

# La Gran Encuesta *Pyme*

## LECTURA NACIONAL

INFORME DE RESULTADOS  
1er. semestre 2016



**ANIF** Centro de Estudios Económicos  
Asociación Nacional de Instituciones Financieras

ISSN 1909-4175

**BANCOLDEX**  
PROMUEVE EL DESARROLLO EMPRESARIAL



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Departamento Federal de Economía,  
Formación e Investigación DEFI  
Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO

Firma Encuestadora:  **CIFRAS & CONCEPTOS**  
*Información Inteligente.*

# La Gran Encuesta *Pyme*

## LECTURA NACIONAL



**INFORME DE RESULTADOS**  
**1er. semestre 2016**

# Contenido

|  |    |
|--|----|
| Presentación                                 | 3  |
| Distribución de la muestra total             | 4  |
| Distribución de la muestra a nivel sectorial | 5  |
| Situación actual                             | 6  |
| Perspectivas                                 | 19 |
| Financiamiento                               | 25 |
| Acciones de mejoramiento                     | 33 |
| Mercado laboral                              | 34 |
| Comercio exterior                            | 35 |
| Indicador Pyme Anif - IPA                    | 38 |
| Ficha Técnica Nacional                       | 39 |

# Presentación

La Asociación Nacional de Instituciones Financieras – Anif, Bancóldex, el Banco de la República, y el Banco Interamericano de Desarrollo – BID (con el apoyo de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de la Confederación Suiza), tienen el gusto de presentar los resultados de la Gran Encuesta Pyme correspondientes al primer semestre de 2016.

Con esta medición, la Encuesta completa 21 lecturas semestrales, a nivel nacional, en sus cuatro módulos temáticos: Situación actual, Perspectivas, Financiamiento y Acciones de mejoramiento. Asimismo, se incluyen, por novena ocasión, los resultados de la diferenciación por tamaño de empresas: pequeña y mediana.

La Encuesta fue realizada en los meses de marzo a mayo de 2016 por Cifras & Conceptos, firma encuestadora encargada del trabajo de campo de la Gran Encuesta Pyme desde 2014. En la última lectura se entrevistó a 1.795 empresarios Pyme de los macrosectores de industria, comercio y servicios, los cuales a su vez pertenecen a los 21 subsectores económicos con mayor participación de pequeñas y medianas empresas.

Los resultados de la lectura del primer semestre de 2016 de la Gran Encuesta Pyme reflejaron un deterioro en la percepción de los empresarios Pyme acerca de la evolución de sus negocios y la demanda en el segundo semestre de 2015, principalmente en el sector de comercio y de servicios. En contraste, en el sector industrial las Pymes experimentaron una dinámica más favorable a nivel de ventas. Por tamaño, aunque las empresas medianas reportaron una tendencia más optimista que sus pares pequeñas, ambas experimentaron un descenso en sus principales indicadores.

Cabe señalar que estos resultados van en línea con el menor ritmo de crecimiento económico del país, el cual se ubicó en un 3.1% anual durante el año 2015, frente al 4.4% observado en el año de 2014.

Con la desaceleración, los empresarios redujeron su optimismo en sus expectativas de corto plazo, acompañados de altos niveles de incertidumbre. De hecho, un 15% de los empresarios en el sector industrial, un 23% en comercio y un 15% en servicios no tenían certeza sobre qué pasaría con su situación económica en el primer semestre de 2016. Asimismo, hubo un incremento en las perspectivas negativas para los tres macrosectores analizados.

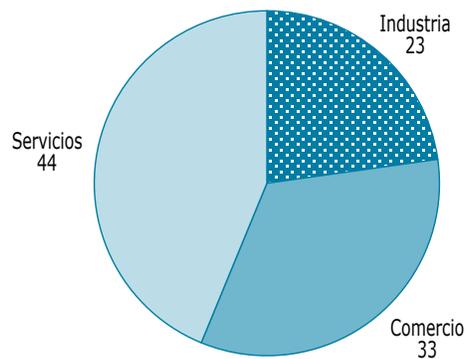
Por otra parte, el Indicador Pyme Anif (IPA), que mide el clima de los negocios en el segmento Pyme, disminuyó en 4 puntos con respecto a lo observado en la lectura del segundo semestre de 2015. De este modo, el indicador alcanzó un valor de 62 y se ubicó en el plano denominado como bueno, continuando con la tendencia negativa observada durante el año anterior. Esta caída se presentó tanto en el IPA de las pequeñas empresas (-5 puntos) como en el de las medianas (-5 puntos), que se ubicaron en 60 y 64, respectivamente. Por último, dado que esta es una encuesta de opinión, no de actividad productiva efectiva de las Pymes, la interpretación de sus resultados exige el mayor cuidado.

Anif reitera su agradecimiento a los patrocinadores de la Gran Encuesta Pyme, quienes a través de su apoyo técnico y económico han permitido su consolidación como una de las principales fuentes de información estadísticamente significativa sobre el importante segmento de las pequeñas y medianas empresas en Colombia.

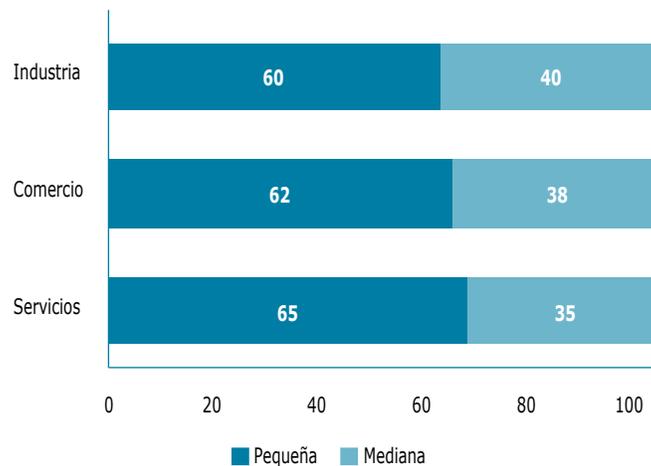
# Análisis de resultados a

## Distribución de la muestra (%)

### Total



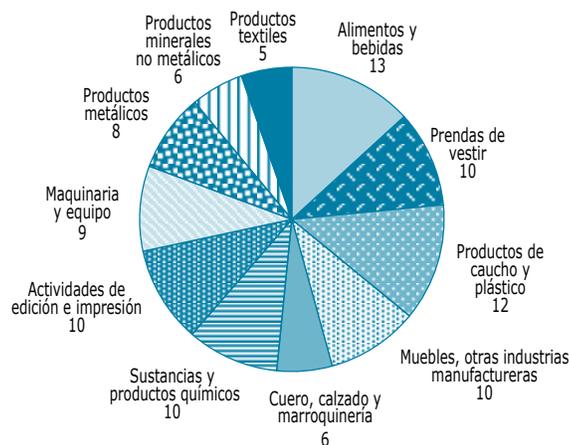
### Por tamaño



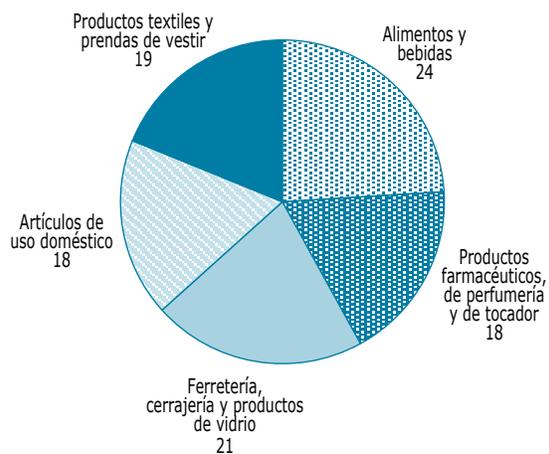
# nivel nacional

## Distribución de la muestra a nivel sectorial (%)

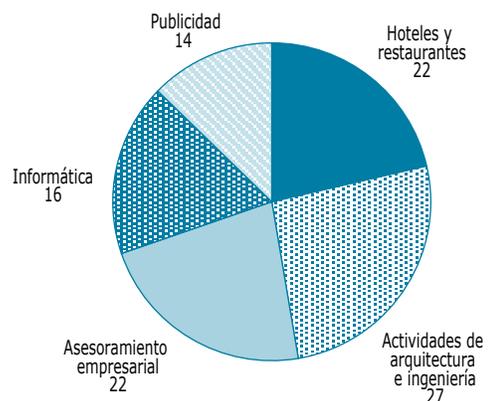
### Industria



### Comercio



### Servicios



# Situación actual

## Segundo semestre de 2015

### • Sector industria

La situación económica general de las Pymes industriales en el segundo semestre de 2015 presentó un comportamiento similar al observado en el segundo semestre de 2014. El porcentaje de Pymes industriales que reportaron una mejoría en su situación económica general durante el segundo semestre de 2015 fue del 42%, semejante al observado un año atrás (41%). Al mismo tiempo, la proporción de empresarios industriales insatisfechos con su desempeño en el segundo semestre de 2015 alcanzó un 18%, superando en tan solo 1 punto porcentual a la cifra de 2014-II (ver gráfico 1).

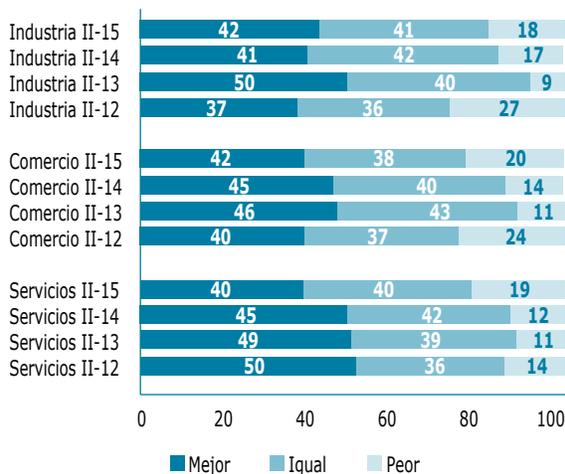
En particular, un 18% de las empresas industriales pequeñas reportó que su situación económica general en el segundo semestre de 2015 fue peor con respecto a la del primer semestre. Un año atrás dicha cifra también se ubicó en un 18%. De manera similar, un 16% de las empresas medianas afirmó que su situación se deterioró frente al 14% reportado para 2014-II (ver gráfico 3).

En consecuencia, el balance de respuestas (diferencia entre las respuestas positivas y las negativas) correspondiente a la pregunta sobre la situación económica general de las Pymes industriales se mantuvo en 24 puntos entre 2014-II y 2015-II, ubicándose por debajo de su promedio histórico (30), ver gráfico 2.

Al interior de la industria, las opiniones de los empresarios con respecto a su situación actual se mantuvieron en el plano positivo. Se destacan por presentar una percepción más favorable, muy por encima del promedio del sector, los subsectores de: productos textiles (balance de respuestas de 40); muebles (32), y productos de caucho y de plástico (27). Por su parte, las ramas que se caracterizaron por presentar percepciones menos favorables fueron: cuero, calzado y marroquinería (0); productos minerales no metálicos (12), y maquinaria y equipo (21).

Con respecto a la evolución de las ventas, las opiniones de los empresarios del sector industrial

**Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2015 con respecto al primer semestre de 2015? (%)**



**Gráfico 2. Situación económica general (Balance de respuestas)**

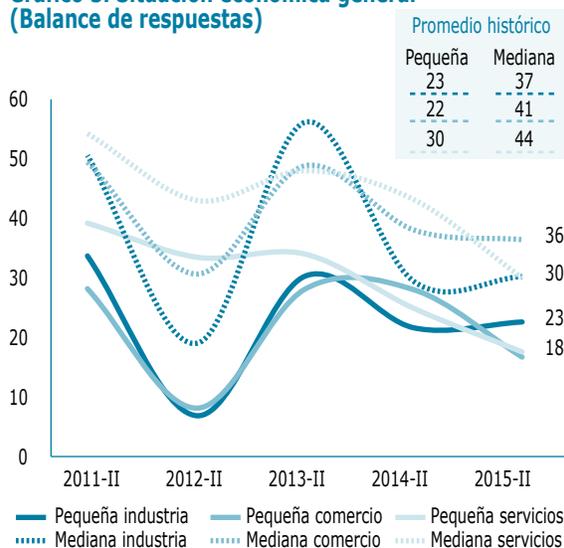


presentaron la misma tendencia en el balance de respuestas a la registrada por la situación económica general. Así, el balance de respuestas se mantuvo en un valor similar al de la medición del año anterior, pasando de 26 a 27 entre 2014-II y 2015-II (ver gráfico 4), con lo cual se ubicó en la misma línea del promedio histórico (28). En efecto, un 19% de las Pymes manifestó que sus ventas cayeron, cifra igual a la observada un año atrás. Adicionalmente, fueron las empresas medianas las que incrementaron más su nivel de ventas, pues dicho porcentaje al-

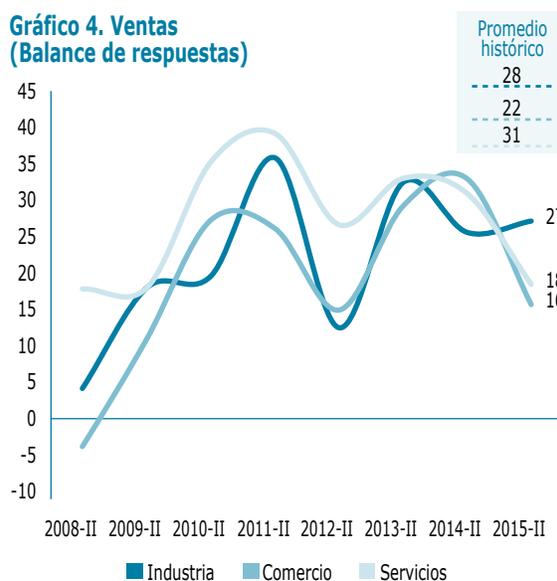
canzó un 51% de las respuestas, mientras que en las pequeñas fue del 45% (ver gráfico 5). El crecimiento promedio anual de las ventas de la mayoría de las empresas Pyme industriales en 2015-II estuvo entre el 0% y el 10% (63% de las Pymes encuestadas). Tan solo un 11% presentó un crecimiento mayor al 20% (ver gráfico 6).

En materia de pedidos, los resultados de la más reciente lectura de la Encuesta reflejan una leve pérdida de dinamismo en la demanda de las

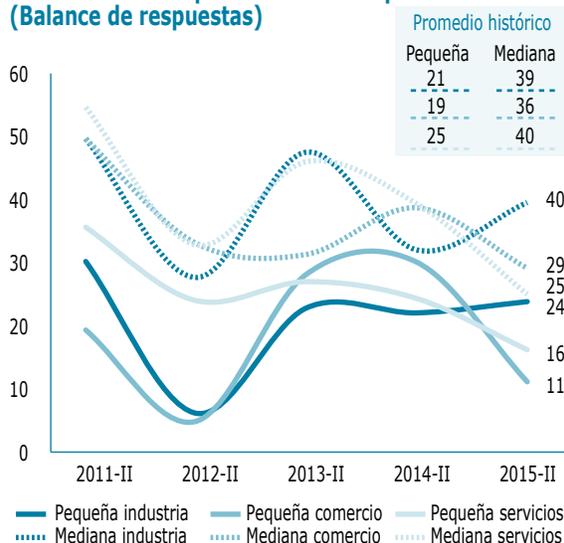
**Gráfico 3. Situación económica general (Balance de respuestas)**



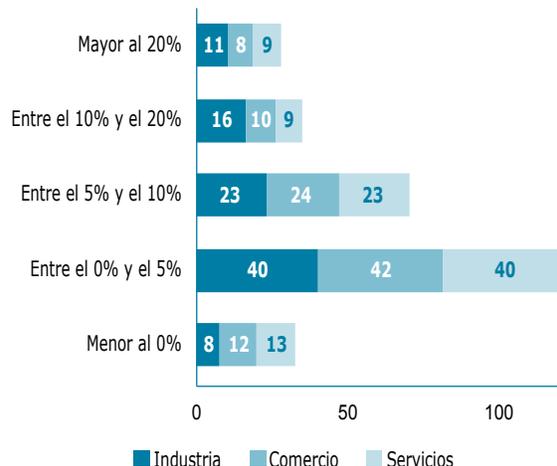
**Gráfico 4. Ventas (Balance de respuestas)**



**Gráfico 5. Ventas por tamaño de empresa (Balance de respuestas)**



**Gráfico 6. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:**



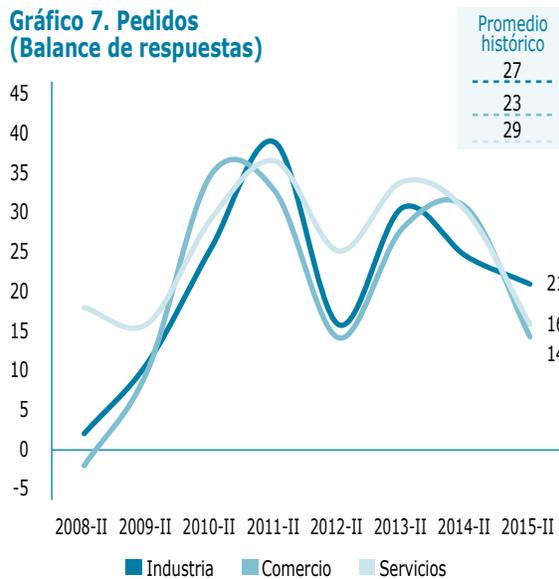
Pymes. En el caso de la industria, el balance de respuestas a esta pregunta se redujo en 4 puntos y pasó de 25 en 2014-II a 21 en 2015-II (ver gráfico 7). Por tamaño, las empresas pequeñas registraron un balance de respuestas de 20, mientras que para las medianas el balance fue de 26. Dichas cifras representan disminuciones de 1 y 9 unidades, respectivamente, frente al dato de un año atrás (ver gráfico 7).

