

La Gran Encuesta *Pyme*

LECTURA REGIONAL

INFORME DE RESULTADOS
1er. semestre 2016



ANIF Centro de Estudios Económicos
Asociación Nacional de Instituciones Financieras

ISSN 1909-4175

 **Cámara de Comercio de Bogotá**

 **Cámara de Comercio de Cali**

 **ACOPI**
REGIONAL CENTRO OCCIDENTE

 **Seccional Pereira**

 **ACOPI ATLÁNTICO**
A. ASOCIACIÓN NACIONAL DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

 **Seccional Barranquilla**

 **Universidad de Santander**
UDS

 **Cámara de Comercio de Manizales por Caldas**

 **UAM**
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES

 **CÁMARA DE COMERCIO ABURRÁ SUR**
Centro Integrado - Bogotá - Medellín - Salento

 **CCOA**
Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño

 **Cámara de Comercio de Buga**
Impulsando el progreso

 **CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGO**

 **Gobernación de CUNDINAMARCA**

 **Construye Paz**

 **CÁMARA DE COMERCIO DE TULUA**

 **CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA**

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

La Gran Encuesta *Pyme*

LECTURA REGIONAL



Centro de
Estudios
Económicos



INFORME DE RESULTADOS
1er. semestre 2016

Contenido

Presentación	3
La Gran Encuesta Pyme - Aburrá Sur	5
La Gran Encuesta Pyme - Barranquilla	21
La Gran Encuesta Pyme - Bogotá	37
La Gran Encuesta Pyme - Bucaramanga	57
La Gran Encuesta Pyme - Cali	75
La Gran Encuesta Pyme - Cundinamarca	93
La Gran Encuesta Pyme - Manizales	109
La Gran Encuesta Pyme - Medellín	125
La Gran Encuesta Pyme - Oriente Antioqueño	145
La Gran Encuesta Pyme - Pereira	161
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Buga	179
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Cartago	195
La Gran Encuesta Pyme - Valle del Cauca: Tuluá	209
Indicador Pyme Anif - IPA Regional	225
Ficha Técnica Regional	227

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.

En esta sexta medición a nivel regional se incluyen los resultados de la profundización en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Pereira (por quinta vez), por tercera vez, Barranquilla y Bucaramanga, y por segunda vez, Cundinamarca, Aburrá Sur, Buga, Cartago y Tuluá con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá, la Cámara de Comercio de Cali, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Acopi Centro-Occidente, la Universidad Libre Seccional Pereira, la Universidad de Santander, Acopi Atlántico, la Universidad Libre seccional Barranquilla, la Gobernación de Cundinamarca y las Cámaras de Comercio de Aburrá Sur y de cada una de las ciudades del Valle del Cauca. Adicionalmente, en esta medición de la encuesta a nivel regional, se tienen resultados, por primera vez, para la ciudad de Manizales y para la región del Oriente Antioqueño con el respaldo de la Cámara de Comercio de Manizales, la Universidad Autónoma de Manizales y la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño. La información allí contenida se constituye en una herramienta para generar conocimiento detallado de las Pymes en cada una de las ciudades estudiadas.

La Encuesta fue realizada en los meses de marzo a mayo de 2016 por Cifras & Conceptos S.A, firma encuestadora encargada del trabajo de campo. En

la última lectura se entrevistó a 3.653 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. Para las trece ciudades-regiones encuestadas se presentan los resultados de cada macrosector para los diferentes módulos de la Encuesta.

En general, 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. 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% durante el año 2015, frente al 4.4% observado en el año de 2014.

En cuanto a las perspectivas sobre la situación futura de sus negocios, se observa una caída en los niveles de optimismo de los empresarios. Así, las expectativas de corto plazo de los empresarios en las diferentes ciudades y regiones continuaron su tendencia negativa para los tres macrosectores que abarca la Encuesta.

Por otra parte, el Indicador Pyme Anif (IPA) para las diferentes ciudades y regiones, que mide el clima de los negocios en el segmento Pyme, registró reducciones para las ciudades de Bogotá,

Cali y Barranquilla, y un aumento para las ciudades de Medellín, Bucaramanga y Pereira en el primer semestre de 2016. Para el departamento de Cundinamarca y las ciudades de Buga, Cartago y Tuluá, el IPA se ubicó en el plano de bueno, oscilando entre 59 y 64. Por su parte, para la región de Aburrá Sur, el IPA alcanzó un valor de 65, clasificando así el clima de negocios de esta región también como bueno. Finalmente, para la ciudad de Manizales y

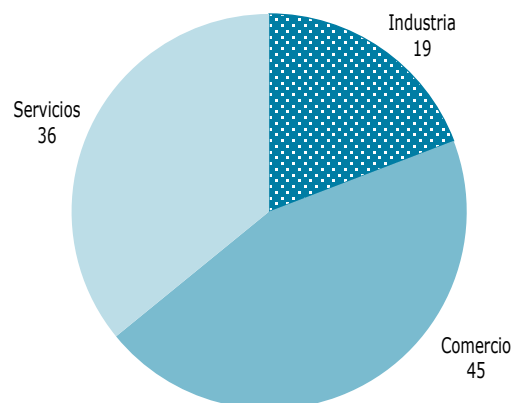
la región del Oriente Antioqueño, que se encuestaban por primera vez, el IPA se ubicó en 66, en el plano de buen desempeño para las empresas Pyme de esas regiones del país.

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.

La Gran Encuesta Pyme

Aburrá sur

Distribución de la muestra (%)



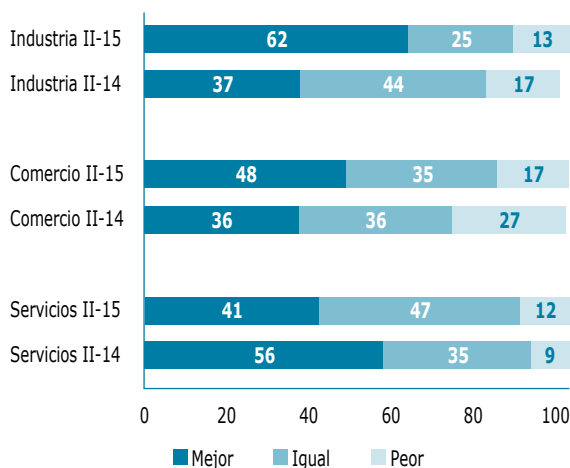
Situación actual

Segundo semestre de 2015

Los resultados de la última medición de la Gran Encuesta Pyme para la región de Aburrá Sur (compuesta por los municipios de Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta) evidencian que los empresarios Pyme de esta región tuvieron una percepción mayoritariamente positiva sobre su desempeño empresarial para cada uno de los tres macrosectores analizados en el segundo semestre de 2015. En efecto, el 62% de los industriales, el 48% de los comerciantes y el 41% de los empresarios de servicios mostraron una visión

positiva sobre la situación actual de sus negocios. En contraste con el año anterior, dos de los tres macrosectores presentaron un aumento en la proporción de empresarios con apreciaciones favorables de su desempeño (+25 puntos porcentuales en industria y +12 puntos porcentuales en comercio), mientras que en el sector servicios se observó una reducción de -15 puntos porcentuales en la proporción de empresarios que reportaron un mejoraría en la situación económica de sus empresas (ver gráfico 1, sección Aburrá Sur).

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



Asimismo, se presentó una opinión favorable a las preguntas referidas a las ventas. Allí, el porcentaje de empresarios Pyme que reportaron un aumento en el volumen de sus ventas se incrementó para los sectores de industria (68% en 2015-II vs. 36% en 2014-II) y comercio (58% en 2015-II vs. 37% en 2014-II). Por el contrario, los resultados del sector servicios mostraron una caída en la proporción que reportó un aumento en el volumen de ventas al pasar del 58% en 2014-II al 40% en 2015-II. Para este sector, la proporción de empresarios que afirmaron experimentar reducciones en sus ventas creció (11% en 2014-II frente al 16% en 2015-II), mientras que para los otros dos macrosectores cayó considerablemente (un 14% en 2015-II frente a un 24% en 2014-II en industria y un 15% en 2015-II frente a 32% en 2014-II en comercio), ver gráfico 2. Por otro lado, en el gráfico 3 se pue-

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

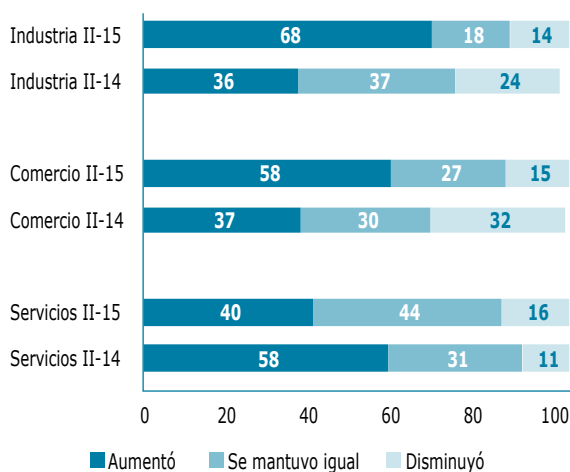
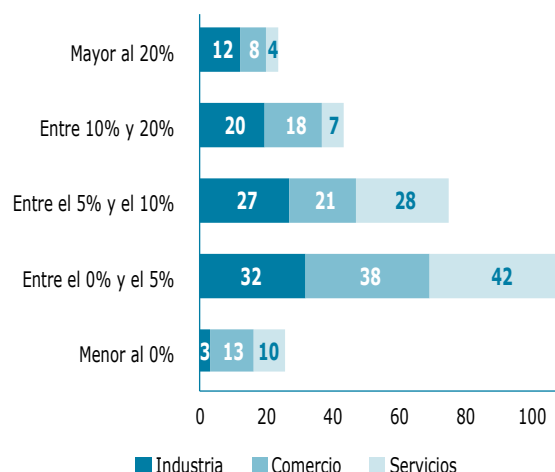


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:



de observar cómo la mayoría de las Pymes de Aburrá Sur presentaron un crecimiento promedio entre el 0% y el 5% de las ventas.

De forma similar a las ventas, un gran porcentaje de Pymes de industria y comercio reportó que el volumen de pedidos aumentó para el período 2014-2015 (60% y 42% respectivamente). En contraste, tan solo un 32% de las Pymes de servicios registró un aumento en sus pedidos. En este sector una gran proporción de empresarios (52%) contestó que el volumen se mantuvo igual al semestre anterior, mientras que solo el 22% de los industriales y el 33% de los comerciantes respondieron que el volumen de pedidos se mantuvo constante (ver gráfico 4).

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2015 (%)

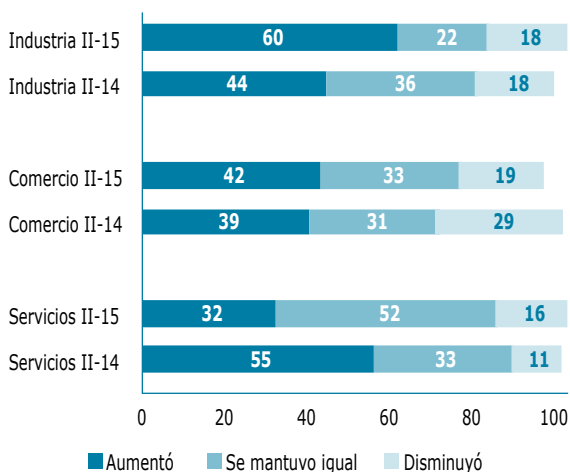
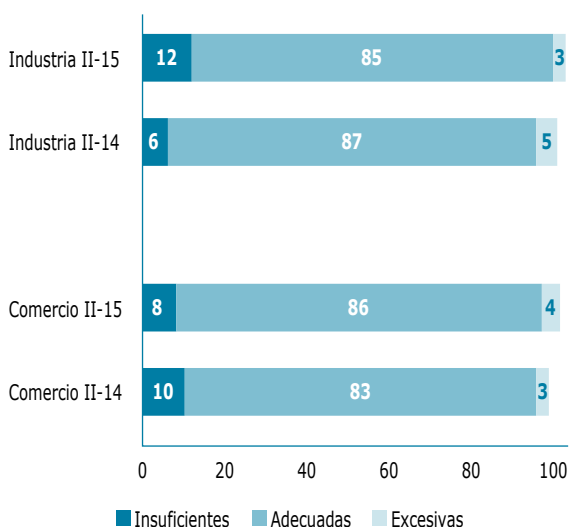


Gráfico 5. Existencias (%)

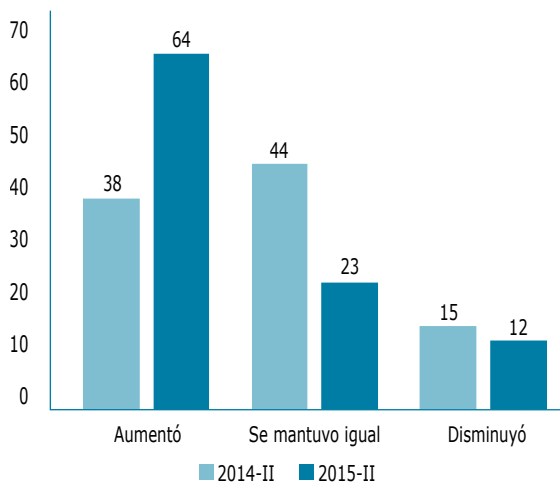


El 85% de las Pymes industriales y el 86% de las de comercio afirmaron que el nivel de existencias durante el segundo semestre de 2015 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año. Este dato se redujo marginalmente con respecto al período 2014-II para la industria (-2 puntos porcentuales) y aumentó para el comercio (+3 puntos porcentuales). Asimismo, tan solo el 12% y el 8%, en cada caso, no contaron con niveles de existencias suficientes durante el mismo período (ver gráfico 5).

Por otra parte, el 64% de los industriales encuestados de esta región consideró que su nivel de producción industrial se incrementó (frente al 38% observado un año atrás), el 23% que se mantuvo igual (vs. 44% en 2014-II) y solo el 12% de ellos sufrió una disminución en esta variable en 2015-II (vs. 15% en 2014-II), ver gráfico 6. Lo anterior va en línea con la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) registrada en dicho período. De hecho, el 86% de las Pymes industriales de Aburrá Sur utilizó entre el 60% y el 100% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 7).

Al parecer, la capacidad de las empresas fue suficiente para atender la demanda del mercado, pues el resultado obtenido para la pregunta sobre producción industrial muestra que el 70% de las Pymes de esta región de Antioquia mantuvo constante la inversión en maquinaria y equipo en el segundo semestre de 2015, mientras que un 19% la incrementó y únicamente un 11% la redujo, cifras muy similares al año anterior cuando se había reportado un 20% de aumento, un 68% constante y un 6% de disminución (ver gráfico 8).

Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2015, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2015 (%)



El gráfico 9 muestra cómo la mayoría de las Pymes de los tres macrosectores manifestó haber enfrentado un aumento en el costo de sus insumos en el segundo semestre de 2015 (un 65% en industria, un 56% en comercio y un 51% en servicios). Frente a lo reportado el año anterior, los costos se incrementaron para la industria en +19 puntos porcentuales y para el comercio en +20 puntos porcentuales. Por el contrario, los empresarios de servicios que reportaron un aumento en sus costos se redujo en -8 puntos porcentuales. El porcentaje de empresarios que respondió que sus costos dis-

minuyeron fue tan solo entre el 6% y el 8% para los tres macrosectores Pyme de esta región.

Entre tanto, las Pymes de industria presentaron la mayor proporción de encuestados que afirmaron que sus márgenes habían aumentado (55%), frente a las Pymes de comercio y servicios (19% y 29% respectivamente). La mayoría de los comerciantes reportó que sus márgenes disminuyeron en el segundo semestre de 2015 con respecto al semestre anterior (43%). Por su parte, entre los empresarios de servicios encuestados, el 50% res-

Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes Industriales)

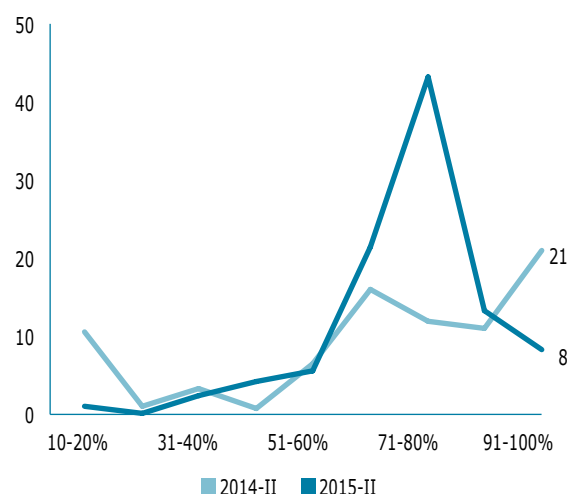


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2015 (%)

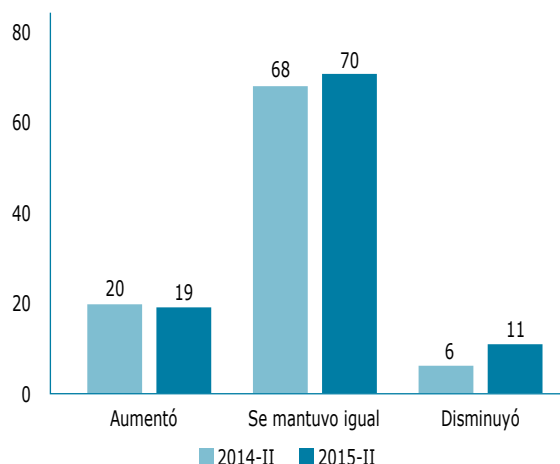


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2015, los costos durante el segundo semestre de 2015 (%)

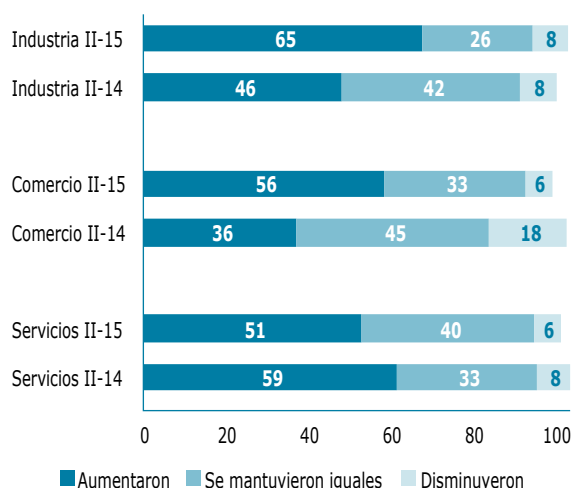
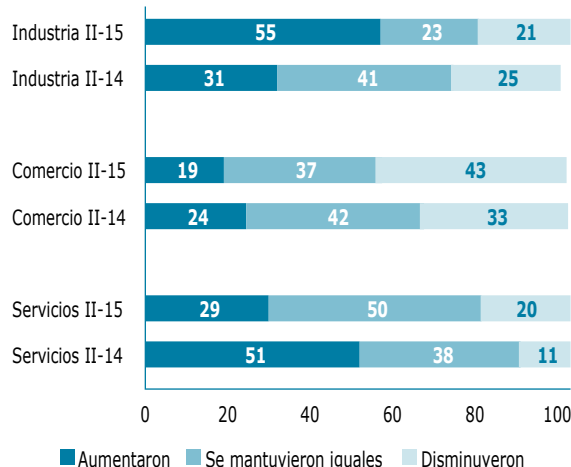


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2015, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



pondió que sus márgenes se mantuvieron iguales, cifra considerablemente superior a la reportada un año atrás (38%), ver gráfico 10.

En cuanto al empleo, este no mostró mucho dinamismo en ningún macrosector de Aburrá Sur. La mayoría de los empresarios mantuvo constante su planta de personal durante el segundo semestre de 2015, con un 48% en el caso de industria, un 65% en el caso de comercio y un 63% en el de servicios (ver gráfico 11). Solo en el sector de industria (38%), más de la quinta parte del total de

las Pymes encuestadas incrementó sus niveles de contratación de trabajadores, ganando +19 puntos porcentuales con respecto a 2014-II.

En el gráfico 12 se observa cómo la mayoría de los empresarios Pyme no tienen en cuenta los altos costos de transporte en el país para realizar una relocalización geográfica. Tan solo un 16% de los empresarios de industria, el 11% de comercio y un 5% de los empresarios de servicio han pensado relocalizarse para reducir sus costos de transporte.

Entre los industriales Pyme, el principal problema que enfrentan es la tasa de cambio (con una participación del 32% en el total). Este problema ha adquirido gran relevancia desde el año anterior cuando solo significó un 13% de las respuestas de los empresarios. En segundo lugar se ubicaron los costos de los insumos con un 17%. La falta de demanda, principal problema en 2014-II (19%), perdió -10 puntos porcentuales de relevancia para los industriales (9% en 2015-II), ver gráfico 13.

Entre tanto, las Pymes comerciales de Aburrá Sur consideraron, de forma similar a las industriales, que la tasa de cambio es el principal problema del sector (39%), seguido de la rotación de cartera (22%) y los altos impuestos (13%). Complementando esto, la superficie de ventas tuvo un comportamiento estable, pues un 63% de los comerciantes reportó que esta variable se mantuvo constante durante el segundo semestre de 2015, aumentan-

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2015, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

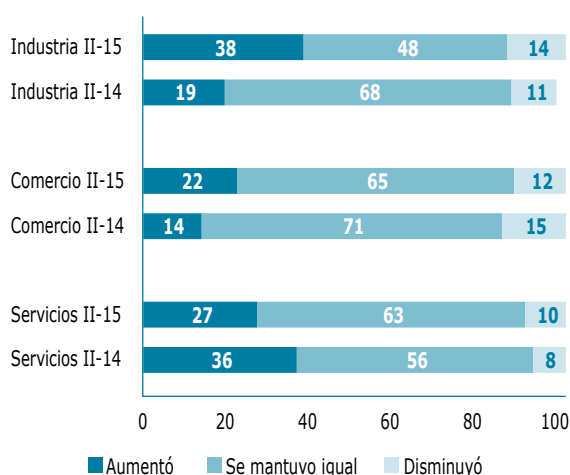


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

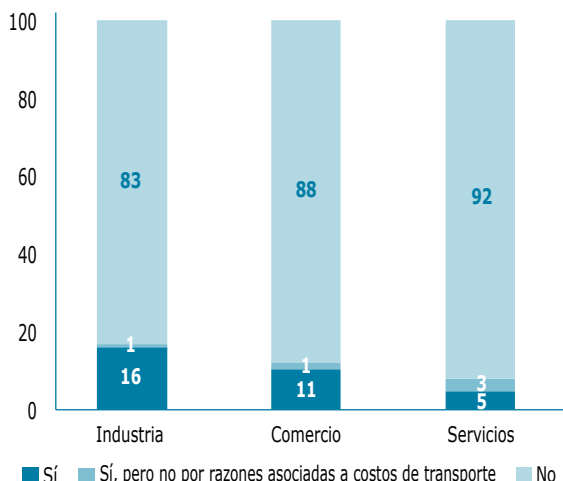


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

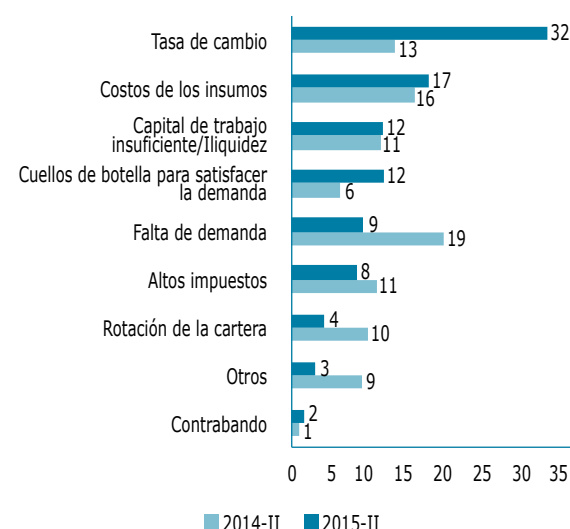
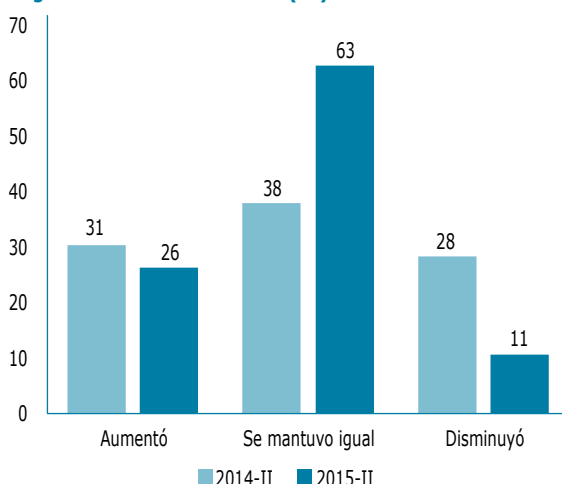


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2015, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2015 (%)



do considerablemente la proporción frente a 2014 (38%). Por el contrario, el 26% de los empresarios reportó un incremento de esta variable, mientras que solo un 11% afirmó que esta se redujo (ver gráficos 14 y 15).

Finalmente, para las empresas de servicios el principal problema, al igual que el año pasado, fue la competencia, con una proporción del 25%, seguida por los altos impuestos y la tasa de cambio, los cuales comparten el mismo porcentaje de encuestados (17%) que afirman que estos son los principales problemas del sector (ver gráfico 16). Es pertinente resaltar la reducción en la relevancia de los otros problemas diferentes a los que tradicionalmente han afectado a las Pymes del sector.

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

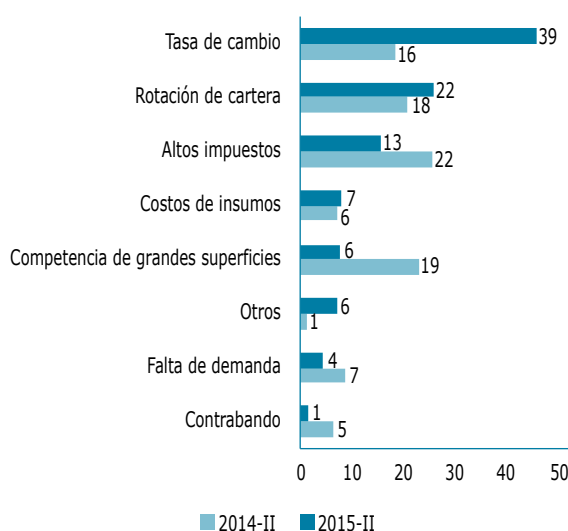
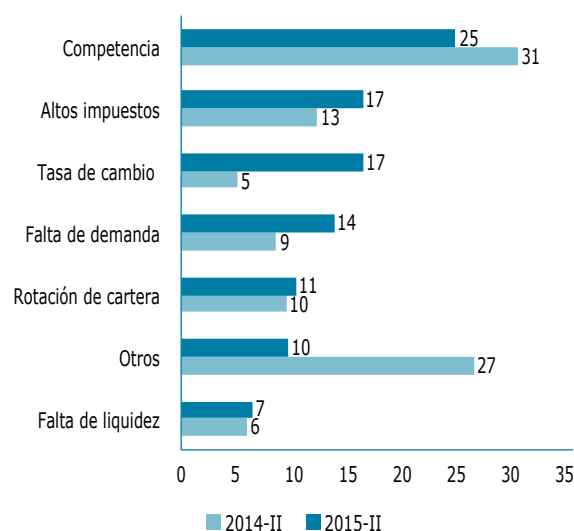


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2016

Las perspectivas frente al primer semestre de 2016 fueron optimistas para los pequeños y medianos empresarios de la región de Aburrá Sur, especialmente para los pertenecientes al sector industrial. En efecto, el 60% de las Pymes de industria esperaba que la evolución de sus empresas al cierre de ese período fuera favorable (ver gráfico 17). La misma opinión la compartieron el 43% de los de servicios y el 36% de los comer-

ciantes. Aun así, en estos dos sectores se presentó una reducción en el porcentaje de la percepción favorable frente a los resultados del año anterior (47% servicios y 42% comercio en 2015-II). Entre tanto, se resalta que la perspectiva neutra en cuanto a la situación económica correspondía al 16% de los industriales, el 12% de los comerciantes y el 29% de los prestadores de servicios. La proporción de empresarios con perspectivas nega-

tivas sobre su desempeño general fue baja, con cifras inferiores al 15% para los tres macrosectores. Sin embargo, hubo un alto porcentaje de encuestados que reportaron incertidumbre, el cual fue particularmente significativo en comercio (39%), donde se observó un aumento frente al dato reportado en 2015-I (+13 puntos porcentuales). Por el contrario, en los sectores de industria y servicios se presentó una caída en la incertidumbre (10% en 2016-I vs. 16% en 2015-I para industria y 16% en 2016-I vs. 27% en 2015-I para servicios).

En cuanto al nivel de producción industrial, el 61% de los empresarios manufactureros de esta región antioqueña consideró que este se incrementaría en el

primer semestre de 2016, cifra superior a la observada el año pasado (45%). Sumado a lo anterior, el 22% consideró que se mantendría igual, dando indicios de un desempeño positivo a corto plazo (ver gráfico 18).

Las expectativas de pedidos estuvieron alineadas con las expectativas sobre el desempeño general de las Pymes para el primer semestre de 2016. En efecto, la mayoría de los empresarios industriales (59%) expresó tener perspectivas favorables sobre esta variable (+15 puntos porcentuales frente a 2015-I). En cambio, en los macrosectores de comercio y servicios se observa una reducción en la percepción favorable al pasar del 43% en 2015-I al 42% en 2016-I en el primer

Gráfico 17. Desempeño general (%)

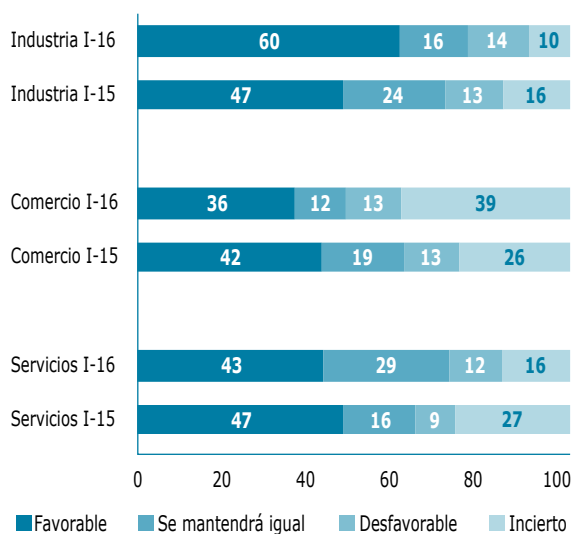


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2015, la producción industrial en el primer semestre de 2016 (%)

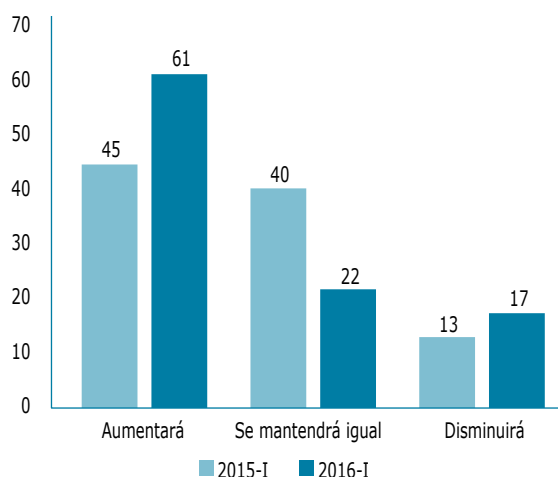


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

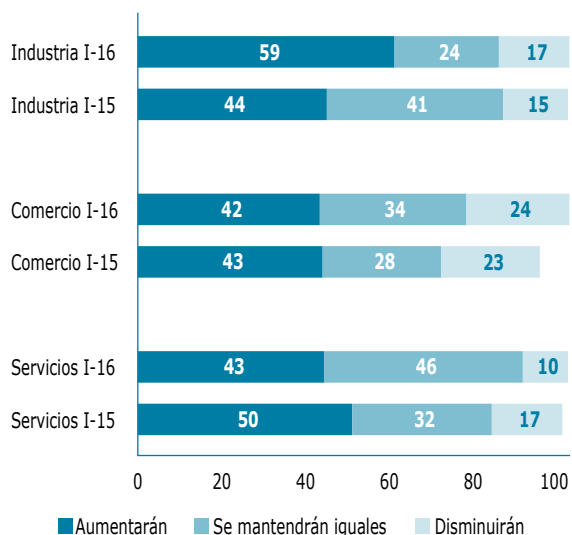
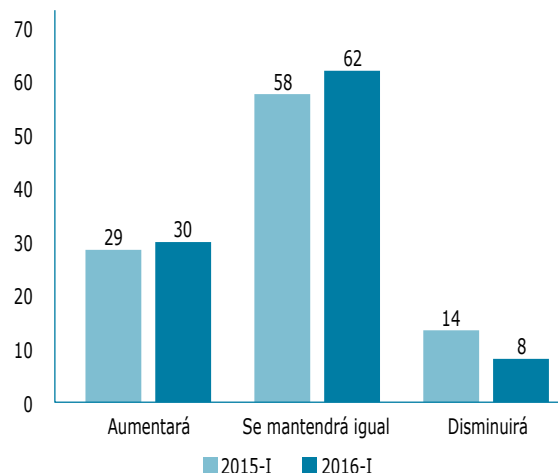


Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2016 (%)

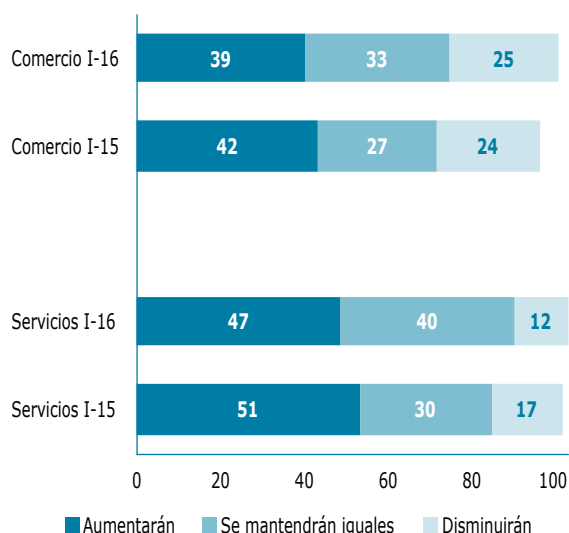


sector y del 50% al 43% en el segundo. Cabe resaltar la gran proporción de las firmas de servicios (46%) que consideran que los pedidos se mantendrán constantes en el primer semestre de 2016 (ver gráfico 19).

Para el primer semestre de 2016, las Pymes manufactureras de esta región antioqueña anticipaban estabilidad en materia de inversión en maquinaria y equipo (gráfico 20). De hecho, el 62% de ellas afirmó que la inversión se mantendría constante (vs. 58% observado en 2015-I), mientras que el 30% pensaba incrementarla (vs. 29% observado en 2015-I) y tan solo el 8% pensaba disminuirla (vs. 14% observado en 2015-I).

Finalmente, en materia de ventas, las expectativas de ventas que tenían los empresarios del sector comercio para 2016-I eran en su mayoría favorables, aunque fueron más moderadas que el año anterior (39% en 2016-I frente a un 42% en 2015-I). Por su parte, la proporción de las Pymes de servicios que esperaban aumentos en sus ventas se redujo hacia el 47%, dato 4 puntos porcentuales inferior al observado en 2015-I. Asimismo, hubo un aumento en la proporción de los empresarios de los dos macrosectores que te-

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



nían una expectativa constante en su nivel de ventas, la cifra en el sector comercio pasó del 27% en 2015-I al 33% en 2016-I y en el sector servicios se incrementó del 30% en 2015-I al 40% en 2016-I (ver gráfico 21).

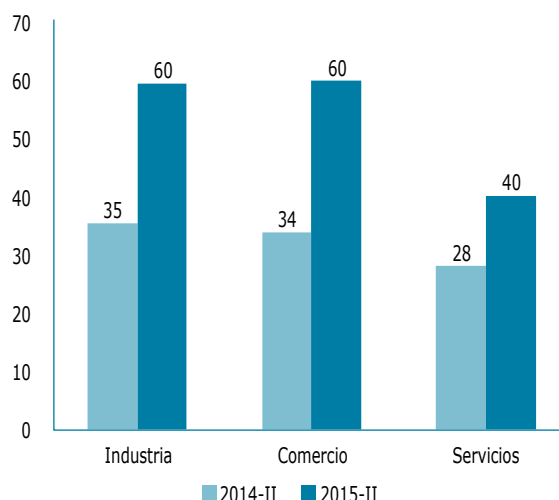
Financiamiento

El 60% de las empresas manufactureras de Aburrá Sur, el 60% de las comerciales y el 40% de las de servicios acudieron al crédito bancario para satisfacer sus necesidades financieras en el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 22). Lo anterior reveló un aumento sustancial en las solicitudes de crédito formal de los empresarios de los tres macrosectores. En industria se presentó un aumento de +25 puntos porcentuales, en comercio el aumento fue de +26 puntos porcentuales y en servicios fue de +12 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Los resultados de aprobación fueron mayores al 95% para los tres macrosectores, especialmente en industria y comercio, donde el 99% de las solicitudes fue aprobado. Aun así, se observó una reducción en los porcentajes de aprobación de industria y servicios con respecto al año anterior, especialmente en este último donde el porcentaje se redujo -4 puntos porcentuales hacia el 96% (ver gráfico 23).

El crédito a corto plazo (menor a 1 año) fue el más solicitado por los encuestados de industria (45%) y servicios (44%), mientras que el de mediano plazo (entre 1 y 3 años) fue el mayormente solicitado por las Pymes de comercio (47%). En cuanto a los términos en

los que fueron aprobados, resalta la diferencia entre el plazo deseado y el aprobado en el sector servicios, donde la mayoría de los créditos fueron concedidos a mediano plazo (41%) a pesar de una mayor solicitud de créditos a corto plazo. En los otros dos macrosec-

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)



tores los plazos aprobados fueron afines a los plazos deseados. En efecto, a la mayoría de los encuestados de los sectores de industria (47%) se le aprobó créditos a corto plazo y a la mayoría de los comerciantes (46%) se le aprobó a mediano plazo, (ver gráficos 24 y 25). En segundo lugar, los encuestados de industria y servicios prefirieron los créditos a mediano plazo, con niveles de aprobación 41% en industria y 41% en servicios similares a los niveles de solicitud (42% en industria y 35% en servicios). Por su parte, en comercio el largo plazo (más de tres años) fue la segunda opción preferida, con una proporción de solicitud del 28% y aprobación del 31%.

La satisfacción de los empresarios de Aburrá Sur en 2015-II frente al monto de los créditos recibidos fue superior al 85% para los tres macrosectores analizados. En efecto, el 94% de las Pymes industriales, el 93% de las comerciales y el 86% de las de servicios se sintieron satisfechas con el monto del crédito obtenido (ver gráfico 26). Igualmente se observa un aumento frente al año anterior para los tres macrosectores (+7 puntos porcentuales en industria, +8 en comercio y +6 en servicios frente a 2014-II). Estos resultados se consideran muy positivos y reflejan una armonización entre el sector financiero y el sector real de esta región.

Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

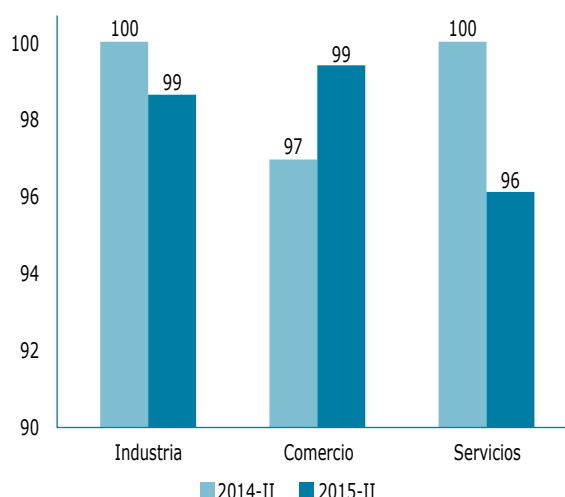


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

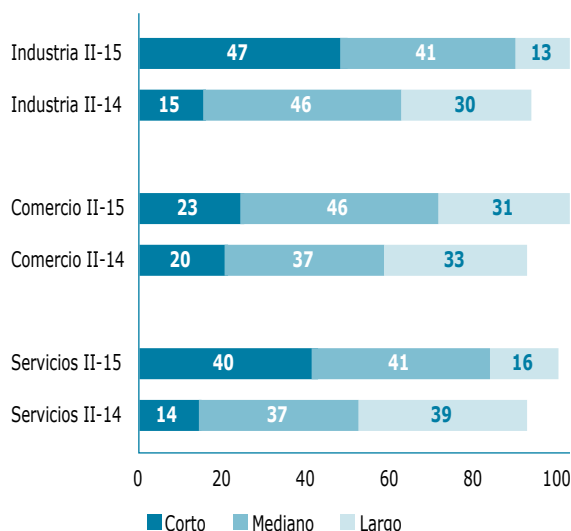


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

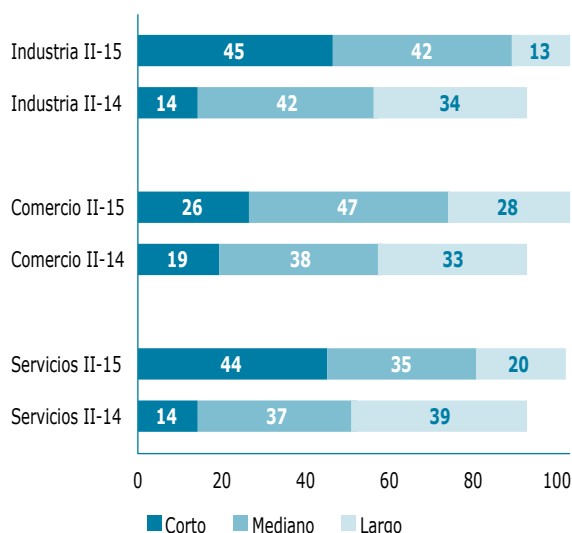
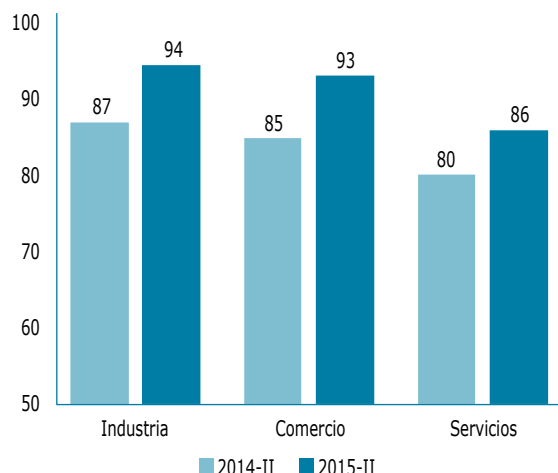
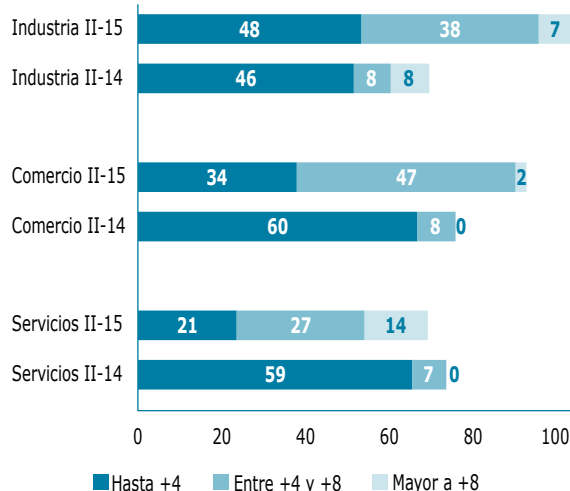


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



Respecto a los rangos de tasa de interés a los cuales estos créditos fueron aprobados en 2015-II, la mayor proporción de los empresarios de comercio y servicios recibió tasas entre DTF+4 y DTF+8 puntos (47% comercio y 27% servicios). Lo anterior contrasta con los resultados observados un año atrás, cuando estos dos sectores recibieron en su mayoría (60% y 59% respectivamente) créditos a tasas de endeudamiento menores de DTF+4. Por otro lado, las firmas manufactureras recibieron en su mayoría (48%) créditos a bajos costos de endeudamiento (hasta DTF+4 puntos), seguidos de créditos a tasas entre DTF+4 y DTF+8 puntos (38%), ver gráfico 27.

Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



El nivel de satisfacción respecto a la tasa de interés recibida se redujo en esta medición para las Pymes de comercio y servicios. Para los comerciantes, la satisfacción pasó del 51% en 2014-II al 47% en 2015-II. Asimismo, la satisfacción de los empresarios de servicios se redujo del 80% al 55%. En el caso de la industria, el porcentaje de satisfacción fue del 68%, ligeramente superior al registro del año anterior (66%), ver gráfico 28. Esto es consistente con el hecho de que los empresarios de la industria enfrentan los menores costos de endeudamiento dentro de los sectores encuestados.

Los recursos de las Pymes de esta región de Antioquia solicitados al sistema financiero se utilizaron

Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

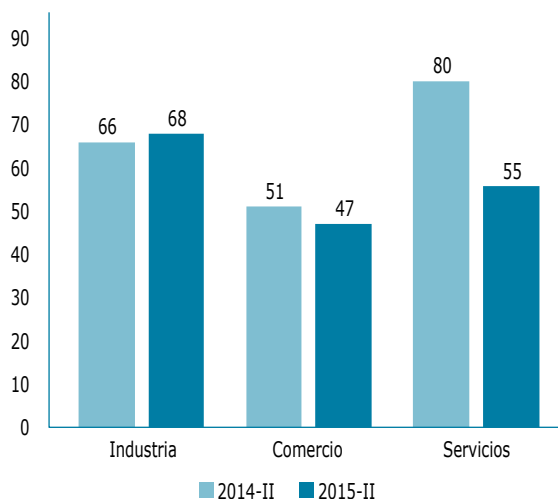
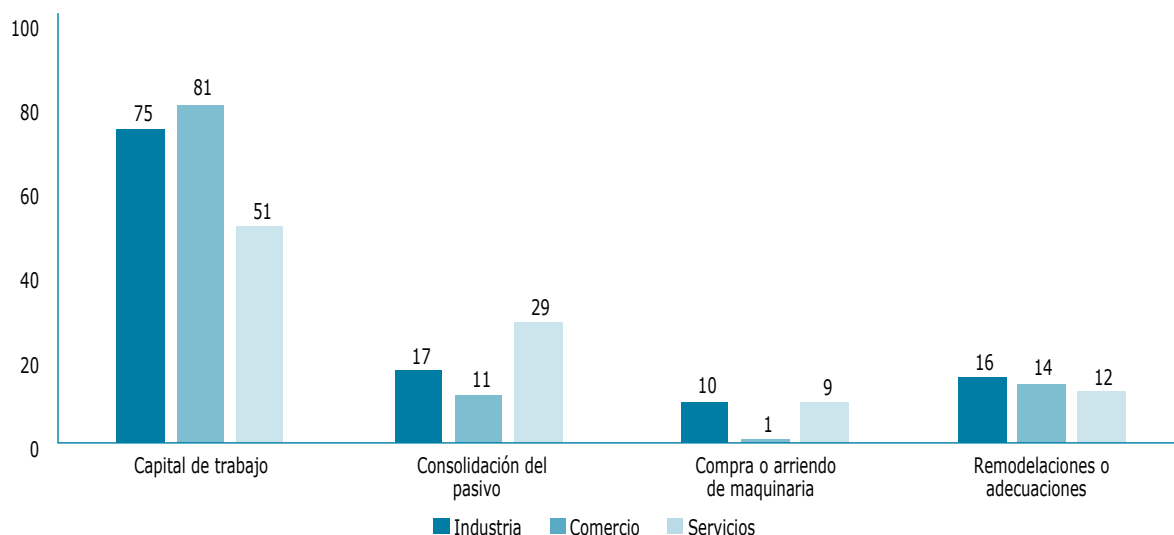


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)



principalmente para capital de trabajo; el 75% en industria, un 81% en comercio y un 51% en servicios. En segundo lugar se ubicó la consolidación del pasivo como principal destino de los recursos para las Pymes manufactureras y de servicios (con una proporción del 17% y el 29% respectivamente). En cambio, dentro del sector de comercio adquirieron particular importancia las remodelaciones y adecuaciones (14%). Cabe destacar que la compra o arriendo de maquinaria tuvo poca relevancia para este último sector, con tan solo el 1% (ver gráfico 29).

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el 33% de las Pymes industriales, el 46% de

las comerciales y el 50% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento distinta al crédito bancario en el segundo semestre de 2015. Los proveedores son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de comercio (15%), mientras que en industria y servicios fueron los recursos propios de las firmas (33% y 25%, respectivamente). El *leasing* tuvo una baja penetración, alcanzando valores inferiores al 10% para los tres macrosectores. Cabe destacar que en el caso del mercado extrabancario, su uso en la región de Aburrá Sur fue casi nulo, con registros entre el 1%-2% para el total de las Pymes (ver gráfico 30). En línea con lo anterior, más del 95% de las Pymes de los tres macrosectores negó haber ac-

Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

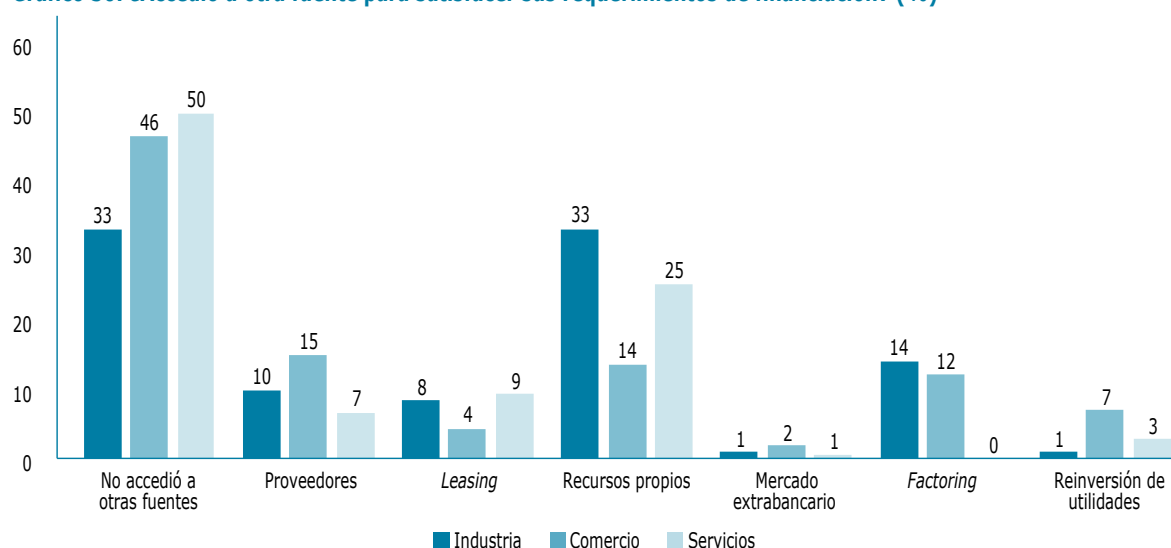
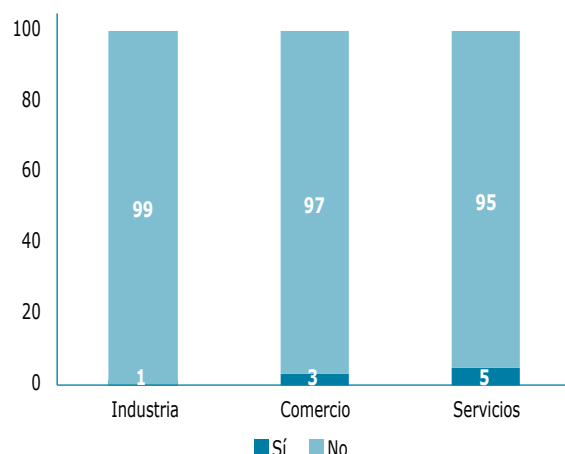


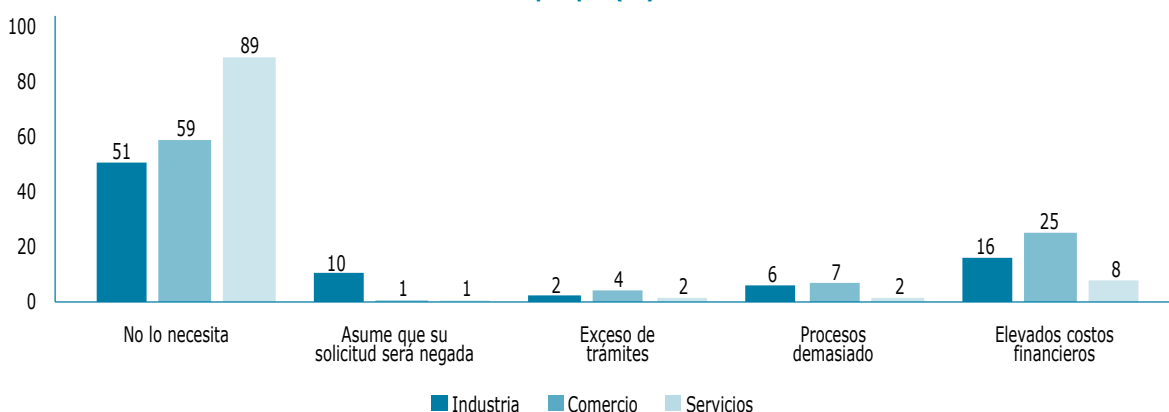
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año? (%)



cedido a recursos de fondos de capital privado y apoyo emprendedor durante el último año (ver gráfico 31).

La principal razón por la cual las Pymes de Aburrá Sur de los tres macrosectores no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 51% en industria, un 59% en comercio y un 89% en servicios). Adicionalmente, la proporción de Pymes de los tres macrosectores que no solicitan créditos al sistema financiero porque anticipan que estos podrían ser negados es muy baja (un 10% para industria, un 1% en comercio y un 1% para servicios). Finalmente, los resultados de esta segunda medición en esta región antioqueña indicaron que para el 16% de las Pymes industriales, el 25% de las comerciales y el 8% de las de servicios, la razón que explica la no solicitud del crédito bancario se debe a los elevados costos financieros (ver gráfico 32).

Gráfico 32. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)

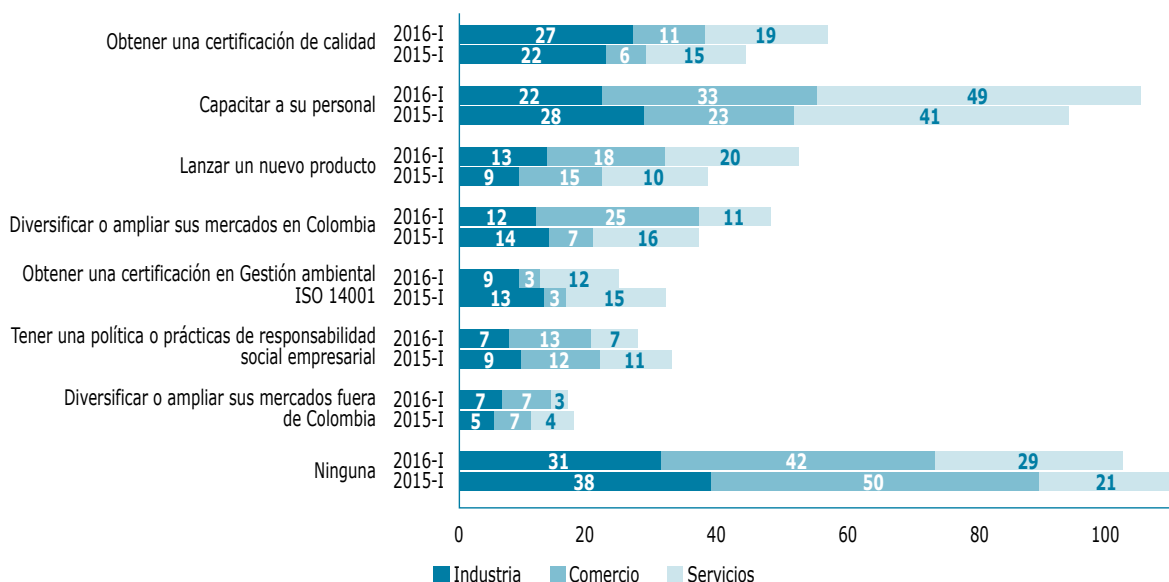


Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes comerciales y de servicios de Aburrá Sur en el primer semestre de 2016 fue capacitar al personal (un 33% en comercio y un 49% servicios). Mientras que los empresarios industriales realizaron en su mayoría acciones encaminadas a obtener una certificación de calidad (27%). En segundo lugar, los empresarios industriales (22%) se enfocaron en capacitar a su personal, mientras que los de comercio buscaron diversificar sus mercados en Colombia (25%). En cambio, las firmas de servicios procuraron lanzar un nuevo producto (20%) en 2016-I (ver gráfico 33). Es importante mencionar que el porcentaje de empresas

que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2016 fue bastante alto, especialmente en el sector comercio donde el 42% de las Pymes no hizo ningún tipo de gestión. En industria el porcentaje también resultó significativo (31%), e incluso en servicios donde se encontró el porcentaje más bajo de empresas que no efectuaron ninguna acción de este tipo, esta cifra alcanzó el 29%. Cabe destacar cómo para los sectores de industria y comercio se redujo esta cifra en -7 puntos porcentuales y -8 puntos porcentuales, respectivamente, entre 2015-I y 2016-I. Por el contrario, en el sector servicios la cifra aumentó en 8 puntos porcentuales para el mismo período.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)

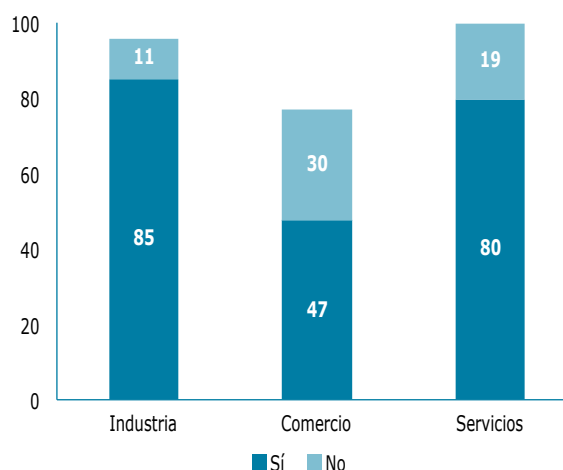


Mercado laboral

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación, analizaremos los resultados de esta indagación en la región de Aburrá Sur.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de esta región an-

Gráfico 34. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa(%)



tiagueña si la formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos responde a las necesidades de sus empresas. Se encontró que en industria y servicios la mayoría de los encuestados (más del 80%) consideraba que si era adecuada. En cambio, en el sector comercio las respuestas están más distribuidas, con un 47% que considera que la educación si se adapta a sus necesidades y un 30% que respondió negativamente a esta pregunta (ver gráfico 34). Al preguntarles sobre qué debería cambiar o mejorar en la oferta educativa, la mayoría de los empresarios Pymes de los tres macrosectores consideró que era necesario desarrollar un programa dual: 50% teórico y 50% práctico (56% industria, 17% comercio y 29% servicios), seguido de que la formación esté enfocada en las necesidades de cada sector (28% industria, 15% comercio y 25% servicios). Es importante resaltar cómo para ninguno de los Pymes son importantes los programas de bilingüismo (ver gráfico 35).

