

LA GRAN ENCUESTA PYME

LECTURA NACIONAL

INFORME DE RESULTADOS
1er. semestre 2017

ISSN 1909-4175

BANCOLDEX
PROMUEVE EL DESARROLLO EMPRESARIAL



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embajada de Suiza en Colombia
Cooperación Económica y Desarrollo (SECO)

Firma Encuestadora:



LA
GRAN ENCUESTA
PYME

LECTURA NACIONAL

INFORME DE RESULTADOS
1er. semestre 2017

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
Capital social y formación de precios	34
Comercio exterior	36
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 2017.

Con esta medición, la Encuesta completa 23 lecturas semestrales, a nivel nacional, en sus cuatro módulos temáticos: Situación actual, Perspectivas, Financiamiento y Acciones de mejoramiento. Asimismo, se incluyen, por onceava ocasión, los resultados de la diferenciación por tamaño de empresas: pequeña y mediana.

La Encuesta fue realizada en los meses de marzo a junio de 2017 por Cifras & Conceptos, firma encuestadora encargada del trabajo de campo de la Gran Encuesta Pyme desde 2014. En la última lectura se entrevistó a 1.793 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 2017 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 2016, principalmente en los sectores de industria y comercio. En contraste, en el sector de servicios, 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 princi-

pales indicadores. Cabe señalar que estos resultados van en línea con el menor ritmo de crecimiento económico del país, el cual se ubicó en un 2% anual durante el año 2016, frente al 3.1% observado en el año 2015 y al 4%-4.5% promedio de los años 2010-2014.

Con la desaceleración, los empresarios (sobre todo industriales) redujeron su optimismo en sus expectativas de corto plazo, acompañados de altos niveles de incertidumbre. De hecho, un 18% de los empresarios en el sector industrial y comercio y un 15% en servicios no tenían certeza sobre qué pasaría con su situación económica en el primer semestre de 2017.

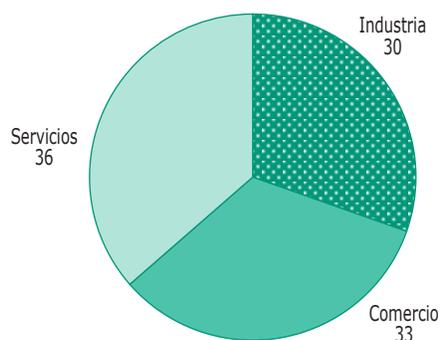
Por otra parte, el Indicador Pyme Anif (IPA), que mide el clima de los negocios en el segmento Pyme, disminuyó en 2 puntos con respecto a lo observado en la lectura del segundo semestre de 2016. De este modo, el indicador alcanzó un valor de 61 y se ubicó en el plano denominado como bueno. Esta caída también se presentó en el IPA de las pequeñas empresas (-3 puntos) y se ubicó en 59. En contraste, las empresas medianas tuvieron un crecimiento en el IPA (+3 puntos), alcanzando un valor de 66. 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.

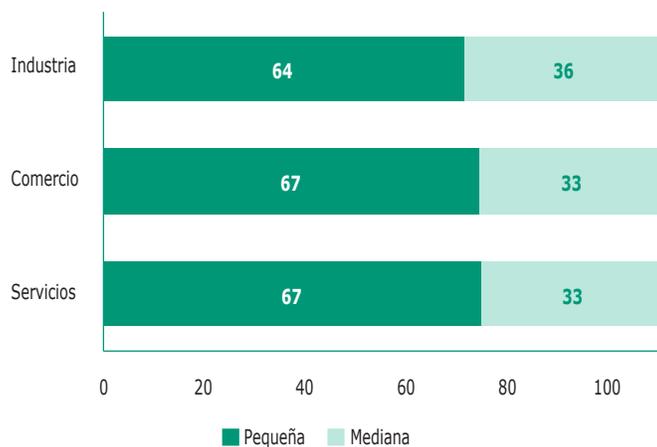
Análisis de resultados a

Distribución de la muestra (%)

Total



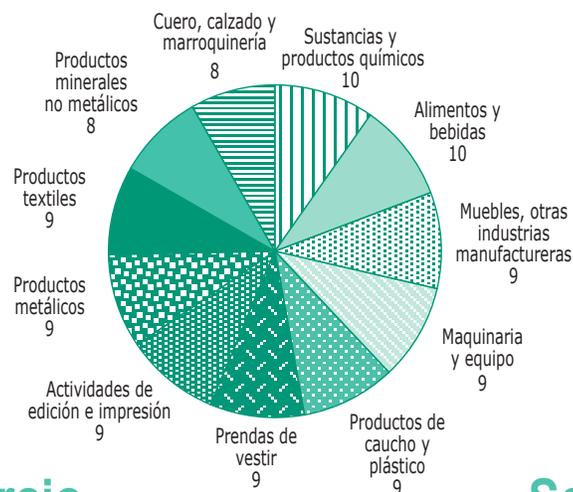
Por tamaño



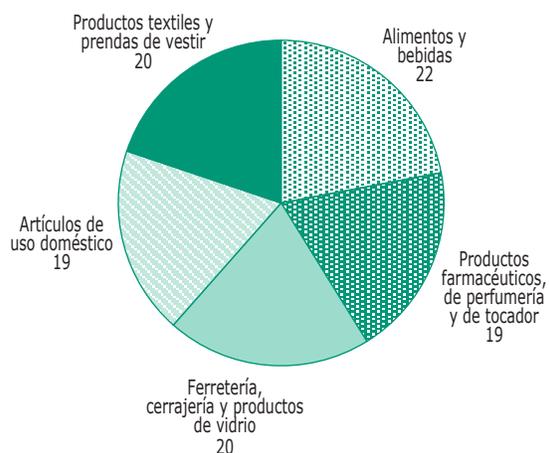
nivel nacional

Distribución de la muestra a nivel sectorial (%)

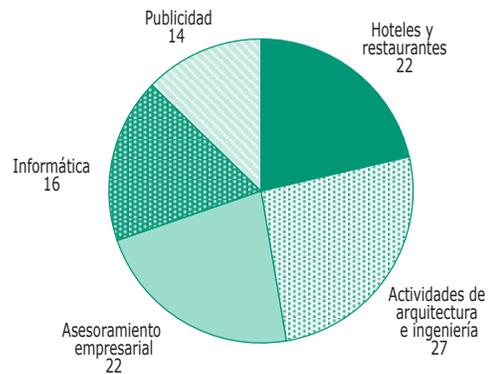
Industria



Comercio



Servicios



Situación actual

Segundo semestre de 2016

• Sector industria

La situación económica general de las Pymes industriales presentó un comportamiento menos favorable en el segundo semestre de 2016 al compararlo con lo observado en el segundo semestre de 2015. El porcentaje de Pymes industriales que reportaron una mejoría en su situación económica general fue del 35% durante el segundo semestre de 2016, menor al observado un año atrás (42%). Al mismo tiempo, la proporción de empresarios industriales insatisfechos con su desempeño alcanzó un 22%, superando en 4 puntos porcentuales la cifra de 2015-II (ver gráfico 1).

En particular, un 24% de las empresas industriales pequeñas reportó que su situación económica general fue peor en el segundo semestre de 2016 con respecto a la del primer semestre. Un año atrás dicha cifra se ubicó en un 18%. De otro lado, un 14% de las empresas medianas afirmó que su situación se deterioró frente al 16% reportado para 2015-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 disminuyó de 24 puntos en 2015-II a 14 en 2016-II, ubicándose por debajo de su promedio histórico (28), 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: alimentos y bebidas (balance de respuestas de 34); productos metálicos (28); y sustancias y productos químicos (25). Por su parte, las ramas que se caracterizaron por presentar percepciones menos favorables fueron: cuero, calzado y marroquinería (-16); productos minerales no metálicos (-3); y productos textiles (-3).

Con respecto a la evolución de las ventas, las opiniones de los empresarios del sector industrial presentaron la misma tendencia en el balance de respuestas a la registrada por la situación económica

Gráfico 1. ¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2016 con respecto al primer semestre de 2016? (%)

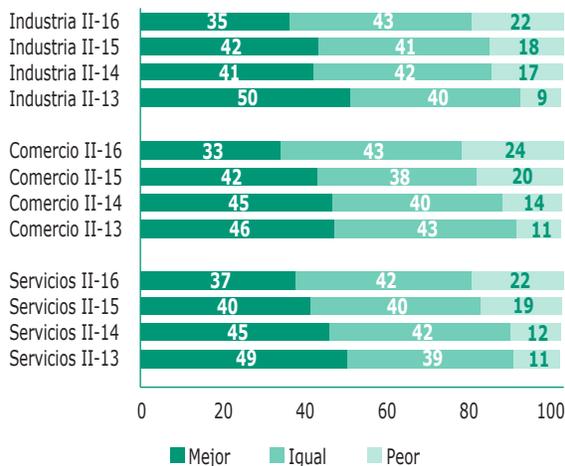
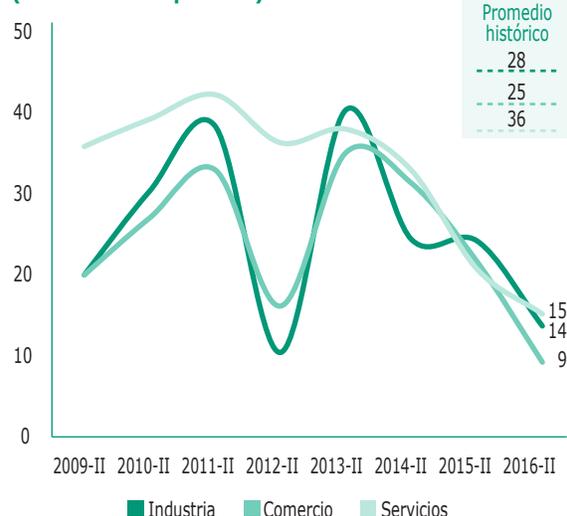


Gráfico 2. Situación económica general (Balance de respuestas)



ca general. Así, el balance de respuestas se redujo frente a la medición del año anterior, pasando de 27 a 10 entre 2015-II y 2016-II (ver gráfico 4), con lo cual se ubicó por debajo de la línea del promedio histórico (26). En efecto, un 25% de las Pymes manifestó que sus ventas cayeron, cifra superior a la observada un año atrás (19%). Adicionalmente, fueron las empresas medianas las que incrementaron más su nivel de ventas, pues dicho porcentaje alcanzó un 41% de las respuestas, mientras que en las pequeñas fue del 33% (ver gráfico 5). El crecimiento promedio anual de las ventas de la mayoría de las empresas Pyme industriales estuvo entre

el 0% y el 10% (63% de la Pymes encuestadas) en 2016-II. Tan solo un 9% 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 pérdida de dinamismo en la demanda de las Pymes. En el caso de la industria, el balance de respuestas a esta pregunta se redujo en 12 puntos y pasó de 21 en 2015-II a 9 en 2016-II (ver gráfico 7). Por tamaño, las empresas pequeñas registraron un balance de respuestas de 6, mientras que para las medianas el balance fue de 19. Dichas cifras representan disminu-

Gráfico 3. Situación económica general (Balance de respuestas)

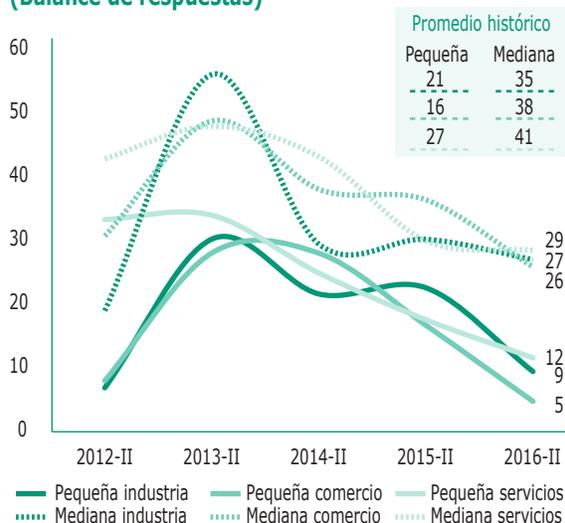


Gráfico 4. Ventas (Balance de respuestas)

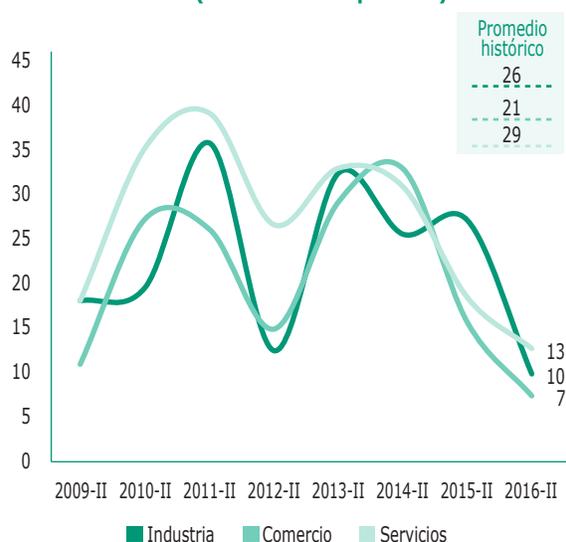


Gráfico 5. Ventas por tamaño de empresa (Balance de respuestas)

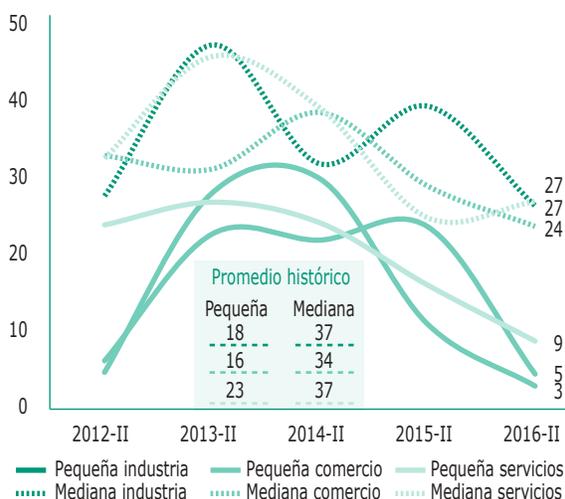
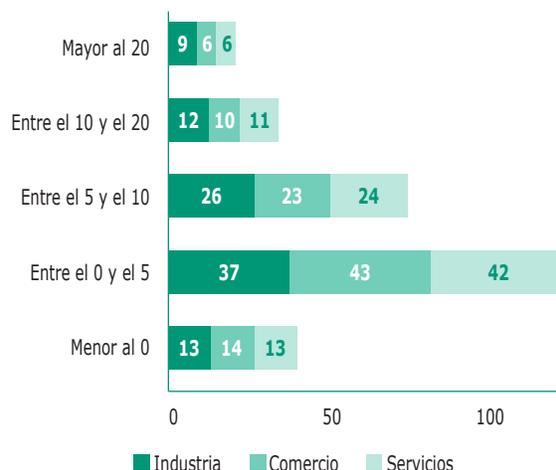


Gráfico 6. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016 ha sido (%):



ciones de 14 y 7 unidades, respectivamente, frente al dato de un año atrás (ver gráfico 8).

Para el sector industrial Pyme, el nivel de existencias era adecuado en el 83% de los casos, menor al dato observado en el segundo semestre de 2015 (85%), ver gráfico 9. El porcentaje de empresas medianas que reportaron que sus existencias eran adecuadas fue del 85% y en las pequeñas del 83%. Esto indica que las Pymes pudieron anticipar sus niveles 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 presentó una baja durante el último año y se ubicó en 10 en el segundo semestre de 2016. De acuerdo con los empresarios Pyme, un 23% redujo sus niveles de producción en el segundo semestre de 2016, mientras que un 33% la incrementó. Dicha disminución fue menor en las empresas pequeñas, donde un 26% la bajó, frente al 38% observado en las empresas medianas.