Para el sector industrial Pyme, el nivel de existencias era adecuado en el 85% de los casos, similar al dato observado en el segundo semestre de 2014

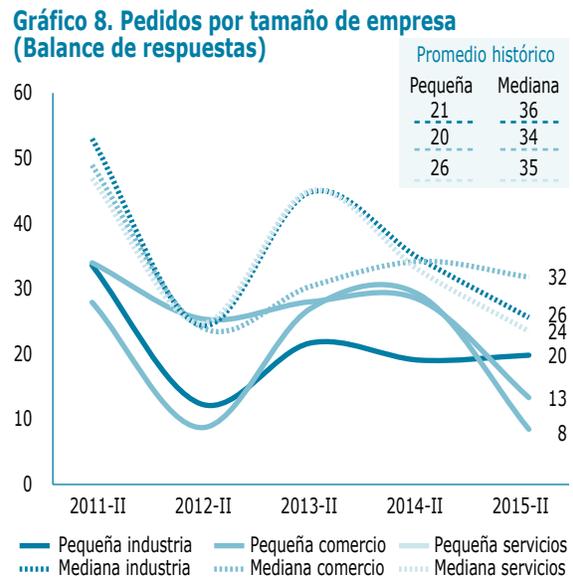
(90%), ver gráfico 9. El porcentaje de empresas medianas que reportaron que sus existencias eran adecuadas fue del 91% y en las pequeñas del 83%. Esto indica que las Pymes pudieron anticipar su nivel de inventarios y continuaron regulando su producción de acuerdo con la evolución de la demanda.

El gráfico 10 muestra que el balance de respuestas a la pregunta sobre el nivel de producción de las Pymes en el segundo semestre de 2015 permaneció constante durante el último año y se ubicó en 23. De acuerdo con los empresarios Pyme, un 19% redujo sus niveles de producción en el segundo semestre de

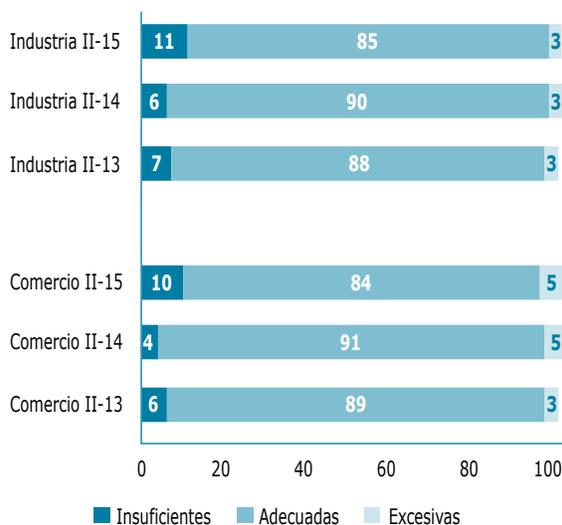
**Gráfico 7. Pedidos (Balance de respuestas)**



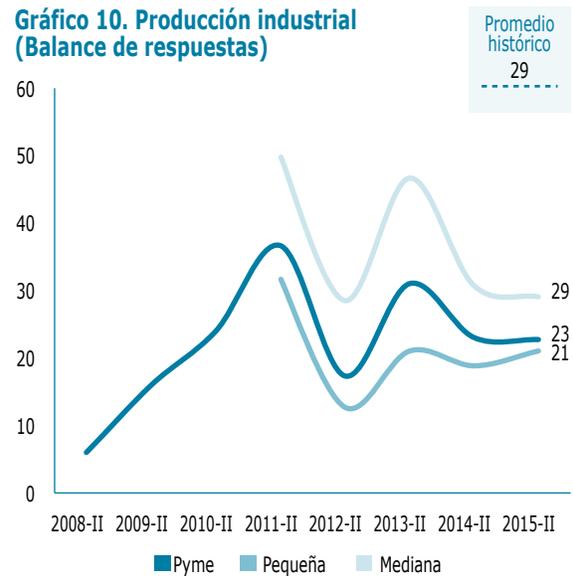
**Gráfico 8. Pedidos por tamaño de empresa (Balance de respuestas)**



**Gráfico 9. Existencias (%)**



**Gráfico 10. Producción industrial (Balance de respuestas)**



2015, mientras que un 42% la incrementó. Dicho incremento fue mayor en las empresas medianas, donde un 44% la aumentó frente al 41% observado en las empresas pequeñas.

Estos niveles de producción llevaron a una expansión en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI). En el segundo semestre de 2014, esta se encontraba alrededor de un 70% para cerca del 50% de las Pymes industriales, mientras que en el segundo semestre de 2015 se ubicó en un 80%, volviendo a los niveles de 2013-II (ver gráfico 11). Por tamaño, las pequeñas y medianas empresas también mantuvieron un nivel

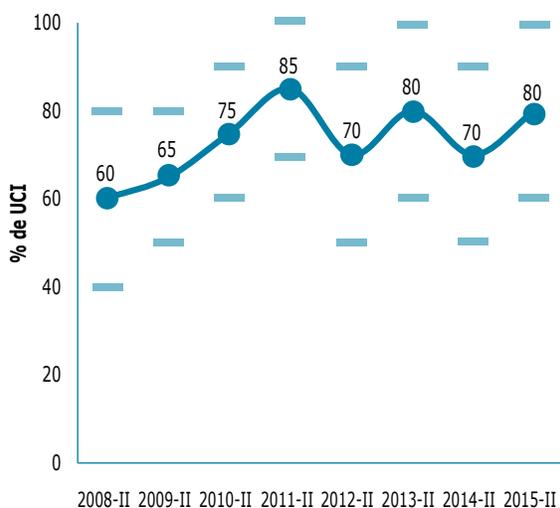
de producción entre el 50%-90% de su capacidad instalada (ver gráfico 12).

Sin embargo, los empresarios industriales redujeron su inversión en maquinaria y equipo. El balance de respuestas a esta pregunta llegó a 10 en 2015-II, menor en 9 puntos frente al observado en el segundo semestre de 2014, y por debajo de su promedio histórico de 17 (ver gráfico 13). Cabe señalar que el 66% de las empresas mantuvo constante la inversión en maquinaria y equipo en el segundo semestre de 2015. De igual forma, el 67% de las empresas pequeñas y el 64% de las empresas medianas mantuvo igual la inversión en maquinaria y equipo.

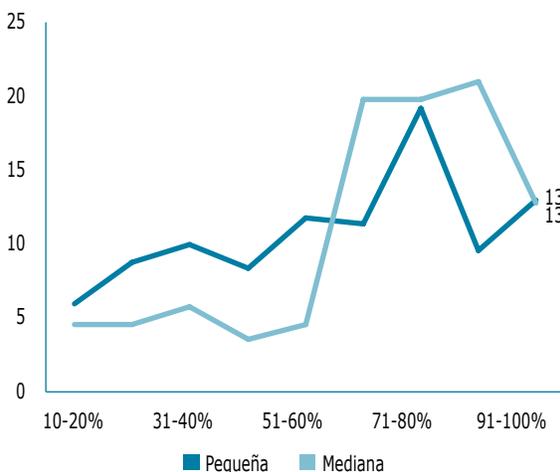
De otro lado, en el sector manufacturero se observó un aumento de los costos de los insumos productivos durante el segundo semestre de 2015. El balance de respuestas (44) a esta pregunta indica que el porcentaje de Pymes industriales que manifestaron haber sufrido un encarecimiento de sus insumos (55%) fue superior al de aquellas que reportaron una reducción en sus costos (11%). Este balance de respuestas superó en 9 puntos porcentuales al observado un año atrás (ver gráfico 14). Analizando por tamaño empresarial, la proporción de empresas pequeñas que sufrió un encarecimiento de sus costos fue igual a la de las medianas (55% en ambos casos), ver gráfico 15.

Lo anterior afectó negativamente los márgenes de ganancia, los cuales se desaceleraron, indicando que los empresarios no pudieron transferir el incremento

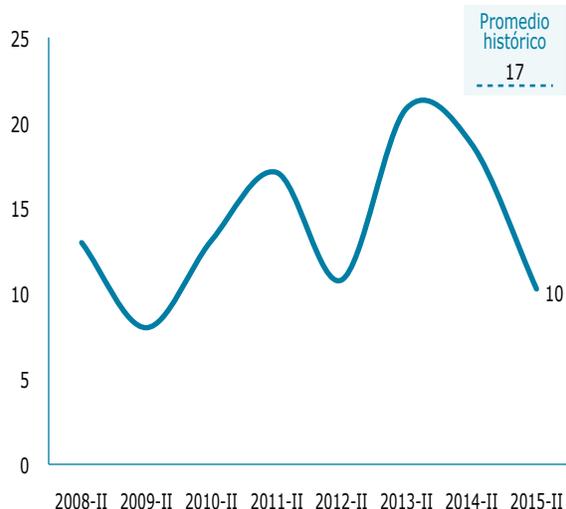
**Gráfico 11. Utilización de la Capacidad Instalada (50% de las Pymes industriales)**



**Gráfico 12. Utilización de la capacidad instalada por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2015 (% de las Pymes industriales)**



**Gráfico 13. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)**

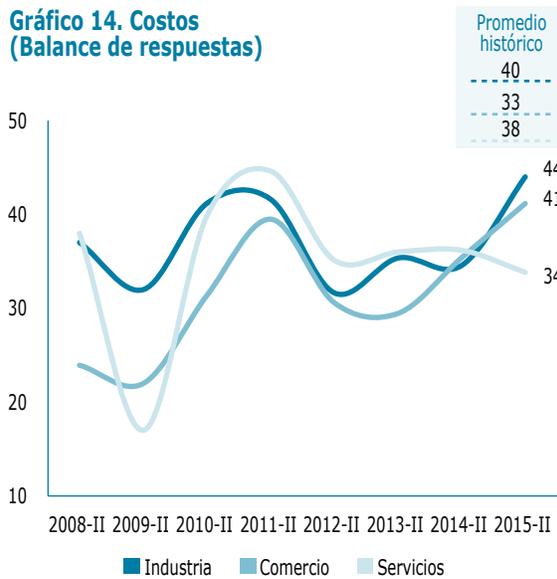


en costos al precio del bien final. En el gráfico 16 se observa que, en el caso de las Pymes industriales, el balance de respuestas a esta última pregunta pasó de 14 en el segundo semestre de 2014 a 8 en igual semestre de 2015, por debajo de su promedio histórico (11). No obstante, dicha situación perjudicó en mayor medida a las empresas medianas, pues su balance de respuestas cayó a 7 (vs. 20 en 2014-II), mientras que en las medianas fue de 8 (vs. 11 en 2014-II), ver gráfico 15.

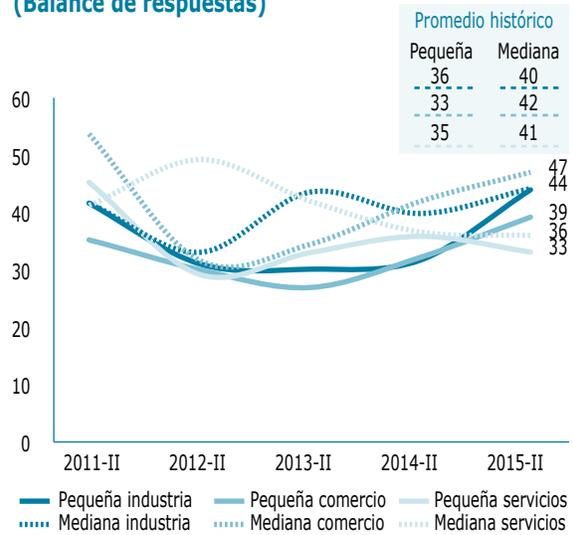
El empleo del sector industrial se desaceleró, pues el balance de respuestas se ubicó en 6, un va-

lor más bajo que el observado en el segundo semestre de 2014 (12). De hecho, la proporción de Pymes industriales que redujeron su planta de personal fue de un 15% en el segundo semestre de 2015, similar al 14% reportado un año atrás (ver gráfico 18). Dicha tendencia también se observa en las empresas pequeñas, donde el 15% redujo su planta de personal (1 punto porcentual por encima del registro de 2014-II). En las medianas, la proporción de empresas que redujeron su planta de personal fue del 16%, cifra que se incrementó en 3 puntos porcentuales en el último año (ver gráfico 19).

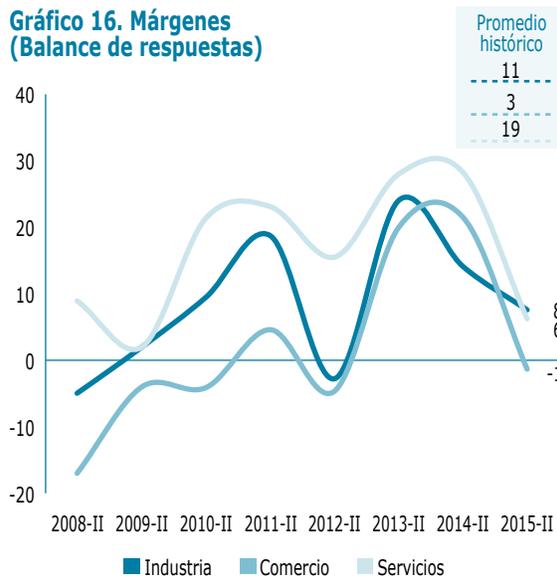
**Gráfico 14. Costos (Balance de respuestas)**



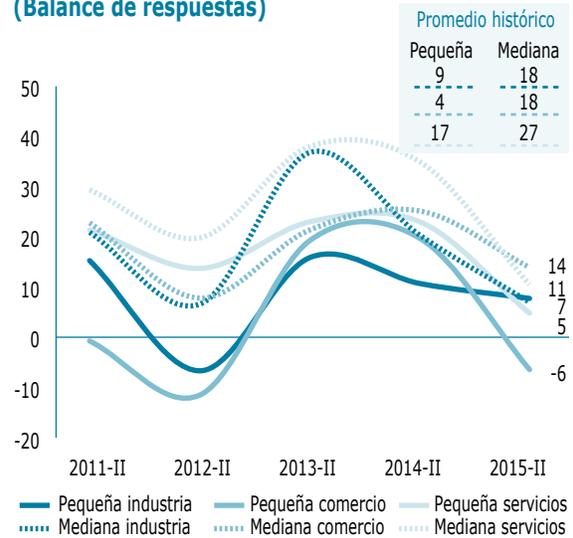
**Gráfico 15. Costos por tamaño de empresa (Balance de respuestas)**



**Gráfico 16. Márgenes (Balance de respuestas)**



**Gráfico 17. Márgenes por tamaño de empresa (Balance de respuestas)**

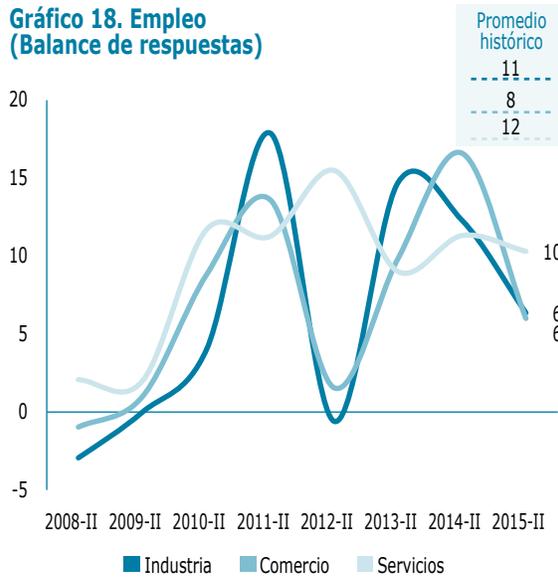


Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales en el país, la mayoría (88%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización en 2015-II (ver gráfico 20). En contraste, los empresarios que respondieron afirmativamente argumentaron querer hacerlo para reducir los costos de transporte (8%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (5%).

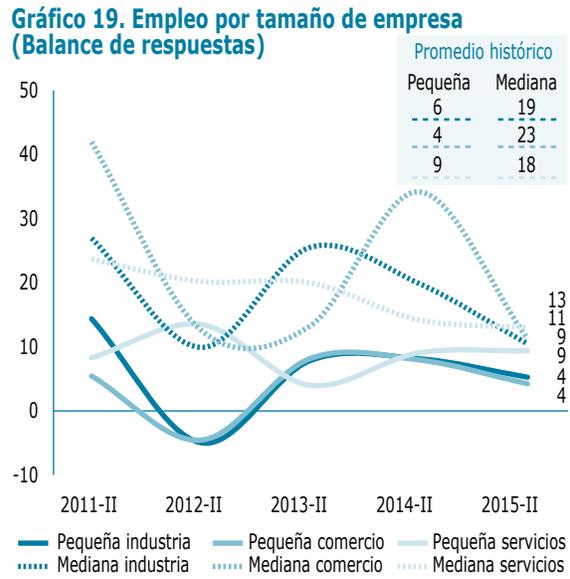
Finalmente, el principal problema que enfrentaron las Pymes manufactureras para el desarrollo de sus actividades en el segundo semestre de 2015

fueron los costos de los insumos. En efecto, el 50% de los empresarios identificó este hecho como el principal obstáculo, aunque un año atrás dicha proporción ascendía al 16% de las respuestas. Los altos impuestos se ubicaron en el segundo lugar, con una participación del 28% del total, cifra muy superior a la registrada en 2014-II (15%). Le siguen en el ranking la rotación de cartera y el capital de trabajo insuficiente, que obtuvieron un porcentaje del 11% (ver gráfico 21). Por tamaño empresarial, las pequeñas parecieron verse más afectadas por los costos de los insumos (48%) y los altos impuestos (24%).