Al indagar sobre la distribución de la contraprestación salarial se encontró que el sector servicios es el que tiene la contraprestación más baja de los tres macrosectores, puesto que en las firmas de servicios la mayoría de sus empleados recibe un salario mínimo (en un 54% de las empresas). Por el contrario, en los sectores de industria y comercio el mayor porcentaje de las empresas paga entre 2

Gráfico 36. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%)

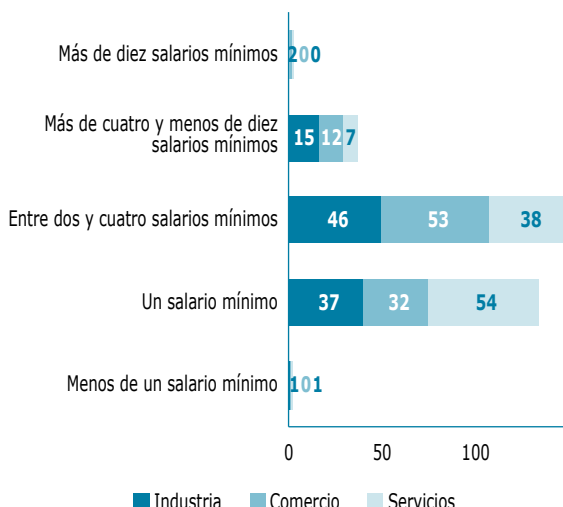
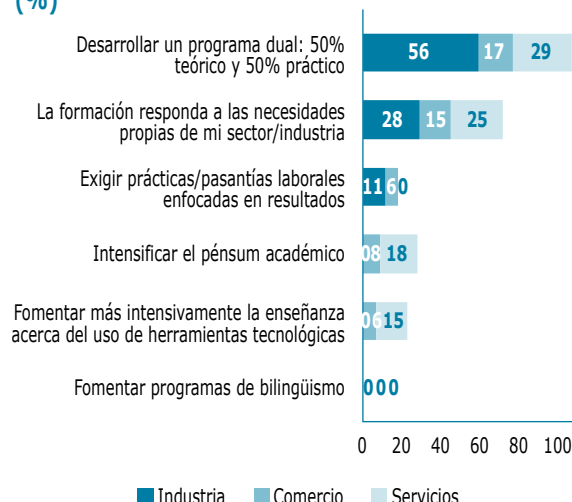


Gráfico 35. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)

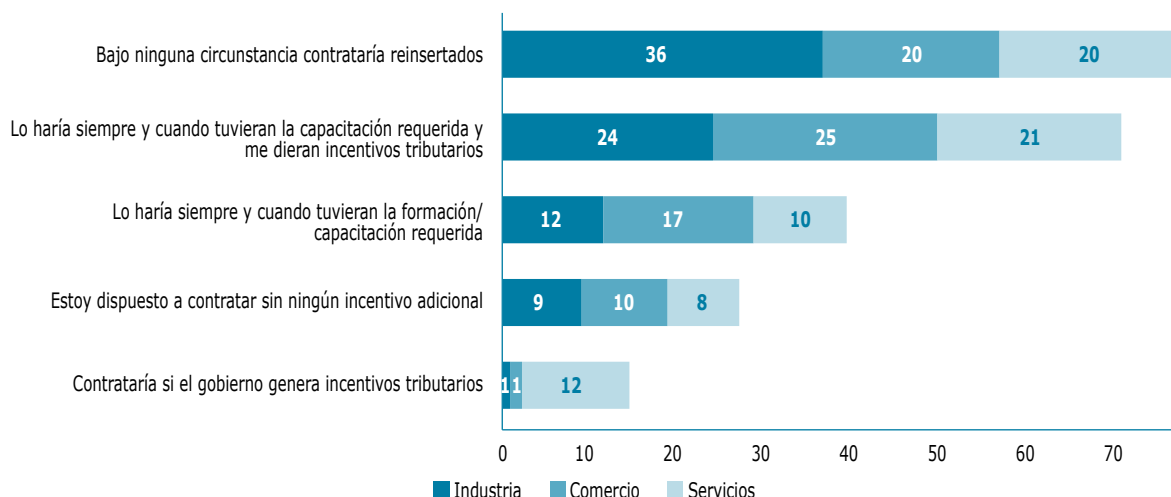


y 4 salarios mínimos a la mayoría de sus empleados (46% y 53% de las empresas de cada sector). Cabe señalar como tan solo un 1% de las firmas de industria y servicios, y ninguna de comercio pagan menos de un salario mínimo (ver gráfico 36).

Para finalizar, dentro del contexto actual colombiano del proceso de paz, se les preguntó a los empresarios Pyme bajo qué circunstancias estarían

dispuestos a contratar a personas reinseradas. A lo anterior la mayoría de los empresarios de comercio (25%) y servicios (21%) contestaron que lo harían siempre y cuando tuvieran la capacitación requerida y les dieran incentivos tributarios. Por el contrario, los industriales respondieron en un 36% que no contratarían a reinserados bajo ninguna circunstancia, contrastando con el 20% tanto de sector comercio como servicios, (ver gráfico 37).

Gráfico 37. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinseradas en su empresa

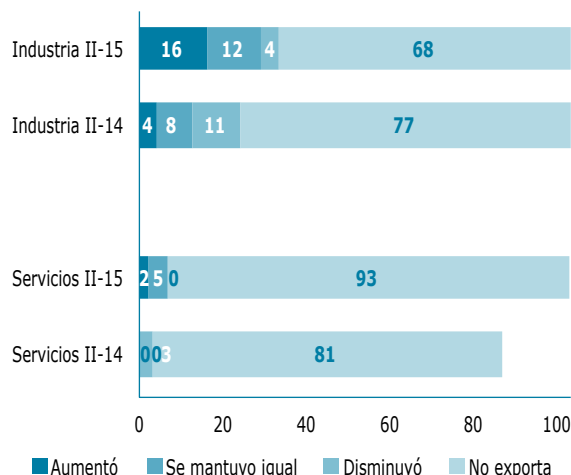


Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta segunda lectura de la Encuesta, en la región de Aburrá Sur se encontró que el 68% de las Pymes industriales y el 93% de las de servicios no realizaron exportaciones durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 38). Entre tanto, un 16% de los empresarios manufactureros aumentó sus ventas al exterior, cifra que para el sector servicios fue solo del 2%. Los resultados anteriores son superiores a los reportados en 2014-II, cuando tan solo el 4% de los industriales aumentó sus exportaciones y ninguno de los empresarios de servicios elevó su nivel de exportación en ese período.

Al preguntarle a las firmas Pyme las razones por las cuales no exporta, se encuentra que un 24% de los industriales y un 27% de los de servicios no tienen interés alguno en exportar. Igualmente, es significativa la

Gráfico 38. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



respuesta de la mayoría del sector servicios (56%) que considera que su negocio no tiene productos exportables (ver gráfico 39). En sintonía con el poco interés de exportar, más del 50% de los empresarios de los dos macrosectores encuestados no ha pensado en un plan de internacionalización para su negocio. En efecto, el 54% de los industriales y el 68% de los empresarios de servicios no han considerado internacionalizarse (ver gráfico 40).

En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 66% de los encuestados en el sector industria y el 87% del sector servicios no preveían exportar en 2016-I. En el caso del sector industrial se obser-

va un aumento en +4 puntos porcentuales respecto a lo observado en 2015-I, mientras que en el sector servicios se presentó un aumento de +6 puntos porcentuales comparado con el mismo período. Aun así, la participación de los empresarios con expectativas favorables sobre sus ventas al exterior es mayor a la del año pasado para los dos macrosectores (15% en 2016-I vs. 7% en 2015-I para industria y 4% en 2016-I vs. 0% en 2015-I para servicios), ver gráfico 41.

En esta edición de la Encuesta se interrogó a las Pymes de Aburrá Sur sobre el impacto que ha tenido en su actividad económica la reciente devaluación

Gráfico 39. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



Gráfico 40. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

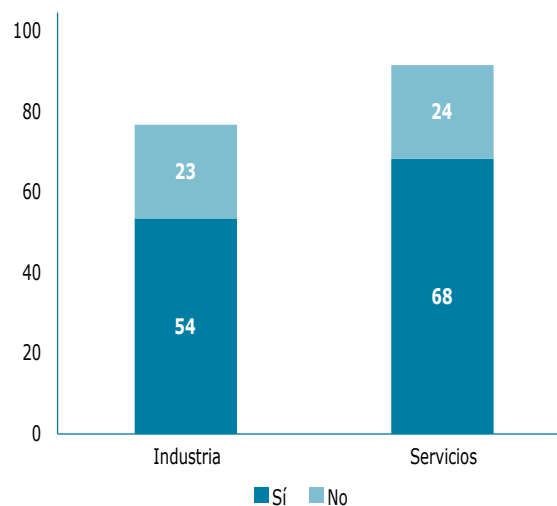


Gráfico 41. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

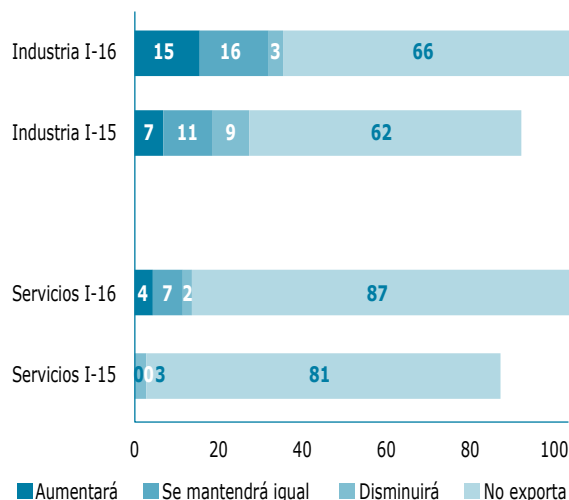
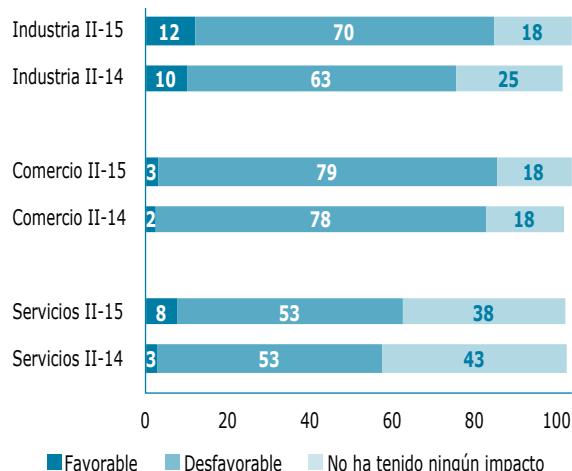


Gráfico 42. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

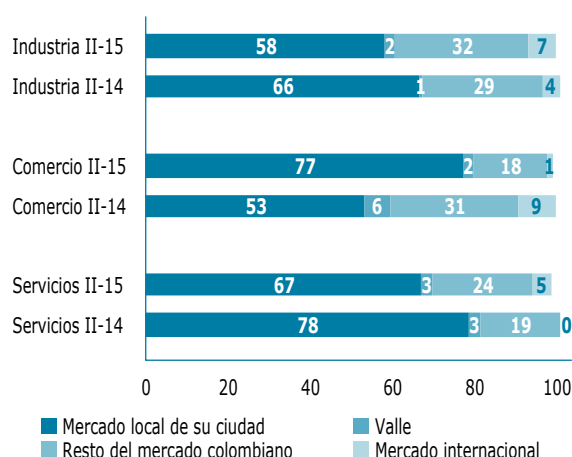


que ha afrontado el país. A esto, el 70% de los empresarios industriales, el 79% de los comerciantes y el 53% de los empresarios de servicios respondieron que esto tuvo efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 42). Esta condición es atribuible a la baja oferta exportadora de esta clase de firmas (en el caso de los sectores de industria y servicios), y a los efectos en la inflación vía costos de importación que han podido encarecer los insumos de estas empresas directamente o por medio de sus proveedores. Esto va en línea con la respuesta de los empresarios sobre el principal problema de cada sector, donde la tasa de cambio se ha vuelto uno de los problemas más importantes para las pequeñas y medianas empresas. Igualmente, el sector servicios fue el que se mostró más indiferente a esta tendencia, pues un 38% de sus firmas reportó no haber percibido ningún impacto en su actividad económica por cuenta de la devaluación del peso contra el dólar.

Por último, se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de Aburrá Sur se enfocaron principalmente en el mercado local de su región (un 58% de los entrevistados industriales, un 77% de los comerciales y un 67% de los de servicios), ver gráfico 43. Entre tanto, los empresarios manufactureros fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (32%),

seguidos por los de servicios (24%). Cabe destacar que nuevamente se encuentra evidencia de baja apertura comercial de las Pymes, pues las ventas al mercado internacional muestran participaciones inferiores al 10%. Asimismo, los comerciantes aumentaron sus ventas en el mercado local en +24 puntos porcentuales respecto al año anterior, mientras que se redujo tanto su participación en el resto de Colombia (-13 puntos porcentuales) como en el mercado internacional (-8 puntos porcentuales).

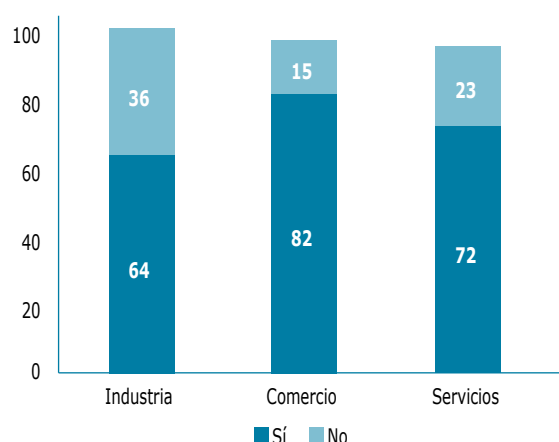
Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)



Estabilidad jurídica

En esta edición de la Gran Encuesta Pyme se realizó una pregunta específica para la región de Aburrá Sur, donde se le preguntó a los empresarios de pequeñas y medianas firmas si consideraban que las continuas reformas legales a la normativa empresarial del país afectaban negativamente la actividad económica de sus empresas. A esta última pregunta contestaron afirmativamente el 64% de los industriales, el 82% de los comerciantes y el 72% de las empresas de servicios (ver gráfico 44).

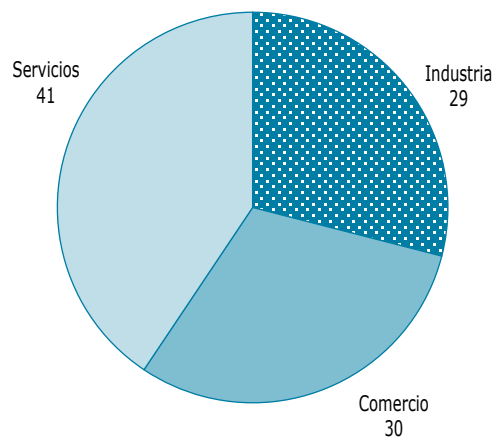
Gráfico 44. ¿Considera que las continuas reformas legales que afronta la normatividad empresarial del país afectan negativamente la actividad económica de su empresa? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Barranquilla

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2015

Los resultados de la tercera medición de la Gran Encuesta Pyme para la ciudad de Barranquilla mostraron que los empresarios tenían percepciones cautelosas respecto al desempeño de la actividad económica de sus empresas para el segundo semestre de 2015. Como lo muestra el gráfico 1 (sección Barranquilla), la mayor proporción de los encuestados de los sectores de industria (55%), comercio (57%) y servicios (41%) reportó que su desempeño económico mejoró durante 2015-II. En contraste con lo observado un año atrás, hubo una disminución en la proporción de empresarios con apreciaciones favorables sobre su desempeño en dos macrosectores (-9 puntos porcentuales en industria, -10 puntos porcentuales en servicios), mientras que el sector comercio presentó un incremento de esta proporción (+5 puntos porcentuales). Por su parte, hubo un aumento en la proporción de empresarios que reportaron desmejoras en su desempeño general de los tres macrosectores Pyme (+2 puntos porcentuales en industria, +5 puntos porcentuales en comercio y +4 puntos porcentuales en servicios).

Las percepciones del volumen de ventas y pedidos mostraron ser heterogéneas entre los tres macrosectores, como lo muestra el gráfico 2. Así, las empresas industriales mostraron una caída en la proporción de los empresarios que vieron aumentar su volumen de ventas entre 2014-II y 2015-II (69% vs 51%). Por el con-

trario, en el sector comercial el 57% de los empresarios manifestó que el volumen de ventas se había incrementado (vs. el 51% de 2014) y disminuyó en 4 puntos porcentuales la proporción que registró una disminución de las mismas (18% en 2014 vs. 14% en 2015). Por su parte, en el sector de servicios el 42% de los encuestados aumentó su volumen de ventas subiendo 3 puntos porcentuales respecto a lo registrado hace un año, pero esto se vio contrarrestado por un incremento de 6 puntos porcentuales en las empresas que registraron una disminución de sus ventas (12% vs 18%).

Al indagar sobre el crecimiento promedio anual en ventas, podemos ver nuevamente distintos comportamientos entre sectores. Para el sector industrial, cabe resaltar que a pesar de que cerca del 51% de sus empresas crece en el rango 0%-10%, y un 26% de sus empresas Pyme crece a ritmos mayores al 20%. Por su parte, para el sector comercial la mayor concentración se presenta en crecimiento entre el 10% y el 20% con un 27% de los encuestados. El sector de servicios presenta el menor ritmo de crecimiento al concentrar el 41% de los encuestados en el rango del 0%-5% (ver gráfico 3).

Con respecto al volumen de pedidos recibidos, las Pymes de industria y servicios barranquilleras se comportaron de forma similar. En ambos casos la proporción de empresarios que evidenciaron au-

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

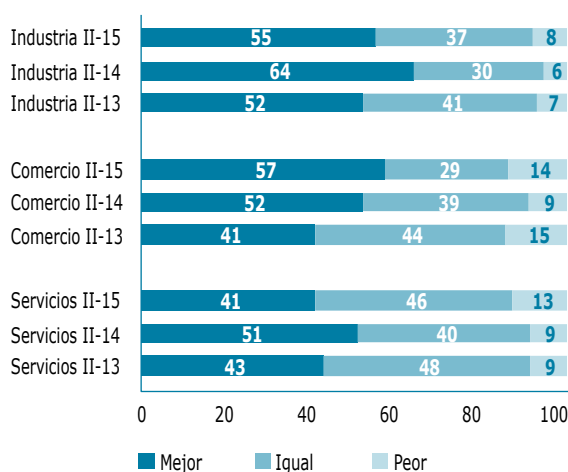
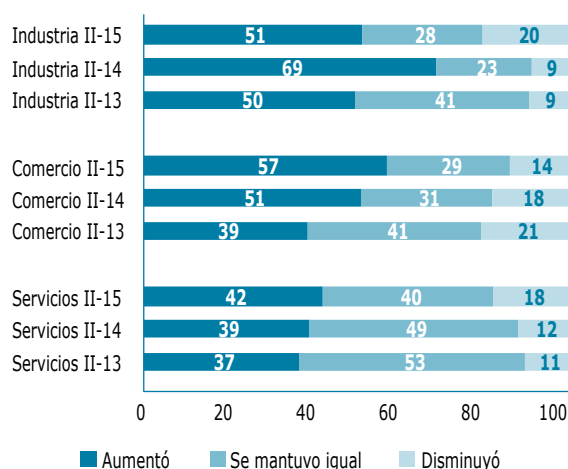


Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



mentos en esta variable cayó entre 2014-II a 2015-II (del 66% al 50% para industria y del 51% al 39% en servicios). De forma contraria, en el sector comercio se evidenció un incremento en los empresarios que vieron aumentar el volumen de pedidos, pasando del 53% en 2014 al 59% en 2015 (ver gráfico 4).

El 94% de las Pymes industriales y el 91% de las Pymes de comercio afirmaron que el nivel de existencias durante el segundo semestre de 2015 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año. Tan solo el 3% de las Pymes industriales y el 7% de las Pymes comerciales no contaron con suficientes existencias durante 2015-II (ver gráfico 5).

Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:

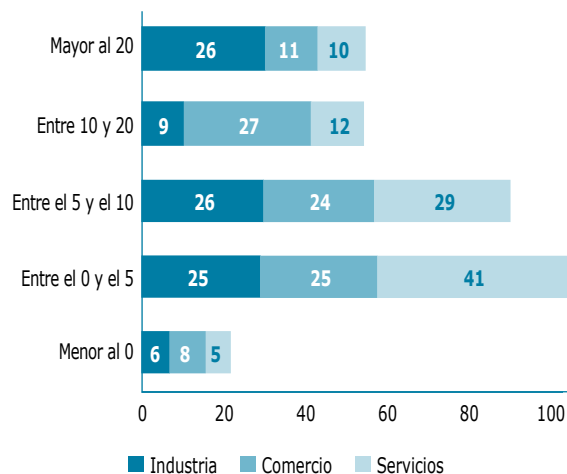
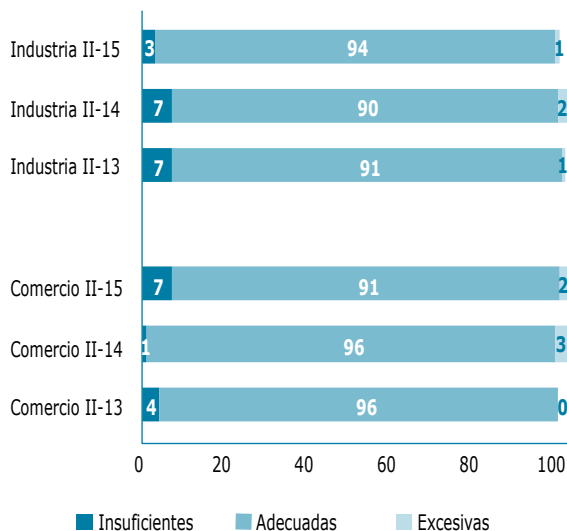


Gráfico 5. Existencias (%)



Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, el 54% dijo que este había aumentado en 2015-II frente al 63% observado un año atrás. Entre tanto, un 24% afirmó que este nivel había disminuido, cifra superior en 15 puntos porcentuales a la observada un año atrás (ver gráfico 6). Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 50% de las Pymes industriales barranquilleras utilizó entre el 50% y el 90% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 7). En términos de inversión en maquinaria y equipo, el 35% de las Pymes industriales afirmó que esta aumentó, un 55% dijo que esta se mantuvo igual y un 9% aseguró que esta se redujo para el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 8).

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2015 (%)

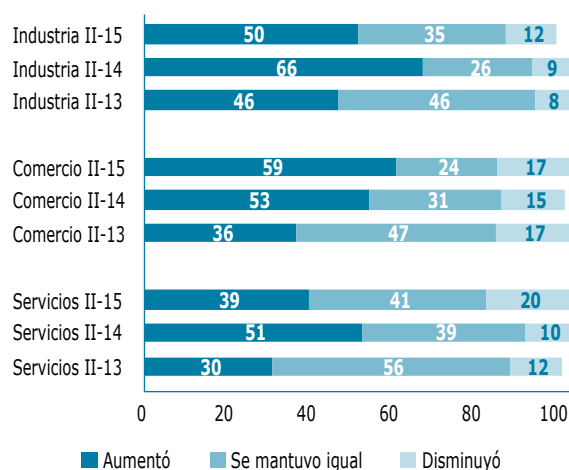
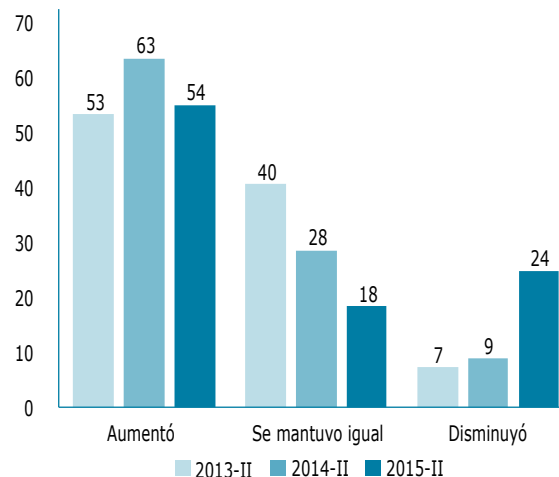
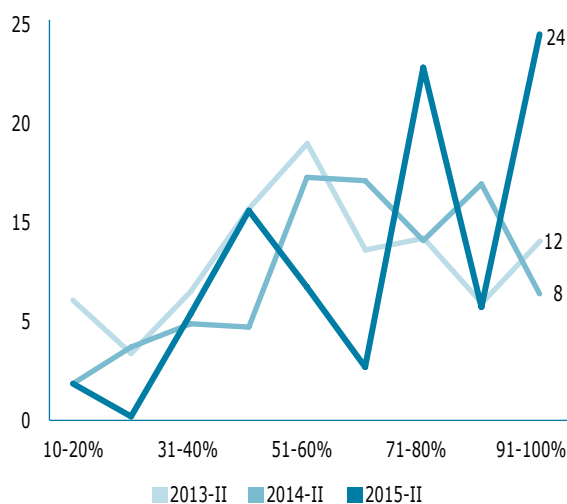


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2015, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2015 (%)



El gráfico 9 muestra el comportamiento de los costos de operación y funcionamiento para las Pymes de los tres macrosectores en 2015-II. En el caso de las Pymes industriales, el porcentaje de encuestados que experimentaron incrementos en los costos de producción alcanzó el 55% (marginalmente inferior a lo presentado hace un año). El 63% de los empresarios del sector comercial experimentó aumentos en sus costos de operación, superior al 46% observado en la anterior medición. Al igual que para el empresariado industrial, la proporción de empresarios del sector servicios que reportaron aumentos en sus costos (41%) cayó en 3 puntos porcentuales para el segundo semestre de 2015 respecto al año anterior.

Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes Industriales)



Al preguntarle a las Pymes barranquilleras por los márgenes de sus empresas, los tres macrosectores mostraron un marcado decaimiento frente a los resultados de 2014. Así, el 38% de las Pymes industriales afirmó que sus márgenes habían aumentado frente al 61% de un año atrás. Para el sector comercio, el 42% manifestó que sus márgenes habían aumentado (7 puntos porcentuales por debajo de lo registrado hace un año). Por su parte, el sector de servicios presentó la mayor caída de todos los sectores al registrar que solo el 26% de los encuestados incrementó sus márgenes frente al 43% de hace un año (ver gráfico 10). Los resultados para las Pymes barranquilleras en materia de empleo presentaron una merma en la

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2015, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2015 (%)

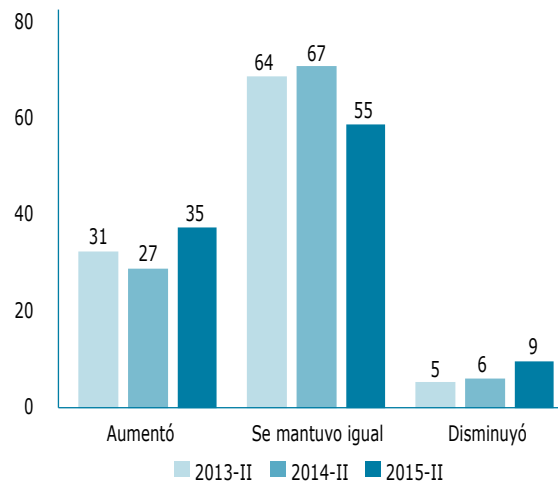


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2015, los costos durante el segundo semestre de 2015 (%)

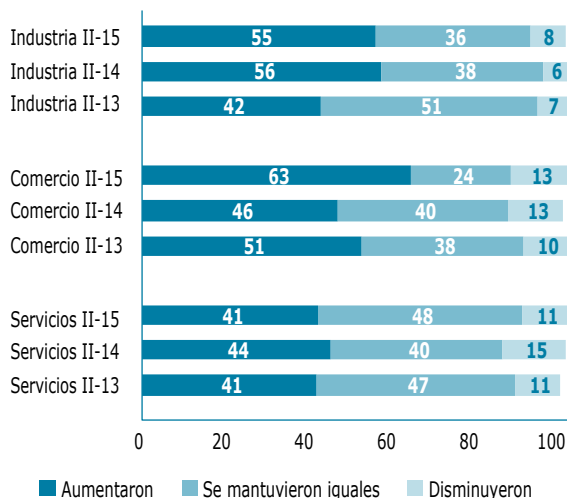
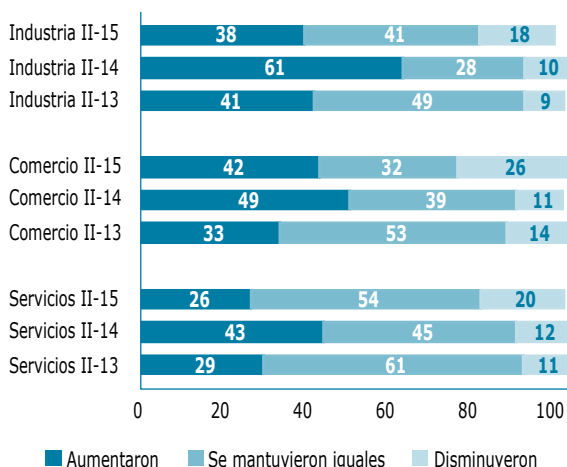


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2015, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



generación de empleo para la ciudad. Efectivamente, se evidenció una disminución en la proporción de encuestados que afirmaron aumentar su planta de personal para los tres macrosectores (-4 puntos porcentuales para industria, -3 puntos porcentuales para comercio y -6 puntos porcentuales para servicios). Adicionalmente, entre el 54% y el 66% de los encuestados mantuvo su planta laboral constante (ver gráfico 11).

La gran mayoría de las empresas barranquilleras no ha considerado ni efectuado relocalizaciones con el fin de disminuir sus costos, el 79% de las industrias, el 87% de comercio y 91% de servicios no planean rea-

lizar relocalizaciones. Mientras que solamente entre el 7% y 10% de las empresas consultadas ha realizado relocalizaciones para bajar los costos que enfrentan.

El gráfico 13 muestra que las Pymes industriales identificaron como principal problema para el desarrollo de su actividad empresarial la tasa de cambio (32% de las respuestas) para el segundo semestre de 2015. En el ranking de los problemas que identificaron los empresarios industriales se ubicó en segundo lugar el costo de los insumos (19%); en tercer lugar, otros problemas no identificados en la encuesta (15%), y en cuarto lugar la rotación de cartera (11%). Cabe destacar que la tasa de cambio

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2015, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

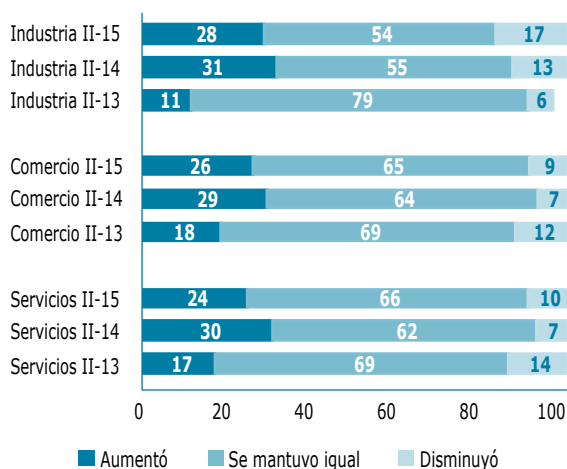


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

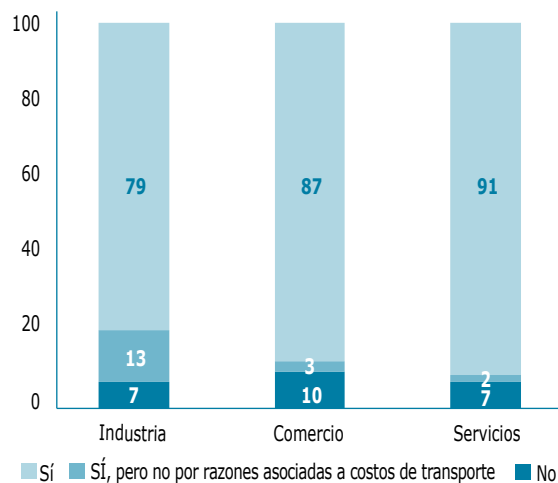


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

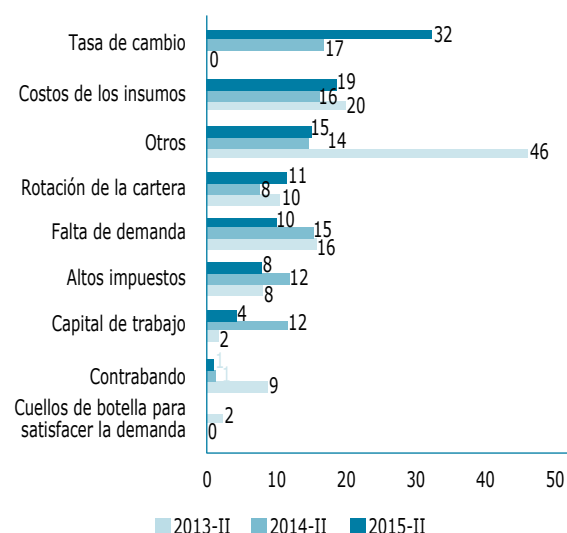
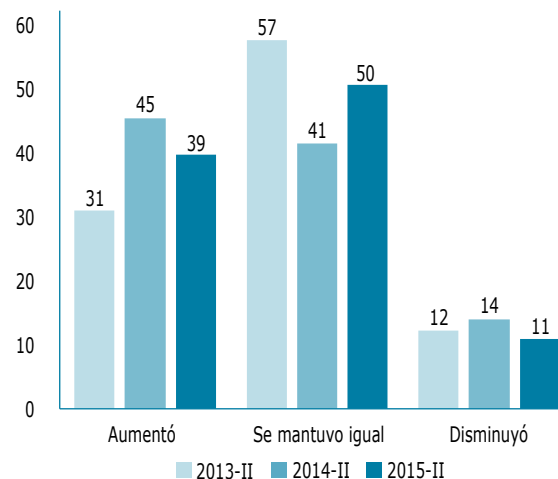


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2015, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2015 (%)



ganó 32 puntos porcentuales desde el inicio de la Encuesta en 2013.

Por su parte, la superficie de ventas pareció mantenerse estable durante el segundo semestre de 2015. El gráfico 14 muestra un aumento en la proporción de encuestados que afirmaron que esta variable se mantuvo estable (41% en 2014-II vs. 50% en 2015-II), mientras que decreció la proporción de empresarios que reportaron que su superficie de ventas aumentó (45% en 2014-II vs. 39% en 2015-II).

Los principales problemas que enfrentaron las Pymes comerciales barranquilleras para el desarrollo de su actividad empresarial durante 2015-II fueron tasa de cambio (39%), la competencia con grandes superficies (23%), el costo de los insumos (11%) y la rotación de cartera (8%), ver gráfico 15. Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales problemas la competencia (26%), los altos impuestos (20%), la falta de demanda (19%), y la tasa de cambio (12%), ver gráfico 16.

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

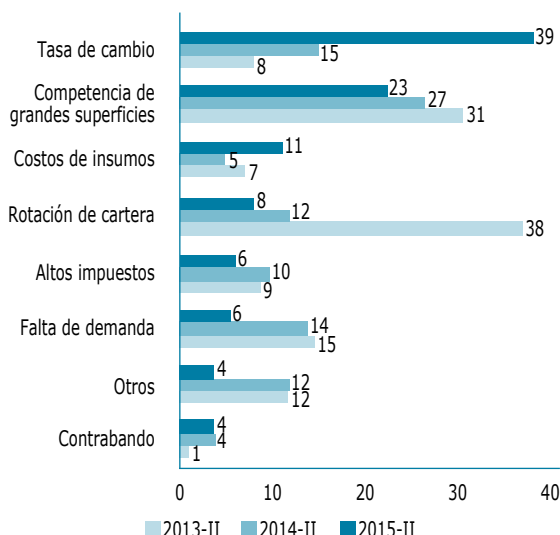
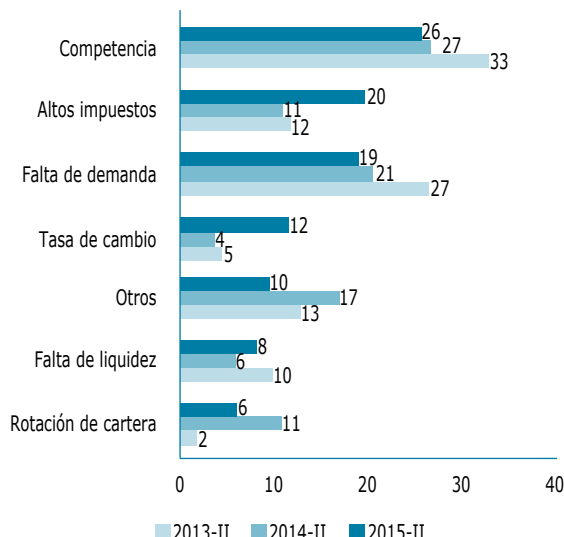


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2016

Las perspectivas para el primer semestre de 2016 fueron predominantemente optimistas en el segmento Pyme de la capital del Atlántico, pero más moderadas respecto a lo observado un año atrás (ver gráfico 17). Al preguntar a los empresarios barranquilleros por sus perspectivas sobre el desempeño general, el 53% de los empresarios industriales, el 41% de los empresarios de comercio y el 52% de los empresarios de servicios dijeron esperar un desempeño favorable durante el primer semestre de 2016. Aun así, para los sectores de industria y servicios, los resultados son más moderados debido a una reduc-

ción de 3 puntos porcentuales en la proporción de empresarios industriales que esperaron observar un desempeño económico favorable y de 15 puntos porcentuales para el empresariado del sector servicios entre 2015-I y 2016-I. En el caso de las Pymes de comercio, esta proporción aumentó del 40% en 2015-I al 41% en 2016-I. Por su parte, el 37% de los industriales, el 38% de los comerciantes y el 32% de los empresarios Pyme de servicios esperaban que la situación se mantuviera igual, mientras que las opiniones desfavorables no alcanzaron el 15% en ninguno de los sectores.

El gráfico 18 muestra que, aunque las expectativas sobre la producción industrial son favorables, estas se moderaron entre 2015-I y 2016-I. En efecto, el 55% de las Pymes industriales esperaba que su nivel de producción se incrementara, cifra inferior a lo observado un año atrás (61%). Sumado a lo anterior, aumentó la proporción de empresarios que esperaban una disminución de la producción industrial para 2016-I.

Las expectativas de pedidos estuvieron en gran medida alineadas con las expectativas sobre el des-

empeño general de las firmas para el primer semestre de 2016. Para los sectores de industria y servicios la mayoría de los encuestados esperaba que los pedidos aumentaran (53% y 54% respectivamente). Para el sector de comercio, la mayoría de los empresarios esperaba estabilidad en esta variable (ver gráfico 19). Estos resultados nos muestran que a pesar de que se mantiene un ambiente de optimismo, este ha disminuido frente a lo presentado en la medición anterior.

Con relación a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 48% de las Pymes industria-

Gráfico 17. Desempeño general (%)

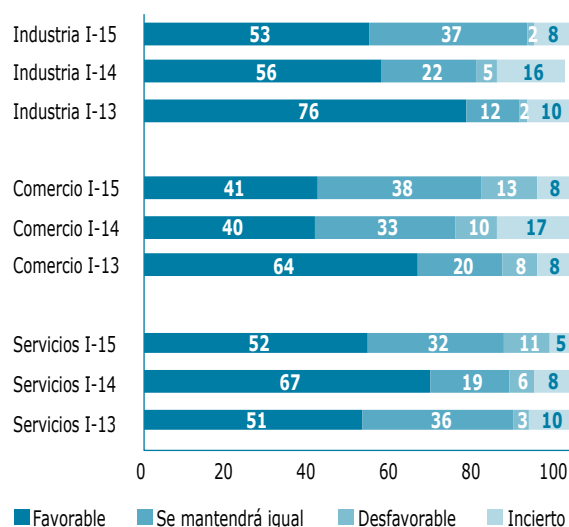


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2015, la producción industrial en el primer semestre de 2016 (%)

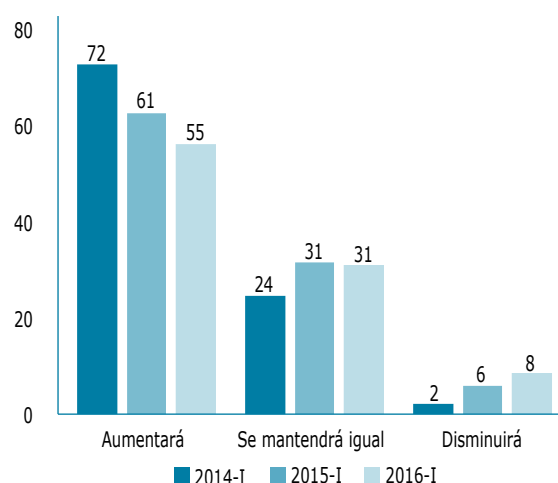


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

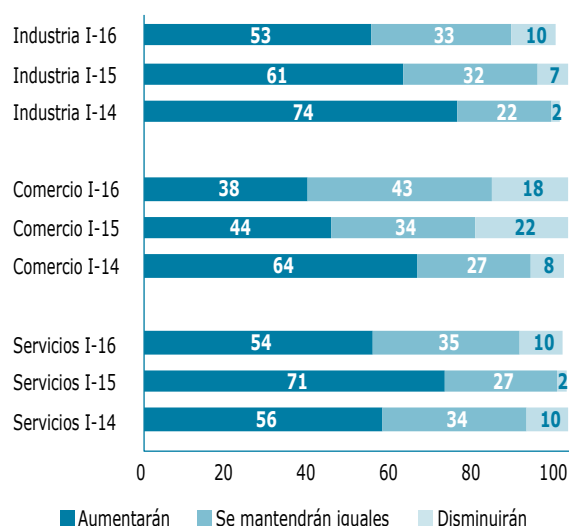
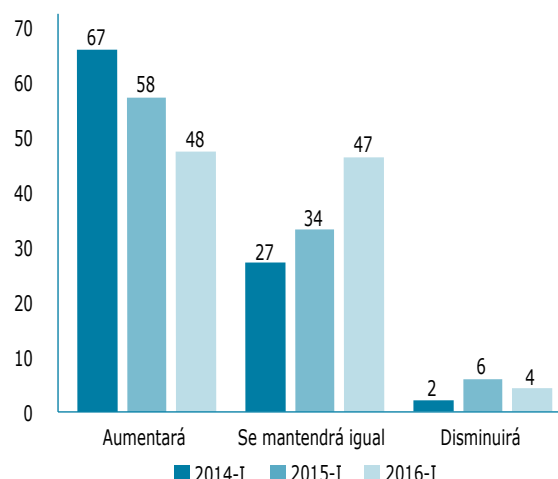


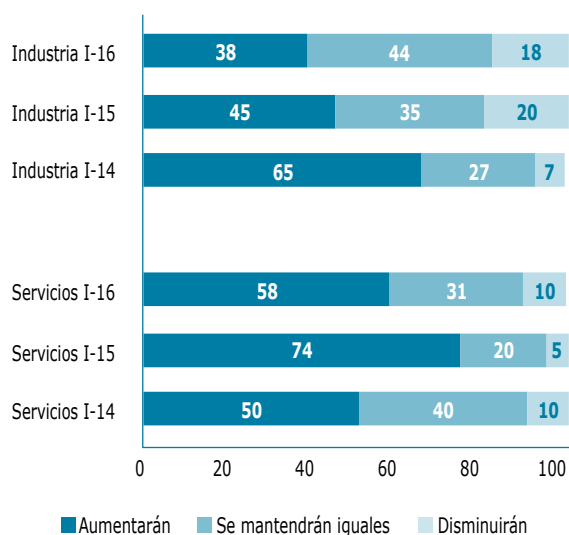
Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2016 (%)



les de la ciudad de Barranquilla esperaba un incremento en la inversión (vs. 58% observado en 2015-I), el 47% de este segmento creyó que la inversión de mantendría constante (vs. 34% observado en 2015-I), mientras que solo el 4% esperaba una caída en esta variable durante 2015-I (vs. 6% observado en 2015-I), ver gráfico 20.

Finalmente, en materia de ventas, las expectativas sobre las mismas se vieron mermadas respecto a lo presentado de 2015 para comercio y servicios. El 38% de las Pymes comerciales esperaba aumentos en sus niveles de ventas en 2016-I, cifra inferior en 7 puntos porcentuales a la cifra observada para 2015-I. Por su parte, la proporción de empresarios del sector servicios que esperaban aumentos en sus ventas alcanzó el 58% para 2016-I, dato inferior en 16 puntos porcentuales a lo observado para 2015-I (ver gráfico 21).

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

El 51% de las Pymes industriales, el 59% de las comerciales y el 39% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2015-II (ver gráfico 22). Lo anterior reveló un aumento en las solicitudes de crédito formal de los empresarios de los sectores de industria (+7 puntos porcentuales), comercio (+13 puntos porcentuales) y servi-

cios (+13% puntos porcentuales) en el último año. El gráfico 23 muestra la tasa de aprobación de las solicitudes de crédito. Allí se observa que esta se mantuvo estable para el sector industrial, creció en comercio, mientras que cayó para el sector de servicios. De esta forma, se aprobaron los créditos solicitados en el 93% de los casos para los empre-

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

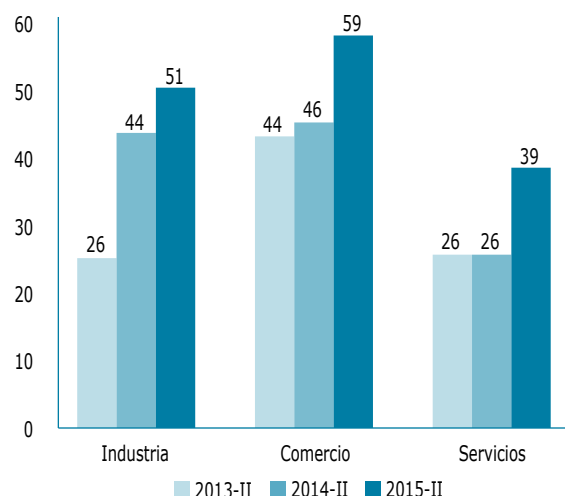
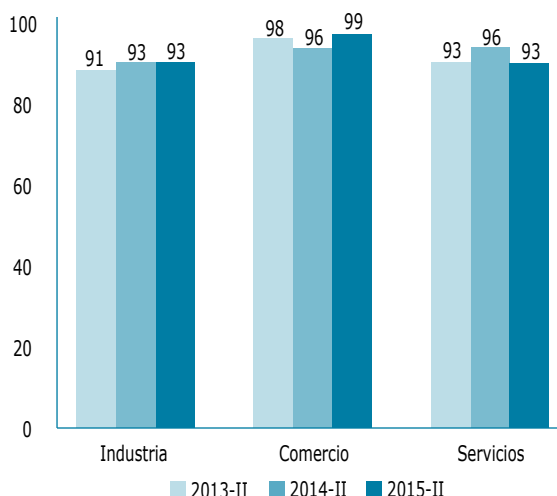


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

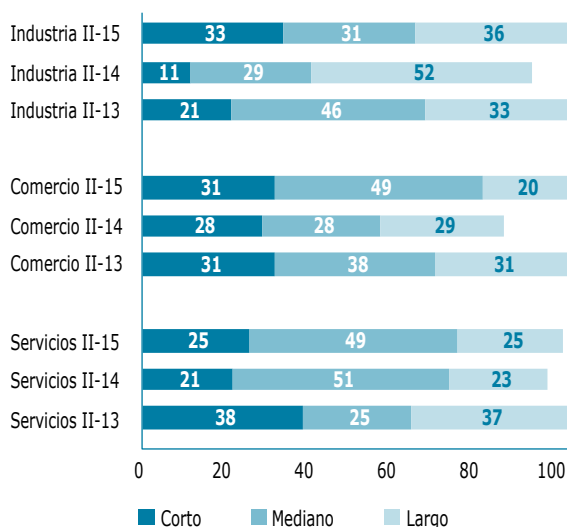


sarios Pyme del sector industrial, y para el 99% de las solicitudes de las Pymes de comercio y el 93% de las Pymes de servicios en el segundo semestre de 2015.

En cuanto al término de los créditos, a la mayor proporción de Pymes de industria (36%) se le aprobó créditos a largo plazo, mientras que a la mayor proporción de Pymes de comercio (49%) y servicios (49%) se le aprobó créditos a mediano plazo (ver gráfico 24). En cuanto a la solicitud de plazo deseado, este fue afín con los plazos aprobados. En

efecto, como lo muestra el gráfico 25, a la mayoría de los encuestados de los sectores de industria (35%) se le aprobó créditos a largo plazo, mientras que a los encuestados del sector comercio y servicios se les aprobó en mayor proporción créditos a mediano plazo (49% y 42% en cada caso). Respecto a la satisfacción de los encuestados con el monto aprobado, esta aumentó para dos macrosectores. El porcentaje de los empresarios de industria que reportaron estar satisfechos con el monto del crédito aprobado subió del 82% al 89% entre 2014 y 2015, para el sector servicios y también aumentó del 83% al 94% en el transcurso del último año. En cambio, en el caso del sector comercial este porcentaje cayó del 95% al 87% en el mismo período de tiempo (ver gráfico 26).

Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)



Respecto a los rangos de tasa de interés a los cuales estos créditos fueron aprobados, la mayor proporción de los empresarios de los sectores de industria y servicios recibió tasas de hasta DTF+4 puntos (34% industria y 30% servicios) para 2015-II. Por su parte, la mayor proporción de empresarios del sector comercio recibió tasas entre DTF+4 y DTF+8 puntos (30% de los encuestados) en el mismo período. Respecto a los resultados observados un año atrás, hubo una caída importante en la proporción de empresarios de los sectores de industria y comercio que recibieron tasas hasta DTF+4 (-8 puntos porcentuales para industria y -30 puntos porcentuales para comercio), ver gráfico 27. Esto muestra un encarecimiento del crédito formal para las empresas de industria y comercio

Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

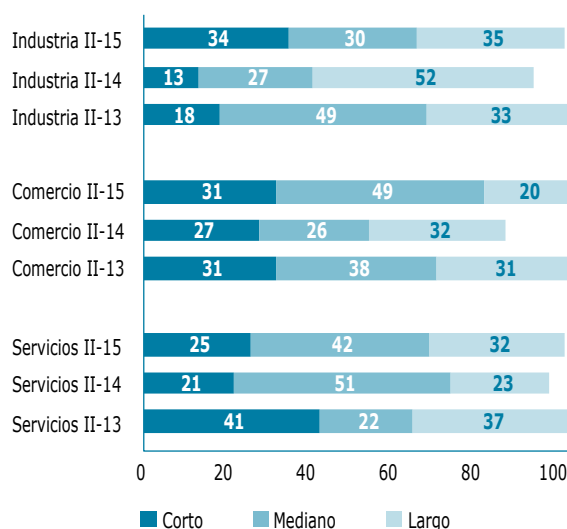
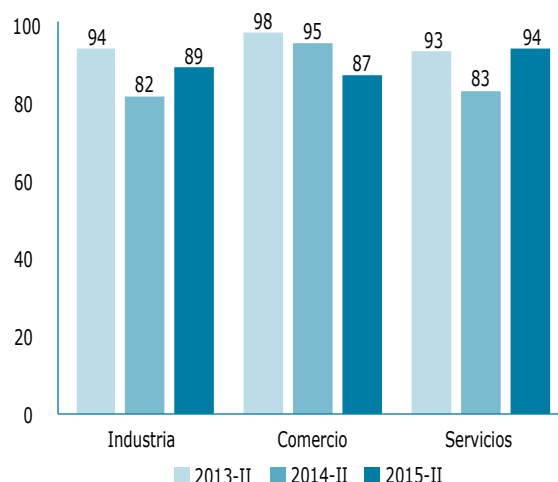


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



en la ciudad de Barranquilla durante el segundo semestre de 2015.

La satisfacción del empresariado barranquillero con la tasa de interés recibida se redujo en esta medición para los sectores de industria y comercio. En efecto, para el sector manufacturero, la satisfacción pasó del 67% en 2014-II al 52% en 2015-II. Asimismo, la satisfacción de los empresarios comerciales se redujo del 64% al 62%. Al recibir una tasa de interés menos costosa el empresariado Pyme de servicios mostró una mayor satisfacción con respecto a la tasa

de interés, la cual pasó del 45% al 58% en el mismo período, ver gráfico 28.

El principal destino de los recursos que el empresariado barranquillero Pyme solicitó al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (57% industria, 78% comercio y 64% servicios). Como lo muestra el gráfico 29, para las Pymes de industria y servicios, el segundo destino de estos recursos fue la compra o arriendo de maquinaria (22% y 18%), mientras que para las Pymes comerciales (13%) fue la consolidación del pasivo. El tercer destino de los recursos para las Pymes industriales y de servicios fue la consolidación del pasivo (12% y 16% en cada caso). Mientras que para las Pymes comerciales este puesto lo ocuparon las remodelaciones o adecuaciones (8%).

Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 41% de los empresarios de industria, el 61% de comercio y el 41% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa durante 2015-II (ver gráfico 30). De los encuestados que sí accedieron, la mayoría de las Pymes de los tres macrosectores lo hizo vía sus proveedores (28% industria, 20% comercio y 29% servicios), mientras que el 17% de industria, el 11% de comercio y el 25% de servicios utilizaron recursos propios.

En cuanto al acceso a fondos de capital privado y apoyo emprendedor, solamente un tercio de los empresarios encuestados había accedido a este tipo

Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

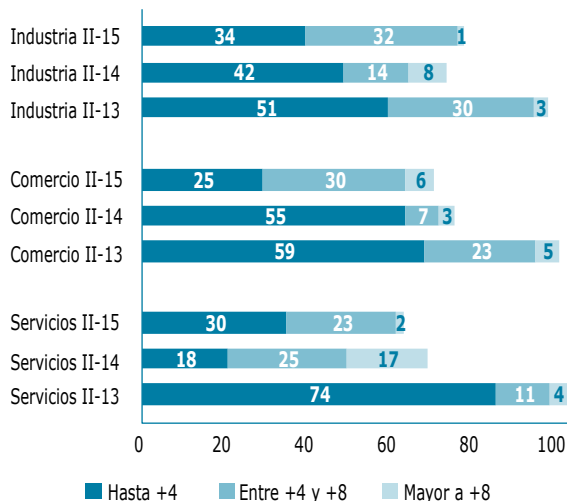


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

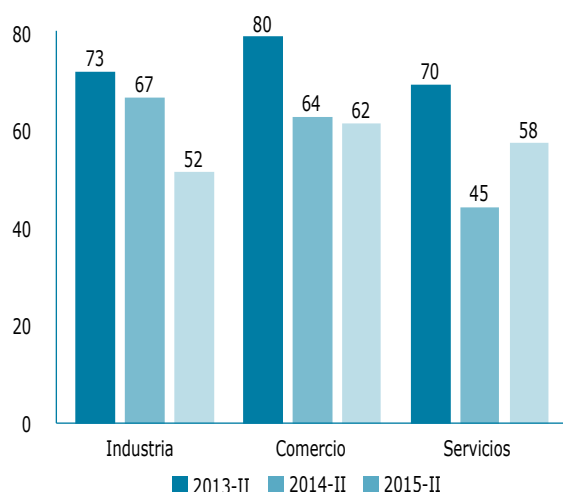


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

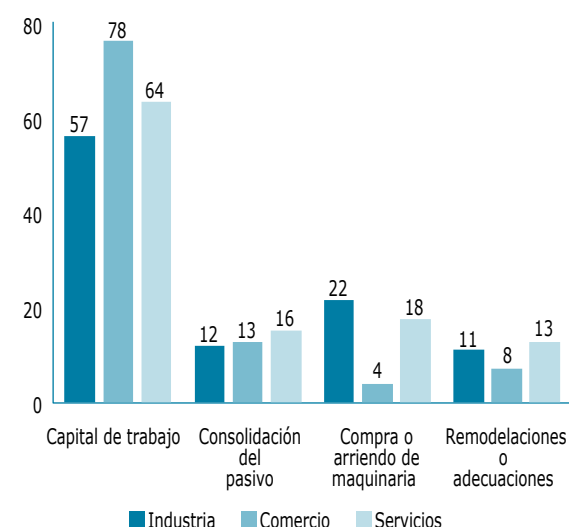
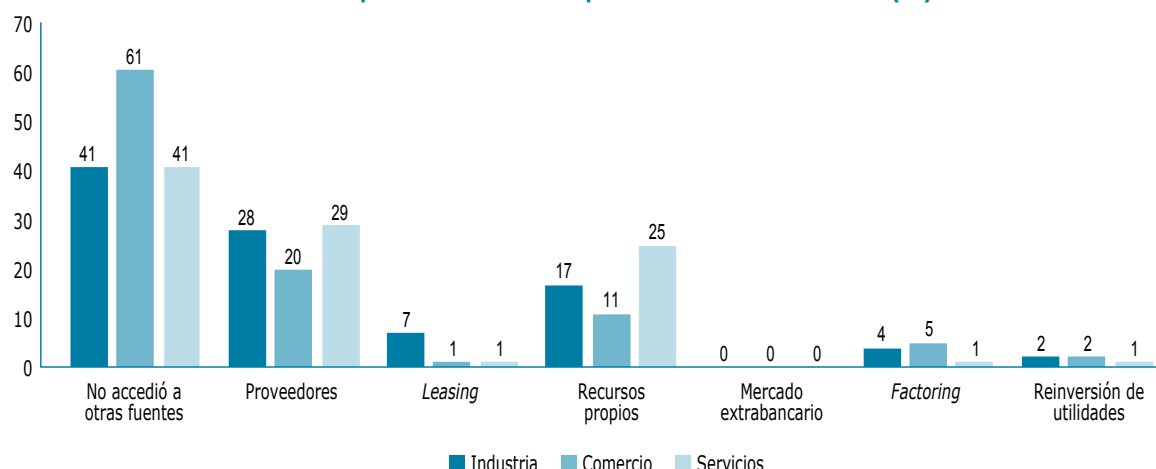
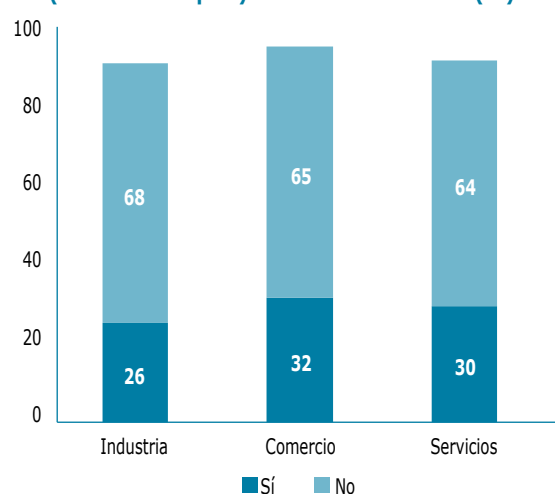
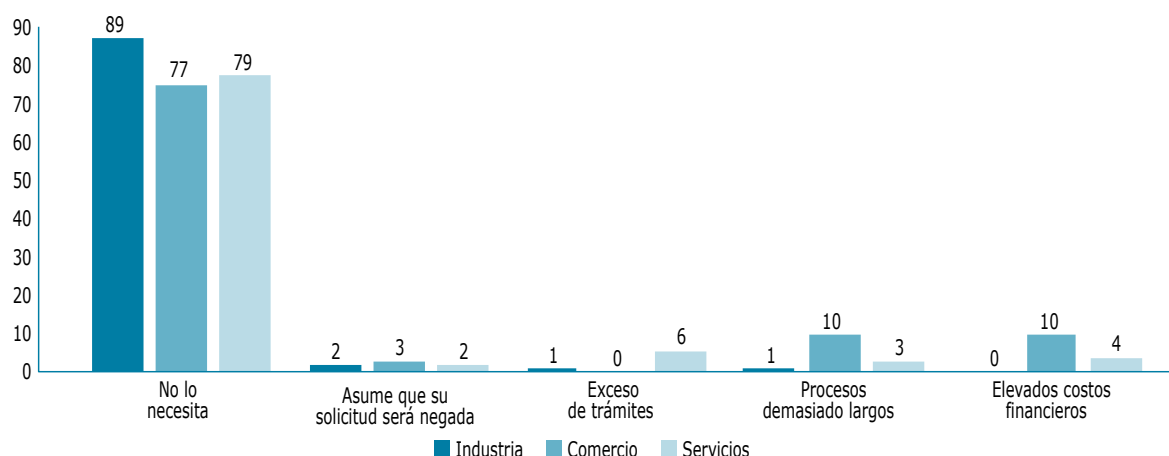


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

de capital. Así, para el sector industrial el 26% de los empresarios barranquilleros había accedido a este tipo de financiación en 2015-II. Por su parte, esta cifra llegó al 32% en comercio y el 30% en servicios (ver gráfico 31).

Por último, en materia de acceso al financiamiento, la principal razón por la cual el empresario Pyme barranquillero de los tres macrosectores no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2015 fue porque no lo necesitan (89% industria, 77% comercio y 79% servicios). Como lo muestra el gráfico 32, las Pymes comerciales no solicitaron crédito por el exceso de trámites y por los elevados costos financieros (10% en ambos casos).