Estos niveles de producción llevaron a que la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) permanecie-

Gráfico 7. Pedidos (Balance de respuestas)

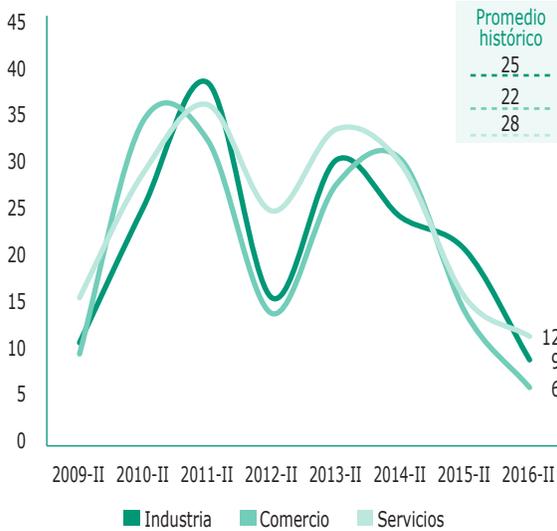


Gráfico 8. Pedidos por tamaño de empresa (Balance de respuestas)

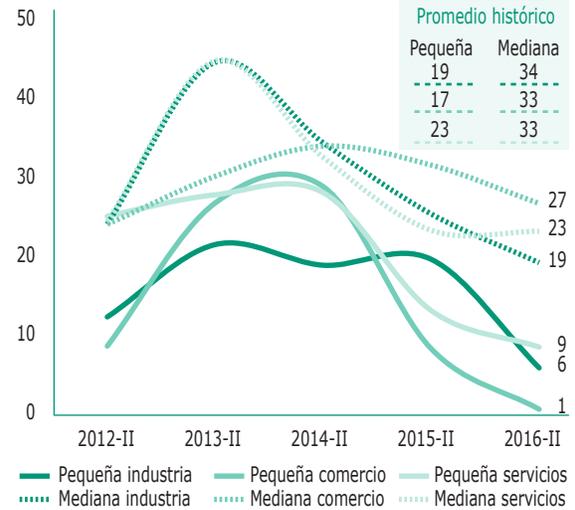


Gráfico 9. Existencias (%)

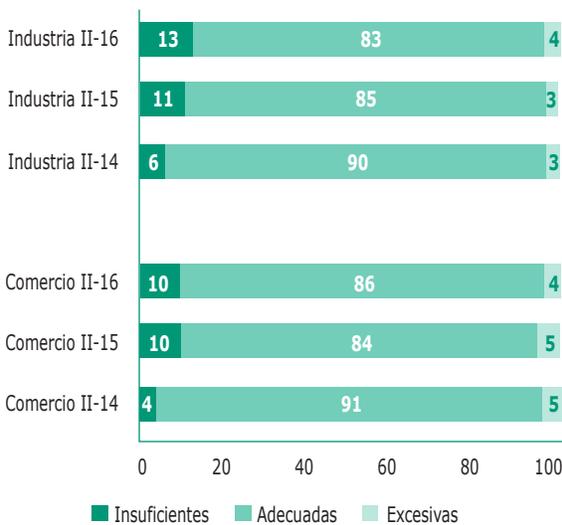
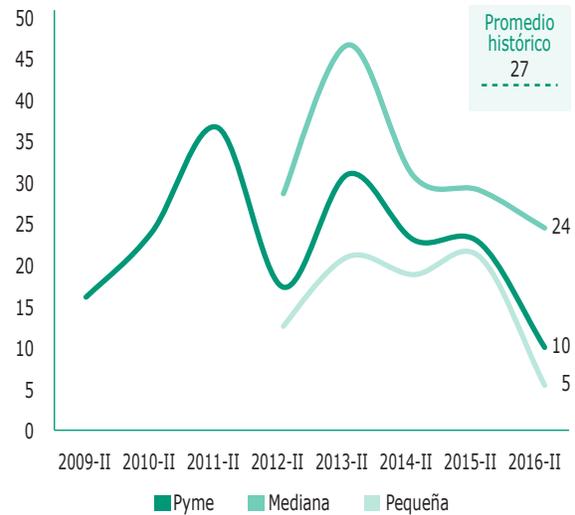


Gráfico 10. Producción industrial (Balance de respuestas)



ra constante. En el segundo semestre de 2016, esta se encontraba alrededor de un 80%, equivalente a la observada durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 11). Por tamaño, las pequeñas y medianas empresas también mantuvieron un nivel de producción entre el 50% y el 90% de su capacidad instalada (ver gráfico 12).

Sin embargo, los empresarios industriales aumentaron levemente su inversión en maquinaria y equipo. El balance de respuestas a esta pregunta llegó a 12 en 2016-II, mayor en 2 puntos frente al observado en el segundo semestre de 2015, aunque por

debajo de su promedio histórico de 17 (ver gráfico 13). Cabe señalar que el 68% de las empresas mantuvo constante la inversión en maquinaria y equipo en el segundo semestre de 2016. De la misma forma, el 68% de las empresas pequeñas y el 66% de las empresas medianas mantuvieron igual la inversión en maquinaria y equipo.

De otro lado, en el sector manufacturero se observó un descenso de los costos de los insumos productivos durante el segundo semestre de 2016. El balance de respuestas (32) a esta pregunta indica que el porcentaje de Pymes industriales que manifiesta-

Gráfico 11. Utilización de la Capacidad Instalada (promedio de las Pymes industriales)

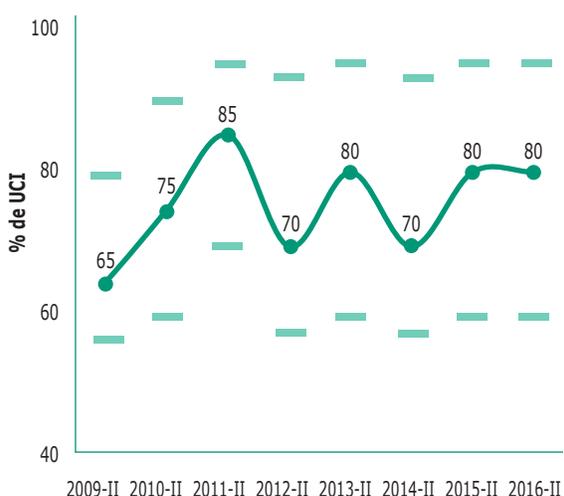


Gráfico 12. Utilización de la Capacidad Instalada por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2016 (% de las Pymes industriales)

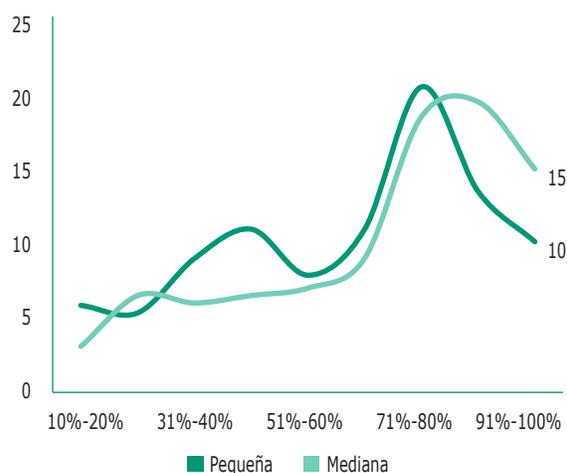


Gráfico 13. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

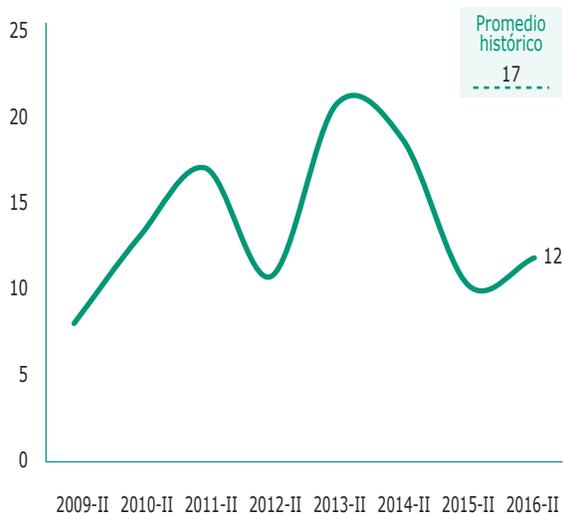
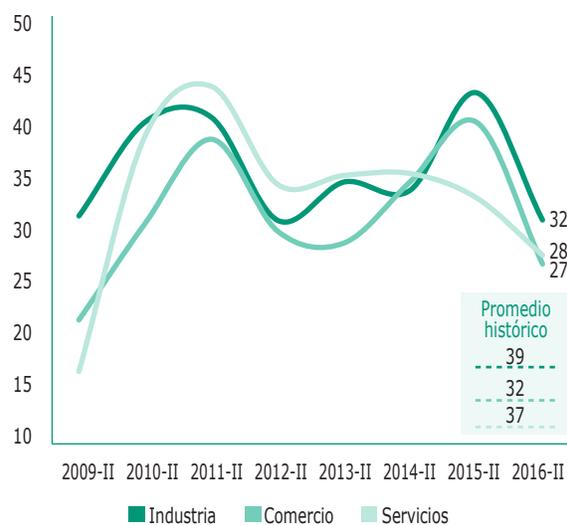


Gráfico 14. Costos (Balance de respuestas)



ron haber sufrido un encarecimiento de sus insumos (44%) fue superior al de aquellas que reportaron una reducción en sus costos (12%); no obstante, este balance de respuestas decreció en 12 puntos porcentuales frente al observado un año atrás (ver gráfico 14). Analizando por tamaño empresarial, la proporción de empresas pequeñas que sufrieron un encarecimiento de sus costos fue del 13%, mientras que para las medianas fue del 11% (ver gráfico 15).

Lo anterior afectó los márgenes de ganancia, los cuales continuaron desacelerándose. En el gráfico 16 se observa que, en el caso de las Pymes industriales, el balance de respuestas a esta última pregunta pasó de 8 en el segundo semestre de 2015 a 5 en igual semestre

de 2016, por debajo de su promedio histórico (11). No obstante, dicha situación fue más grave en las empresas pequeñas, pues su balance de respuestas cayó a 0 (vs. 8 en 2015-II). En las empresas medianas, el balance de respuestas aumentó, al pasar de 7 en 2015-II a 22 en 2016-II, ver gráfico 17.

El empleo del sector industrial se desaceleró, pues el balance de respuestas se ubicó en -2 en el segundo semestre de 2016, un valor más bajo que el observado en el segundo semestre de 2015 (6). De hecho, la proporción de Pymes industriales que redujeron su planta de personal fue de un 19% en el segundo semestre de 2016, mayor al 15% reportado un año atrás (ver gráfico 18). Dicha tendencia también se observó en las empre-

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

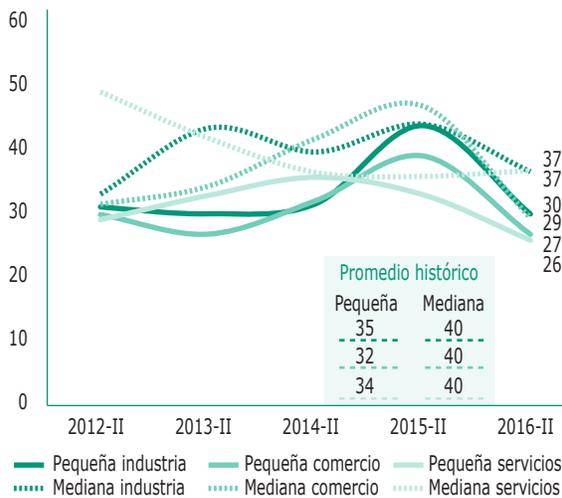


Gráfico 16. Márgenes (Balance de respuestas)

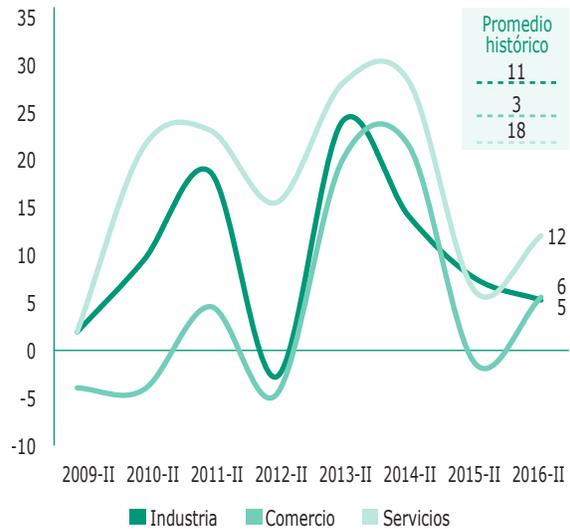


Gráfico 17. Márgenes por tamaño de empresa (Balance de respuestas)

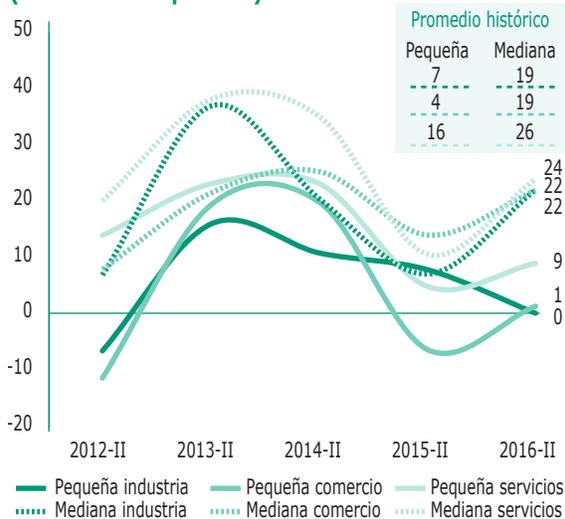
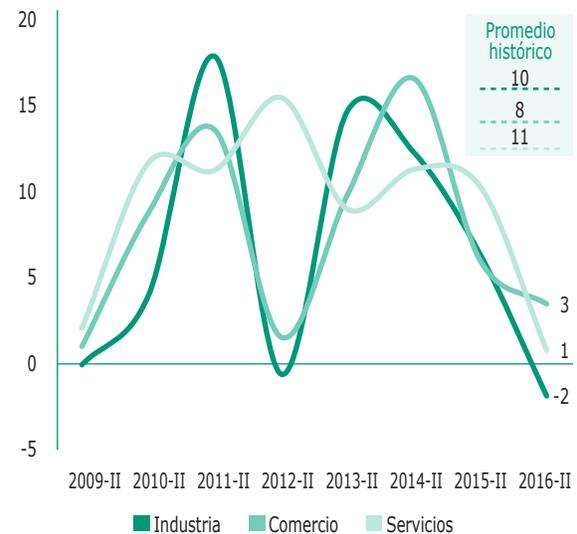


Gráfico 18. Empleo (Balance de respuestas)



sas pequeñas, donde el 21% redujo su planta de personal, 6 puntos porcentuales por encima del registro de 2015-II. En las medianas la proporción de empresas que redujeron su planta de personal fue del 14%, cifra que descendió en 2 puntos porcentuales en el último año (ver gráfico 19).

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales en el país, la mayoría (90%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización en 2016-II (ver gráfico 20). En contraste, los empresarios que respondieron afirmativamente argumentaron querer hacerlo para reducir los costos de transporte (6%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (4%).

Finalmente, el principal problema que enfrentaron las Pymes manufactureras para el desarrollo de sus actividades fue la falta de demanda en el segundo semestre de 2016. En efecto, el 24% de los empresarios identificó este hecho como el principal obstáculo, aunque un año atrás dicha proporción tenía un 0% de las respuestas. Los altos impuestos se ubicaron en el segundo lugar, con una participación del 21% del total, cifra inferior a la registrada en 2015-II (28%). Le siguen en el *ranking* los costos de los insumos y la rotación de cartera que obtuvieron un porcentaje del 17% y el 9% (ver gráfico 21). Por tamaño empresarial, las pequeñas y medianas empresas se vieron más afectadas por la falta de demanda (28% en pequeña y 15% en mediana) y los altos impuestos (21% y 23%).