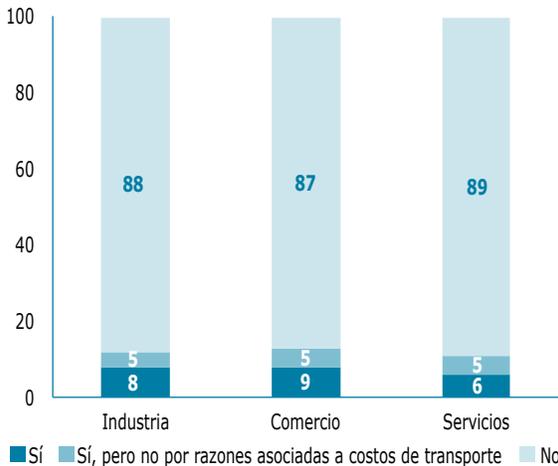
**Gráfico 18. Empleo (Balance de respuestas)**



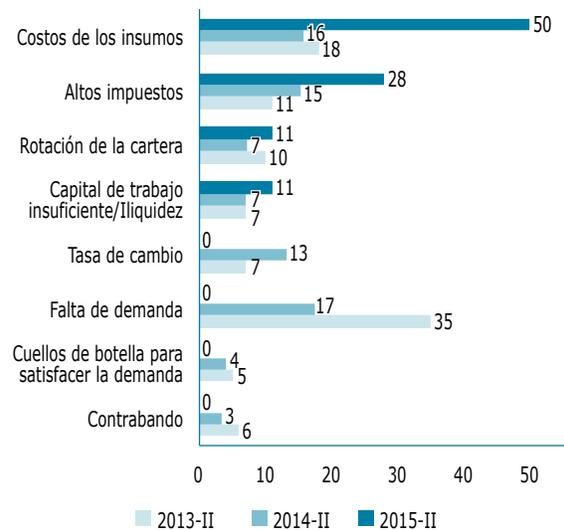
**Gráfico 19. Empleo por tamaño de empresa (Balance de respuestas)**



**Gráfico 20. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?**



**Gráfico 21. Sector industria: principal problema (%)**



# Resultados subsectores industria

## Balance de respuestas\*

Gráfico 22. Situación económica general



Gráfico 23. Volumen de ventas



Gráfico 24. Volumen producido



Gráfico 25. Nivel de pedidos recibidos



Gráfico 26. Márgenes

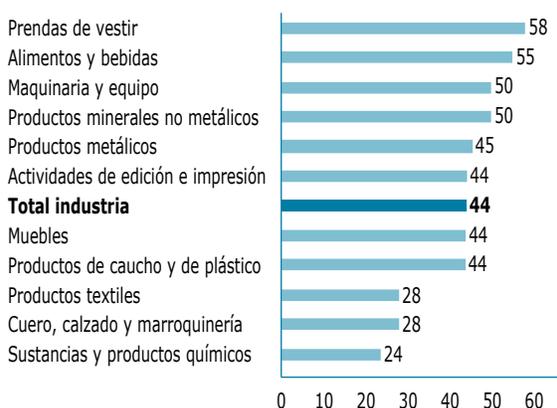


Gráfico 27. Número de trabajadores



\*Respuestas positivas – respuestas negativas

**Gráfico 28. Costos de producción**



**Gráfico 29. Inversión en maquinaria y equipo**



## • Sector comercio

Los empresarios Pyme del sector comercio experimentaron una ligera desaceleración en su actividad económica (a nivel de su situación actual, ventas y pedidos) en el segundo semestre de 2015.

Los empresarios de este sector percibieron una leve desmejora de su situación económica general. De hecho, el 42% de los empresarios del sector comercio reportó una mejoría en su situación actual, mientras que el porcentaje de aquellos que opinaron lo contrario fue del 20%. Esto produjo un balance de respuestas de 22, es decir, 9 puntos por debajo de lo observado en el segundo semestre de 2014 (ver gráficos 1 y 3).

Por tamaño se observó una diferencia significativa, pues el porcentaje de empresas pequeñas de este sector que reportaron una desmejora en su situación económica actual fue del 22%, muy superior al 14% de las empresas medianas. Adicionalmente, el porcentaje de pequeños empresarios que reportaron una evolución favorable de su situación económica disminuyó durante el último año del 45% al 39%, condición que fue contraria para las firmas medianas, las cuales vieron un incremento de la favorabilidad de 4 puntos porcentuales en dicho lapso de tiempo (ver gráfico 3).

A nivel de subsectores, se destacan por su percepción favorable respecto a la evolución reciente de sus negocios los subsectores de: artículos de uso doméstico (balance de respuestas de 29), y productos textiles y prendas de vestir (24). Por su parte, ali-

mentos y bebidas (17), y productos farmacéuticos de perfumería y tocador (20) tuvieron una percepción menos favorable, ubicándose por debajo del promedio de todo el sector (22).

La leve caída en el optimismo de las firmas sobre el desempeño a nivel de situación económica general, también se vio reflejada en la percepción de los comerciantes Pyme acerca de la evolución de la demanda en el segundo semestre de 2015. En el caso de las ventas, el balance de respuestas mostró un descenso al pasar de 33 a 16 para el total de Pymes comerciales entre 2014-II y 2015-II. Dicho descenso tuvo un impacto mayor en las empresas pequeñas, donde un 29% de los encuestados manifestó que sus ventas decrecieron frente al 21% reportado en las medianas (ver gráficos 4 y 5). El crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes comerciales (66%) se ubicó entre el 0% y el 10% (ver gráfico 6).

A nivel de pedidos, un 39% de los empresarios experimentó un aumento en el segundo semestre de 2015, es decir 8 puntos porcentuales por debajo de lo reportado para el año anterior. En consecuencia, el balance de respuestas llegó a 14, ubicándose en un valor menor al de su promedio histórico de 23. Este decrecimiento se evidenció principalmente en las empresas pequeñas, pues el porcentaje de empresarios que percibieron un incremento en sus pedidos bajó en el segundo semestre de 2015 (13 puntos porcentuales), ver gráficos 7 y 8. En contraste, las empresas medianas incrementaron este rubro en 5 puntos porcentuales.

De acuerdo con lo anterior, la superficie de ventas presentó una contracción, ya que un 20% de las Pymes comerciales disminuyó, con lo cual el balance de respuestas a esta pregunta llegó a 9; registrando una caída de 17 puntos porcentuales frente a la cifra observada un año atrás. Al respecto, un 21% de las empresas pequeñas redujo su superficie de ventas y en las medianas lo hizo un 15% (ver gráfico 30). Lo anterior sugiere que, en general, los comerciantes disminuyeron el área destinada a ventas.

Por otro lado, el porcentaje de Pymes comerciales que calificaron como excesivo su nivel de existencias se ubicó en un 5% en 2015-II, dato igual al registrado un año atrás (ver gráfico 9). Por tamaño, se observan diferencias menores: el 6% de las empresas comerciales pequeñas consideró que sus existencias eran excesivas, al tiempo que este porcentaje fue de un 3% en las empresas medianas. Sin embargo, la mayoría de las Pymes pudieron anticipar sus niveles de demanda y ajustaron sus inventarios, pues el 84% de las empresas pequeñas y el 85% de las medianas consideraron su nivel de existencias como adecuado.

En materia de costos de comercialización, los resultados de la última medición señalaron un incremento. El porcentaje de empresarios que reportaron que esta variable se incrementó (55%) fue superior al de aquellos que señalaron una contracción (14%). Esto hizo que el balance de respuestas a la pregunta llegara a 41, valor que a su vez es superior al promedio histórico de 33 en el sector (ver gráfico 14). Dicha tendencia fue similar entre pequeñas y medianas empresas, dado que un 53% de las empresas peque-

ñas reportó que sus costos aumentaron, al igual que un 61% en las medianas (ver gráfico 15).

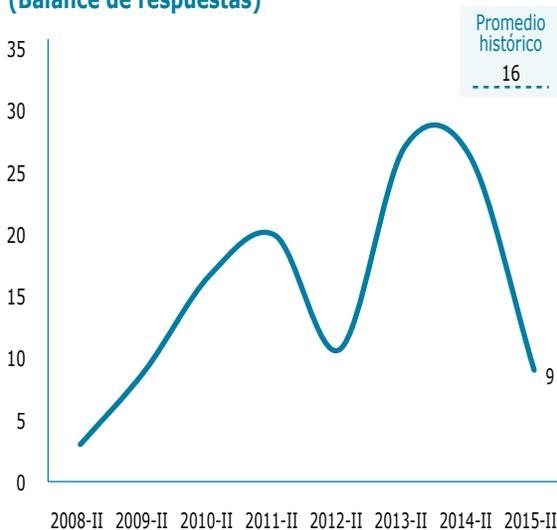
Este aumento en los costos de comercialización afectó el margen de ganancia del sector. En efecto, el porcentaje de empresas que experimentaron un crecimiento en sus márgenes (29%) fue inferior al de aquellas que percibieron una reducción (31%), lo cual dio como resultado un balance de respuestas de -1 (ver gráfico 16). El descenso de este indicador se explica principalmente por las empresas pequeñas que reportaron un balance de respuestas de -6 (ver gráfico 17). Las empresas medianas, en cambio, obtuvieron un balance de respuestas de 14, aunque este valor fue 11 puntos porcentuales menor al observado durante el año anterior.

El empleo del sector también presentó un leve descenso durante el segundo semestre de 2015. Mientras que un 61% de las Pymes mantuvo el número de trabajadores constante, un 23% lo incrementó y un 17% lo redujo. Lo anterior llevó a una caída en el balance de respuestas que pasó de 17 en 2014-II a 6 en 2015-II (ver gráfico 18). En las empresas pequeñas se dio una creación de empleo, pues estas registraron un balance positivo de 4; en las medianas dicha variable fue mucho más alta, llegando a 11 (ver gráfico 19). Sin embargo, esta variable, comparada con la registrada el año anterior, se desaceleró en 4 puntos porcentuales en las pequeñas empresas y 23 puntos porcentuales en las medianas.

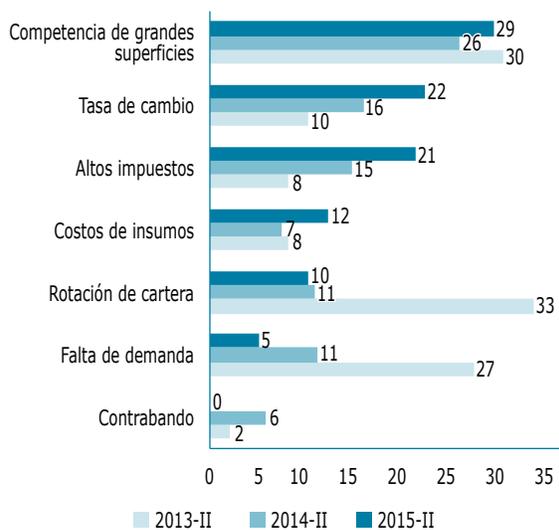
Con respecto a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales, la mayoría (87%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización en 2015-II (ver gráfico 20). En contraste, los empresarios que respondieron afirmativamente argumentaron querer hacerlo para reducir los costos de transporte (9%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (5%).

Al igual que lo registrado en los últimos años, las Pymes comerciales señalaron la competencia de grandes superficies como el principal problema que enfrentaron durante el segundo semestre de 2015 (29% de los consultados). Esto también se evidenció en las empresas pequeñas. La tasa de cambio alcanzó el segundo lugar del *ranking*, ya que el porcentaje de Pymes que señalaron a este como el principal problema se incrementó en 4 puntos porcentuales en 2015, con un 29% de las respuestas. Cabe señalar que para las empresas medianas la devaluación del peso frente al dólar representó el mayor obstáculo con una participación del 50% (ver gráficos 31 y 32).

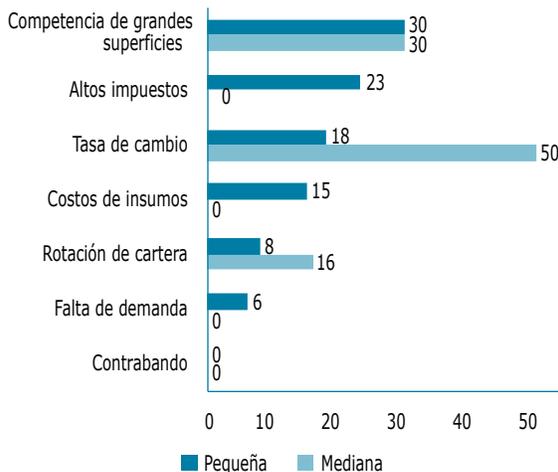
**Gráfico 30. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)**



**Gráfico 31. Sector comercio: principal problema (%)**



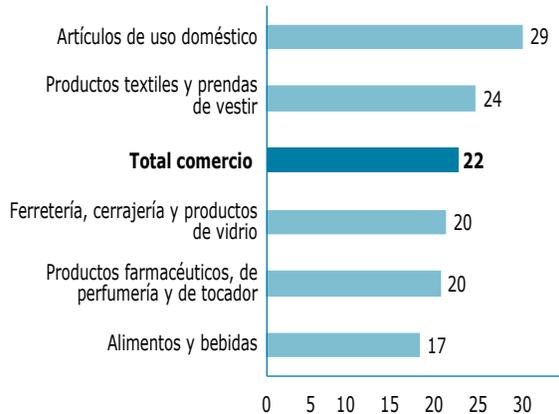
**Gráfico 32. Sector comercio: principal problema por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2015 (%)**



## Resultados subsectores comercio

### Balance de respuestas\*

**Gráfico 33. Situación económica general**



**Gráfico 34. Volumen de ventas**



**Gráfico 35. Nivel de pedidos recibidos**



**Gráfico 36. Márgenes comerciales**



\*Respuestas positivas – respuestas negativas

**Gráfico 37. Número de trabajadores**



**Gráfico 38. Costo de ventas**



## • Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios sobre su situación económica general en el segundo semestre de 2015 presentó síntomas de desaceleración, siguiendo la tendencia que se venía presentando desde el año anterior. Así, el porcentaje de empresarios que vieron mejorar sus negocios llegó al 40%, al tiempo que el de quienes indicaron lo contrario alcanzó un 19%. Lo anterior generó un balance de respuestas de 21 puntos, que contrastan con los 33 puntos alcanzados en el segundo semestre de 2014 (ver gráficos 1 y 2). La mejor percepción respecto a la situación económica actual en el sector servicios se concentró en las empresas medianas, donde el 46% indicó que esta fue más favorable, mientras que en las empresas pequeñas tal porcentaje alcanzó un 38% (ver gráfico 3).

Al interior del sector, los subsectores de actividades de informática (27) y asesoramiento empresarial (25) mostraron las percepciones más favorables en su balance de respuestas. Sin embargo, en general, todos tuvieron un comportamiento bastante similar. Efectivamente, el subsector de publicidad registró un balance de respuestas de 21, mientras que hoteles y restaurantes y actividades de arquitectura alcanzaron los 18 puntos.

De igual manera, la percepción respecto a la demanda mostró señales fuertes de deterioro en las Pymes de servicios. En efecto, el balance de respuestas sobre la evolución de las ventas en las pequeñas

y medianas empresas pasó de 31 en 2014-II a 18 en 2015-II. Para las empresas pequeñas dicho balance fue de 16 (8 puntos por debajo del valor reportado un año atrás), mientras que para las medianas llegó a 25 (14 puntos por debajo del valor reportado un año atrás), ver gráficos 4 y 5.

En esta edición de La Gran Encuesta se indagó sobre el crecimiento promedio anual de las ventas para el segundo semestre de 2015. Para el sector de servicios se encontró que el 40% de las Pymes crecieron en promedio hasta 5%, el 23% creció entre el rango de 5%-10%, un 9% creció entre 10% y 20% y la misma proporción creció a ritmos superiores al 20% (ver gráfico 6).

Por su parte, el balance de respuestas correspondiente a las órdenes de servicios también mostró un descenso marcado, pues pasó de 30 en 2014-II a 16 en 2015-II (ver gráfico 7). Por tamaño se detectaron resultados similares, ya que en las empresas medianas hubo una caída en el balance de respuestas de 33 a 24 en el último año, al tiempo que el de las pequeñas pasó de 28 a 13 en dicho período (ver gráfico 8).

El 46% de las Pymes de servicios reportó haber sufrido un encarecimiento de sus costos de operación en el segundo semestre de 2015. Este porcentaje fue ligeramente mayor en 1 punto porcentual con respecto al mismo semestre de 2014. A su vez, un

12% reportó una disminución en tales costos, dato 3 puntos porcentuales superior al presentado hace un año. Esto llevó a que el balance de respuestas se redujera de 36 a 34 durante este lapso (ver gráfico 14). Por tamaño de empresas no se observaron mayores diferencias, de hecho, el balance de respuestas disminuyó en 3 puntos para las empresas pequeñas y en 1 punto para las empresas medianas (ver gráfico 15).

En línea con el deterioro de la demanda, el comportamiento de los márgenes de ganancia mostró una tendencia a la baja durante el segundo semestre de 2015. Así, el balance de respuestas correspondiente al margen de ganancia cayó de forma dramática de 28 en 2014-II a 6 en 2015-II, ubicándose muy por debajo de su promedio histórico de 19 (ver gráfico 16). Por tamaño, se observa que el porcentaje de empresas pequeñas que incrementaron sus márgenes fue menor que en las medianas. En efecto, la proporción de respuestas favorables para las empresas medianas llegó al 34%, mientras que en las pequeñas fue del 31%. Cabe anotar que en ambos tipos de empresas se observaron similares niveles en la proporción de respuestas negativas, con cifras que fueron superiores al 20% de los encuestados (ver gráfico 17).