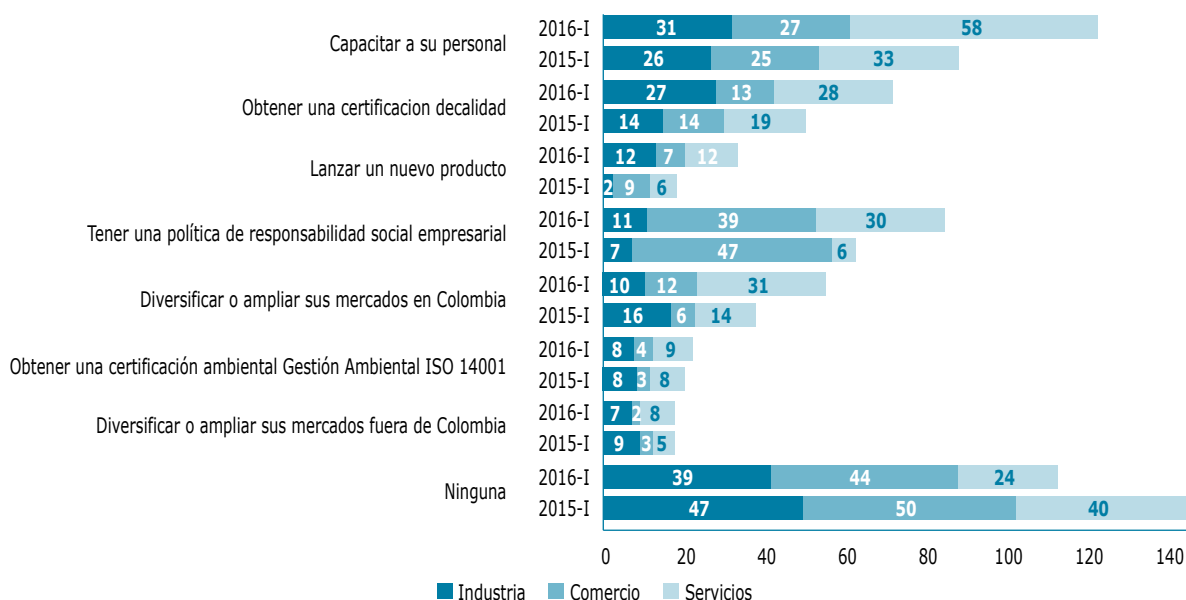
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año? (%)**Gráfico 32. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)**

Acciones de mejoramiento

La Gran Encuesta Pyme ha venido incluyendo un módulo en el cual se indaga sobre las principales acciones de mejoramiento que emplean las Pymes para mejorar su desempeño. Para la ciudad de Barranquilla se encontró que el 39% de las Pymes industriales, el 44% de las Pymes comerciales y el 24% de las Pymes del sector servicios no tomaron ninguna acción para mejorar su desempeño durante el primer semestre de 2016. Para los tres sectores estas cifras cayeron, en 8 puntos porcentuales para industria, 6 puntos porcentuales para comercio y en el caso del sector servicios, esta cifra cayó

en 16 puntos porcentuales entre 2015-I y 2016-I. El 31% de las Pymes industriales y el 58% de las Pymes del sector servicios respondieron que su principal acción fue capacitar al personal en 2016-I. Mientras que para las empresas comerciales la principal acción de mejoramiento es tener una política de responsabilidad social (39%). En segundo lugar, las Pymes industriales (27%) dijeron buscar la obtención de una certificación de calidad. Para las Pymes comerciales este lugar lo ocupó capacitar a su personal (27%) y para servicios tener una política de responsabilidad social (30%), ver gráfico 33.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Mercado laboral

En la última edición de la Encuesta se buscó establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. Para lo cual se realizaron distintas preguntas al empresariado barranquillero. En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital del Atlántico acerca de la formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados y si esta respondía a las necesidades de sus empresas. Se encontró que los tres macrosectores se encontra-

ban conformes con la formación profesional ofrecida (70%, 68% y 82%, respectivamente), ver gráfico 34.

A quienes no se encontraban conformes con la oferta presentada se les preguntó sobre qué se podría mejorar en la formación profesional. Se encontró que el sector manufacturero y el de comercio abogaron principalmente por el desarrollo de programa duales que combinen la teoría con la práctica (38% industria y 16% comercio) y una formación que responda más a las necesidades de la industria (24% industria y 25%

comercio). Adicionalmente, un 20% del sector comercial sugirió intensificar el pensum académico. Por su parte, en el sector de servicios la mayor proporción de solicitudes se vio enfocada en una formación acorde con las necesidades de las empresas (38%), mientras que el resto de las opciones representó entre el 8% y 12% de los encuestados (ver gráfico 35).

Cuando se indagó por la distribución de la contraprestación salarial de las empresas, se encontró que en comercio y servicios la mayoría de los empleados ganaba el salario mínimo (55% y 47% en cada caso), mientras que el segundo rango de mayor concentración está

entre 2-4 salarios mínimos (35% y 41%), ver gráfico 36. Para el sector industrial la remuneración salarial con mayor frecuencia se evidenció en el rango entre los 2 y 4 salarios mínimos (52%), mientras que los empleados que ganaban un salario mínimo representan el 39%. 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 2% del personal de las Pymes de Barranquilla gana un sueldo que sobrepasa los 10 salarios mínimos.

Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinser-

Gráfico 34. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa (%)

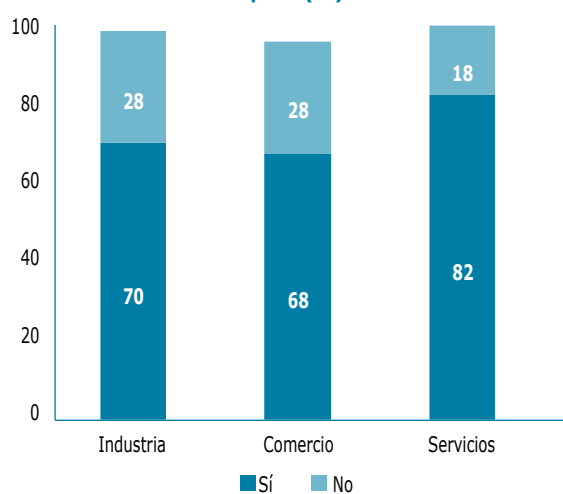


Gráfico 35. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)

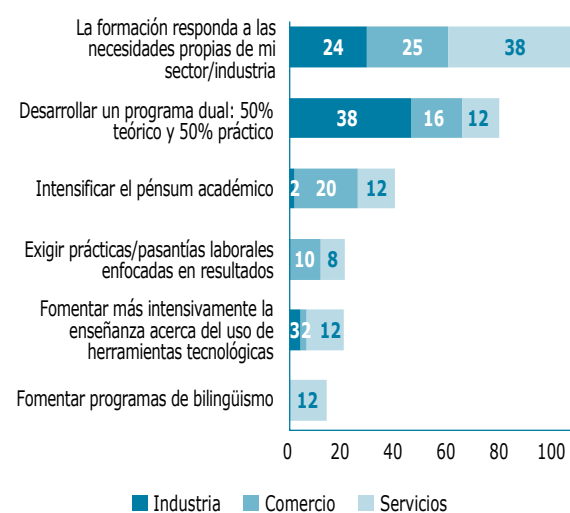


Gráfico 36. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%):

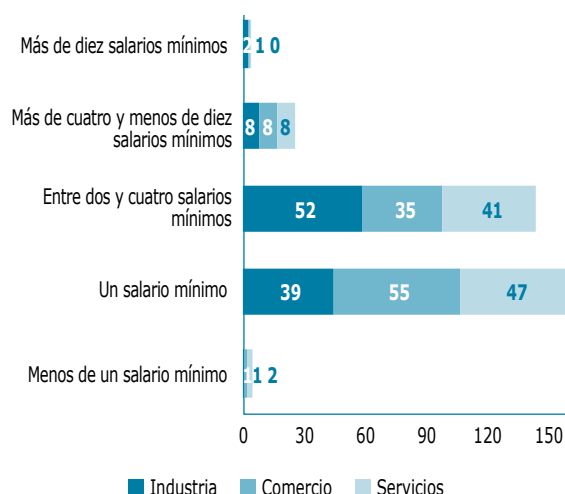
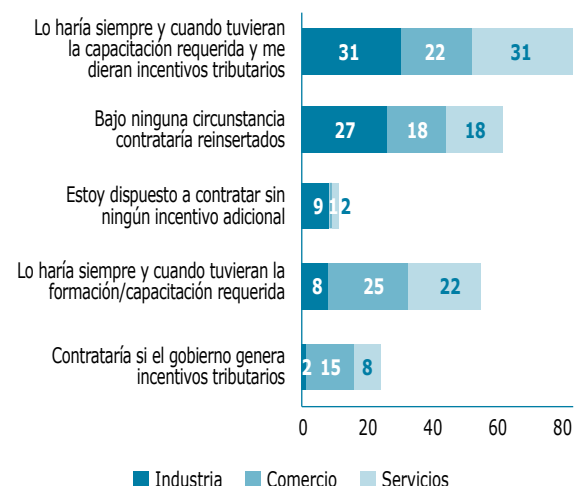


Gráfico 37. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinser-tadas en su empresa: (%)



tadas en sus empresas. Se encontró que más de la quinta parte de las empresas industriales, comerciales y de servicios lo haría siempre y cuando tuvieran la formación y capacitación requerida y se le dieran incentivos tributarios (31%, 22% y 31% en cada caso), ver gráfico 37. Adicionalmente, se destacó que los sectores de industria (27%), co-

mercio y servicios (18% en cada caso) manifestaron no querer contratar reinsertados bajo ninguna circunstancia. Por otro lado, el 25% de las firmas comerciales, junto con el 22% de las empresas de servicios, expresó querer hacerlo siempre y cuando tuvieran la capacitación requerida sin necesidad de incentivos tributarios.

Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Encuesta indican que la oferta barranquillera es reducida, ya que solo el 20% de las Pymes industriales y el 7% de las de servicios exportaron en 2015-II. Estos resultados son mixtos, ya que respecto al año anterior se observa un aumento en la proporción de Pymes industriales que exportaron (+4 puntos porcentuales) y una caída en la proporción de Pymes de servicios que exportaron (-6 puntos porcentuales) durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 38).

Dentro de los empresarios industriales que no exportan la principal razón para no hacerlo es que no están interesados en hacerlo (31%), seguido de que consideran que no tienen productos de exportación (19%). Por su parte, el 43% del sector servicios considera que no tiene productos de exportación, mientras que el 14% no está interesado en exportar (ver gráfico 39). Adicionalmente, el 41% de los empresarios industriales barranquilleros no tiene planes de internacionalización, mientras que el 45% de los de

servicios sí cuenta con planes de internacionalización (ver gráfico 40).

En línea con lo anterior, las expectativas del empresariado barranquillero son moderadas para el sector industrial y de servicios en contraste con los resultados de 2015-I. El 14% de los empresarios industriales y el 6% de los de servicios esperaban aumentar su volumen de exportación para 2016-I, resultados marginalmente superiores a lo presentado un año atrás. Asimismo, el 72% de los empresarios del sector industria y el 89% del empresariado del sector servicios no esperaban exportar durante 2016-I. En el caso del sector industrial, se observa una disminución en 4 puntos porcentuales respecto a lo observado para 2015-I, mientras que para el sector servicios se observó un incremento en 20 puntos porcentuales para el mismo período, ver gráfico 41.

Por segundo año consecutivo se les preguntó a los empresarios si la devaluación de la tasa de

Gráfico 38. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

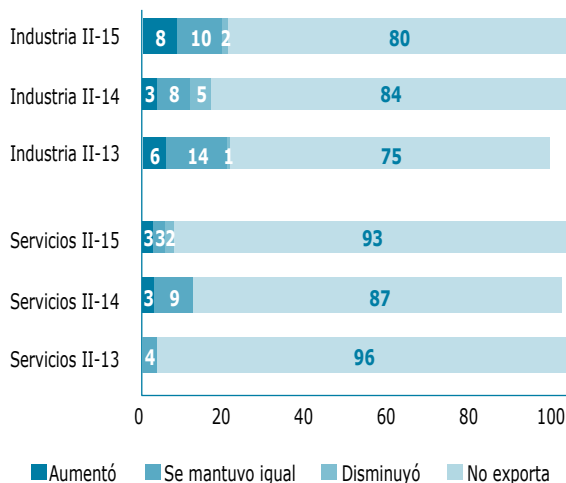
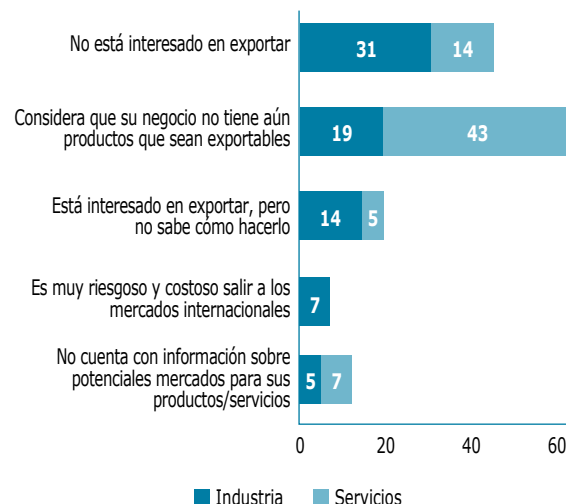


Gráfico 39. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



cambio había tenido algún efecto sobre la situación económica de sus empresas. A esto, el 70% de los empresarios industriales, el 79% de los comerciales y el 55% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 45). Esto evidencia un crecimiento bastante marcado frente a la desfavorabilidad de la situación cambiaría para las Pymes barranquilleras entre 2014-II y 2015-II, ya que la percepción negativa de la tasa de cambio creció entre 5 y 32 puntos porcentuales en todos los sectores.

Gráfico 40. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

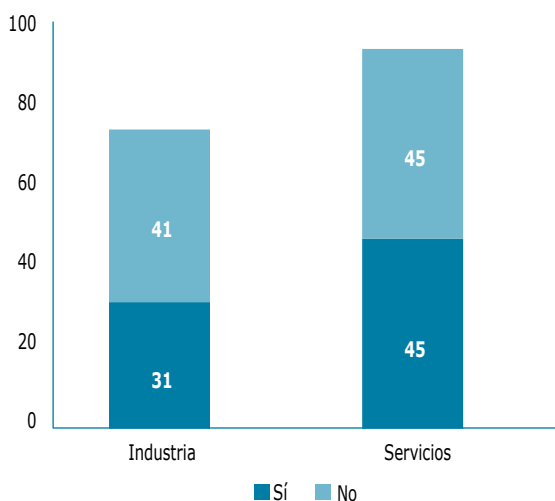


Gráfico 41. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

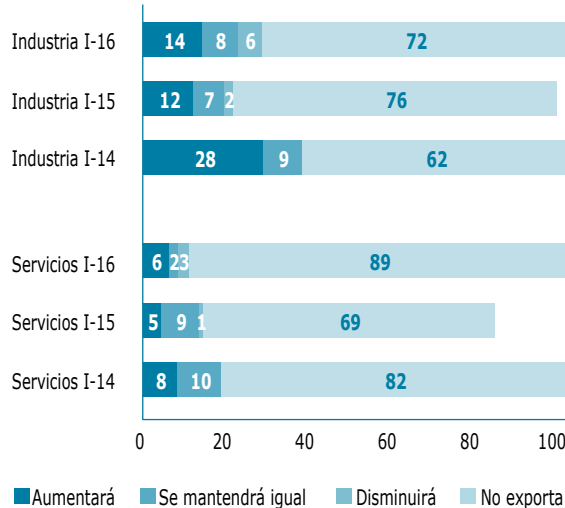


Gráfico 42. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

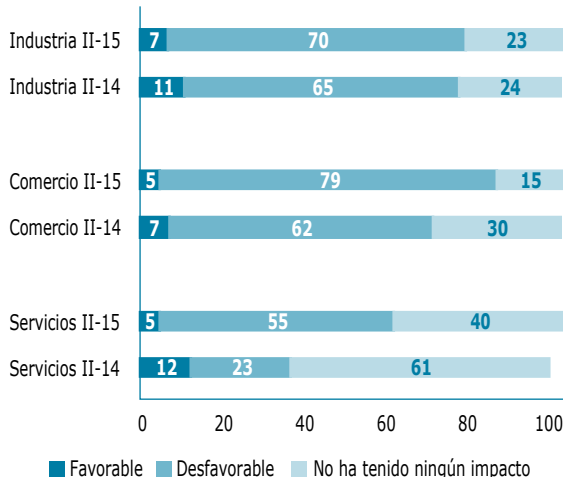
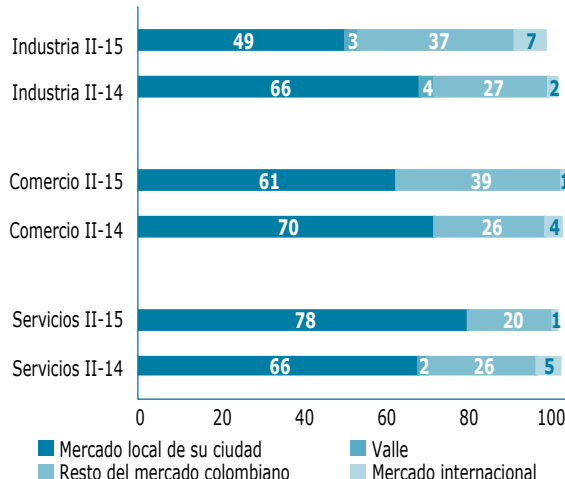


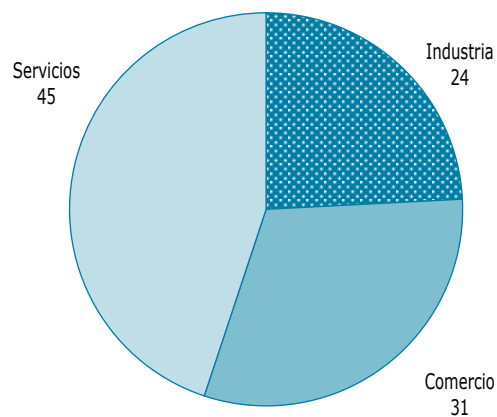
Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Bogotá

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

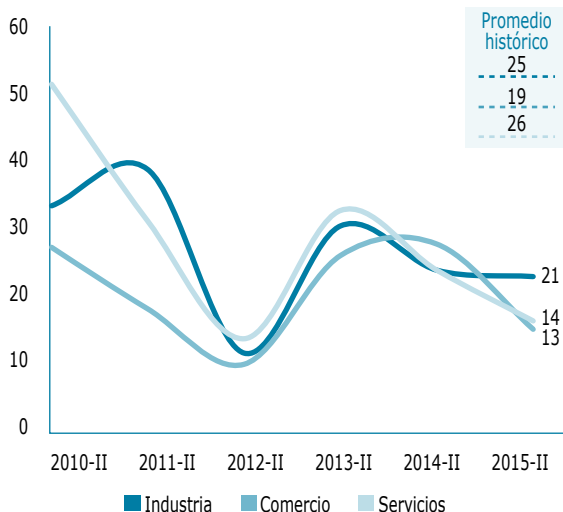
Segundo semestre de 2015

• Sector industria

Para la ciudad de Bogotá se observó que la percepción sobre la situación económica general de las Pymes en el segundo semestre de 2015 mostró deterioro para los tres macrosectores consultados. En el caso de la industria, un 42% de los empresarios

Pyme afirmó que su situación mejoró en el segundo semestre de 2015 con respecto al primer semestre del mismo año. Por su parte, la proporción de Pymes que reportaron experimentar un deterioro en su situación económica general pasó de un 17% en 2014-II a un 21% en 2015-II, lo que hizo que el balance de respuestas pasara de 22 a 21 puntos en 2015-II (ver gráfico 1, sección Bogotá). Este valor del balance de respuestas se ubicó por debajo del promedio histórico (26) por segundo año consecutivo.

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



Los empresarios de sector industrial capitalino mostraron un panorama muy similar respecto a la dinámica de las ventas. Esta registró una ligera mejoría con un incremento de 2 puntos porcentuales en la proporción de empresarios que afirmaron observar aumentos en sus volúmenes de ventas respecto al año anterior (44% en 2014-II vs. 46% en 2015-II). Aun así, este incremento fue sopesado por el aumento de 3 puntos porcentuales en la proporción de empresarios que reportaron caídas en sus volúmenes de ventas (20% para 2014-II vs. 23% para 2015-II). Lo anterior hizo que el balance de respuestas cayera de forma moderada: este pasó de 24 puntos en 2014-II a 23 puntos en 2015-II.

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

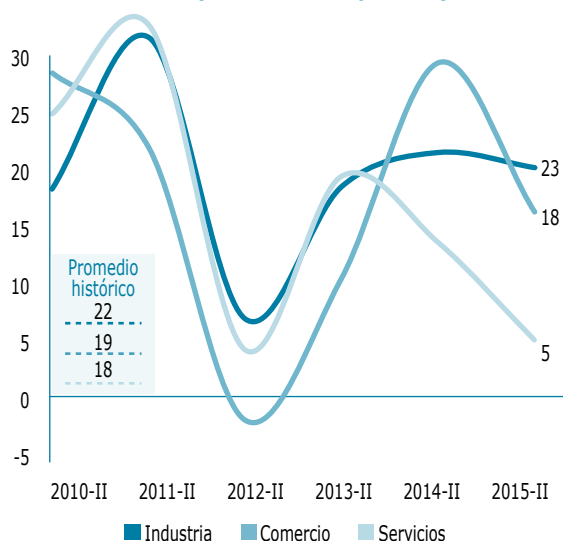
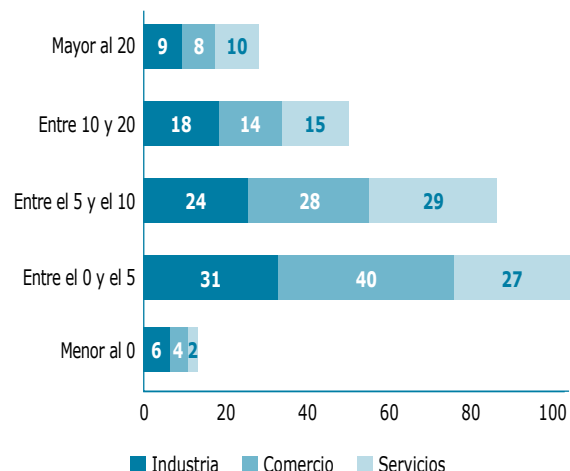


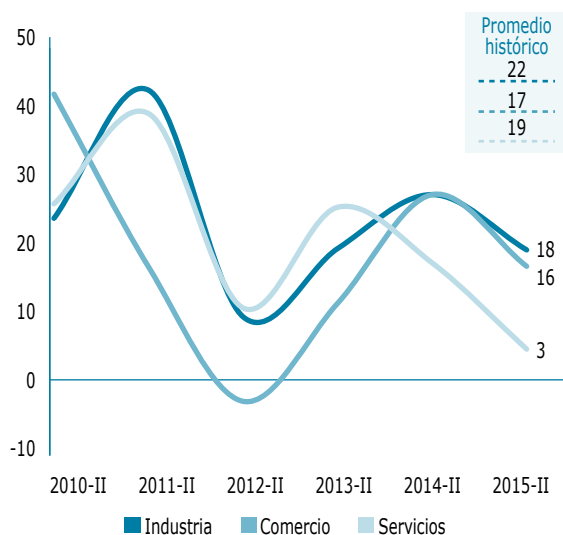
Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:



Adicionalmente, para esta edición de la Encuesta se preguntó sobre el crecimiento promedio anual de las ventas durante el segundo semestre de 2015. Para el sector industrial encontramos que el 55% de las empresas Pyme presenta un crecimiento en ventas inferior al 10%. Por su parte, solo el 9% de los encuestados reportó tener un aumento promedio anual superior al 20% (ver gráfico 3).

La recuperación en la demanda observada en el segundo semestre de 2014 no parece consolidarse, ya que la evolución de los pedidos a las Pymes industriales de Bogotá presentó una notoria desaceleración (ver gráfico 4). El 44% de los encuestados dijo que

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)



observó un aumento en esta variable en el segundo semestre de 2015, mientras que el 26% dijo que el volumen de pedidos disminuyó. Esto hizo que para el segundo semestre de 2015 el balance de respuestas pasara de 26 a 18 puntos, regresando al nivel registrado en el segundo semestre de 2013.

En cuanto a la capacidad de regular sus existencias, los empresarios industriales de Bogotá experimentaron una desmejora asociada a la desaceleración de la demanda, la cual se refleja en el volumen de pedidos. El gráfico 5 muestra que las Pymes industriales respondieron en el 10% de los casos que dichas existencias fueron insuficientes en 2015-II, en el 86% de los casos que fueron adecuadas y en el 4% de los casos que fueron excesivas. Este indicador empeoró respecto al año anterior durante el cual se experimentó una recuperación de la demanda, y dichos valores fueron del 3%, el 90% y el 5% respectivamente.

Consecuentemente con la desaceleración de la demanda, los niveles de producción de las Pymes industriales disminuyeron. Aunque el porcentaje de empresas que aumentaron su producción se mantuvo estable (40%) entre 2014-II y 2015-II, la proporción de Pymes que dijeron reducir su producción experimentó un incremento en 5 puntos porcentuales con respecto a 2014, lo que en términos del balance de respuestas significó una caída de 5 puntos frente a la cifra de 2014-II (21), ver gráfico 6.

La caída en el nivel de producción industrial llevó a un bajón en la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI). En promedio, el 50% de las Pymes industriales

Gráfico 5. Existencias (%)

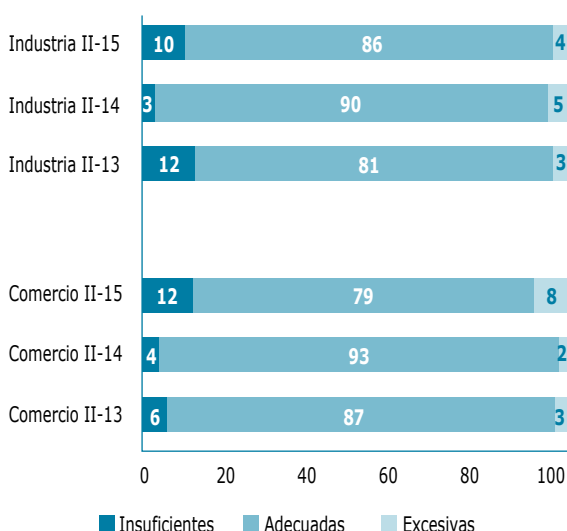
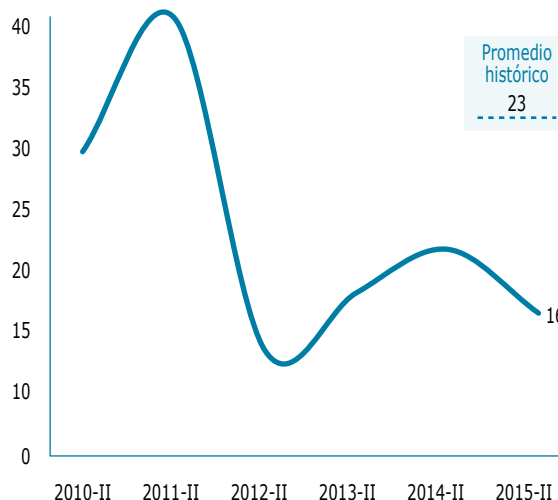


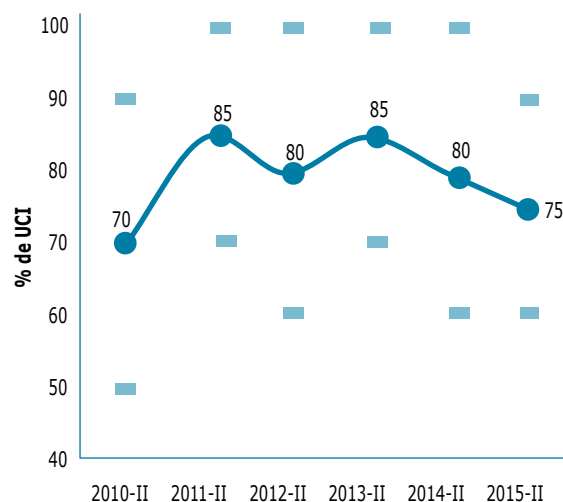
Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)



de Bogotá utilizó el 80% de su capacidad instalada en el segundo semestre de 2014 y para el mismo período de 2015 dicho porcentaje cayó al 75% (ver gráfico 7).

La inversión en maquinaria y equipo presentó una caída bastante marcada para el segundo semestre de 2015. Esto se debió a que solo el 18% de las Pymes industriales incrementó sus niveles de inversión en 2015-II frente al 23% reportado en 2014-II. Por su parte, el porcentaje de Pymes que manifestaron disminuir el nivel de esta variable pasó del 5% en 2014-II al 10% en 2015-II. Así, el balance de respuestas de esta variable llegó a 8 en 2015-II, reflejando nuevamente la desaceleración que mostró el sector industrial durante el último año (ver gráfico 8).

Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (50% de las Pymes industriales)



En materia de costos, el 60% de Pymes industriales bogotanas reportó un incremento en sus costos, aumentando 16 puntos porcentuales frente lo presentado hace un año. A pesar de que el porcentaje de empresas que reportaron una disminución en sus costos aumentó del 10% al 14% en el último año, no fue suficiente para evitar que el balance de respuestas subiera de 32 en 2014-II a 46 en 2015-II, situándose 9 puntos por encima del promedio histórico de 37 (ver gráfico 9). Este fuerte incremento en los costos experimentado por las Pymes industriales se puede explicar, en parte, por la devaluación del 37% anual observada en 2015.

El pronunciado aumento en los costos de producción y la caída en la demanda se tradujeron en una

Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

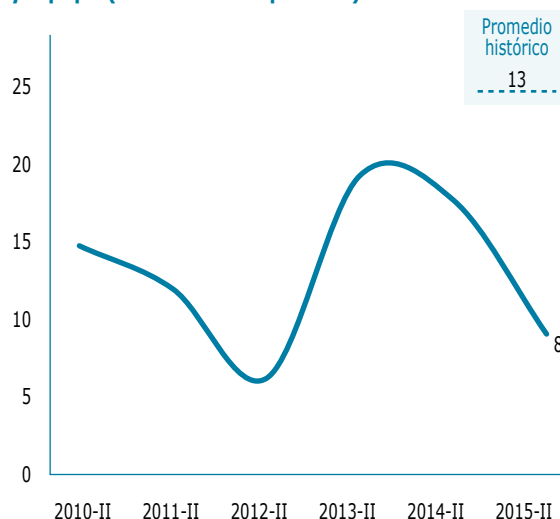


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

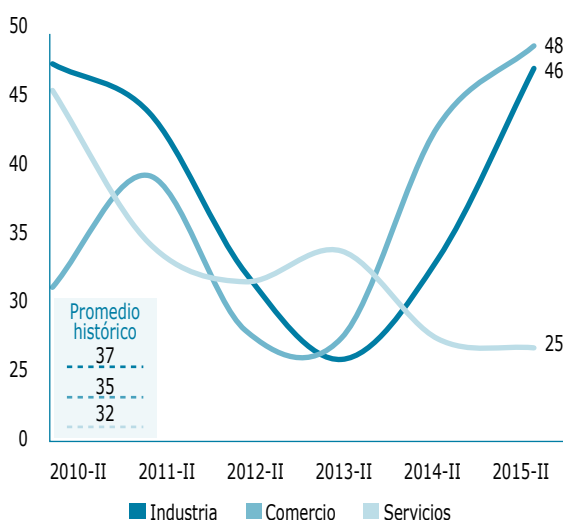
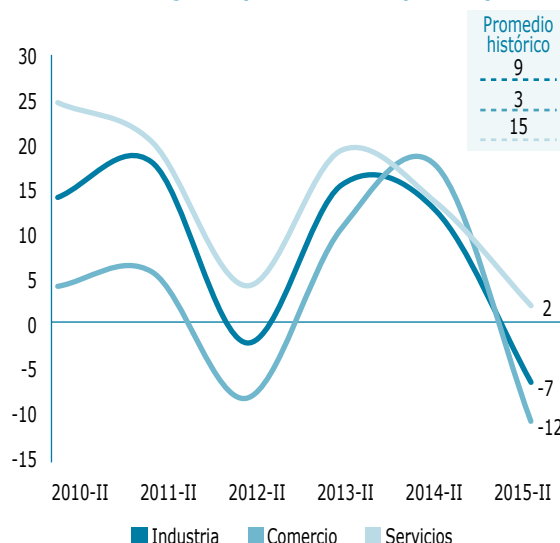


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



amplia reducción de los márgenes de ganancia de las Pymes del sector. El porcentaje de empresas manufactureras que mencionaron observar un aumento en sus márgenes de ganancia cayó con respecto al año anterior (35% para 2014-II vs. 27% para 2015-II), y el porcentaje de Pymes que mencionaron ver reducciones en esta variable creció de forma acelerada en 12 puntos porcentuales frente a la cifra del año anterior (22% en 2014-II vs. 34% en 2015-II). En términos del balance de respuestas, este paso de 13 en 2014 a -7 en esta medición, muy por debajo de su promedio histórico que se ubica en 9 (ver gráfico 10).

El empleo del sector industrial también se vio afectado por la desaceleración general del sector. En efec-

to, el porcentaje de empresarios bogotanos que disminuyeron su planta de trabajo en el segundo semestre de 2015 fue superior en 5 puntos porcentuales a lo registrado el año anterior. Adicionalmente, el porcentaje de empresarios que aumentaron su planta de trabajo cayó del 23% en 2014-II al 20% en 2015-II. Esto generó que el balance de respuestas pasara de 10 a 2 en el transcurso del año, siendo 4 puntos inferior al promedio histórico, como lo muestra el gráfico 11.

Para el segundo semestre de 2015 se les preguntó a los empresarios bogotanos si habían pensado o realizado una relocalización geográfica de sus empresas con el fin de reducir sus costos de transporte, donde el 68 % de los encuestados respondió de forma negativa, un 16% realizó actividades de relocalización, pero no por problemas asociados al transporte, y solo un 10% de los empresarios se trasladó con el fin de reducir los costos de transporte (ver gráfico 12).

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes manufactureras de Bogotá para el desarrollo de sus actividades durante el segundo semestre de 2015 fue la tasa de cambio, la cual pasó de un 16% de las respuestas en 2014-II a un 34% en 2015-II. En segundo lugar, se ubica el costo de los insumos, con un 24% de los encuestados, frente al 16% que reportó en 2014. Como podemos ver, los dos primeros lugares nos muestran los efectos que tuvo la fuerte devaluación que sufrió el país en el último año. La falta de demanda fue desplazada al tercer lugar, después de ocupar el primero el año anterior, cayendo del 22% de los encuestados al 11%. En el quinto puesto, y perdiendo participación,

Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)

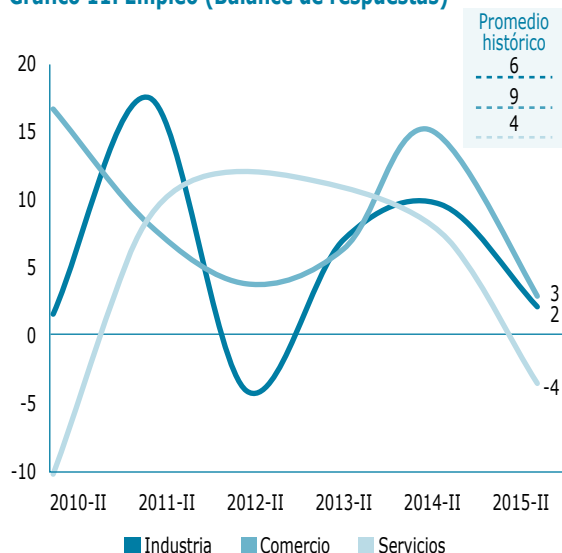


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

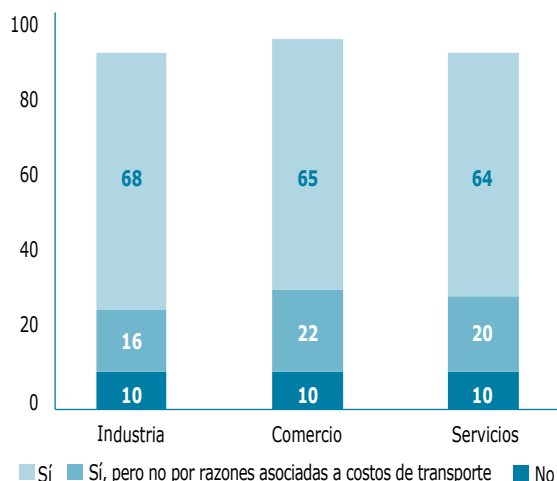
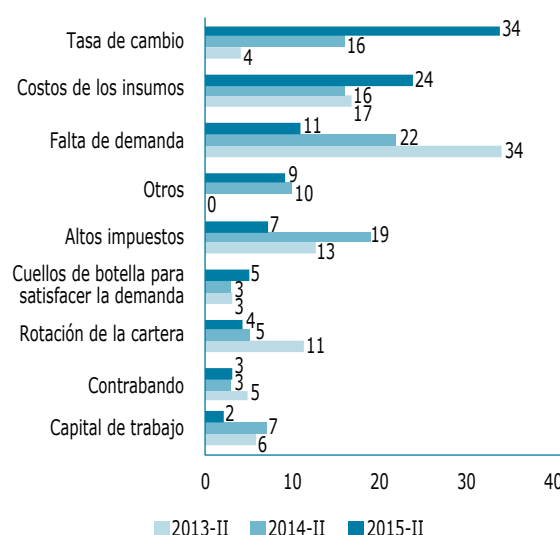


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



se encontraron los altos impuestos, que el año pasado reportaba un 19% y en este momento solo el 7% de los empresarios. Entre otros problemas con menor participación se encontraron la rotación de cartera (4%), el contrabando (3%), y el capital de trabajo insuficiente (2%) ver gráfico 13.

• Sector comercio

Durante el segundo semestre de 2015, el empresario Pyme comercial de Bogotá mostró la mayor caída en la percepción respecto a su situación económica entre los tres macrosectores. Un 39% afirmó que hubo una mejoría en esta variable, 5 puntos porcentuales por debajo de la cifra reportada un año atrás. De la misma forma, la proporción de empresarios que percibieron una desmejora en su situación económica aumentó en 8 puntos porcentuales frente a la anterior medición (18% en 2014 vs. 26% en 2015). En consecuencia, el balance de respuestas mostró una marcada desmejora, pasando de 26 en 2014 a 13 en 2015, cayendo incluso por debajo del promedio histórico del sector que se ubica en 19 (ver gráfico 1).

De forma similar, las percepciones de ventas del empresario Pyme del sector comercio presentaron una fuerte caída frente a lo observado un año atrás. La proporción de encuestados que indicaron que sus ventas se incrementaron pasó de alcanzar el 51% de los encuestados en 2014-II al 46% de los encuestados en 2015-II. Por su parte, la proporción de empresarios que experimentaron una caída en sus ventas se incrementó de forma importante, pasando de ser 18% al 28% en el transcurso del último año, por lo cual el balance de respuestas se ubicó en 18 puntos, 1 punto por debajo del promedio histórico (ver gráfico 2).

En línea con el detrimento en el nivel de ventas, el nivel de pedidos del sector comercio también mostró una desaceleración notable. La proporción de empresarios que reportaron que estos se incrementaron pasó de un 44% a un 43% entre 2014-II y 2015-II, al tiempo que el porcentaje de quienes reportaron una reducción aumentó, pasando de un 18% a un 27% en el mismo período (ver gráfico 4).

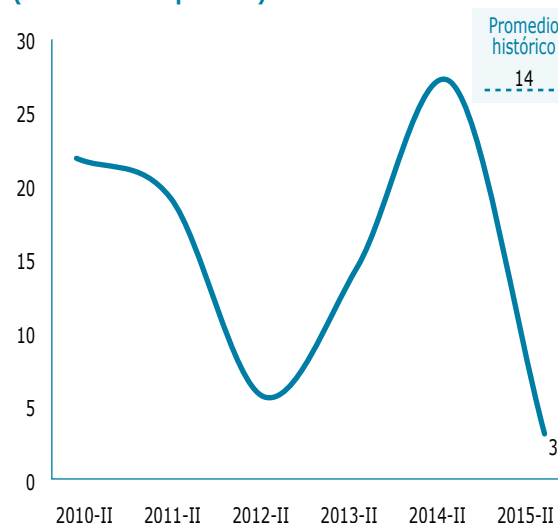
El gráfico 3 nos muestra que el 68% de los empresarios en el sector comercio presenta un crecimiento promedio anual de ventas entre el 0 y el 10%, un 14% ubica su crecimiento de ventas en el 10% y el 20%, mientras que solamente el 8% de los encuestados presenta crecimientos de ventas anuales superiores al 20%.

El comportamiento de la superficie de ventas también presentó una caída significativa, pues el 24% de los encuestados afirmó que esta variable aumentó, mientras que el 21% aseveró que su superficie de ventas disminuyó en 2015-II. Nuevamente, esto significó una caída frente los valores observados en 2014. El gráfico 14 muestra el deterioro del balance de respuestas, el cual pasó de 26 en 2014-II a 3 en 2015-II.

En cuanto al nivel de existencias, un 79% de las Pymes considera que estas son adecuadas. Este porcentaje disminuyó en 14 puntos porcentuales respecto a la medición anterior, así como (paradójicamente frente a lo ocurrido con respecto a la demanda) hubo un aumento en los porcentajes de empresas que consideraron sus existencias insuficientes (4% en 2014 vs. 12% en 2015) o excesivas (2% en 2014 vs. 8% en 2015), ver gráfico 5. En comparación con las Pymes industriales, las Pymes comerciales de la capital del país presentaron una menor capacidad de regular sus inventarios, contrario a la tendencia histórica y viéndose afectadas por la marcada desaceleración de la demanda que tuvieron que enfrentar.

Los costos de las ventas continúan en su senda alcista desde 2014. La proporción de encuestados que afirmaron que sus costos aumentaron fue del 61%, 9 puntos porcentuales por encima del registro de 2014. Por su parte, aquellos que dijeron que sus costos disminuyeron representaron el 13%, frente al 10% registrado en la anterior medición. Esto significó que el balance de respuestas se incrementó con respecto al año anterior, pasando de 42 puntos a 48 y ubicándose 13

Gráfico 14. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)



puntos por encima de su promedio histórico, como lo muestra el gráfico 9.

Teniendo en cuenta la pronunciada caída de la demanda y el aumento en los costos de venta, los márgenes de ganancia de los empresarios tuvieron un profundo deterioro. En efecto, para el segundo semestre de 2015 el 26% del empresariado capitalino afirmó que sus márgenes aumentaron vs. el 36% reportado en 2014. Asimismo, un 38% de los empresarios reportó caídas en sus márgenes, cifra que un año atrás fue del 18%. Como consecuencia, el balance de respuestas cayó de forma dramática a -12 (cuando el promedio histórico se ubica en 3), siendo el sector que presentó la mayor caída en márgenes en el último año (ver gráfico 10).

Como consecuencia de la marcada desaceleración económica, la contratación por parte de las Pymes comerciales capitalinas presentó un comportamiento muy poco dinámico. El 22% de las Pymes comerciales encuestadas reportó un incremento en su planta de personal y el 19% reportó una reducción. Esto hizo que el balance de respuestas se redujera de 16 en 2014-II a 3 en 2015-II (ver gráfico 11).

De manera similar al sector manufacturero, dentro de los comerciantes capitalinos, el 65% de los encuestados no han pensado o realizado actividades de relocalización con el fin de reducir los costos de transporte, el 22% se han relocalizado, pero por razones distintas a reducir los costos de transporte, y solo el 10% de los encuestados han pensado o realizado una relocalización por razones asociadas al costo de transporte (ver gráfico 12).

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes comerciales en el desarrollo de sus actividades fue la devaluación, la cual pasó de tener una participación del 24% en 2014-II al 40% en 2015-II. Le siguió en el ranking la competencia de las grandes superficies, con un 15% de los encuestados. En tercer lugar se ubicó el alto nivel de impuestos (14%), seguido por la falta de demanda (13%), ver gráfico 15.

• Sector servicios

Al igual que lo reportado por los empresarios Pyme industriales y comerciales, la evaluación que hicieron los empresarios del sector servicios mostró desmejoras en la situación económica general. De esta forma, el porcentaje de aquellos que vieron mejorar los negocios se mantuvo estable en un 39% entre 2014-II y 2015-II. Al mismo tiempo, el porcentaje de empresarios que indicaron un deterioro de esta variable creció del 17% al 24% durante el mismo período (ver gráfico 1).

El deterioro en la percepción sobre la situación económica general por parte de los empresarios del sector de servicios se vio reflejado en lo reportado sobre el volumen de ventas. El porcentaje de empresas que manifestaron que su volumen de ventas creció disminuyó en 2 puntos porcentuales con respecto a lo que reportaban en 2014 (37% en 2015-II vs. 39% en 2014-II), y el de aquellas que reportaron lo contrario pasó del 24% en 2014 al 31% en 2015, llevando a una caída en el balance de respuestas de 10 puntos a lo largo del año anterior al pasar de 15 a 5 (ver gráfico 2).

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

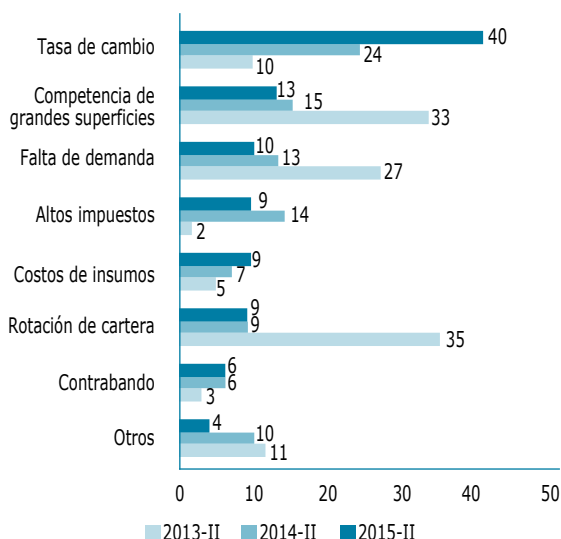
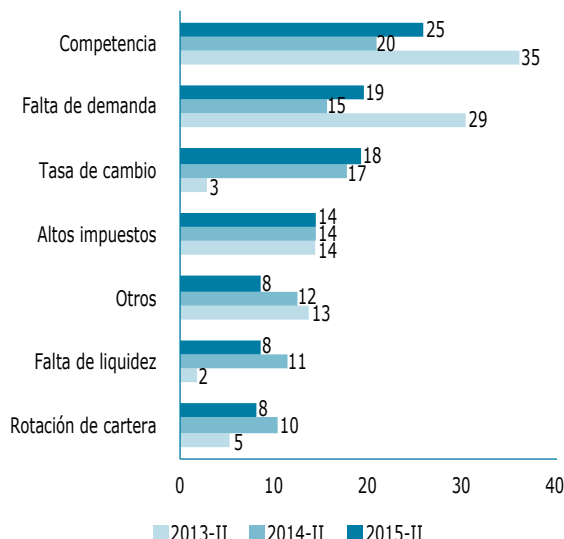


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



De forma similar a lo que ocurre con las empresas industriales y comerciales, la gran mayoría de las empresas de servicios bogotanas presenta crecimientos promedio de ventas anuales inferiores al 10%. Efectivamente, el 27% de las empresas afirma que crecen entre 0%-5%, el 29% de las empresas crece entre el 5%-10% y solo el 10% de las empresas aumenta el promedio anual de ventas en más de un 20% (ver gráfico 3).

Al igual que para el volumen de ventas, las órdenes de servicio recibidas mostraron un continuo deterioro. El 34% de las Pymes de servicios en Bogotá reportó un incremento en esta variable en 2015-II, un aumento de solo 2 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Entre tanto, un 31% reportó un descenso en el nivel de pedidos, cifra que representa casi el doble de lo registrado en la medición previa, generando, como se puede ver en gráfico 4, que el balance de respuestas pasara de 16 a 3, muy por debajo de su promedio histórico (19).

Los costos de operación del sector, a diferencia de los de los sectores industrial y comercial, reversaron levemente su tendencia al alza. El 44% de las Pymes reportó haber sufrido un encarecimiento en sus costos de operación en el segundo semestre de 2015 y un 18% indicó que estos disminuyeron, registrándose un balance de respuestas de 25, cifra inferior en 1 punto a la del año anterior (ver gráfico 9).

A pesar de la caída en los costos de operación del sector, la desaceleración de la demanda (ventas y órdenes de servicio) es congruente con la caída en los márgenes, ver gráfico 10. El porcentaje de Pymes que aumentaron sus márgenes disminuyó al 33% entre 2014 y 2015, mientras que el de aquellas para las cuales esta variable se redujo pasó del 20% al 31% en el mismo período. A pesar de esta caída en los márgenes de ganancia, el sector de servicios fue el que presentó el menor deterioro entre los encuestados en la capital.

Los resultados en materia de empleo indican que, a pesar de ser el sector que presentó un mejor dinamismo en términos de costos y márgenes, la generación de empleo se vio fuertemente afectada por la desaceleración de la demanda. Así, el 18% de los empresarios del sector servicios aumentó su planta de personal, el 21% la redujo y un 61% la mantuvo estable (ver gráfico 11). Este fue el sector donde se observó la mayor proporción de encuestados que reportaron reducciones en su planta de personal, generando que el balance de respuestas cayera de 8 en 2014 hasta -4 en 2015, ubicándose 10 puntos por debajo de su promedio histórico.

En lo referente a realizar una relocalización geográfica de sus empresas con el fin de reducir sus costos de transporte, el 10 % de los encuestados respondió de forma positiva, un 20% realizó actividades de relocalización, pero no por problemas asociados al transporte, y el 64% de los empresarios reportaron que no habían realizado ni planeado ningún tipo de relocalización (ver gráfico 12).

Finalmente, el principal problema que señalaron las Pymes de servicios para el desarrollo de sus actividades fue la competencia (25% de los encuestados) en el segundo semestre de 2015. La falta de demanda ocupó el segundo lugar, con el 19% de los encuestados. En tercer lugar se ubicó la devaluación del peso con respecto al dólar, con un 18% de las respuestas, y le siguieron los altos impuestos, con un 14% (ver gráfico 16). Cabe resaltar que el problema de la tasa de cambio no creció de forma tan precipitada como en los otros dos sectores, pues aumentó solo 1 punto porcentual entre 2014 y 2015. Esto debido a que la gestión y los costos organizacionales de las empresas Pyme del sector se focalizan más en capital humano, elemento que en la mayoría de los casos no se encuentra atado a la tasa de cambio.

Perspectivas

Primer semestre de 2016

• Sector industria

El desempeño económico de las Pymes durante el segundo semestre de 2015 incidió de forma notoria sobre las perspectivas para el primer semestre de 2016. Un 42% de los empresarios Pyme de industria encuestados consideraba que el desempeño gene-

ral de sus empresas durante el primer semestre de 2016 sería favorable, subiendo 2 puntos porcentuales frente a lo presentado un año atrás. Asimismo, el grado de incertidumbre pasó del 29% al 23% en el último año. Sin embargo, un 11% de los empresarios

consideraba que el desempeño durante el primer semestre de 2016 habría sido negativo, causando que el balance de respuestas pasara de 34 en 2014 a 31 en 2015 y ubicándose 3 puntos por debajo del promedio histórico (ver gráfico 17).

De forma paradójica, a pesar de mermar las expectativas de desempeño económico, los empresarios Pyme bogotanos industriales mostraron mayor optimismo respecto a las perspectivas de producción. El 53% de los empresarios encuestados esperaba aumentar su producción industrial en 2016-I, mientras que para 2015-I solo el 41% tenía estas expectativas. Asimismo, el 12% esperaba para 2015-I una caída en

la producción industrial y dicha cifra llegó al 16% en 2016-I. En suma, dado el aumento en la proporción de encuestados que esperaban una aceleración de la producción industrial, el balance de respuestas pasó de 29 en 2015-I a 37 en 2016-I, ver gráfico 18.

En materia de pedidos, las Pymes manufactureras mostraban un optimismo similar. El 51% de los empresarios opinó que estos se incrementarían en 2016-I, lo que representa un ascenso de 10 puntos porcentuales con respecto al dato observado en la lectura de 2015-I, y el 15% opinó lo contrario, generando que el balance de respuestas repuntara hasta 36 sobrepasando su promedio histórico de 29, (ver gráfico 19).

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)

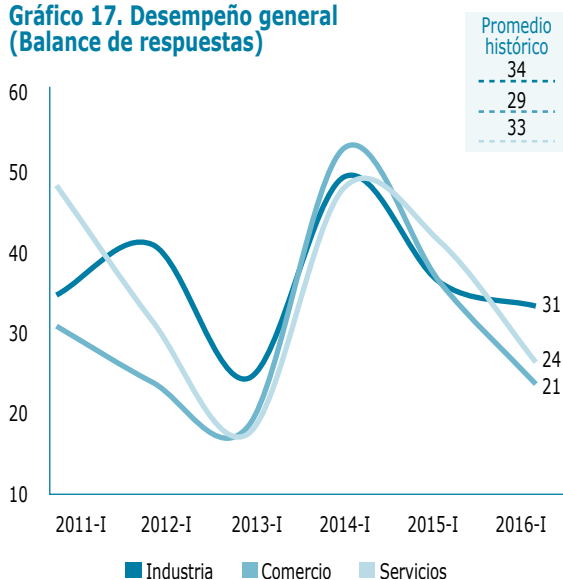


Gráfico 18. Expectativas producción industrial (Balance de respuestas)

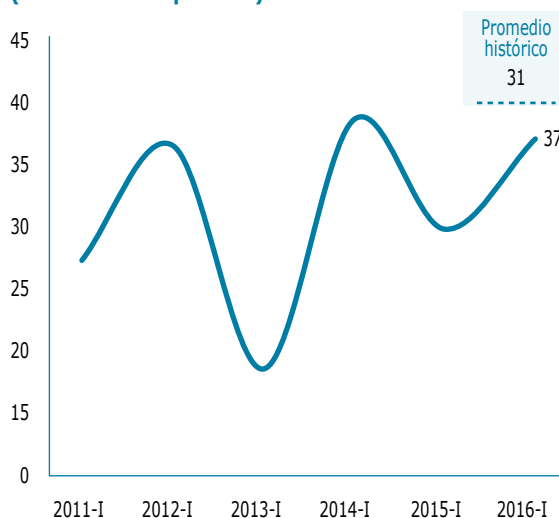


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

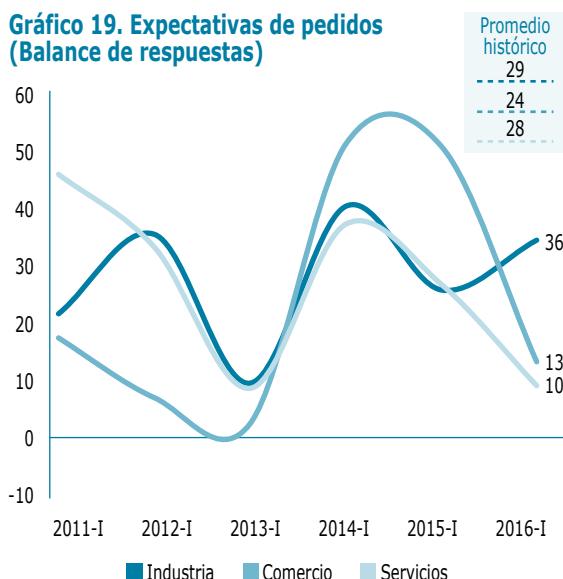
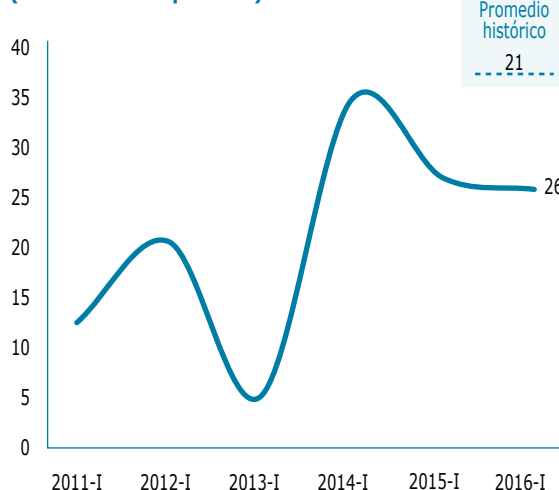


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de la inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



En línea con lo anterior, las expectativas con respecto al nivel de ventas para 2016-I se mostraban optimistas. Mientras que para 2015-I el 41% de los empresarios esperaba un aumento en ventas, en 2016-I esta cifra llegó al 53%. Así, se generó que el balance de respuestas pasará de 29 a 37 en el transcurso de un año (ver gráfico 21).

A pesar de las expectativas de producción y ventas, el porcentaje de empresarios que esperaban aumentar su inversión en activos fijos se estabilizó en el 35% en 2016-I. Como lo muestra el gráfico 20, la tendencia de esta variable se mantuvo prácticamente inalterada entre 2015-I y 2016-I, pasando de 27 a 26 respectivamente, reflejando que a pesar del repunte de expectativas de producción y ventas los empresarios aun no tienen el nivel de confianza para realizar inversiones de mediano y largo plazo.

• Sector comercio

El segmento Pyme comercial capitalino se mostró menos optimista al esbozar una caída en la proporción de empresarios que esperaban que el desempeño general de sus empresas fuera favorable para el primer semestre de 2016 (43% para 2015-I vs. 34% para 2016-I). Adicional a esto, el porcentaje de encuestados que afirmaron que el desempeño general de sus empresas sería incierto o desfavorable creció en 7 y 3 puntos porcentuales respectivamente. Todo esto llevó a que el balance de respues-

tas cayera de 34 a 21 puntos entre 2015-I y 2016-I, ubicándose 8 puntos por debajo del promedio histórico (ver gráfico 17).

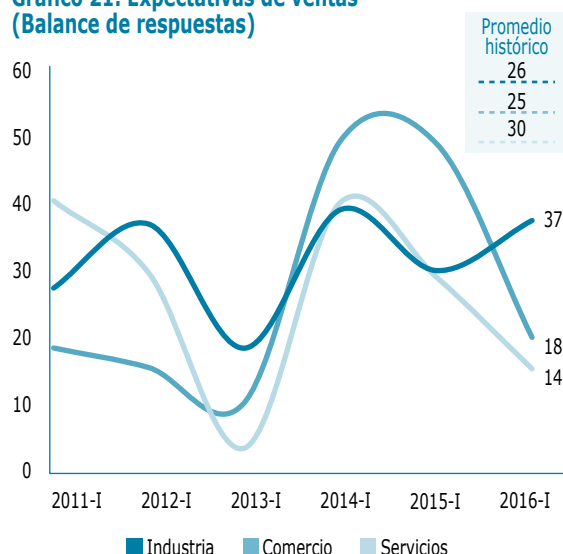
A nivel de demanda, las expectativas de las Pymes comerciales bogotanas estuvieron acordes con el desempeño general esperado para 2016-I. En cuanto a pedidos, el 36% de los encuestados esperaba que estos aumentaran, mientras que el 22% esperaba que estos disminuyeran. Estos resultados son completamente contrarios a los encontrados un año atrás, por lo que el balance de respuestas pasó de 52 para 2015-I a 13 en 2016-I (ver gráfico 19). De forma similar, el 41% de las Pymes comerciales esperaba que las ventas en el primer semestre de 2016 se incrementaran (16 puntos porcentuales por debajo de lo registrado en 2015), mientras que un 22% anticipaba un descenso (ver gráfico 21). La tendencia de ambas variables es claramente a la baja en línea con las expectativas económicas del sector.

• Sector servicios

Las expectativas de los empresarios bogotanos del sector servicios estuvieron en línea con el bajo optimismo generalizado. El 37% de los encuestados esperaba que el desempeño de sus empresas para 2016-I fuera favorable, dato inferior en 10 puntos porcentuales a lo observado en 2015-I. De forma similar, el 13% manifestó que la situación sería desfavorable, cifra que a su vez es 5 puntos porcentuales superior a la reportada en 2015-I. Todo lo anterior presenta unas expectativas del empresariado de servicios mucho menos optimistas que las observadas en ediciones anteriores, ubicándose incluso por debajo de su promedio histórico (ver gráfico 17).

De acuerdo con las perspectivas de desempeño general, los empresarios de las Pymes de servicios de Bogotá fueron los menos optimistas frente a las perspectivas de demanda. A nivel de pedidos, solo un 32% opinó que estos se incrementarían en 2016-I, cuando para 2015-I dicho porcentaje alcanzó un 45%. Entre tanto, un 22% esperaba una contracción de los pedidos en 2016-I frente al 17% reportado en 2015-I (ver gráfico 19). De forma similar, en el nivel de ventas también se observaron expectativas menos favorables frente a las registradas un año atrás. El 35% de los empresarios creía que las ventas se incrementarían en 2016-I (vs. 44% en 2015-I) y un 21% opinaba que serían menores (vs. 16% un año atrás), ver gráfico 21.

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



Financiamiento

El porcentaje de empresarios Pyme industriales de Bogotá que solicitaron crédito durante el segundo semestre de 2015 creció frente a lo observado un año atrás, al ubicarse en un 53% (13 puntos porcentuales por encima del año anterior). Esta tendencia también se observó en el sector de comercio, donde las solicitudes pasaron del 46% al 61% entre 2014-II y 2015-II. En el sector servicios, por el contrario, se presentó una caída en la solicitud de crédito. El 37% de las empresas Pyme solicitó crédito frente al 46% registrado en 2014-II (ver gráfico 22). Las tasas de aprobación de los créditos

se mantuvieron altas en los tres macrosectores, con un 98% en industria, un 96% en comercio, y un 95% en el sector servicios (ver gráfico 23).