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

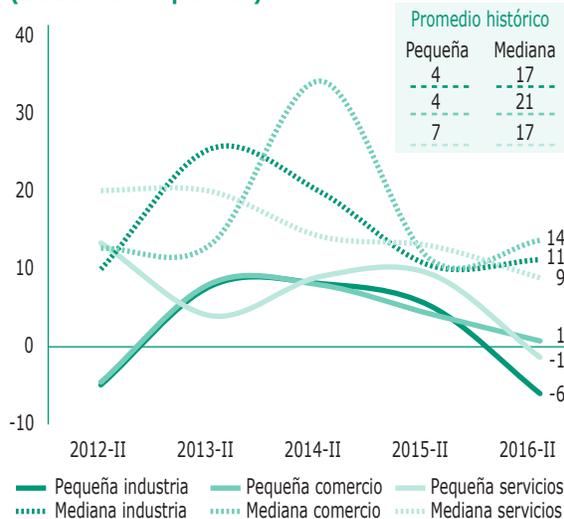


Gráfico 20. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

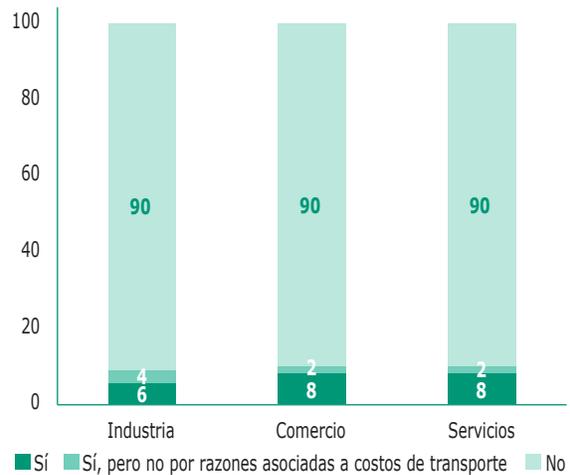


Gráfico 21. Sector industria: principal problema (%)

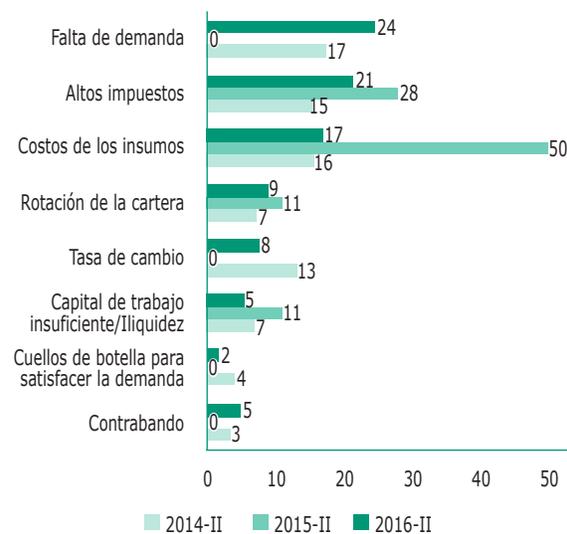
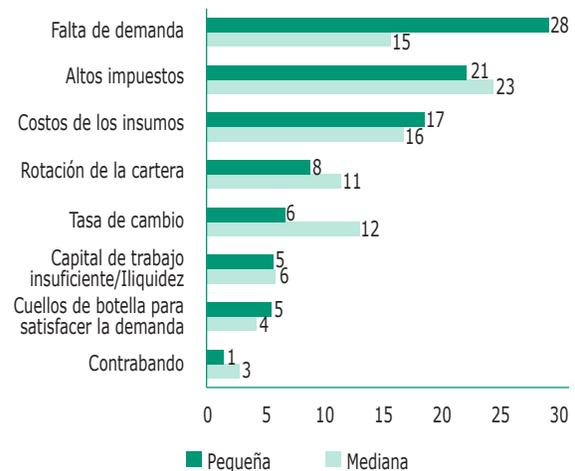


Gráfico 22. Sector industria: principal problema por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2016 (%)



Resultados subsectores industria

Balance de respuestas*

Gráfico 23. Situación económica general



Gráfico 24. Volumen de ventas

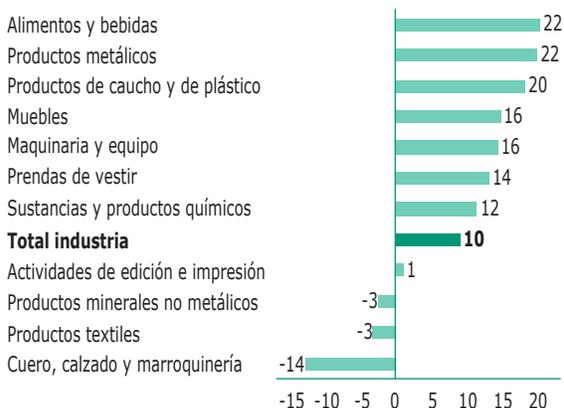


Gráfico 25. Volumen producido



Gráfico 26. Nivel de pedidos recibidos



Gráfico 27. Márgenes



Gráfico 28. Número de trabajadores



*Respuestas positivas – respuestas negativas

Gráfico 29. Costos de producción

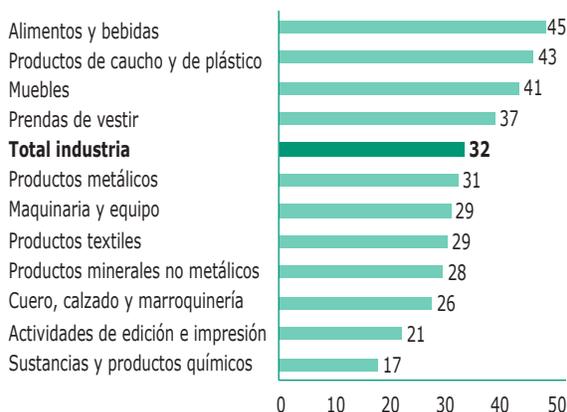


Gráfico 30. Inversión en maquinaria y equipo



• Sector comercio

Los empresarios de este sector percibieron una leve desmejora de su situación económica general durante el segundo semestre de 2016. De hecho, el 33% 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 24%. Esto produjo un balance de respuestas de 9, es decir 13 puntos por debajo de lo observado en el segundo semestre de 2015 (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 26%, superior al 17% 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 39% al 31%, condición que fue similar para las firmas medianas, las cuales vieron una disminución de la favorabilidad de 7 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: textiles y prendas de vestir (balance de respuestas de 19), y ferretería, cerrajería y productos de vidrio (11). Por su parte, alimentos y bebidas (-1), y productos farmacéuticos de perfumería y tocador (7) tuvieron una percepción menos favorable, ubicándose por debajo del promedio de todo el sector (9).

La 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 2016. En el caso de las ventas, el balance de respuestas mostró un descenso al pasar de 16 a 7 para el total de Pymes comerciales entre 2015-II y 2016-II. Dicho descenso tuvo un impacto mayor en las empresas pequeñas, donde un 29% de los encuestados manifestó que sus ventas decrecieron frente al 20% reportado por 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 33% de los empresarios experimentó un aumento en el segundo semestre de 2016, es decir 6 puntos porcentuales por debajo de lo reportado para el año anterior. En consecuencia, el balance de respuestas llegó a 6, ubicándose en un valor mucho menor al de su promedio histórico de 22. Este decrecimiento se evidenció en las empresas tanto pequeñas como medianas, pues el porcentaje de empresarios que percibieron un incremento en sus pedidos bajó en el segundo semestre de 2016 (5 puntos porcentuales en pequeña y 6 puntos porcentuales en mediana), ver gráficos 7 y 8.

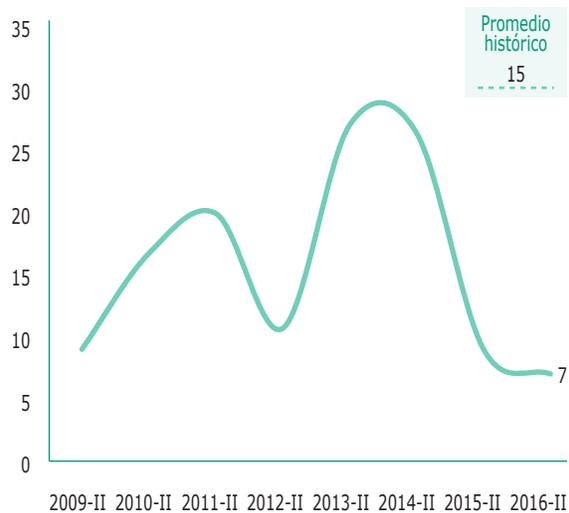
De acuerdo con lo anterior, la superficie de ventas presentó una desaceleración, ya que un 20% de las Pymes comerciales tuvo una disminución en

este frente, con lo cual el balance de respuestas a esta pregunta llegó a 7, registrando una caída de 2 puntos porcentuales frente a la cifra observada un año atrás. Al respecto, un 22% de las empresas pequeñas redujo su superficie de ventas y en las medianas lo hizo un 14% (ver gráfico 31). 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 4% en 2016-II, dato similar al registrado un año atrás (ver gráfico 9). Por tamaño se observan los mismos valores: el 4% de las empresas comerciales pequeñas y medianas consideró que sus existencias eran excesivas. Sin embargo, la mayoría de las Pymes pudo anticipar sus niveles de demanda y ajustaron sus inventarios, pues el 86% 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 decremento. Aunque el porcentaje de empresarios que reportaron que esta variable se incrementó (39%) fue superior al de aquellos que señalaron una contracción (12%), el balance de respuestas a la pregunta llegó a 27, valor inferior al reportado el año anterior (41) y al promedio histórico del sector (32), ver gráfico 14. Dicha tendencia fue similar entre pequeñas y medianas empresas, dado que un 39% de las empresas pequeñas reportó que sus costos aumentaron

Gráfico 31. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)



(vs. 53% el año anterior), al igual que un 41% en las medianas (vs. 61% el año anterior), ver gráfico 15.

Esta disminución en los costos de comercialización afectó positivamente el margen de ganancia del sector. En efecto, el porcentaje de empresas que experimentaron un crecimiento en sus márgenes (27%) fue superior al de aquellas que percibieron una reducción (21%), lo cual dio como resultado un balance de respuestas de 6, superior al -1 de hace un año (ver gráfico 16). El incremento de este indicador se explica principalmente por las empresas medianas que reportaron un balance de respuestas de 22 (ver gráfico 17). Las empresas pequeñas, en cambio, obtuvieron un balance de respuestas de 1, aunque este valor fue 2 puntos porcentuales mayor al observado durante el año anterior.

El empleo del sector también presentó un leve descenso durante el segundo semestre de 2016. Mientras que un 66% de las Pymes mantuvo el número de trabajadores constante, un 19% lo incrementó y un 15% lo redujo. Lo anterior llevó a una caída en el balance de respuestas que pasó de 6 en 2015-II a 3 en 2016-II (ver gráfico 18). En las empresas pequeñas se dio una leve creación de empleo neto, pues estas registraron un balance positivo de 1, mientras que en las medianas dicha variable fue mucho más alta, llegando a 14 (ver gráfico 19).

Con respecto a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales, la mayoría (90%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización en 2016-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 (2%).

A diferencia de lo registrado en los últimos años, las Pymes comerciales señalaron los altos impuestos como el principal problema que enfrentaron durante el segundo semestre de 2016 (22% de los consultados). La competencia con las grandes superficies alcanzó el segundo lugar del *ranking*, disminuyendo 8 puntos porcentuales en 2016, con un 21% de las respuestas. Cabe señalar que en las empresas pequeñas los impuestos también fueron el principal problema, con un peso del 23%. En las empresas medianas, la competencia con las grandes superficies representó el mayor obstáculo, con una participación del 21%.

Gráfico 32. Sector comercio: principal problema (%)

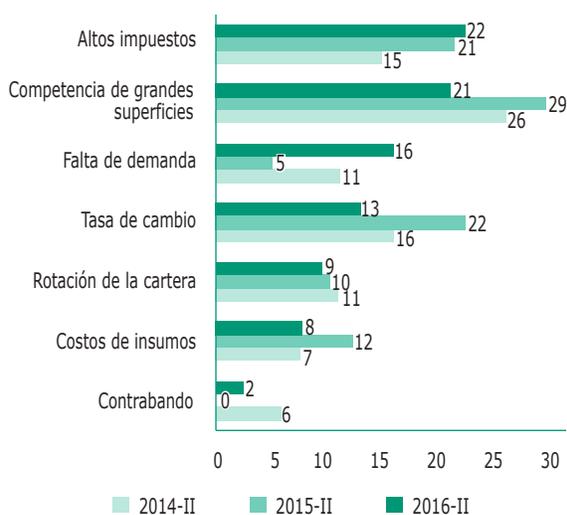


Gráfico 33. Sector comercio: principal problema por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2016 (%)



Resultados subsectores comercio

Balance de respuestas*

Gráfico 34. Situación económica general



Gráfico 35. Volumen de ventas



Gráfico 36. Nivel de pedidos recibidos



Gráfico 37. Márgenes



*Respuestas positivas – respuestas negativas

Gráfico 38. Número de trabajadores



Gráfico 39. Costo de ventas



• Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios sobre su situación económica general presentó síntomas de desaceleración en el segundo semestre de 2016, siguiendo la tendencia que se venía presentando desde el año 2014. Así, el porcentaje de empresarios que vieron mejorar sus negocios llegó al 37% (inferior al 40% de un año atrás), al tiempo que el de quienes indicaron lo contrario alcanzó un 22% (vs. 19% de un año atrás). Lo anterior generó un balance de respuestas de 15 puntos, el cual contrasta con los 21 puntos alcanzados en el segundo semestre de 2015 (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 44% indicó que esta fue más favorable, mientras que en las empresas pequeñas tal porcentaje alcanzó un 35% (ver gráfico 3).

Al interior del sector, los subsectores de actividades de arquitectura e ingeniería (21) y actividades de informática (19) mostraron las percepciones más favorables en su balance de respuestas. Las percepciones menos favorables fueron las del subsector de publicidad, el cual registró un balance de respuestas de 9, y las de hoteles y restaurantes y publicidad, los cuales alcanzaron 7 puntos.

De igual manera, la percepción respecto a la demanda mostró señales fuertes de deterioro en las Pymes de

servicios a nivel nacional. En efecto, el balance de respuestas sobre la evolución de las ventas en las pequeñas y medianas empresas pasó de 18 en 2015-II a 13 en 2016-II. Para las empresas pequeñas dicho balance fue de 9 (7 puntos por debajo del valor reportado un año atrás), mientras que para las medianas llegó a 27 (2 puntos por encima 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 2016. Para el sector de servicios se encontró que el 42% de las Pymes tuvo un crecimiento en sus ventas, en promedio, de hasta el 5%; el 24% las elevó en el rango del 5%-10%; un 11% las incrementó entre un 10% y un 20%; y un 6% puede hacerlas crecer 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, pues pasó de 16 en 2015-II a 12 en 2016-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 24 a 23 en el último año, y, de la misma forma, las pequeñas pasaron de 13 a 9 en dicho período (ver gráfico 8).

El 39% de las Pymes de servicios reportó haber sufrido un encarecimiento de sus costos de operación en el

segundo semestre de 2016. Este porcentaje fue inferior en 7 puntos porcentuales con respecto al mismo semestre de 2015. A su vez, un 11% reportó una disminución en tales costos, dato 1 punto porcentual inferior al presentado hace un año. Esto llevó a que el balance de respuestas se redujera de 34 a 28 durante este lapso (ver gráfico 14). Por tamaño de empresas se observaron diferencias. De hecho, el balance de respuestas disminuyó en 7 puntos para las empresas pequeñas y aumentó en 1 punto para las empresas medianas (ver gráfico 15).

En línea con la disminución de los costos, el comportamiento de los márgenes de ganancia mostró una tendencia al alza durante el segundo semestre de 2016. Así, el balance de respuestas correspondiente al margen de ganancia subió de 6 en 2015-II a 12 en 2016-II, aunque ubicándose por debajo de su promedio histórico de 18 (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 41%, mientras que en las pequeñas fue del 33%. De este modo, el balance de respuestas llegó a 24 en las empresas medianas y a 9 en las empresas pequeñas (ver gráfico 17).

En lo referente al empleo, las Pymes del sector servicios mantuvieron una tendencia negativa frente a lo reportado en el segundo semestre de 2015.

Efectivamente, un 65% de las empresas mantuvo su planta de personal estable, el 18% la incrementó y un 17% lo destruyó, lo cual generó un balance de respuestas de 1 en 2016-II, muy inferior a lo observado un año atrás (10), ver gráfico 18. La situación por tamaño es diferente, como lo muestra el gráfico 19, pues el balance de respuestas para las pequeñas empresas se ubicó en -1, mientras que para las medianas esta cifra fue de 9.

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 90% de los encuestados respondió de forma negativa a esta pregunta, mientras que solo el 8% 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 fueron los altos impuestos y la falta de demanda (24% y 23% de los consultados) en el segundo semestre de 2016. En tercer lugar se ubicó la competencia con un 21%, mientras que un 11% reportó la falta de liquidez. Al parecer, las empresas pequeñas se vieron más afectadas por la falta de demanda (24%) en comparación con las medianas (18%), ver gráficos 40 y 41.

