

# ¿Cómo va Duitama?

Análisis a partir de la evaluación de los efectos de COVID19 en las empresas registradas en

**Cámara de Comercio de Duitama**

**2020**



“

A partir de los efectos generados por la pandemia COVID19, se realizaron dos estudios, uno a quince días de iniciada la pandemia y otro a 31 de mayo de 2020, a partir de lo cual, se recolectaron las primeras informaciones.

Adicional a lo anterior, entre los meses de Junio y Julio se llevaron a cabo mesas de trabajo focalizadas en sectores empresariales para validar los resultados del estudio, evaluar las conclusiones e identificar acciones a implementar.

A continuación se presentan los resultados más significativos.



”



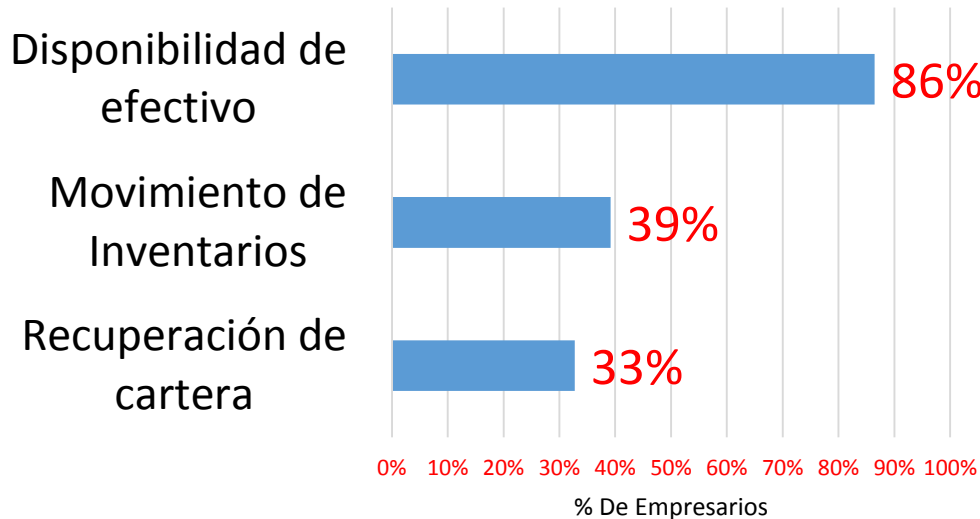
Se presentan los resultados más representativos de los Estudios.

Existen otras variables que se difundirán a profundidad en próximas entregas.

Esta entrega centra resultados de trabajo con empresarios del Municipio de Duitama a quienes agradecemos su colaboración en la recolección de información y por su aporte a la economía del municipio y la región.



## Aspectos de afectación negativa para el negocio



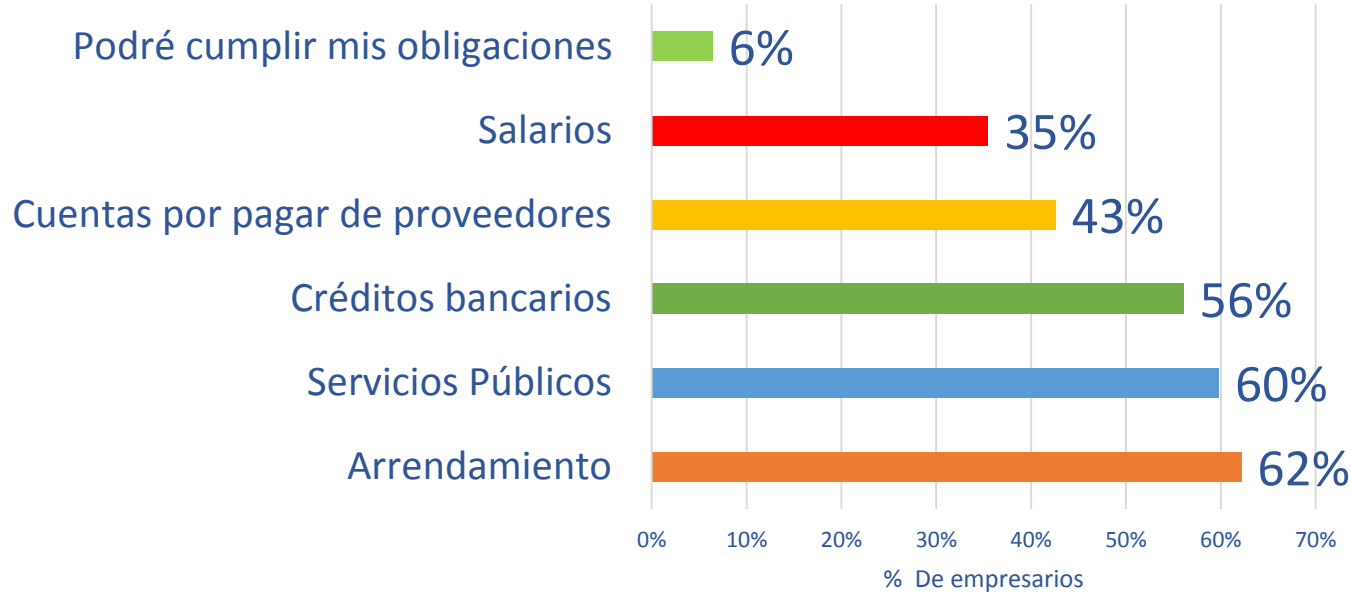
1. La **baja disponibilidad de efectivo** es lo que mas ha sentido por el empresario, resultando su **mayor afectación al 86%** de los mismos.
2. El **movimiento de inventarios** es una afectación directa en el **39%** de empresarios.
3. **Existe una recuperación de cartera que implica que los empresarios daban facilidades de pago a sus clientes, pero hoy están teniendo dificultad en recuperarla.**