Con respecto a las condiciones de los préstamos aprobados vs. los solicitados, la satisfacción expresada por los empresarios consultados fue alta con relación al plazo aprobado. En el caso de la industria, la modalidad más común fue el mediano plazo, con un 52% de los créditos solicitados y un 56% de las aprobaciones. Al igual que en industria, en comercio la modalidad más

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

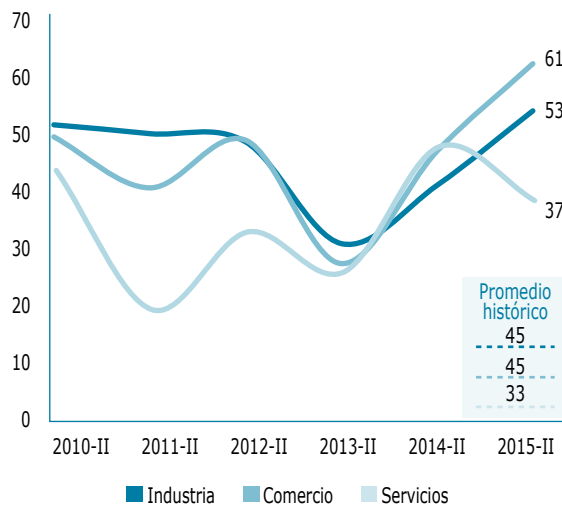


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

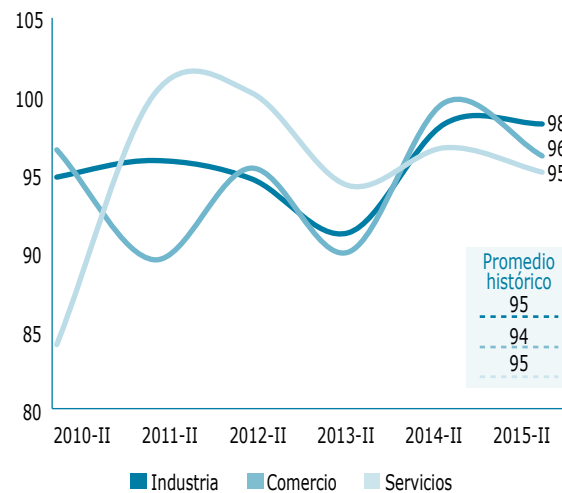


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

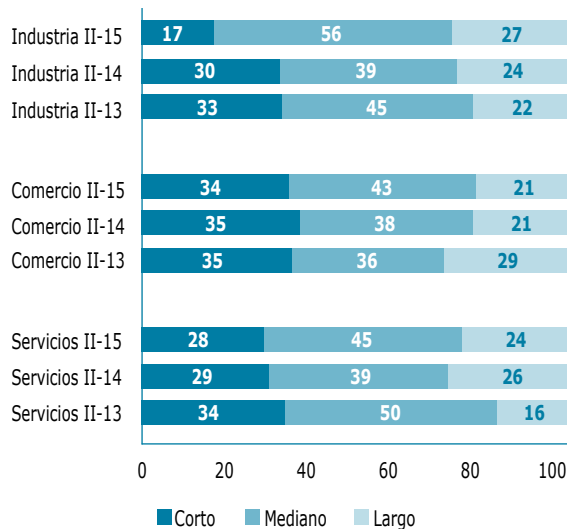
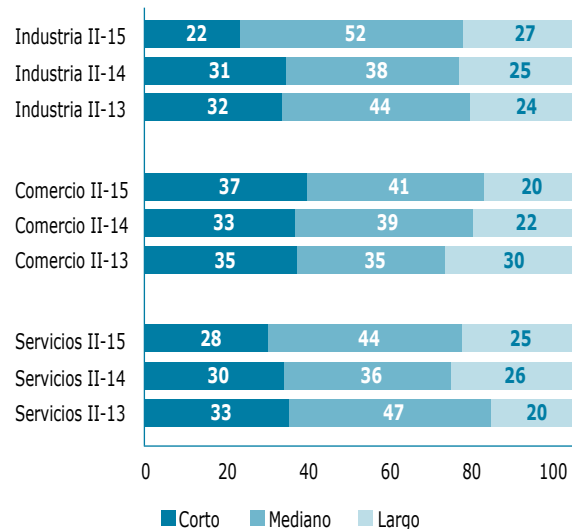


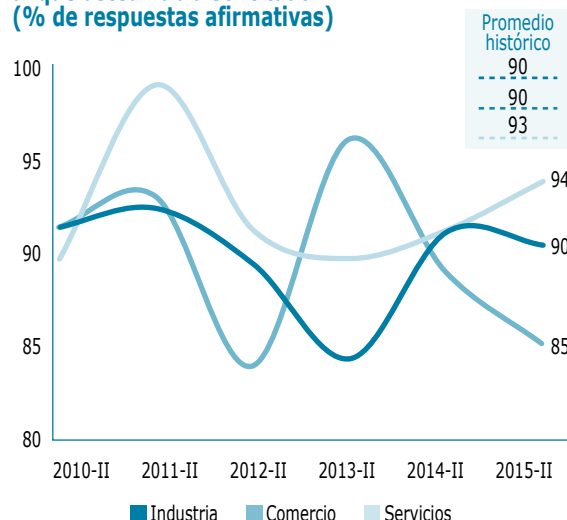
Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



solicitada por las Pymes fue el mediano plazo (41%), con un 43% de los créditos aprobados. De forma similar, en servicios un 44% de los créditos solicitados y un 45% de los aprobados fueron de mediano plazo (ver gráficos 24 y 25).

Los niveles de satisfacción sobre los montos aprobados variaron entre sectores, ya que para los sectores de industria y comercio estos disminuyeron, del 91% en 2014-II al 90% en 2015-II para industria, y del 89% en 2014-II al 85% en 2015-II en comercio. En cambio, el sector servicios presentó mayor satisfacción, pasando del 91% de respuestas afirmativas en 2014-II al 94% en 2015-II, ver gráfico 26.

Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



Las tasas que recibieron los empresarios de los tres macrosectores en su mayoría alcanzaron un valor de hasta DTF+4; aun así, respecto al año anterior, las proporciones de empresarios que recibieron estas tasas se redujeron para industriales y comerciantes. Como lo muestran los gráficos 27, 28 y 29, el 35% de los empresarios industriales, el 40% de los comerciales y el 57% de los empresarios de servicios recibieron tasas de hasta DTF+4 durante el segundo semestre de 2015. Asimismo, el 23% de las empresas industriales, el 32% en comercio y el 29% en servicios obtuvieron tasas entre DTF +4 y +8.

Adicional a esto, se pudieron observar aumentos en los porcentajes de Pymes de los sectores de comercio y

Gráfico 27. Sector Industria: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

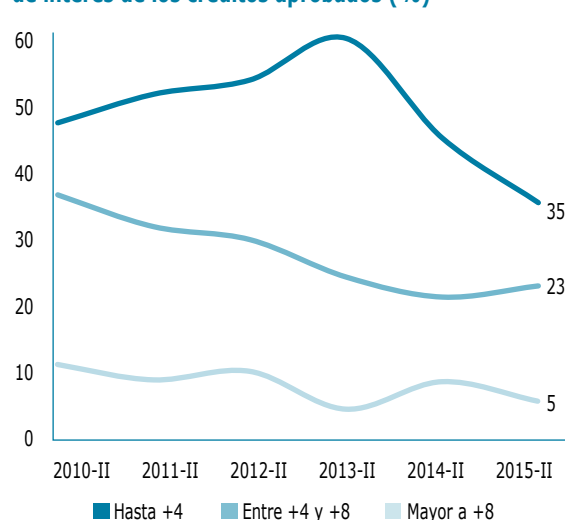


Gráfico 28. Sector comercio: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

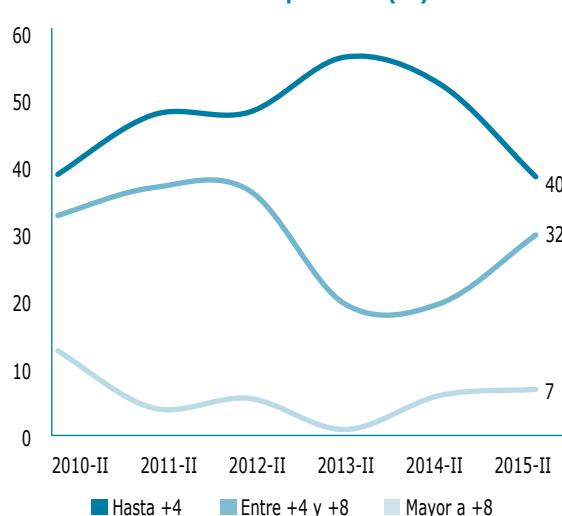
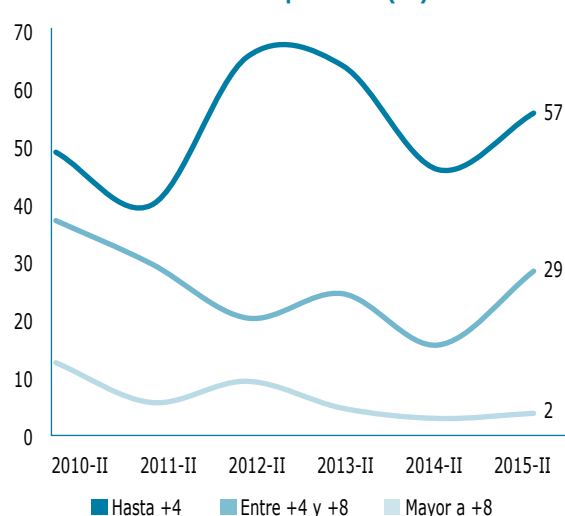


Gráfico 29. Sector servicios: evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



servicios a las cuales se les aprobaron créditos a tasas mayores que DTF+8. En el caso del empresariado Pyme comercial, la proporción de encuestados que recibieron tasas mayores a DTF+8 pasó del 6% en 2014-II al 7% en 2015-II, mientras que en servicios pasó del 1% al 2% en el mismo periodo. En el caso del sector industrial, esta proporción bajó del 8% en 2014-II al 5% en 2015-II.

El nivel de satisfacción de tasa de interés del sector industrial repuntó respecto a lo observado hace un año (a pesar del comportamiento de las tasas aprobadas), pasando del 52% en 2014-II al 69% en 2015-II. Por su parte, el encarecimiento del crédito para el sector de comercio sí se vio reflejado en la satisfacción respecto a las tasas aprobadas, cayendo 15 puntos porcentuales

en el transcurso del año. De forma contraria, al acceder a tasas de interés más bajas, el sector servicios mostró mayor satisfacción respecto a las mismas, pasando del 46% en 2014 al 70% en 2015 (ver gráfico 30).

Los recursos solicitados por las Pymes bogotanas al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo, con un 68% de las respuestas en industria, un 70% en comercio y un 55% en servicios. En segundo lugar se ubicó la consolidación del pasivo para las firmas industriales (18%), comerciales un 20% y de servicios un 25%. En tercer lugar se encontró la compra o arriendo de maquinaria para industria (12%), mientras que para comercio y servicios este lugar fue ocupado por las remodelaciones y adecuaciones, con un 16% de los encuestados en ambos casos (ver gráfico 31).

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, se encontró que el 56% de las Pymes industriales bogotanas no accedió a estas, mientras que esta proporción fue del 61% para las empresas de comercio y del 52% para las de servicios. El gráfico 32 muestra que la principal fuente alternativa de financiación de las Pymes de industria y comercio fueron los proveedores (19% y 15% respectivamente) y recursos propios para servicios (18%). Mientras que la segunda fuente fueron los recursos propios para industria y comercio (12% en ambos casos) y los proveedores para servicios con un 12%. Cabe resaltar que en esta edición el tercer recurso utilizado por las Pymes industriales fue el *factoring*, a pesar de contar con una participación solo del 5%.

Esta edición de la Encuesta preguntó a los empresarios bogotanos sobre el acceso a recursos de

Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

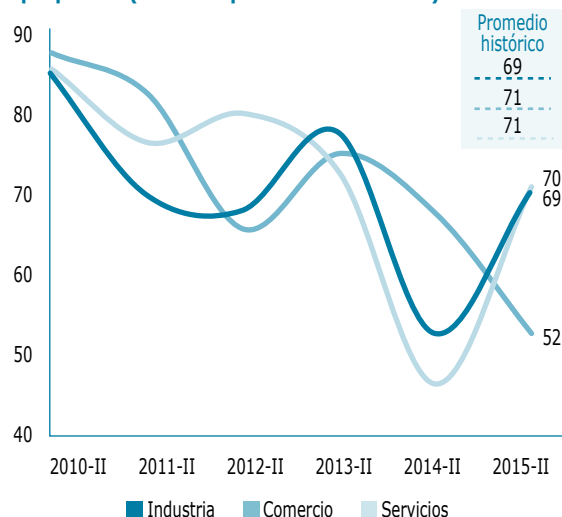


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

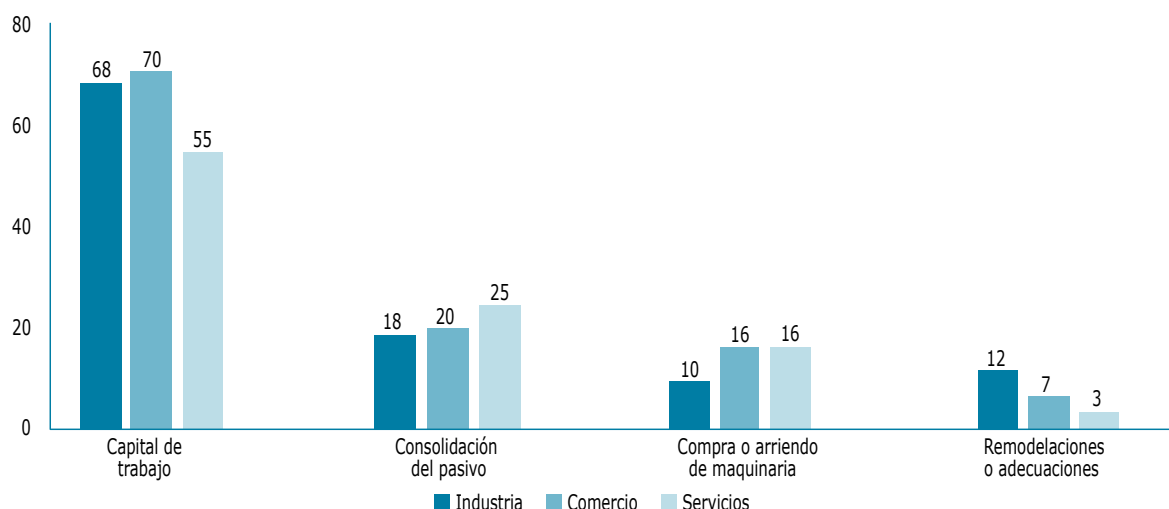
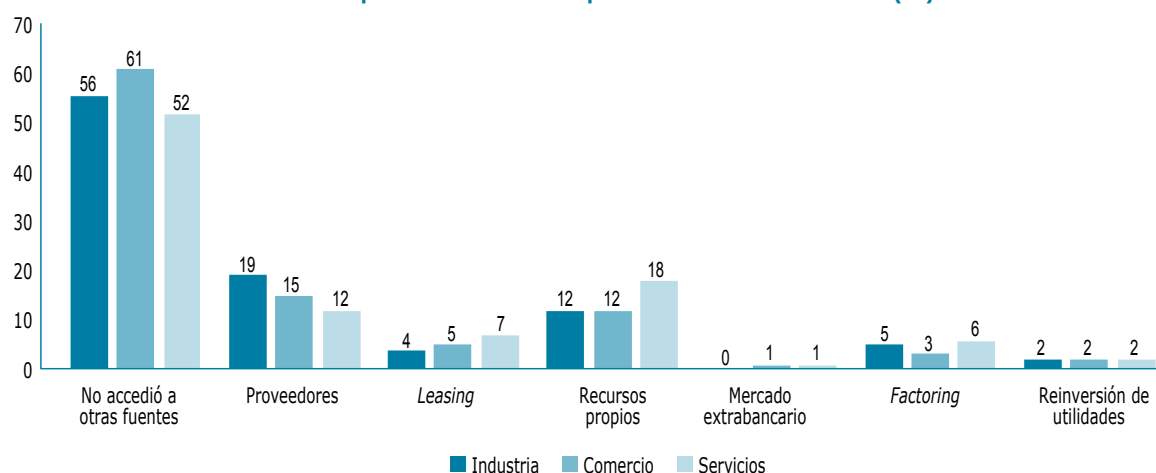


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año. El 95% de los industriales, el 97% de comercio y el 99% de servicios respondieron que no habían accedido a este tipo de recursos ver gráfico 33.

Finalmente, la principal razón por la cual las Pymes bogotanas de los tres macrosectores no solicitaron crédito al sistema financiero es que no lo necesitan (un 88% en industria, un 79% en comercio, y un 82% en servicios). La segunda razón por la cual no acceden al sistema financiero en todos los sectores son los elevados costos financieros (7% industria, 8% comercio y 11% servicios). La tercera razón por la cual los empresarios Pyme capitalinos dijeron no acceder al sistema financiero fue por exceso de trámites (2% industria, 8% comercio y 4% servicios) ver gráfico 34.

Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: *private equity*) y apoyo emprendedor (VC: *venture capital*) durante el último año?

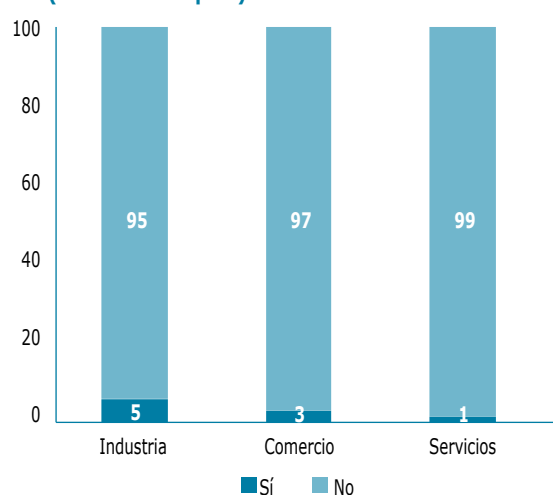
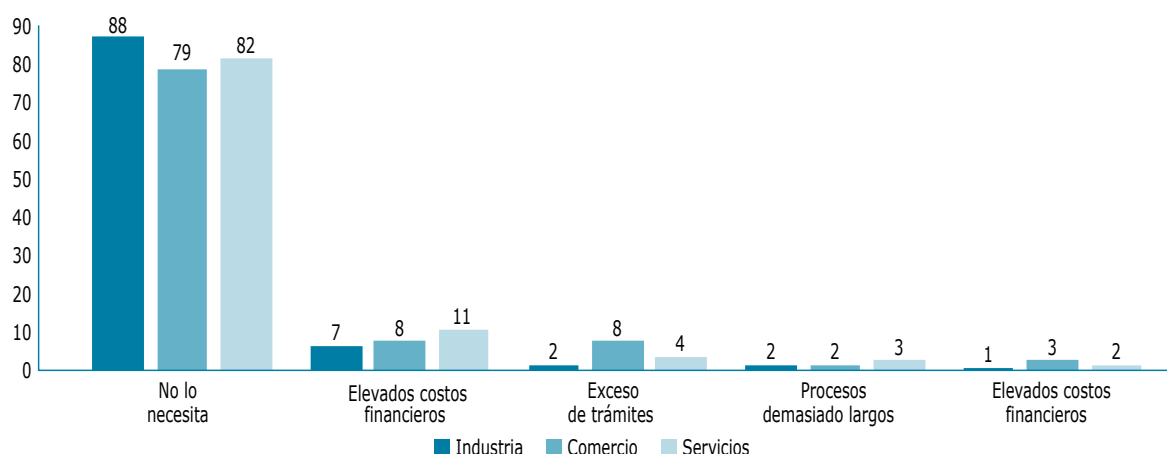


Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



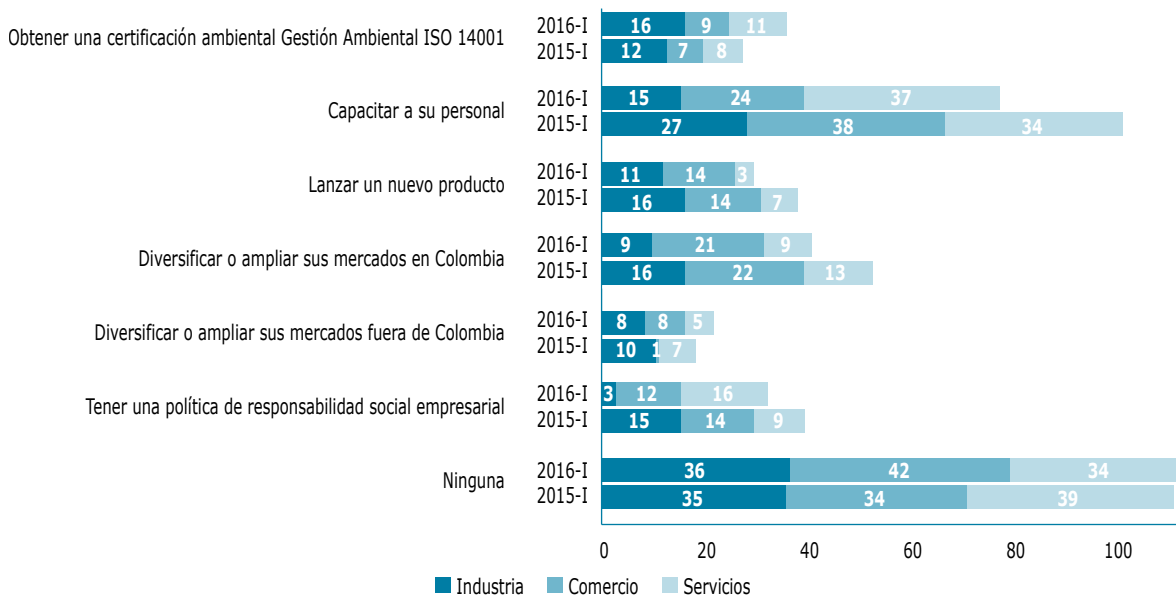
Acciones de mejoramiento

Como es ya habitual, la Encuesta incluye un módulo de acciones de mejoramiento. Este módulo analiza las actividades que las empresas han implementado durante el último semestre para incrementar su competitividad. En el gráfico 35 se observa cómo el porcentaje de Pymes bogotanas del sector industrial y el comercial que no tomaron acciones para incrementar su competitividad aumentó en 2016-I respecto a lo observado en el primer semestre de 2015. De este modo, en el sector industrial, el porcentaje de Pymes que no realizaron ningún tipo de acción de mejoramiento pasó de un 35% a un 36% en el último año, y en el sector comercio pasó del 34% en 2015-I

al 42% en 2016-I. En cambio, en el sector de servicios este porcentaje disminuyó, pasando del 39% en 2015-I al 36% en 2016-I.

Las Pymes bogotanas que sí implementaron acciones de mejoramiento se concentraron en obtener una certificación de calidad (35% industria, 17% comercio y 34% servicios); capacitar a su personal (15% industria, 24% comercio y 37% servicios); diversificar o ampliar sus mercados en Colombia (9% industria, 21% comercio y 9% servicios), y lanzar un nuevo producto (11% industria, 14% comercio y 3% servicios).

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



Mercado laboral

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

Como primera medida se les preguntó a los empresarios capitalinos si la formación profesio-

nal ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados respondía a las necesidades de su empresa. Se encontró que en su gran mayoría sí responde a sus necesidades, con el 76% de las respuestas positivas para industria, 60% para comercio y 73% en servicios (ver gráfico 36).

A quienes consideraban que la formación es insuficiente se les preguntó en que podría mejorar o

cambiar. Los tres sectores coincidieron al demandar el desarrollo de programas duales que combinen la teoría con la práctica como primera opción (39% industria, 32% comercio y 31% servicios). La segunda medida más solicitada por los tres sectores fue una formación acorde con las necesidades de su sector (16% industria, 20% comercio y 16% servicios). Para las Pymes industriales y de servicios la tercera medida que debería ser adoptada

es exigir prácticas/pasantías laborales (12% y 5% respectivamente), mientras que para el sector de servicios el tercer cambio más solicitado es intensificar el pensum académico (14%), ver gráfico 37.

Cuando se indagó por la distribución de la contraprestación salarial de sus empresas, se encontró que en industria, comercio y servicios cerca de la mitad de los empleados ganaba el salario mí-

Gráfico 36. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa(%)

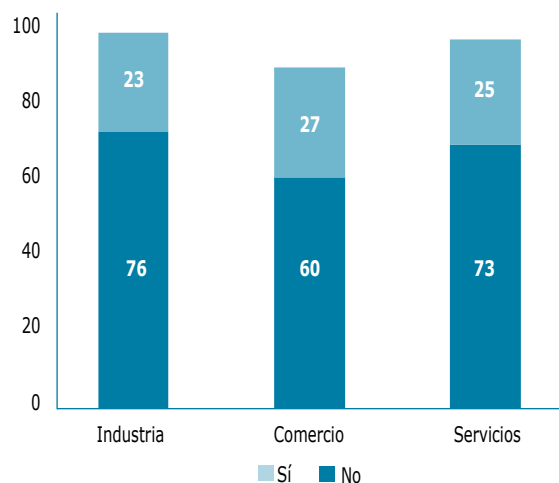


Gráfico 37. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)

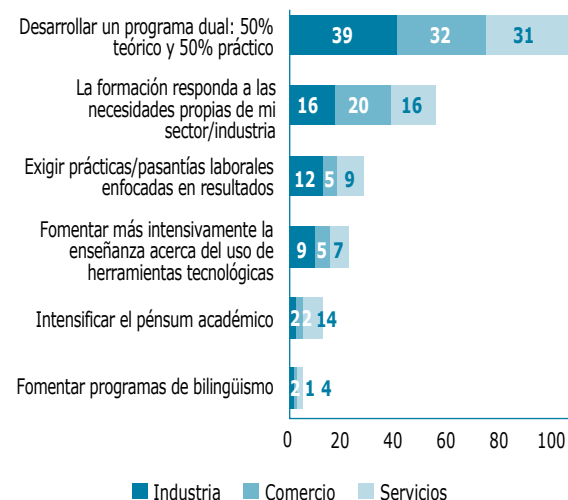


Gráfico 38. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%):

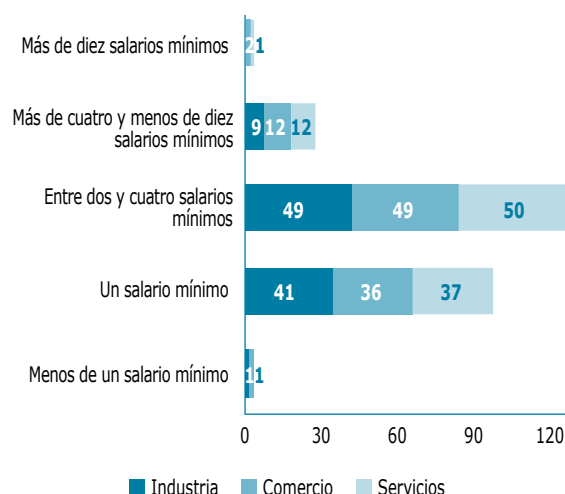
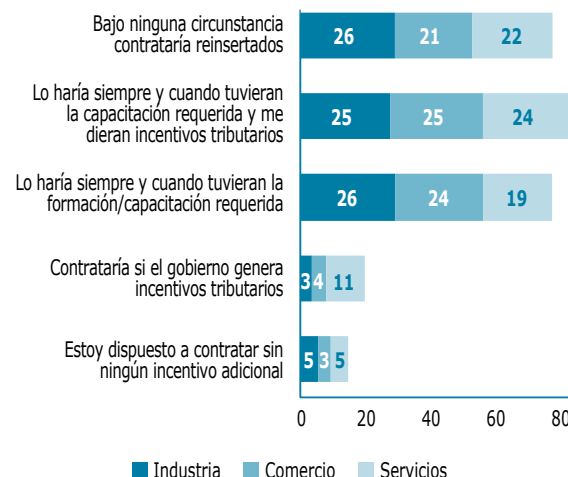


Gráfico 39. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinseradas en su empresa: (%)



nimo (49%, 49% y 50% en cada caso), ver gráfico 38. La siguiente remuneración salarial con mayor frecuencia se evidenció en el rango entre 2-4 salarios mínimos (41% en industria, 36% en comercio y 37% en servicios). Asimismo, se observó que menos del 15% de los empleados de los tres macrosectores devengaba más de 4 salarios mínimos y menos de 10. De hecho, menos del 1% del personal de las Pymes de Bogotá gana un sueldo que sobrepasa los 10 salarios mínimos.

Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinserta-

das en sus empresas. Un 26% de los empresarios industriales afirmó que bajo ninguna medida aceptarían reinsertados en sus empresas. Para comercio esta cifra llegó al 21%, mientras que en servicios fue del 22% (ver gráfico 39). Asimismo, el 26% de los empresarios industriales, el 24% de comercio y el 19% de servicios aceptarían reinsertados siempre y cuando tuvieran la capacitación requerida y recibirían incentivos tributarios. Por su parte, un importante porcentaje de los empresarios bogotanos estaría dispuesto a contratar personas reinsertadas si tuvieran la formación/capacitación requerida (25% industria, 25 comercio y 24% servicios)

Comercio exterior

En el ámbito del comercio exterior, las Pymes bogotanas 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 es exportadoras. En particular, para el sector industrial se vio que las empresas no exportadoras pasaron del 79% en 2014-II al 73% en 2015-II, ver gráfico 40. Además, el 9% aumentó sus exportaciones frente al 5% reportado en la medi-

ción anterior. En cuanto a la proporción de Pymes de servicios que exportan, esta pasó del 8% en 2014-II al 12% en 2015-II. Por su parte, el porcentaje de Pymes que afirmaron experimentar un aumento en sus exportaciones se mantuvo estable en un 2% a lo largo del último año.

En esta edición de la Encuesta se incluyeron dos preguntas nuevas. En primer lugar se preguntó sobre las razones por las cuales sus empresas no exportan. Para el caso de Pymes industriales, el 42% dijo no estar interesado, y la segunda razón para no exportar es que

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

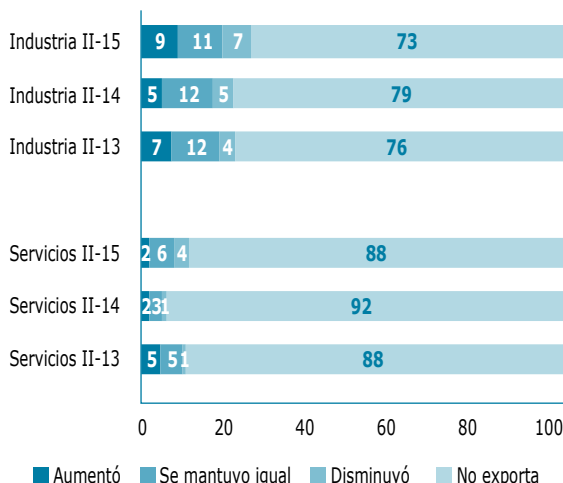
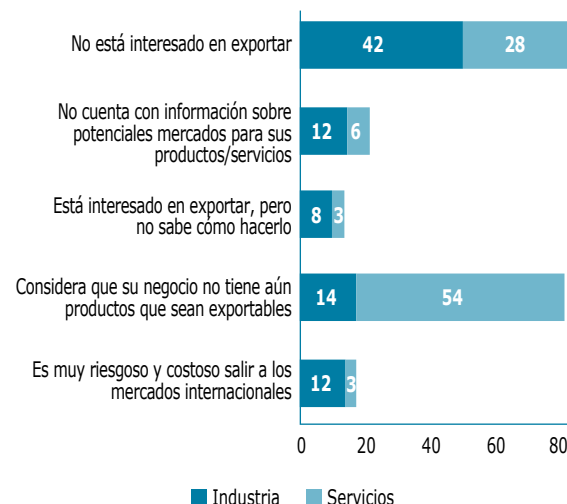


Gráfico 41. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



no cuentan con productos que sean exportables (14%), mientras que quienes lo consideran muy riesgoso o no cuentan con información de sus mercados potenciales representan un 12% cada uno. En el caso de las empresas de servicios, la principal razón por la que no exportan es porque consideran que no tienen productos o servicios de exportación (54%), y la segunda razón más común por la que no exportan es porque no están interesados en hacerlo (28%), ver gráfico 41.

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 internacio-

nalización para su negocio. El 33% de los industriales capitalinos cuenta con un plan de internacionalización, mientras que en el sector de servicios este porcentaje asciende al 58%, como lo muestra el gráfico 42.

Ante las expectativas de los empresarios sobre el desempeño económico general de las empresas, las expectativas de exportación se presentan muy poco optimistas en los empresarios industriales y de servicios de la capital del país, quienes parecen preferir mantener sus niveles de exportación. Como lo muestra el gráfico 43, las Pymes que esperan aumentos en su volumen de exportación pasaron del 9% en 2015-I al 12% en 2016-I

Gráfico 42. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

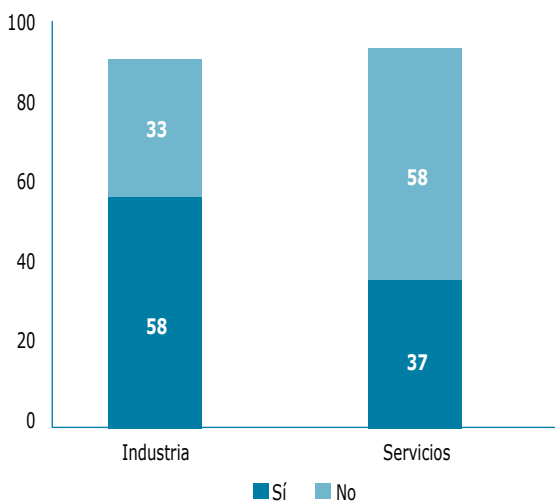


Gráfico 43. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

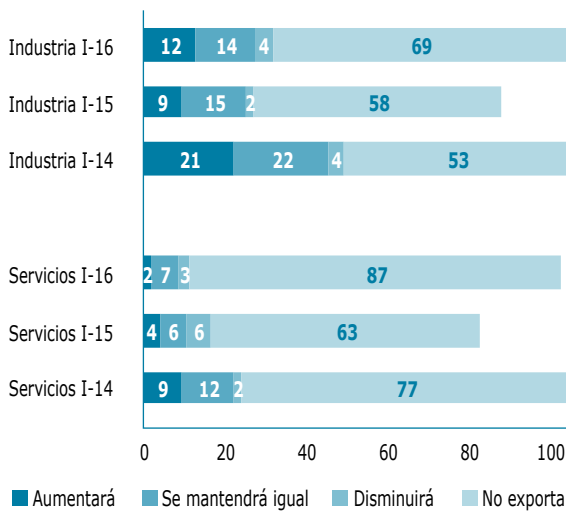


Gráfico 44. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

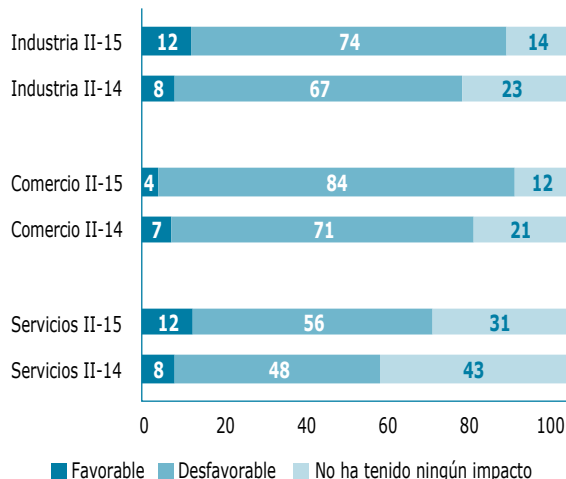
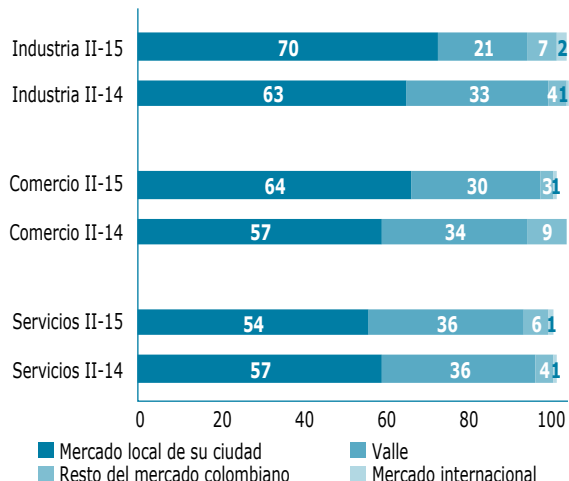


Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)



en el caso industrial, y del 4% en 2015-I al 2% en 2016-I en el caso de las Pymes de servicios.

Frente al impacto de la devaluación peso-dólar que sufrió el país en el último año, el 74% de los empresarios industriales, el 84% de los comerciales y el 56% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de las empresas durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 44). 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. Particularmente, en el sector industrial, la desfavorabilidad creció 7 puntos porcentuales frente a la medición de 2014, para comercio creció en 13 puntos porcentuales y para servicios en 12 puntos porcentuales.

Por segunda ocasión en la Encuesta se preguntó a las Pymes capitalinas 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 54% y el 70% de las ventas está definido para el mercado local, entre el 21% y el 36% se destina al resto del mercado colombiano, y entre el 4% y el 9% se destina al mercado internacional (ver gráfico 45).

Contratación de personal

Para la ciudad de Bogotá se incluyeron cuatro preguntas adicionales en la presente medición respecto a contratación de personal. La primera de estas preguntas indaga sobre los principales motivos por los cuales las empresas no contrataron o no pudieron contratar el personal que requirieron durante 2015. Como lo muestra el gráfico 46, ninguno de los tres sectores encuestados parece tener mayor problema para encontrar nuevo personal, ya que para industria y comercio el 82% de los participantes no tuvo problema para contratar, mientras que para servicios esta cifra llegó al 74%.

La segunda pregunta se enfoca en identificar la importancia de ciertos criterios a la hora de contra-

tar nuevo personal. Siendo estos criterios: i) nivel educativo; ii) competencias profesionales y técnicas; iii) actitud para el trabajo; iv) experiencia; v) cercanía al lugar de trabajo; y vi) edad. Los resultados encontrados para los tres sectores nos muestran que el criterio más importante para contratar personal es la actitud en el trabajo (88% industria, 95% comercio y 89% servicios), seguidas por competencias profesionales y técnicas (65% industria, 66% comercio y 78% servicios) y el nivel educativo (55% industria, 59% comercio y 70% servicios). Por su parte, los criterios de menor importancia son la edad y la cercanía al lugar de trabajo como lo muestran los gráficos 47, 48 y 49.

Gráfico 46. ¿Cuáles fueron los principales motivos para que su empresa no encontrara o no pudiera contratar el personal que requirió durante el 2015? (%)

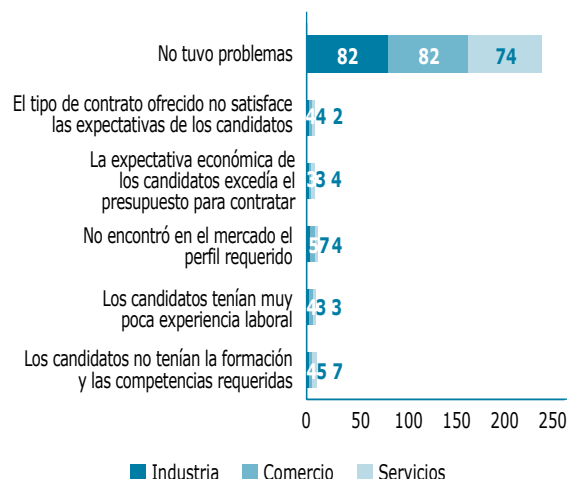
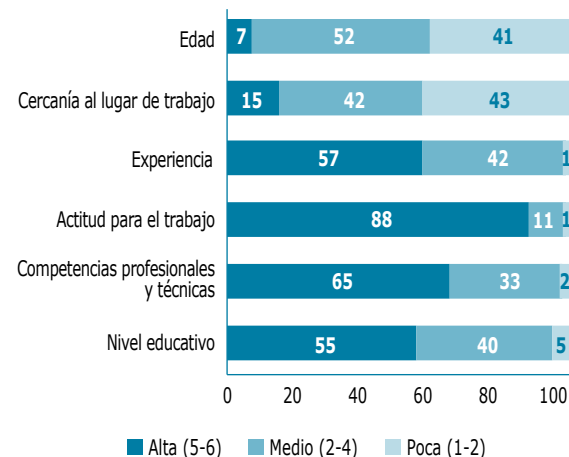
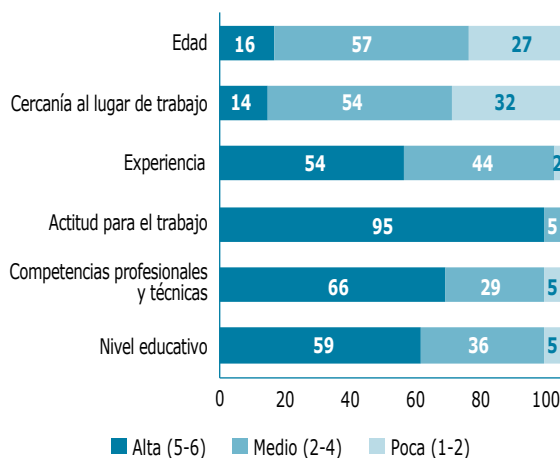


Gráfico 47. Industria: Qué tanta importancia le da su empresa a cada uno de los siguientes criterios a la hora de vincular una persona (Ordenando de 1 a 6, siendo 1 nada importante y 6 muy importante):



Al indagar por los principales medios que utilizan para conseguir el personal que necesitan se encuentran que todos los sectores actúan de forma similar. Como lo muestra el gráfico 50, el principal medio utilizado para buscar personal son los referidos de conocidos o empleados (57% industria, 64% comercio y 51% servicios). Asimismo, las agencias de empleo en internet son el segundo medio más utilizado por todos los sectores (41% de las Pymes industriales, 36% de las comerciales y 47% de las de servicios). Mientras que el *outsourcing*, las bolsas de empleo, los avisos de prensa, los servicios públicos de empleo y las instituciones educativas varían entre el 10% y el 15% de las respuestas para todos los sectores.

Gráfico 48. Comercio: Qué tanta importancia le da su empresa a cada uno de los siguientes criterios a la hora de vincular una persona (Ordenando de 1 a 6, siendo 1 nada importante y 6 muy importante):



Finalmente, se preguntó sobre la frecuencia con que la empresa realiza, contrata o apoya procesos de capacitación y/o formación para sus empleados. El 34% de las Pymes industriales realiza este tipo de actividad semestralmente, el 23% de forma mensual y el 22% una vez al año. Para el caso de comercio, el 34% lo realiza de forma semestral, el 24% anual y el 14% de mensual. Por su parte, los resultados del sector servicios revelan que el 38% realiza procesos de capacitación semestral, el 23% mensual y el 14% lo realiza de forma anual. Cabe resaltar que más del 10% de cada sector no realiza este tipo de procesos de formación (industria 12%, comercio 16%, servicios 13%), ver gráfico 51.

Gráfico 49. Servicios: Qué tanta importancia le da su empresa a cada uno de los siguientes criterios a la hora de vincular una persona (Ordenando de 1 a 6, siendo 1 nada importante y 6 muy importante):

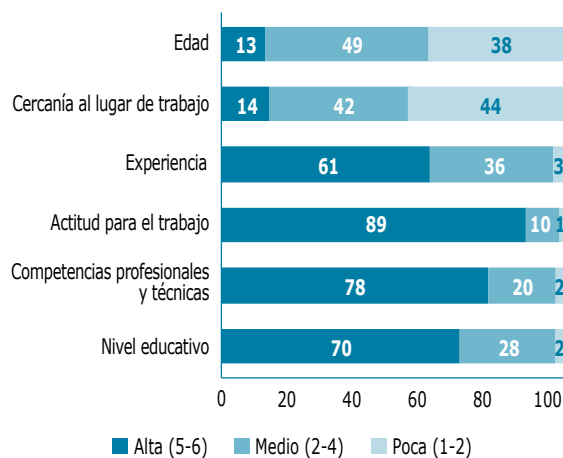


Gráfico 50. Indique cuáles son los principales medios que utiliza su empresa para conseguir el personal que necesita (%)

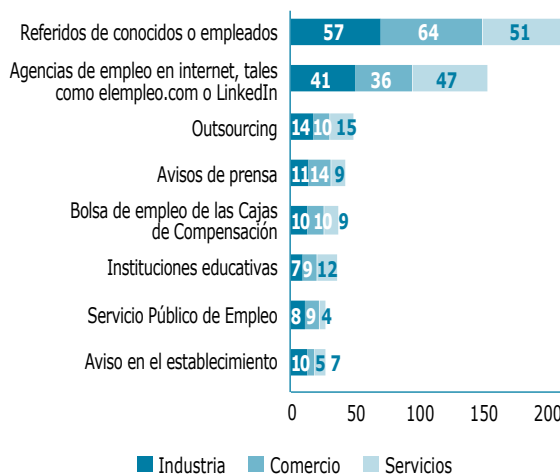
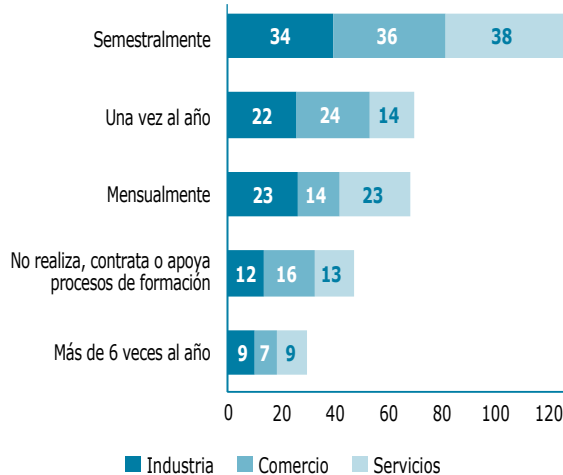


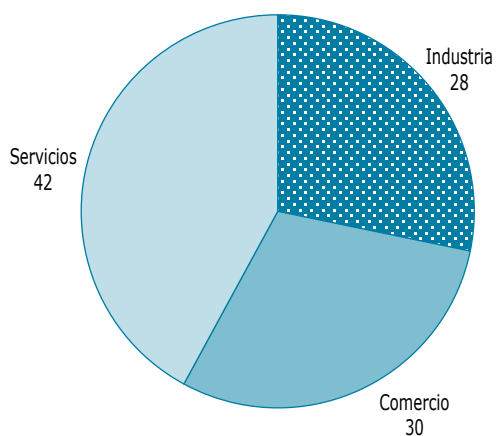
Gráfico 51. ¿Con qué frecuencia la empresa realiza, contrata o apoya procesos de capacitación y/o formación para sus empleados? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Bucaramanga

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

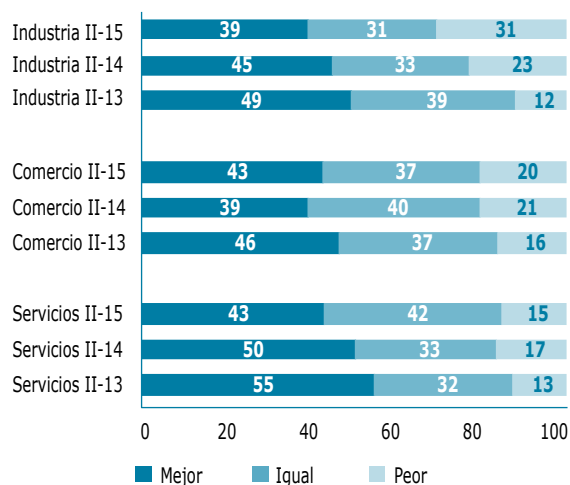
Segundo semestre de 2015

• Sector industria

En la ciudad de Bucaramanga, un 39% de la Pymes industriales afirmó que su situación económica general en el segundo semestre de 2015 fue mejor con respecto al primer semestre del mismo año. Esta cifra fue inferior en 6 puntos porcentua-

les contrastando con el 45% observado un año atrás. Al mismo tiempo, la proporción de empresarios que indicaron que su situación se deterioró subió del 23% al 31% para el mismo período (ver gráfico 1, sección Bucaramanga).

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



La percepción de los empresarios manufactureros bumanguenses con respecto al incremento de sus ventas presentó una baja. En efecto, el 41% de ellos consideró que el volumen de ventas de sus empresas durante el segundo semestre de 2015 se incrementó, cuando un año atrás este porcentaje fue del 44%, evidenciando una baja de 3 puntos porcentuales (ver gráfico 2). En cambio, un 26% reportó estabilidad en sus ventas, lo que significó un descenso de 9 puntos porcentuales frente al dato de 2014-II (35%). Adicionalmente, el crecimiento anual de las ventas para el 74% de las firmas industriales estuvo entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3)

En lo referente a la evolución de los pedidos de los empresarios industriales durante el segundo semestre de 2015, se encontró que el 36% de los empresarios del sector reportó un aumento, rebajando el dato de un año atrás cuando dicho porcentaje lle-

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

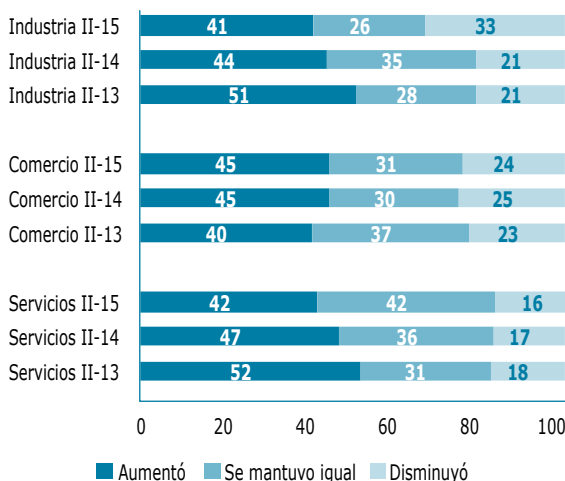
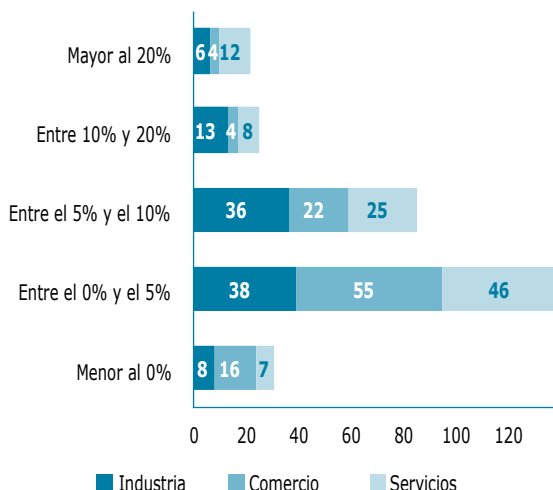


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido



gó al 42% (ver gráfico 4). A su vez, la proporción de empresarios que manifestaron que sus pedidos se habían mantenido iguales cayó muy levemente del 38% al 37% para este período. Por el contrario, los empresarios que indicaron que el nivel de pedidos había decrecido aumentó del 18% al 25% en el último año. Así, se evidencia una desaceleración en la demanda de las Pymes de este sector.

En cuanto al nivel de existencias en las Pymes manufactureras santandereanas, un 86% considera que estas fueron adecuadas para el segundo semestre de 2015, porcentaje que disminuyó levemente con res-

pecto al de 2014-II, cuando se alcanzó una cifra del 88% (ver gráfico 5). Asimismo, la proporción de negocios manufactureros que consideran las existencias insuficientes se mantuvo en el último año (9%).

Siguiendo una dinámica similar a la de las ventas, el porcentaje de Pymes industriales que incrementaron su producción fue de un 35% en 2015-II, 5 puntos porcentuales por debajo del registro de 2014-II (40%). En contraste, la proporción de encuestados que afirmaron un mantenimiento de sus niveles de producción se incrementó del 28% al 37% para el último año (ver gráfico 6). Complementando lo ante-

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2015 (%)

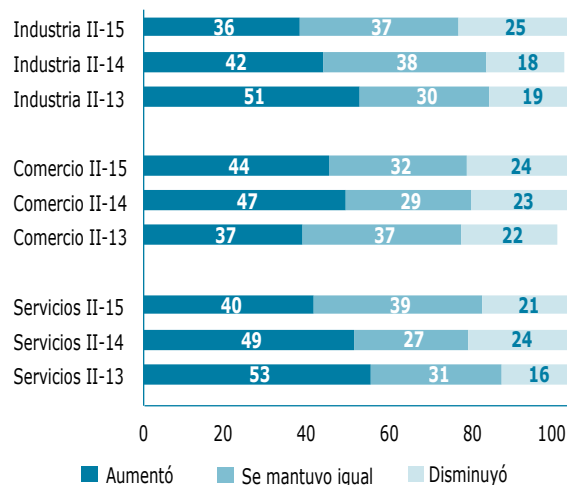


Gráfico 5. Existencias (%)

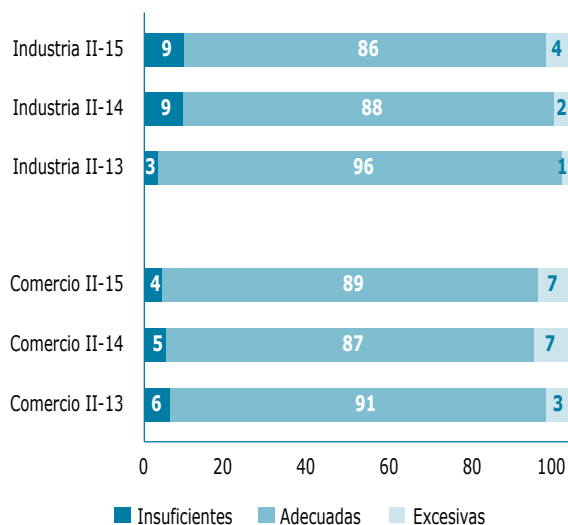


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2015, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2015 (%)

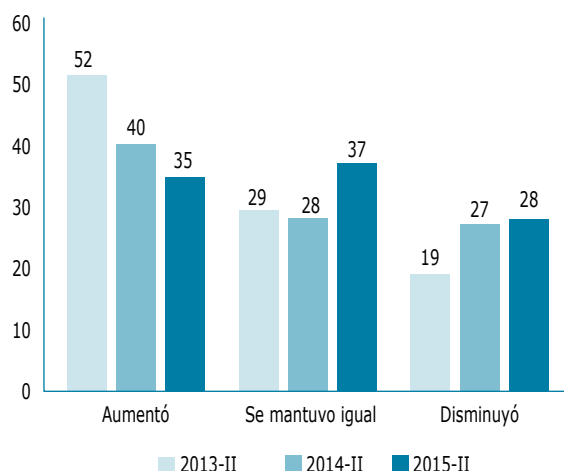
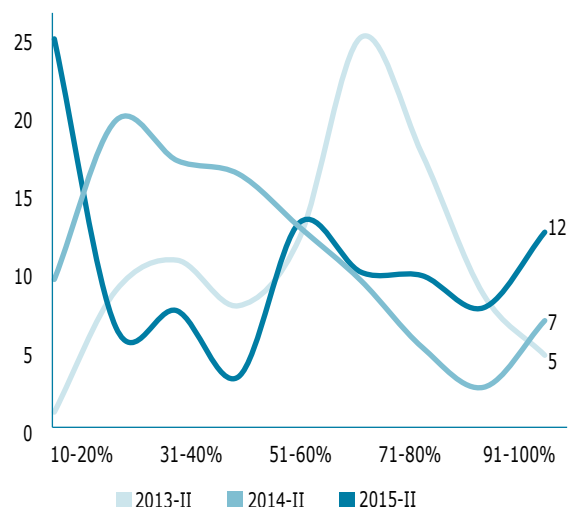


Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes Industriales)



rior, la proporción de empresas que reportaban que la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) se encontraba entre el 60% y el 100% disminuyó del 39% al 24% (ver gráfico 7).

Con respecto a la inversión en maquinaria y equipo se observó que el porcentaje de Pymes de Bucaramanga que manifestaron haber mantenido igual su inversión disminuyó del 77% en 2014-II al 59% en 2015-II (ver gráfico 8). Por su parte, un 24% de los empresarios incrementó su inversión, cuando en el segundo semestre de 2014 dicho porcentaje había sido de un 18%. Entre los que reportaron una dismi-

nución de esta variable, su porcentaje (17%) fue significativamente superior al de un año atrás (4%).

De otro lado, en el sector manufacturero de la capital de Santander se observa que en el segundo semestre de 2015 el porcentaje de Pymes industriales que reportaron un abaratamiento de sus costos de producción (18%) fue superior al del mismo semestre de 2014 (9%). El porcentaje de Pymes que manifestaron haber enfrentado un aumento de dicho costo alcanzó un porcentaje del 46% para 2015-II, situándose 5 puntos porcentuales por encima del registro de un año atrás. (ver gráfico 9).

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2015 (%)

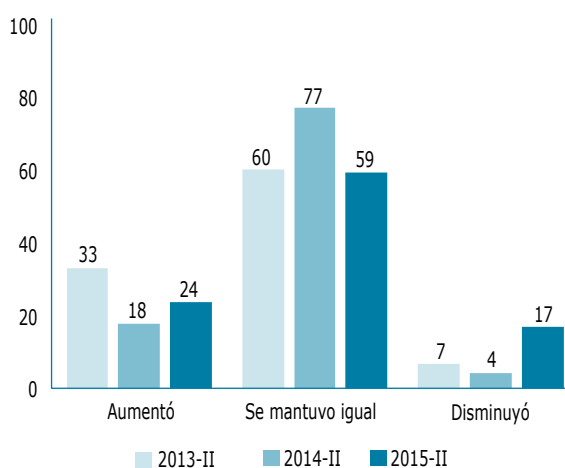


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2015, los costos durante el segundo semestre de 2015 (%)

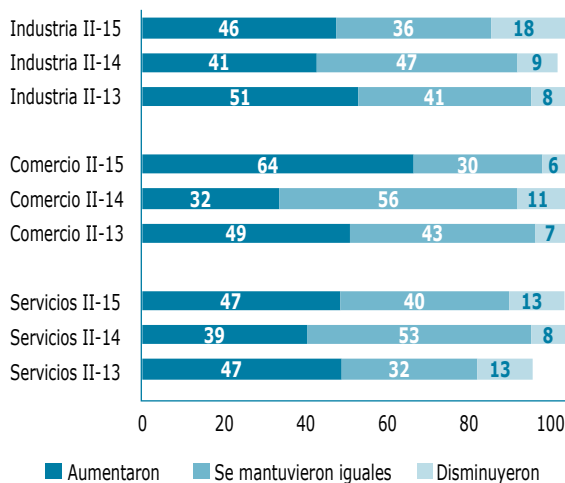


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2015, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

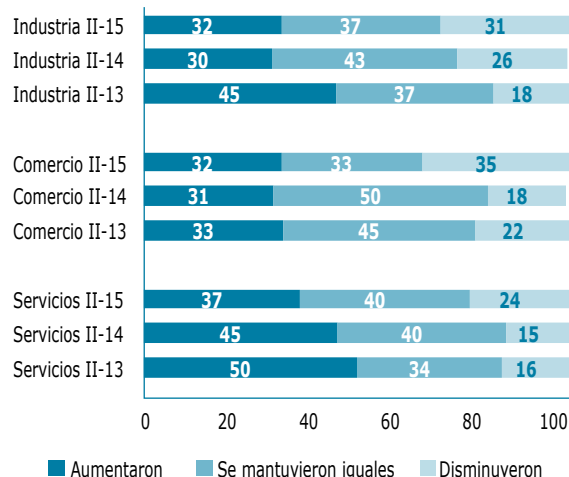
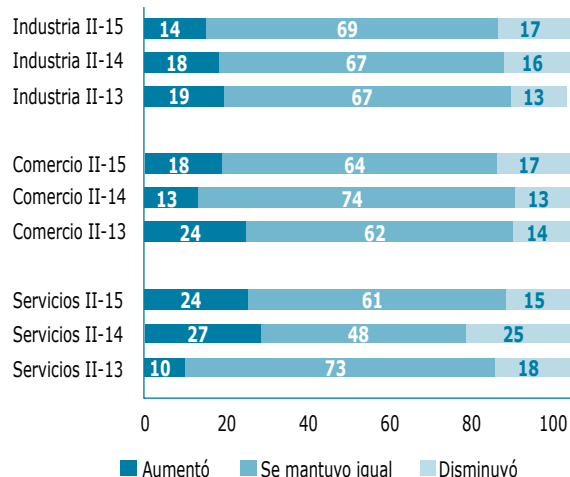


Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2015, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



En el gráfico 10 se observa que las Pymes industriales tuvieron una disminución en los márgenes de ganancia. Aunque el 37% de los empresarios manifestó que sus márgenes en 2015-II se mantuvieron iguales con respecto a 2015-I, un 31% reportó que estos cayeron, cifra superior en 5 puntos porcentuales a la observada en 2014-II. Por el contrario, la proporción de respuestas positivas sobre la evolución de esta variable solo subió en 2 puntos porcentuales durante dicho lapso.