Gráfico 40. Sector servicios: principal problema (%)

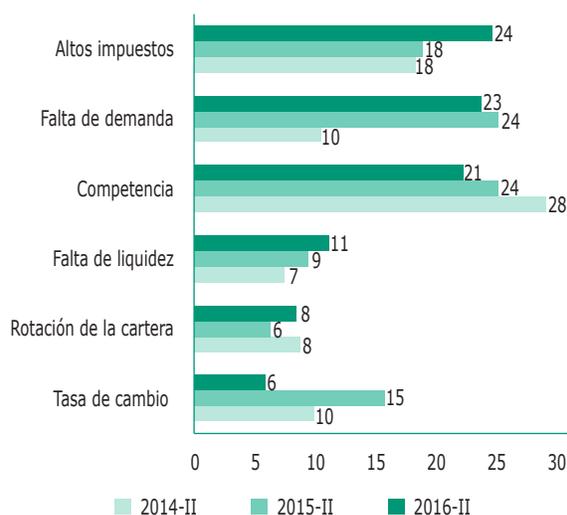
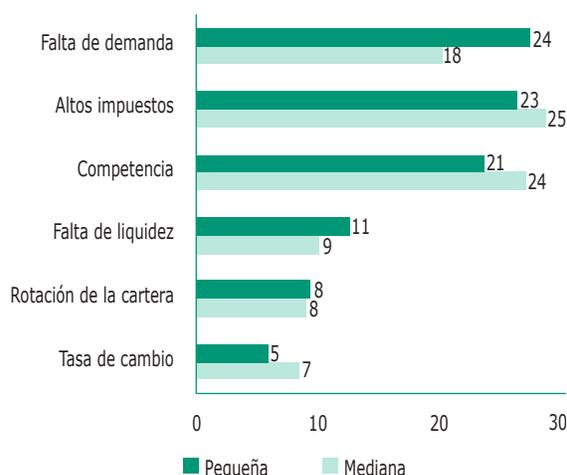


Gráfico 41. Sector servicios: principal problema por tamaño de empresa en el segundo semestre de 2016 (%)



Resultados subsectores servicios

Balance de respuestas*

Gráfico 42. Situación económica general

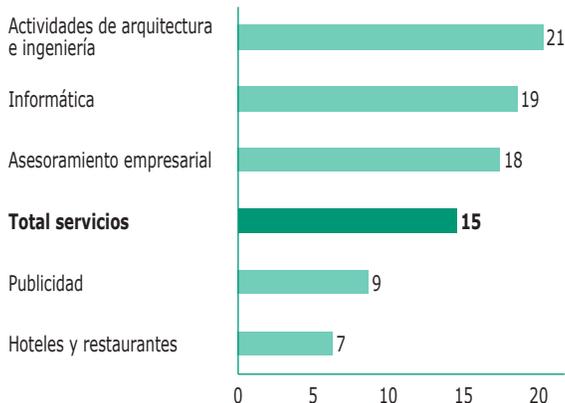


Gráfico 43. Volumen de ventas

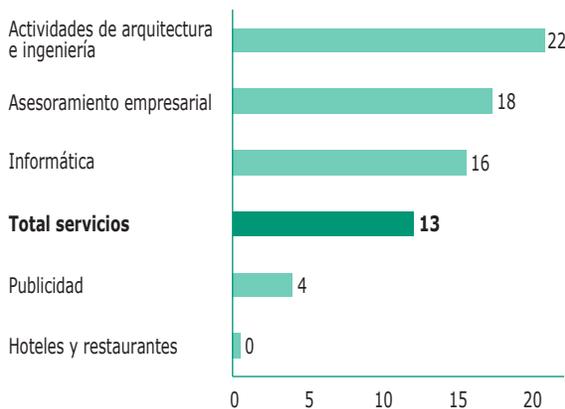


Gráfico 44. Volumen de órdenes de servicios

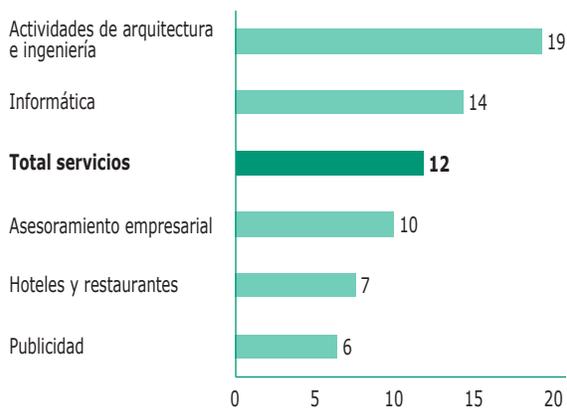


Gráfico 45. Número de trabajadores directos

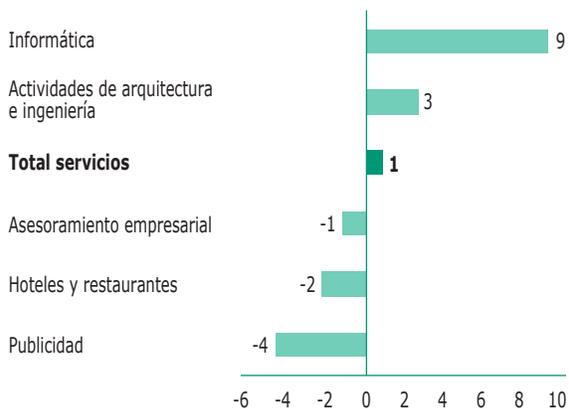
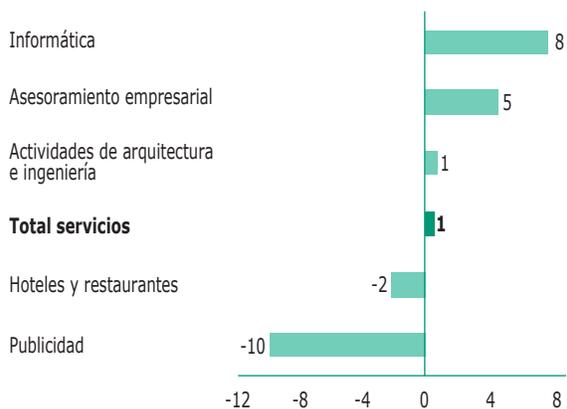


Gráfico 46. Número de trabajadores indirectos



*Respuestas positivas – respuestas negativas

Gráfico 47. Costos de operación

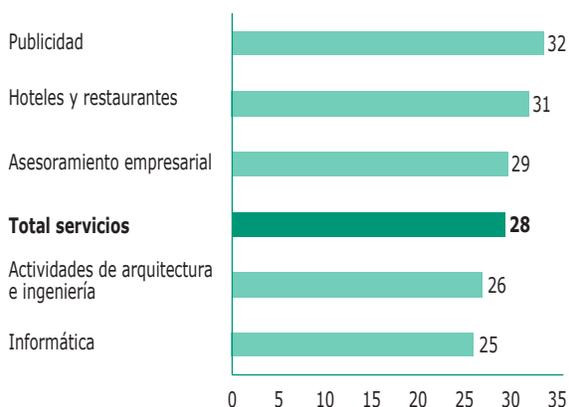
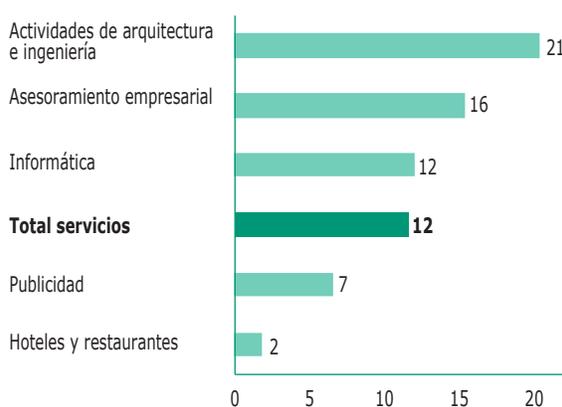


Gráfico 48. Márgenes



Perspectivas Primer semestre de 2017

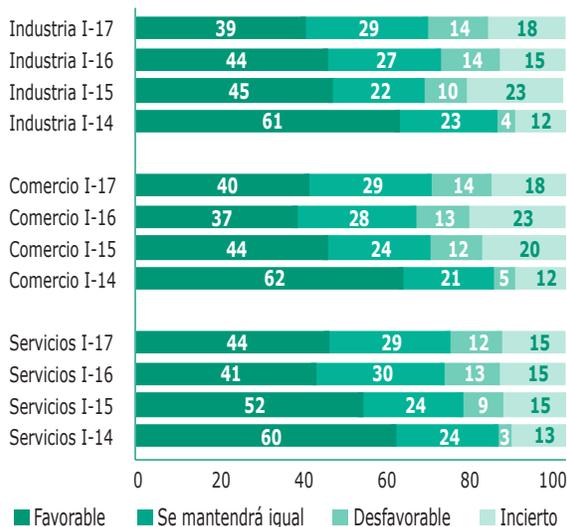
• Sector industria

Los empresarios del sector industrial vieron reducido levemente su optimismo respecto al desempeño futuro de sus negocios, lo cual se refleja en un descenso en las expectativas. Así, el 39% de los encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas sería favorable durante el primer semestre de 2017, cifra menor a la de un año atrás cuando esta proporción había sido del 44%. No obstante, la proporción de empresarios con perspectivas negativas sobre su desempeño general se mantuvo en el 14% entre 2016-I y 2017-I (ver gráfico 49). En las empresas pequeñas se observaba un mayor optimismo, ya que las perspectivas positivas alcanzaron un 39% frente a sus pares medianas donde dichas perspectivas llegaron a un 38% (ver gráfico 50).

A nivel de subsectores se destacan: sustancias y productos químicos (con un balance de respuestas de 46), prendas de vestir (40), y alimentos y bebidas (35). Por el contrario, los subsectores de productos minerales no metálicos (1), muebles (17), maquinaria y equipo (18), y productos de caucho

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

Gráfico 49. Desempeño general de la empresa (%)



Los empresarios mantuvieron constantes sus expectativas de producción industrial. Un 45% afirmó que esta se incrementaría frente a un 16% que esperaba lo contrario. En consecuencia, el balance de respuestas se ubicó en 29 en 2017-I, cifra equivalente al registro de 2016-I (ver gráfico 51). Este comportamiento se observó tanto en las empresas pequeñas (con un balance de 29) como en las medianas (30). Allí se evidenciaron caídas del balance de respuestas en la mediana empresa durante el último año (8 puntos porcentuales), mientras que en las pequeñas empresas hubo un ascenso (2 puntos porcentuales).

En línea con lo anterior, los resultados más recientes de la Encuesta evidencian que los empresarios industriales del segmento Pyme registraron un descenso en sus expectativas sobre la evolución futura del nivel de pedidos. El balance de respuestas a esta pregunta se ubicó en 27 en 2017-I, cuando un año atrás llegaba a 30 (ver gráfico 52). A su vez, las empresas pequeñas fueron levemente más optimistas, pues un 43% esperaba un incremento en sus pedidos, mientras que en las medianas dicho porcentaje fue del 42% (ver gráfico 53).

Gráfico 50. Desempeño general por tamaño de empresa en el primer semestre de 2017 (%)

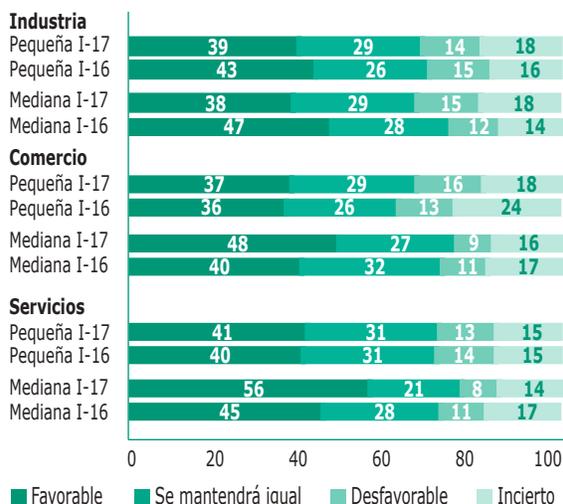


Gráfico 51. Expectativas de producción industrial (Balance de respuestas)

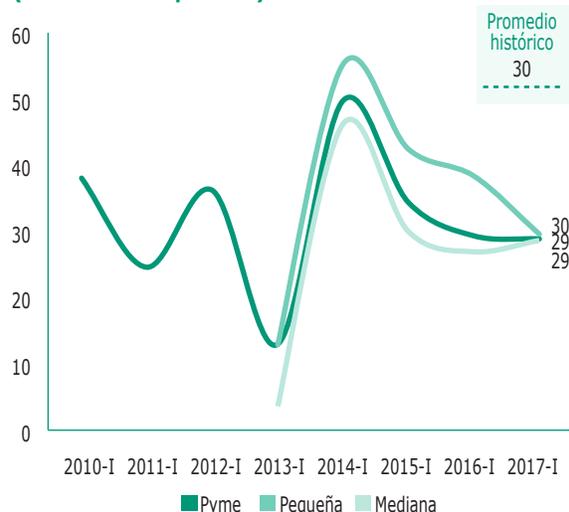


Gráfico 52. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

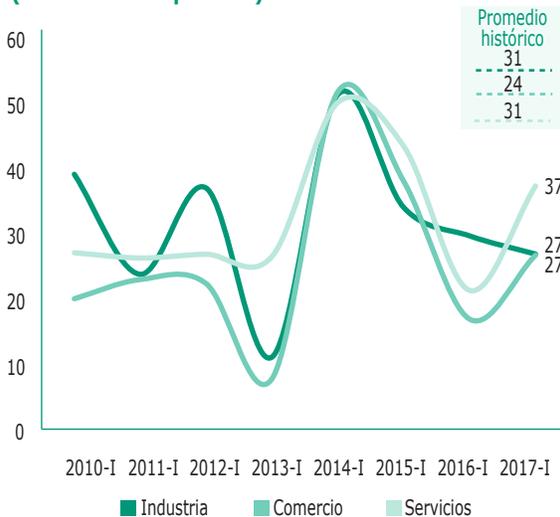
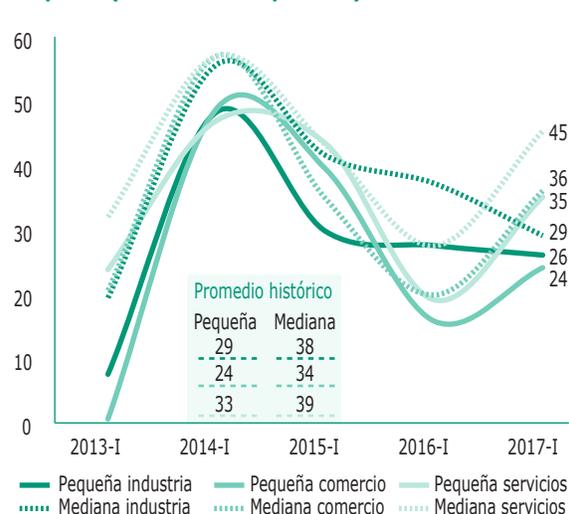


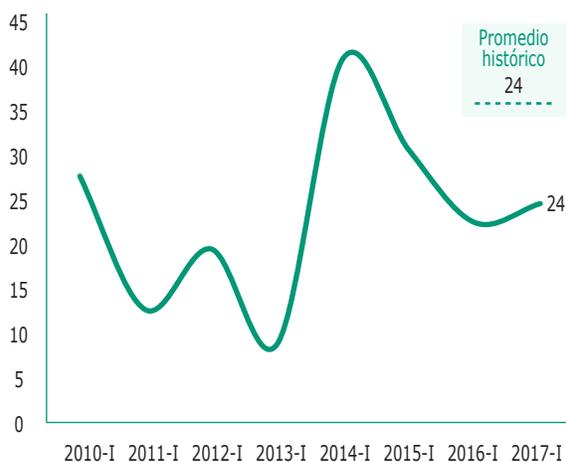
Gráfico 53. Expectativas de pedidos por tamaño de empresa (Balance de respuestas)



Al interior de la industria, los subsectores de sustancias y productos químicos (46) y prendas de vestir (40) se mantienen como los más optimistas con respecto a su nivel de producción. Por su parte, los sectores de productos minerales no metálicos (1), muebles (17), maquinaria y equipo (18) se destacan por tener las expectativas menos favorables.

Por último, dado el menor optimismo en las expectativas sobre situación económica general, producción y ventas, la mayoría de los empresarios del sector anticipaba que sus niveles de inversión en maquinaria y equipo se mantendrían constantes en el primer semestre del año (53% de los consultados). De este modo, el balance de respuestas correspondiente a la pregunta se ubicó en 24 en 2017-I, 2 unidades más que lo observado el año anterior (gráfico 54).

Gráfico 54. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



Resultados subsectores industria Balance de respuestas*

Gráfico 55. Situación económica general



Gráfico 56. Volumen de producción



Gráfico 57. Nivel de pedidos recibidos



Gráfico 58. Inversión en maquinaria y equipo



*Respuestas positivas – respuestas negativas

Gráfico 59. Ventas



• Sector comercio

Las Pymes comerciales, al contrario que en el sector industrial, experimentaron un ascenso en sus expectativas frente a la situación económica general de sus empresas en el primer semestre de 2017. En efecto, el 40% esperaba que el desempeño fuese favorable en el primer semestre de 2017, 3 puntos porcentuales por encima del registro del año anterior. Por su parte, el porcentaje de empresarios comerciales que anticipaban un deterioro en esta variable se incrementó, alcanzando un 14% de las respuestas (ver gráfico 49). No obstante, la incertidumbre entre los encuestados bajó del 23% al 18% durante el último año. Por tamaño, se

observa que el porcentaje de pequeñas empresas que preveían que su situación sería favorable subió de un 36% en 2016-I a un 37% en 2017-I. Dicho impacto fue superior en las firmas medianas, donde la proporción aumentó del 40% al 48% en el mismo período (ver gráfico 50).

Al desagregar las respuestas por subsectores, encontramos que dentro de los más optimistas están los de ferretería, cerrajería y productos de vidrio (33), junto con alimentos y bebidas (33), en ambos casos superando el promedio del sector (25). Por el contrario, los productos farmacéuticos, de perfumería y to-

Gráfico 60. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)

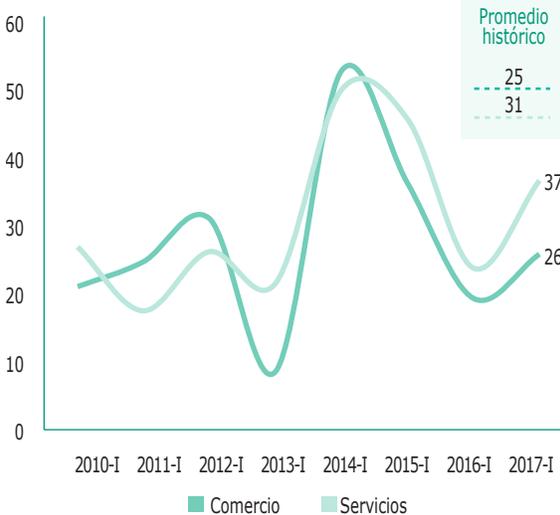
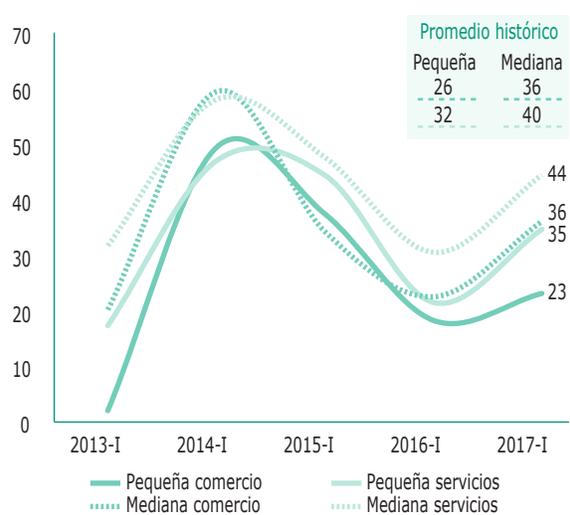


Gráfico 61. Expectativas de ventas por tamaño de empresa (Balance de respuestas)



gador alcanzaron el balance de respuestas más bajo entre todos los subsectores (14), ver gráfico 62.