**Nota:** Se presenta en cada ítem un porcentaje acumulado, independiente del total de empresarios.





# OBLIGACIONES QUE NO PODRÁ CUMPLIR EL SECTOR EMPRESARIAL EN MES DE MAYO

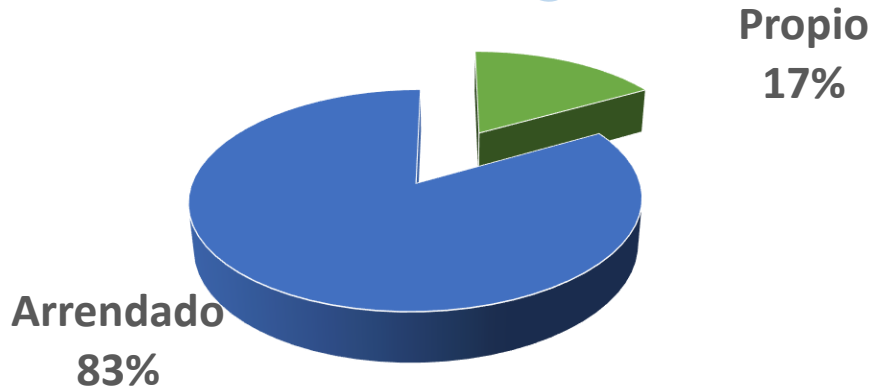


**Aquí se puede observar de manera acumulada las obligaciones que los empresarios consideran no podrán CUMPLIR.**

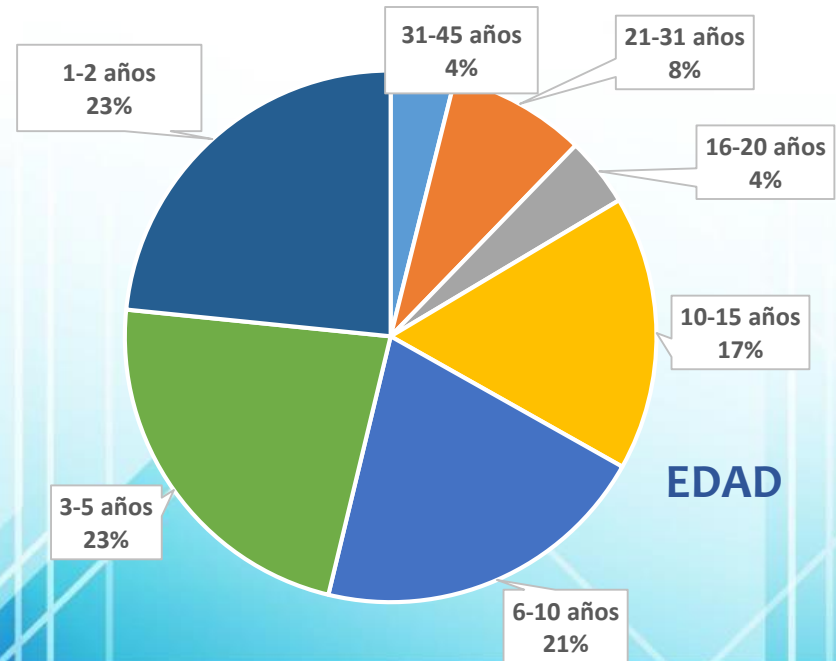
**Nota:** Se presenta en cada ítem un porcentaje acumulado, independiente del total de empresarios.



# Condición de los Locales De los Establecimientos

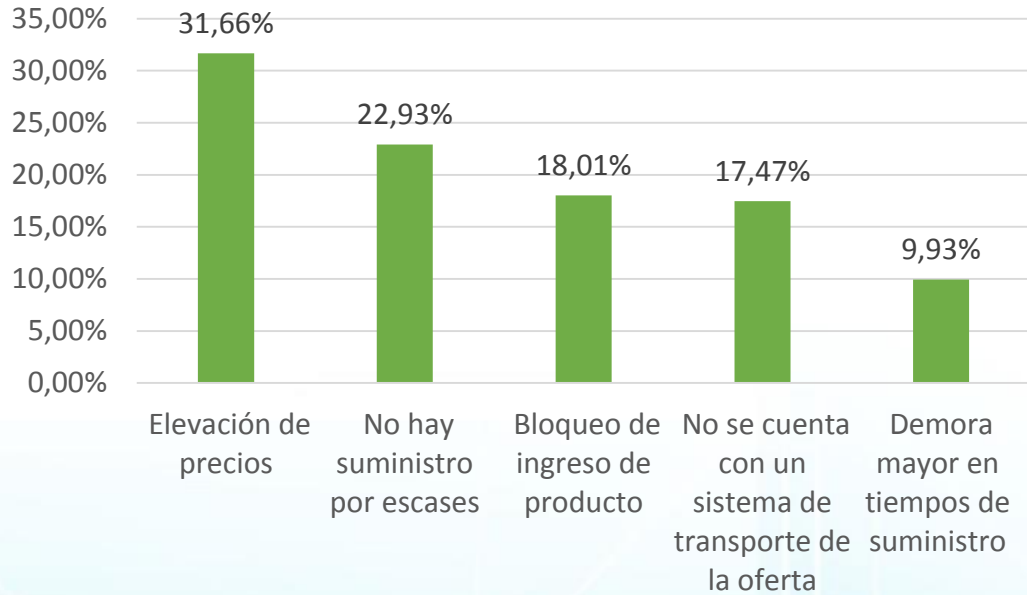


Información principalmente de Comercio por menor- tomada de estudios previos CCD





# ¿Qué dificultades ha tenido para la adquisición de materias primas para la producción corriente?

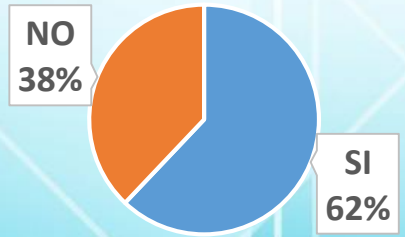


**Análisis a 2 meses de iniciada la cuarentena a 31-May-20**

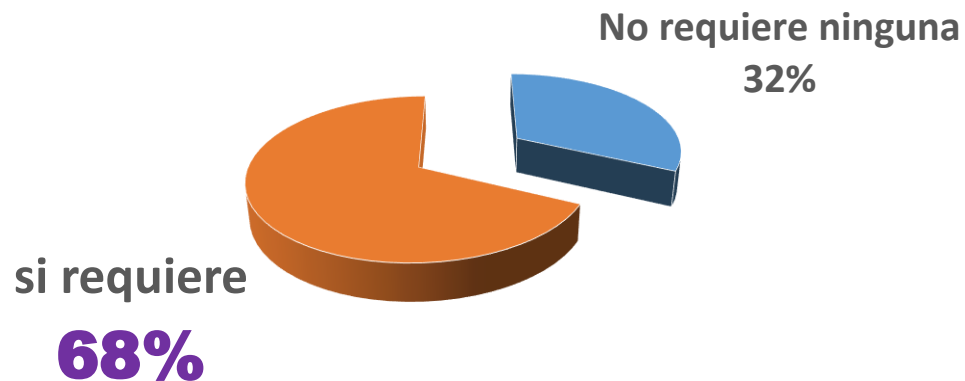
**Las dificultades por las que han atravesado y sigue sucediendo para adquirir los insumos para procesos de las empresas**

Restricciones en el suministro de Insumos, equipos o mercancías

**Análisis a 15 días de iniciada la cuarentena**



Considera que necesita algún tipo de herramienta tecnológica para la nuevas metodologías de comunicación requeridas en medio del aislamiento preventivo



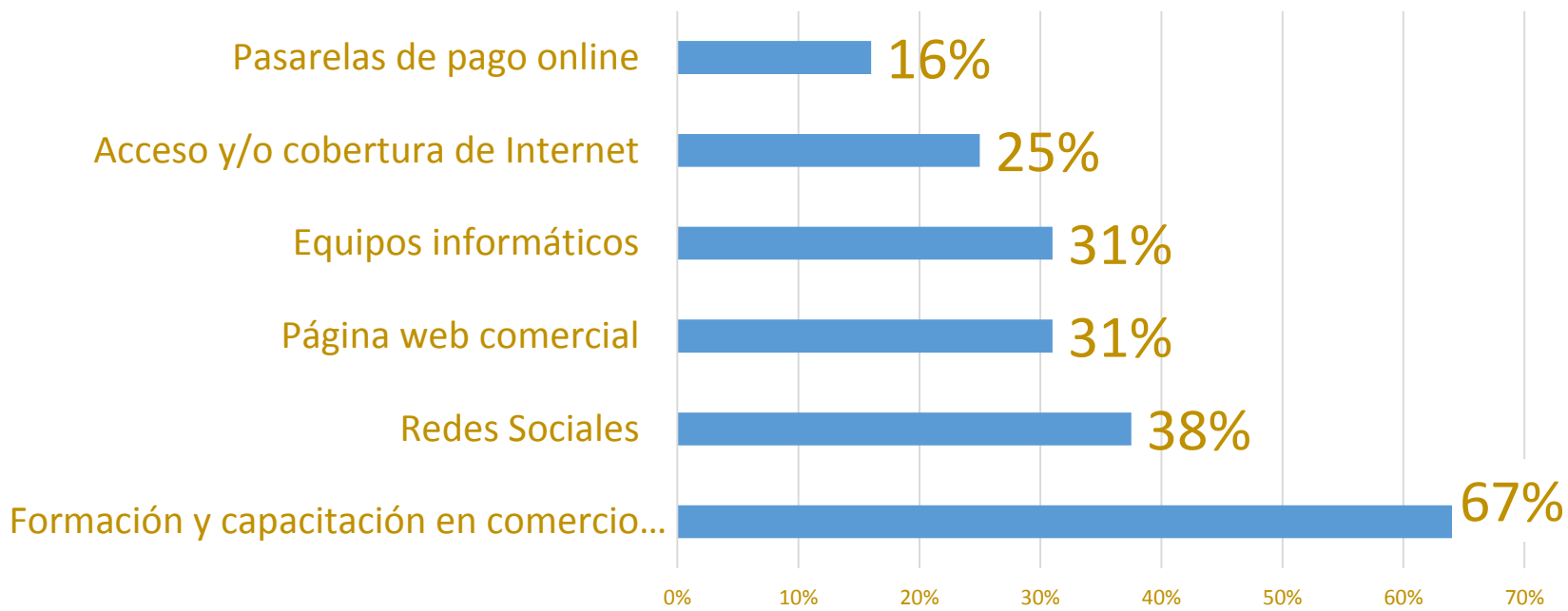
Pensando en las nuevas formas de hacer comercialización y mercadeo se indaga sobre las necesidades que el empresario pueda tener en términos tecnológicos.