A su vez, el empleo en el sector industrial Pyme mostró un comportamiento estable en Bucaraman-

ga. Mientras que el 14% de las empresas Pyme manufactureras de esta ciudad reportó un aumento en el número de trabajadores, un 69% mantuvo constante su planta de personal. De esta forma, la proporción de empresas que incrementaron su planta de personal estuvo 4 puntos porcentuales por debajo de la cifra observada en 2014-II (ver gráfico 11). Por otro lado, el 77% de los empresarios industriales argumentó no haber pensado o realizado una relocalización geográfica de sus negocios con el propósito de reducir los costos de transporte. Esto tan solo lo consideró el 8% de los encuestados (ver gráfico 12).

Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

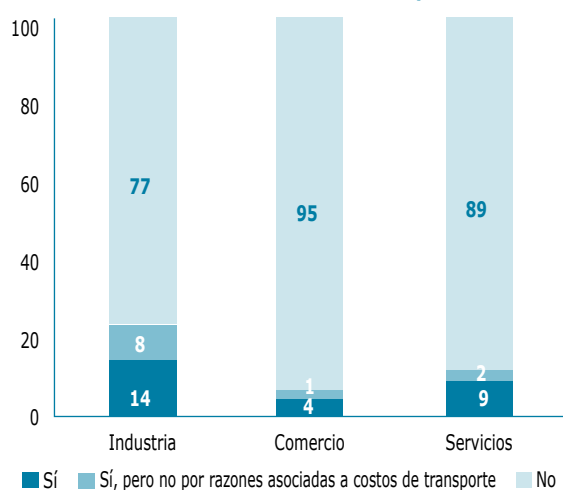
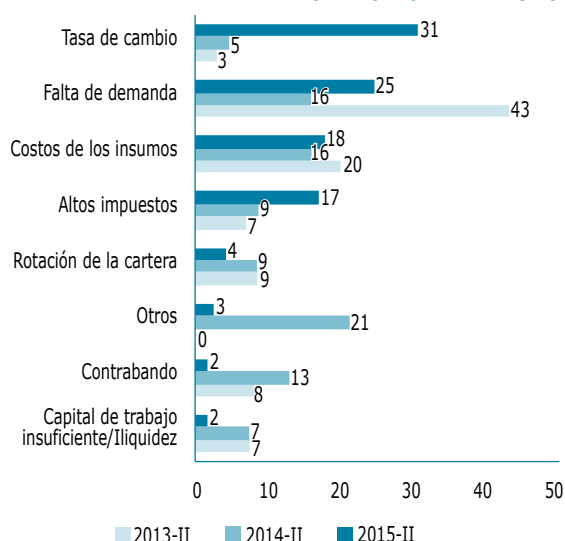


Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)



Finalmente, el principal problema que afrontaron las Pymes manufactureras bumanguesas para el desarrollo de sus actividades durante el segundo semestre de 2015 fue la devaluación de la tasa de cambio (31%). El segundo principal problema para las empresas del sector fue la falta de demanda (25%). El costo de los insumos se ubicó en la tercera posición con un 18%, mientras que los altos impuestos ocuparon la cuarta posición (17%).

• Sector comercio

El 43% de los empresarios del sector comercio en Bucaramanga reportó una mejoría de su situación económica general durante el segundo semestre de 2015, mostrando un aumento de 4 puntos porcentuales frente al dato de 2014-II. En cambio, el porcentaje de aquellos que observaron un empeoramiento fue del 20%, reduciéndose en 1 punto porcentual en el último año (ver gráfico 1). Por su parte, la proporción de aquellos que afirmaron que su situación económica se mantuvo igual en 2015-II fue del 37%, mientras que esta cifra ascendía al 40% en 2014-II.

En las ventas de las Pymes de comercio santandereanas se observó una tendencia favorable en la evolución del último año. De hecho, un 45% de los empresarios manifestó que estas se habían incrementado durante el segundo semestre de 2015. Asimismo, el porcentaje de aquellos que vieron una reducción en sus ventas llegó al 24% de los encuestados en 2015-II, cifra similar a la percibida en el mismo semestre de 2014 (25%), ver gráfico 2. El crecimiento promedio anual de las ventas del 77% de las Pymes comerciales se ubicó entre el 0% y el 10%.

Con relación al nivel de pedidos del sector comercio, se evidencia poca variación frente a la medición

anterior. La proporción de empresarios que reportaron que estos se incrementaron pasó del 47% al 44% entre 2014-II y 2015-II, al tiempo que el porcentaje de quienes reportaron una reducción aumentó levemente, subiendo del 23% al 24% en el mismo período (ver gráfico 4). Los pedidos se mantuvieron igual para el 32% de los empresarios encuestados, cifra que fue superior en 3 puntos porcentuales a las observada el año anterior.

En cuanto al nivel de existencias, un 89% de las Pymes considera que estas son adecuadas, porcentaje que fue ligeramente superior al 87% de 2014-II (ver gráfico 5). Esto sugiere que las empresas del sector han podido mantener regulados sus inventarios de acuerdo con la evolución de la demanda.

En términos de costos, los empresarios Pyme de comercio de Bucaramanga enfrentaron un fuerte crecimiento entre 2014-II y 2015-II. En efecto, se observa que un 64% manifestó que estos aumentaron (32 puntos porcentuales por encima de la lectura de 2014-II). Asimismo, un 6% reportó una disminución (cifra menor al 11% de 2014-II), ver gráfico 9.

Esta situación en los costos llevó a una disminución en los márgenes de ganancia de los empresarios, lo que indica que esta subida en los costos afectó la rentabilidad de los negocios. Esto se evidencia en que se encontró que el 35% de los encuestados experimentó una disminución en dichos márgenes en 2015-II (vs. un 18% en 2014-II). En cambio, un 33% de los encues-

tados indicó que estos se mantuvieron iguales y un 32% señaló que aumentaron (ver gráfico 10).

La generación de empleo se mantuvo durante el segundo semestre de 2015. De hecho, el 64% de las Pymes del sector en Bucaramanga mantuvo constante el número de trabajadores y un 18% reportó un incremento en su planta de personal, cuando en 2014-II este porcentaje había alcanzado un 13% (ver gráfico 11). Sin embargo, el 17% de las firmas destruyó empleo, cifra superior en 4 puntos porcentuales a la observada el año anterior.

En la misma vía, la superficie de ventas se mantuvo mayoritariamente constante. Esto se reflejó en que un 67% de los encuestados reportó una estabilidad en esta variable (cifra superior frente al 44% de 2014-II). Por otra parte, la proporción de empresarios que vieron una reducción en su superficie bajó del 21% al 11% en el último año, mientras que la de aquellos que percibieron un aumento decreció en 14 puntos porcentuales (ver gráfico 14).

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes comerciales de Bucaramanga en el desarrollo de sus actividades fue la tasa de cambio, con un 22% de los encuestados, la cual ganó preponderancia en el último año con un crecimiento de 17 puntos porcentuales (ver gráfico 15). En segundo lugar se ubicaron la competencia de grandes superficies y los altos impuestos (ambas con un 21%). Posteriormente, apareció la rotación de cartera con un 13%.

Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2015, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2015 (%)

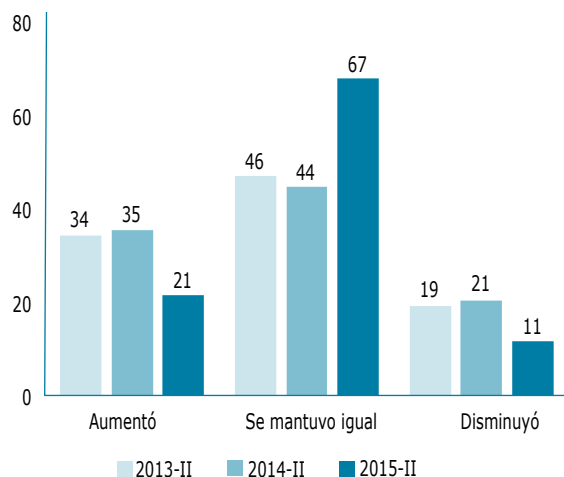
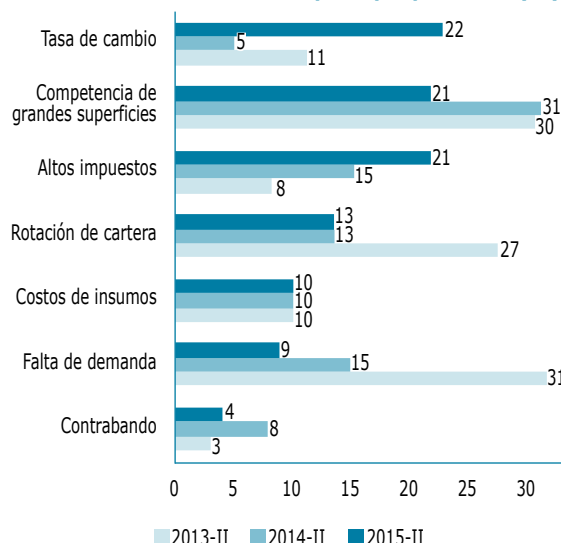


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)



• Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios en Bucaramanga sobre su situación económica general en el segundo semestre de 2015 mostró una leve desaceleración de esta variable. El porcentaje de encuestados que vieron mejorar los negocios cayó del 50% al 43% con respecto al mismo semestre del año 2014. Igualmente, el de quienes indicaron un deterioro disminuyó, pasando del 17% al 15% durante el mismo período (ver gráfico 1).

En línea con lo anterior, los empresarios Pyme santandereanos de este sector reportaron que el volumen de ventas de sus empresas tuvo una tendencia menos positiva entre 2014-II y 2015-II. Así, un 42% manifestó que estas se habían incrementado (5 puntos por debajo del dato del año anterior). De igual forma, un 16% manifestó lo contrario (vs. el 17% de 2014-II). La proporción de los que reportaron que sus ventas se habían mantenido estables fue del 42%, cifra semejante a la de un año atrás (ver gráfico 2). El crecimiento promedio anual de las ventas en el 71% de las Pymes de servicios estuvo entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

El volumen de pedidos, aunque se ubicó en el plano positivo, sostuvo un decrecimiento en las respuestas positivas. El porcentaje de Pymes de Bucaramanga que observaron un incremento de esta variable en 2015-II fue del 40%, superior al de aquellos que afirmaron haber tenido un comportamiento constante (39%) y decreciente (21%), ver gráfico 4. No obstante, la proporción de respuestas afirmativas presentó una caída de 9 puntos porcentuales con respecto al dato de 2014-II (49%), lo cual coincidió con una disminución en aquellos que reportaron una reducción de sus pedidos de 3 puntos porcentuales para el mismo período.

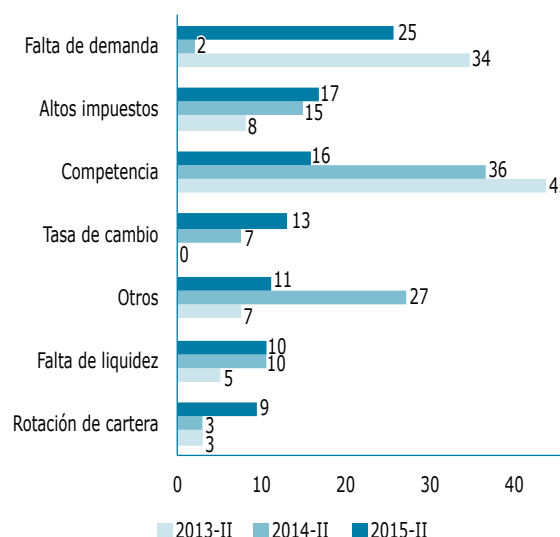
A su vez, el 40% de las Pymes de servicios bu-manguesas reportó que sus costos de operación en el segundo semestre de 2015 se habían mantenido iguales, un 47% que habían aumentado y un 13% indicó que estos decayeron (ver gráfico 9). Esto significa que hubo una tendencia alcista de los costos, ya que el porcentaje que reportó este suceso subió 8 puntos porcentuales frente al mismo semestre de 2014. Esta alza en los costos se tradujo en una disminución en los márgenes de ganancia de las empresas. En efecto, el porcentaje

de Pymes de esta ciudad que incrementaron sus márgenes decreció del 45% en 2014-II al 37% en 2015-II, mientras que el de aquellas cuyos márgenes disminuyeron subió del 15% al 24% en el mismo período (ver gráfico 11).

Los resultados en materia de empleo indican una estabilización de esta variable. El porcentaje de empresas que mantuvieron igual su nivel de trabajadores fue del 61% en el segundo semestre de 2015, 3 puntos porcentuales mayor que el dato de 2014-II (ver gráfico 11). Se destaca que el 24% de los empresarios del sector servicios elevó su planta de personal en 2015-II, mientras que esta cifra ascendía al 27% un año atrás. Asimismo, la proporción de repuestas negativas a esta pregunta disminuyó 10 puntos porcentuales en este período. Adicionalmente, en el gráfico 12 se evidencia que el 89% de las Pymes de servicios santandereanas no pensó o realizó una relocalización geográfica de sus empresas con el fin de reducir sus costos de transporte.

Finalmente, el principal problema que señalaron las Pymes de servicios de Bucaramanga para el desarrollo de sus actividades fue la falta de demanda (25% de los encuestados), aumentando en 23 puntos porcentuales la proporción de un año atrás (2%). El otro gran problema, con una importancia del 17%, fueron los altos impuestos. Posteriormente, se destacan en el tercer puesto del ranking la alta competencia (16%) y le siguió la tasa de cambio (13%), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

Primer semestre de 2016

• Sector industria

El 37% de los empresarios industriales Pyme de Bucaramanga encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2016 sería favorable (cifra inferior al 51% de 2015-I). Asimismo, el grado de incertidumbre sufrió un aumen-

to en el último año, pasando del 9% al 12%. Sin embargo, la proporción de Pymes que tenían expectativas negativas decreció con respecto al dato de un año atrás (24% en 2015-I vs. 19% en 2016-I), ver gráfico 17.

En el nivel de producción industrial, la mayoría de empresarios de esta ciudad preveía una aceleración para 2016-I. De hecho, el 49% de los empresarios indicó que se incrementaría, cuando un año atrás este porcentaje fue del 41%. Esto coincidió con un incremento en la proporción de respuestas negativas, pero menor, la cual pasó del 15% al 17% para el mismo período (ver gráfico 18).

Con respecto a los pedidos, las Pymes manufactureras bumanguesas mantuvieron constantes sus expectativas. El 49% de los empresarios opinó que estos se incrementarían en el primer semestre de 2016 (vs. un 48% que lo hizo para 2015-I). En cambio, un 19% indicó que esperaba lo contrario (cifra similar a la que se esperaba para el primer semestre de 2015, que fue del 18%), ver gráfico 19.

Por último, en lo referente a la inversión realizada en maquinaria y equipo, las Pymes manufactureras

Gráfico 17. Desempeño general (%)

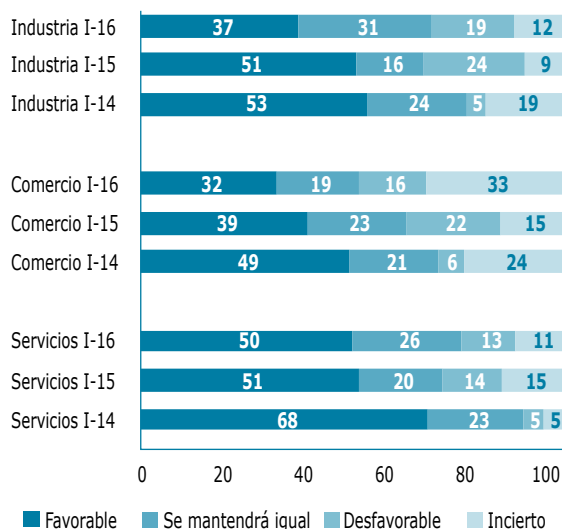


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2015, la producción industrial en el primer semestre de 2016 (%)

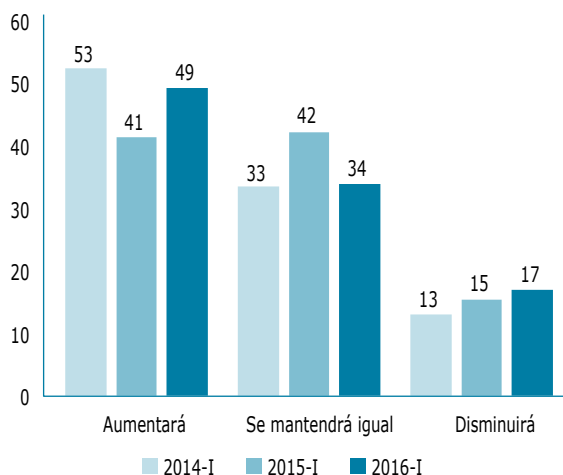
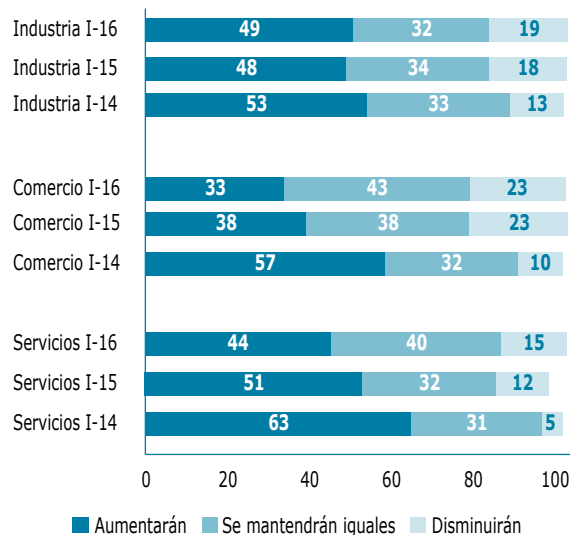


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)



de Bucaramanga consideraban que esta aumentaría únicamente en el 32% de los casos, cifra semejante al dato del año anterior que fue del 31% (ver gráfico 20). En contraste, el porcentaje de empresarios que esperaban una estabilidad presentó una disminución de 4 puntos porcentuales, pasando del 57% al 53% entre 2015-I y 2016-I, lo que demuestra que las expectativas por mantener constante esta variable decrecieron en el último año.

• Sector comercio

El 32% de las Pymes comerciales santandereanas esperaba que su desempeño general en el primer semestre de 2016 fuera positivo, mientras que el 19% esperaba que se mantuviera estable y un 16% preveía que empeoraría. En esta medición, se evidencia que la incertidumbre entre las firmas comerciales subió en 18 puntos porcentuales en el último año.

Siguiendo la línea de esta incertidumbre sobre la situación económica, las Pymes comerciales de Bucaramanga preveían un menor dinamismo en la demanda para 2016-I. A nivel de pedidos, un 33% indicaba que estos aumentarían (5 puntos porcentuales por debajo del registro del año anterior) frente a un 23% que esperaba lo contrario (cifra similar a la de 2015-I), ver gráfico 19.

En lo correspondiente a las ventas, se observó un leve aumento en el pesimismo de los encuestados. Así, mientras que un 33% de los empresarios espe-

raba que las ventas en el primer semestre de 2016 se incrementaran (3 puntos porcentuales por debajo del registro del año anterior), otro 23% preveía una caída de esta variable, lo cual significó una disminución de 2 puntos porcentuales frente a la expectativa para 2015-I (ver gráfico 21). Asimismo, se dio un crecimiento de 6 puntos porcentuales en la proporción de encuestados que esperaban que esta variable se mantuviera igual frente al dato de un año atrás.

• Sector servicios

Un 50% de los empresarios del sector servicios bumangués consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2016 sería favorable. Por el contrario, un 13% manifestó que la situación sería desfavorable, cifra similar la encontrada en 2015-I (ver gráfico 17). El nivel de incertidumbre disminuyó en 4 puntos porcentuales en el último año, mientras que los empresarios que consideraban que su situación económica se mantendría igual subió en 6 puntos porcentuales.

Sin embargo, los empresarios santandereanos no mantuvieron estables sus expectativas frente a las perspectivas de demanda. A nivel de pedidos, un 44% opinó que estos se incrementarían en 2016-I, cuando para 2015-I este porcentaje alcanzó un 51%. En cambio, la proporción de encuestados que esperaban una contracción de los pedidos subió del 12% en el primer semestre de 2015 a un 15% esperado para el mismo período de 2016 (ver gráfico 19). Esto

Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2016 (%)

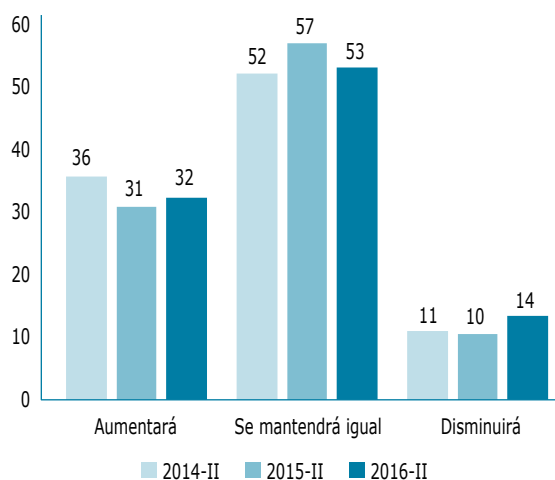
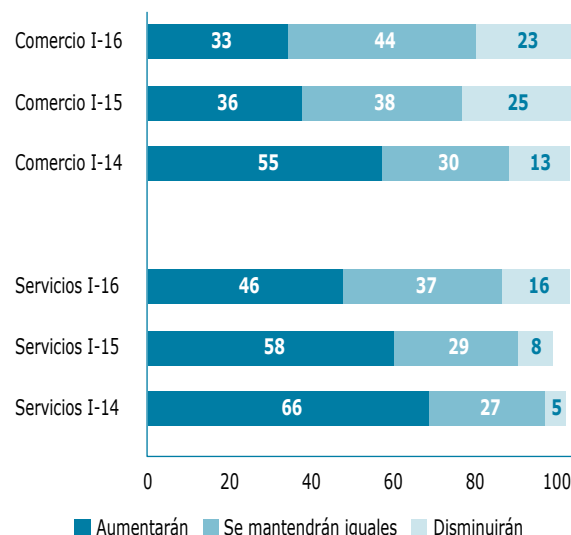


Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



demuestra que a pesar de que más de las dos quintas partes de los encuestados esperaban un comportamiento favorable de esta variable, se detecta una disminución a nivel de expectativas favorables frente a lo esperado un año atrás.

De manera similar, en el nivel de ventas también se observan expectativas menos positivas a las re-

gistradas un año atrás. El 46% de los empresarios de este sector manifestó que las ventas se incrementarían (comparado con un 58% del año anterior), mientras que un 37% opinó que se mantendrían iguales (vs. un 29% que lo consideraba para 2015-I). Asimismo, la proporción de respuestas negativas creció en 8 puntos porcentuales en el último año (ver gráfico 21).

Financiamiento

Para el sector industrial de la ciudad de Bucaramanga, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero presentó variaciones negativas en los macrosectores de industria y servicios en el segundo semestre de 2015 con respecto al mismo semestre de 2014. En efecto, para la industria Pyme, la proporción bajó del 23% al 21% entre 2014-II y 2015-II. En el caso del sector de servicios se observó una contracción fuerte al pasar del 47% al 20% durante dicho período (ver gráfico 22). Por otro lado, en el sector comercial se tuvo una expansión de las solicitudes de crédito con el sistema. Allí, el porcentaje de encuestados que solicitaron crédito con el sistema financiero subió del 33% al 44% durante el último año.

Por su parte, la tasa de aprobación en la última medición cayó en dos de los tres macrosectores,

aunque se mantuvo en niveles muy saludables. En el sector comercial, la tasa cayó en 7 puntos porcentuales en el último año y para servicios disminuyó en 6 puntos. Por su parte, el sector industrial mantuvo las tasas de aprobación en el 100%.

En lo referente a las condiciones de plazo de los préstamos aprobados vs. los solicitados, se encontraron diferencias entre los macrosectores. En el caso de la industria, el crédito más solicitado y aprobado fue el de mediano plazo (entre 1 y 3 años) que para ambas variables alcanzó un porcentaje superior al 36% de los encuestados. Igualmente, en el sector servicios el 56% de los créditos aprobados y el 46% de los préstamos solicitados tuvieron este mismo plazo. En las Pymes de comercio prevalecieron los préstamos de corto plazo, con un 41% en la aprobación y solicitud (ver gráficos 24 y 25).

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

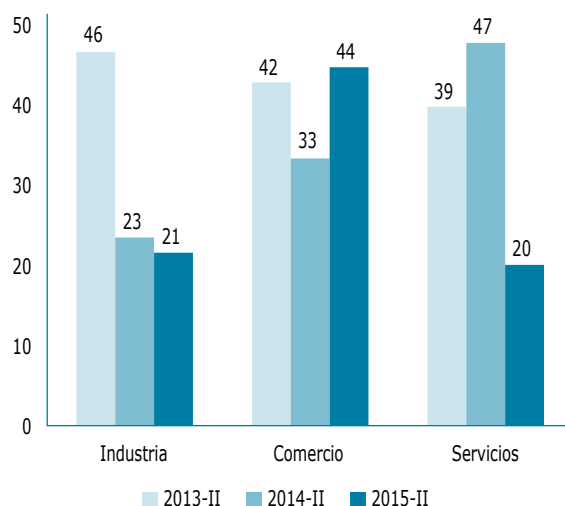
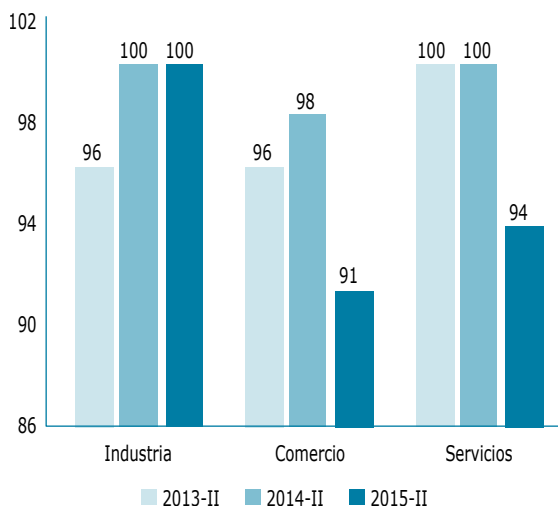


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



A su vez, los niveles de satisfacción respecto al monto del crédito aprobado en las Pymes buman-guesas fueron altos y se mantuvieron por encima del 88% para los tres macrosectores (ver gráfico 26). Esto refleja una armonización entre el sistema financiero y el real en la ciudad de Bucaramanga, aunque cabe destacar que el sector de servicios mostró un aumento de 22 puntos porcentuales en el porcentaje de empresarios satisfechos entre 2014-II y 2015-II.

De acuerdo con los resultados de la última medición de la Encuesta, el rango de tasa más común

en los créditos otorgados para los sectores industrial y de servicios fue de hasta DTF+4 puntos. Un 56% de los entrevistados de industria y un 32% de los de servicios reportaron ese rango (ver gráfico 27). Cabe destacar que en el sector comercial se dio una proporción más alta de préstamos a una tasa DTF entre + 4 y + 8 puntos (44%).

Los niveles de satisfacción respecto a la tasa de interés en el segundo semestre de 2015 fueron significativamente menores a los reportados en el mismo período de 2014 para el sector industrial y comercial. La caída más drástica se dio en las Pymes comercia-

Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

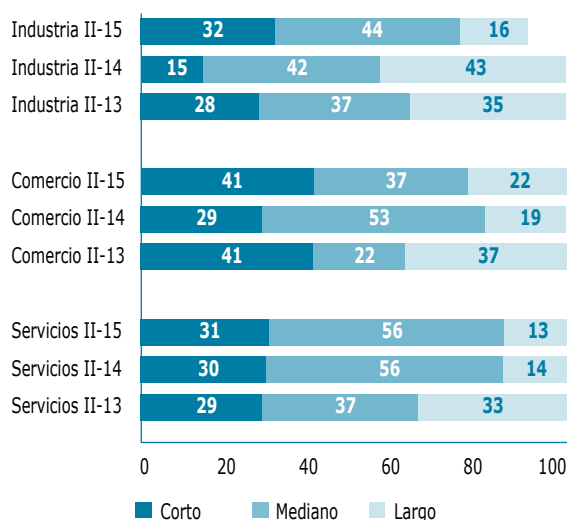


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

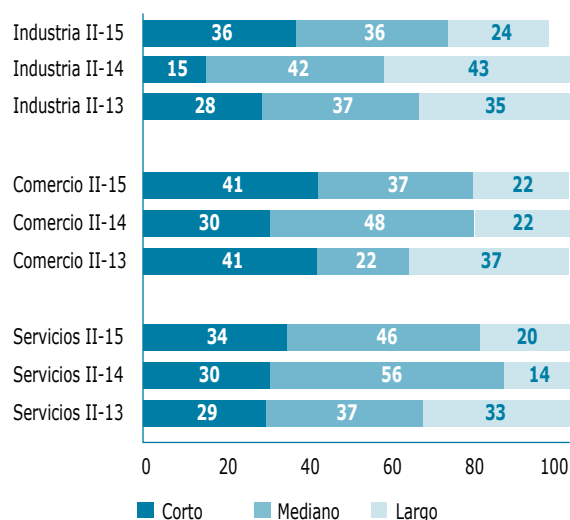


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

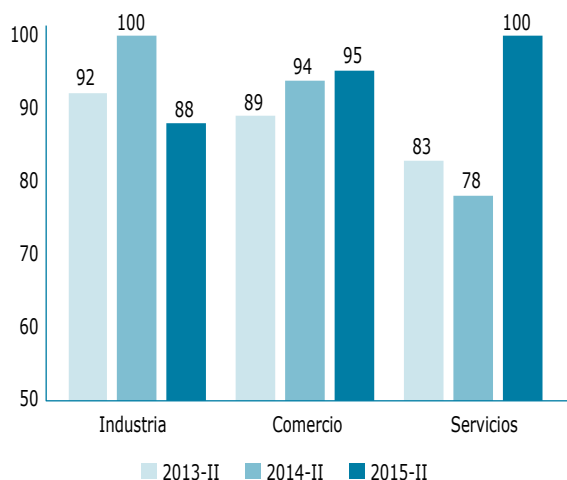


Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

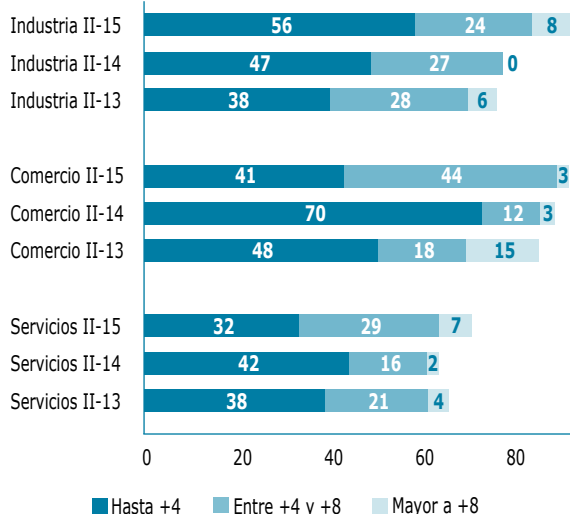
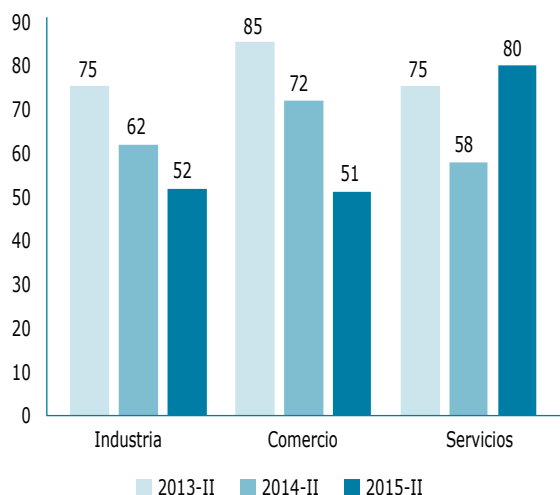


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



les, donde dicho porcentaje pasó del 72% al 51% entre 2014-II y 2015-II. En industria, la reducción fue de 10 puntos porcentuales (62% en 2014-II a 52% en 2015-II). Por el contrario, para el sector servicios aumentó considerablemente la satisfacción que tenían los empresarios acerca de la tasa, pasando del 58% en 2014-II al 80% en esta última medición, ver gráfico 28.

Los recursos solicitados por las Pymes santandereanas al sistema financiero se utilizaron en su mayoría para capital de trabajo (alrededor del 72% de las Pymes industriales, un 73% de las comerciales y un 71% de las de servicios). En segundo lugar, los tres macrosectores gastaron estos recursos en la consolidación del pasivo (20% en industria, 12% en comercio y 15% en servicios). Adicionalmente, el 4% de los empresarios industriales invirtió los recursos reci-

Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

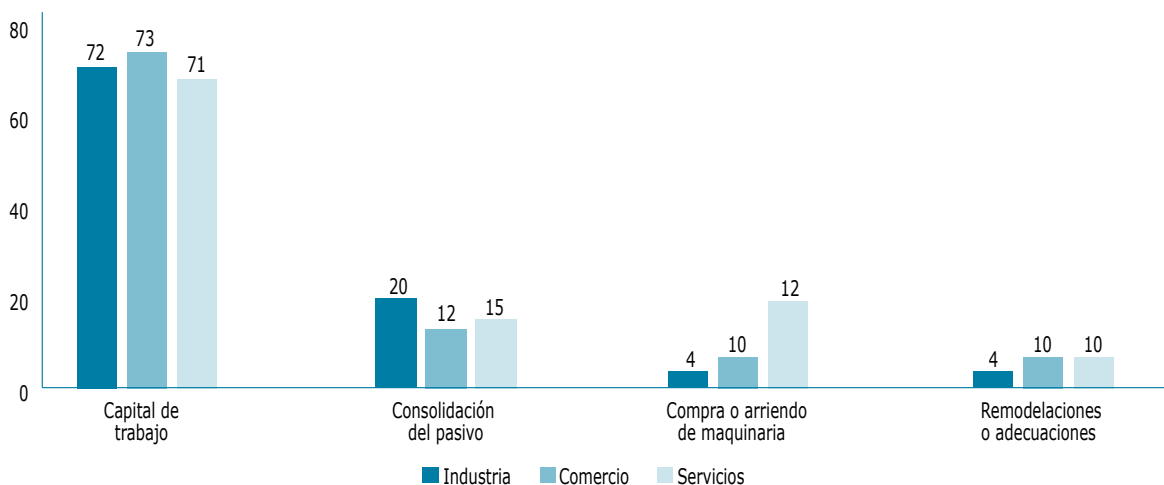
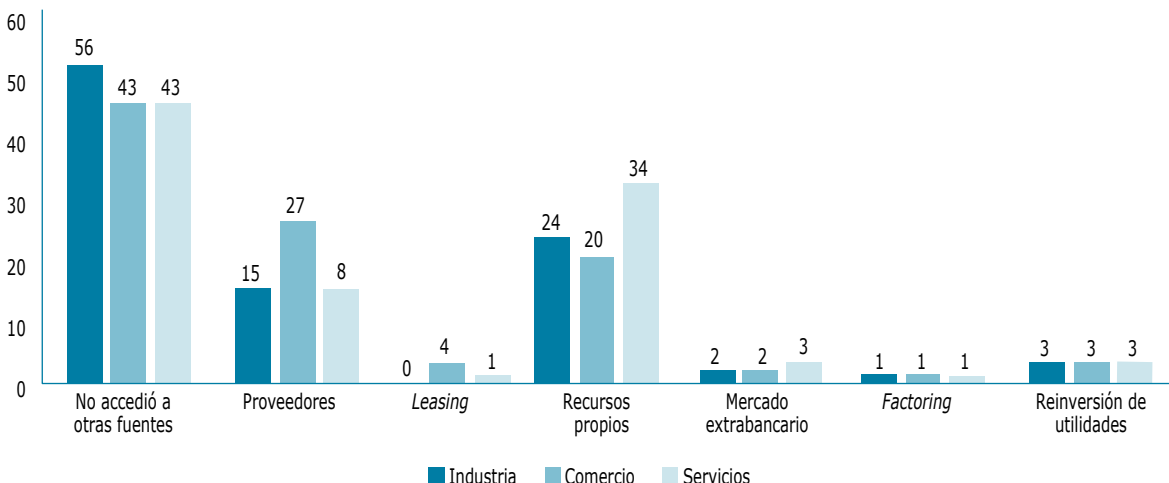


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

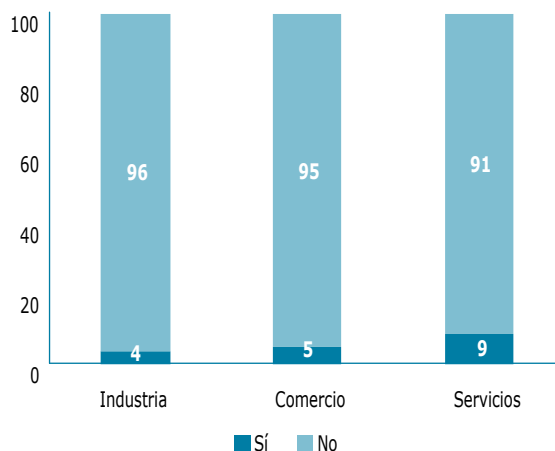


dos en compra o arriendo de maquinaria y en remodelaciones y adecuaciones, mientras que la inversión en estos rubros para los comerciales equivalió al 10% (ver gráfico 29). En los empresarios de servicios los recursos destinados a dicho rubro oscilaron entre el 10% y el 12%.

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, entre el 56% (industria) y el 43% (comercio y servicios) de las Pymes bumanguesas consultadas no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2015. Los recursos propios siguen siendo la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes industriales y de servicios (24% y 34%, respectivamente), mientras que para el sector comercial son los proveedores (27%). Cabe destacar el bajo uso de instrumentos financieros como el factoring y el leasing, donde menos del 4% de los entrevistados reportó su utilización (ver gráfico 30). Adicionalmente, se evidenció en el gráfico 31 que más del 91% de los empresarios de los tres macrosectores no ha accedido a recursos de fondos de capital privado y apoyo emprendedor.

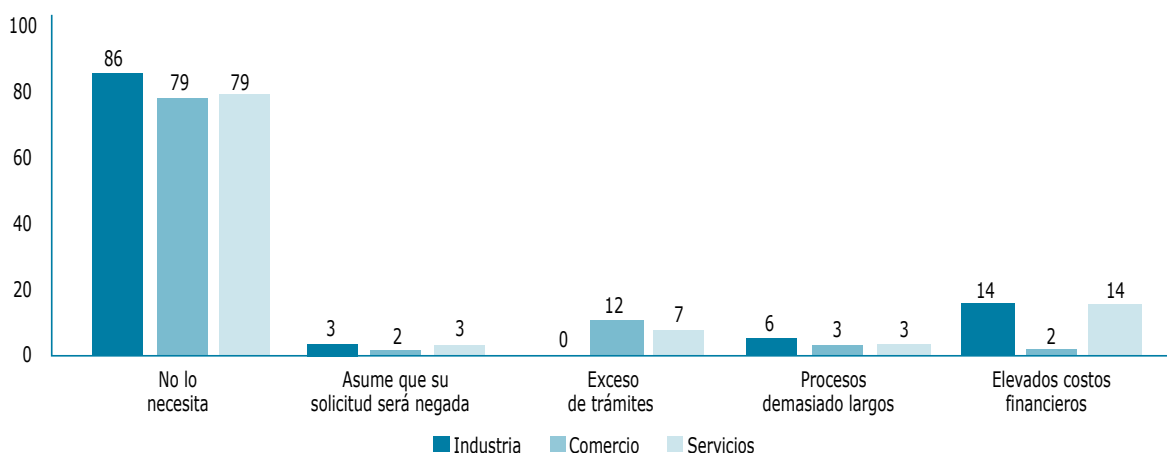
Por último, la principal razón por la cual las Pymes santandereanas de los tres macrosectores no solici-

Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año? (%)



taron crédito al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 86% en industria, un 79% en comercio y en servicios). Dicha opción parece ser la principal explicación para no acceder al sistema financiero, pues ninguna de las otras opciones superó el 15% de los entrevistados (ver gráfico 32).

Gráfico 32. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



Acciones de mejoramiento

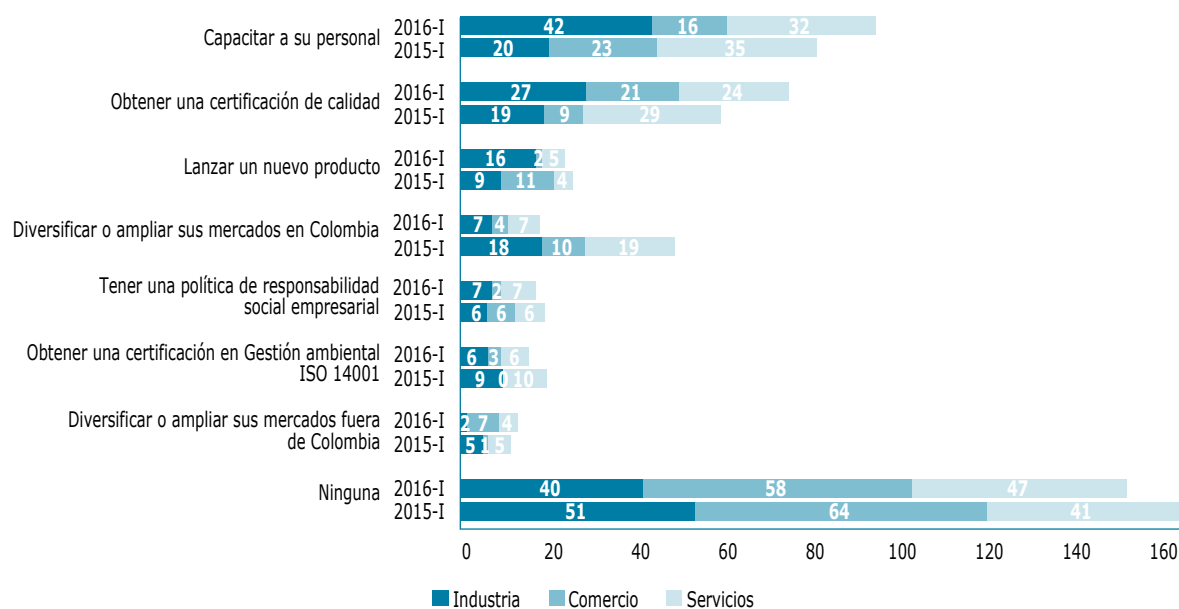
En el módulo de acciones de mejoramiento se indaga sobre las actividades que las empresas han implementado durante el último semestre para incrementar su competitividad. En el gráfico 33 se observa cómo el porcentaje de Pymes bumanguesas

que desarrollaron recientemente alguna acción para incrementar su competitividad fue del 60% en industria, el 42% en comercio y el 53% en servicios. Para los sectores de industria y comercio el porcentaje de Pymes que realizaron algún tipo de acción

de mejoramiento subió frente al año anterior (11 y 6 puntos porcentuales, respectivamente), en servicios cayó (47% no realizaron ninguna acción de mejoramiento). Capacitar a su personal se ubicó como la principal área de mejoramiento de las Pymes industriales y de servicios, con una participación del 42% y del 32%, en cada caso, en el primer semestre de 2016. Para el sector comercial, la principal acción

de mejoramiento consistió en la obtención de una certificación de calidad (21%). En el segundo lugar del ranking para las Pymes de industria y servicios estuvo la obtención de una certificación de calidad, con una proporción del 27% y el 24%, respectivamente. Por su parte, para las Pymes comerciales, su segunda opción de mayor relevancia fue la capacitación de su personal, con un porcentaje del 16%.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Mercado laboral

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación, analizaremos los resultados de esta indagación en la ciudad de Bucaramanga.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital santandereana si la formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados respondía a las necesidades de sus empresas. Se encontró que en los tres macrosectores, la mayoría de los encuestados reportó que la formación académica sí cumplía con las necesidades que demandaban sus firmas (69% industria, 74% comercio y 75% servicios, en cada caso).

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 sector manufacturero Pyme bumangués abogó principalmente por una formación que responda más a las necesidades de la industria (41%) y el desarrollo de programas duales que combinen la teoría con la práctica (22%). Igualmente, las empresas del sector servicios recomendaron una formación conforme con los requerimientos de sus negocios (30%) y la implementación de programas duales (22%). Por su parte, las firmas comerciales sugirieron el desarrollo de programas duales (44%) y una formación acorde con sus necesidades (11%).

Cuando se indagó por la distribución de la contraprestación salarial de sus empresas, se encontró

que en industria, comercio y servicios más del 44% de los empleados ganaba el salario mínimo (59%, 63% y 44% en cada caso), ver gráfico 36. La siguiente remuneración salarial con mayor frecuencia se evidenció en el rango entre 2 y 4 salarios mínimos (33% en industria, 34% en comercio y 49% en servicios). Asimismo, se observó que menos del 6% de los empleados de los tres macrosectores devenga más de 4 salarios mínimos y menos de 10.

Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinsertadas

en sus empresas. Se encontró que más de la cuarta parte de las empresas industriales, comerciales y de servicios Pyme de Bucaramanga lo haría siempre y cuando tuvieran la formación y capacitación requerida y se dieran incentivos tributarios (33%, 28% y 43% en cada caso), ver gráfico 37. Adicionalmente, se destacó que el 16% de los empresarios industriales, el 9% de los comerciales y el 4% de servicios estarían dispuestos a hacerlo sin ningún incentivo adicional. No obstante, el 36% de las Pymes manufactureras y el 26% de las de servicios manifestaron no querer hacerlo bajo ninguna circunstancia.

Gráfico 34. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa (%)

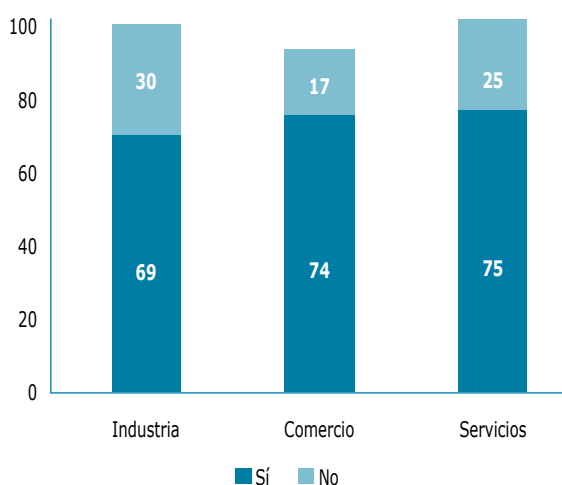


Gráfico 35. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)

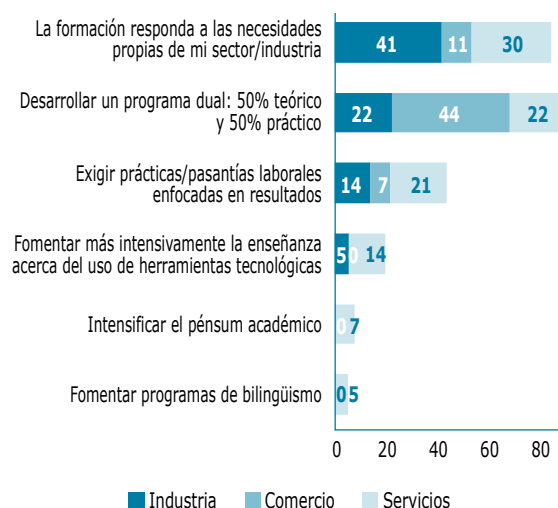


Gráfico 36. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%)

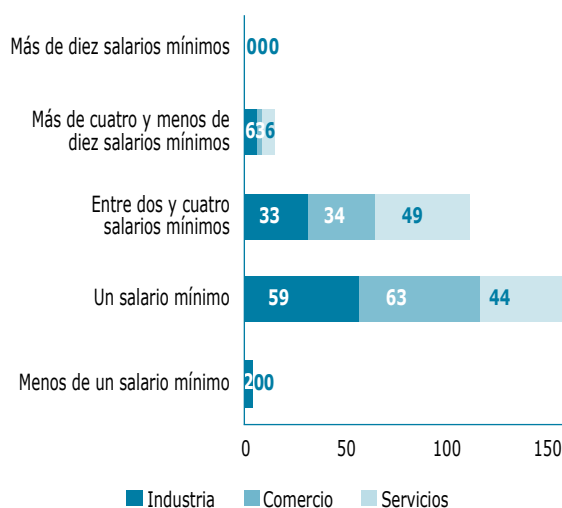
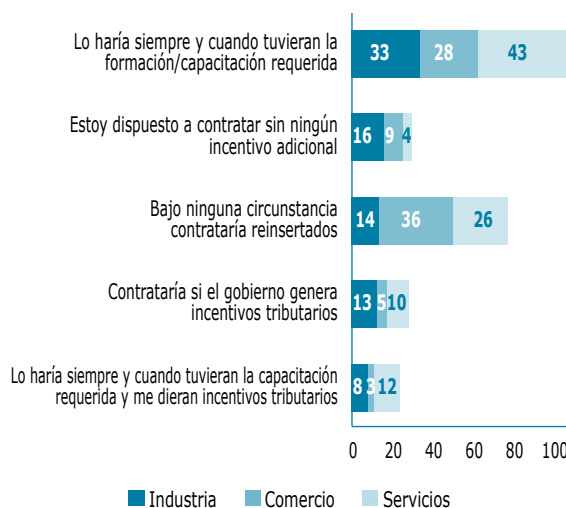


Gráfico 37. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinsertadas en su empresa



Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta lectura de la Encuesta en Bucaramanga se encontró que el 89% de las Pymes industriales y el 97% de las de servicios no realizaron exportaciones durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 38). Entre tanto, solamente un 5% de los empresarios manufactureros aumentó sus ventas al exterior, cifra que para el sector servicios fue inferior (1%), siendo también significativamente baja. La principal razón por la cual los empresarios Pyme santandereanos no exporta-

ron se debió a que consideraban que sus negocios no tenían aún productos para comercializarlos en los mercados internacionales (41% en industria y 61% en servicios). Además, la falta de interés para hacerlo fue evidente en el 26% de las empresas industriales y el 18% de las de servicios.

Por otro lado, se les preguntó si tenían algún plan de internacionalización para sus negocios, y allí el 54% de los empresarios industriales respondió afir-

Gráfico 38. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

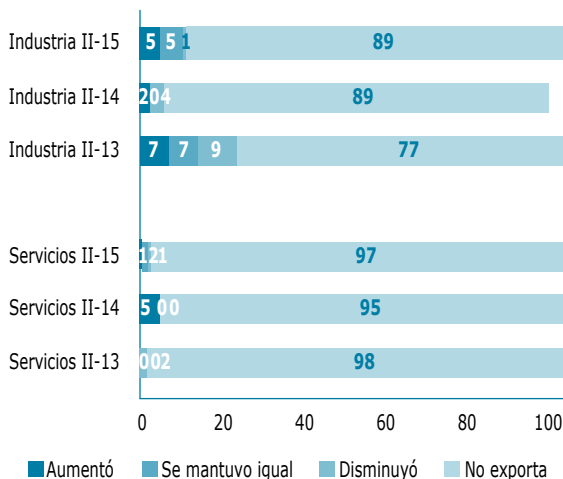


Gráfico 39. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



Gráfico 40. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

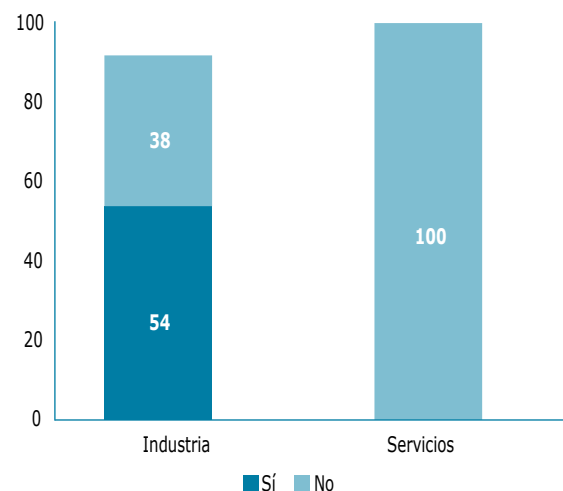
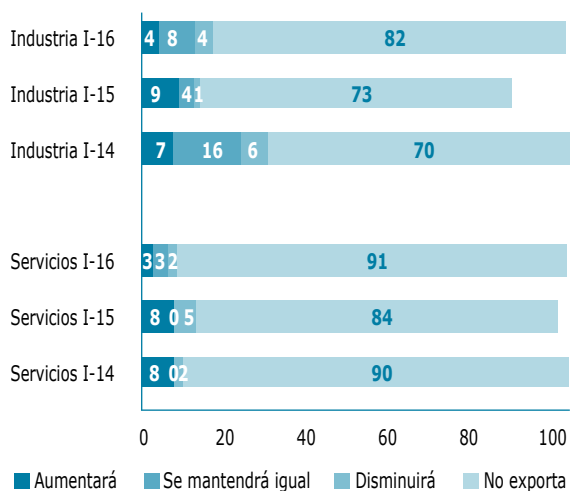


Gráfico 41. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



mativamente, mientras que en el sector de servicios el 100% expresó que no tenía ningún plan de internacionalización (ver gráfico 40). En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 82% de los encuestados en el sector industria y el 91% del sector servicios no preveían exportar en 2016-I. En contraste, solamente un 3%-4% de los pequeños y medianos empresarios bumanguenses esperaba incrementar su oferta exportadora (ver gráfico 41).

Adicionalmente, se interrogó a las Pymes de Bucaramanga sobre el impacto que ha tenido en su actividad económica la devaluación que ha afrontado el país recientemente. Más de un 70% de los encuestados de los tres macrosectores reportó que este impacto ha sido desfavorable (82% en industria y comercio, y 77% en servicios), ver gráfico 42. El bajo impacto favorable de este fenómeno en el desempeño económico de las Pymes es atribuible a la baja oferta exportadora de las firmas industriales y

de servicios, y a los efectos en la inflación vía costos de importación que han podido encarecer los insumos de estas empresas directamente o por medio de sus proveedores.

Por último, se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de la capital de Santander se enfocaron principalmente en el mercado local de su ciudad (un 73% de los entrevistados industriales, un 56% de los comerciales y un 81% de los de servicios), ver gráfico 43. Entre tanto, los empresarios comerciales (42% de los entrevistados) fueron los que más incurrieron en el resto del mercado nacional (ajeno a su ciudad), seguidos por los de industria (19%). Finalmente, las ventas al mercado internacional muestran participaciones inferiores al 8% para los tres macrosectores, resaltando la baja apertura comercial de las Pymes bumanguesas.

Gráfico 42. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa

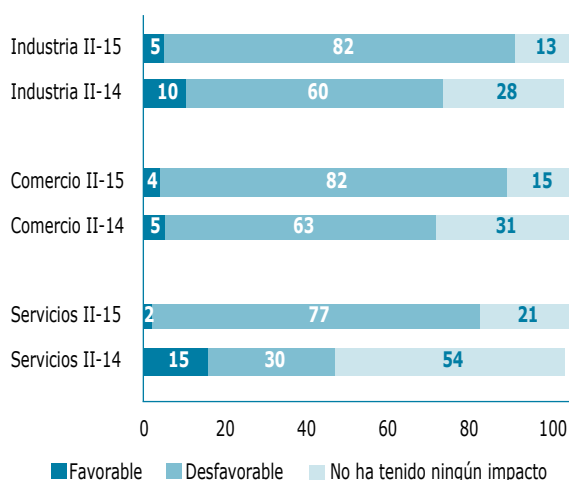
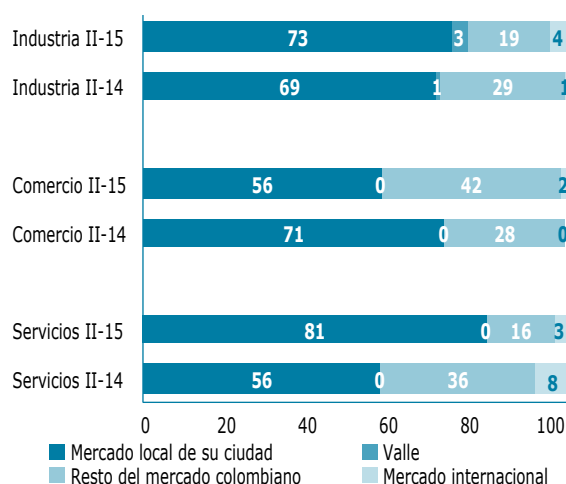


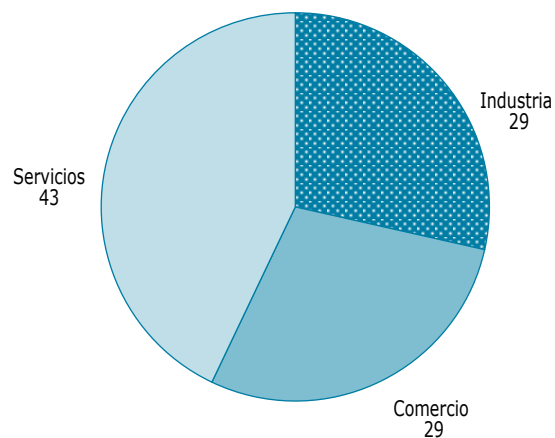
Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015?



La Gran Encuesta Pyme

Cali

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

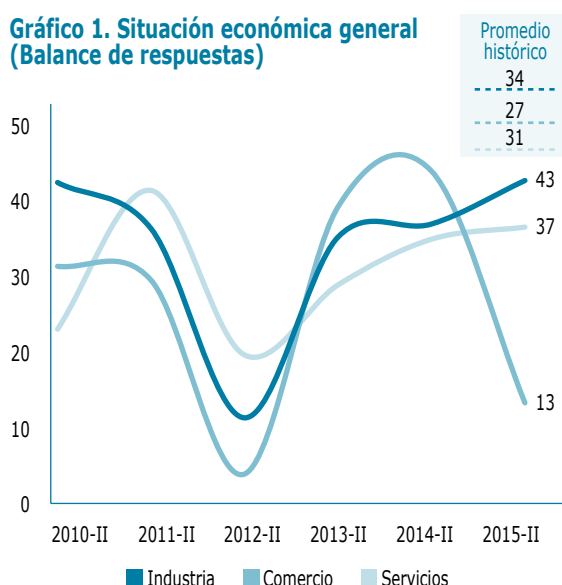
Segundo semestre de 2015

• Sector industria

La percepción sobre el desempeño económico de las Pymes industriales en la ciudad de Cali fue optimista en el segundo semestre de 2015. El porcentaje de las empresas que reportaron una mejoría en su situación

económica general durante el segundo semestre de 2015 fue del 54%, cifra superior en 7 puntos porcentuales a la observada un año atrás (47%). Asimismo, la proporción de empresarios insatisfechos creció marginalmente entre 2014 y 2015. Lo anterior tuvo un impacto positivo en el balance de respuestas, el cual pasó de 37 en 2014-II a 43 en 2015-II (ver gráfico 1, sección Cali).

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



Respecto a la evolución de las ventas, en esta medición de la Encuesta hubo un incremento en el porcentaje de empresarios industriales caleños que consideraron que su volumen de ventas aumentó respecto al segundo semestre de 2014. Este porcentaje pasó del 49% en 2014-II al 59% en 2015-II. Ahora, la proporción de empresarios que percibieron una reducción en sus ventas presentó un aumento marginal (+1%) frente a la medición anterior (12%). Por tanto, como lo muestra el gráfico 2, hubo un incremento importante de 9 puntos en el balance de respuestas frente a la cifra del año anterior. El balance de respuestas fue de 46 en 2015-II, valor que se encuentra por encima de su promedio histórico (33) en 13 puntos. En ventas, más de la mitad de las firmas manufactureras (59%) evidenció crecimientos en ventas entre un 0% y un 10% (ver gráfico 3).