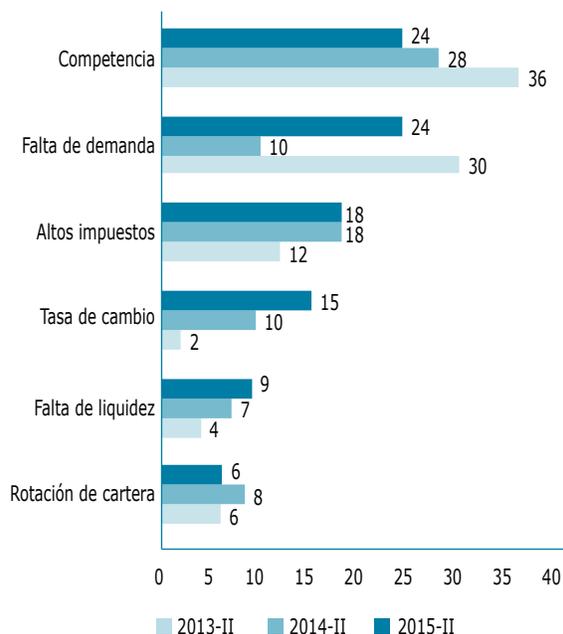
En lo referente al empleo, las Pymes del sector servicios mantuvieron una tendencia estable frente a lo reportado en el segundo semestre de 2014. Efecti-

vamente, un 63% de las empresas mantuvo su planta de personal estable y el 23% la incrementó, lo cual generó un balance de respuestas de 10 en 2015-II, muy similar a lo observado un año atrás (11), ver gráfico 18. La situación por tamaño es bastante similar, como lo muestra el gráfico 19, pues el balance de respuestas para las pequeñas empresas se ubicó en 9, mientras que para las medianas esta cifra fue de 13, en donde el incremento de la planta laboral se ubicó entre el 22% y 27%.

De forma similar a los sectores de industria y comercio, los empresarios Pyme de servicios no han pensado en realizar relocalizaciones geográficas con el fin de reducir los costos de transporte. Efectivamente, el 89% de los encuestados respondió de forma negativa a esta pregunta, mientras que solo el 6% ha realizado relocalizaciones a causa de los costos de transporte (ver gráfico 20).

Por último, los dos principales problemas que señalaron las Pymes del sector servicios para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2015 fueron la competencia y la falta de demanda (ambos con el 24% de los consultados). En tercer lugar, se ubicaron los altos impuestos con 18%, mientras que un 15% reportó la tasa de cambio. Al parecer, las empresas pequeñas se vieron más afectadas por la competencia (29%) en comparación con las medianas (11%), ver gráficos 39 y 40.

**Gráfico 39. Sector servicios: principal problema (%)**



**Gráfico 40. Sector servicios: principal problema por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2015 (%)**



# Resultados subsectores servicios

## Balance de respuestas\*

Gráfico 41. Situación económica general

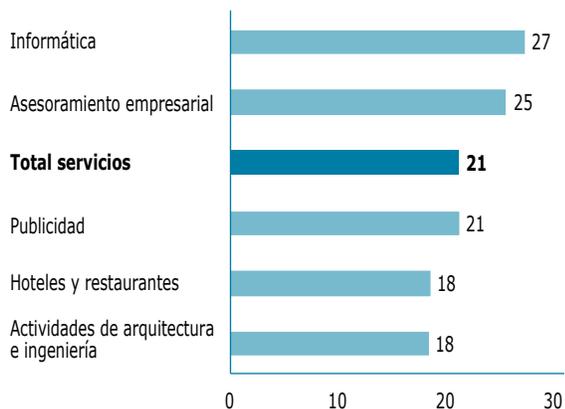


Gráfico 42. Volumen de ventas



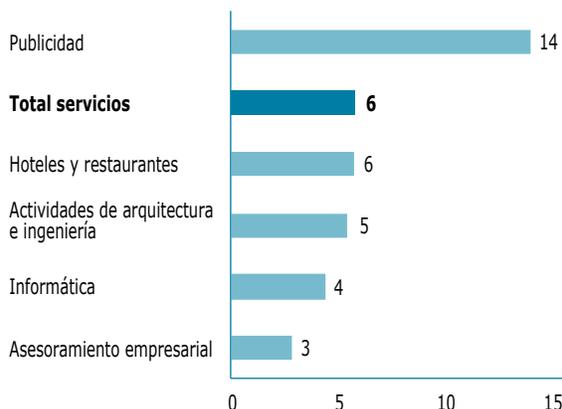
Gráfico 43. Volumen de órdenes de servicio



Gráfico 44. Número de trabajadores directos

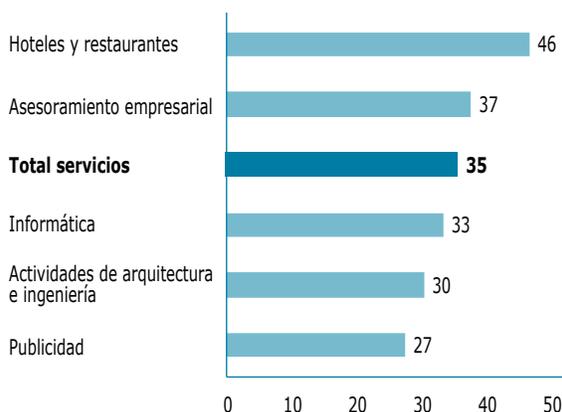


Gráfico 45. Número de trabajadores indirectos

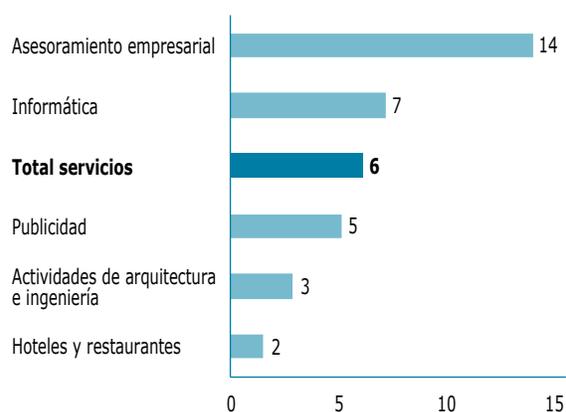


\*Respuestas positivas – respuestas negativas

**Gráfico 46. Costos de operación**



**Gráfico 47. Márgenes**



## Perspectivas Primer semestre de 2016

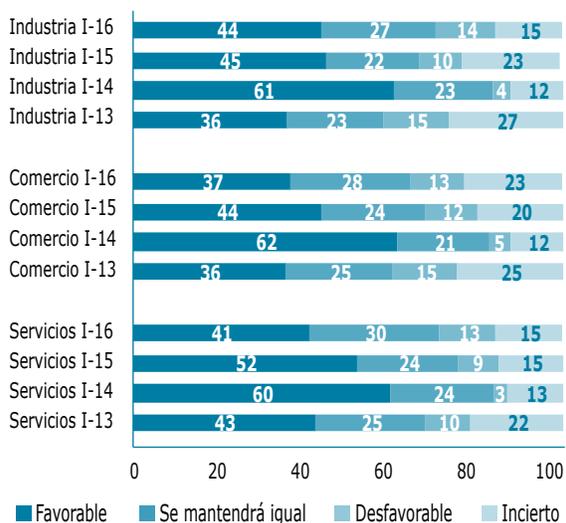
### • Sector industria

Los empresarios del sector industrial vieron reducido levemente su optimismo respecto al desempeño futuro de sus negocios, reflejado en un descenso en las expectativas. Así, el 44% de los encuestados consideraba que el desempeño general de su empresa durante el primer semestre de 2016 sería favorable, similar a lo observado un año atrás, cuando esta proporción había sido del 45%. No obstante, la proporción de empresarios con perspectivas negativas sobre su desempeño general se incrementó al pasar del 10% al 14% entre 2015-I y 2016-I (ver gráfico 48). En las empresas medianas se observaba un mayor optimismo, ya que las perspectivas positivas alcanzaron un 47% frente a sus pares pequeñas, donde dichas perspectivas llegaron a un 43% (ver gráfico 49).

A nivel de subsectores se destacan: sustancias y productos químicos (con un balance de respuestas de 50), productos de caucho y plástico (42), y muebles (41). Por el contrario, los subsectores de productos minerales no metálicos, cueros, calzado y marroquinería, y productos textiles (todos con un balance de respuestas de 12), junto con el subsector de ali-

mentos y bebidas (18), mostraron expectativas menos positivas frente a su situación económica general en el corto plazo.

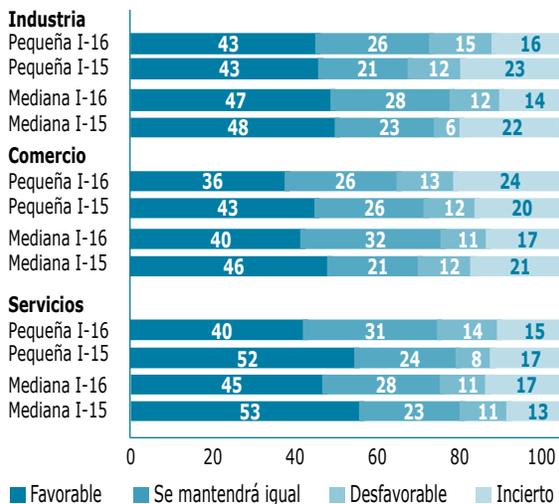
**Gráfico 48. Desempeño general de la empresa (%)**



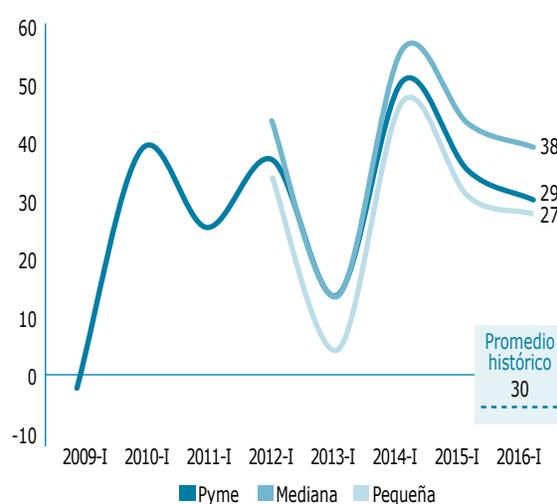
Los empresarios también fueron menos optimistas en sus expectativas de producción industrial. Un 48% afirmó que esta se incrementaría frente a un 19% que esperaba lo contrario. En consecuencia, el balance de respuestas se ubicó en 29 en 2016-I, 5 puntos por debajo del registro de 2015-I (ver gráfico 50). Este comportamiento se observó tanto en las empresas pequeñas (con un balance de 27) como en las medianas (38), donde se evidenciaron caídas del balance de respuestas durante el último año (3 puntos porcentuales en pequeña y 4 puntos en mediana).

En línea con lo anterior, los resultados más recientes de la Encuesta evidencian que los empresarios industriales del segmento Pyme registraron un leve descenso en sus expectativas sobre la evolución futura del nivel de pedidos. El balance de respuestas a esta pregunta se ubicó en 30, cuando un año atrás llegaba a 34 (ver gráfico 51). A su vez, las empresas pequeñas fueron menos optimistas, pues un 48% esperaba un incremento en sus pedidos, mientras que en las medianas dicho porcentaje fue del 53% (ver gráfico 52).

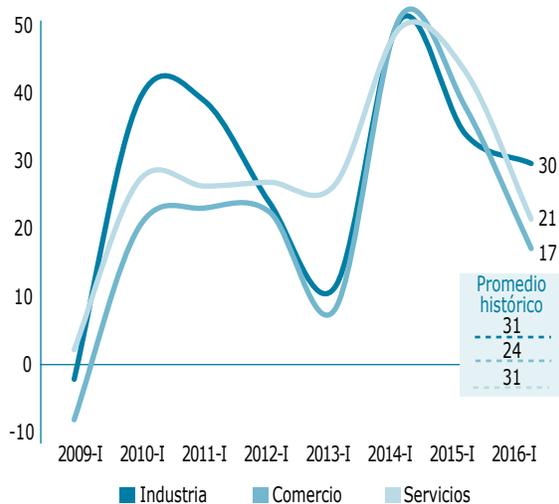
**Gráfico 49. Desempeño general por tamaño de empresa en el primer semestre de 2016 (%)**



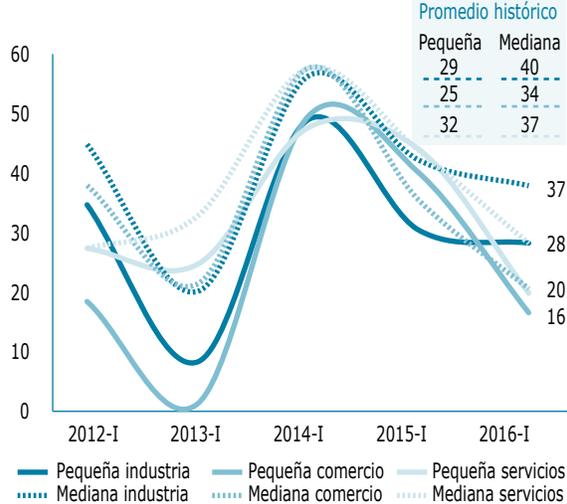
**Gráfico 50. Expectativas de producción industrial (Balance de respuestas)**



**Gráfico 51. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)**



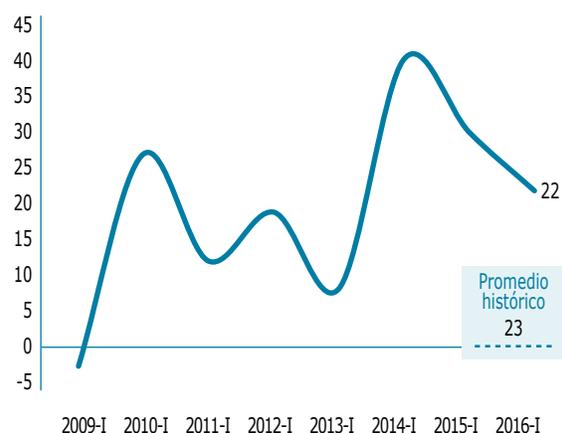
**Gráfico 52. Expectativas de pedidos por tamaño de empresa (Balance de respuestas)**



Al interior de la industria, los subsectores de sustancias y productos químicos y productos de caucho y plástico se mantienen como los más optimistas con respecto a su nivel de producción. Por su parte, los sectores de cuero, calzado y marroquinería se destacan por tener las expectativas menos favorables.

Por último, dado el menor optimismo en las expectativas sobre situación económica general y producción y ventas, la mayoría de los empresarios del sector anticipaban que sus niveles de inversión en maquinaria y equipo se mantendrían constantes en el primer semestre del año (49% de los consultados). De este modo, el balance de respuestas correspondiente a la pregunta se ubicó en 22 en 2016-I, 8 unidades menos que lo observado el año anterior (gráfico 53).

**Gráfico 53. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)**



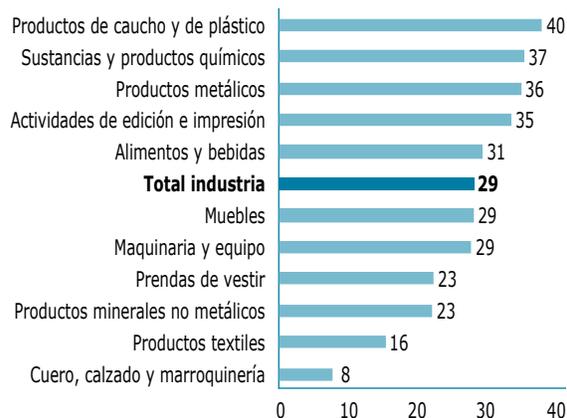
## Resultados subsectores industria

### Balance de respuestas\*

**Gráfico 54. Situación económica general**



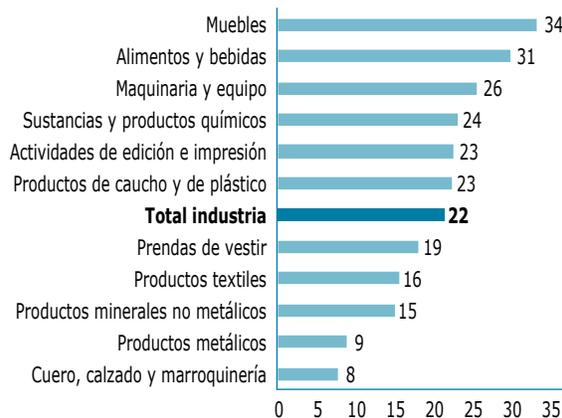
**Gráfico 55. Volumen de producción**



**Gráfico 56. Nivel de pedidos recibidos**



**Gráfico 57. Inversión en maquinaria y equipo**



\*Respuestas positivas – respuestas negativas

**Gráfico 58. Ventas**



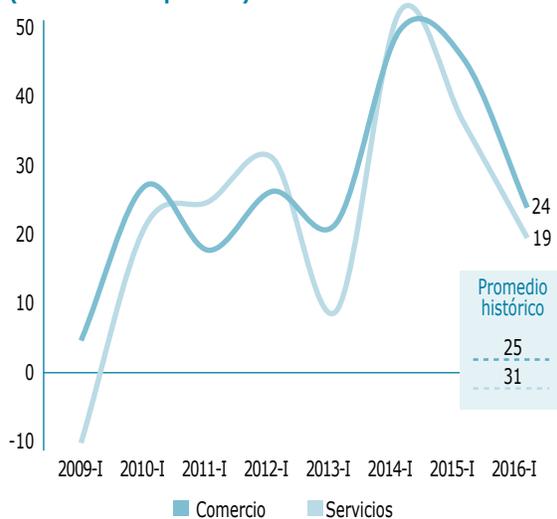
## • Sector comercio

Las Pymes comerciales, al igual que en el sector industrial, experimentaron un descenso en sus expectativas frente a la situación económica general de sus empresas. En efecto, el 37% esperaba que el desempeño fuese favorable en el primer semestre de 2016, 7 puntos porcentuales por debajo del registro del año anterior. Por su parte, el porcentaje de empresarios comerciales que anticipaban un deterioro en esta variable se incrementó, alcanzando un 13% de las respuestas (ver gráfico 48). Igualmente, la incertidumbre entre los encuestados subió del 20% al 23% durante el último año. Por tamaño, se observa que el porcentaje de pequeñas empresas que preveían que su situación sería favorable descendió de un 43% en 2015-I a un

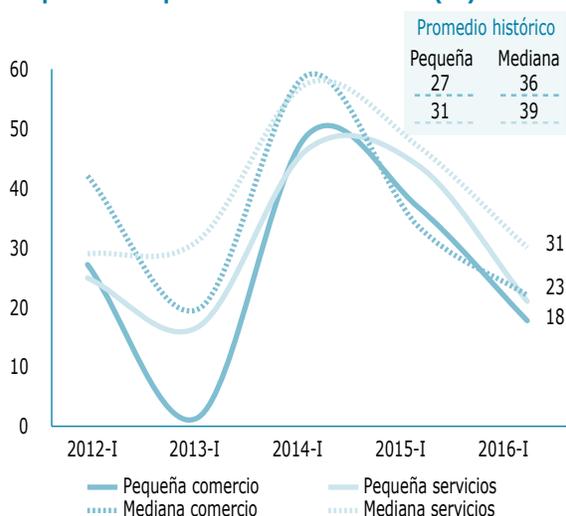
36% en 2016-I. Dicho impacto fue similar en las firmas medianas, donde la variación cayó del 46% al 40% en el mismo período (ver gráfico 49).