El **32%** que responde **NO**, manifiesta que su modelo de negocio no tiene potencialidad con la introducción de tecnología, casos bares, salas de belleza, restaurantes, ya que el empresario no concibe su negocio pensado diferente a como venia funcionando tradicionalmente.





# Necesidades Tecnológicas



**Nota:** Se presenta en cada ítem un porcentaje acumulado, independiente del total de empresarios.



# PRINCIPALES NECESIDADES IDENTIFICADAS

- Efectivo, flujo de caja y capital de trabajo, ya que la mayoría de las empresas, sino estaban endeudadas, no tiene capacidad o no cumplen los requisitos para acceder al sistema financiero.
- Campañas de promoción para incrementar las ventas locales, comprar en la oferta del entorno inmediato, para estimular el desarrollo socioeconómico de la ciudad.
- Generar alguna estrategia para negociar con los arrendatarios: se está teniendo ventas de máximo el 20% en el mejor de los casos, así no es posible pagar arriendos tan costosos. Se requiere una mediación para renegociar los valores de los arriendos; se pudo establecer que el 83,2% de los negocios funcionan en establecimientos arrendados.



# PRINCIPALES NECESIDADES IDENTIFICADAS

- Sistemas y herramientas de logística y venta: sistemas de comercio electrónico, promoción, entrega y distribución, como alternativa para estimular la dinámica comercial en la ciudad.
- Integración de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC, en el sector empresarial y comercial, para la producción, operación, administración de los negocios; y con mayor énfasis en la comercialización y promoción de la oferta.



Para el mes de Junio la entidad asumió el liderazgo en mesas sectorizas con reuniones Virtuales, donde se presentan los resultados de panorama empresarial y se da apertura a una discusión consiente de las alternativas y conclusiones de cada sector intervenido.

A continuación describimos textualmente el sentir de los empresarios de Duitama:





- Se requiere diseñar productos turísticos a partir de las potencialidades del territorio, al aire libre, en bienestar y salud, que se adapten a las nuevas condiciones generadas por el COVID19.



- A nivel municipal se viene apoyando la aplicación de protocolos, capacitación y adopción de diferentes herramientas para la reactivación económica, con la reapertura de la sectorial, pero el empresario debe asumir su compromiso con convicción de aplicación de protocolos para garantizar la bioseguridad tanto de sus trabajadores como de su público objetivo, en beneficio de sus clientes.



- Es indispensable mostrar la región como confiable, para garantizar la reapertura de la sectorial, siendo indispensable la aplicación de todos los protocolos por cada sector y de acuerdo a la normatividad expedida por el gobierno nacional al respecto.





- Es diseñar y desarrollar un plan de promoción unificado del destino limpio, certificado para recibir turistas, dónde se demuestre la adaptación de la oferta a las nuevas condiciones; como estrategia de recuperación de confianza de visitantes y atraer turistas; y que incluya las actividades culturales y de tradición de la región, no dejar pasar las tradiciones de las fechas comerciales; adicional, promover las fechas de lo que viene, así sea virtual, para que los comercios tengan alternativas de ingresos.



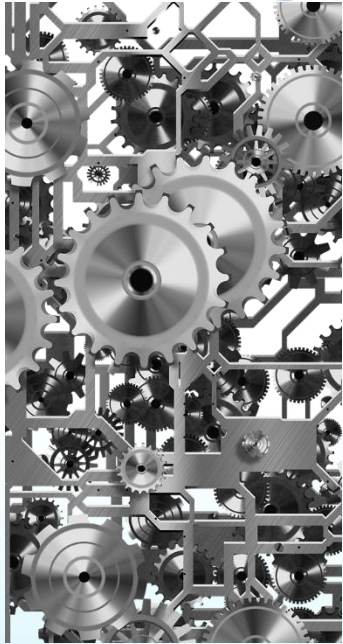
- Es necesario sensibilizar a la comunidad, como receptores para que estén preparados para acoger al visitante; y hacer parte de la cadena de turismo.





- La recuperación depende de la iniciativa empresarial, se cuenta con oferta de infraestructura, se tienen las posibilidades de interactuar con otras empresas, de abrir nuevos mercados, de crear nuevos servicios; se requiere buscar alianza y asociación con otras empresas, sumar las capacidades instaladas, para que no queden subutilizadas; desarrollando oferta con destino a los mercados y clientes locales y regionales.
- Aplicar procesos de innovación para lograr integración y desarrollo de nuevas sinergias entre las empresas; a partir de ejercicios de Vigilancia Tecnológica de lo que se hace en otras regiones.
- Aprovechar la capacidad regional sectorial, sumando mano de obra, conocimiento, maquinaria y equipo; reinventarse como colectivo, como sociedad productiva, no de manera individual.





- Los resultados de las mesas y las propuestas de los empresarios, se debe poner en conocimiento de la administración municipal.
- La economía se soporta sobre la construcción, sin embargo, la baja capacidad económica derivada de la afectación de la pandemia, lo que deja ver un futuro difícil, con la devolución de obras para recuperar capitales aportados para la compra de éstos.
- La Cámara debe hacer su mayor esfuerzo para evitar el cierre de las empresas, seguir con su rol de motivador, de jalonador, que puede apoyar con asesorías, acompañamiento, con jornadas de co-creación; desarrollar asesorías virtuales, para identificar los cuellos de botella y definir el camino a seguir; identificar retos y proponer un plan de acción, a veces es más motivación y asesoría para que el empresario encuentre su nuevo modelo de desarrollo.







- Más que recursos, es necesario apoyo y acompañamiento en innovación, para despertar habilidades y nuevas alternativas de hacer negocios.
- La Cámara hace una buena gestión de liderazgo, la idea es que se mantenga ésta posición para el desarrollo empresarial de los negocios.
- Establecer acciones de integración horizontal y comercial
- Buscar alternativas de mercadeo en otros departamentos, para hacer intercambio de bienes y servicios a nivel regional y nacional.





- Desde la sectorial, se tuvo que suspender contratos como efecto de la afectación; ya que no se ha podido salir a prestar el servicio, pues existe la restricción del 35% de la capacidad de uso, lo que no permite la sostenibilidad del servicio.