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

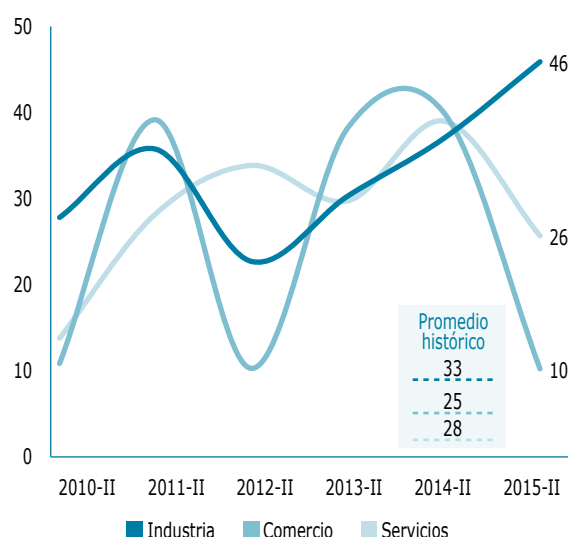
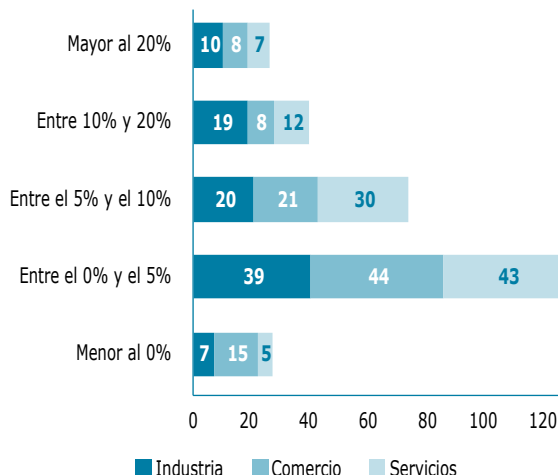


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:



En materia de pedidos, los resultados de la Encuesta muestran un incremento de la demanda industrial en la capital vallecaucana entre 2014 y 2015. La proporción de empresarios que reportaron crecimientos en sus volúmenes de pedidos pasó del 45% en 2014-II al 51% en 2015-II. Por otro lado, el empresariado industrial que reportó disminuciones en el volumen de pedidos recibidos aumentó levemente (pasando del 12% en 2014-II al 15% en 2015-II). Lo anterior tuvo un efecto favorable sobre el balance de respuestas, el cual aumentó pasando de 33 en 2014-II a 36 en 2015-II (ver gráfico 4).

El comportamiento de los niveles de existencias de las Pymes del sector industrial de Cali continuó siendo

principalmente adecuado. Esto se debe a que la proporción de encuestados que afirmaron que sus existencias fueron adecuadas fue del 82% (ver gráfico 5). Por su parte, el 7% de los encuestados afirmó que estos niveles fueron insuficientes, cifra inferior en 4 puntos porcentuales a la observada el año anterior.

El 51% de las empresas manufactureras caleñas aumentó su producción en 2015-II, cifra superior al 47% de 2014-II. Asimismo, solo el 14% de las Pymes manufactureras encuestadas reportó haber contraído su nivel de producción. Esto hizo que el balance de respuestas equivaliera al 37%, 4 puntos por encima del promedio histórico de esta variable (ver gráfico 6). El gráfico 7

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)

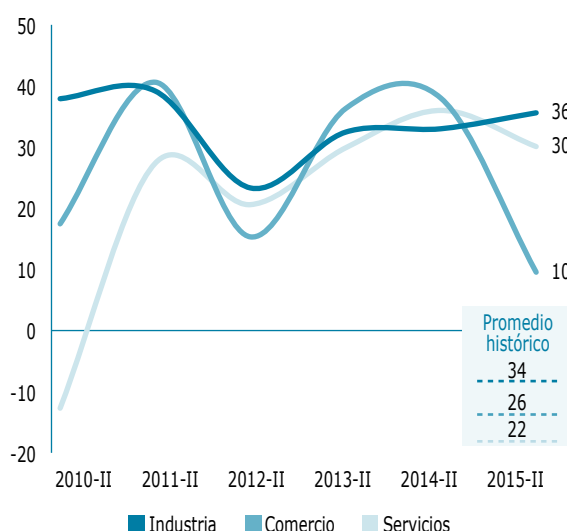


Gráfico 5. Existencias (%)

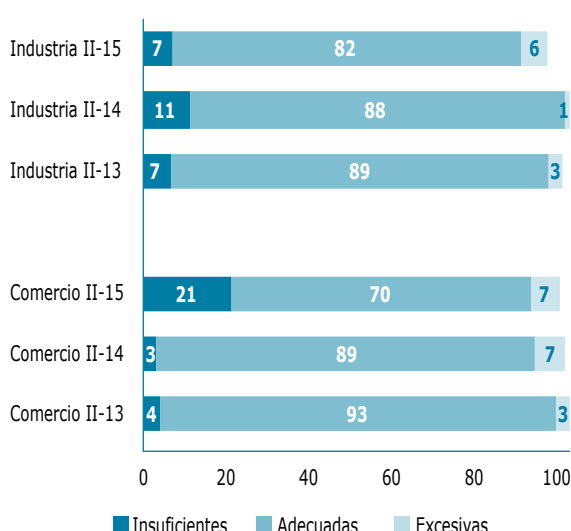


Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)

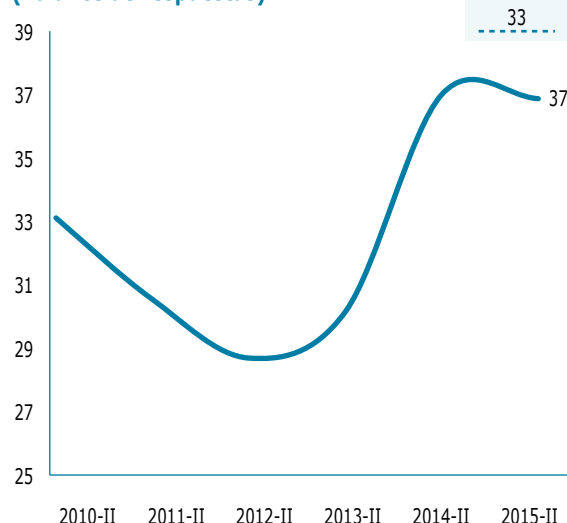
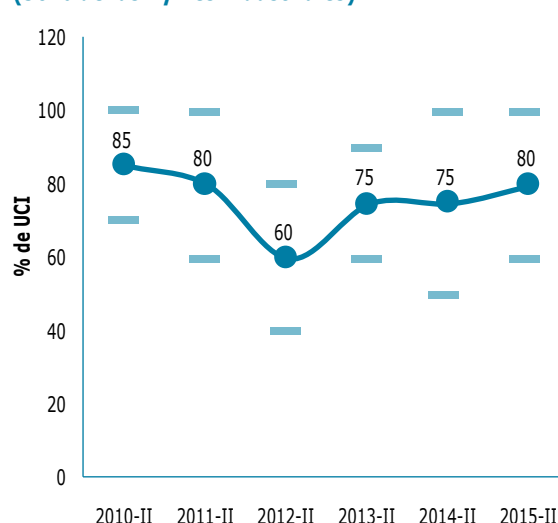


Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (50% de las Pymes industriales)



muestra que, en promedio, el 50% de las Pymes utilizaba el 80% de su Capacidad Instalada (UCI) en 2015-II, cifra superior en 5 puntos porcentuales a la del segundo semestre de 2014.

La inversión en equipo y maquinaria disminuyó en esta medición. El 25% de los encuestados afirmó haber aumentado la inversión en equipo y maquinaria, cifra inferior en 5 puntos porcentuales a la del año anterior. Asimismo, la proporción de encuestados que reportaron haber reducido la inversión en equipo y maquinaria se mantuvo similar a la del período pasado (7% para 2014-II vs. 8% para 2015-II). En el gráfico 8 se puede observar el balance de respuestas,

el cual tomó el valor de 17 en 2015-II, ubicándose 3 puntos por encima de su promedio histórico.

La proporción de Pymes industriales caleñas que manifestaron haber observado un alza en los precios de sus insumos (57%) en 2015-II superó la proporción observada en 2014-II en 5 puntos porcentuales. Las Pymes manufactureras que observaron una reducción en sus costos de producción pasaron del 10% en 2014-II al 6% en 2015-II. Esto hizo que el balance de respuestas aumentara de 42 en 2014-II a 51 en 2015-II. Como lo muestra el gráfico 9, la tendencia a la baja de esta variable se reversa para la ciudad de Cali.

Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

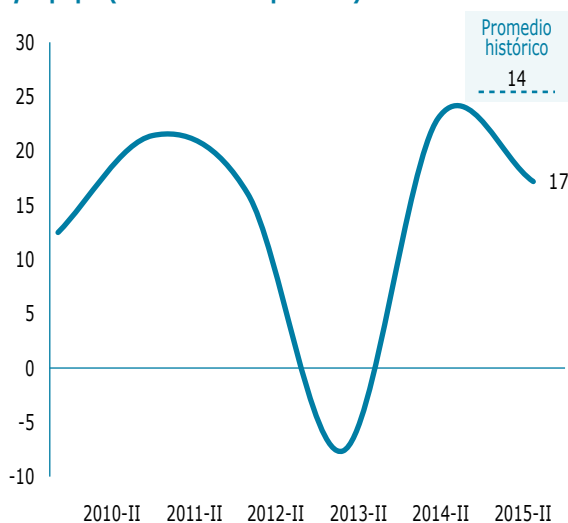


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

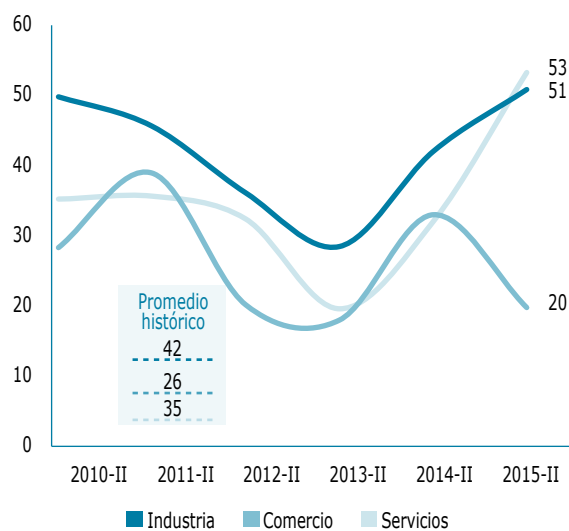


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)

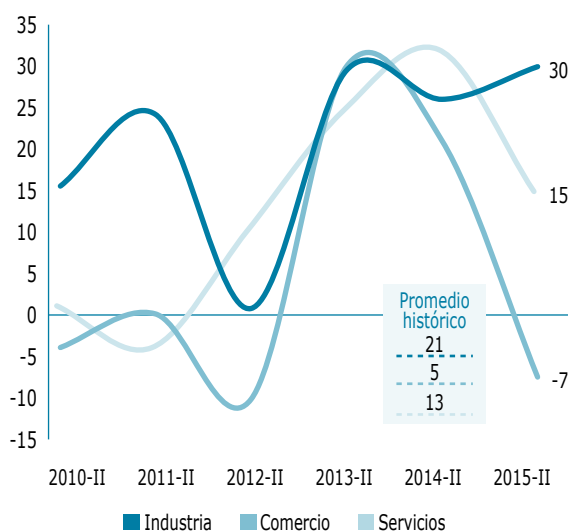
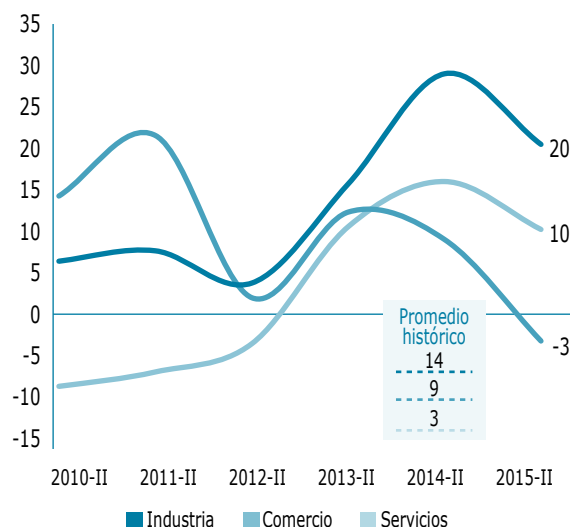


Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)



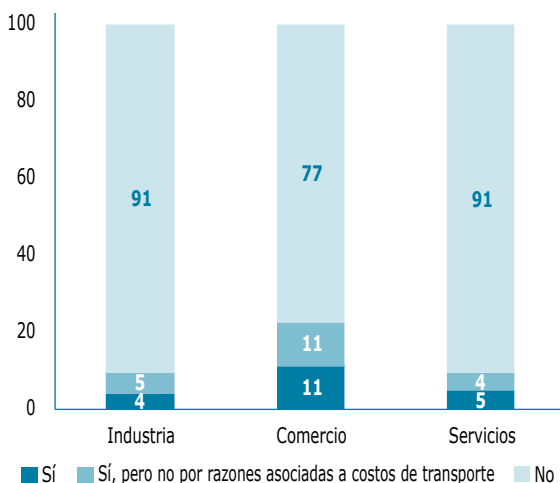
En línea con lo reportado a nivel de costos, la proporción de empresarios que reportaron aumentos en sus márgenes de ganancias se mantuvo estable en un 42% (vs. 41% de 2014-II), mientras que la proporción de empresarios que manifestaron ver reducciones en sus márgenes decreció del 15% en 2014-II al 12% en 2015-II. El gráfico 10 muestra que el balance de respuestas aumentó en 4 puntos (de 26 en 2014-II a 30 en 2015-II).

El empleo mostró variaciones que hicieron que el balance de respuestas disminuyera en 9 puntos (ver gráfico 11). De acuerdo con lo anterior, la proporción de Pymes del sector industrial que incrementaron su planta de personal (33%) en el segundo semestre de

2015 fue menor al resultado de un año atrás (37%). Además, se encontró que el porcentaje de empresas que redujeron su planta de personal aumentó del 8% en 2014-II al 13% en 2015-II. Adicionalmente, el gráfico 12 muestra que más el 91% de las empresas manufactureras no ha pensado o realizado una relocalización geográfica de sus empresas con el propósito de reducir los costos de transporte. De hecho, menos del 9% lo ha considerado realizar.

Al igual que en las mediciones anteriores, se preguntó a las Pymes industriales caleñas sobre cuáles fueron los principales problemas que estas enfrentaron durante el segundo semestre de 2015. A esto, el 30% respondió que el principal problema que afrontaron fueron la alta tasa de cambio. Los empresarios expresaron que en el segundo lugar del ranking estuvieron los altos impuestos, con un 18%; en tercer lugar, costos de los insumos (15%); y en cuarto lugar la falta de demanda (12%). Resulta importante destacar la participación que ha ganado la tasa de cambio (solo el 3% de los encuestados lo identificó como problema en la anterior medición).

Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

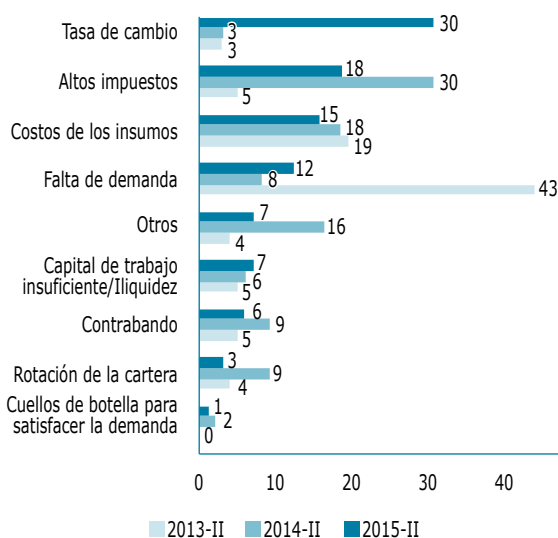


• Sector comercio

El sector comercial Pyme en la ciudad de Cali se caracterizó por ser el menos optimista entre los tres macrosectores sobre su desempeño económico en el segundo semestre de 2015. El 41% de los empresarios Pyme comerciales de esta ciudad reportó haber experimentado mejoras en su situación económica general. Esta proporción es 12 puntos porcentuales inferior al dato para 2014-II. El 28% de los encuestados del sector experimentó una desmejora en su situación económica, porcentaje muy superior al dato observado en 2014-II. Por lo anterior, el balance de respuestas pasó de 44 en 2014-II a 13 en 2015-II, ubicándose 14 puntos por debajo del promedio histórico de esta variable en la capital vallecaucana (ver gráfico 1).

A diferencia de los empresarios del sector industrial, hubo una disminución en la proporción de empresarios que percibieron aumentos en el volumen de sus ventas. Esta proporción fue del 53% durante el segundo semestre de 2014 y del 39% durante el mismo período de 2015. Como puede observarse en el gráfico 2, el balance de respuestas muestra un descenso de 30 puntos en las ventas de las Pymes comerciales respecto a lo observado un año atrás, llegando a 10 en 2015-II. Asimismo, el gráfico 3 evidencia que la mayoría de las Pymes comerciales de la ciudad de Cali (65%) experimentó crecimientos de ventas entre el 0% y el 10%.

Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



En materia de pedidos, los resultados reflejaron una caída de la demanda de las Pymes de comercio en Cali en el segundo semestre de 2015. El porcentaje de empresarios que indicaron que los pedidos crecieron disminuyó significativamente, pasando del 50% en 2014-II al 38% en 2015-II. De la mano con lo anterior, el porcentaje de empresarios que observaron una caída en esta variable pasó del 12% al 28% para el mismo período (ver gráfico 4). Estos resultados en materia de ventas y pedidos reflejan una caída de esta actividad económica en el segmento Pyme de la ciudad de Cali entre 2014-II y 2015-II. Respecto al nivel de existencias de estas empresas, los empresarios afirmaron que estas fueron adecuadas en el 70% de los casos para 2015-II (ver gráfico 5). El principal cambio se observó en los inventarios insuficientes, los cuales se incrementaron en 18 puntos porcentuales durante el último año.

Para las Pymes comerciales caleñas, el comportamiento de los costos visto desde el balance de respuestas fue favorable, ver gráfico 9. Este pasó de 33 en 2014-II a 20 en 2015-II como consecuencia de un importante aumento de la proporción de Pymes que experimentaron disminuciones en sus costos de funcionamiento. El porcentaje de Pymes que reportaron un aumento en sus costos creció en 1 punto porcentual (43% en 2014-II vs. 44% en 2015-II), mientras que el porcentaje de Pymes que reportaron caídas en sus costos aumentó en 15 puntos porcentuales (10% en 2014-II vs. 25% en 2015-II).

A diferencia del comportamiento de los costos, la percepción sobre los márgenes de ganancia fue muy negativo, ya que respecto al año anterior la proporción de encuestados que reportaron percibir disminuciones de sus márgenes creció significativamente. Este valor pasó

del 13% al 32% entre 2014-II y 2015-II. En el gráfico 9 se puede ver que el balance de respuestas cayó de manera pronunciada, pasando de 21 en 2014-II a -7 en 2015-II.

Sobre el nivel de contratación de trabajadores, el panorama del sector comercial de Cali tampoco fue dinámico. La proporción de Pymes que incrementaron su planta de personal (15%) en el segundo semestre de 2015 fue inferior al resultado del año anterior (22%). El 19% de estas empresas redujo el número de trabajadores en 2015-II, cifra superior a la observada en 2014-II (13%). En términos del balance de respuestas, este cayó en 12 puntos, pasando de 9 en 2014-II a -3 en 2015-II (ver gráfico 11). Con respecto a la planeación o realización de una relocalización geográfica de sus empresas con el fin de reducir los costos de transporte, los empresarios encuestados respondieron que lo habían considerado en el 11% de los casos. Así, y de acuerdo con el gráfico 12, el 77% de los comerciales no lo había analizado.

La proporción de Pymes comerciales caleñas que indicaron que su superficie de ventas aumentó fue del 26% en 2015-II, cifra inferior en 12 puntos porcentuales al dato del año anterior. El porcentaje de quienes respondieron que esta variable había disminuido durante el período 2015-II (28%) aumentó en 18 puntos porcentuales frente a lo encontrado un año atrás (10%). Lo anterior dio espacio para una caída del balance de respuestas de 30 puntos, posicionándose en -2 (ver gráfico 14).

A diferencia del año anterior, las Pymes comerciales caleñas identificaron la tasa de cambio como el principal problema para el desarrollo de sus actividades (25% de los encuestados en 2015-II). La competencia con las grandes superficies se ubicó en el segundo lugar del

Gráfico 14. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)

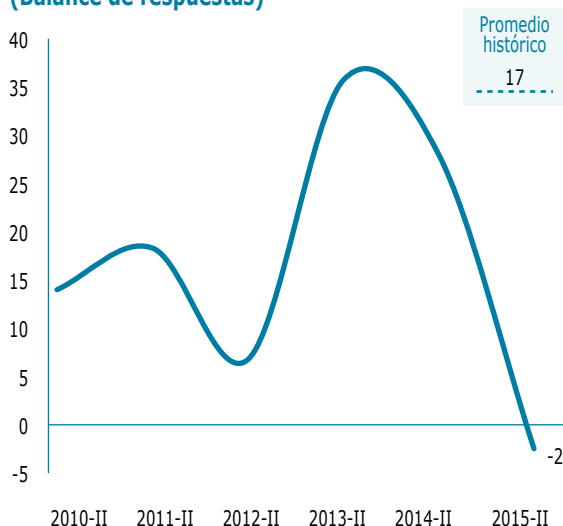
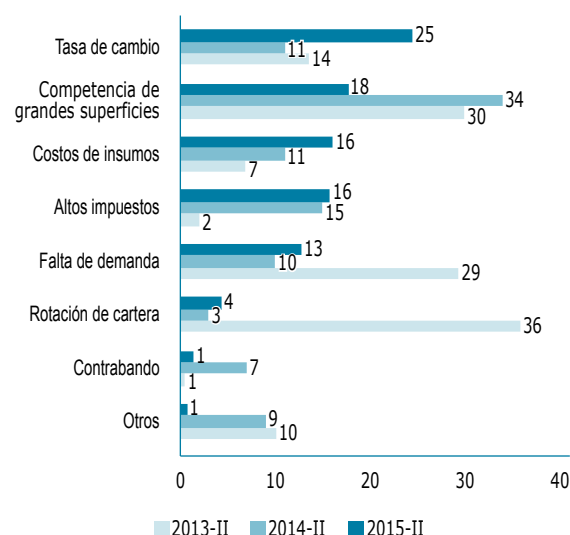


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)



ranking, con una participación del 18% de encuestados. El tercer lugar lo ocuparon los costos de los insumos, con el 16% de respuestas, 5 puntos porcentuales por encima de lo observado en la medición de 2014-II. Cabe anotar que la tasa de cambio ganó 14 puntos porcentuales respecto al año anterior, ubicándose como el principal problema de los comerciantes de la ciudad.

• Sector servicios

La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios en Cali sobre su situación económica general en el segundo semestre de 2015 fue más optimista que la observada en el sector comercial. Esta percepción se puede considerar como de optimismo moderado, ya que no hubo incrementos en las proporciones de encuestados que percibieron mejoras en su situación económica general, aunque el balance de respuestas continuó mostrando una tendencia superior a su promedio histórico (31). En efecto, el 50% de los encuestados de este sector reportó observar mejoras en su situación económica general en 2015-II, mientras que el 14% reportó experimentar desmejoras en su situación general, cifra inferior en 1 punto porcentual a lo observado en 2014-II. De acuerdo con esto, el balance de respuestas se ubica en 37 puntos para 2015-II, 2 puntos por encima del valor que tomó en el año anterior (ver gráfico 1).

Este optimismo moderado sobre la situación económica no se vio reflejado en la percepción sobre el comportamiento de las ventas y las órdenes de servicio recibidas. Por el lado de las ventas, el balance de respuestas disminuyó al pasar de 39 en 2014-II a 26 en 2015-II. Esto tuvo que ver con una disminución en la proporción de empresarios que vieron aumentos en sus ventas (51% en 2014-II vs. 46% en 2015-II) y un aumento en la proporción de empresarios que reportaron que sus ventas cayeron (12% en 2014-II vs. 21% en 2015-II), ver gráfico 2. En este sector, el crecimiento promedio anual de las ventas para más de la mitad de las Pymes (73%) estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3). Ahora bien, respecto al volumen de órdenes de servicios recibidas, el balance de respuestas pasó de 36 a 30 como consecuencia de un descenso en la proporción de empresarios que vieron que esta variable creció (50% en 2014-II al 45% en 2015-II).

Al igual que lo observado en el sector de industria, la mayoría de las Pymes de servicios manifestó incrementos en sus costos. De hecho, el 58% de los encuestados reportó haber sufrido un encarecimiento de sus costos de operación en el segundo semestre de 2015, cifra superior en 18 puntos porcentuales

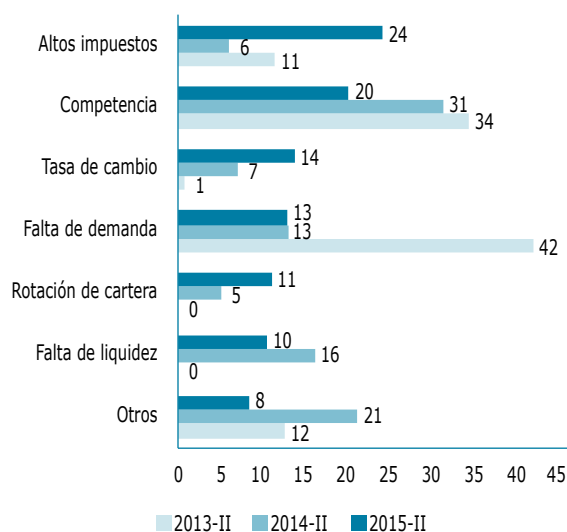
a la observada un año atrás (40%), ver gráfico 9. Todo esto hizo que el balance de respuestas pasara de 32 a 53 entre 2014-II y 2015-II.

El comportamiento de los márgenes respondió a la subida de los costos, ya que se observó una caída de 17 puntos en el balance de respuestas de esta variable (ver gráfico 10). Lo anterior se debió a un aumento en la proporción de empresarios que afirmaron que estos márgenes se contrajeron (10% en 2014-II y 25% en 2015-II). De esta forma, el balance de respuestas se ubicó en 15 para el segundo semestre de 2015, cifra superior en 2 puntos a su valor histórico.

El 72% de los empresarios Pyme de servicios de Cali mantuvo estable su planta de personal durante el segundo semestre de 2015, el 9% la redujo y el 19% contrató trabajadores nuevos. En el segundo semestre de 2014 estos porcentajes alcanzaron valores del 66%, el 9% y el 25 %, respectivamente. En general, se puede afirmar que hubo una contracción en las plantas de personal, ya que el balance de respuestas pasó de 16 a 10 para el periodo entre 2014-II y 2015-II (ver gráfico 11). Por otro lado, el 91% de los empresarios del sector encuestados respondió que no había pensado o realizado una relocalización geográfica en sus empresas con el fin de reducir sus costos de transporte (ver gráfico 12).

El principal problema que señalaron las Pymes prestadoras de servicios de Cali para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2015 fueron los altos impuestos (24%). En segundo lugar, los empresarios identificaron la competencia (20%); en tercer lugar, la tasa de cambio (14%); y, en cuarto lugar, la falta de demanda (13%).

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

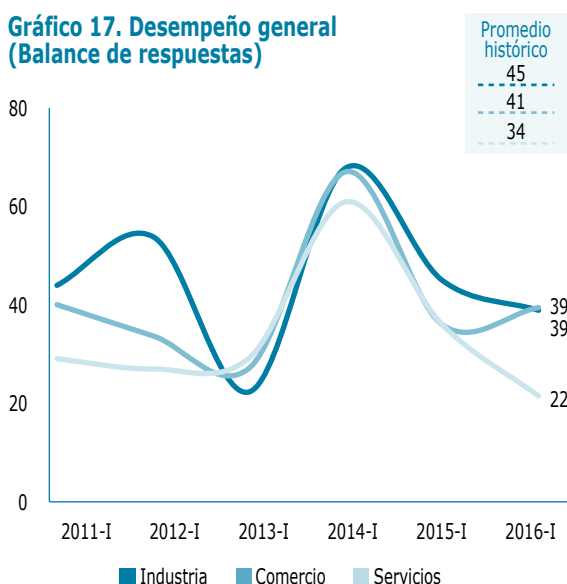
Primer semestre de 2016

• Sector industria

El 53% de los empresarios industriales Pyme de Cali encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2016 sería favorable, cifra similar a la del período anterior (54%), ver gráfico 17. Para esta medición se ob-

servó un incremento en la proporción de empresarios con expectativas negativas sobre el desempeño de sus empresas. Esta proporción pasó de alcanzar el 9% de las respuestas en 2015-I al 14% en 2016-I. Esto llevó a una reducción en el balance de respuestas de 6 puntos, ubicándose en 39 puntos para 2016-I, mostrando un deterioro de las expectativas de los empresarios Pyme del sector industrial.

Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



De la misma forma, las expectativas de las Pymes caleñas del sector se deterioraron respecto al nivel de producción industrial, pues quienes esperaban disminuciones pasaron del 11% en 2015-I al 17% en 2016-I (un incremento de 6 puntos porcentuales), ver gráfico 18. Adicionalmente, el 52% del empresario Pyme industrial esperaba que su producción aumentara en 2016-I, cifra equivalente a la del período anterior. En consecuencia, el balance de respuestas tuvo una caída de 41 puntos en 2015-I a 35 puntos en 2016-I.

Las expectativas que las Pymes industriales mostraron sobre la evolución futura de los pedidos fue similar a lo reportado sobre las expectativas de desempeño general para 2016-I. El 52% de los encuesta-

Gráfico 18. Expectativas de producción industrial (Balance de respuestas)

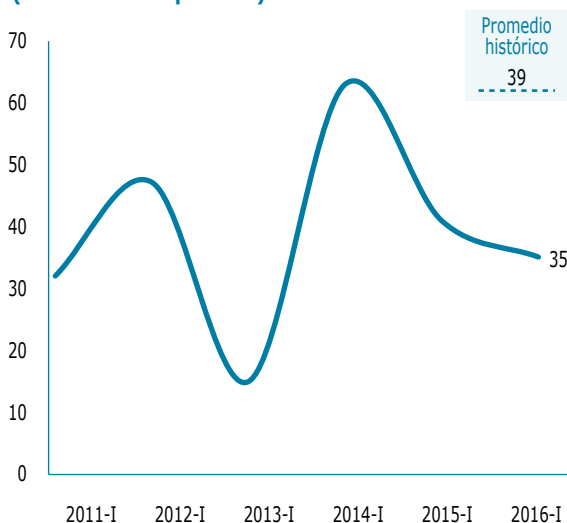
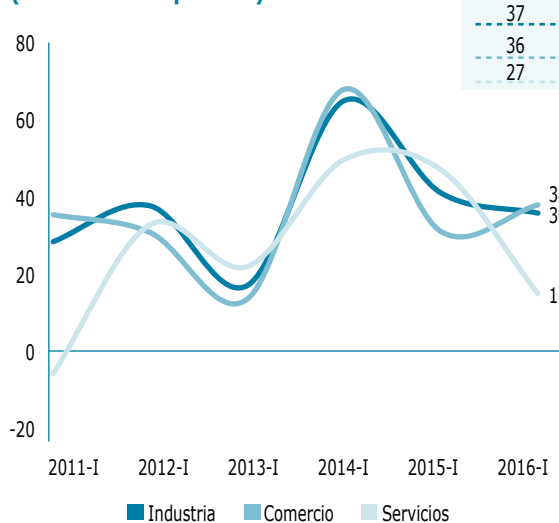


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)



dos esperaba que los pedidos aumentaran, cifra inferior en 3 puntos porcentuales a lo observado un año atrás. De la misma forma, el 16% de estos empresarios esperaba que la dinámica de pedidos se deteriorara, proporción superior en 2 puntos porcentuales a lo observado en el período anterior. Esto hizo que el balance de respuestas se redujera de 41 puntos observados en 2015-I a 36 puntos para 2016-I (ver gráfico 19).

Por otro lado, las Pymes manufactureras mantuvieron el dinamismo en materia de inversiones en maquinaria y equipo (ver gráfico 20). En efecto, el 13% de los empresarios encuestados manifestó que su nivel de inversión caería (vs. el 11% registrado en 2015-I). No obstante, el 40% de los industriales esperaba que la inversión aumentara en 2016-I, mientras que en la medición anterior fue del 37%. Finalmente, el balance de respuestas para la inversión en maquinaria y equipo fue de 27, dato similar al observado durante el año anterior (26).

• Sector comercio

El 49% de las Pymes comerciales de la capital vallecaucana esperaba que el desempeño general de sus empresas fuera favorable en el primer semestre de 2016, superior al 45% en 2015-I. Por su parte, el porcentaje de empresarios comerciales que anticiparon estabilidad en su situación económica para el primer semestre de 2016 con respecto al semestre inmediatamente anterior decreció hasta el 23%

frente al 28% del año anterior. Debe destacarse que el 10% de las Pymes esperaba un comportamiento desfavorable para 2016-I. Así, el gráfico 17 muestra un incremento en el balance de respuestas coherente con la tendencia más optimista en la percepción sobre la situación económica general para 2016-I. Para esta medición, el balance de respuestas toma un valor de 39, ubicándose 2 puntos por debajo de su promedio histórico.

Por otra parte, las Pymes comerciales esperaban un leve aumento en los niveles de pedidos, subiendo del 44% para 2015-I al 47% para 2016-I. Por su parte, un 9% de las Pymes comerciales de la ciudad esperaba que los pedidos disminuyeran, cifra inferior en 4 puntos porcentuales a la reportada el año anterior, por lo cual el balance de respuestas se ubicó en 38 puntos, es decir 2 puntos por encima de su promedio histórico (ver gráfico 19).

El porcentaje de comerciantes que esperaron que el volumen de ventas aumentara pasó del 45% en 2015-I al 48% en 2016-I. Asimismo, la proporción de empresarios que esperaban ver una reducción en esta variable pasó del 13% en 2015-I al 11% en 2016-I. Por tanto, el balance de respuestas subió de 32 en 2015-I a 37 para 2016-I (ver gráfico 21).

• Sector servicios

El 41% de los empresarios Pyme de servicios de Cali manifestó que el desempeño general de sus

Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

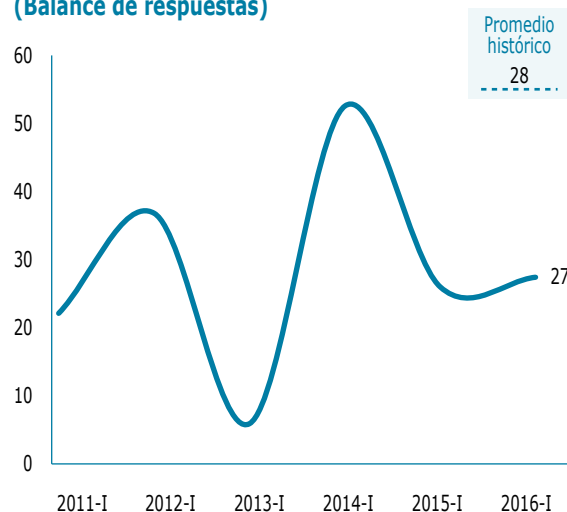


Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



empresas en el primer semestre de 2016 sería favorable, cifra inferior en 10 puntos porcentuales a la reportada un año atrás (51%). Asimismo, la tendencia a la baja en la proporción de empresas del sector servicios que esperaban que el desempeño fuera desfavorable se incrementó, pasando del 15% observado para 2015-I al 19% para 2016-I. Ambos hechos se ven reflejados en la caída del balance de respuestas, el cual pasó de 36 puntos para 2015-I a 22 puntos para 2016-I (ver gráfico 17).

Las expectativas sobre la evolución futura del nivel de pedidos mostraron que el 38% de los encuestados esperaba que estos aumentaran (vs. 58% de 2015-I). Asimismo, se presentó un aumento en el porcentaje de empresarios que pensaban que sus pedidos se reducirían en 2016-I (23%), 12 pun-

tos porcentuales por encima de lo registrado un año atrás. Lo anterior hace que el balance de respuestas caiga considerablemente, ya que, como lo muestra el gráfico 19, este pasa de 47 en 2015 a 15 en 2016-I, posicionándose 12 puntos por debajo de su promedio histórico.

El porcentaje de empresas Pyme prestadoras de servicios en Cali que esperaban que el volumen de ventas se elevara disminuyó significativamente del 59% en 2015-I al 38% en 2016-I. Y al haber un incremento de 11 puntos porcentuales en la proporción de empresas que esperaban que el volumen de ventas disminuyera en 2016, el balance de respuestas reversó su tendencia al alza y pasó de 48 puntos en 2015-I a 16 puntos para 2016-I (ver gráfico 21).

Financiamiento

En dos de los tres macrosectores Pyme de la ciudad de Cali se observó un decrecimiento en el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero para el segundo semestre de 2015 con respecto al segundo semestre de 2014. En efecto, estos porcentajes alcanzaron un 45% en el caso de la industria, un 27% en el caso del sector comercio y un 34% en servicios, mientras que un año atrás esta proporción llegaba al 37% en industria, al 28% en comercio y al 37% en servicios (ver gráfico 22).

Respecto a las tasas de aprobación, estas disminuyeron para los tres macrosectores. Los porcentajes fueron del 84% para industria, del 87% para comercio, y del 91% para servicios en 2015-II, frente a un 100% en industria y en comercio, y un 95% en servicios para 2014-II. Respecto al promedio histórico para cada macrosector, este se ubica por debajo de su promedio histórico en 5 puntos porcentuales en industria, 7 en comercio y 5 en servicios.

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

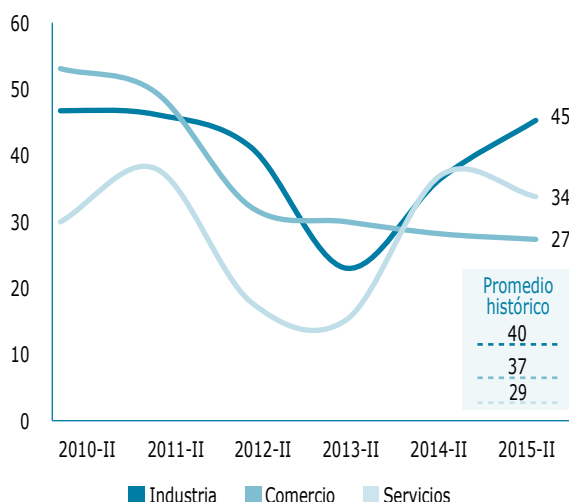
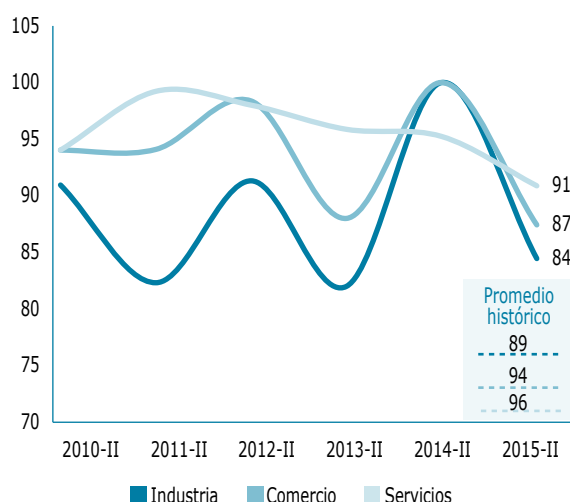


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



Para las empresas Pyme industriales, el plazo preferido fue el crédito a mediano plazo que representó el 60% de los encuestados en 2015-II, 31 puntos porcentuales por encima del registro de 2014-II. En segundo lugar estuvo la financiación de corto plazo, con un 29% de las respuestas. Para el sector comercio de Cali se dio una preponderancia de los créditos a corto plazo (38% en 2015-II), seguidos por el mediano plazo (35%). En servicios, el mediano plazo continuó siendo el preferido al contar con el 44% de los encuestados, y el largo plazo subió 18 puntos porcentuales con respecto a la última medición, ubicándose en el 32% (ver gráfico 25).

Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

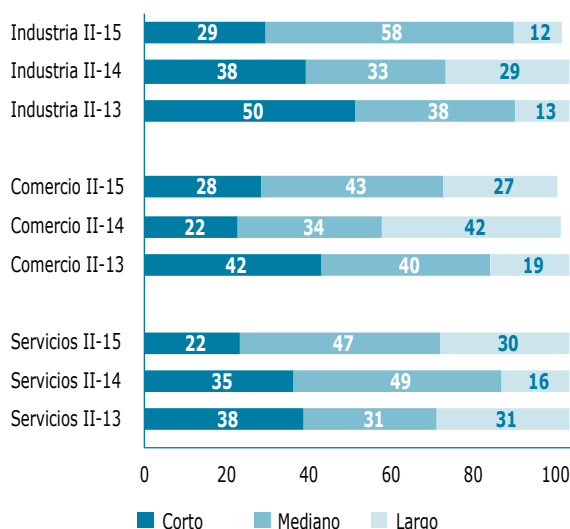
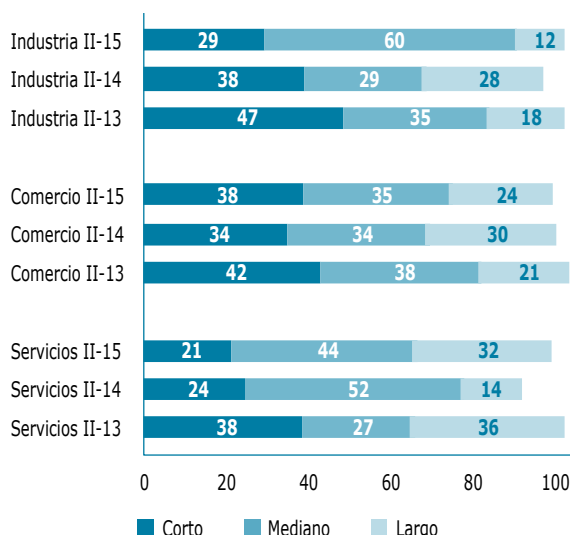


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

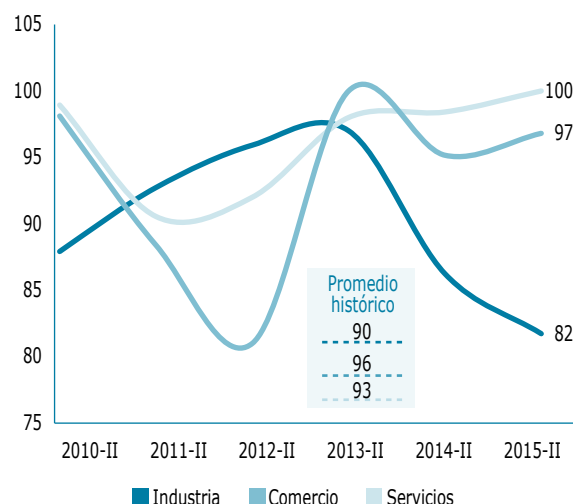


A nivel de aprobaciones se presentó una composición muy similar. En la industria Pyme caleña el mediano plazo fue el más utilizado, creciendo respecto al año anterior (58% en 2015-II vs. 33% en 2014-II). Para el sector de comercio, el mediano plazo fue el que presentó mayor aprobación con el 43%. Igualmente, en servicios, el crédito mayormente aprobado fue el de mediano plazo con un 47%, seguido por el largo plazo con un 30% (ver gráfico 24).

Para el segundo semestre de 2015, el porcentaje de satisfacción con respecto al monto del crédito obtenido por parte de las Pymes caleñas de los tres macrosectores fue superior al 80% (el 82% en industria, el 100% en comercio y el 97% en servicios). Un año atrás estos porcentajes fueron del 86%, el 98% y el 95%, respectivamente (ver gráfico 26).

Los gráficos 27, 28 y 29 muestran la evolución de los rangos de tasa de interés de los créditos aprobados para los tres macrosectores. Según los resultados de la más reciente versión de la Encuesta, el rango de tasa más común en los créditos otorgados a los empresarios de los sectores de industria y comercio en Cali fue hasta DTF+4 puntos (un 52% en industria y un 88% en comercio) durante el segundo semestre de 2015. El rango de tasa más común recibido por los empresarios del sector de servicios fue de DTF+4-8 puntos (49% de los encuestados). Los niveles de satisfacción sobre la tasa de interés mostraron un cambio de tendencia, mostrando valores más positivos a los observados en la medición anterior (ver gráfico 30). Más de la mitad de los encues-

Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



tados para cada uno de los tres sectores analizados consideró que la tasa de interés fue apropiada (63% industria, 76% comercio y 56% servicios).

Los recursos solicitados por las Pymes caleñas al sistema financiero se destinaron principalmente para capital de trabajo, con porcentajes del 63% de las respuestas en industria, el 82% en comercio y el 66% en servicios (ver gráfico 31). En segundo lugar se ubicaron las remodelaciones o adecuaciones para las empresas de industria (20%) y servi-

cios (17%), y para las empresas comerciales este lugar lo ocupó la consolidación del pasivo (18%). En tercer lugar, para las empresas industriales (8%) y de servicios (12%) se ubicó la consolidación del pasivo.

Al preguntar a los encuestados sobre el acceso a fuentes alternativas de financiación, el 49% de los empresarios de industria, el 46% de los de comercio y el 48% de los de servicios afirmaron no acceder a ninguna fuente alternativa en el segundo semes-

Gráfico 27. Sector industria: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

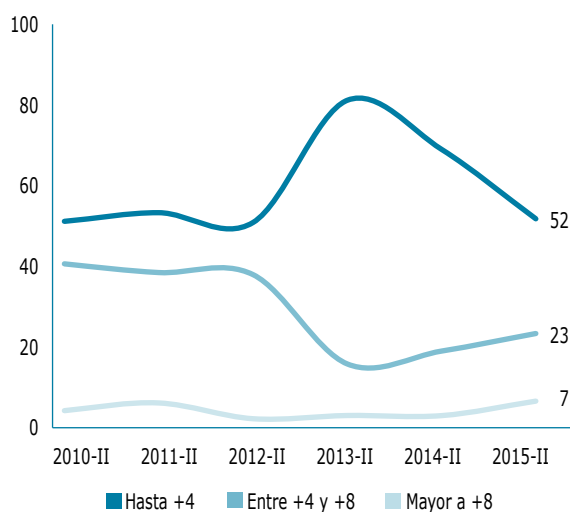


Gráfico 28. Sector comercio: Evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

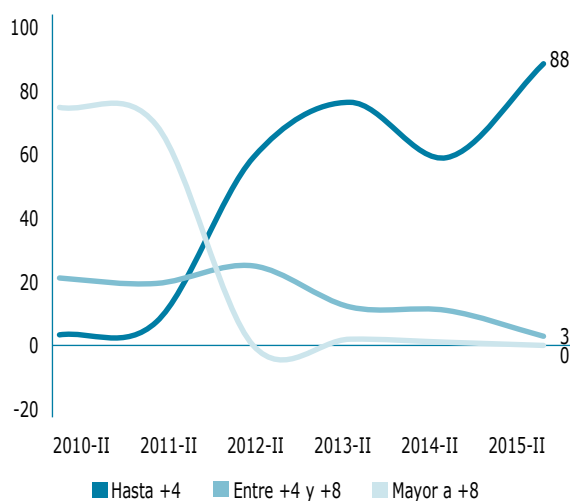


Gráfico 29. Sector servicios: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

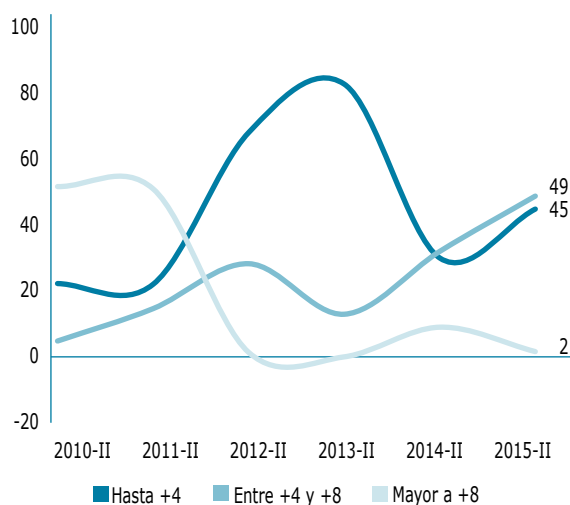
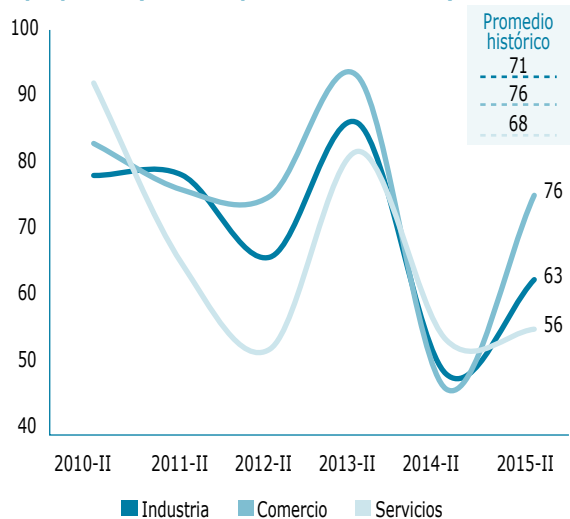


Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



tre de 2015 (ver gráfico 32). En cuanto al resto de los encuestados que sí accedieron a estas fuentes, la principal de ellas para el sector industrial y comercial fue por vía proveedores (18% y 26% en cada caso). La segunda fuente alternativa de financiación a la que accedieron las Pymes de estos sectores fue por medio de recursos propios (15% industria y 18% comercio). Para el caso del sector de servicios, su principal fuente de financiación fueron los recursos propios (23%) y luego por proveedores (12%). El tercer puesto en el ranking para los tres macrosectores

lo ocupó la reinversión de utilidades (6% en industria y comercio, y 5% en servicios).

En esta edición de la Encuesta se les preguntó a los empresarios de la ciudad de Cali si habían accedido a fondos de capital privado (private equity) y apoyo emprendedor (venture capital) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macrosectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el

Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

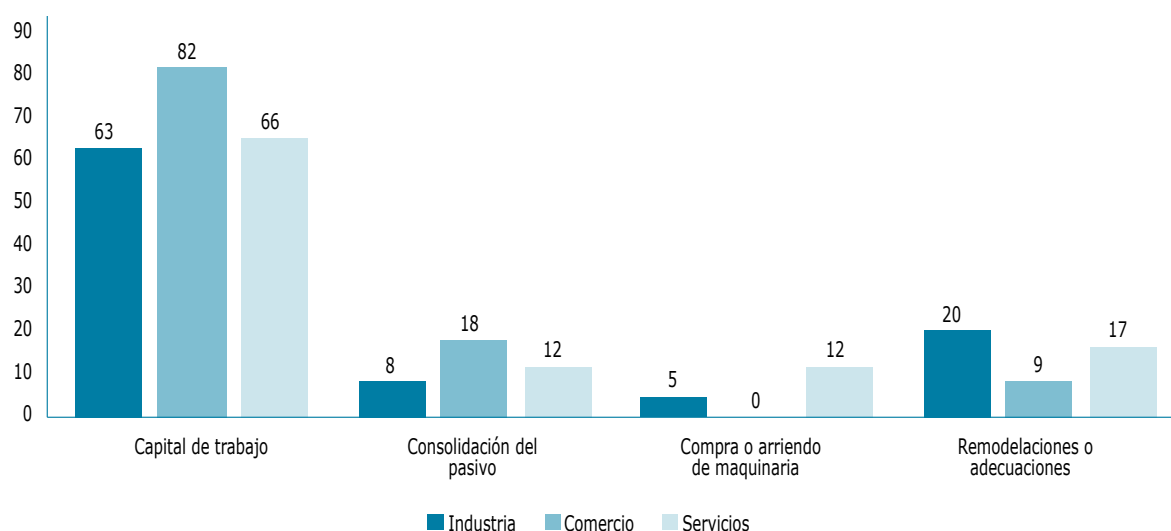


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

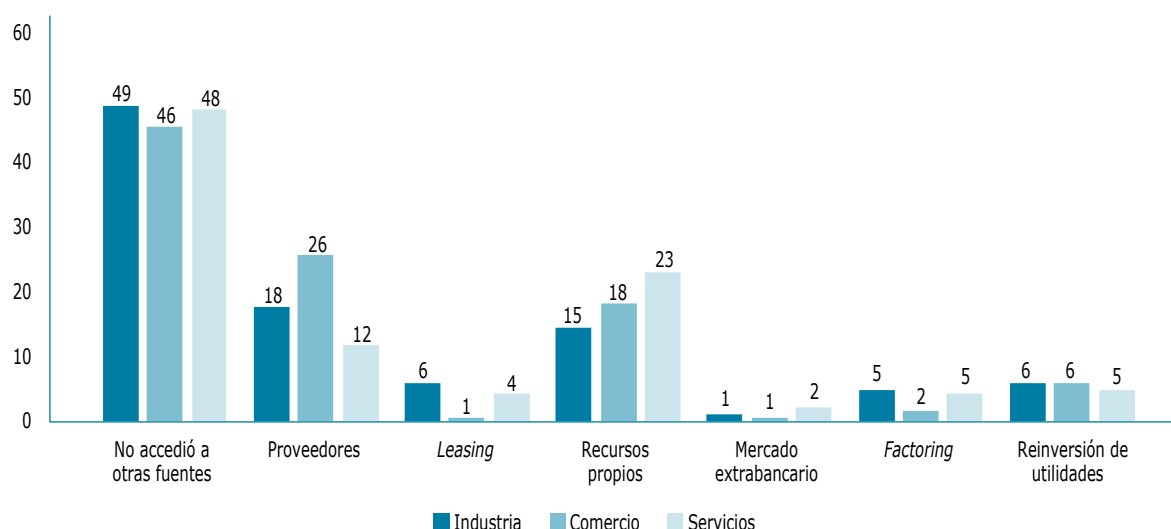
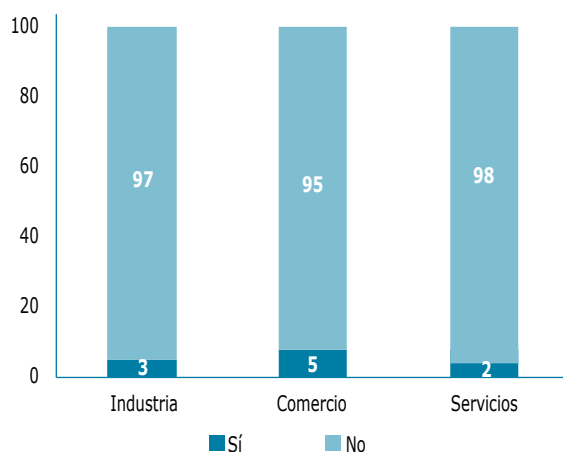


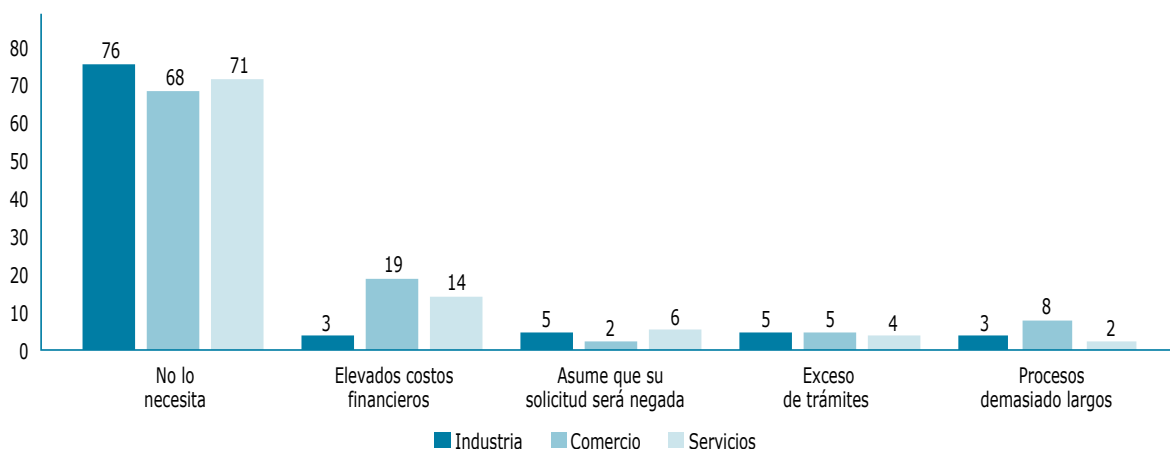
Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año? (%)



95% de los encuestados (97% industria, 95% comercio y 98% servicios), ver gráfico 33.

Al indagar sobre la razón por la cual las Pymes de la capital vallecaucana no solicitaron crédito al sistema financiero durante el segundo semestre de 2015, en la mayoría de los casos estas respondieron que no lo necesitaban (76% industria, 68% comercio y 71% servicios). Para los empresarios del sector comercial y de servicios la segunda razón para no solicitar crédito al sistema financiero fueron los elevados costos financieros, con una proporción del 19% y del 14% de los encuestados. Para los empresarios del sector industrial, la segunda razón para no solicitar crédito formal se debió al exceso de trámites (5%) y a la creencia de que la solicitud le sería negada (5%), ver gráfico 34.

Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes caleñas en 2016-I fue capacitar al personal: un 46% del total de empresarios en industria, un 31% en comercio y un 34% en servicios; estas cifras fueron inferiores a los porcentajes observados un año atrás: un 51%, un 33% y un 42%, respectivamente. Por su parte, como segunda medida de mejoramiento, el 20% de las Pymes industriales y el 30% de servicios tomaron acciones encaminadas a obtener una certificación de calidad, mientras que el 13% de las Pymes comerciales enfocó sus esfuerzos en

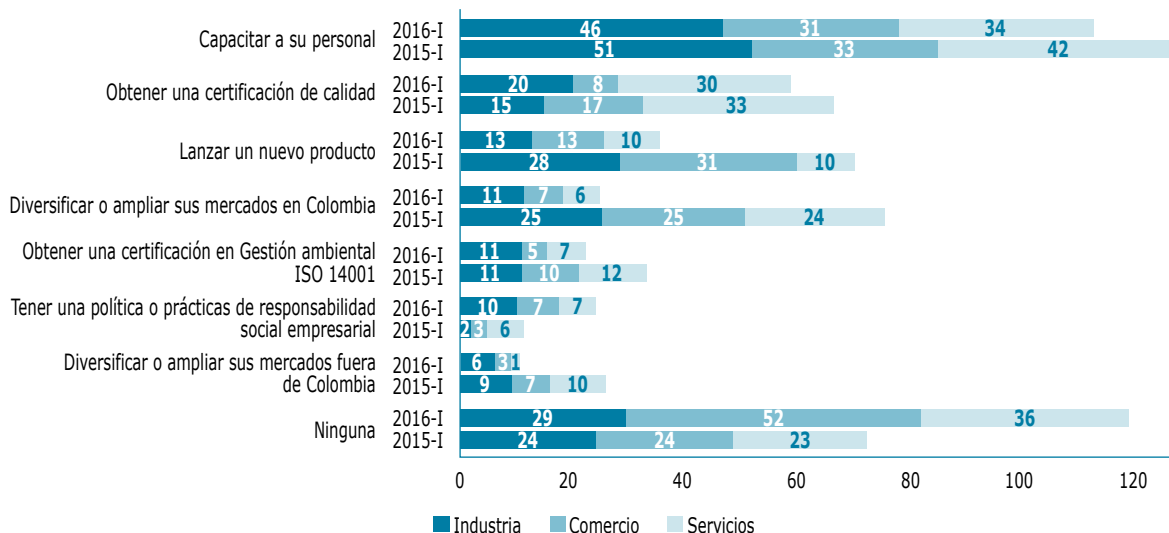
lanzar un nuevo producto. La tercera acción de mejoramiento que tomaron los empresarios industriales y de servicios fue lanzar un nuevo producto, con un 13% y un 10% de las respuestas. Por su parte, la tercera respuesta para el sector comercial fue la obtención de una certificación de calidad (8%).

Se resalta que el porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2016 aumentó respecto a la medición de 2015-I. Mientras que en 2015-I se

encontró que el 24% de las Pymes industriales y comerciales, y el 23% de las de servicios no tomaron acciones encaminadas al mejoramiento del desem-

peño de sus empresas, estos porcentajes fueron del 29%, el 52% y el 36% respectivamente para 2016-I, ver gráfico 35.