Al desagregar las respuestas por subsectores, encontramos que dentro de los más optimistas están los de productos farmacéuticos, de perfumería y tocador, junto con el sector de alimentos y bebidas, con un balance de respuestas con respecto a la situación económica general de 32, en ambos casos, superando así el promedio del sector (24). Por el contrario, el de productos textiles y prendas de vestir alcanzó el balance de respuestas más bajo entre todos los subsectores (5), ver gráfico 61.

**Gráfico 59. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)**



**Gráfico 60. Expectativas de ventas por tamaño de empresa en el primer semestre de 2016 (%)**



Los resultados de la Encuesta muestran una moderación en las expectativas de las Pymes comerciales a nivel de demanda. El balance de respuestas correspondiente al nivel de ventas cayó a 19 en 2016-I, lo que representó una caída de 17 puntos frente al dato de 2015-I. En las empresas pequeñas dicha variable tomó un valor de 18 y en las medianas de 23. En ambos casos, el descenso superó los 10 puntos frente a lo esperado para el primer semestre de 2015 (ver gráficos 59 y 60).

En el caso de los pedidos, el balance de respuestas de las Pymes del sector estuvo 21 puntos por debajo de lo observado un año atrás y se ubicó en 17 en 2016-I. En este caso, las respuestas negativas saltaron de un 13% a un 19% en el último año en el caso de las empresas pequeñas, mientras que en las empresas medianas hubo un aumento que llegó a los 4 puntos porcentuales (ver gráficos 51 y 52).

## Resultados subsectores comercio

### Balance de respuestas\*

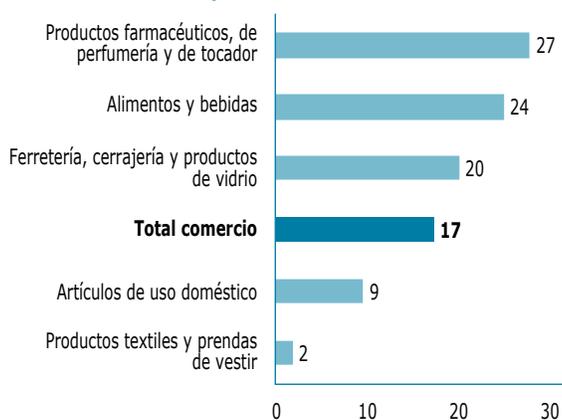
**Gráfico 61. Situación económica general**



**Gráfico 62. Volumen de ventas**



**Gráfico 63. Nivel de pedidos recibidos**



\*Respuestas positivas – respuestas negativas

## • Sector servicios

Los empresarios del sector servicios presentaron unas perspectivas sobre la situación económica general bastante similares a los otros dos macrosectores analizados en la Encuesta. En efecto, el 41% de los empresarios del sector manifestó que el desempeño general de sus empresas en el primer semestre de 2016 sería favorable, similar al 44% y 37% reportado por industria y comercio, respectivamente. No obstante, esta cifra es inferior al 52% reportado un año atrás. El menor optimismo de las Pymes de servicios vino acompañado por un mayor grado de respuestas negativas (9% de los consultados en 2015-I vs. 13% en 2015-II), ver gráfico 48. Por tamaño, se observa que las empresas pequeñas reportaron un descenso en sus expectativas favorables al pasar de un 52% de los encuestados en 2015-I a un 40% en 2016-I. Para las medianas, la desaceleración fue menor al pasar del 53% al 45% en el mismo período (ver gráfico 49).

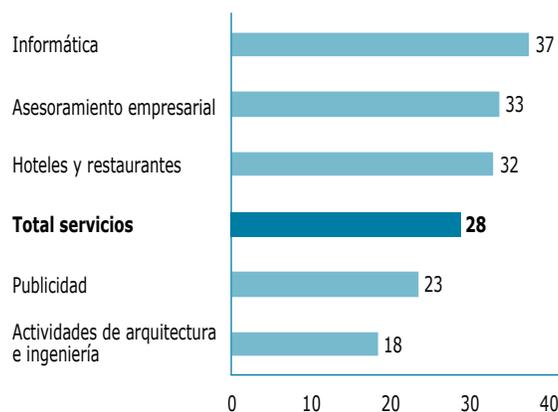
Dentro del macrosector de servicios, varios de los subsectores presentaron balances de respuestas mayores a 30. Particularmente, en los subsectores de informática (37), asesoramiento empresarial (33) y hoteles y restaurantes (32) se observa un mayor optimismo en los balances de respuestas. Por el contrario, el subsector de actividades de arquitectura presentó el balance menos favorable (18), alejándose del promedio total del sector (28).

Con respecto a las ventas y pedidos, las expectativas de los empresarios del sector mostraron un fuerte descenso. En materia de pedidos, el balance de respuestas (21) bajó 22 unidades con respecto al año anterior y continúa distanciándose de su promedio histórico (31), ver gráfico 51. Cabe señalar que para las empresas pequeñas la proporción de encuestados que esperaban una disminución en sus pedidos se incrementó del 12% al 19% entre 2015-I y 2016-I. Lo mismo sucedió con las empresas medianas, donde dicho porcentaje aumentó del 11% al 18% en igual período (ver gráfico 52).

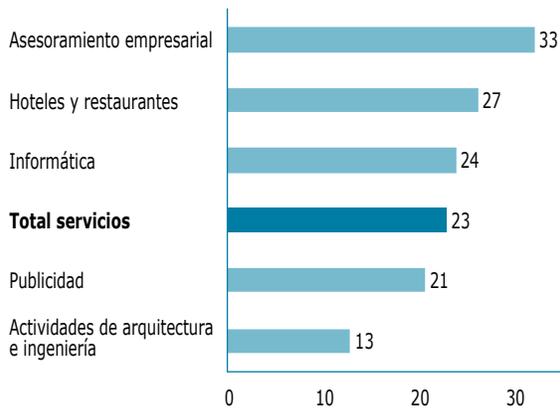
En cuanto a las ventas, un 17% de los empresarios esperaba que estas disminuyeran en el primer semestre de 2016, ubicándose 6 puntos porcentuales por encima de lo observado en igual período de 2015. Adicionalmente, los empresarios que esperaban un aumento en las ventas disminuyó del 57% al 41% en el mismo período. Así, el balance de respuestas a la pregunta pasó de 46 a 24 entre 2015-I y 2016-I (ver gráfico 59). Por tamaño, las expectativas de ventas en las empresas pequeñas se mostraron más negativas que para las empresas medianas al reducir su balance de respuestas en 22 puntos, alcanzando un registro de 22, mientras que las empresas medianas experimentaron una disminución de 17 puntos, llevándolo a 31 (ver gráfico 60).

## — Resultados subsectores servicios — Balance de respuestas\*

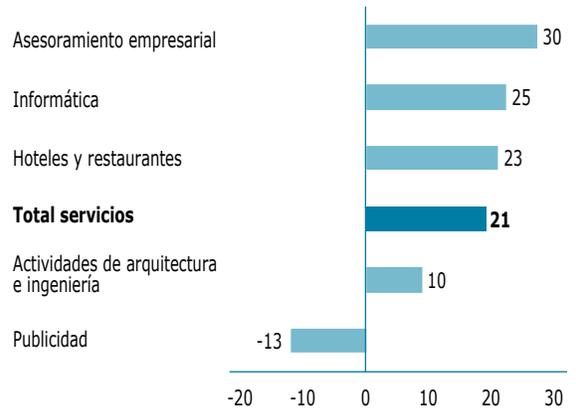
Gráfico 64. Situación económica general



**Gráfico 65. Volumen de ventas**



**Gráfico 66. Volumen de órdenes de servicios**



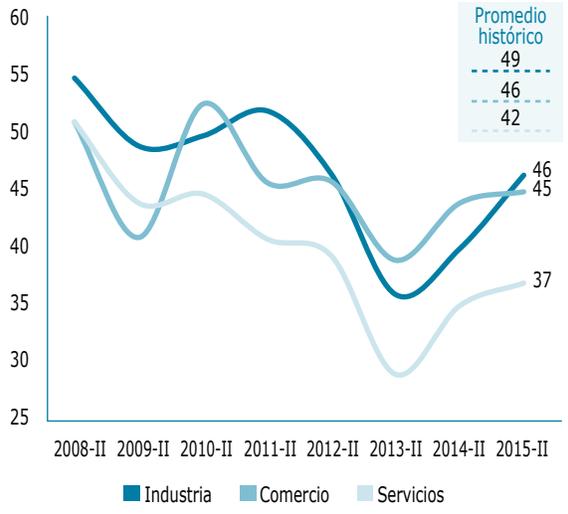
\*Respuestas positivas – respuestas negativas

## Financiamiento

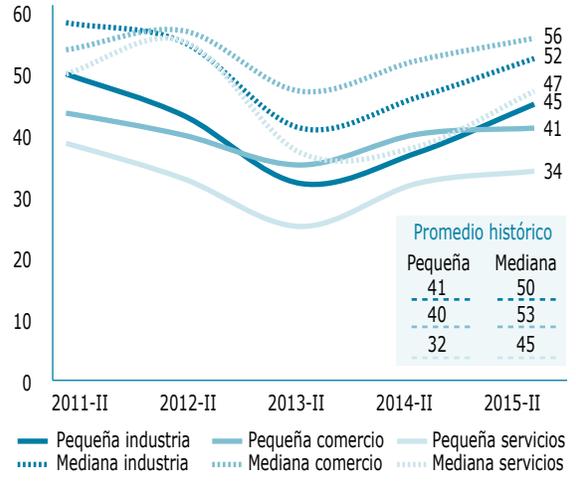
En el sector industrial, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero (46%) registró un aumento de 6 puntos porcentuales en el segundo semestre de 2015 con respecto al segundo semestre de 2014. La misma tendencia creciente se observó en las empresas pequeñas manufactureras, donde el porcentaje de solicitudes de créditos subió 8 puntos porcentuales durante igual período, y en las medianas, donde lo hizo en 6 puntos porcentuales. En el sector de comercio, el porcentaje de Pymes que de-

mandaron crédito también se incrementó en punto porcentual entre 2014 y 2015 llegando al 45%. Ello obedeció a un incremento en las solicitudes por parte de las empresas pequeñas (40% en 2014-II vs. 41% en 2015-II), condición que también ocurrió en las firmas medianas (52% en 2014-II vs. 56% en 2015-II). Una tendencia similar se observó en el sector servicios. Allí, el porcentaje de Pymes que solicitaron crédito (37%) fue mayor al observado el año anterior (35%). Esto se explica porque las empresas pequeñas

**Gráfico 67. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)**



**Gráfico 68. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)**

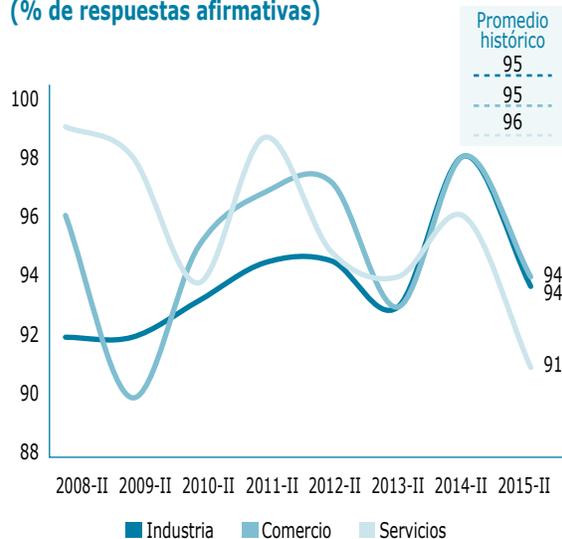


incrementaron sus solicitudes del 32% al 34%, y a su vez las medianas las aumentaron del 38% al 47% (ver gráficos 67 y 68).

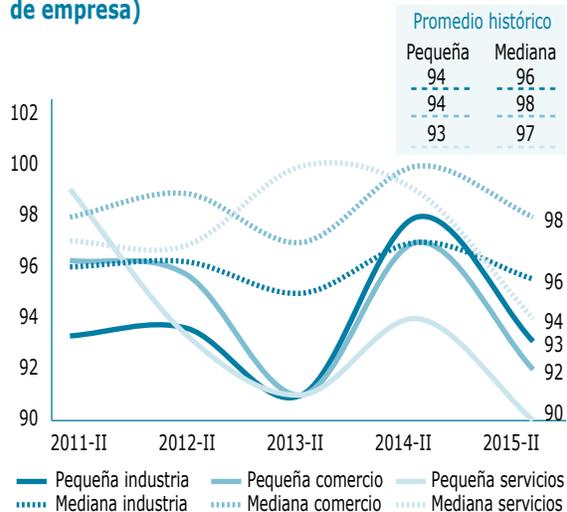
En el sector industrial sobresalió el subsector de productos de caucho y plástico por presentar el porcentaje de solicitud de crédito más alto (60%), seguido por productos textiles (57%), mientras que, en el subsector de muebles y otras industrias manufactureras solo el 38% de los empresarios Pyme solicitó crédito bancario. En el macrosector de co-

mercio, los porcentajes de solicitud fueron similares entre subsectores, pero sobresalieron las empresas de ferretería y cerrajería (56%), y productos textiles y alimentos y bebidas (46%), mientras que el acceso más bajo se encontró en productos farmacéuticos de perfumería y de tocador (38%). Por su parte, al interior del sector servicios las empresas de actividades de arquitectura e ingeniería fueron las que más crédito solicitaron (53%), mientras que el subsector de hoteles y restaurantes presentó el porcentaje más bajo de solicitudes (24%).

**Gráfico 69. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)**

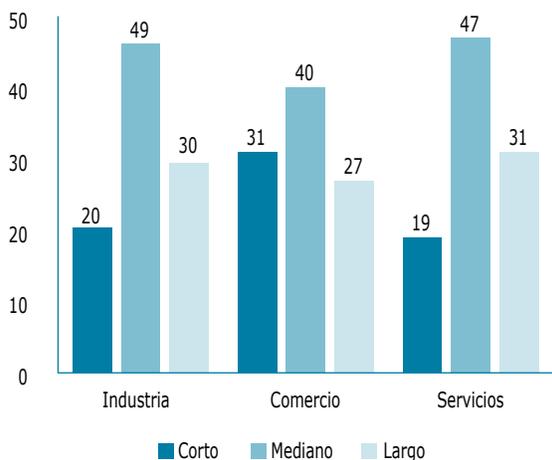


**Gráfico 70. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)**

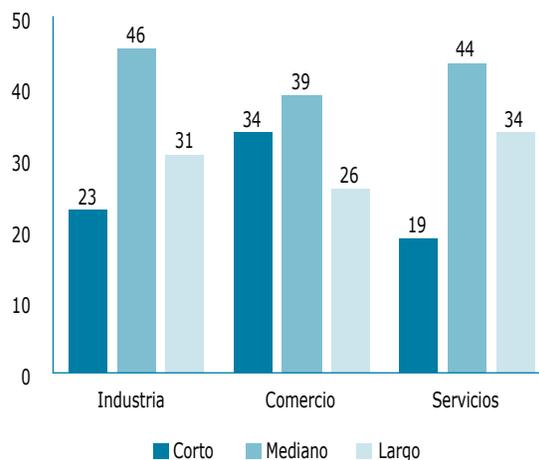


**Gráfico 71.**

**a. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)**



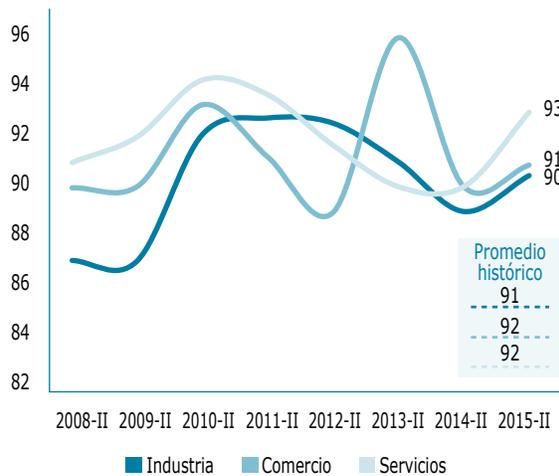
**b. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)**



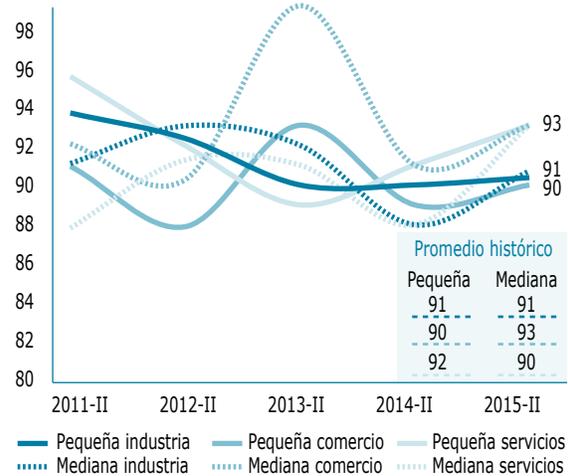
En cuanto a las tasas de aprobación, estas se mantienen altas en los tres macrosectores, a pesar de presentar una caída respecto a los resultados del año anterior. De hecho, las tasas de aprobación llegaron a un 94% en el caso de los sectores de industria y comercio, y a un 91% en el caso de servicios (ver gráfico 69). Cabe anotar que para las empresas pequeñas las tasas de aprobación estuvieron por debajo de sus pares medianas en los tres sectores: industria (93% vs. 96%), comercio (92% vs. 98%) y servicios (90% vs. 94%), ver gráfico 70.