- Hay temor en el público en general, del contagio por el uso del servicio de transporte. Se requiere adecuar los vehículos con altos costos e inversiones para generar estrategias de autocuidado y permitir se haga un uso eficiente que beneficie a las partes. Se requiere promoción del uso del servicio de transporte, desarrollando estrategias del día sin carro, para hacer demostraciones de la adaptación de los vehículos, la aplicación de los protocolos y medidas de prevención en la utilización del servicio.



# TRANSPORTE



- Llamar a la solidaridad, gestionando con los proveedores la disminución de precios, para poder operar con el 35% de la capacidad que autoriza el gobierno, así recuperar parte de los empleos que suspendieron al inicio de la pandemia, y contribuir en la generación y/o sostenibilidad del empleo a nivel regional.
- Los costos fijos se mantienen y no se pueden cumplir con la capacidad de operación autorizada; adicional se han incrementado los costos de operación, por la implementación de protocolos, y la demanda del servicio es del 30%.
- Es importante reactivar y articular el servicio intermunicipal, para reactivar el sector entre Duitama-Paipa.
- Sino se reactiva el transporte, no se reactiva el comercio, por eso es tan importante, la prestación del servicio.





- Las empresas de transporte Especial de pasajeros (Turismo, Escolar, Empresarial, Expresos) están totalmente afectadas de mayor manera pues no ha habido ni se ve activación pronta de la actividad; hay que diseñar una estrategia de operación para el corto plazo.



- Crecimiento de la informalidad del servicio de transporte. Se requiere notificar a las Secretaría de tránsito para que ejerzan un mayor control, y se abra de manera mas organizada el servicio de transporte formal, con el debido cumplimiento de los protocolos de bioseguridad; así además se estimule la prestación del servicio formal con el sector empresarial.





- Se requiere desarrollar estrategias de trabajo en equipo, es la mejor experiencia que nos deja la pandemia, para sacar adelante la región. Desarrollar habilidades blandas, por grupos de trabajo.

- La pandemia, ha obligado a generar sistemas de venta en línea y servicios de logística, distribución y entrega a domicilio, por lo que se requiere el apoyo en la generación de emprendimientos focalizados en:

- ✓ Logística, tipo *rapi*;
- ✓ Tecnologías de la Información y las comunicaciones - TIC,
- ✓ Marketing digital
- ✓ Redes sociales en beneficio del comercio local.

- Además, promover emprendimientos para la generación de alimentos, con valor agregado; nos podemos posicionar como productores de alimentos para el mundo.





Es indispensable la formalización de los negocios locales, especialmente con la aplicación de sistemas contables y financieros, que incluyan facturación, libros y demás. Se requiere contar con Empresas organizadas con cifras y datos reales, para toma decisiones y salir a adelante como región.



- Estimular la formalidad empresarial, para esto, es prioritario desarrollar programas para fortalecer las ventas del comercio formal, ya que se están incrementando los vendedores ambulantes, y éstos han tomado ventajas; adicional, muchos comerciantes se han vuelto vendedores ambulantes.

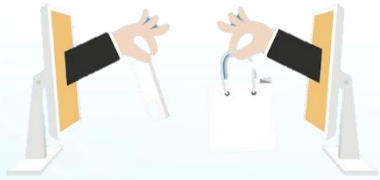


Es muy importante generar espacios de diálogo, de comunicación y de saberes; para articular las experiencias y acciones desarrolladas entre los empresarios, como acción de superación de dificultades, además se aporta en la generación de confianza entre las empresas.





- Para mantener los negocios, es indispensable integrar tecnología, herramientas TIC e informáticas, con los empresarios y personas mayores, haciéndolas parte de la actividad empresarial.



- Integrar la sanidad y salubridad son indispensables; sino cumplimos, la pandemia se puede mantener y ampliar por mayor tiempo. Los protocolos deben ser una experiencia de operación de los negocios; es una responsabilidad con nuestras familias, clientes y funcionarios.





## Es urgente desarrollar acciones para la integración TIC: COMERCIO MENOR

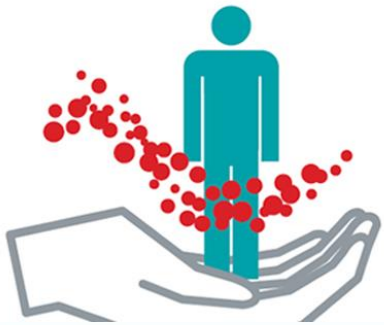


- Una campaña de capacitación en uso de herramientas tecnológicas.
- Acciones dirigidas a fortalecer el apoyo de los jóvenes como el mejor aliado en casa y en los negocios, ya que ellos son los llamados para reactivar los negocios, a través de las TIC.
- Promover mayor integración de la banca; no tenemos dinero plástico, ni se uso unas herramientas para el mismo; hay que adaptarse al dinero plástico, y al uso de tarjetas.
- Se prevé el cierre masivo de tiendas físicas y pasar a tiendas virtuales; por lo que se debe promover las ventas y generación de clientes por internet.
- Promover el uso y aprovechamiento de redes sociales.
- Diseñar y desarrollar un plan de capacitación para venta en plataformas de comercio electrónico, como mercado libre,
- En el comercio local, las ventas físicas bajaron en un 97%; pero se han logrado ventas por internet en un 50%; indispensable fortalecer las ventas por internet del comercio menor.





- Es un sector altamente afectado, pues al ser un servicio personal y de contacto personal tan directo ha sido de los últimos en generar excepciones para autorizar su funcionamiento. Se cumplen 3 meses sin funcionar en un 90%.



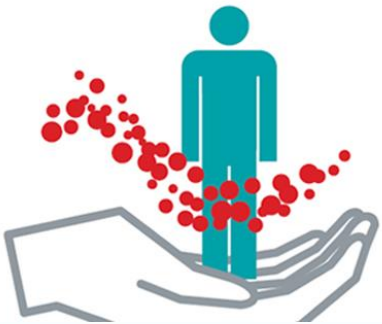
- El sector al ser fuente de autoempleo principalmente, carece en la mayoría de la veces de personal adicional y en los casos que existía, fue retirado al tener que cerrar los establecimientos iniciada la cuarentena.



- Se evidencia que el sector depende del ingreso diario, se presentan varios casos del pago por comisión, contratos verbales e informalidad ocasionando competencia desleal y despido masivo de colaboradores.

- Se evidencia un alto grado de informalidad ocasionando competencia desleal y un riesgo para la propagación del covid19 y menor control de los organismos para la aplicación de protocolos de bioseguridad.





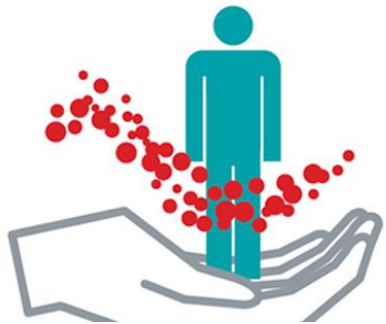
- Los establecimientos tienen poco espacio, donde trabajaban 3 o 4 personas, ahora según la normatividad ahora solo se podrá atender a una persona, con lo que no permitiría en el día, lograr reunir el básico para cubrir los costos de transporte, servicios, arrendamiento, e insumos que se utilizan en el servicio.

- Existe alto desconocimiento en la aplicación de los protocolos de bioseguridad y que vayan de acuerdo con las necesidades de cada establecimiento comercial.