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



Mercado Laboral

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

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital del Valle si la formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados respondía a las necesidades de sus empresas. Se encontró que en los tres macrosectores, la mayoría de los encuestados re-

Gráfico 36. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa (%)

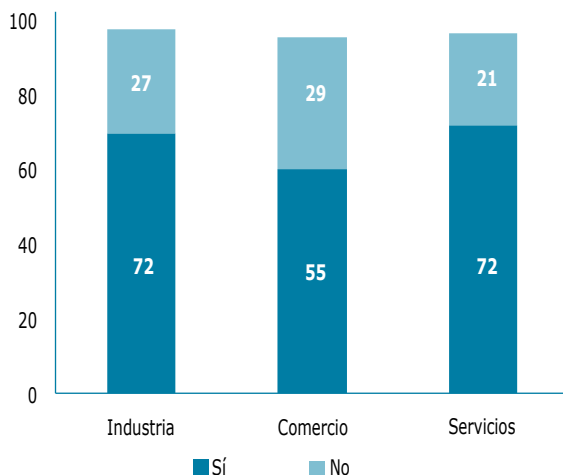
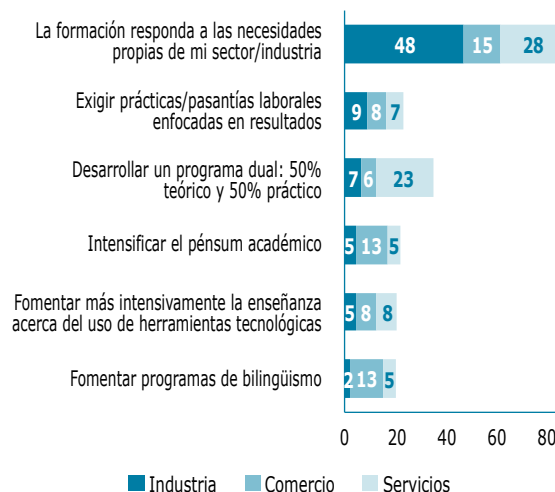


Gráfico 37. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)



portó que la formación académica sí cumplía con las necesidades que demandaba su firma (72% industria, 55% 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 sector manufacturero Pyme caleño abogó principalmente por una formación que responda más a las necesidades de la industria (48%) y la exigencia de prácticas enfocadas en resultados (9%). Por su parte, las firmas comerciales sugirieron también una formación acorde con las necesidades de su sector (15%), y la intensificación del pensum académico. Igualmente, las empresas del sector servicios recomendaron una formación conforme con los requerimientos de su negocio (28%) y la implementación de programas duales (23%).

Cuando se indagó por la distribución de la contraprestación salarial de sus empresas, se encontró que en industria, comercio y servicios más del 46% de los empleados ganaba el salario mínimo (58%, 60% y 46% en cada caso), ver gráfico 38. La siguiente remun-

neración salarial con mayor frecuencia se evidenció en el rango entre 2 y 4 salarios mínimos (33% en industria, 34% en comercio y 43% en servicios). Asimismo, se observó que menos del 8% de los empleados de los tres macrosectores devenga más de 4 salarios mínimos y menos de 10. De hecho, tan solo el 1% de las empresas de servicios paga sueldos que superan los 20 salarios mínimos, mientras que en industria y comercios no hubo ninguna.

Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinsertadas en sus empresas. Se encontró que más de la cuarta parte de las empresas industriales, comerciales y de servicios Pyme de Cali lo haría siempre y cuando tuvieran la formación y capacitación requerida (33%, 25%, 25% en cada caso), ver gráfico 39. Por otro lado, el 20% de las industriales y el 23% de las comerciales, junto con el 24% de empresas de servicios, expresó querer hacerlo siempre y cuando tuvieran la capacitación requerida y se les dieran incentivos tributarios. Finalmente, se observó que el sector de servicios (24%) y el de comercio (23%) manifestaron no querer contratar reinsertados bajo ninguna circunstancia.

Gráfico 38. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%)

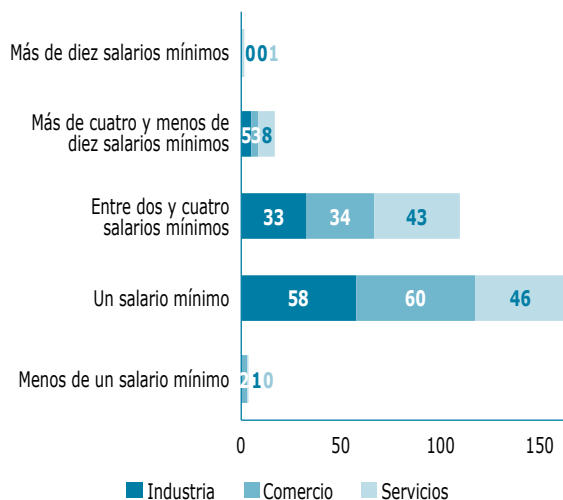
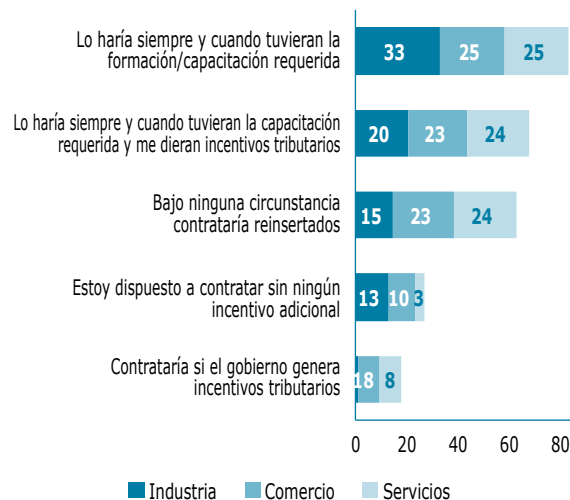


Gráfico 39. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinsertadas en su empresa



Comercio exterior

En el área de comercio exterior se identificó una ampliación del mercado externo para las Pymes manufactureras caleñas. En efecto, el 69% de las Pymes del sector industrial no exportó en el segundo semestre de 2015, cifra inferior a la del año anterior,

la cual alcanzó el 91% de las empresas (ver gráfico 40). Adicionalmente, en 2015-II el 13% de las Pymes industriales aumentó el volumen de exportaciones con respecto al semestre anterior, cifra superior en 9 puntos porcentuales a la observada en 2014-II. El

alcance de las Pymes de servicios en el área de exportaciones resultó significativamente inferior al de las Pymes industriales, ya que el 93% de las Pymes de servicios no exportó en 2015-II.

En esta edición de la Encuesta se preguntó a los empresarios las razones por la cuales sus empresas no exportan. Para los industriales Pyme caleños se encontró que la principal razón por la cual no exportan es porque no están interesados en hacerlo (42% de los entrevistados), seguido de que consideran que no tienen productos que sean exportables (18 %). Por su parte, en el sector servicios el 51% de los encuestados no exporta ya que

consideran que no tienen productos de exportación, mientras un 33% manifiesta no estar interesado en exportar (ver gráfico 41). Asimismo, se les preguntó si tenían algún plan de internacionalización para su negocio, y allí el 71% de los empresarios industriales respondió afirmativamente, mientras que para el sector de servicios el 73% también tiene planes de internacionalización.

Las expectativas sobre el volumen de exportación mostraron un comportamiento más optimista al observado en 2015-I por parte de los empresarios de industria. El 19% de las Pymes industriales caleñas esperaba que sus exportaciones aumentaran en

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

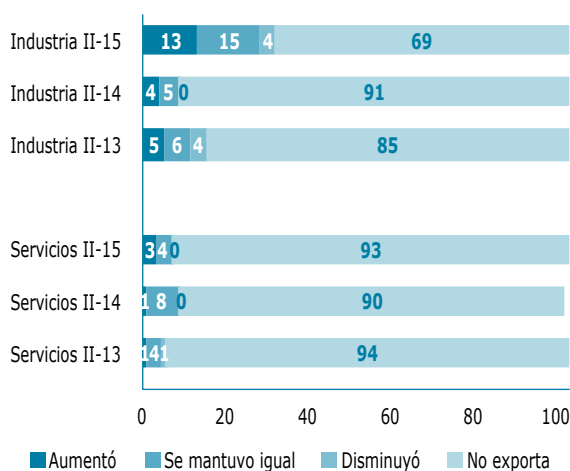


Gráfico 41. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?

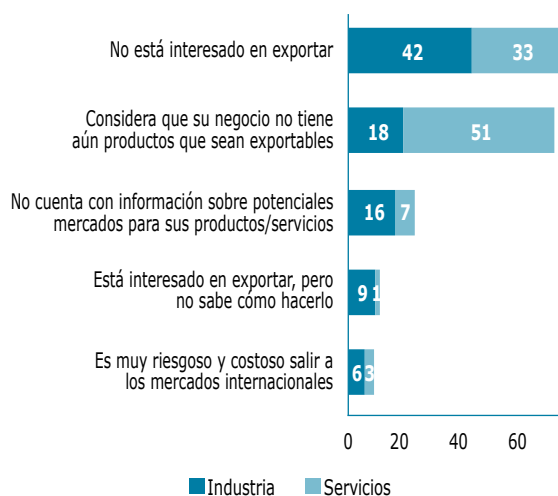


Gráfico 42. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

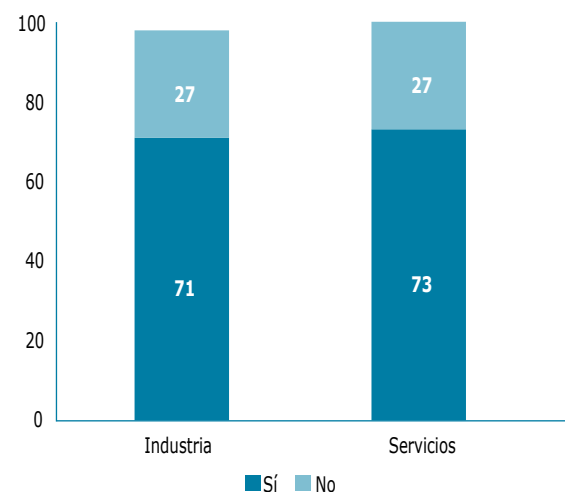
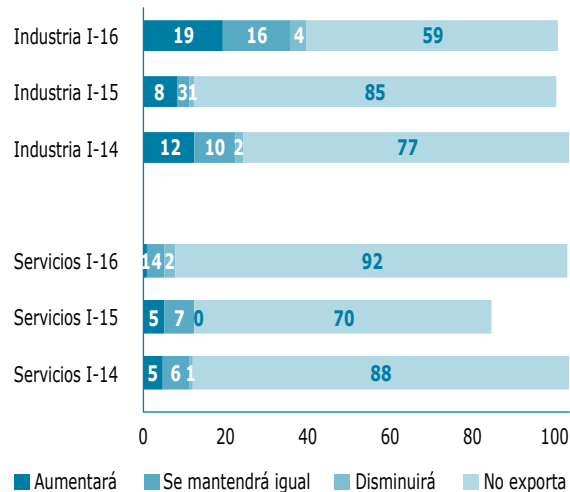


Gráfico 43. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



el primer semestre de 2016, cifra superior a la del año anterior (8%). Por el contrario, el 1% del empresariado de servicios esperaba que sus exportaciones aumentaran en 2016-I, cifra inferior a la registrada el año anterior (5%). Al observar el gráfico 43 puede verse que la proporción de Pymes industriales que exportarían aumentaría del 15% observado para 2015-I al 41% para el primer semestre de 2016.

Debido a la coyuntura económica donde el peso ha sufrido una devaluación importante con respecto al dólar, se les preguntó a los empresarios si este incremento en la tasa de cambio había tenido algún efecto sobre la situación económica de sus empresas. A lo cual el 69% de los empresarios industriales y comerciales, y el 60% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 44). Esto contrasta

con el bajo porcentaje de empresarios que afirmaron observar efectos favorables sobre el desempeño de sus negocios (10% industria, 2% comercio, y 9% servicios) y con un considerable porcentaje de empresarios que afirmaron no haber percibido ningún impacto sobre sus negocios (19% industria, 29% comercio y 32% servicios).

Finalmente, debido a la vigencia de los tratados comerciales internacionales, se preguntó a las Pymes por la participación de los 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 21% y el 55% de las ventas están definidas para el mercado local, entre el 32% y el 49% estaba destinado para el mercado del Valle del Cauca, y alrededor de un 11%-27% de las ventas se destinaba para el resto del mercado colombiano (ver gráfico 45).

Gráfico 44. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

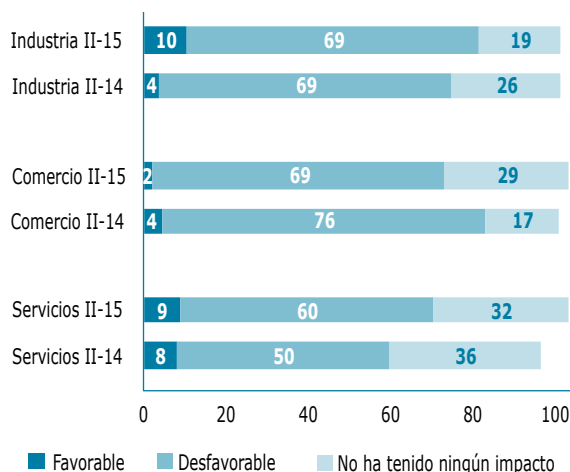
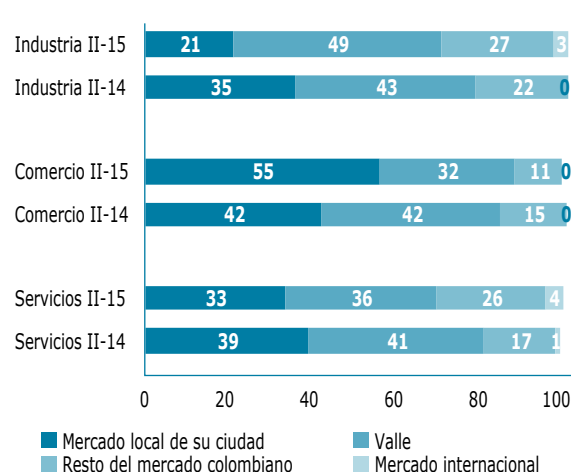


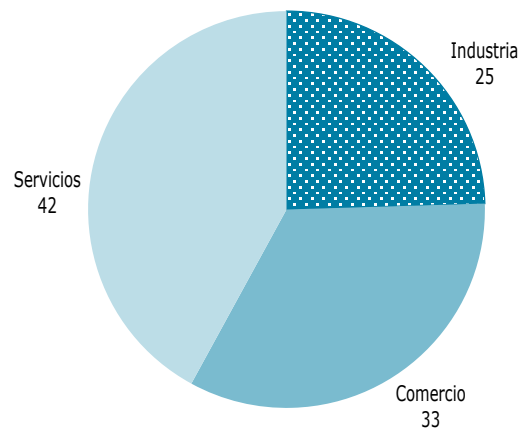
Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015?



La Gran Encuesta Pyme

Cundinamarca

Distribución de la muestra (%)



Situación actual Segundo semestre de 2015

Los resultados de la segunda medición de la Gran Encuesta Pyme para el departamento de Cundinamarca mostraron que la mayoría de los empresarios del sector industrial consideró que el desempeño de la actividad económica de sus empresas mejoró durante el segundo semestre de 2015, mientras que los empresarios de los otros dos macrosectores consideraron que la situación económica de sus empresas se mantuvo estable. En efecto, como lo muestra el gráfico 1 (sección Cundinamarca), el 50% de los encuestados del sector industrial de este departamento dijo que su situación económica mejoró y el 32% de los encuestados mencionó que su situación económica se mantuvo igual en 2015-II (frente a la de 2015-I). Por su parte, la mayor proporción de los empresarios de los sectores de comercio y servicios consideró que el desempeño económico se mantuvo igual (49% en el primer caso y 44% en el segundo) o mejoró (38% y 36%) durante 2015-II. En contraste con el año anterior, los industriales presentaron un aumento considerable en la proporción de empresarios con apreciaciones favorables (+13 puntos porcentuales). Por el contrario, los comerciantes presentaron una caída de -5 puntos porcentuales en su percepción favorable. En el sector servicios se observó un aumento de +5 puntos porcentuales en el número de empresarios que reportó una desmejora en la actividad económica frente al dato de 2014-II.

En línea con lo anterior, en el comportamiento de las ventas y los pedidos, las percepciones resultaron ser más optimistas en el sector de industria. El 52% de las Pymes industriales reportó aumentos en sus ventas durante 2015-II, frente al 44% que se registró en comercio y el 29% en servicios. En contraste, las empresas Pyme de servicios consideraron que su volumen de ventas se mantuvo constante frente al semestre anterior (47%). Cabe destacar como en dos de los tres macrosectores (industria y servicios) se presentó una caída en las percepciones negativas. La proporción de encuestados que reportaron una disminución en sus ventas pasó del 26% en 2014-II al 19% en 2015-II en el sector industria y cayó del 33% al 23% en el sector servicios durante el mismo período (ver gráfico 2). Por otro lado, el gráfico 3 muestra cómo la mayoría de las Pymes de Cundinamarca presentó un crecimiento promedio entre el 0% y el 5% en sus ventas. Tan solo un 8% de industriales y empresarios de servicios y un 17% de comerciantes reportaron que sus ventas crecieron más del 20% promedio anual en el segundo semestre de 2015.

De forma similar, la mayoría de las Pymes de industria y comercio de Cundinamarca reportó que el volumen de pedidos aumentó para el período 2014-2015. En efecto, un 47% de los empresarios indus-

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

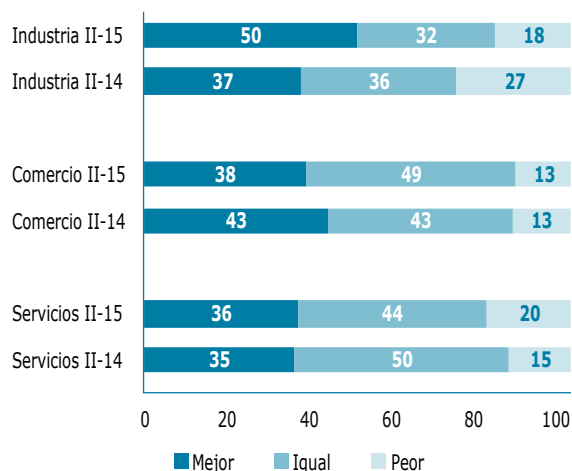
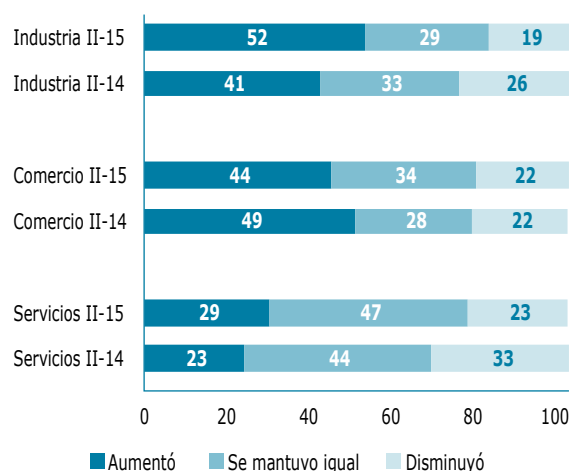


Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



triales dijo haber experimentado un incremento en esta variable, mientras que un 38% de encuestados consideró que los pedidos se mantuvieron estables y solo un 15% consideró que disminuyeron. De las Pymes comerciales, el 44% reportó aumentos en el volumen de pedidos recibidos, el 37% dijo que se mantuvieron estables y el 16% que se redujeron. Por su parte, las Pymes de servicios que afirmaron que los volúmenes de pedidos se mantuvieron iguales (51%) superaron a aquellas que consideraron que estos aumentaron (32%) o disminuyeron (16%), ver gráfico 4.

En cuanto al nivel de existencias, el 82% de las Pymes industriales y el 83% de las de comercio afirmaron que este nivel fue adecuado durante el segundo semestre de 2015. Este dato se redujo significativamente con respecto al período 2014-II para ambos sectores, pues para la industria la cifra se redujo en -10 puntos porcentuales, mientras que en el comercio se presentó una caída de -12 puntos porcentuales (ver gráfico 5). Asimismo, el porcentaje de encuestados que no contaron con existencias suficientes se incrementó (11% en 2015-II vs. 6% en 2014-II en industria y 14% en 2015-II vs. 3% en 2014-II en comercio).

Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:

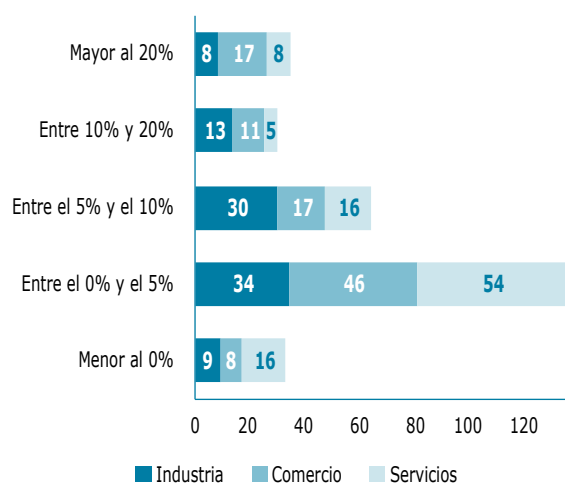


Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2015 (%)

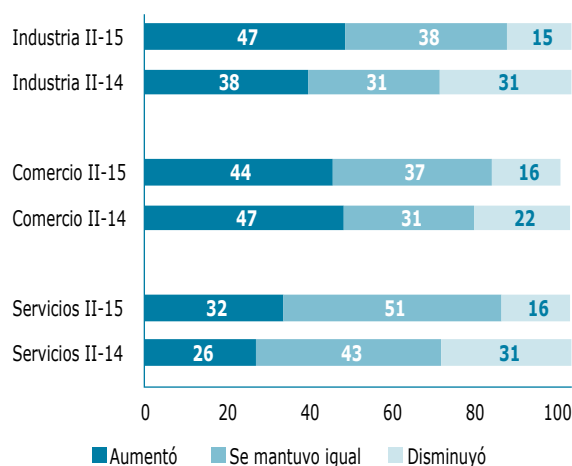


Gráfico 5. Existencias (%)

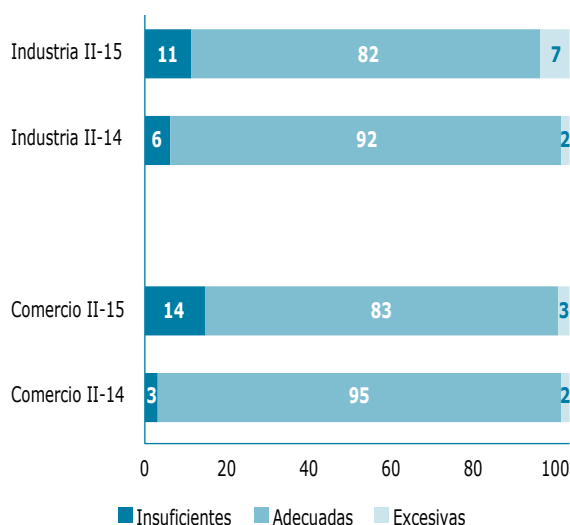
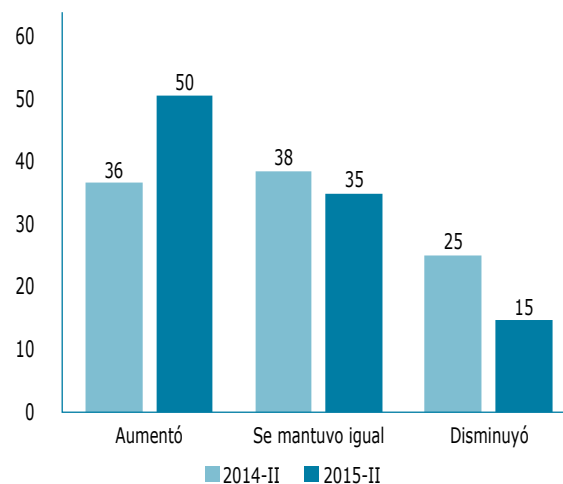


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2015, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2015 (%)



Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, el 50% dijo que este había aumentado (frente al 36% observado un año atrás). Entre tanto, el 35% de estas empresas afirmó que este nivel se había mantenido igual (frente al 38% en 2014-II) y solo el 15% dijo haber observado una reducción en esta variable durante el segundo semestre de 2015 (frente al 25% en 2014-II), ver gráfico 6. Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 61% de las Pymes industriales de Cundinamarca utilizó entre el 60% y el 100% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 7).

En cuanto a la inversión en maquinaria y equipo que realizaron las Pymes industriales durante el

Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes Industriales)

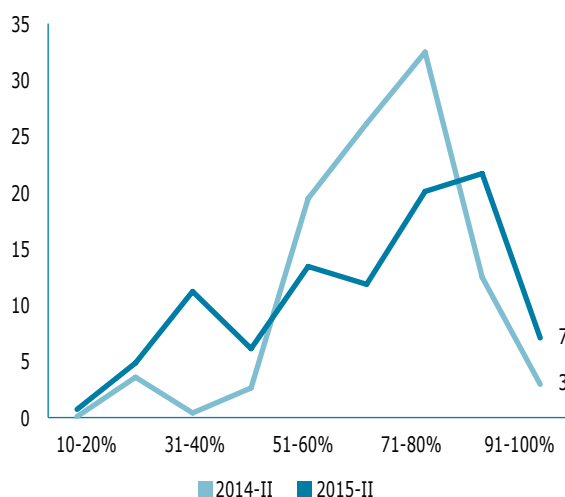
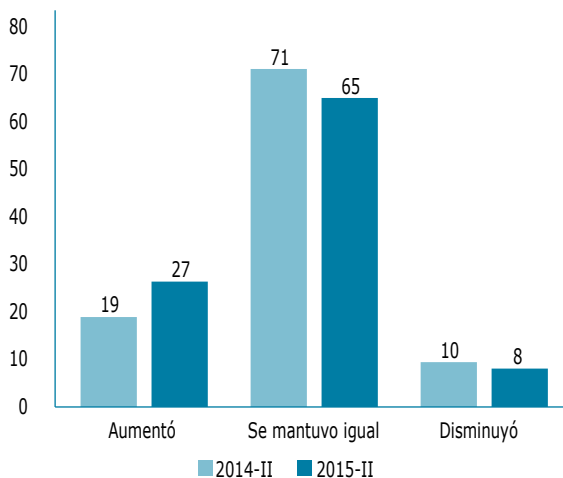


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2015 (%)

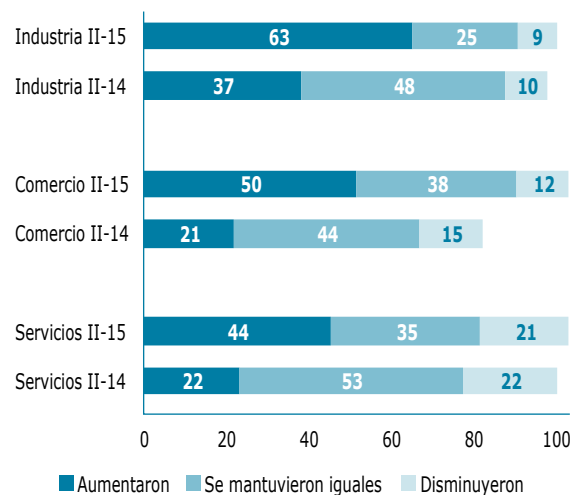


segundo semestre de 2015, el 65% afirmó que la mantuvo constante, el 27% que la incrementó y únicamente el 8% la redujo durante ese período. Con respecto al año anterior, se observa que la proporción de empresarios que incrementaron sus niveles de inversión aumentó en +8 puntos porcentuales, mientras que los empresarios que afirmaron mantener constante la inversión cayó en -6 puntos porcentuales, al igual que la proporción que la disminuyó (-2 puntos porcentuales), ver gráfico 8.

El gráfico 9 muestra que para la mayoría de las Pymes de los tres macrosectores los costos de sus insumos aumentaron en 2015-II. Así, el 63% de las Pymes industriales, el 50% de las comerciales y el 44% de las de servicios reportaron que sus costos se incrementaron frente al semestre anterior. Estas cifras son superiores a las reportadas en 2014-II, cuando los costos se incrementaron para el 37% de los industriales, el 21% de los comerciantes y el 22% de los empresarios de servicios. Por su parte, el 25% de los empresarios del sector de industria, el 38% de los de comercio y el 35% de los de servicios consideraron que los costos de sus insumos se mantuvieron estables, mientras que el 9% de los encuestados industriales, el 12% de comerciales y el 21% de servicios reportaron caídas en sus costos durante 2015-II.

Al preguntarles a las Pymes de Cundinamarca por los márgenes de sus empresas, se encontró que la mayoría de los encuestados afirmó que sus márgenes se mantuvieron constantes. En efecto, el 45% de las Pymes industriales, el 44% de las comercia-

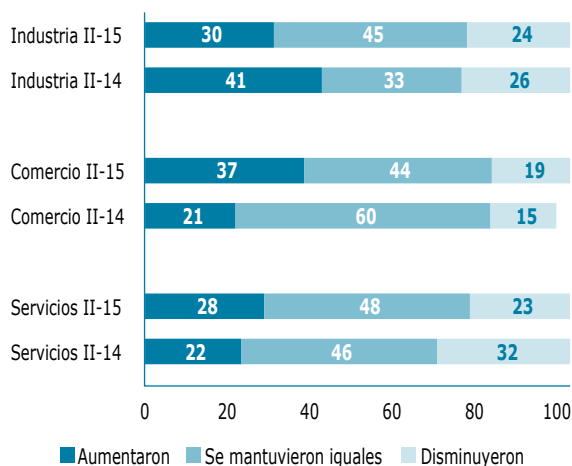
Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2015, los costos durante el segundo semestre de 2015 (%)



les y el 48% de las de servicios respondieron que sus márgenes fueron estables en 2015-II frente al semestre anterior. Entre tanto, el porcentaje de encuestados que reportaron reducciones en sus márgenes estuvo en promedio entre el 20%-25%. Así, en los tres macrosectores el porcentaje que reportó aumentos o estabilidad en los márgenes fue superior al que mostró reducciones, confirmando que la situación económica en el departamento de Cundinamarca ha sido favorable, aunque moderada (ver gráfico 10).

En Cundinamarca, cerca de dos terceras partes de los encuestados para todos los macrosectores

Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2015, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



afirmaron que el número de trabajadores de sus empresas se mantuvo estable. Lo anterior puede observarse en el gráfico 11, donde una proporción equivalente al 60% de los encuestados del sector de industria, al 71% de los de comercio y al 61% de los de servicios afirmaron que su planta de personal se mantuvo constante, cifras muy similares a las del año anterior. Por su parte, en industria y servicios el porcentaje de empresarios que reportaron incrementos en su planta de personal creció en un +10 y un +8 puntos porcentuales respectivamente, comparándolo con lo reportado en 2014-II. En contraste, en el sector de comercio se observó una reducción en la participación de encuestados que

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2015, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

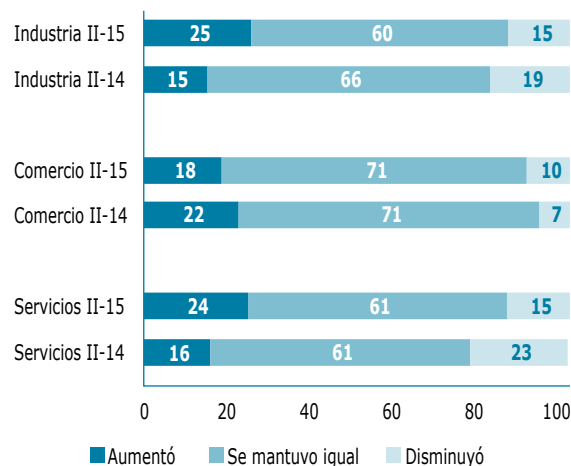


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

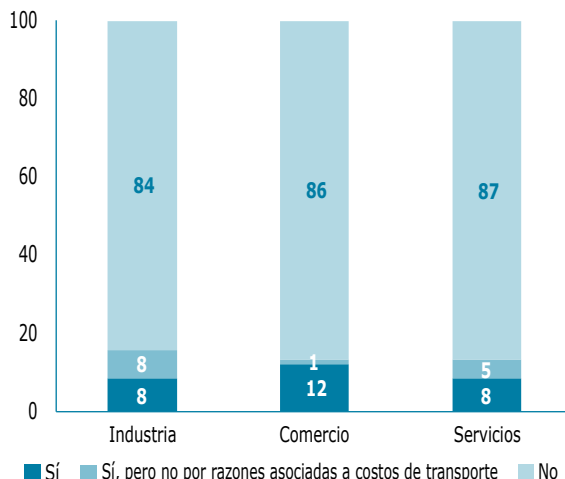
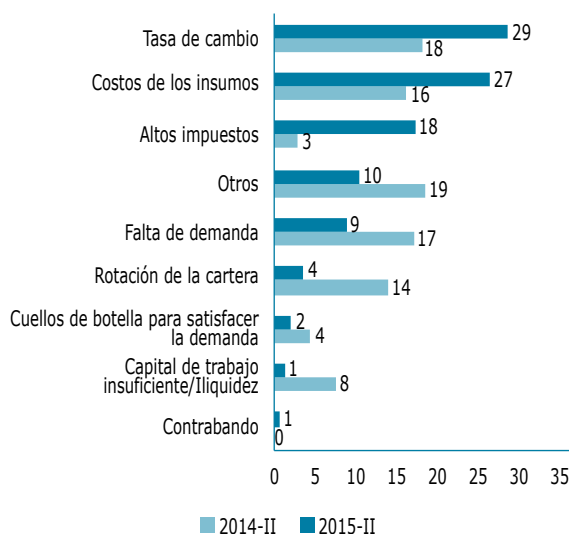


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



aumentaron su planta (-4 puntos porcentuales) y un aumento en los que la redujeron (+3 puntos porcentuales) con respecto a un año atrás.

En el gráfico 12 se muestra cómo la mayoría de las Pymes no consideró una relocalización geográfica en el segundo semestre de 2015. Un 8% en industria y servicios, y un 12% en comercio pensaron o realizaron una relocalización con el fin de reducir sus costos de transporte. Esto contrasta con un menor porcentaje que consideró cambiar su locación, pero por razones distintas al transporte (8% industria, 1% comercio y 5% servicios).

Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2015, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2015 (%)

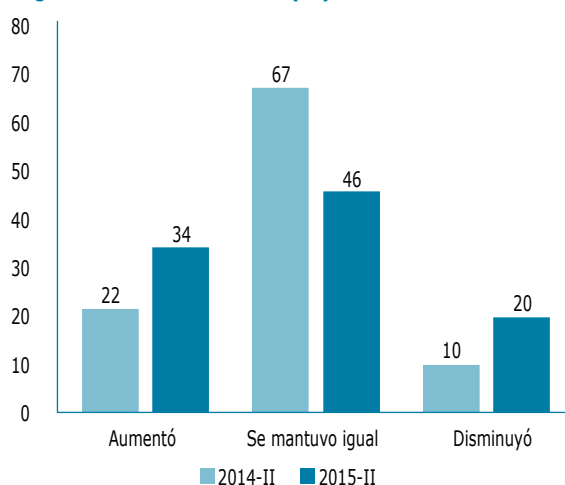
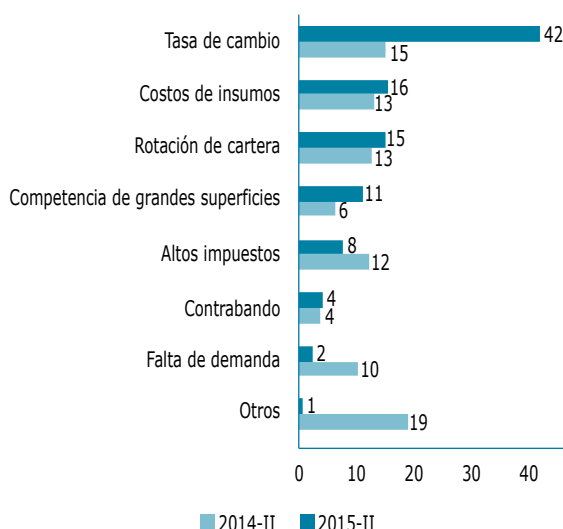


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

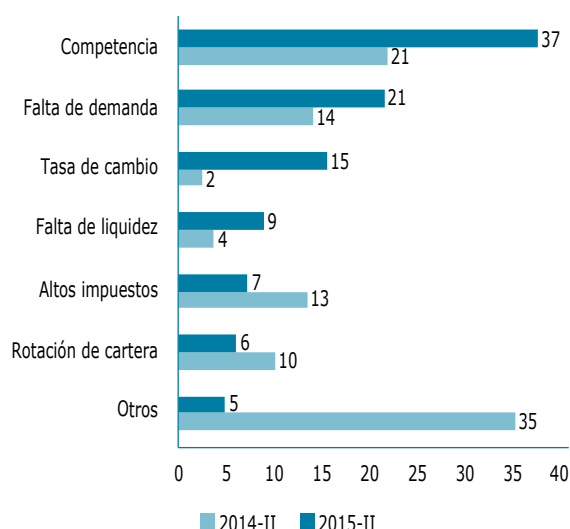


Para los empresarios industriales el principal problema al que se enfrenta el sector es la tasa de cambio, con una participación del 29% de las respuestas de los encuestados. Como consecuencia de la rápida devaluación del peso colombiano durante el último año, este problema ha aumentado en +11 puntos porcentuales desde la medición anterior. Relacionado con el problema anterior, se encuentran los costos de los insumos con un 27%, seguido de los altos impuestos con un 18% (frente al 3% reportado en 2014-II), ver gráfico 13.

Durante el segundo semestre de 2015, la superficie de ventas de las Pymes comerciales mostró un comportamiento estable (46% de las respuestas), ver gráfico 14. Sin embargo, comparado con el año anterior, la participación de los comerciantes que consideraron que su superficie de ventas aumentó o disminuyó se incrementó (un 34% en 2015-II frente al 22% en 2014-II entre los que pensaban que aumentó y un 20% frente al 10% entre los que creían que disminuyó para el mismo período).

Por su parte, el problema de más relevancia para los comerciantes es, igualmente, la tasa de cambio (42%), creciendo significativamente en importancia desde la última medición (15% en 2014-II). A este le siguieron el costo de los insumos (16%) y la falta de demanda (15%), ver gráfico 15. En cuanto a los problemas que enfrentaron las Pymes de servicios, estas reportaron que el principal problema durante el segundo semestre de 2015 fue la competencia (37%), seguida por la falta de demanda (21%) y la tasa de cambio (15%), ver gráfico 16.

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

Primer semestre de 2016

Las perspectivas para el primer semestre de 2016 fueron, en su mayoría, de cautela en el segmento Pyme de Cundinamarca. Al preguntar a los encuestados por el desempeño general que esperaban observar durante 2016-I, el gráfico 17 muestra que el 31% de los empresarios industriales, el 46% de los empresarios de comercio y el 29% de los empresarios de servicios dijeron esperar un desempeño favorable durante el primer semestre de 2016. Por su parte, una porción importante de los encues-

tados esperaba que su situación económica se mantuviera igual en el primer semestre de 2016 (24% en industria y comercio, y 32% en servicios). Asimismo, se observa que el porcentaje de empresarios con perspectivas inciertas acerca del desempeño de sus empresas no es nada despreciable, pues el 27% de las Pymes industriales, el 12% de las Pymes comerciales y el 14% de las de servicios no sabían qué pasaría durante 2016-I. En cuanto a los encuestados que pensaban que la situación sería desfavorable, el porcentaje en los tres macrosectores es inferior al de las otras tres opciones (ya comentadas).

Gráfico 17. Desempeño general (%)

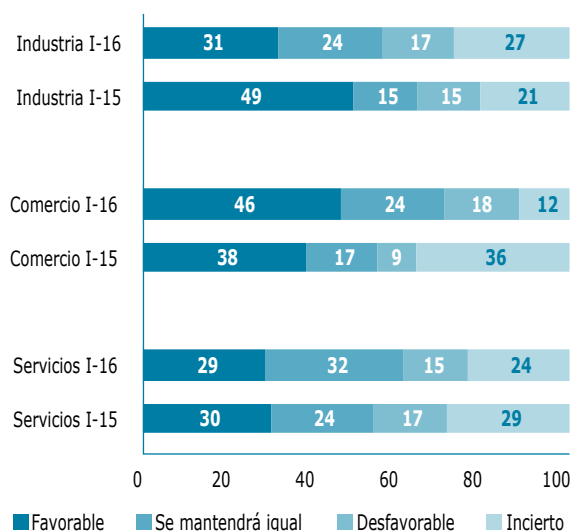
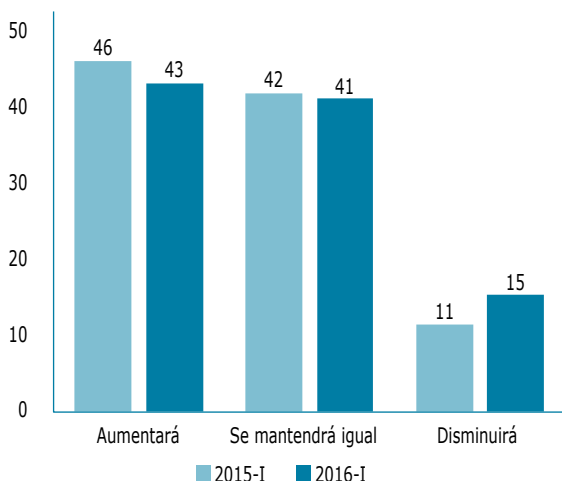


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2015, la producción industrial en el primer semestre de 2016 (%)



Sobre el nivel de producción industrial, el 43% de las Pymes industriales de Cundinamarca esperaba que aumentara y el 41% que se mantuviera igual. Mientras que el 15% de los encuestados consideró que su nivel de producción caería durante este semestre (ver gráfico 18). Con relación a las expectativas de pedidos, el sector comercial mostró ser el más positivo de los tres sectores, pues allí el 52% esperaba incrementar sus pedidos mientras que esta cifra escaló al 42% en industria y el 33% en servicios. Adicionalmente, como lo muestra el gráfico 19, el 43% de los empresarios de industria y el 49% de servicios esperaban que el nivel de pedidos se mantuviera igual, mientras que esta cifra solo alcanzó el 29% del sector comercial.

Respecto a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 41% de las Pymes industriales espera-

Gráfico 19. Expectativas de ventas (%)

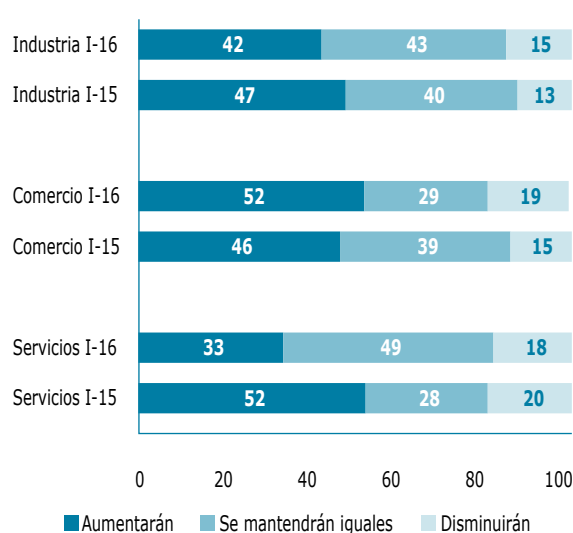
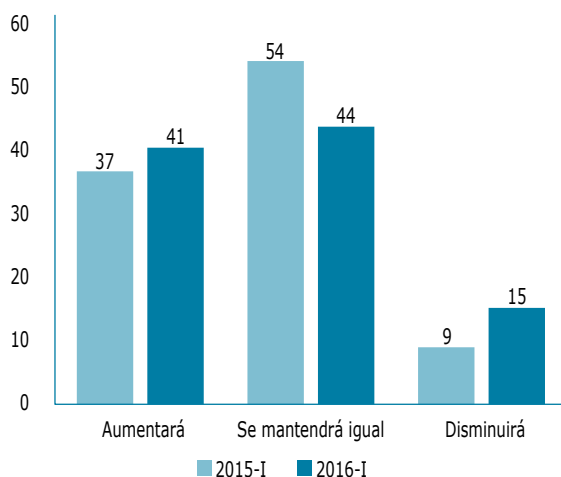


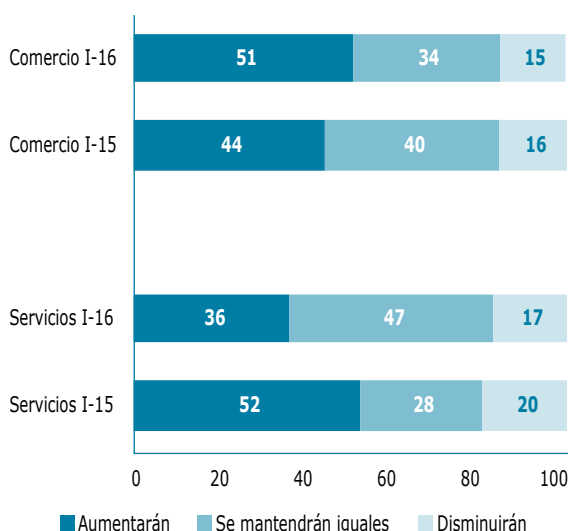
Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2016 (%)



ba un incremento en la inversión. Por su parte, el 44% de este segmento creía que la inversión se mantendría constante, mientras que solo el 15% esperaba una caída en esta variable durante 2016-I (ver gráfico 20).

Finalmente, en materia de ventas, las expectativas del sector de comercio mostraron ser más optimistas que en 2015, mientras que en servicios ocurrió lo contrario (ver gráfico 21). En efecto, el 51% de

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



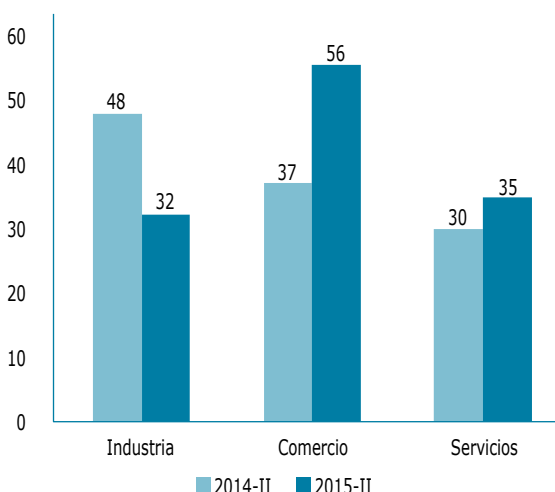
las Pymes comerciales y el 36% de las de servicios esperaban que sus ventas se incrementaran durante el primer semestre de 2016 (vs. el 44% de comercio y el 52% de servicios en 2015-I). Asimismo, el 34% en comercio y el 47% en servicios pensaban que las ventas se mantendrían iguales en 2016-I, y tan solo el 15% y el 17% de los empresarios de las Pymes del sector de comercio y de servicios, respectivamente, anticipaban caídas en el volumen de ventas.

Financiamiento

En el gráfico 22 se observa que el 32% de las Pymes industriales de Cundinamarca, el 56% de las comerciales y el 35% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2015-II. De estas, al 94% de los empresarios del sector de industria, al 97% de los de comercio y al 90% de los de servicios se les aprobó el crédito solicitado (ver gráfico 23).

En cuanto al plazo de los créditos, la mayor proporción de Pymes de industria (37%) y servicios (41%) optó por solicitar créditos a mediano plazo (entre 1 y 3 años), mientras que la mayoría de las Pymes de comercio (50%) prefirió solicitar créditos a corto plazo (menor a 1 año). En cuanto a la aprobación del crédito al plazo solicitado, esta fue acorde con los plazos solicitados (ver gráficos 24 y 25). En efecto, a la mayoría de los encuestados de los sectores de industria (37%) y servicios (39%) se le aprobó

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)



créditos a mediano plazo, mientras que a la mayor proporción de encuestados del sector comercio se le aprobó créditos a corto plazo (52%). En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 79% de los empresarios de industria, el 83% de los de comercio y el 86% de los de servicios dijeron que el monto del crédito aprobado se ajustó al monto solicitado (ver gráfico 26). Todo lo anterior refleja la armonía que existe entre el sector real y el sistema financiero del departamento.

Respecto a los rangos de tasa a los cuales estos créditos fueron aprobados, el gráfico 27 muestra que el 42%

de los empresarios industriales recibieron tasas entre DTF+4 y DTF+8, mientras que el 21% recibió tasas inferiores al DTF+4 y la misma proporción recibió tasas mayores a DTF+8. Por el contrario, en los sectores de comercio y servicios se evidenciaron créditos menos costosos, así el 47% del sector comercial y el 68% del sector de servicios recibieron tasas inferiores a DTF+4. Lo anterior se refleja en el gráfico 28, que exhibe la satisfacción de los empresarios de cada sector con la tasa de interés que recibieron. Mientras que el 42% y el 48% de los encuestados de los sectores de industria y comercio consideraron que la tasa fue apropiada, en el caso del sector de servicios el 71% de los empresarios estaba satisfecho.

Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

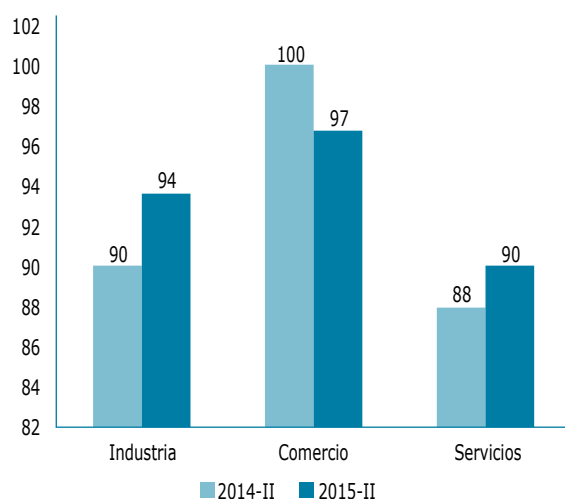


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

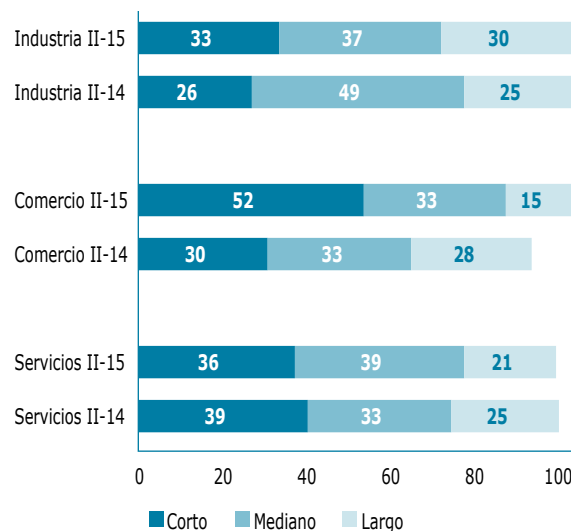


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

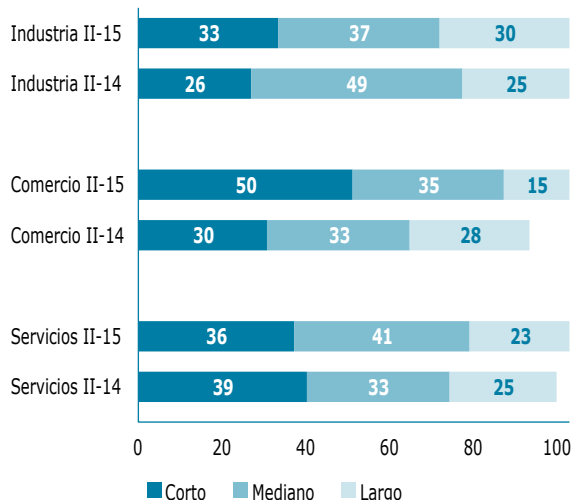
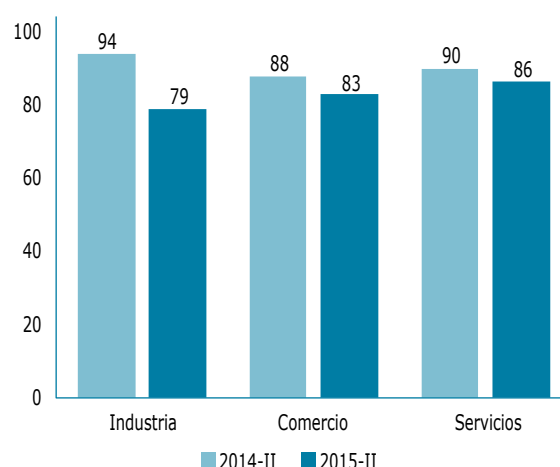


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



El principal destino de los recursos que el empresario Pyme de comercio y servicios solicitó al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (72% y 57% respectivamente). En cambio, para el sector industrial el principal destino fue la consolidación del pasivo (46%). Como lo muestra el gráfico 29, para las Pymes de industria, el segundo destino de estos recursos fue la inversión en capital de trabajo (42%), mientras que para las Pymes de comercio fue la consolidación del pasivo (19%) y para las de servicios fueron las remodelaciones o adecuaciones (21%).

Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 40% de los empresarios de industria, el 53% de comercio y

el 49% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa en 2015-II (ver gráfico 30). De los encuestados que sí accedieron, la mayoría de los de servicios lo hizo por medio de recursos propios (28%), mientras que para los sectores industrial y comercial la principal fuente de financiación alterna fueron los proveedores (19% y 20%). Precisamente, los proveedores fueron la segunda fuente de financiación del sector servicios (14%), mientras que para industria y comercio este lugar lo ocuparon los recursos propios (18% y 15%). Adicionalmente, como lo muestra el gráfico 31, la gran mayoría de los empresarios no ha accedido a recursos de capital privado y apoyo emprendedor (99% en industria, 95% en comercio y 94% en servicios).

Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

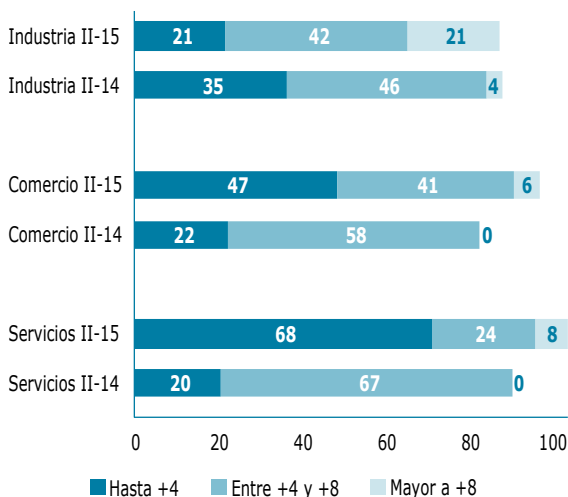


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

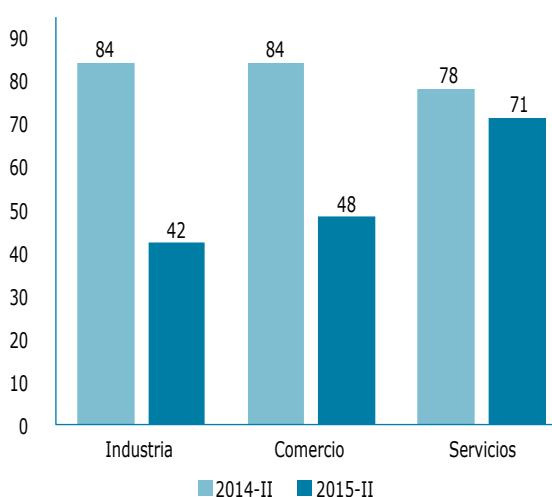


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

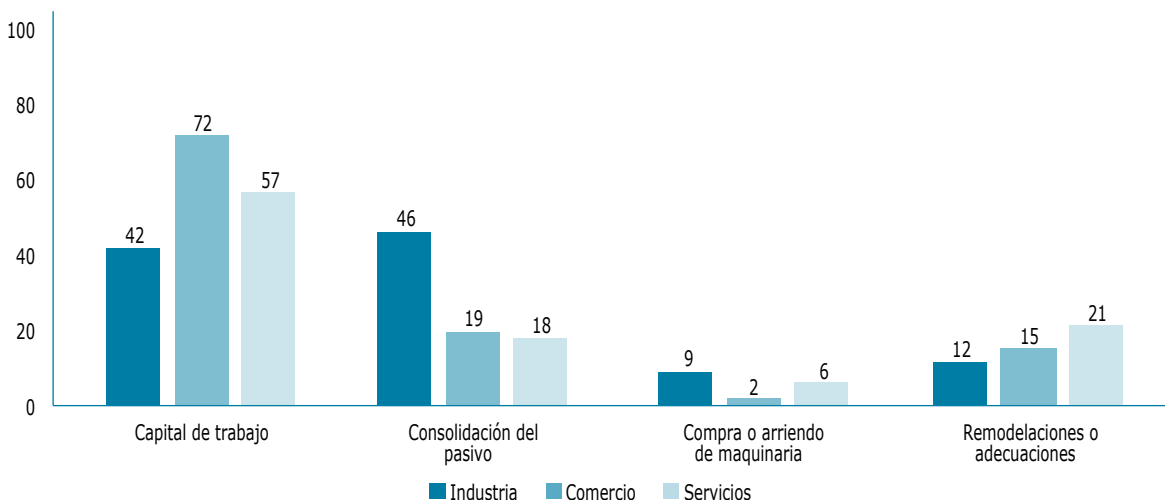


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

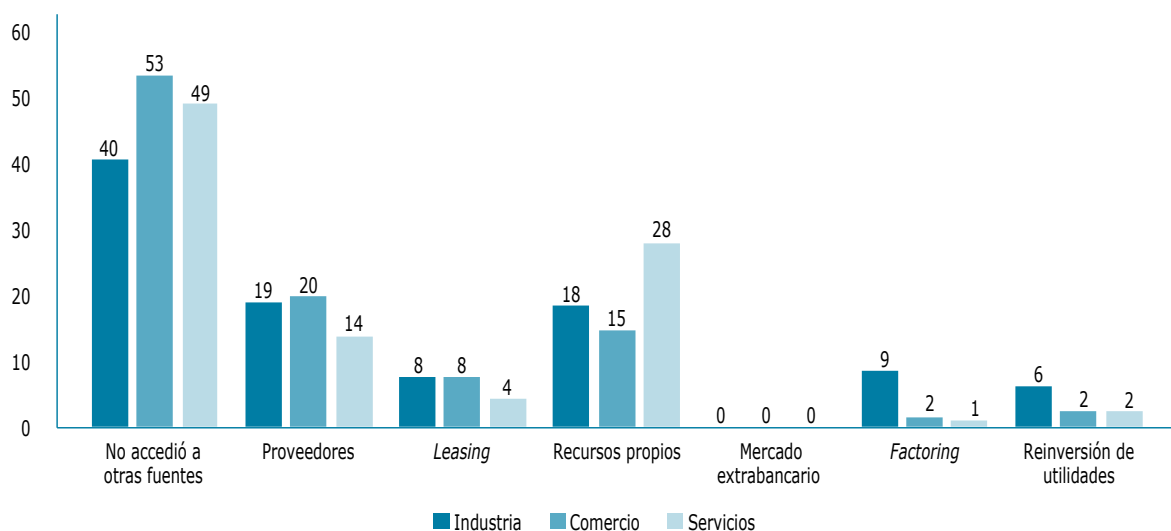
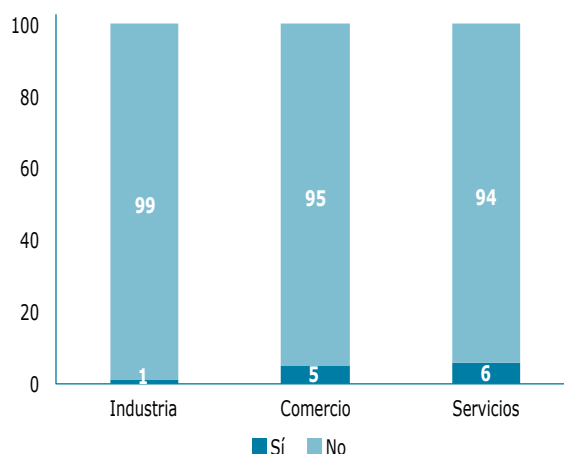
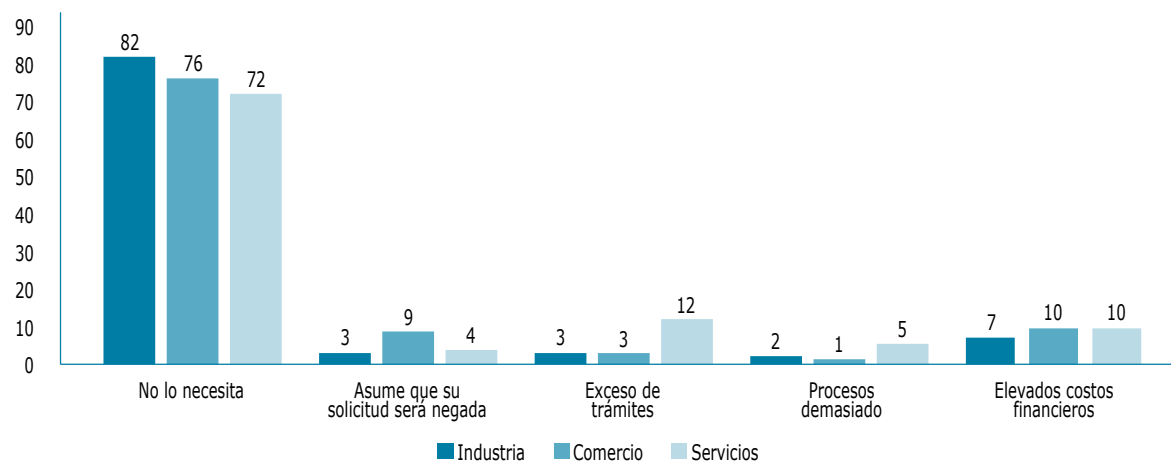


Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año? (%)



Por último, con relación al financiamiento, la principal razón por la cual el empresariado Pyme de Cundinamarca de los tres macrosectores no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2015 fue porque no lo necesitaron (82% en industria, 76% en comercio y 72% en servicios). Como lo muestra el gráfico 32, entre las otras razones por las cuales las Pymes industriales no solicitaron crédito se destacan los elevados costos financieros (7%). Por su parte, las Pymes comerciales tampoco solicitaron crédito por los elevados costos financieros (10%) y porque asumían que la solicitud sería negada (9%). Finalmente, las Pymes de servicios dijeron que también las afectó el exceso de trámites que deben realizar (12%).