Los resultados de la Encuesta muestran un crecimiento en las expectativas de las Pymes comerciales a nivel de demanda. El balance de respuestas correspondiente al nivel de ventas aumentó a 26 en 2017-I, lo que representó una subida de 7 puntos frente al dato de 2016-I. En las empresas pequeñas dicha variable tomó un valor de 23 y en las medianas de 36. En ambos casos el incremento superó los 5 puntos

frente a lo esperado para el primer semestre de 2016 (ver gráfico 60).

En el caso de los pedidos, el balance de respuestas de las Pymes del sector estuvo 10 puntos por encima de lo observado un año atrás y se ubicó en 27 en 2017-I. A nivel de las empresas pequeñas, las respuestas negativas decrecieron de un 19% a un 17% en el último año, mientras que en las empresas medianas hubo un descenso que llegó a los 8 puntos porcentuales (10%), ver gráficos 51 y 52.

Resultados subsectores comercio

Balance de respuestas*

Gráfico 62. Situación económica general



Gráfico 63. Volumen de ventas



Gráfico 64. Nivel de pedidos recibidos



*Respuestas positivas – respuestas negativas

• Sector servicios

Los empresarios del sector servicios mostraron unas perspectivas sobre la situación económica general bastante similares a las del sector comercial. En efecto, el 44% de los empresarios del sector manifestó que el desempeño general de sus empresas sería favorable en el primer semestre de 2017, similar al 40% reportado por el comercio. Esta cifra es superior al 41% reportado un año atrás. El mayor optimismo de las Pymes de servicios vino acompañado por un menor grado de respuestas negativas (12% de los consultados en 2017-I vs. 13% en 2016-I), ver gráfico 49. Por tamaño, se observa que las empresas medianas reportaron un incremento en sus expectativas favorables al pasar de un 45% de los encuestados en 2016-I a un 56% en 2017-I. Para las pequeñas la aceleración fue menor al pasar del 40% al 41% en el mismo período (ver gráfico 50).

Dentro del macrosector de servicios todos los subsectores presentaron balances de respuestas mayores a 19. Particularmente, en los subsectores de actividades de arquitectura e ingeniería (42), asesoramiento empresarial (35) y publicidad (33) se observa un mayor optimismo en los balances de respuestas. Por el contrario, el subsector de informática presentó el balance menos favorable (19), alejándose del promedio total del sector (32).

Con respecto a las ventas y pedidos, las expectativas de los empresarios del sector mostraron un ascenso. En materia de pedidos, el balance de respuestas (37) subió 16 unidades con respecto al año anterior, y superó su promedio histórico (31), ver gráfico 52. Cabe señalar que para las empresas pequeñas la proporción de encuestados que esperaban una disminución en sus pedidos cayó del 19% al 13% entre 2016-I y 2017-I. Lo mismo sucedió con las empresas medianas, donde dicho porcentaje decreció del 18% al 9% en igual período (ver gráfico 53).

En cuanto a las ventas, un 13% de los empresarios esperaba que estas disminuyeran en el primer semestre de 2017, ubicándose 4 puntos porcentuales por debajo de lo observado en igual período de 2016. Adicionalmente, la proporción de empresarios que esperaban un aumento en las ventas creció del 41% al 50% en el mismo período. Así, el balance de respuestas a la pregunta pasó de 24 a 37 entre 2016-I y 2017-I (ver gráfico 60). Por tamaño, las expectativas de ventas en las empresas pequeñas se mostraron más positivas que para las empresas medianas. En efecto, las pequeñas empresas de servicios aumentaron su balance de respuestas en 13 puntos, alcanzando un registro de 35, mientras que las empresas medianas experimentaron un aumento de 11 puntos, llevando dicho balance a 44 (ver gráfico 61).

— Resultados subsectores servicios — Balance de respuestas*

Gráfico 65. Situación económica general

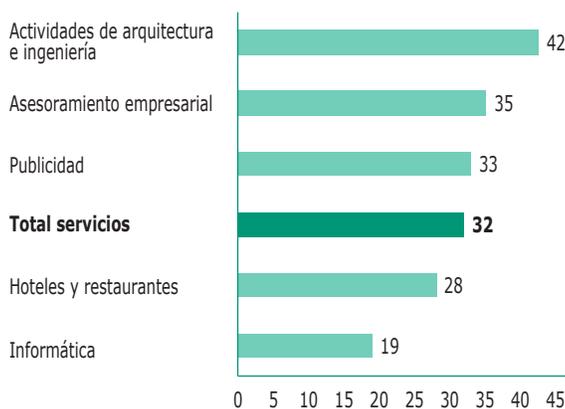


Gráfico 66. Volumen de ventas

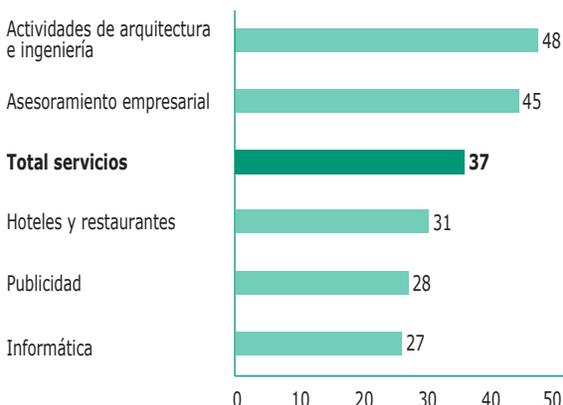
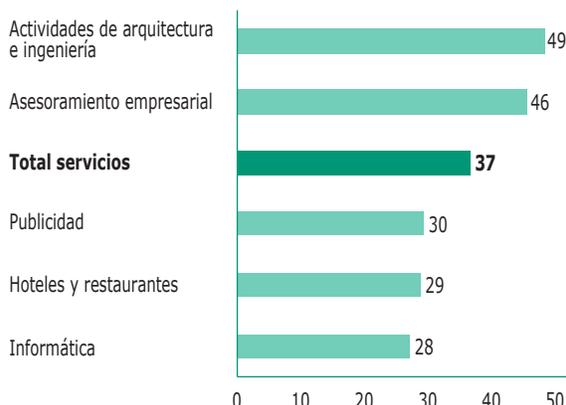


Gráfico 67. Volumen de órdenes de servicios



*Respuestas positivas – respuestas negativas

Financiamiento

En el sector industrial, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero (36%) registró un descenso de 10 puntos porcentuales en el segundo semestre de 2016 con respecto al segundo de 2015. La misma tendencia decreciente se observó en las empresas pequeñas manufactureras, donde el porcentaje de solicitudes de créditos bajó -12 puntos porcentuales durante igual período, y en las medianas, donde lo hizo en -7 puntos porcentuales. En el sector de comercio, el porcentaje de Pymes que demandaron crédito también disminuyó en cerca de 10 puntos porcentua-

les entre 2015 y 2016, llegando al 36%. Ello obedeció a un decrecimiento en las solicitudes por parte de las empresas pequeñas (41% en 2015-II vs. 33% en 2016-II), condición que también se presentó en las firmas medianas (56% en 2015-II vs. 50% en 2016-II). Una tendencia similar se observó en el sector servicios. Allí, el porcentaje de Pymes que solicitaron crédito (30%) fue menor al observado el año anterior (37%). Esto se explica porque las empresas pequeñas disminuyeron sus solicitudes del 34% al 28%, y a su vez las medianas las contrajeron del 47% al 36% (ver gráficos 68 y 69).

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

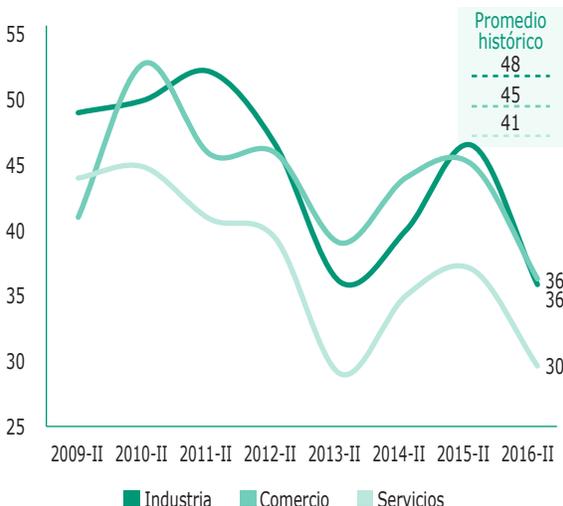
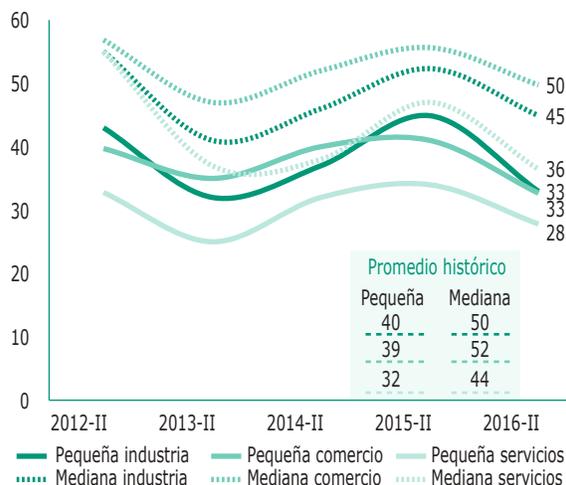


Gráfico 69. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)



En el sector industrial sobresalió el subsector de cuero, calzado y marroquinería por presentar el porcentaje de solicitud de crédito más alto (48%), seguido por productos textiles (46%), mientras que en el subsector de actividades de edición e impresión solo el 13% de los empresarios Pyme solicitó crédito bancario. En el macrosector de comercio, los porcentajes de solicitud fueron similares entre subsectores, pero sobresalieron las empresas de artículos domésticos (39%), y productos de alimentos y bebidas (39%), mientras que el acceso más bajo se encontró en productos farmacéuticos, de perfumería y de tocador (31.9%). Por su parte, al interior del sector servicios las

empresas de actividades de arquitectura e ingeniería fueron las que más crédito solicitaron (40%), mientras que el subsector de asesoramiento empresarial presentó el porcentaje más bajo de solicitudes (23%).

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 97% en el caso de la industria, a un 98% en comercio, y a un 93% en el caso de servicios en el segundo semestre de 2016 (ver gráfico 70). Cabe anotar que para las empresas pequeñas las tasas de aprobación

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

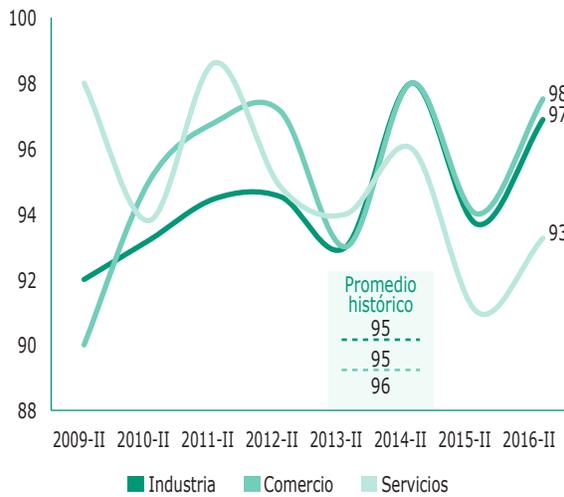


Gráfico 71. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)

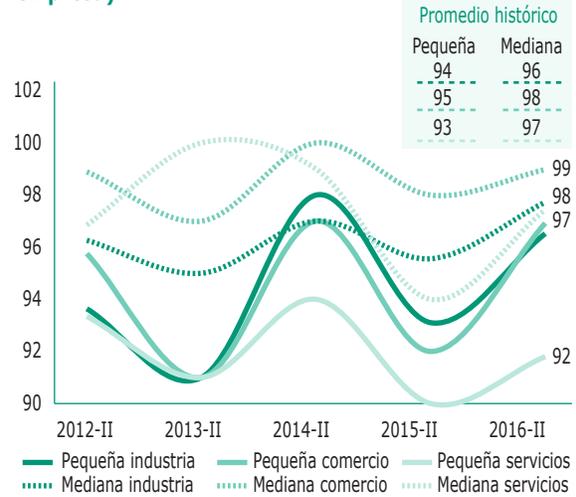
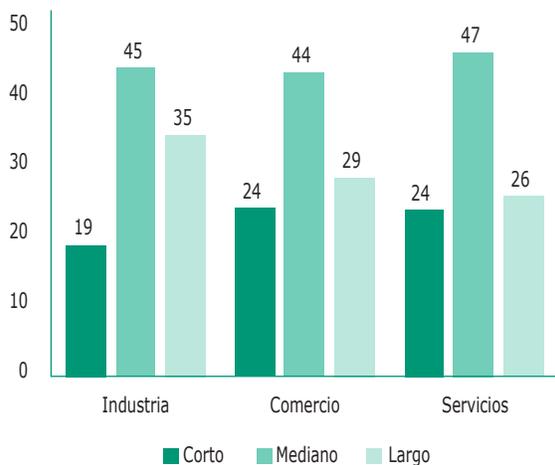
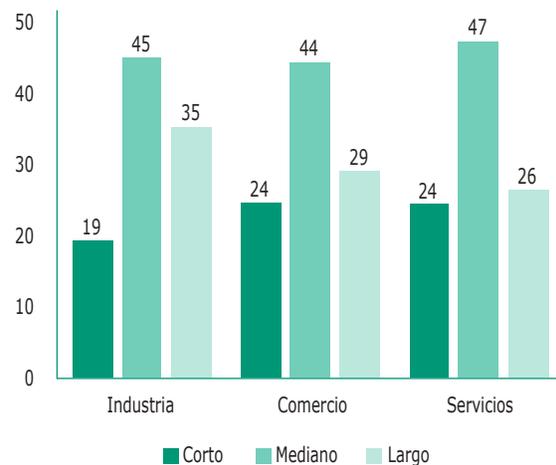


Gráfico 72.

a. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)



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



estuvieron por debajo de sus pares medianas en los tres sectores: industria (97% vs. 98%), comercio (97% vs. 99%), y servicios (92% vs 97%), ver gráfico 71.

Con respecto a las condiciones de los préstamos aprobados vs. los solicitados, la satisfacción que expresaron 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 (44% solicitado y 45% aprobado). Asimismo, un 35% de las solicitudes del sector manufacturero fue de largo plazo con un 35% también de aprobaciones. Igualmente, en el sector co-

mercio el mediano plazo fue el más solicitado (43%) y aprobado (44%), y a una proporción importante de los empresarios se les otorgó crédito a largo plazo (31% de las solicitudes y un 29% de las aprobaciones). En el caso del sector servicios, el mediano plazo también fue el más solicitado (46%) y aprobado (47%), y el largo plazo obtuvo un porcentaje significativo de solicitudes y aprobaciones (26%), ver gráfico 72.

Entre el 89% y el 93% de las Pymes se sintió satisfecho con el monto del crédito obtenido (ver gráfico 73). Estos resultados se consideran positivos y reflejan la armonización que existe entre el sector financiero y el pro-

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

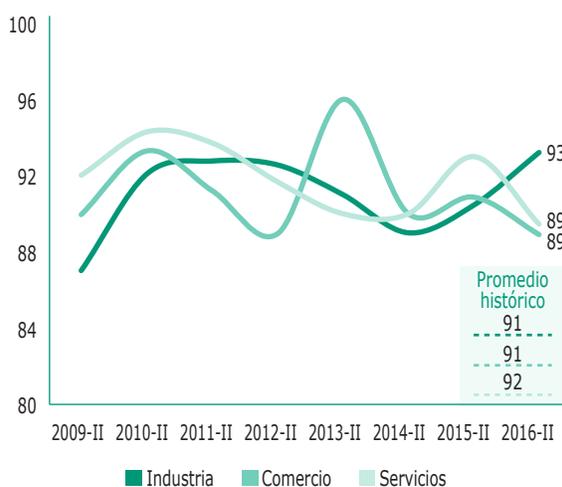


Gráfico 74. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)

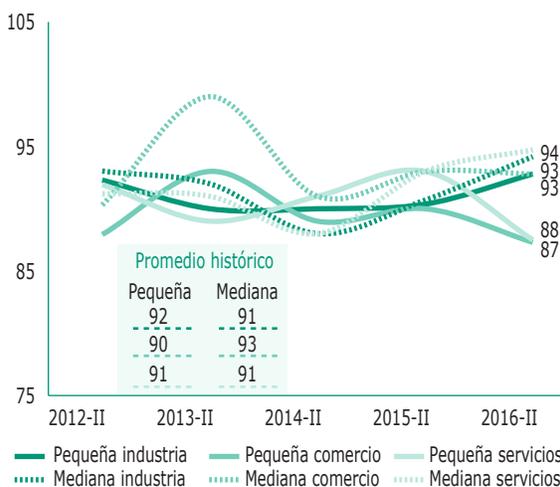
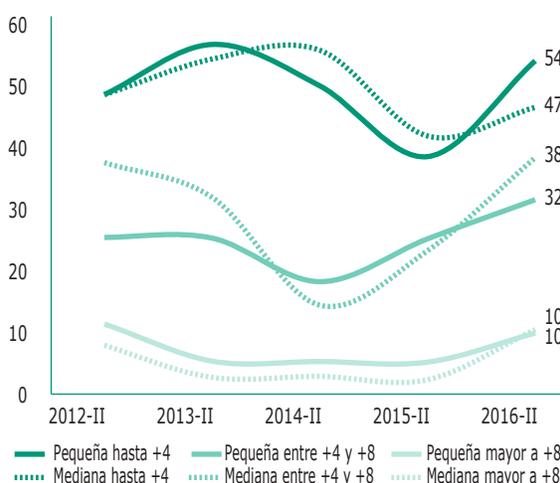


Gráfico 75. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



Gráfico 76. Sector industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (% por tamaño de empresa)



ductivo, aunque cabe resaltar que la satisfacción respecto al monto bajó para los sectores de comercio y servicios y se ubicó en un 89% en el segundo semestre de 2016. Los resultados a nivel de satisfacción de acuerdo con el tamaño de las empresas también fueron homogéneos, como se observa en el gráfico 74. Cabe destacar que los mayores niveles de aprobación los presenta la mediana empresa del sector de servicios con un 94%.