Con respecto a las condiciones de los préstamos aprobados vs. los solicitados, la satisfacción expresada por los empresarios Pyme consultados fue alta con relación al plazo y al monto de las obligaciones. Respecto al plazo, en el sector industrial el mediano plazo fue el más solicitado y el más aprobado (46% solicitado y 49% aprobado). Sin embargo, en algunos casos las entidades financieras optaron por alargar la vida de los créditos, ya que un 31% de las solicitudes fue de largo plazo vs. un 30% de las aprobaciones. En cambio, en el sector comercio, aunque

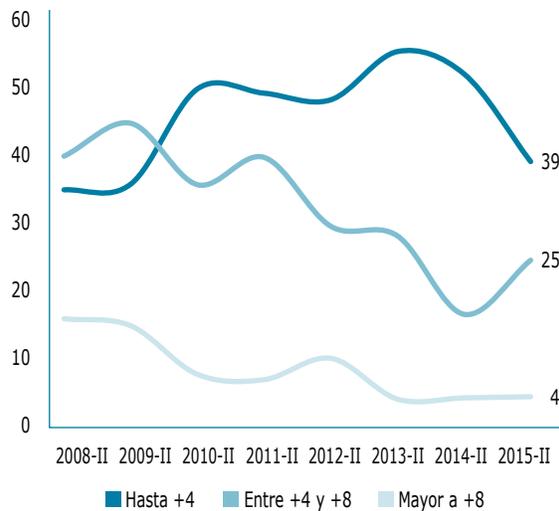
**Gráfico 72. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)**



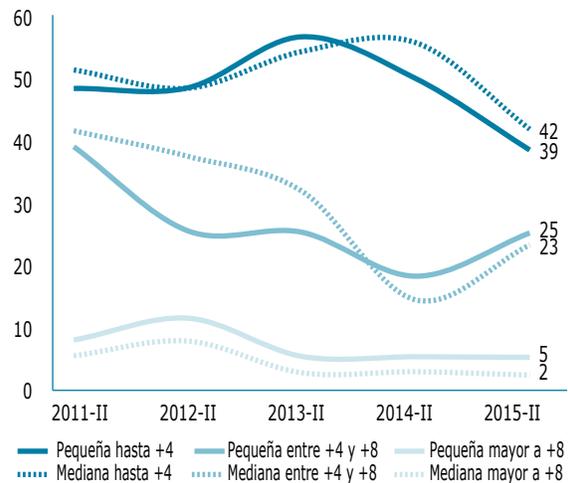
**Gráfico 73. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)**



**Gráfico 74. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)**



**Gráfico 75. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (% por tamaño de empresa)**



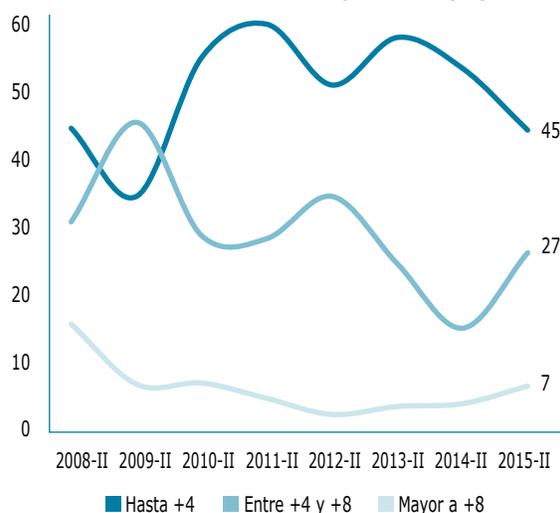
el mediano plazo fue el más solicitado (39%) y aprobado (40%), a una proporción importante de los empresarios se les acortó la vida de los créditos con un 34% de las solicitudes y un 31% de las aprobaciones adjudicadas a corto plazo. En el caso del sector servicios, el mediano plazo fue el más solicitado (44%) y aprobado (47%), mientras que el largo plazo obtuvo un porcentaje significativo de solicitudes (34%) y aprobaciones (31%), ver gráfico 71.

Entre el 90% y el 93% de las Pymes se sintió satisfecho con el monto del crédito obtenido (ver gráfico 72). Estos resultados se consideran muy positivos y

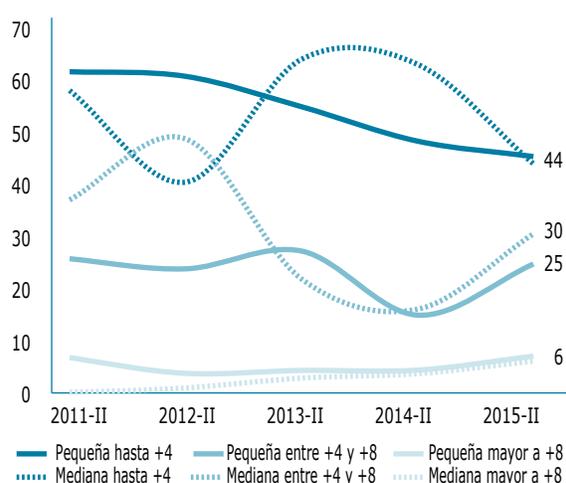
reflejan la armonización que existe entre el sector financiero y el productivo. En consecuencia, los resultados a nivel de satisfacción de acuerdo con el tamaño de las empresas también son homogéneos, como se observa en el gráfico 73. Cabe destacar que los mayores niveles de aprobación los presenta el sector de servicios con 93% (tanto empresas pequeñas como medianas).

Los resultados a nivel de tasa de interés son mixtos, aunque el rango de tasa más común en los créditos otorgados a los tres macrosectores durante el segundo semestre de 2015 continuó siendo hasta

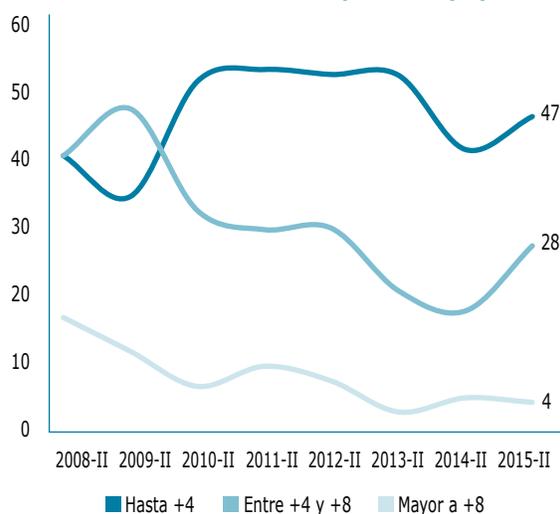
**Gráfico 76. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)**



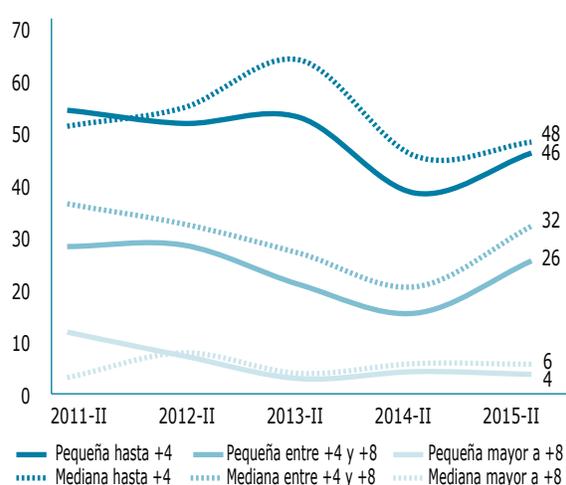
**Gráfico 77. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (% por tamaño de empresa)**



**Gráfico 78. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)**



**Gráfico 79. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (% por tamaño de empresa)**



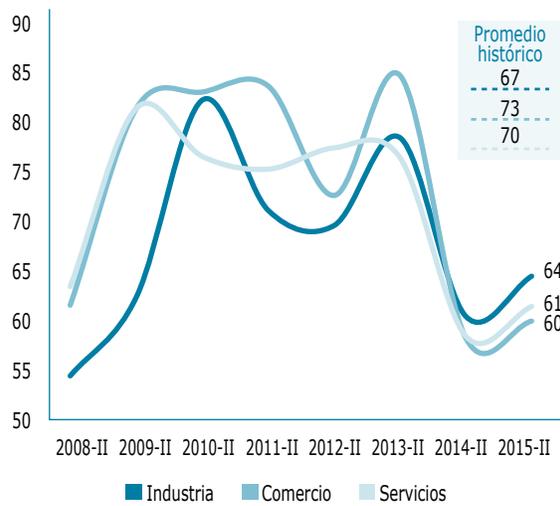
DTF+4 puntos. En el caso de la industria, se observa una estabilidad en el costo del crédito, pues el porcentaje de créditos otorgados a una tasa mayor a DTF+8 se mantuvo estable en el 4% durante el último año. Por tamaño, se observa un mayor costo del crédito para las medianas empresas industriales, pues a un mayor porcentaje de estas le fueron otorgados créditos a tasas mayores a DTF+4 en comparación con sus pares pequeñas (ver gráficos 74 y 75).

En comercio, la proporción de créditos otorgados a DTF+4 se redujo en 6 puntos porcentuales, mientras que la de los préstamos otorgados a DTF+8 pasó

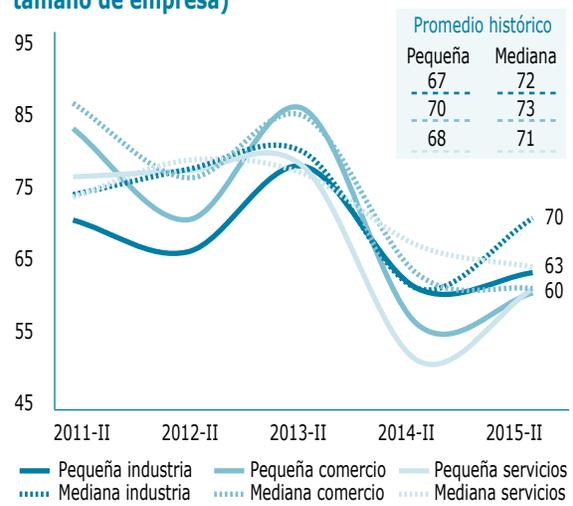
del 4% al 7% entre 2014 y 2015. Llama la atención que las medianas empresas (30%) accedieron en un mayor porcentaje a los créditos otorgados a tasas entre DTF+4 y DTF+8 que sus pares pequeñas (25%), ver gráficos 76 y 77.

En el sector servicios, el rango de tasa más común fue hasta DTF+4, con un 47% de los créditos otorgados (+5 puntos porcentuales frente a 2014-II). Al analizar las tasas de los créditos por tamaño de empresa, no se observan diferencias significativas, aunque cabe destacar que las empresas medianas obtuvieron en mayor proporción créditos que superan el

**Gráfico 80. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)**



**Gráfico 81. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)**



**Gráfico 82. Los recursos recibidos se destinaron a: (%)**

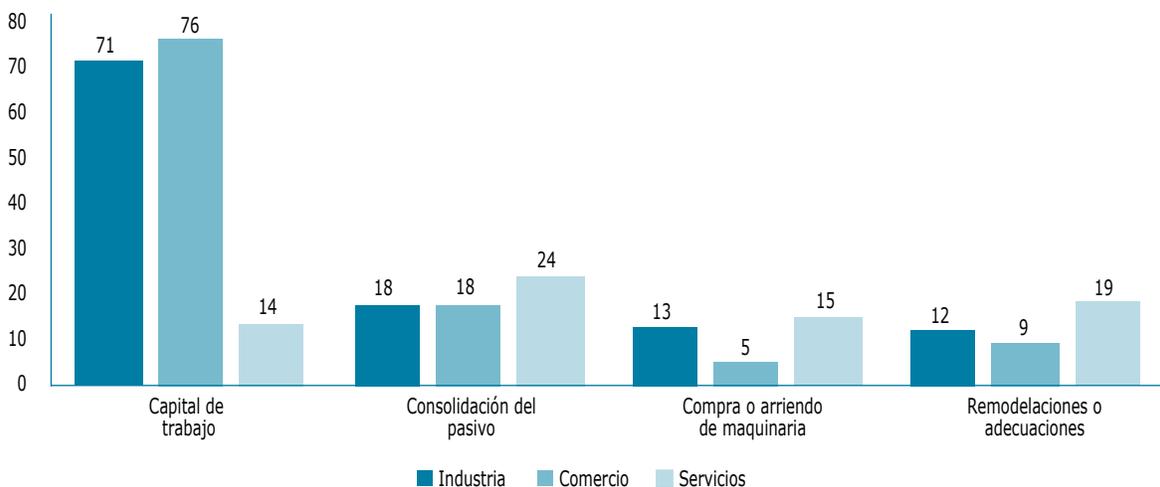
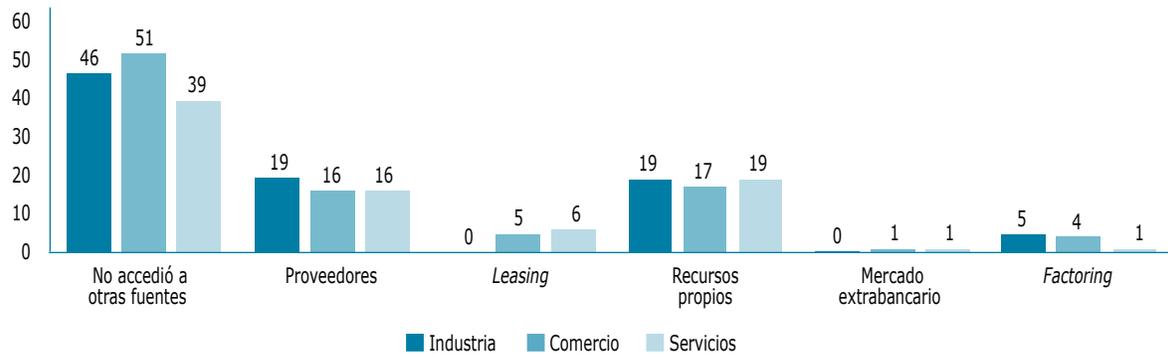
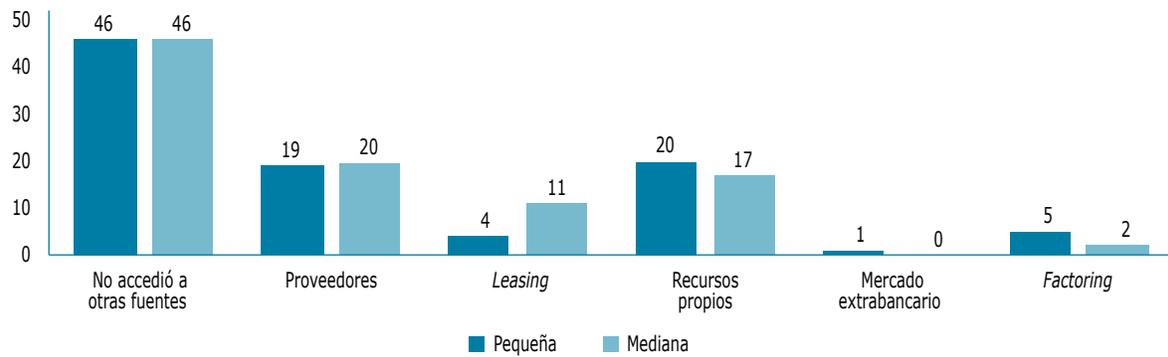


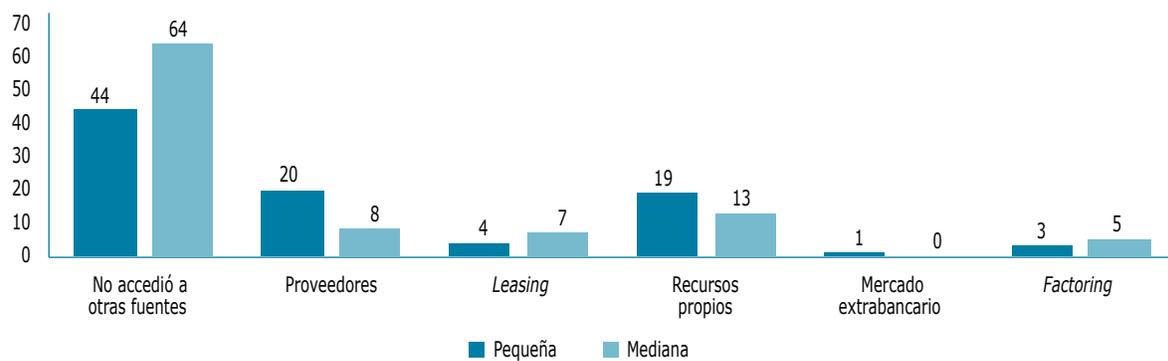
Gráfico 83. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



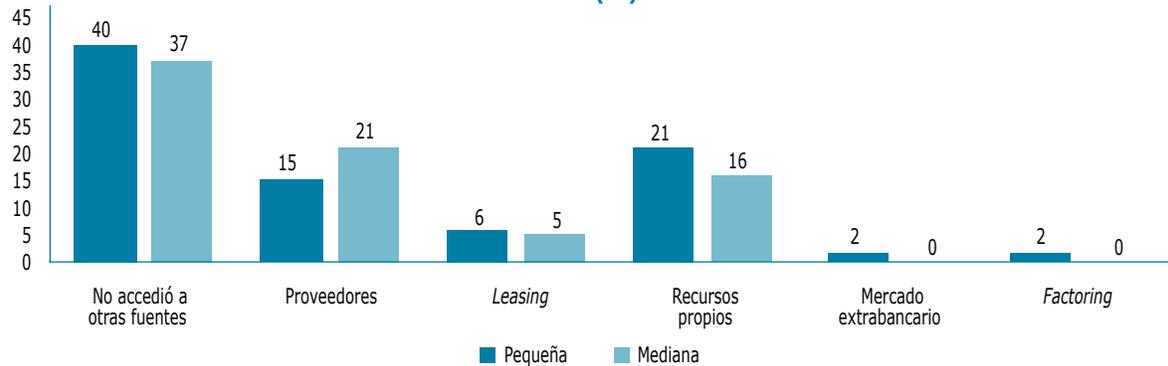
a. Industria (%)



b. Comercio (%)



c. Servicios (%)



rango de tasa DTF+4 respecto a las firmas pequeñas (ver gráficos 78 y 79).