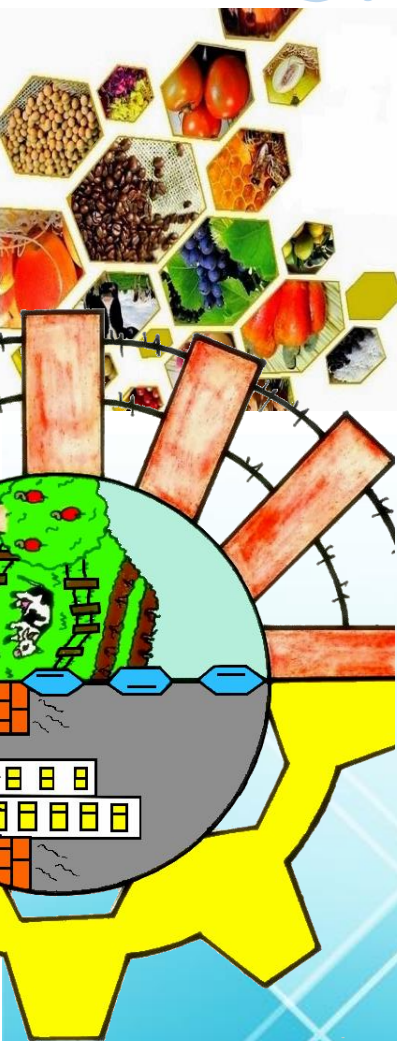
- Se requiere integrar herramientas tecnológicas, con educación sobre manejo de redes sociales: Uso de herramientas para mejorar circunstancias, y aprovechar las oportunidades que se abre, mediante: alfabetización digital y aplicativos para poder operarlas.





- Crear más espacios comerciales a través de: ferias virtuales, mayor conexión con la Alcaldía de Duitama, para que sea efectiva la promoción.
- Mejorar el acceso (pico y cédula) a cada establecimiento, de acuerdo al área de trabajo que se tiene en cada establecimiento.
- Las empresas se pueden adaptar a los horarios con citas, pero si se amplía el # de dígitos de pico y cédula, para q sea el empresario el que administra por agendamiento de su disponibilidad.
- Promover el horario 24/7.





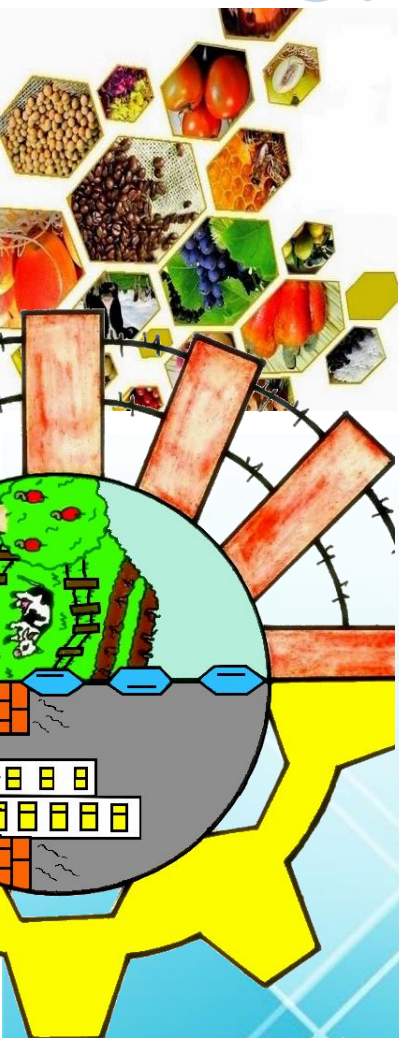
- La industria relacionada con los alimentos tiene una afectación en su producción y ventas, que van desde el 10% hasta el 40% de su capacidad de producción y ventas.
- A pesar de estar amparada en el primer decreto de excepciones, han tenido afectaciones que han repercutido en eliminación de puestos de trabajo, mayores costos para la distribución y ventas.
- Se evidenció que las posibilidades de operación son bajas dadas las condiciones del medio de transporte de insumos, lo que ocasiona incrementos en fletes evitando facilitar alianzas estratégicas para la fijación precios y pagos a proveedores.





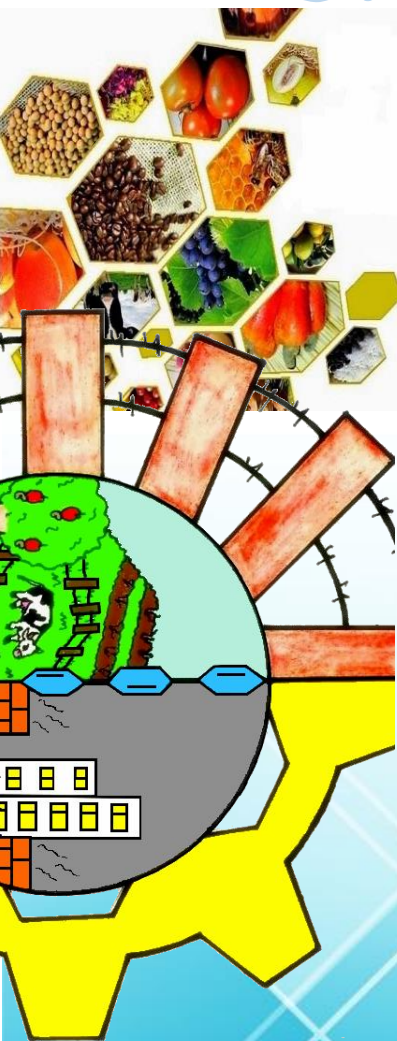
- Las restricciones de movilidad han concentrado los momentos de venta a las horas establecidas por el pico y cedula de la ciudad, así como por los toques de queda generados en los municipios como medidas de control de contagio. Se debe analizar para mejorar el acceso de compradores a los establecimientos.
- Al eliminar temporadas altas de consumo como Semana Santa, fechas como día de madre y festividades, sus proyecciones y flujos de caja se vieron seriamente afectados, pues claramente el consumo no fue el de años pasados.
- El sector agroindustria requiere insumos que provienen principalmente de Bogotá, Medellín y en algunos casos son importados, como empaques y aditivos para proceso.





- Se requiere mayor ayuda y acompañamiento para la aplicación de los protocolos y mayor número de servidores de la Alcaldía para mejorar los tiempos de recepción y aprobación, más ágilmente; especialmente para las empresas o comercios pequeños.
- Hacer una alianza con el programa de Territorio de sabores de la Gobernación de Boyacá, o generar una página de ofertar y vender. Crear espacios para la comercialización compartida, para que sea accesible por parte de los empresarios.
- Alianzas con grandes superficies y facilidades de acceso a la comercialización de productos locales, como estrategia de auto sostenibilidad y autoabastecimiento.
- Campaña masiva de fomento al consumo regional, con los productos de la región, por diferentes medios.