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 continuó siendo hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2016. En el caso de la industria, aunque el 52% de los créditos

fueron otorgados a una tasa de interés hasta DTF+4, se observa un aumento en el costo del crédito, pues el porcentaje de créditos otorgados a una tasa mayor a DTF+8 pasó del 4% al 10% 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 (48% en las medianas vs. 42% en las pequeñas), ver gráficos 75 y 76.

En comercio, la proporción de créditos otorgados a DTF+4 se incrementó en 15 puntos porcentuales, mientras que la de los préstamos otorgados a DTF+8 pasó del 7% al 5% entre 2015 y 2016. Por tamaño,

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

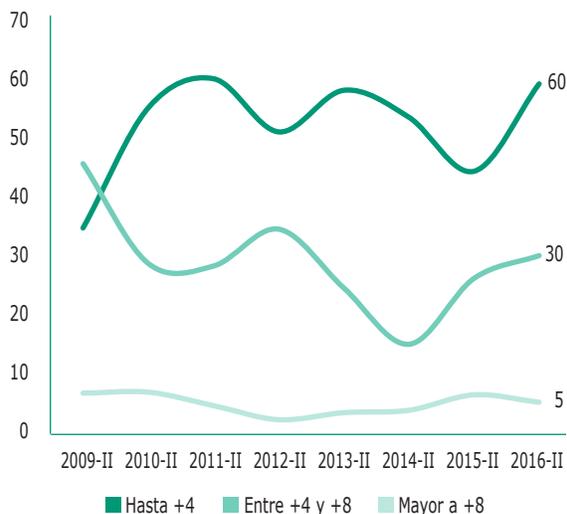


Gráfico 78. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (% por tamaño de empresa)

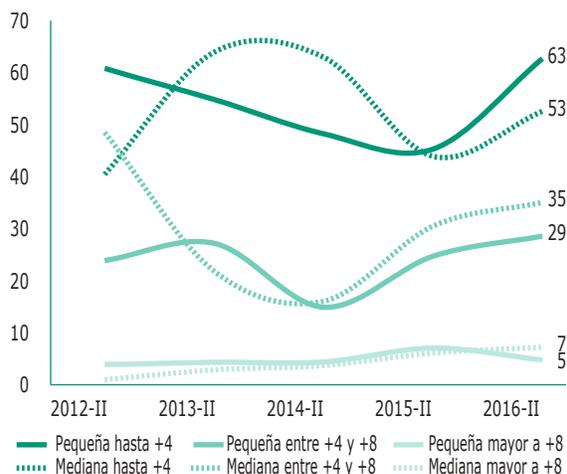


Gráfico 79. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

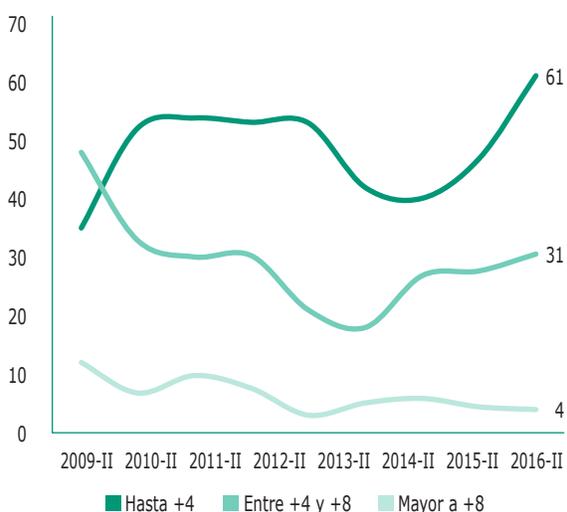
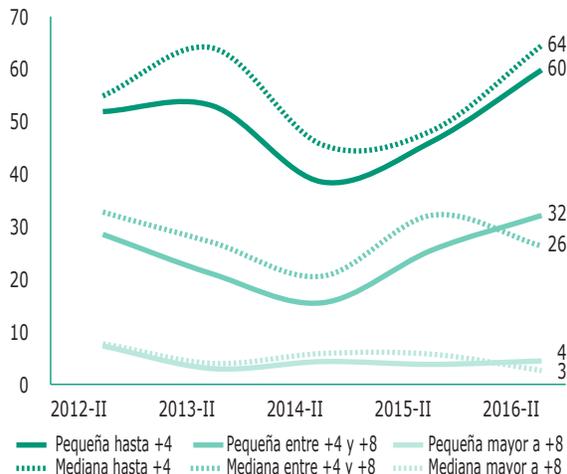


Gráfico 80. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (% por tamaño de empresa)



las medianas empresas (35%) accedieron en un mayor porcentaje a los créditos otorgados a tasas entre DTF+4 y DTF+8 que sus pares pequeñas (29%), ver gráficos 77 y 78.

En el sector servicios el rango de tasa más común fue hasta DTF+4, con un 61% de los créditos otorgados (+14 puntos porcentuales frente a 2015-II). Al analizar las tasas de los créditos por tamaño de empresa no se observan diferencias significativas, aunque cabe destacar que las empresas pequeñas obtuvieron en mayor proporción créditos que superan el rango de tasa DTF+4 que las firmas medianas (36% en pequeñas vs. 29% en medianas), ver gráficos 79 y 80.

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 64% en el segundo semestre de 2015 al 68% en el mismo período de 2016. En comercio, el nivel de satisfacción respecto a la tasa pasó del 60% en 2015-II al 74% en 2016-II, consolidándose como el sector con mayor satisfacción respecto a la tasa de interés. Asimismo, para las Pymes del sector servicios se observa un repunte al pasar del 61% en 2015-II al 69% en 2016-II (ver gráfico 81). Por tamaño de empresa, los resultados indican que no existen diferencias significativas en los niveles de

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

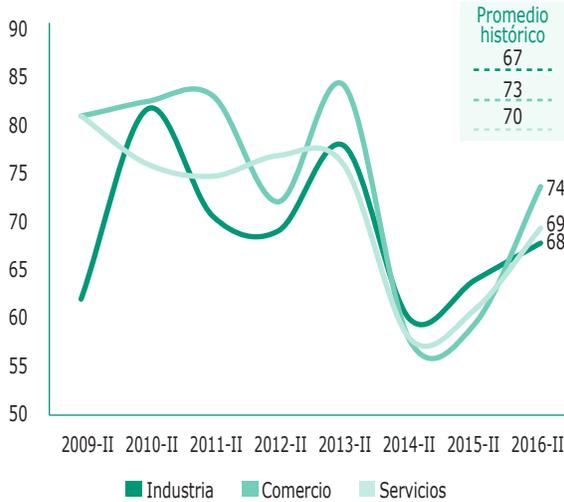


Gráfico 82. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas por tamaño de empresa)

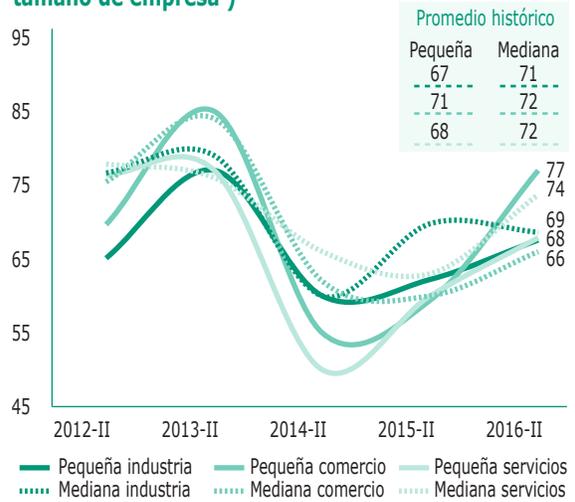


Gráfico 83. Los recursos recibidos se destinaron a: (%)

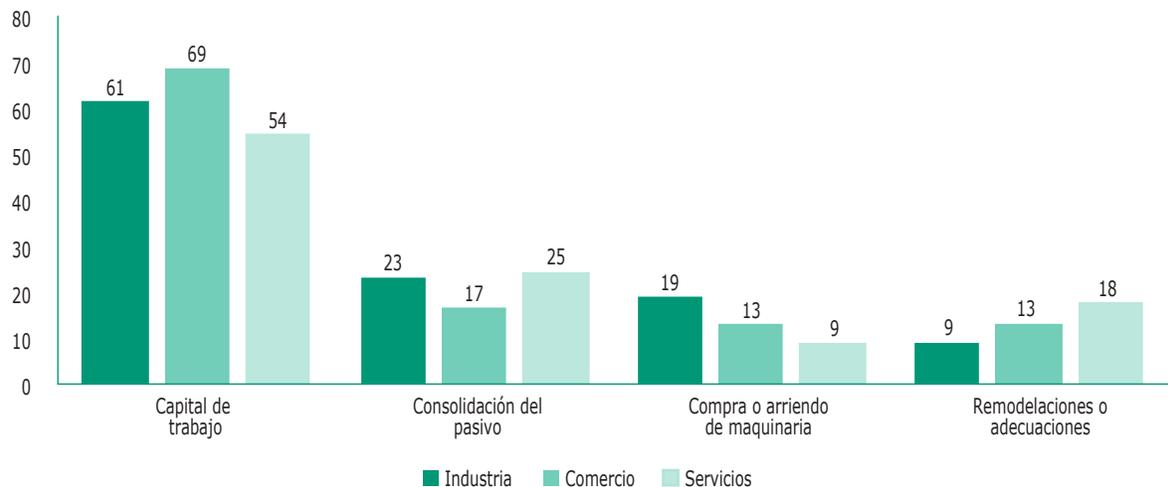
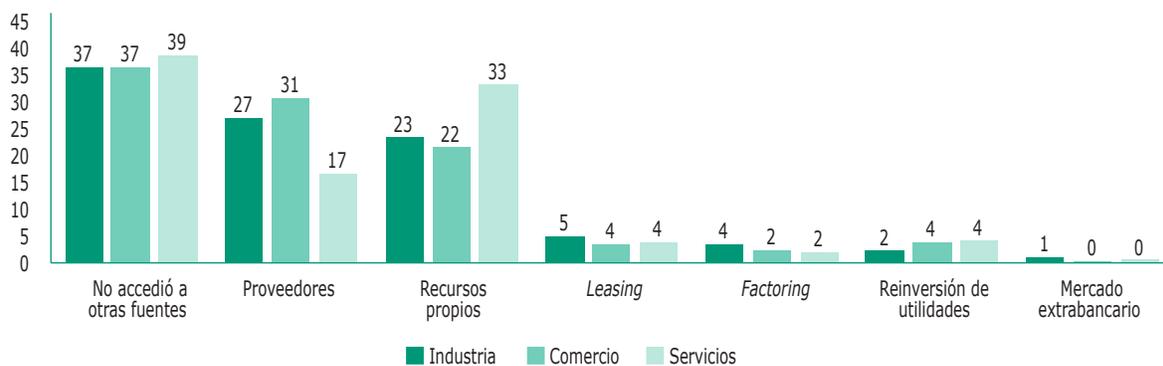
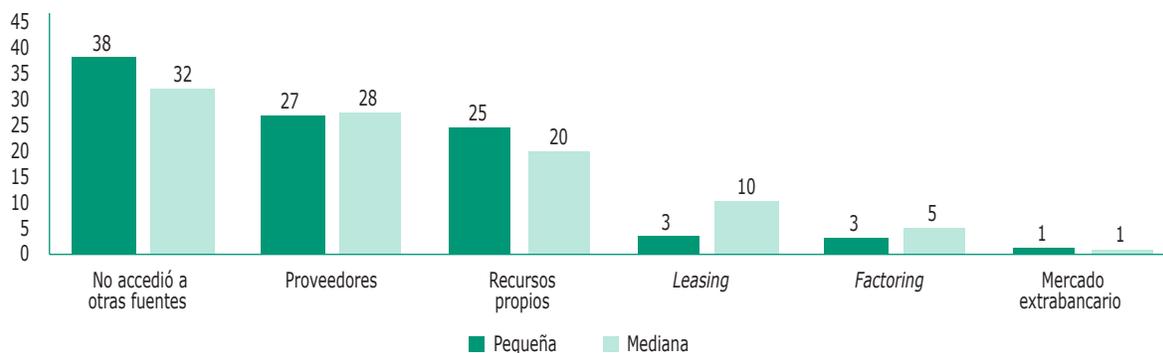


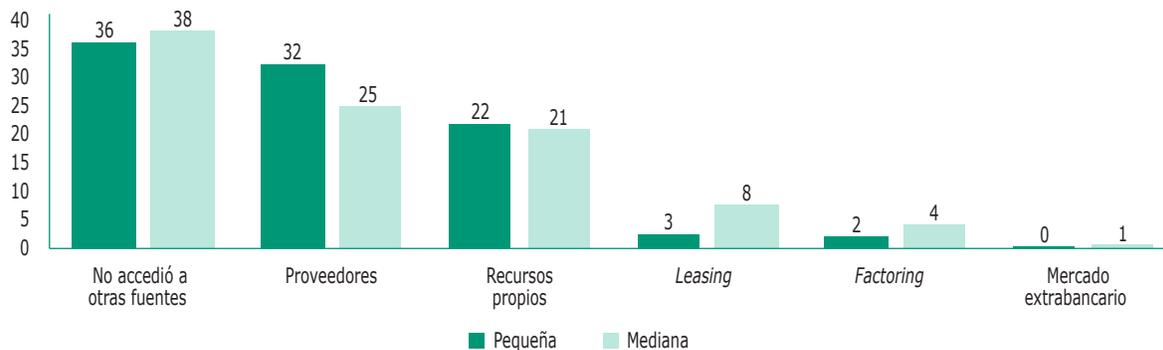
Gráfico 84. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



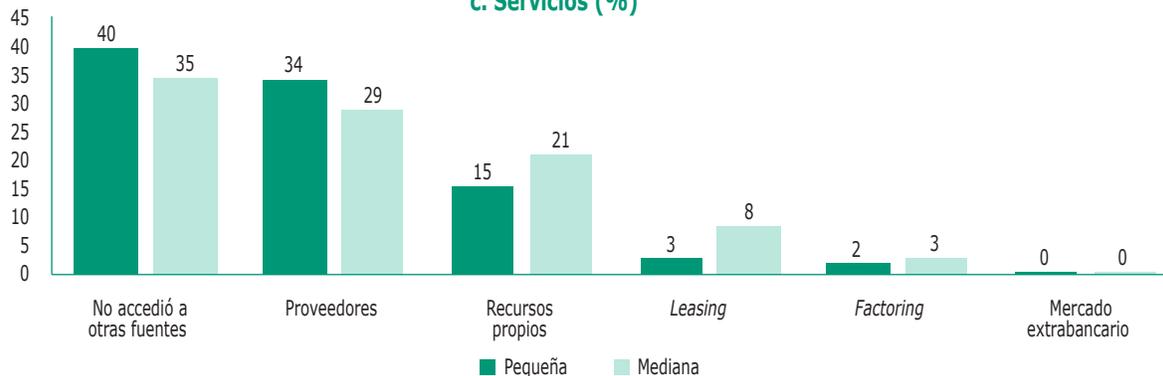
a. Industria (%)



b. Comercio (%)



c. Servicios (%)



satisfacción entre las firmas pequeñas y medianas para el sector industrial (menor a 1 punto porcentual), mientras que en las empresas de servicios la diferencia ascendió a los 11 puntos porcentuales en favor de las pequeñas y, para servicios, la diferencia fue de 6 puntos porcentuales a favor de las medianas (ver gráfico 82).