La satisfacción respecto a la tasa de interés se mantuvo en niveles superiores al 50%, y repuntó en los tres macrosectores. En el caso de la industria, los registros de satisfacción subieron de niveles del 60% en el segundo semestre de 2014 al 64% en el mismo período de 2015, consolidándose como el sector con mayor satisfacción respecto a tasa de interés. En comercio, el nivel de satisfacción respecto a la tasa pasó del 58% en 2014-II al 60% en 2015-II. Asimismo, para las Pymes del sector servicios se observa un repunte al pasar del 58% en 2014-II al 61% en 2015-II (ver gráfico 80). Por tamaño de empresa, los resultados indican que no existen diferencias significativas en los niveles de satisfacción entre las firmas pequeñas y medianas para los sectores de comercio y servicios (menores a 3 puntos porcentuales), mientras que en las empresas de servicios la diferencia ascendió a los 8 puntos porcentuales en favor de las medianas (ver gráfico 81).

Los recursos solicitados por las Pymes industriales y comerciales al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo (alrededor del 71% en industria y un 76% en comercio). En segundo lugar, se ubicó la consolidación del pasivo como principal destino de los recursos. De hecho, el porcentaje de empresas que utilizaron estos recursos para la búsqueda de mejores condiciones de plazo, tasa o amortización de los créditos vigentes con intermediarios financieros fue del 18% en industria y comercio. En contraste, los recursos obtenidos del sector financiero por parte de los prestadores de servicios fueron utilizados de forma más pareja, así el 24% fue destinado a la consolidación de pasivos, el 19% en remodelaciones y adecuaciones y el 15% en compra o arriendo de maquinaria (ver gráfico 82).

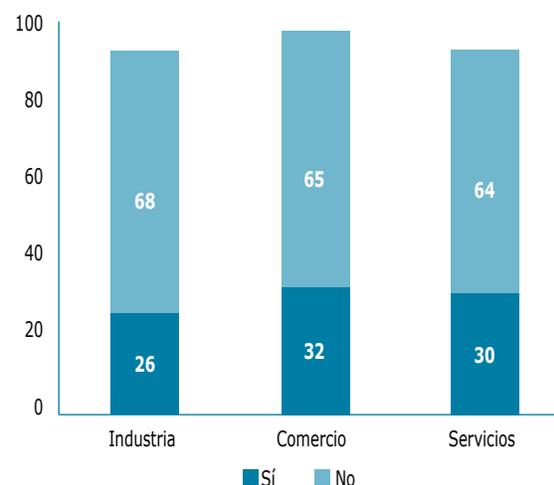
En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, un 46% de los encuestados en industria, un 51% en comercio y un 39% en servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2015. Los recursos propios fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de los tres macrosectores (19% industria y servicios y 17% comercio), aunque en el caso de industria hubo un empate en el primer lugar con los proveedores (19%). El uso de otras fuentes alternativas sigue siendo moderado, como en el caso del *leasing* (0% en industria, 5% en comercio y 6% en servicios) y el *factoring* (entre el 1% y 5% de las Pymes). Por su parte, el mercado extrabancario fue la opción menos utili-

zada por las Pymes. Por tamaños, se observa que el porcentaje de empresas pequeñas que no acceden a otras fuentes de financiamiento es igual que en las medianas en industria (46%), menor para comercio (44% vs. 64%) y mayor para servicios (40% vs. 37%). A su vez, las empresas medianas de industria y comercio usan más la herramienta del *leasing* (7%-11% de los entrevistados) en comparación con sus pares pequeñas (4%-6%), ver gráfico 83.

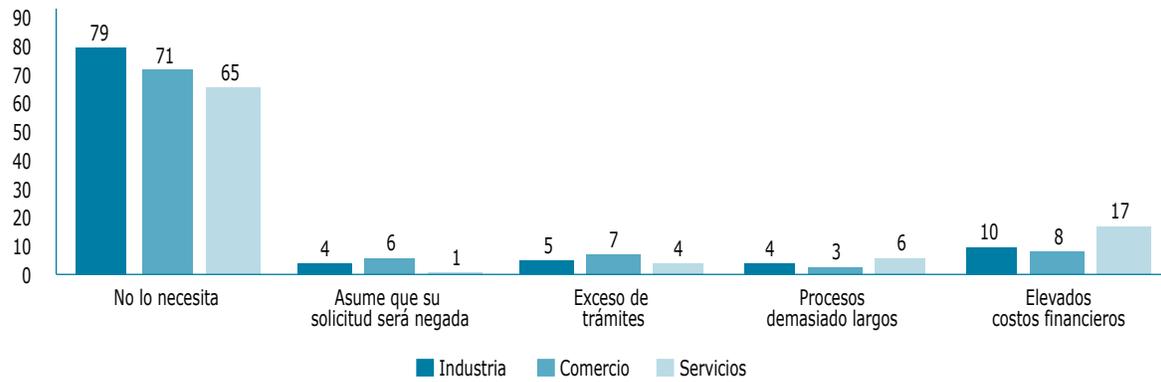
Esta edición de la Encuesta preguntó a los empresarios Pyme colombianos sobre el acceso a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año. Los resultados nos muestran que más de dos terceras partes de los encuestados no han accedido a este tipo de recursos. Específicamente, el 68% de los empresarios Pyme de industria, el 65% de comercio y el 64% de servicios no accedió a este tipo de recursos durante el último año (ver gráfico 84).

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores no solicitaron créditos al sistema financiero es que no lo necesitan (un 79% en industria, un 71% en comercio y un 65% en servicios). Esta proporción fue más alta para las empresas medianas que las pequeñas de los tres sectores (93% vs. 75% en industria, 79% vs. 66% en comercio y 68% vs. 64% en servicios). En segundo lugar, están los elevados costos financieros (un 10% en industria, 8% en comercio y un 17% en servicios), condición que por tamaño empresarial mostró ser superior para las pequeñas empresas en todos los macrosectores (ver gráfico 85).

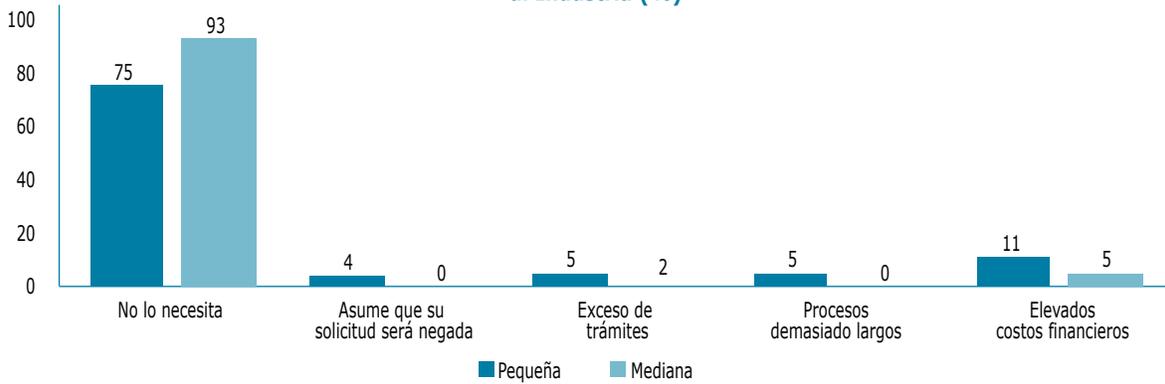
**Gráfico 84. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año?**



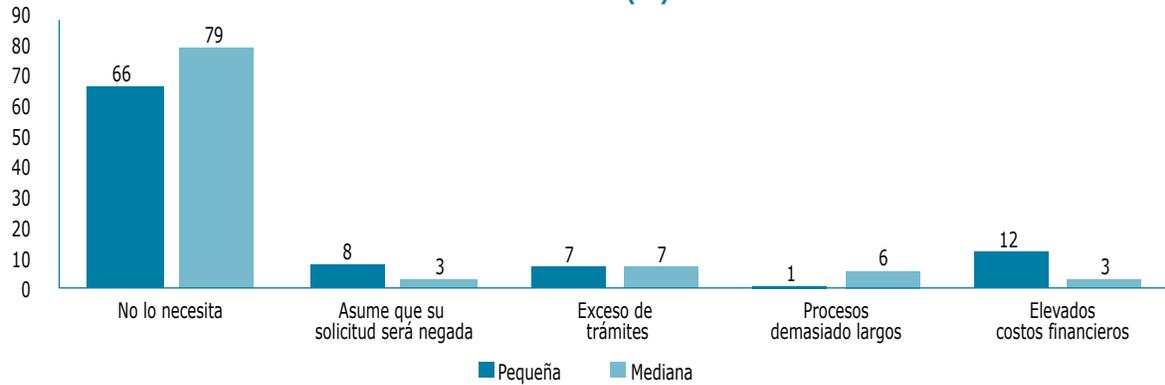
**Gráfico 85. No solicitó crédito al sistema financiero porque: (%)**



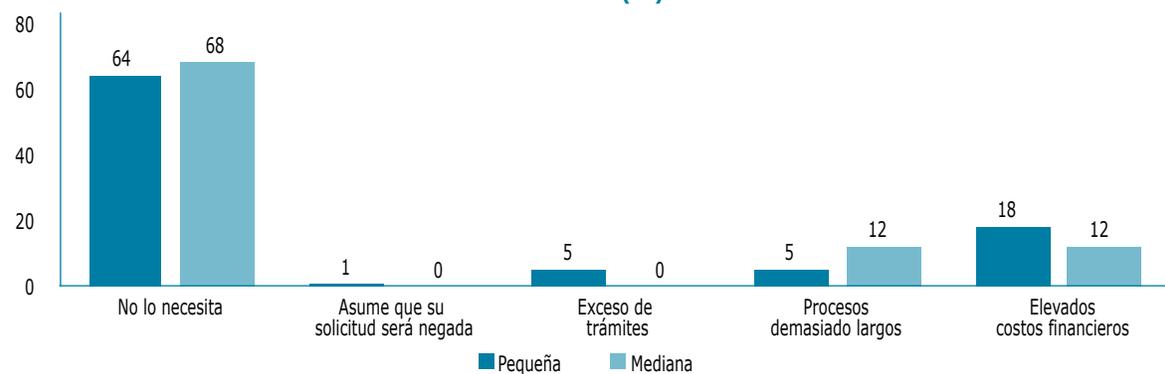
**a. Industria (%)**



**b. Comercio (%)**



**c. Servicios (%)**



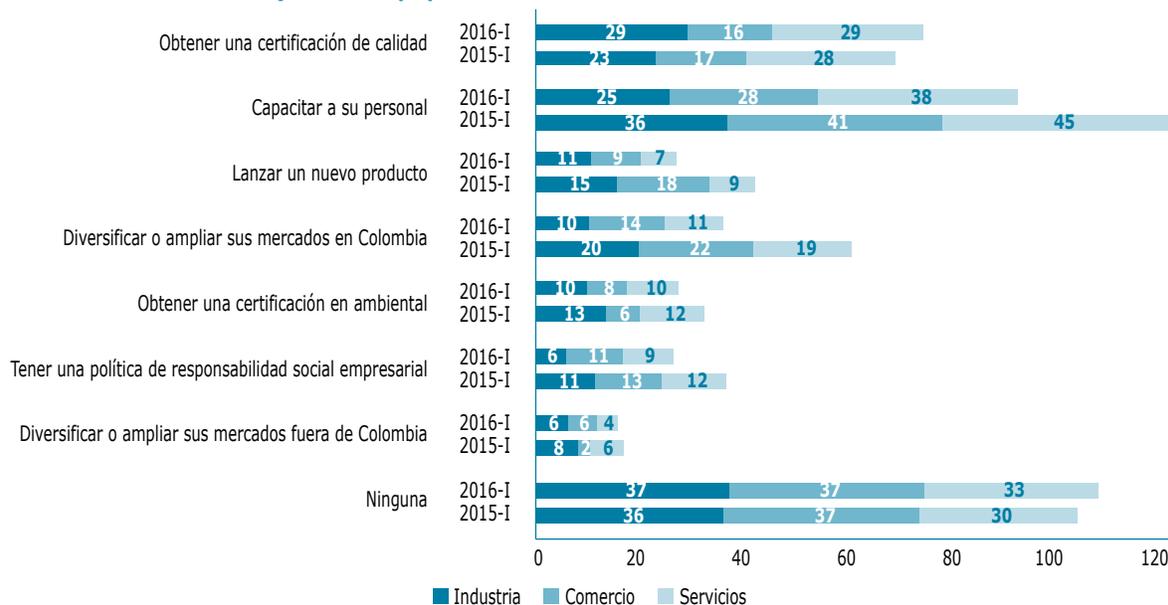
## Acciones de mejoramiento

En el módulo de acciones de mejoramiento se indaga sobre las acciones que las empresas han implementado durante el último semestre para incrementar su competitividad. La última medición de la Encuesta indica que el porcentaje de Pymes que desarrollaron recientemente alguna acción en este sen-

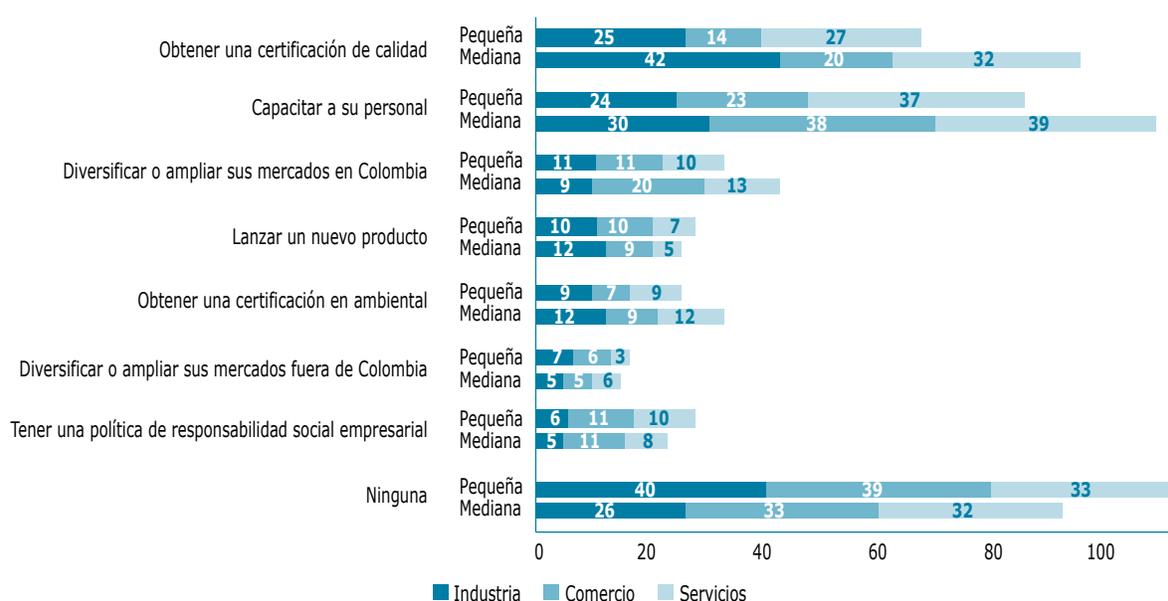
tido permaneció similar a la observada en la lectura del primer semestre de 2015.

En efecto, mientras que en 2015-I el porcentaje de Pymes que realizaron acciones de este tipo fue en promedio del 66%, en la lectura del primer semestre

**Gráfico 86. Acciones de mejoramiento (%)**



**Gráfico 87. Acciones de mejoramiento por tamaño de empresa en el primer semestre de 2016 (%)**



de 2016 este porcentaje se ubicó en 65% (ver gráfico 86). Por tamaño, se observa que, en promedio, en las empresas pequeñas cerca del 63% efectuó al menos una acción de mejoramiento. En las empresas medianas este valor fue mucho mayor, pues llegó al 70% (ver gráfico 87).

La capacitación al personal fue la principal área de acción del sector de comercio y servicios en el primer

semestre de 2016. Específicamente, el 28% de las empresas en el sector comercial capacitó a su personal, y el 38% en servicios. Entre tanto, la obtención de una certificación de calidad ocupó el segundo lugar para las firmas de estos sectores (16% en comercio y 29% en servicios). Por su parte, las Pymes manufactureras se enfocaron principalmente en acciones encaminadas a obtener certificados de calidad (29%) y luego a la capacitación de su personal (25%).

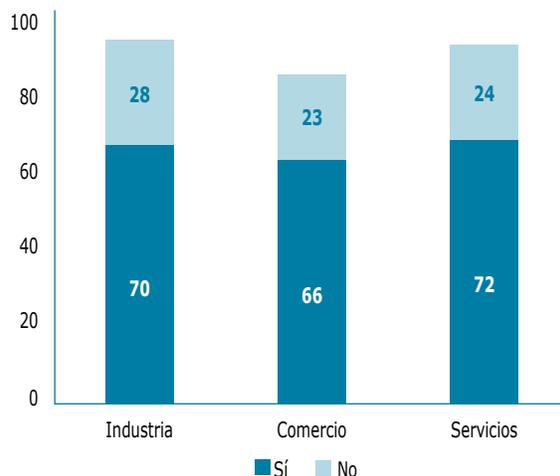
## Mercado laboral

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme a nivel nacional y regional. A continuación, analizaremos los resultados de esta indagación para la medición nacional.