- Promoción a la oferta de alimentos locales, a través de ruedas de negocio, ferias y sistemas de promoción virtual, para llegar a otros mercados. Darse a conocer más en el mercado de Boyacá.
- El empresario debe buscar la manera de llegar al cliente, crear sistemas de distribución compartida.
- Hacer ferias recurrentes, para ofertar los productos, para llegar a más personas; buscar un espacio para promocionar la oferta



Para Concluir el análisis de comportamiento empresarial en Duitama, entregamos cifras de:

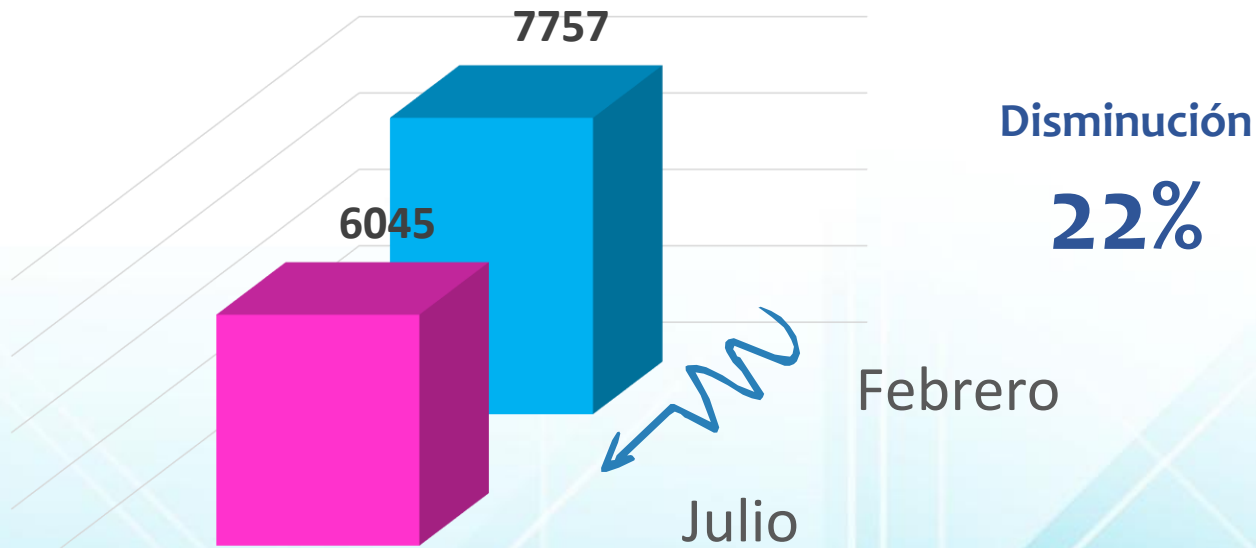
## Registro Mercantil

que pueden dar análisis a los efectos que ha tenido la pandemia COVID19 en Duitama.