Los recursos solicitados por las Pymes de los tres macrosectores al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo, alrededor del 61% en industria, un 69% en comercio y un 54% en servicios en el segundo semestre de 2016. 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 23% en industria, el 17% en comercio y el 25% en servicios. El tercer destino de los recursos para el sector industrial fue la compra o arriendo de maquinaria (19%), mientras que en el sector de servicios fueron las remodelaciones o adecuaciones (18%). El tercer lugar para el sector comercial lo ocuparon tanto la compra o arriendo de maquinaria como las remodelaciones o adecuaciones (ambos con un 13%), ver gráfico 83.

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, un 37% de los encuestados en industria y comercio, y un 39% en servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2016. Los proveedores fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de industria (27%) y comercio (31%), mientras que la financiación con recursos propios lo fue para las firmas de servicios (33%). El uso de otras fuentes alternativas sigue siendo moderado, como en el caso del *leasing* (5% en industria, 4% en comercio y en servicios) y el *factoring* (entre el 2% y 4% de las Pymes). Por su parte, el mercado extrabancario fue la opción menos utilizada por las Pymes. Por tamaño se observa que el porcentaje de empresas pequeñas que no acceden a otras fuentes de financiamiento es mayor que en las medianas en industria (38% en pequeñas vs. 32% en medianas), menor para el caso del sector comercio (36% en pequeñas vs. 38% en medianas) y mayor para el caso del sector servicios (40% en pequeñas vs. 35% en medianas). A su vez, las empresas medianas de industria y comercio usan más la

herramienta del *leasing* (8%-10% de los entrevistados) en comparación con sus pares pequeñas (3%), ver gráfico 84.

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 tres cuartas partes de los encuestados no han accedido a este tipo de recursos. Específicamente, el 93% de los empresarios Pyme de industria, el 96% de comercio y el 94% de servicios no accedieron a este tipo de recursos durante el último año (ver gráfico 85).

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 76% en industria y en comercio, y un 78% en servicios). Esta proporción fue más alta para las empresas medianas que para las pequeñas de los tres sectores (82% vs. 74% en industria, 84% vs. 75% en comercio, y 83% vs. 77% en servicios). En segundo lugar estuvieron los excesos de trámites para el sector industrial y comercial (un 12% en industria y en comercio), mientras que para el sector de servicios el segundo lugar fue para los elevados costos financieros (12%). Por tamaño empresarial, los elevados costos financieros mostraron ser una razón más importante para las pequeñas empresas que para las medianas en todos los macrosectores (ver gráfico 86).

Gráfico 85. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año?

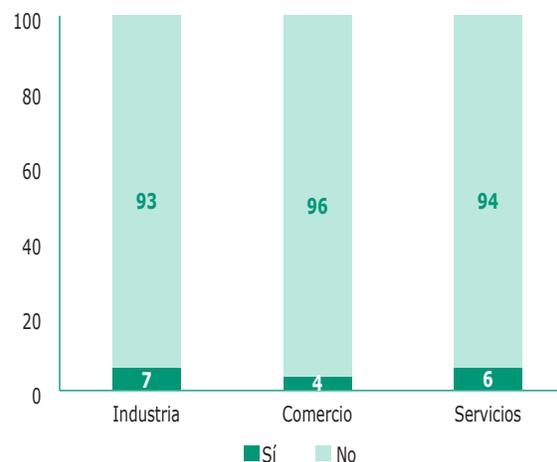
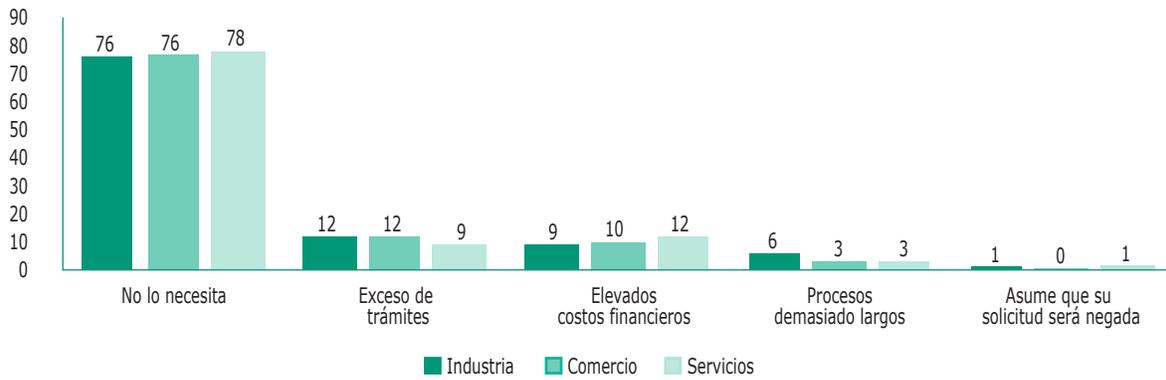
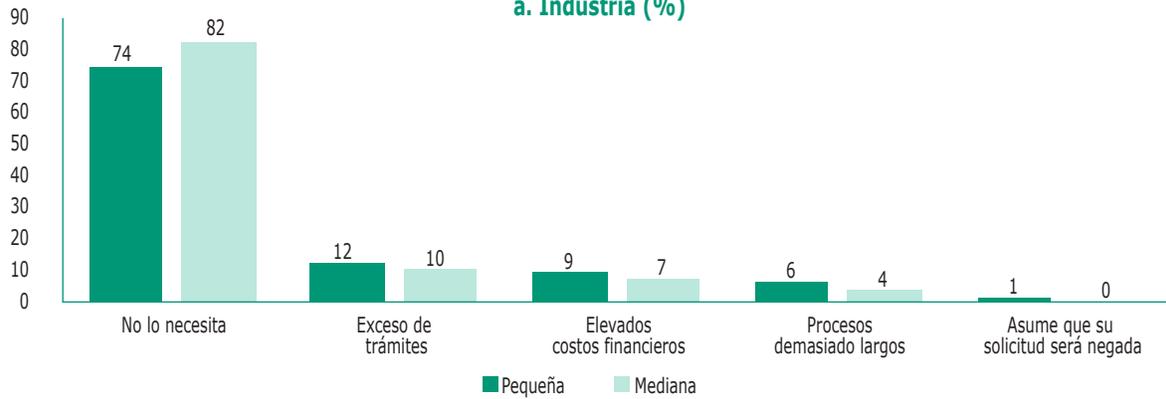


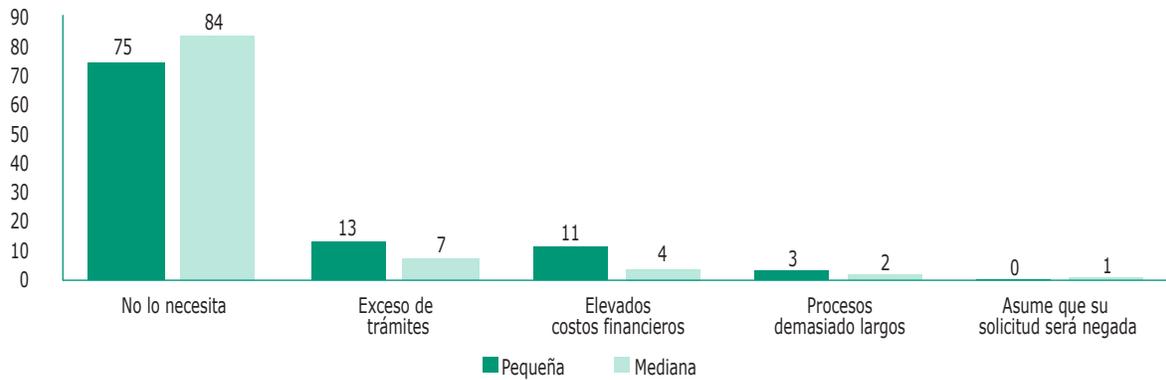
Gráfico 86. No solicitó crédito al sistema financiero porque: (%)



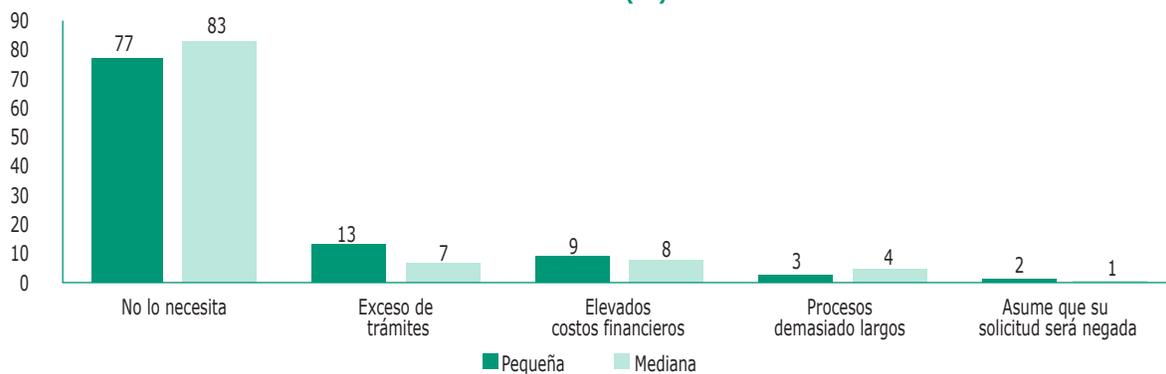
a. Industria (%)



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 disminuyó frente a la observada en la lectura del primer semestre de 2016.

En efecto, mientras que en 2016-I el porcentaje de Pymes que realizaron acciones de este tipo fue en promedio del 66%, en la lectura del primer semestre de

Gráfico 87. Acciones de mejoramiento (%)

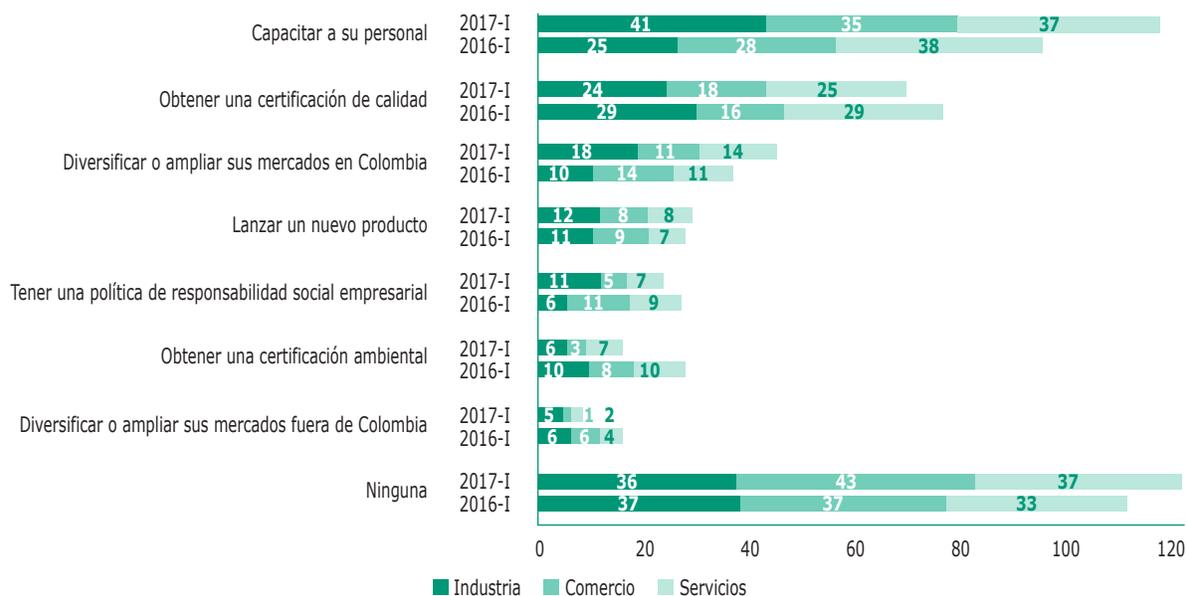
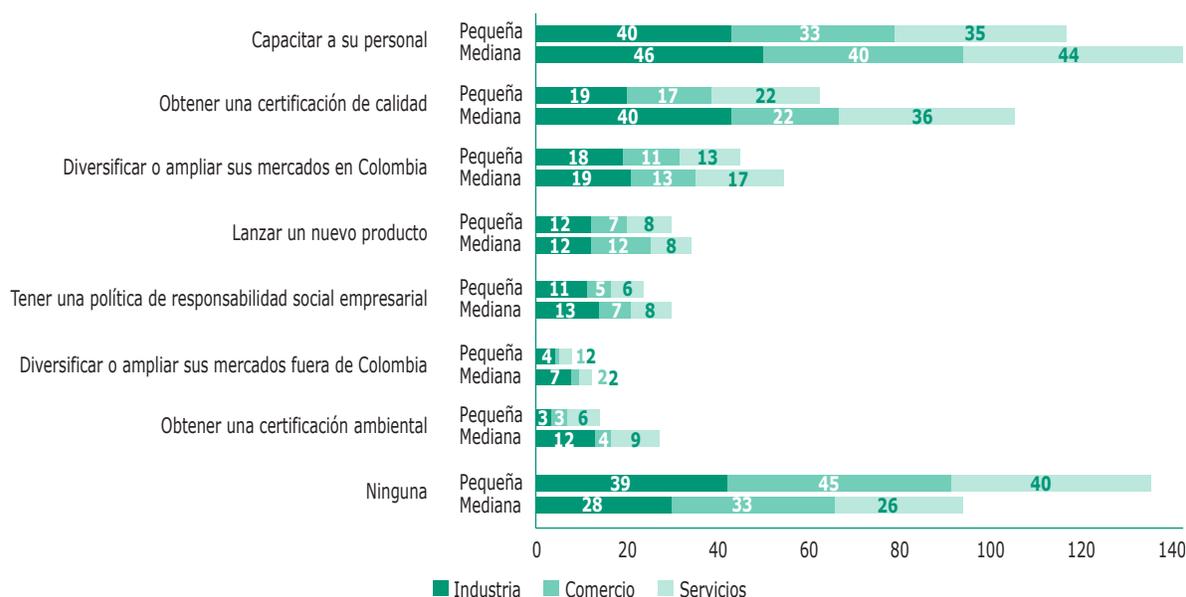


Gráfico 88. Acciones de mejoramiento por tamaño de empresa en el primer semestre de 2017 (%)



2017 este porcentaje se ubicó en un 61% (ver gráfico 87). Por tamaño, se observa que, en promedio, en las empresas pequeñas cerca del 59% efectuó al menos una acción de mejoramiento. En las empresas medianas este valor fue mucho mayor, pues llegó al 71% (ver gráfico 88).

La capacitación al personal fue la principal área de acción para los tres macrosectores en el primer semestre de 2017. Específicamente, el 41% de las em-

presas en el sector industrial capacitó a su personal, el 35% en comercio y el 37% en servicios. Entre tanto, la obtención de una certificación de calidad ocupó el segundo lugar para las firmas de estos tres macrosectores (24% en industria, 18% en comercio y 25% en servicios). Por su parte, la diversificación o ampliación de sus mercados constituyó la tercera área de acción para los empresarios de industria (18%), comercio (11%) y servicios (14%).

Capital social y formación de precios

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una aproximación del capital social y la formación de precios del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados de esta indagación a nivel nacional.

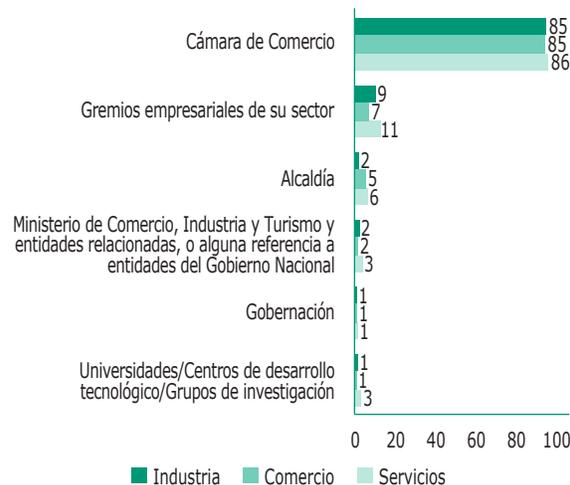
En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios del país si la empresa participaba o estaba asociada localmente con ciertas entidades del sector público y privado. Se observó que la mayoría de las empresas estaba vinculada con la Cámara de Comercio (85% en industria y comercio, y 86% en servicios). Adicionalmente, se evidenció una participación o asociación de los empresarios colombianos con: i) los gremios empresariales de su sector (9% en industria, 7% en comercio y 11% en servicios); ii) la Alcaldía (2% en industria, 5% en comercio y 6% en servicios); iii) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y entidades relacionadas o alguna referencia a entidades del gobierno (2% en industria, 2% en comercio y 3% en servicios); iv) Gobernación (1% en industria, 1% en comercio y 1% en servicios); y v) universidades/centros de desarrollo tecnológico/grupos de investigación (1% en industria, 1% en comercio y 3% en servicios), ver gráfico 89.

