Establecer una plataforma nacional que permita el cruce de la oferta y la demanda de materias primas y mercancías entre las empresas. Esto ayudará a que las empresas logren encontrar alternativas de abastecimiento de algunos insumos que no consiguen fácilmente en el extranjero o que, son muy caros por la tasa de cambio.
- Fomentar la conexión entre la oferta y demanda de servicios de comida.
- Potencializar el uso de bases de datos para que las empresas las utilicen en sus estrategias de mercadeo.
- Implementar el Plan Amigo Empresarial para que asesores de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena brinden acompañamiento virtual a las empresas en el acceso de información relacionado con normas y alivios entre otras.
- Realizar capacitaciones virtuales para desarrollo de nuevos productos comercializables en ambientes digitales.
- Realizar capacitaciones virtuales orientadas a la adaptación de las empresas a la situación actual, enfocada a herramientas de marketing digital y comercio electrónico.
- Realizar capacitaciones virtuales para enseñar especialmente a las empresas industriales a seguir laborando con estrictos controles de sanidad que eviten el Covid-19, tomando como ejemplo las buenas prácticas desarrolladas por países como China y Corea.