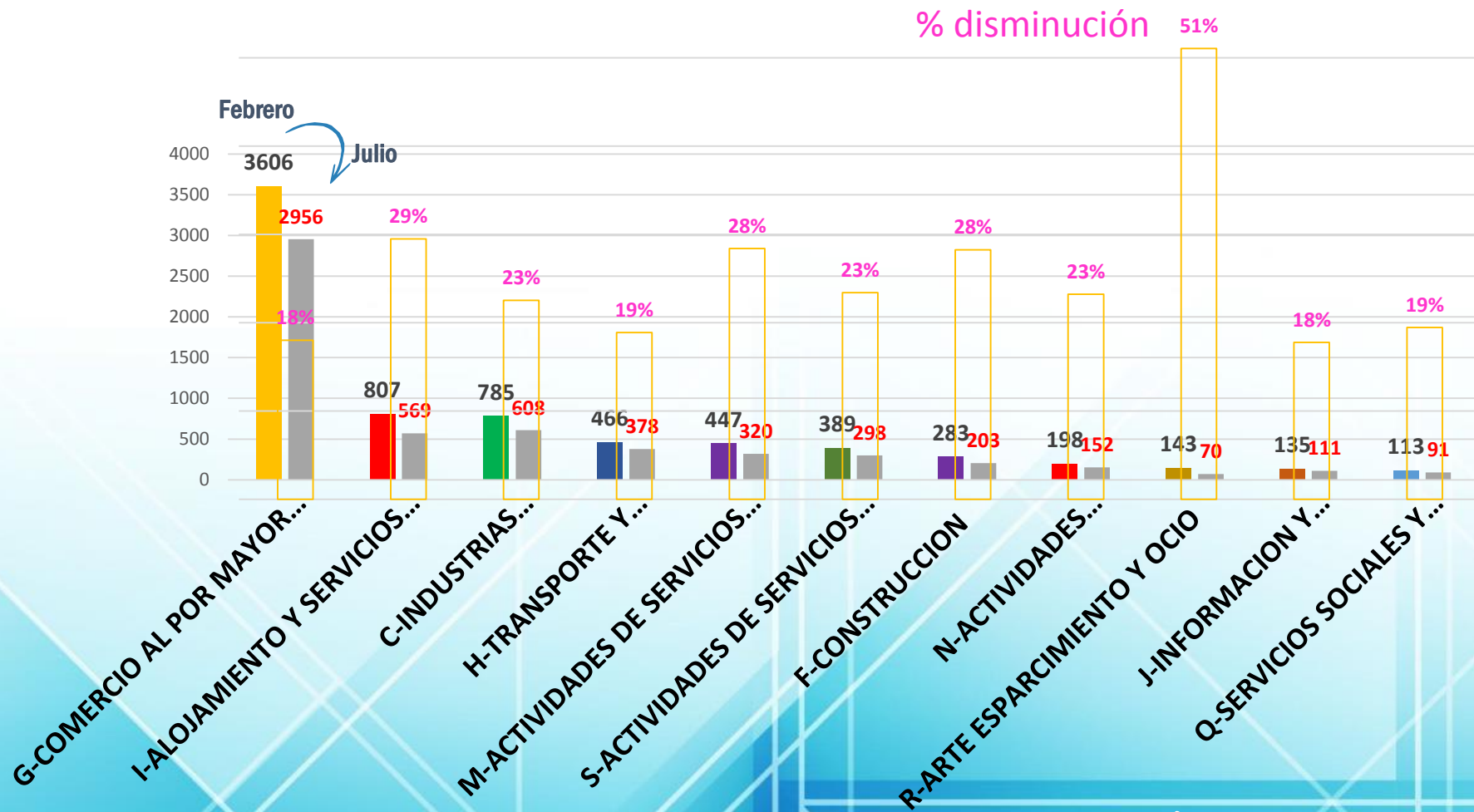




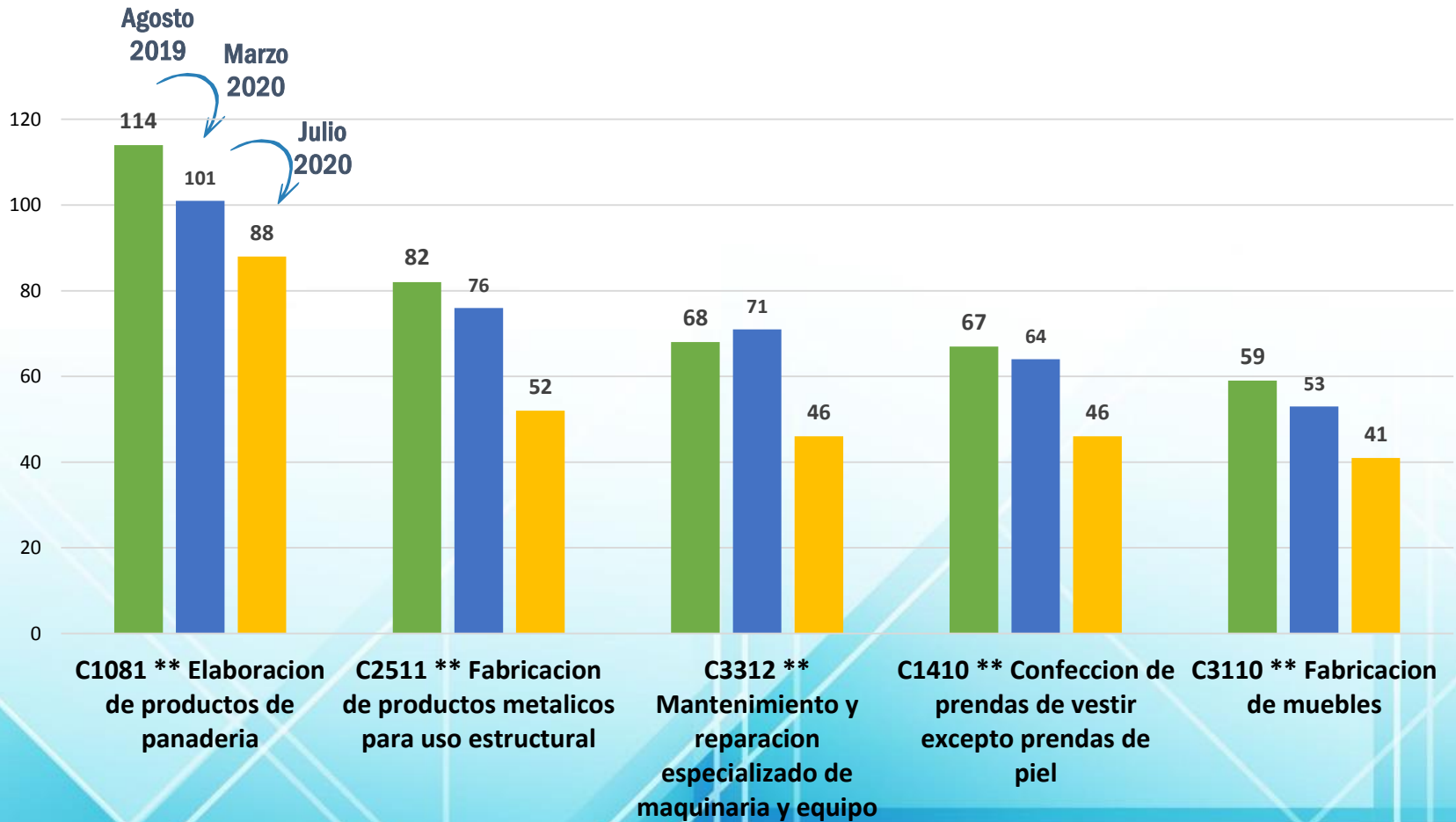
# Análisis a Comportamiento Registral en Duitama COVID19 – corte al 30-Junio-2020 Evolución empresas activas Duitama