Adicionalmente, se les indagó a los empresarios del país cómo consideraban que les beneficiaba la alianza con esta entidad. Se encontró que la mayoría se había visto beneficiado con las capacitaciones de habilidades empresariales y gerenciales (42% en industria, 44% en comercio y 46% en servicios). De igual modo, se observaron beneficios relacionados con: i) mejorar las relaciones comerciales con pares–establecer alianzas (24% en indus-

tria, 21% en comercio y 24% en servicios); ii) incremento del nivel de ventas (13% en industria, 11% en comercio y 9% en servicios); iii) representar los intereses ante el Gobierno Nacional (8% en industria, 11% en comercio y 9% en servicios); iv) conocimiento de nuevos proyectos y/o mercados (3% en industria, 9% en comercio y 9% en servicios); v) incursionar en nuevos mercados (3% en industria, 4% en comercio y 5% en servicios); vi) desarrollar nuevos productos o servicios (2% en industria, 2% en comercio y 4% en servicios; y vii) acceso a programas de financiamiento o cofinanciación (2% en industria, comercio y servicios), ver gráfico 90.

Con relación a la formación de precios al interior de las Pymes colombianas, se preguntó con qué

Gráfico 89. ¿Su empresa participa o está asociada/afiliada localmente con algunas de las siguientes entidades?



frecuencia actualizaban los precios de sus productos y/o servicios. Se evidenció que la mayoría de los empresarios de los tres macrosectores lo hacía cada año (59% en industria, 36% en comercio y 55% en servicios). Asimismo, se observó que el 14% de los empresarios industriales, el 12% de los comerciales y el 11% de los de servicios actualizaban sus precios cada semestre. Igualmente, menos del 15% de los empresarios manifestó hacerlo trimestralmente (7% en industria, 14% en comercio y 6% en servicios) y mensualmente (6% en industria, 15% en comercio y 5% en servicios). Por último, ninguno de los encuestados industriales, menos del 8% de los comerciales y del 4% de los de servicios dijeron actualizar sus precios en un período de tiempo menor a un mes (ver gráfico 91).

Por último, se indagó cuál era el grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de las empresas. En general, la gran mayoría de los factores fueron catalogados como “importantes” por los empresarios de los tres macrosectores a la hora de definir sus precios. No obstante, en el caso del sector de manufacturas los costos financieros y de servicios públicos y combustibles fueron catalogados apenas como “moderadamente importantes” (ver gráfico 92). De forma específica, se destaca que para los sectores industrial y comercial Pyme colombianos los costos de las materias primas fueron lo que más incidió en el alza de precios de sus productos (ver gráfico 93). En cambio, en el sector Pyme de servicios del país, el factor más importante para elevar los precios fueron los impuestos (ver gráfico 94).

Gráfico 90. ¿Cómo considera usted que le ha beneficiado a su empresa la alianza con esta entidad?

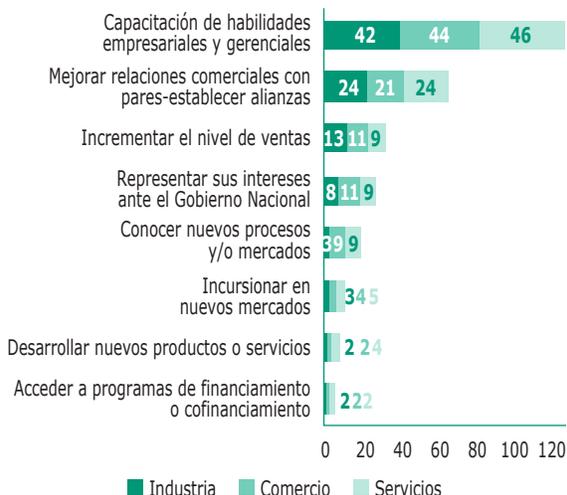


Gráfico 91. ¿Con qué frecuencia en su empresa actualizan los precios de sus productos y/o servicios?

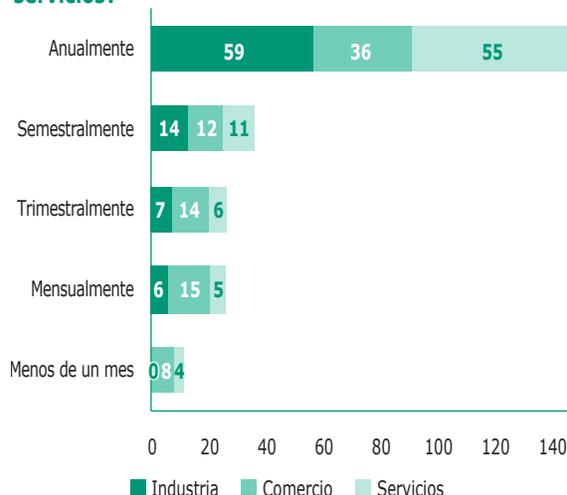


Gráfico 92. Sector industria: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

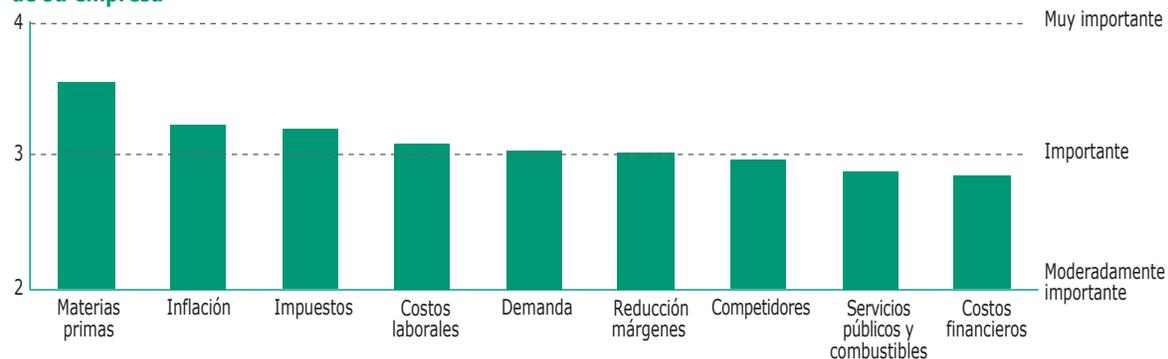


Gráfico 93. Sector comercio: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa

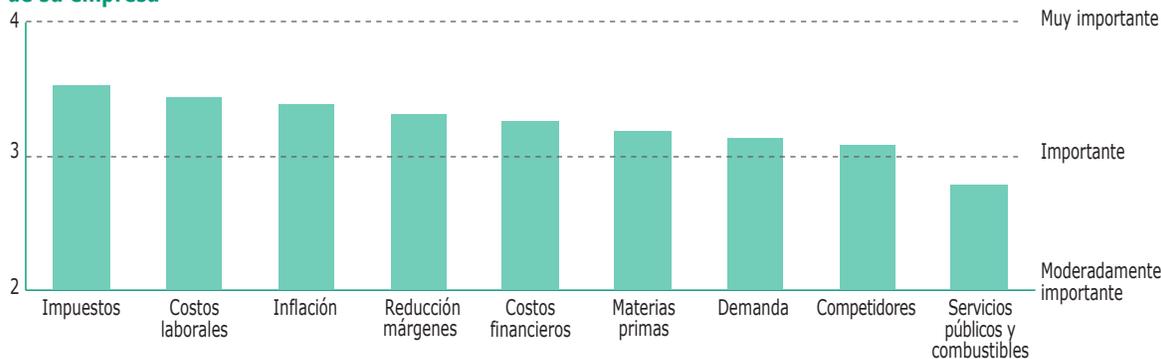
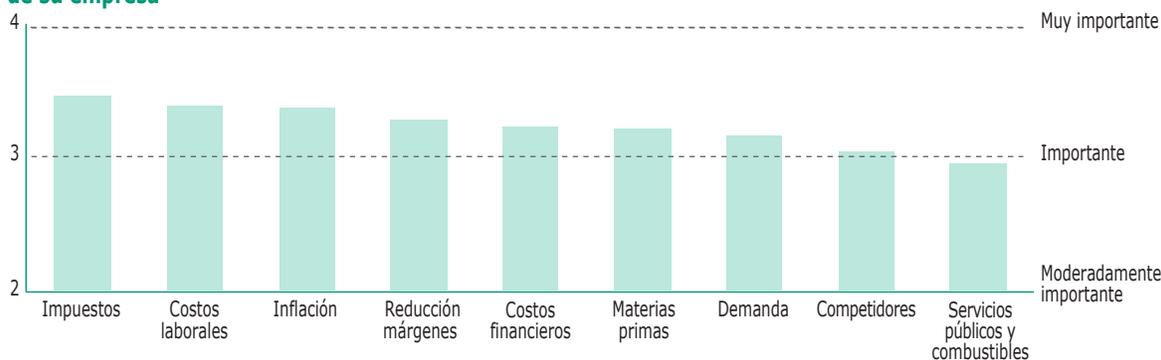


Gráfico 94. Sector servicios: grado de importancia de los factores que inciden en el alza de los precios de su empresa



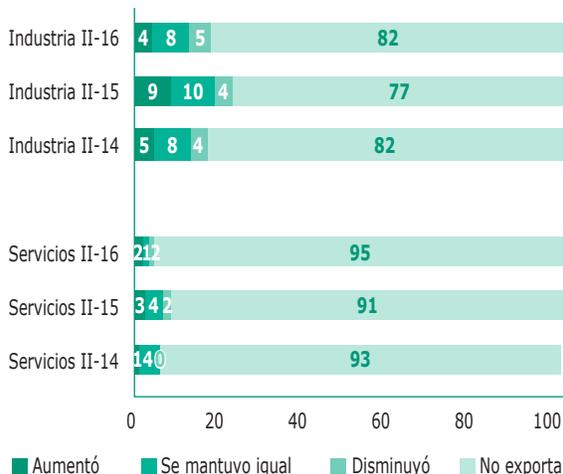
Comercio exterior

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 aumentó y se sigue encontrando que el grueso de las empresas no exporta. En particular, para el sector industrial las empresas no exportadoras pasaron del 77% en 2015-II al 82% en 2016-II, ver gráfico 95. Además, tan solo el 4% aumentó sus exportaciones, frente al 9% reportado en la medición anterior. En cuanto a la proporción de Pymes de servicios que exportan, esta pasó del 9% en 2015-II al 5% en 2016-II. Por su parte, el porcentaje de Pymes que afirmaron experimentar un aumento en sus exportaciones decreció del 3% al 2% a lo largo del último año.

Asimismo, en esta medición se preguntó sobre las razones por la cuales las empresas no exportan. Para el caso de las Pymes industriales, el 38% dijo no estar interesado. La segunda razón para no exportar es que consideran que no cuentan con productos de exportación (31%), mientras quienes afirmaron que no cuen-

tan con información sobre potenciales mercados para sus productos representaron el 12%. En el caso de las empresas de servicios, el 59% de las empresas dijo que sus negocios no contaban aún con servicios exportables. La segunda principal razón por la que no expor-

Gráfico 95. Con respecto al primer semestre de 2016 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2016 (%)



tan es porque no están interesados en hacerlo (29%), y la tercera razón más común por la que no exportan es porque no saben cómo hacerlo (5%), ver gráfico 96.

Por otro lado, se indagó si los empresarios Pyme tienen algún plan de internacionalización para sus negocios. El 10% de los industriales cuenta con un plan de internacionalización, al igual que en el sector de servicios, tal como lo muestra el gráfico 97.

Adicionalmente, en materia de expectativas, como lo muestra el gráfico 98, las Pymes que esperaban aumentos en sus volúmenes de exportación pasaron del 12% en 2016-I al 9% en 2017-I en el caso industrial, y del 4% al 3% para el caso de las Pymes de servicios. De igual forma, una elevada proporción

de las empresas encuestadas aseguró que no iban a exportar en el primer semestre de 2017 (un 81% de industria y un 92% de servicios).

Finalmente, por tercera 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 2016. Aquí, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que entre el 52% y el 58% de las ventas estaba definido para el mercado local y entre el 39% y el 43% se destinaba al resto del mercado colombiano. Asimismo, el mercado internacional tuvo una participación en las ventas menor al 5% en industria, al 2% en comercio y al 3% en servicios (ver gráfico 99).

Gráfico 96. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



Gráfico 97. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

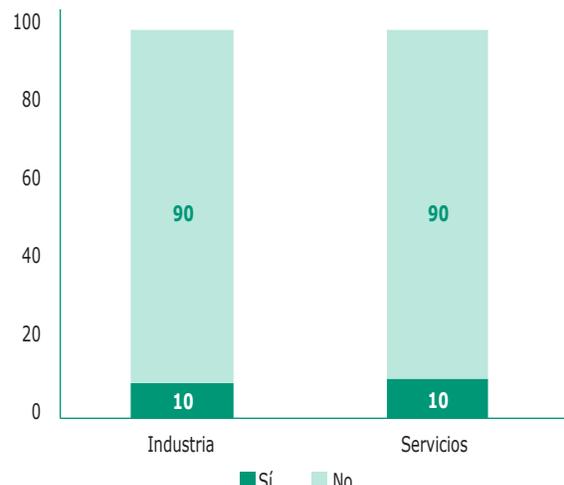


Gráfico 98. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

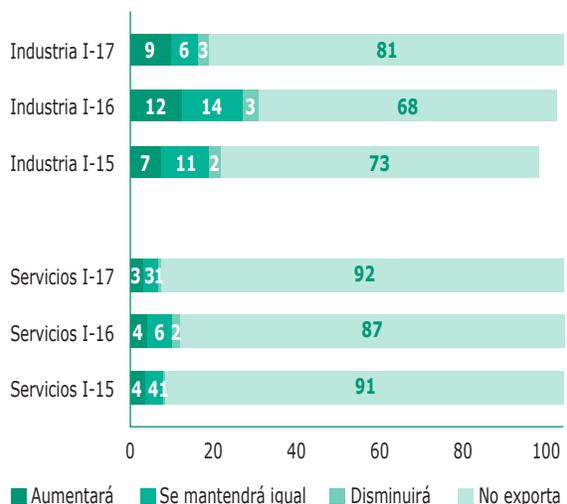
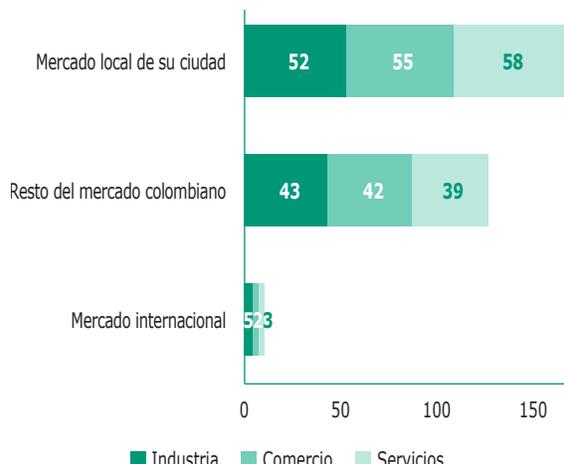


Gráfico 99. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2016?



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 2017, el IPA alcanzó un valor de 61, ubicándose en el plano denominado como “bueno” (ver gráfico 100). Así, este indicador presentó un descenso de 2 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 desde 2015.

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 59 (vs. 62 en 2016-II). En contraste, dicha variable fue de 66 en las empresas medianas, alcanzando también la calificación de “buen” ambiente de negocios, aunque cabe aclarar que esto representa un incremento frente al registro de 63 observado en 2016-II.

La leve tendencia de desaceleración en el IPA es consistente con el menor dinamismo que experimentaron los empresarios de los tres macrosectores Pyme con respecto a su situación económica general en el segundo semestre de 2016. Esto se suma a la fuerte caída en los niveles de optimismo de las perspectivas en materia de desempeño general y producción para 2017-I, principalmente del sector industrial. En los sectores de comercio y servicios, las expectativas son un poco más positivas, aunque persisten niveles de incertidumbre en el rango 15%-20% del total de empresarios encuestados.

Así, dicha desaceleración agregada y promedio para todo el segmento Pyme es consistente con una lectura macroeconómica menos favorable para el año 2017, donde Anif espera crecimientos reales del PIB del orden del 2.2%, lo cual representaría un descenso considerable frente al 4%-4.5% promedio de los años 2010-2014.

Gráfico 100. 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 \$369 millones, 596 mil y \$ 22.132 millones, o número de empleados entre 11 y 200; y para el sector servicios con ventas entre \$895 millones y \$ 17.877 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

1.793 empresas encuestadas.

Tamaño	Industria	Comercio	Servicios	Muestra total
Pequeñas	349	398	439	1.186
Medianas	196	197	214	607
Total	545	595	653	1.793

Margen de error

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

Frecuencia

Semestral.

Medición

Marzo – Junio de 2017.

Realizado por

Cifras & Conceptos S.A.

Comité técnico

Banco Interamericano de Desarrollo – BID	Carlos A. Novoa
SECO	Catalina Pulido Christian Sieber
Bancóldex	Claudia Da Cunha María José Naranjo
Banco de la República	Eliana González María Alejandra Hernández
Anif	Alejandro Vera Nelson Vera Daniela Londoño Juan Diego Londoño María Inés Vanegas
Cifras & Conceptos S.A	César Caballero Daniel Castellanos Ana Marrugo

Informes: avera@anif.com.co • nvera@anif.com.co • dlondono@anif.com.co • jlondono@anif.com.co

Diseño de carátula: Camilo Ángel

Diseño y producción electrónica: Tatiana Herrera - Camilo Ángel - Camila Rodríguez - Nicolás Gaviria