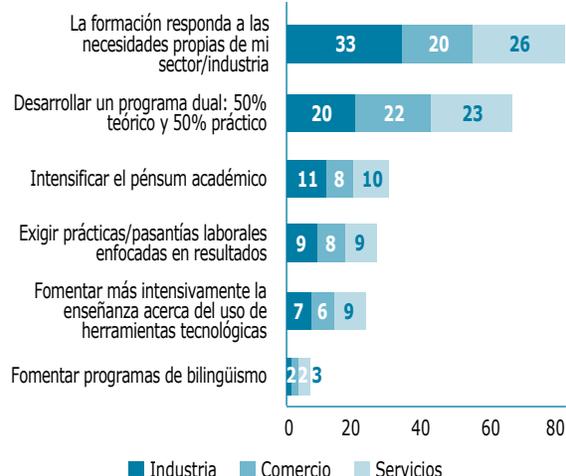
En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios del país si la formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados respondía a las necesidades de su empresa. Se encontró que en los tres macrosectores, la mayoría de los encuestados reportó que la formación académica si cumplía con las necesidades que demandaba su firma (70% industria, 66% comercio y 72% servicios, respectivamente).

Adicionalmente, se les indagó en que se debería cambiar o mejorar la oferta educativa a los que consideraban que esta era insuficiente. Se encontró que el 33% de los empresarios del sector manufacturero, el 20% del comercial y el 26% de los de servicios abogó principalmente por una formación que responda más a las necesidades propias de sus negocios. El desarrollo de programas duales que combinan la teoría con la práctica fue señalado por el 20% de los industriales, el 22% de los empresarios de comercios y el 23% de los de servicios como una estrategia de mejora de la oferta educativa. La intensificación del pénsun académico (11% en industria, 8% en comercio, 10% en servicios) y la exigencia de prácticas laborales enfocadas en resultados (9% en industria, 8% en comercio, 9% en servicios) también fueron selecciona-

**Gráfico 88. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa (%)**



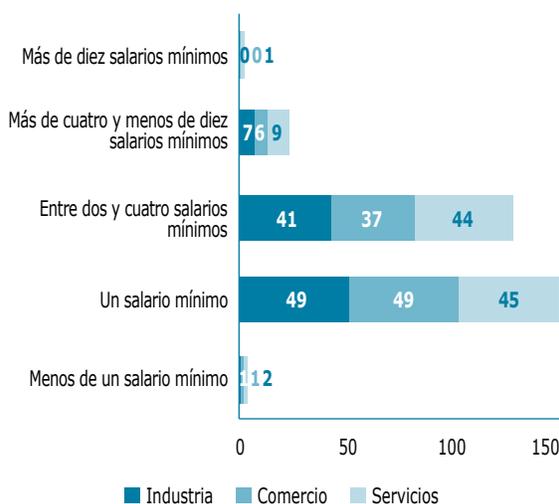
**Gráfico 89. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto, ¿qué se debería cambiar/mejorar? (%)**



dos como importantes mecanismos para mejorar la formación profesional.

Cuando se indagó por la distribución de la contraprestación salarial de sus empresas, se encontró que en industria, comercio y servicios casi la mitad de los empleados ganaba el salario mínimo (49%, 49% y 45% en cada caso), ver gráfico 90. La siguiente remuneración salarial con mayor frecuencia se evidenció en el rango entre 2 y 4 salarios mínimos (41% en industria, 37% en comercio y 44% en servicios). Asimismo, se observó que menos del 10% de los empleados de los tres macrosectores devenga más de 4 salarios mínimos y menos de 10. De hecho, menos del 1% del personal de las Pymes encuestadas devenga un sueldo que sobrepasa los 10 salarios mínimos.

**Gráfico 90. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente: (%)**



Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinser-tadas en su empresa. Se encontró que más de la cuarta parte de las empresas industriales, comerciales y de servicios Pyme del país lo haría siempre y cuando tuvieran la formación y capacitación requerida, y se les diera incentivos tributarios (26%, 25%, 26% en cada caso), ver gráfico 91. Adicionalmente, el 24% de los empresarios industriales, el 22% de los comerciales y el 21% de los de servicios respondió que contratarían personas reinser-tadas siempre y cuando tuvieran la formación requerida. Por otro lado, un 21% de las Pymes manufactureras encues-tadas, un 23% de las comerciales y un 19% de las de servicios expresó que bajo ninguna circunstancia contrataría reinser-tados.

**Gráfico 91. ¿Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinser-tadas en su empresa? (%)**



## Comercio exterior

En el ámbito del comercio exterior, las Pymes a nivel nacional se caracterizan por tener una oferta reducida en materia de manufacturas y servicios. Para esta medición de la Encuesta se pudo observar que el porcentaje de empresas no exportadoras tanto industriales como de servicios disminuyó. Sin embargo, se sigue encontrando que el grueso de las empresas no son exportadoras. En particular, para el sector industrial se ve que las empresas

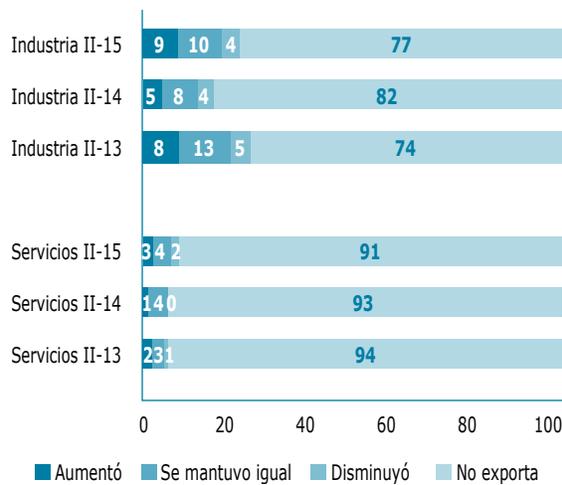
no exportadoras pasaron de ser el 82% en 2014-II a 77% en 2015-II, ver gráfico 92. Además, el 9% aumentó sus exportaciones frente al 5% reportado en la medición anterior. En cuanto a la proporción de Pymes de servicios que exportan, esta pasó del 7% en 2014-II al 9% en 2015-II. Por su parte, el porcentaje de Pymes que afirmaron experimentar un aumento en sus exportaciones pasó del 1% al 3% a lo largo del último año.

En esta edición de la Encuesta se incluyeron 2 preguntas nuevas. En primer lugar, se preguntó sobre las razones por las cuales su empresa no exporta. Para el caso de Pymes industriales, el 34% dijo no estar interesado; la segunda razón para no exportar es que no saben cómo hacerlo (23%), mientras que quienes consideran que no cuentan con productos de exportación representan el 14%. En el caso de las empresas de servicios, el 70% de las empresas dijo tener otros motivos para no exportar diferentes a los presentados en la encuesta. Dentro de las opcio-

nes contempladas, la principal razón por la que no exportan es porque no saben cómo hacerlo (24%); la segunda razón más común por la que no exportan es porque no están interesados en hacerlo (4%), ver gráfico 93.

La segunda pregunta que se incluyó en esta medición de la Encuesta respecto a comercio exterior es si los empresarios Pyme tienen algún plan de internacionalización para su negocio. El 51% de los industriales cuenta con un plan de internacionalización,

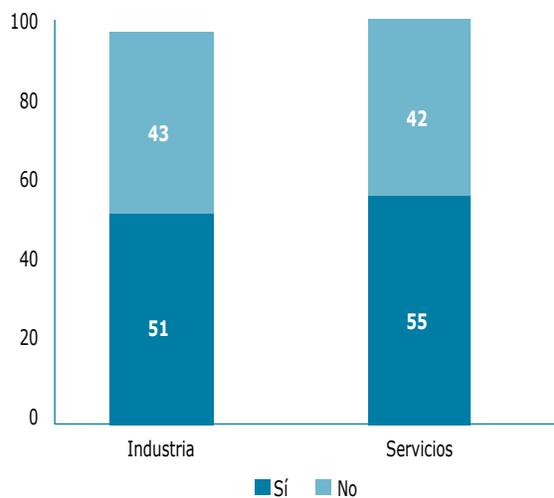
**Gráfico 92. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015(%)**



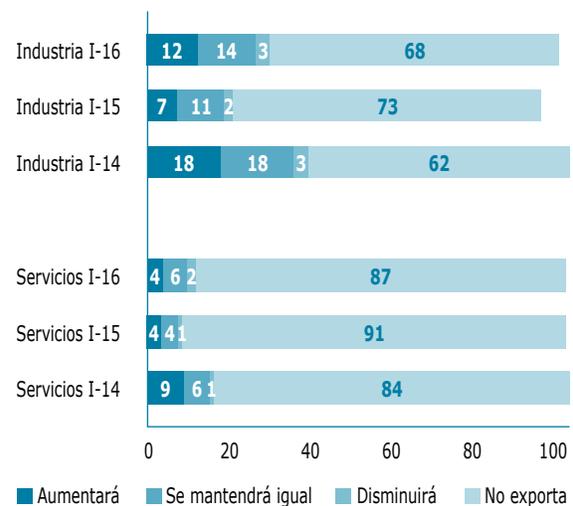
**Gráfico 93. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?**



**Gráfico 94. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?**



**Gráfico 95. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)**



mientras que en el sector de servicios este porcentaje asciende a 55% como lo muestra el gráfico 94.

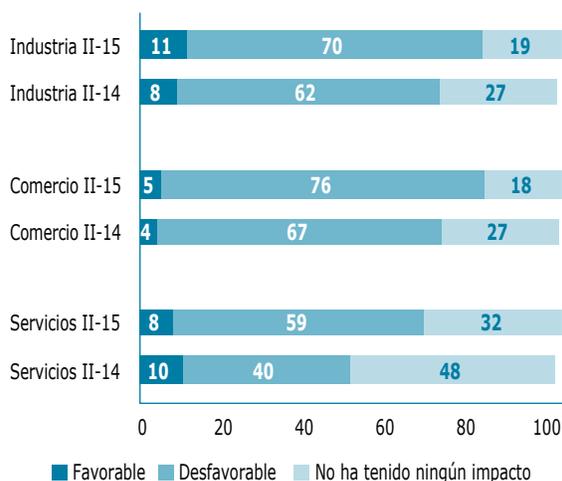
Finalmente, en materia de expectativas, como lo muestra el gráfico 95, las Pymes que esperaban aumentos en su volumen de exportación pasaron del 7% en 2015-I al 12% en 2016-I en el caso industrial y se mantuvieron en el 4% para el caso de las Pymes de servicios. De igual forma, el gran grueso de las empresas encuestadas aseguraron que no iban a exportar en el primer semestre de 2016 (un 68% de industria y un 87% de servicios).

Frente al impacto de la reciente devaluación peso-dólar que ha sufrido el país en el último año, el 70% de los empresarios industriales, el 76% de los comerciales y el 59% de los empresarios de servicios respondieron que esto tuvo efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo se-

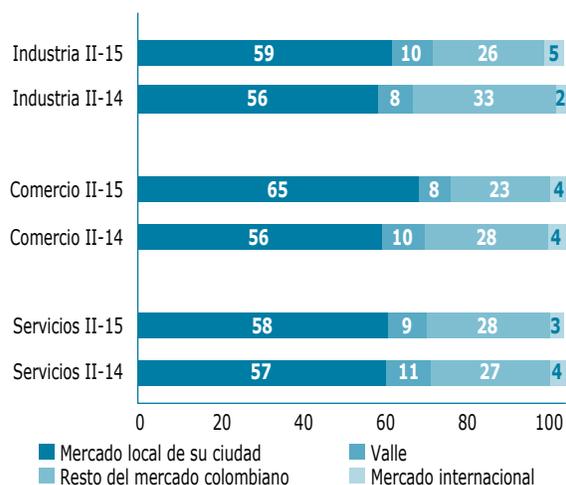
mestre de 2015 (ver gráfico 96). Estos resultados reflejan la creciente preocupación por parte de los empresarios Pyme frente al tema cambiario, ya que en los tres sectores el porcentaje que considera que la devaluación trae consecuencias negativas para su negocio aumentó respecto al registro anterior. En particular, en el sector industrial la desfavorabilidad creció 8 puntos porcentuales frente a la medición de 2014, para comercio creció en 9 puntos porcentuales y para servicios en 19 puntos porcentuales.

Por segunda ocasión en la Encuesta se preguntó a las Pymes a nivel nacional por la participación de distintos mercados en el total de las ventas de sus empresas durante el segundo semestre de 2015. A lo anterior, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que entre el 57% y el 59% de las ventas están definidas para el mercado local y entre el 3% y el 5% se destinan al mercado internacional, ver gráfico 97.

**Gráfico 96. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)**



**Gráfico 97. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)**



# Indicador Pyme Anif - IPA

Desde el primer semestre de 2010 se viene presentando el Indicador Pyme Anif (IPA). Este indicador representa una contribución analítica para resumir, en un solo valor, el clima en el que se desarrollan los negocios en el segmento Pyme. El IPA recoge variables que permiten determinar el ciclo de la economía, a saber: i) la situación económica respecto al período anterior (semestre comparativo); ii) la situación del volumen de ventas respecto al período anterior (semestre comparativo); iii) las expectativas de desempeño de la empresa en el siguiente período; y iv) las expectativas de ventas de la empresa en el siguiente período.

De esta manera, y usando sofisticadas herramientas estadísticas, los umbrales de clima económico quedaron definidos de la siguiente manera: “regular” para valores menores a 55, “bueno” para valores entre 55 y 73, y “muy bueno” para valores mayores a 73.

En la primera medición de 2016, el IPA alcanzó un valor de 62, ubicándose en el plano denominado como “bueno” (ver gráfico 99). Así, este indicador presentó un descenso de 4 unidades con respecto al valor reportado en la anterior medición de la Encuesta, continuando con una tendencia negativa, como consecuencia de la desaceleración económica que está enfrentando el país en 2015-2016.

Adicionalmente, se incluyó la diferenciación del IPA por tamaño de empresa, como se viene haciendo desde el primer semestre de 2012. Los resultados indican que las empresas pequeñas presentan una mayor afectación en su situación económica, pues alcanzaron un IPA de 60 (vs. un 65 de 2015-II). En contraste, dicha variable fue de 64 en las empresas medianas, alcanzando también la calificación de “buen” ambiente de negocios, aunque cabe aclarar que esto representa una caída frente al registro de 67 observado en 2015-II.

La tendencia de desaceleración en el IPA es consistente con el menor dinamismo experimentado por los empresarios de los tres macrosectores Pyme con respecto a su situación económica general en el segundo semestre de 2015. Esto se suma a la fuerte caída en los niveles de optimismo de las perspectivas de los tres sectores en materia de desempeño general, producción y ventas para 2016-I. Dicha desaceleración a nivel de expectativas es consistente con una lectura macroeconómica menos favorable para el año 2016, donde Anif espera crecimientos del PIB-real del orden del 2.5%, que representarían un descenso considerable frente al 3.1% observado al cierre de 2015 y al 4.4% del cierre de 2014.

**Gráfico 98. Indicador Pyme Anif-IPA**  
(Histórico de situación económica y ventas; y expectativas de desempeño general y ventas)



# Ficha Técnica Nacional

## Técnica

Entrevista telefónica y presencial, con aplicación de un cuestionario estructurado.

## Grupo objetivo

Directivos o personas a cargo del área financiera de empresas de los sectores de comercio e industria con activos entre \$345 millones, 416 mil y \$ 20.684 millones, o número de empleados entre 11 y 200; y para el sector servicios con ventas entre \$836 millones y \$ 16.707 millones, o número de empleados entre 11 y 200.

## Cubrimiento

Nacional (18 departamentos).

## Tipo de muestreo

Estratificado por sector y subsector económico, con selección aleatoria a partir del marco muestral.

## Tamaño de la muestra

1.795 empresas encuestadas.

| Tamaño       | Industria  | Comercio   | Servicios  | Muestra total |
|--------------|------------|------------|------------|---------------|
| Pequeñas     | 323        | 449        | 586        | 1.358         |
| Medianas     | 86         | 151        | 200        | 437           |
| <b>Total</b> | <b>409</b> | <b>600</b> | <b>786</b> | <b>1.795</b>  |

## Margen de error

Menor al 5% a nivel de los macrosectores y al 10% a nivel de los subsectores.

## Frecuencia

Semestral.

## Medición

Marzo – Mayo de 2016.

## Realizado por

Cifras & Conceptos S.A.

## Comité técnico

|   |  |
|---|--|
| <b>Banco Interamericano de Desarrollo – BID</b> | Carlos A. Novoa  |
| <b>SECO</b>                                     | Catalina Pulido<br>Christian Sieber  |
| <b>Bancóldex</b>                                | Claudia Da Cunha<br>María José Naranjo<br>Luis Fernando Ruiz   |
| <b>Banco de la República</b>                    | Eliana González<br>María Alejandra Hernández   |
| <b>Anif</b>                                     | Alejandro Vera<br>Daniela Londoño<br>Julián Cortés<br>María Paula Aguirre<br>María Inés Vanegas · Publimarch Ltda. |
| <b>Cifras &amp; Conceptos S.A</b>               | César Caballero<br>Daniel Castellanos<br>Camilo Silva  |

Informes: [avera@anif.com.co](mailto:avera@anif.com.co) • [dlondono@anif.com.co](mailto:dlondono@anif.com.co) • [jcortes@anif.com.co](mailto:jcortes@anif.com.co)

Diseño de carátula: Nicolas Gaviria

Diseño y producción electrónica: Camila Rodríguez-Lorena Hernández-Nicolas Gaviria-Tatiana Herrera