# Análisis a Comportamiento Registral en Duitama COVID19 – corte al 30-Junio-2020

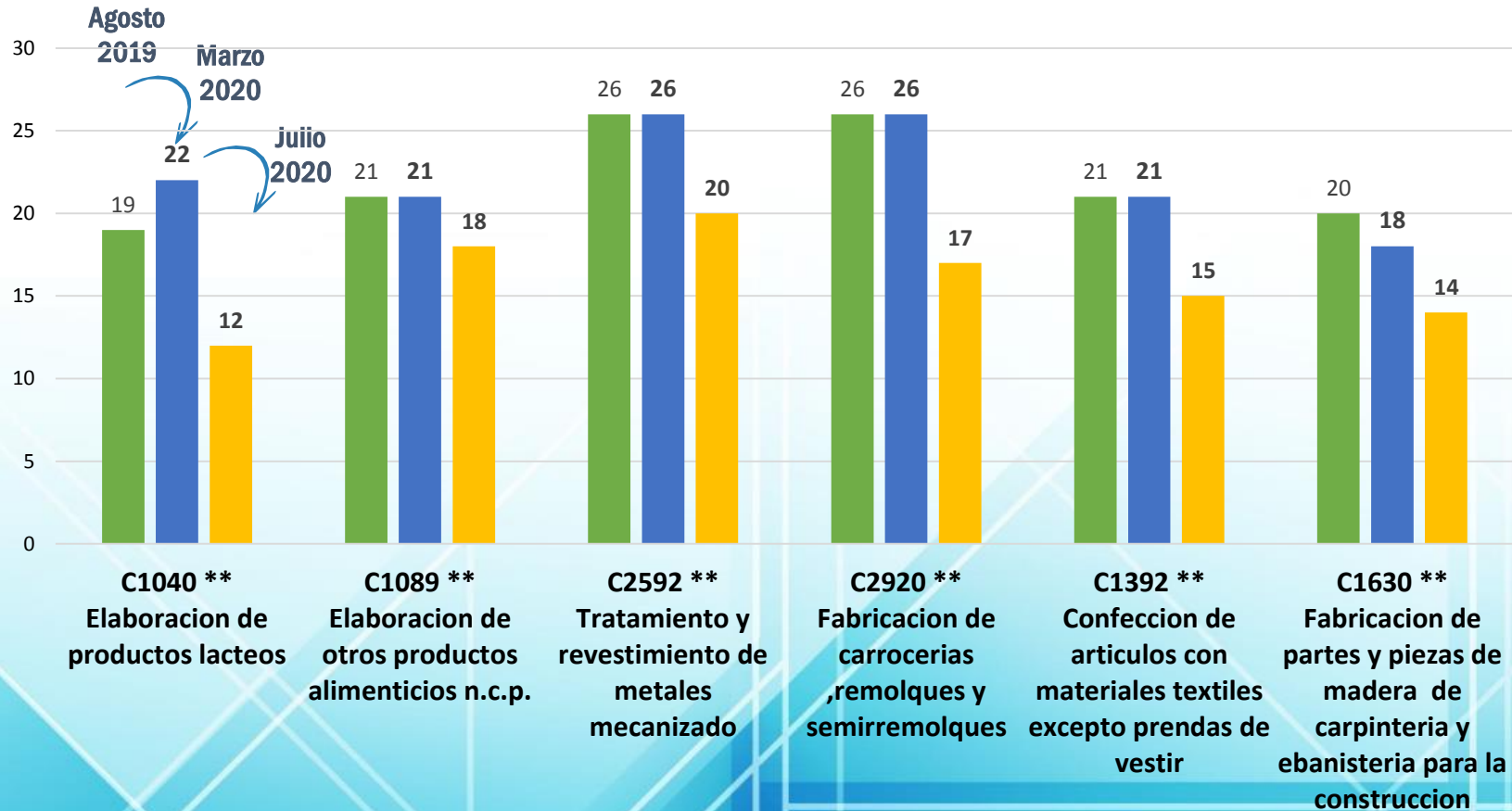


# Análisis a Comportamiento Registral en Duitama COVID19 – corte al 30-Junio-2020 - Manufactura

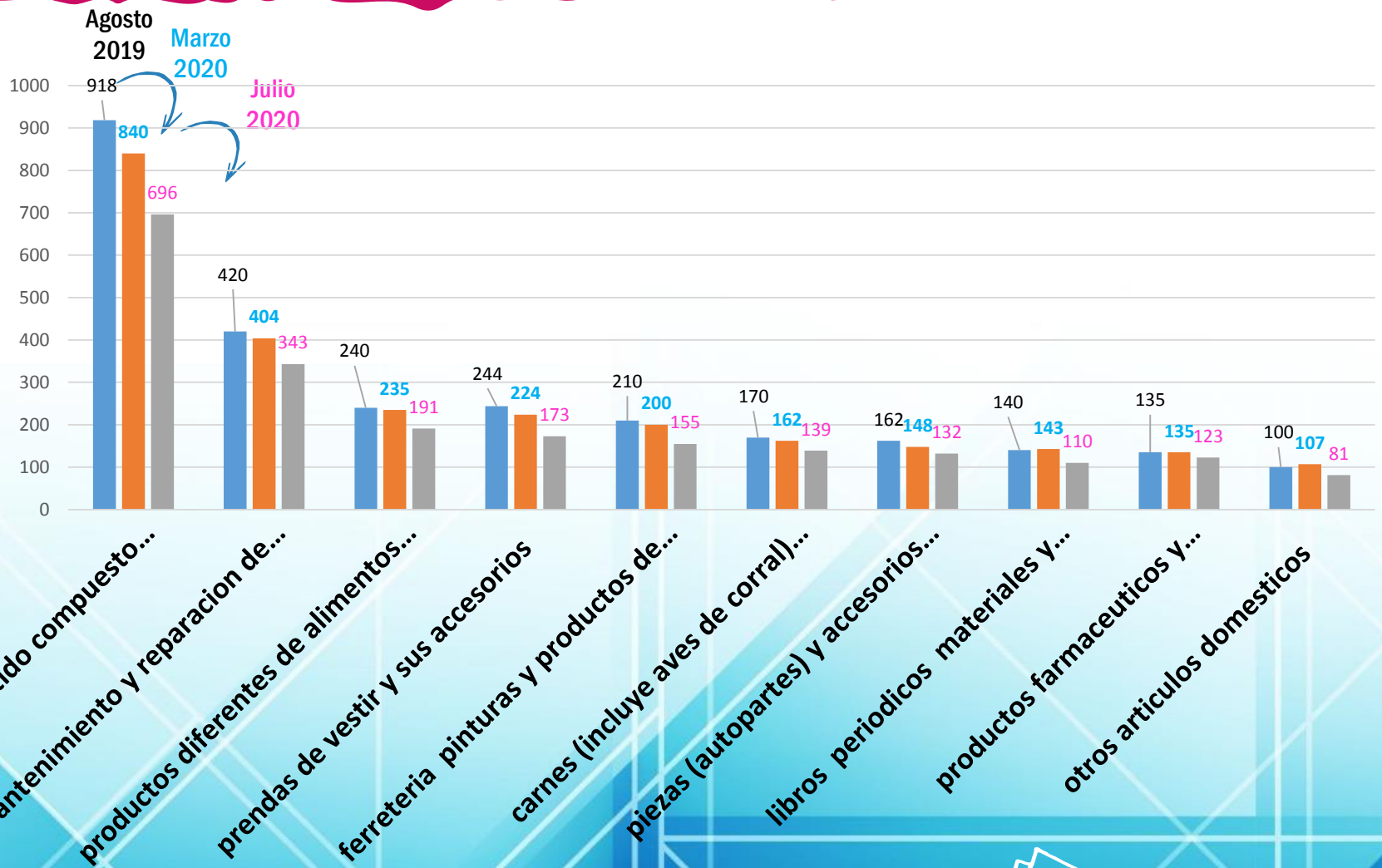


# Análisis a Comportamiento Registral en Duitama

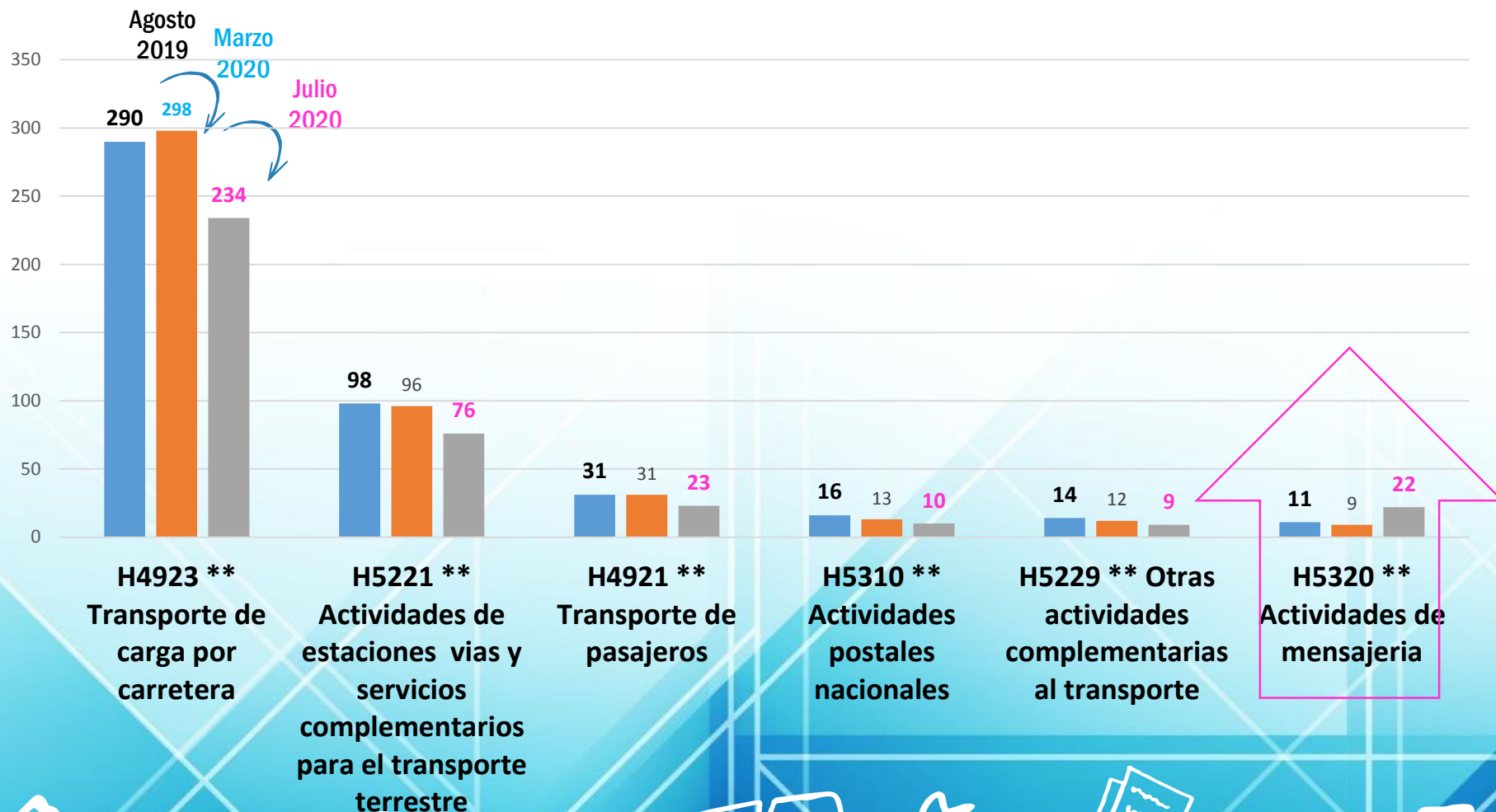
## COVID19 – corte al 30-Junio-2020 - Manufactura



# Análisis a Comportamiento Registral en Duitama COVID19 – corte al 30-Junio-2020 – Com. Menor



# Análisis a Comportamiento Registral en Duitama COVID19 – corte al 30-Junio-2020 – Transporte



Equipo de Trabajo:

CARLOS JAVIER MOLANO CORREDOR  
Presidente Ejecutivo

SANDRA LILIANA CELY ANDRADE  
Directora Área de Competitividad

EDNA ROCIO RAMÍREZ BECERRA  
Profesional de Competitividad

Observatorio Socio-Económico  
Julio, 2020



[observatorioeconomico@ccduitama.org.co](mailto:observatorioeconomico@ccduitama.org.co)



[@CamaraDeComercioDeDuitama](https://www.facebook.com/CamaraDeComercioDeDuitama)