Gráfico 32. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



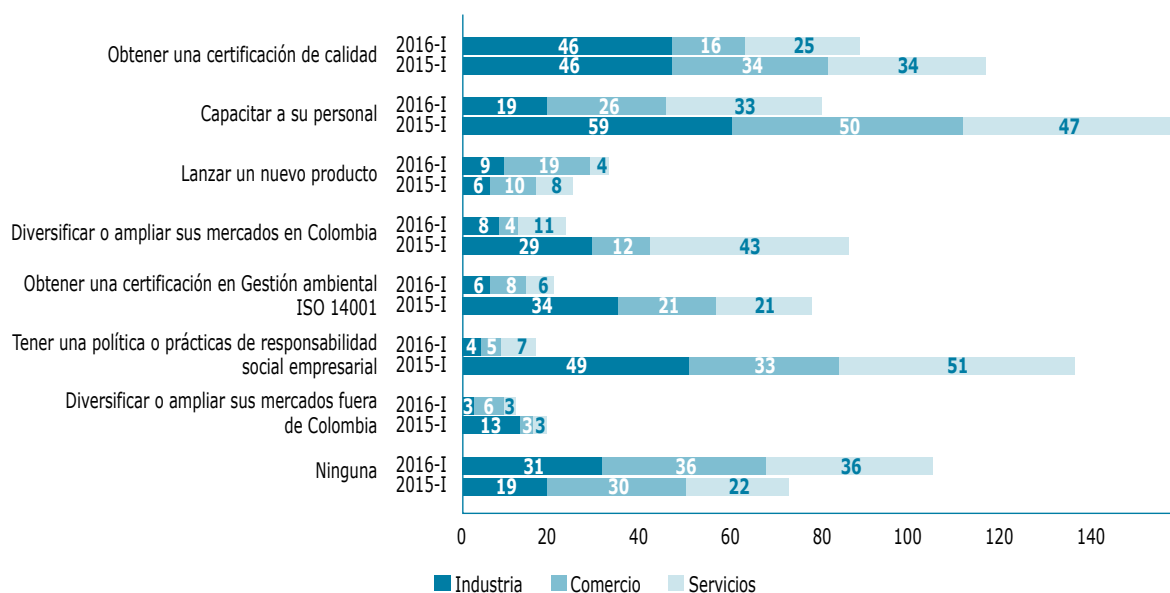
Acciones de mejoramiento

Para la segunda medición de la Gran Encuesta Pyme en el departamento de Cundinamarca, nuevamente se indagó sobre las principales acciones de mejoramiento que emplearon las Pymes de esta región para mejorar su desempeño. A lo anterior, las Pymes de industria respondieron que su principal acción fue obtener una certificación de calidad (46%) en el primer semestre de 2016. Por su parte, las Pymes de comercio y servicios dijeron que su principal acción fue capacitar a su personal (26% y 33%). Entretanto, dicha acción fue la segunda más importante en el caso de las Pymes indus-

triales (19%), mientras que la segunda acción llevada a cabo por las Pymes de comercio fue lanzar un nuevo producto (19%). En el caso de las Pymes de servicios, la segunda acción más importante fue obtener una certificación de calidad (25%).

Ahora bien, cabe anotar que la proporción de Pymes que no emplearon ninguna acción para mejorar su desempeño en 2016-I fue relevante. Esta proporción fue del 31% en las Pymes industriales, y del 36% para la Pymes de comercio y servicios en Cundinamarca.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Mercado laboral

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación, analizaremos los resultados de esta indagación en el departamento de Cundinamarca. En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y

medianos empresarios de la ciudad si la formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados respondía a las necesidades de sus empresas. Se encontró que en los tres macrosectores, la mayoría de los encuestados reportó que la formación académica sí cumplía con las necesidades que demandaban sus firmas (67% de industria, 65% de comercio y 69% de servicios).

Adicionalmente, a quienes encontraron insuficiente la formación académica se les preguntó cómo mejorarla. Se halló que el sector manufacturero abogó principalmente por una formación que responda más a las necesidades de su sector (44%) y desarrollar un programa teórico y práctico (23%). Por su parte, las empresas comerciales recomendaron una formación conforme con los requerimientos de sus negocios (25%) y la intensificación del pensum académico (17%). Finalmente,

las firmas de servicios sugirieron desarrollar un programa dual que combinara la teoría con la práctica (42%) y fomentar el uso de herramientas tecnológicas (14%), ver gráfico 35.

Cuando se indagó por la distribución de la contraprestación salarial de las empresas, se encontró que en industria, comercio y servicios la gran mayoría de los empleados recibía entre 1 y 4 salarios mínimos. En efecto, para el sector industrial este rango representa el 86% de los encuestados, para comercio el 82% y para servicios el 83%. Asimismo, se observó que solo el 9% de los empleados del sector industrial, el 15% de comercio y el 11% en servicios devengaban más de 4 salarios mínimos y menos de 10. En esta medición, solamente el 1% de las empresas de servicios encuestadas expresó tener salarios que superaran los 10 salarios mínimos, mientras que en industria y servicios nadie reportó este rango de salarios.

Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinser-tadas en sus empresas. Se encontró que más de la quinta parte de las empresas industriales, comerciales y de servicios lo haría siempre y cuando tuvieran la formación y capacitación requerida y recibieran incentivos tributarios (27%, 22%, 38%, en cada caso), ver gráfico 37. Por otro lado, el 24% de las firmas industriales, el 22% de las compañías comerciales y el 21% de las empresas de servicios

Gráfico 34. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa(%)

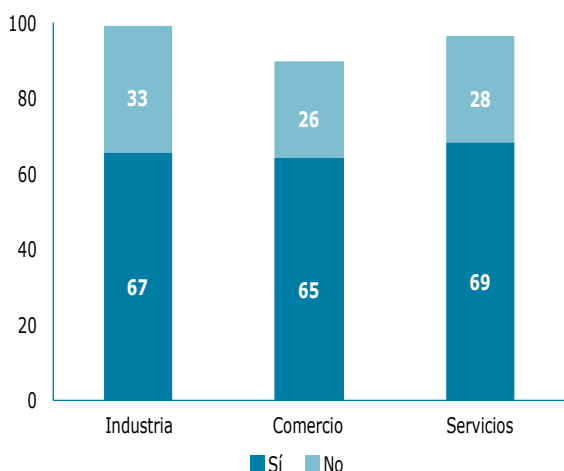


Gráfico 35. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)

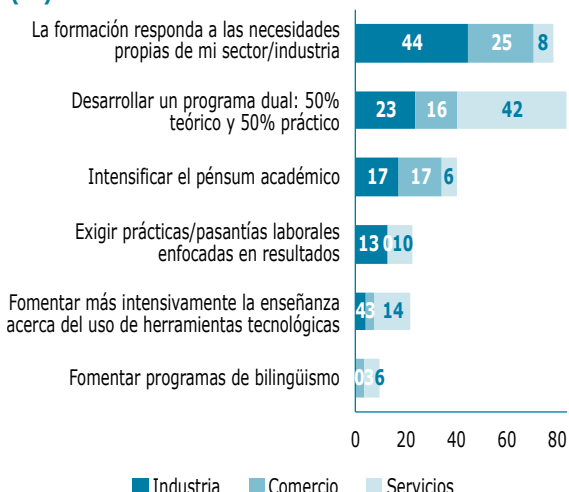


Gráfico 36. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%)

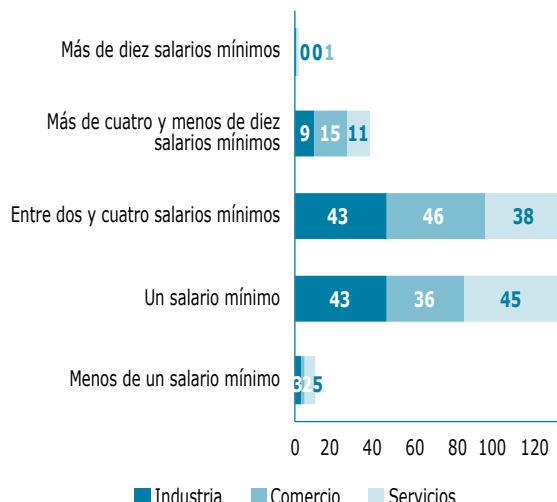
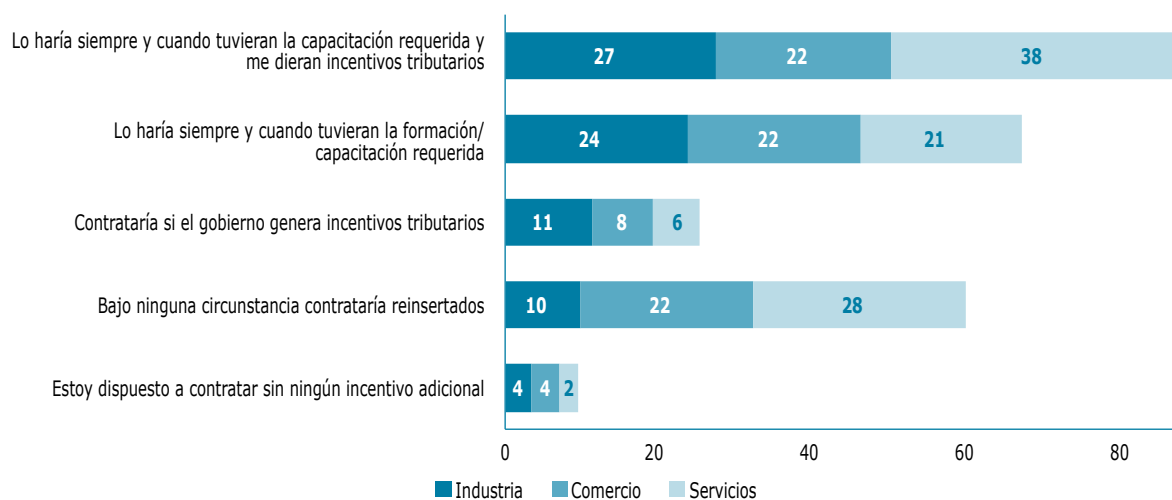


Gráfico 37. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinseradas en su empresa



expresaron querer hacerlo siempre y cuando tuvieran la capacitación requerida. Finalmente, se destacó que el 10% de las empresas del sector de

industria, el 22% de las de comercio y el 28% de las de servicios manifestaron no querer contratar reinserados bajo ninguna circunstancia.

Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Gran Encuesta Pyme Anif para Cundinamarca revelan que el 63% de los encuestados en el sector de industria y el 90% en el de servicios aseguraron no haber exportado

sus productos en el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 38). Cabe destacar que el 16% de las Pymes industriales aumentó sus exportaciones, mientras que el 9% de los encuestados afirmó que se mantuvieron

Gráfico 38. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

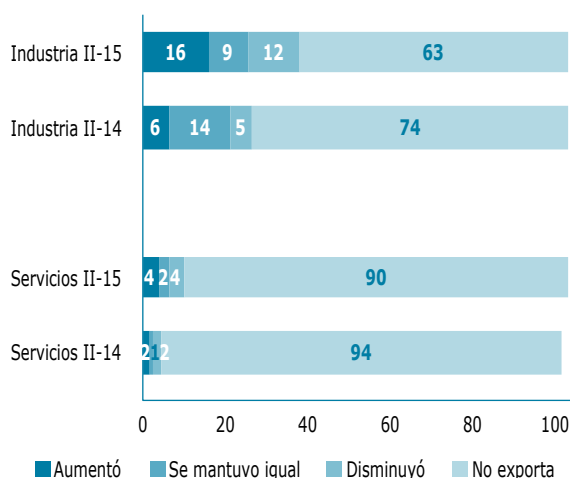


Gráfico 39. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



igual. En el sector de servicios únicamente el 4% aumentó su volumen de exportación en el segundo semestre de 2015 con respecto al primer semestre.

Frente a las razones por las cuales no exportan, el gráfico 39 muestra que el 40% de los empresarios Pyme industriales y de servicios reportaron no estar interesados en hacerlo. Mientras que la segunda razón más frecuente por la cual los empresarios no están exportando es que consideran no tener productos de exportación (29% industria y 35% servicios). Adicionalmente, el 77% de los empresarios industriales y el 50% de los de servicios no han pensado en un plan de internacionalización (ver gráfico 40).

Gráfico 40. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

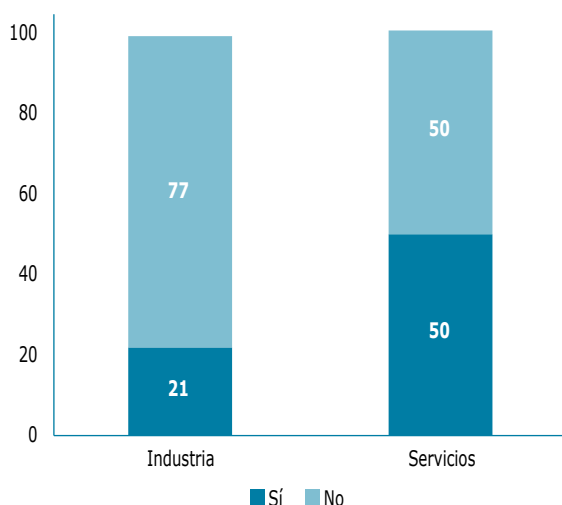
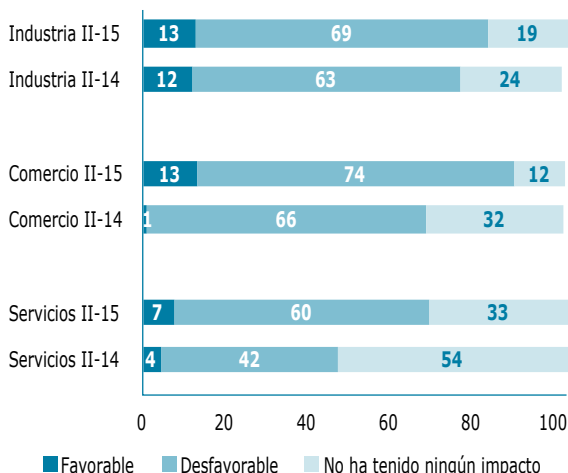


Gráfico 42. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)



En línea con esto, las expectativas sobre el volumen de exportación son bastante distintas entre el sector industrial y el de servicios de la región. Efectivamente, el 20% de los empresarios manufactureros esperaba aumentar su nivel de exportación en 2016-I, mientras que el 57% de los encuestados no esperaba exportar (muy por debajo de lo observado en las otras regiones del país). Por el contrario, el 84% del sector servicios no esperaba exportar en 2016, mientras que solo el 5% de los encuestados esperaba aumentar sus exportaciones.

Con respecto a la reciente devaluación que ha sufrido el país, los empresarios de los sectores de

Gráfico 41. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

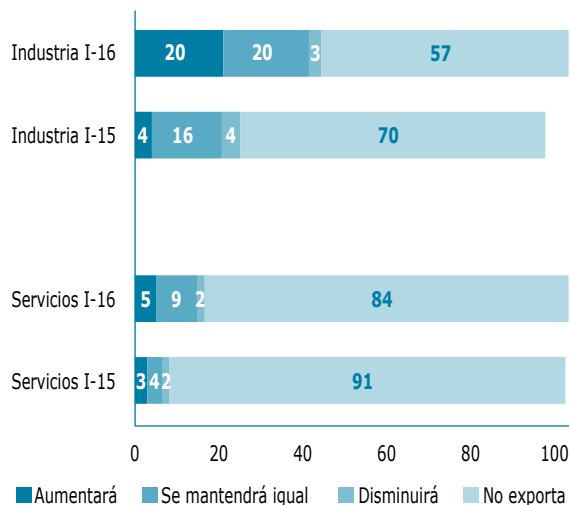
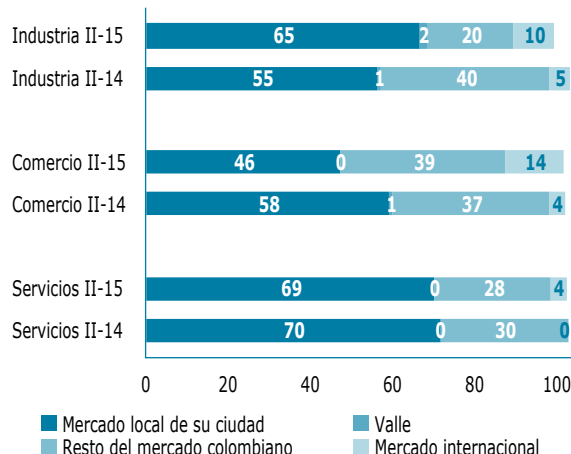


Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)



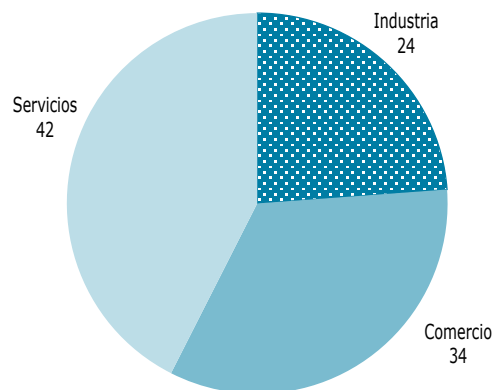
industria (69%), comercio (74%) y servicios (60%) consideraban que esta ha tenido un impacto desfavorable sobre la situación económica de sus empresas (ver gráfico 42). Por otro lado, frente a los mercados de mayor representación para las empresas Pyme de Cundinamarca, los tres macro-

sectores afirmaron que el más importante fue el mercado local (65% en industria, 49% en comercio y 69% en servicios). Asimismo, alrededor del 20%-40% de los encuestados dijo que el resto del mercado colombiano tuvo la mayor participación en sus ventas.

La Gran Encuesta Pyme

Manizales

Distribución de la muestra (%)



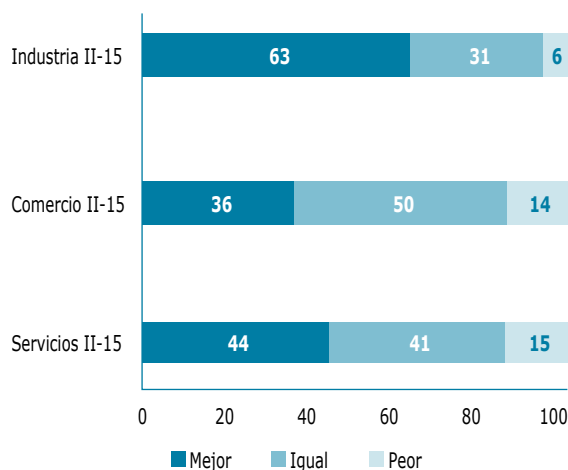
Situación actual

Segundo semestre de 2015

Los resultados de la Gran Encuesta Pyme para la ciudad de Manizales evidencian que los empresarios Pyme de esta región tuvieron una percepción positiva sobre su desempeño empresarial para los tres macrosectores analizados en el segundo semestre de 2015. En primer lugar, los empresarios del sector industrial tuvieron el mejor desempeño entre los tres macrosectores en su

actividad económica. En efecto, el 63% de los empresarios consultados tuvo una visión positiva sobre la situación actual de sus negocios. Por otro lado, el 31% de las Pymes de este sector mencionó que la situación económica se mantuvo igual en 2015-II frente al semestre anterior y solo un 6% reportó un empeoramiento en dicho período (ver gráfico 1, sección de Manizales).

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



Asimismo, se presentó una opinión favorable en las preguntas referidas a las ventas y los pedidos. Allí, el porcentaje de los pequeños y medianos empresarios industriales que vieron un incremento de estas variables durante el segundo semestre de 2015 con respecto al semestre inmediatamente anterior fue del 65% y del 66%, respectivamente (ver gráficos 2 y 4). En cambio, solo un 8% de los industriales vio disminuidas sus ventas y un 8% sus pedidos. En este sector, el crecimiento anual de las ventas empresariales estuvo entre el 0% y el 10% para más de la mitad de las firmas encuestadas (55%).

Las Pymes comerciales manizalitas percibieron resultados buenos, pero no tan positivos como lo observado en el sector industrial. Esto se refleja en que los porcentajes de favorabilidad alcanzaron un 36%, un 39% y un 38% en materia de situación económica general, ventas y pedidos, respectivamente. Por su parte,

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

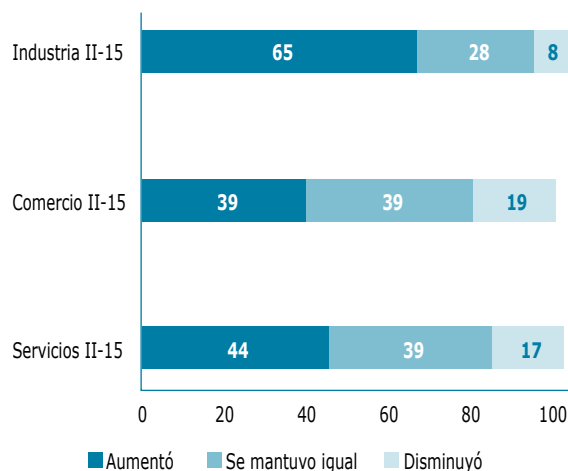
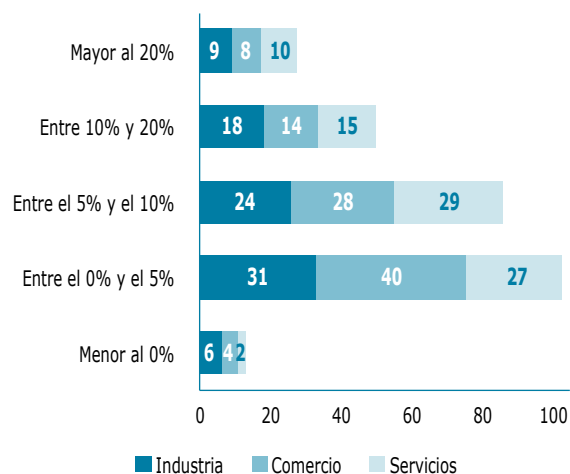


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:



el sector servicios presentó el segundo mejor desempeño en el segundo semestre de 2015. El porcentaje de empresarios de servicios que vieron mejorar dichas variables fue del 44% en situación económica actual, el 44% en ventas y el 42% en pedidos, durante 2015-II. El crecimiento de las ventas, al igual que en industria, se ubicó en su gran mayoría en el rango del 0% al 10% (68% en comercio y 56% en servicios).

El 91% de las Pymes industriales y el 83% de las de comercio afirmaron que el nivel de existencias durante el segundo semestre de 2015 se mantuvo igual con respecto al primer semestre del mismo año. Tan

solo el 8% y el 7%, en cada caso, no contaron con niveles de existencias suficientes durante el mismo período (ver gráfico 5).

Por otra parte, el 62% de los industriales de esta región encuestados consideró que su nivel de producción industrial se incrementó, el 31% que se mantuvo igual y solo el 8% de ellos sufrió una disminución en esta variable en 2015-II (ver gráfico 6). Lo anterior va en línea con la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI) registrada en dicho período. De hecho, el 79% de las Pymes industriales de Manizales utilizó entre el 60% y el 100% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 7).

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2015 (%)

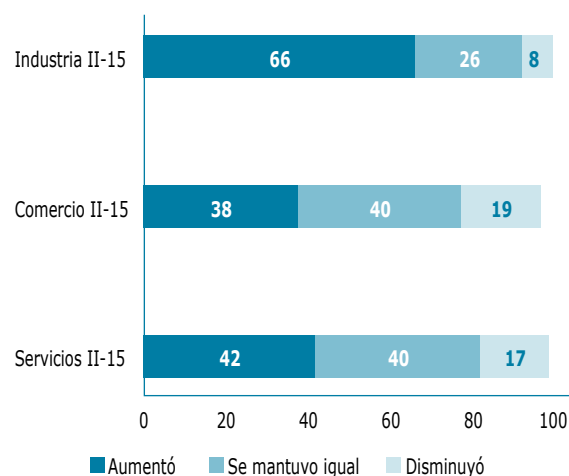


Gráfico 5. Existencias (%)

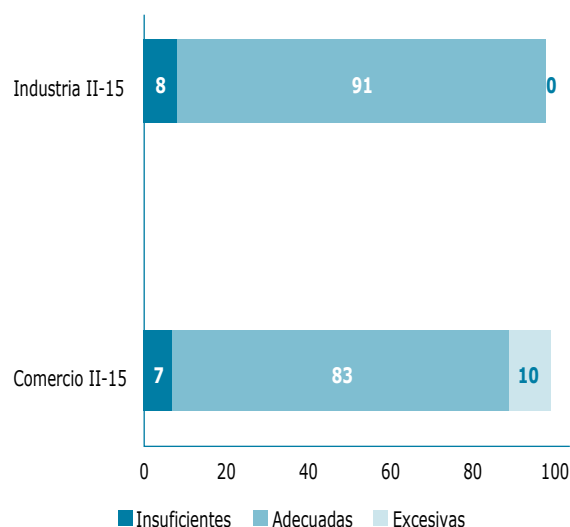


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2015, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2015 (%)

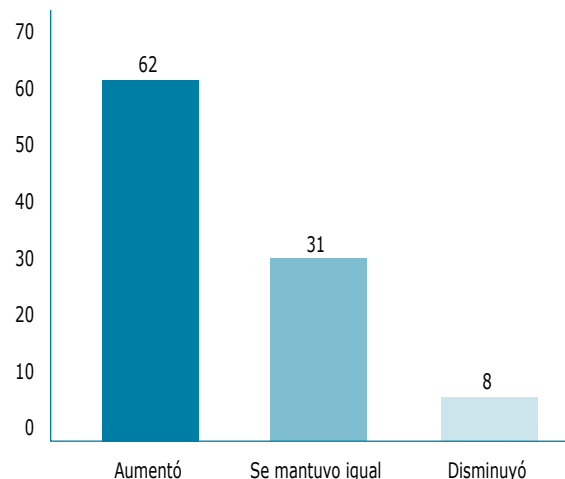
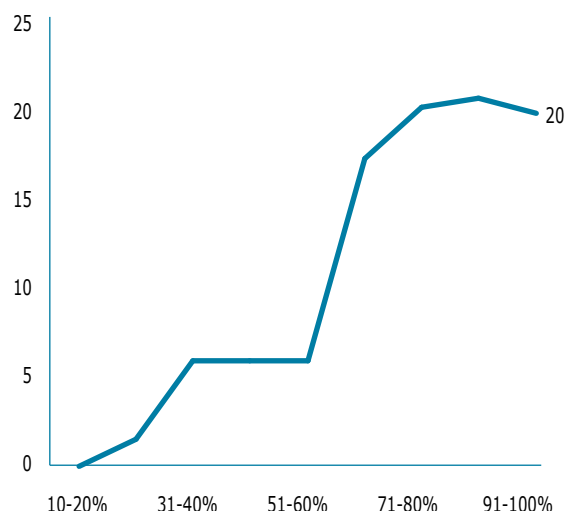


Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes Industriales)



Al parecer, la capacidad de las empresas fue suficiente para atender la demanda del mercado, pues el resultado obtenido para la pregunta sobre producción industrial muestra que el 53% de las Pymes de esta región de Caldas mantuvo constante la inversión en maquinaria y equipo en el segundo semestre de 2015 y únicamente un 5% la redujo (ver gráfico 8). Sin embargo, cabe resaltar que un 43% de las firmas incrementó esta inversión, lo que señala el fortalecimiento del sector industrial en esta ciudad del país.

El gráfico 9 muestra cómo la mayoría de las Pymes de los macrosectores de industria y comercio manifes-

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2015 (%)

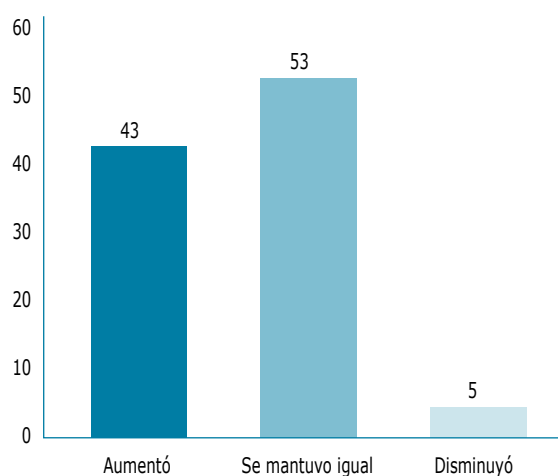
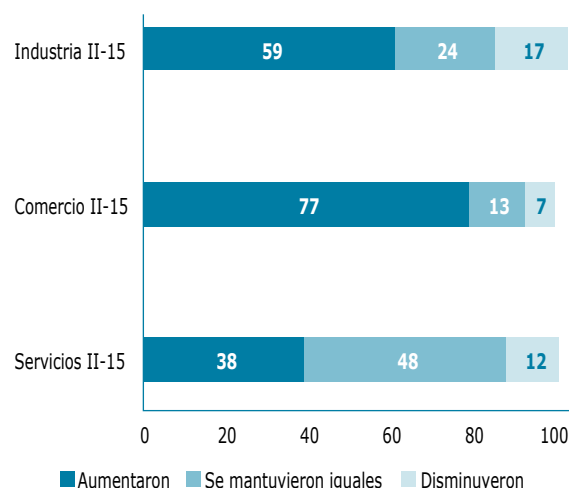


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2015, los costos durante el segundo semestre de 2015 (%)



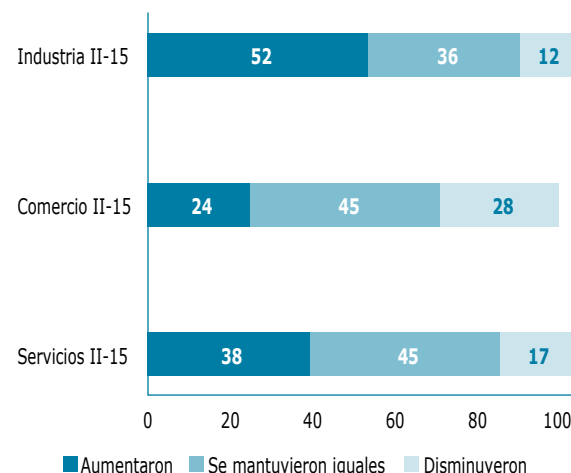
tó haber enfrentado un aumento en los costos de sus insumos en el segundo semestre de 2015 (un 59% y un 77%, respectivamente). En contraste, en el sector de servicios primó la estabilidad de esa variable, pues un 48% de los encuestados reportó que esta se había mantenido constante durante dicho lapso.

Entre tanto, los márgenes mostraron un comportamiento estable en comercio y en servicios, y levemente positivo en industria. En efecto, según el gráfico 10, la mayoría de los empresarios de comercio y servicios observó una estabilización de sus márgenes de ganancias durante este período (un 45% para ambos casos). Por su parte, entre los empresarios industriales prevaleció un comportamiento levemente favorable, ya que un 52% de los entrevistados reportó que esta variable se incrementó en 2015-II.

En cuanto al empleo, este no mostró mucho dinamismo en ningún macrosector manizalita. La mayoría de los empresarios mantuvo igual su planta de personal durante el segundo semestre de 2015, un 56% en el caso de industria, un 73% en el caso de comercio y un 57% en el de servicios (ver gráfico 11). En el sector industrial (36%) y de servicios (32%), más de la quinta parte del total de las Pymes encuestadas incrementó sus niveles de contratación de trabajadores.

La gran mayoría de los empresarios de los sectores de industria (87%), comercio (83%), y servicios (96%) no ha pensado o realizado una relocalización geográfica de su negocio para la reducción de sus costos de transporte. En efecto, solo lo ha conside-

Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2015, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



rado menos del 10% de los empresarios en cada uno de los tres macrosectores.

Las Pymes industriales identificaron la tasa de cambio (23% de los entrevistados), otros inconvenientes (22%) y los altos impuestos (17%) como los principales problemas para el desarrollo de su actividad empresarial. Los costos de los insumos se ubicaron en el cuarto lugar, con una participación del 16% (ver gráfico 13).

Entre tanto, la superficie de ventas tuvo un comportamiento estable, pues un 68% de los comercian-

tes reportó que esta variable se mantuvo igual durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 14). Por el contrario, el 22% de los empresarios reportó un incremento de esta variable, mientras que un 7% afirmó que esta se redujo.

Complementando esto, las Pymes comerciales de Manizales consideraron la competencia con las grandes superficies como el principal problema para el desarrollo de sus actividades (un 25% de los entrevistados). Los altos impuestos y la falta de demanda se ubicaron en el segundo y tercer lugar, con una participación del 15% y del 12%, respectivamente. Por su parte, el problema aso-

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2015, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

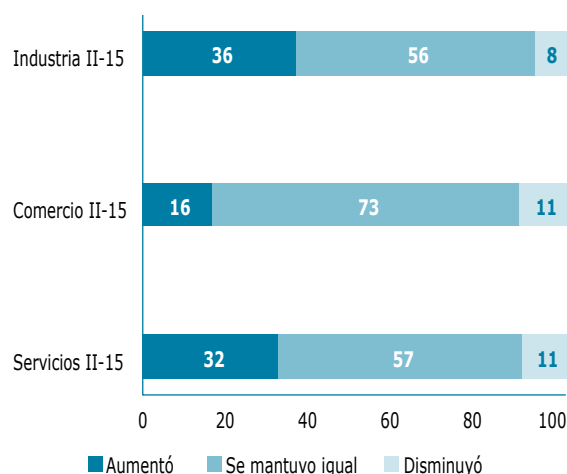


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

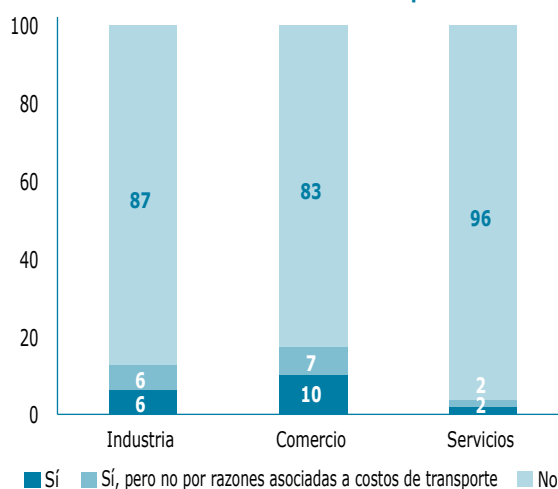


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

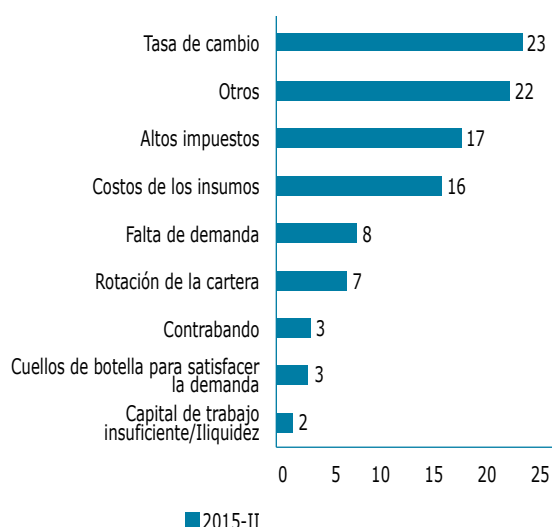
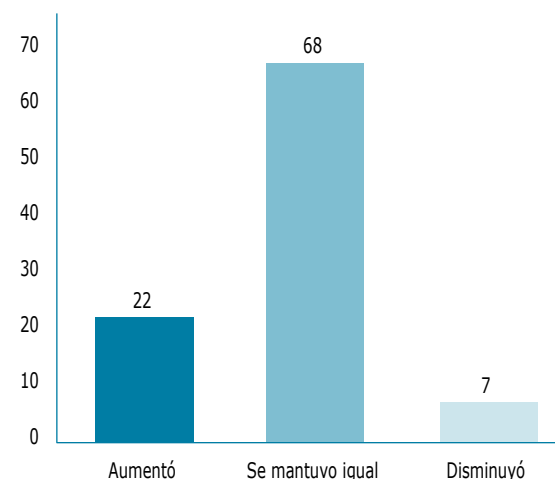


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2015, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2015 (%)



ciado al contrabando obtuvo un porcentaje del 11%, seguido por la rotación de cartera con el 9% (ver gráfico 15).

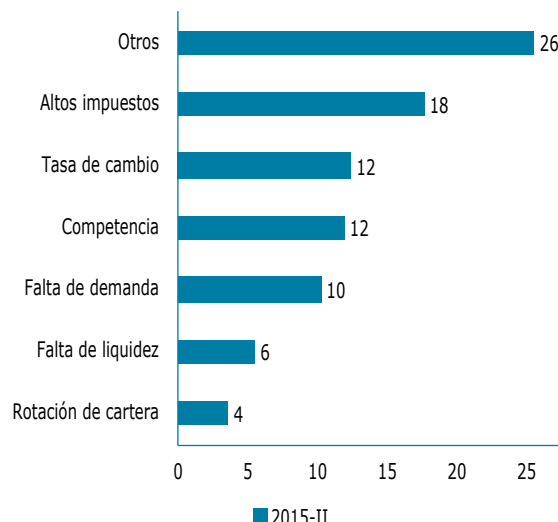
Finalmente, para las pequeñas y medianas empresas de servicios, el principal problema fueron

otros inconvenientes, con una proporción del 26%, seguida por los altos impuestos con una participación del 18%. El tercer puesto lo alcanzó la opción de tasa de cambio escogida por un 12% de los encuestados (ver gráfico 16).

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)



Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



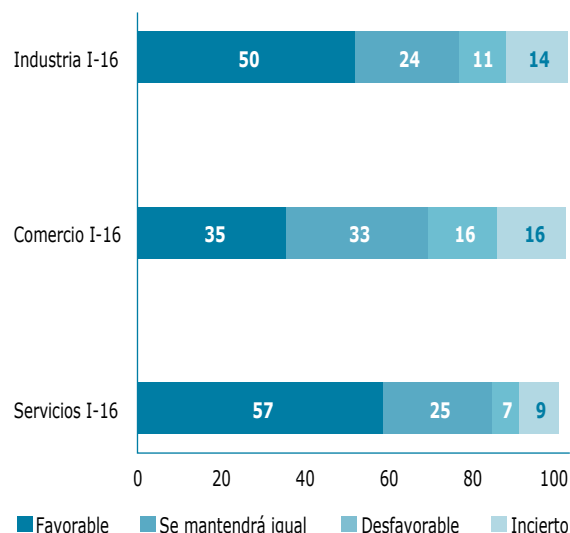
Perspectivas Primer semestre de 2016

Las perspectivas frente al primer semestre de 2016 fueron optimistas para los pequeños y medianos empresarios de la ciudad de Manizales, especialmente para los pertenecientes a los sectores de industria y servicios. En efecto, el 50% de las Pymes de industria y el 57% de servicios esperaban que la evolución de sus empresas al cierre de ese período fuera favorable (ver gráfico 17). La misma opinión la compartieron el 35% de los comerciantes. Entre tanto, se resalta que la perspectiva neutra en cuanto a la situación económica ascendía al 24% de los industriales, el 33% de los comerciantes y el 25% de los prestadores de servicios. La proporción de empresarios con perspectivas negativas sobre su desempeño general fue baja, con cifras inferiores al 16% para los tres macrosectores. Sin embargo, hubo un alto porcentaje de encuestados que reportaron incertidumbre, el cual fue particularmente significativo en comercio (16%) e industria (14%), y más bajo en servicios (9%).

En cuanto al nivel de producción industrial, el 46% de los empresarios manufactureros de la capital del departamento de Caldas consideró que este

se incrementaría en el primer semestre de 2016 y el 39% consideró que se mantendría igual, dando indicios de un desempeño positivo a corto plazo (ver gráfico 17).

Gráfico 17. Desempeño general (%)



fico 18). Con respecto al nivel de pedidos, los resultados más recientes evidenciaban que los empresarios manufactureros y de servicios tenían expectativas positivas frente a la evolución de su demanda futura. En efecto, el porcentaje de respuestas favorables fue del 47% para las Pymes industriales y del 55% para las de servicios. En cambio, solo el 28% del total de empresarios de comercio esperaba un incremento de esta variable en 2016-I (ver gráfico 19).

Para el primer semestre de 2016, las Pymes manufactureras de Manizales anticipaban estabili-

dad e incrementos en la inversión en maquinaria y equipo (gráfico 20). En efecto, el 43% de ellas afirmó que esta se mantendría igual y el 38% pensaba incrementarla, mientras que solo el 14% consideraba que disminuiría.

En materia de ventas, el 28% de las Pymes comerciales y el 54% de las de servicios preveían un incremento en ventas durante el primer semestre de 2016 (ver gráfico 19). Estas cifras resultaron más altas que la proporción de empresarios que esperaban una caída de esta variable (24% y 13%, respectivamente).

Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2015, la producción industrial en el primer semestre de 2016 (%)

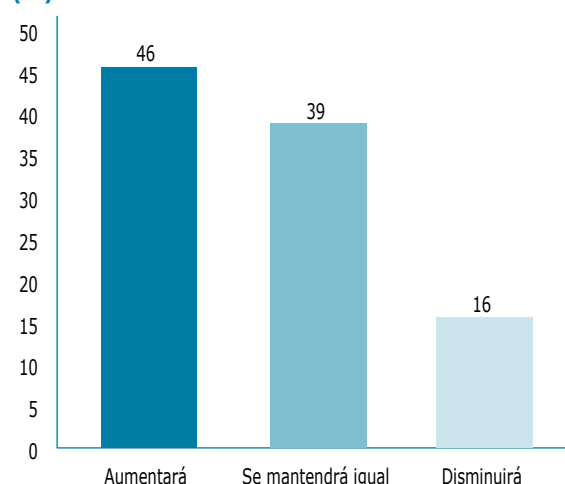


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

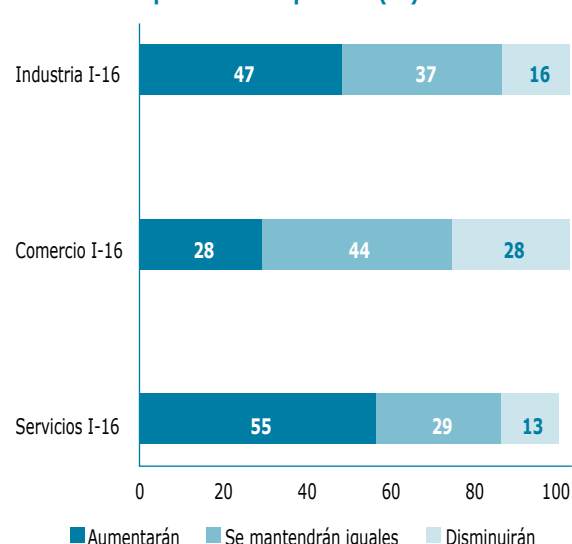


Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2016 (%)

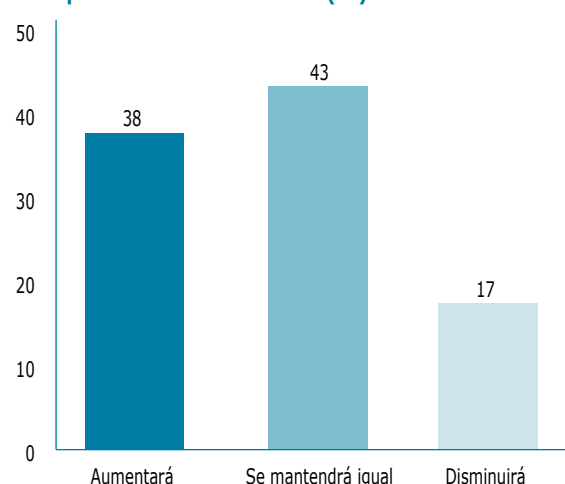
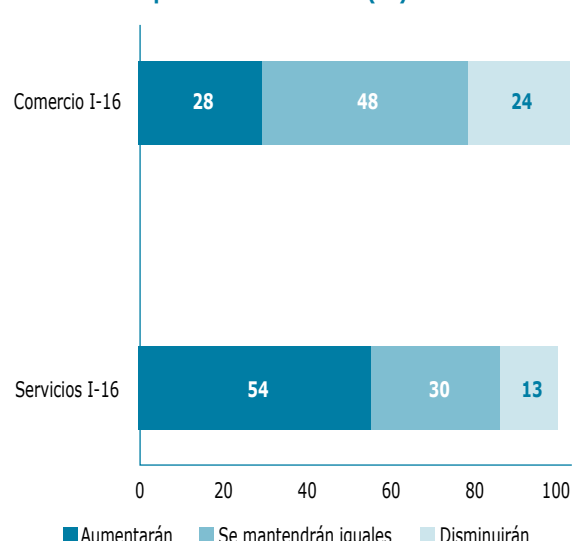


Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

El 33% de las empresas manufactureras de Manizales, el 44% de las comerciales y el 29% de las de servicios acudieron al crédito bancario para satisfacer sus necesidades financieras en el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 22). Los resultados de aprobación fueron mayores al 95% para los tres macrosectores, especialmente en industria y servicios,

donde el 100% de las solicitudes fue aprobado (ver gráfico 23).

El crédito a mediano plazo (entre 1 y 3 años) fue el más solicitado por los encuestados de industria (38%) y comercio (51%), mientras que el de largo plazo (mayor a 3 años) fue el mayormente solicitado

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

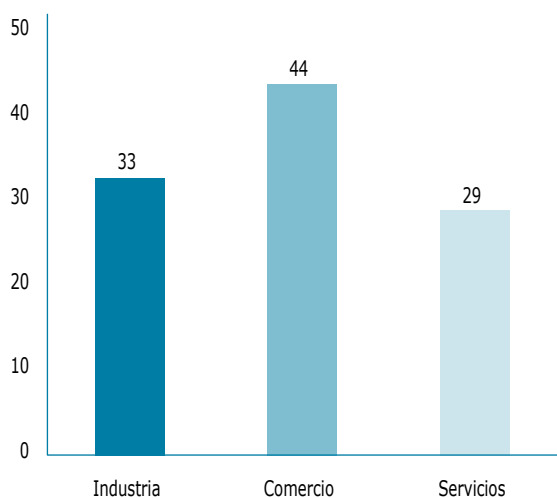


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

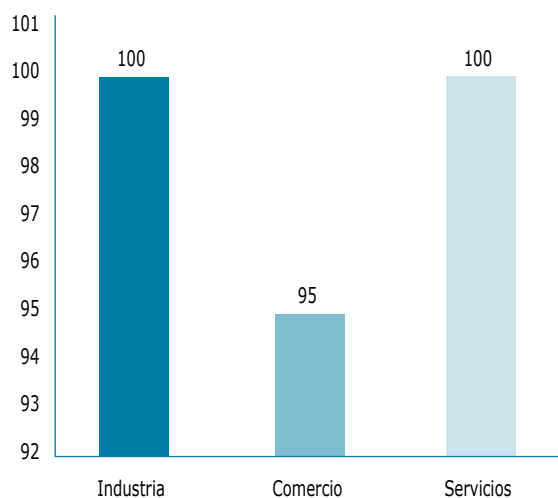


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

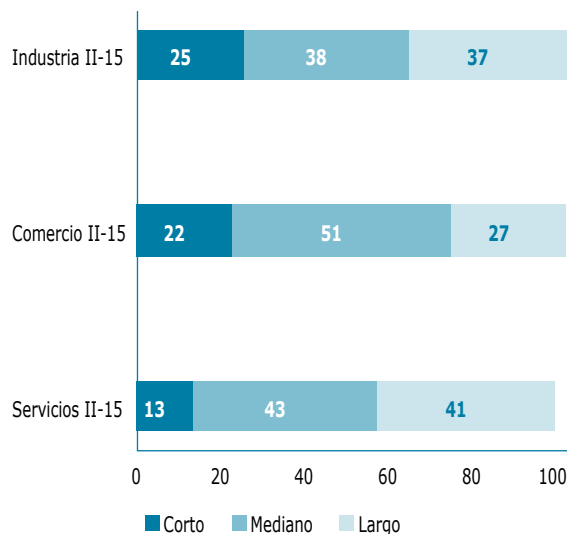
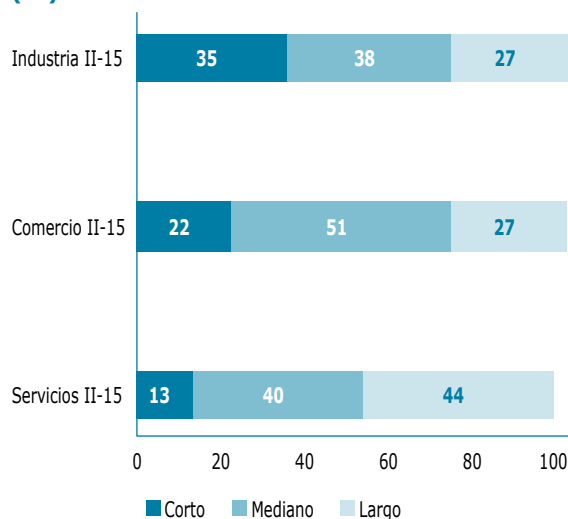


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



por las Pymes de servicios (44%). Dicha tendencia se presentó también a nivel de aprobación, alcanzando porcentajes idénticos para el mediano plazo en industria y comercio, y similares para el largo plazo en servicios (41%), ver gráficos 24 y 25. En segundo lugar, los encuestados de industria prefirieron los créditos a corto plazo, con un nivel de solicitud del 35% y una aprobación del 25%. Por su parte, en servicios el mediano plazo fue la segunda opción preferida, con una proporción de solicitud y aprobación del 40% y el 43%, respectivamente. Los encuestados de comercio

prefirieron los créditos de largo plazo, con una solicitud del 27%.

La satisfacción de los empresarios de Manizales frente al monto de los créditos recibidos fue superior o igual al 93% para los tres macrosectores analizados. En efecto, el 95% de las Pymes industriales, el 98% de las comerciales y el 93% de las de servicios se sintieron satisfechas con el monto del crédito obtenido (ver gráfico 26). Estos resultados se consideran muy positivos y reflejan una armonización entre el sector financiero y el sector real de esta región.

El flujo de crédito para las pequeñas y medianas empresas ha mostrado una tendencia similar para los tres macrosectores, alcanzando costos de endeudamiento bajos, ya que la tasa más común para los créditos otorgados fue de hasta DTF+4 puntos (34% de las industriales, 49% de las comerciales y 85% de las de servicios). Como segunda opción estuvo la tasa entre DTF+4 y DTF+8, con niveles de escogencia del 34% y del 22% para el total de encuestados industriales y de comercio respectivamente (ver gráfico 27).

El nivel de satisfacción respecto a la tasa de interés fue mayor al 60% para el total de las Pymes. En el caso de la industria, el porcentaje de satisfacción fue del 63%, en comercio se registró un 66%, y en servicios se tuvo el más alto, con un 84%

Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

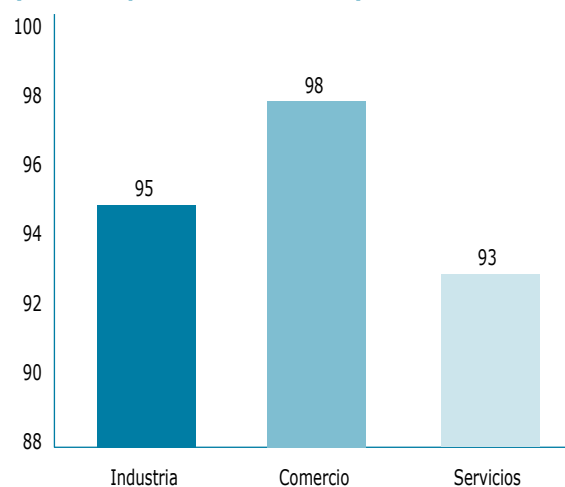


Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

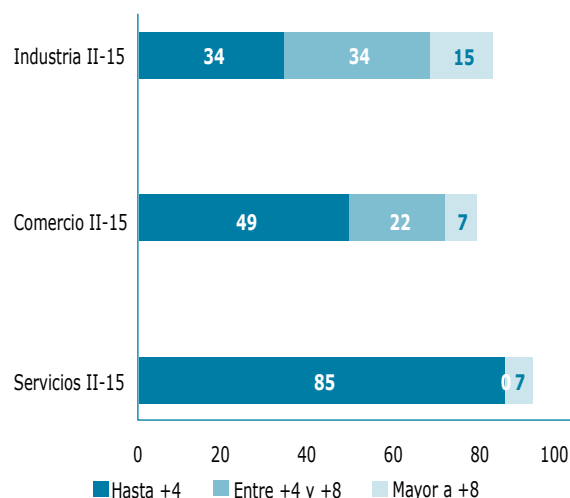
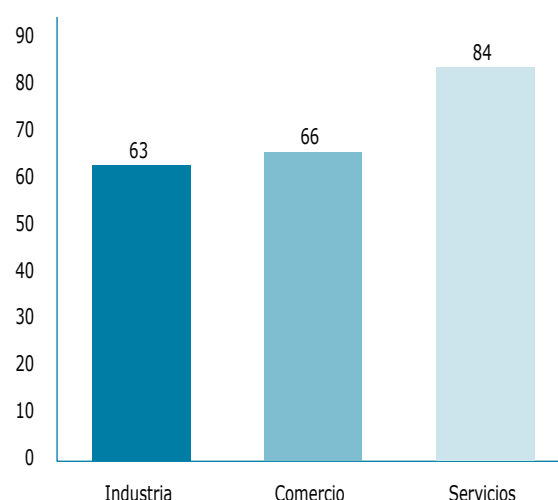


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



(ver gráfico 28). Esto es consistente con el hecho de que los empresarios de servicios enfrentan los menores costos de endeudamiento dentro de los sectores encuestados.

Los recursos de las Pymes de esta ciudad solicitados al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo; el 63% en industria, un 93% en comercio y un 47% en servicios. En segundo lugar se ubicó la consolidación del pasivo como principal destino de los recursos para las Pymes comerciales y de servicios, con una proporción del 12% y del 34% respectivamente. En cambio, dentro del sector industrial adquirieron particular importancia la compra o arriendo de maquinaria (38%).

Cabe destacar que las remodelaciones y adecuaciones tuvo una significativa relevancia en industria (24%) y servicios (28%), ver gráfico 29.

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el 35% de las Pymes industriales, el 50% de las comerciales y el 57% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento distinta al crédito bancario en el segundo semestre de 2015. Los proveedores son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de comercio (22%) y servicios (21%), mientras que en industria fueron los recursos propios de las firmas (28%). El *leasing* tuvo una baja penetración, alcanzando valores inferiores al 16% para los tres macrosectores.

Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

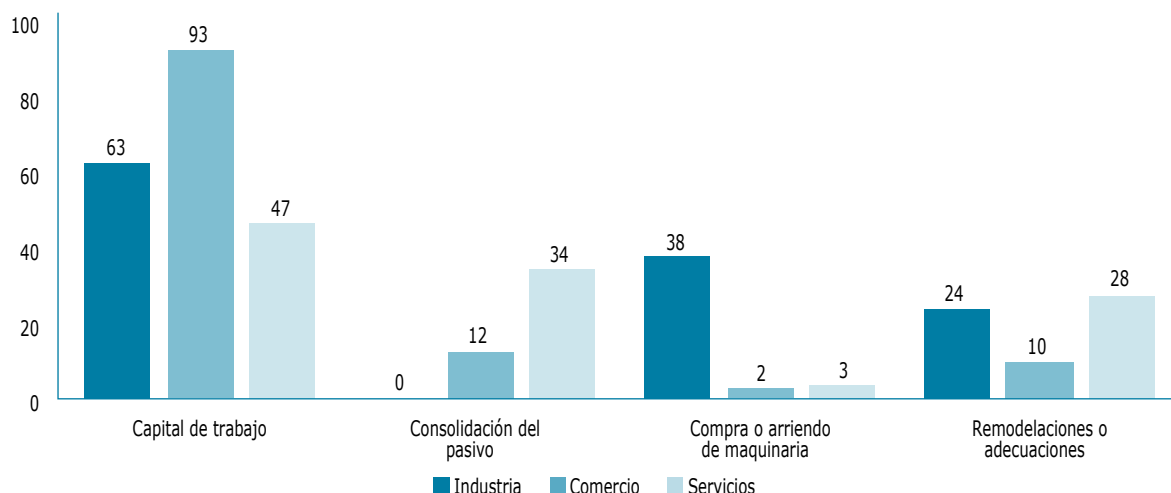


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

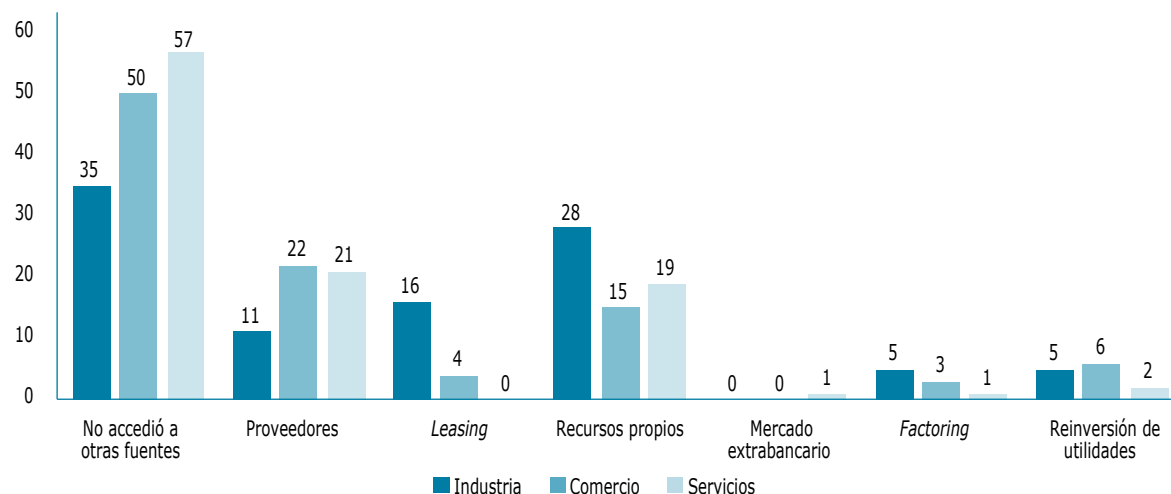
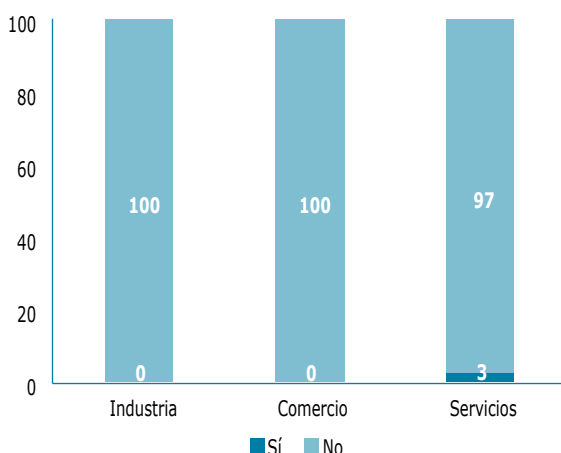


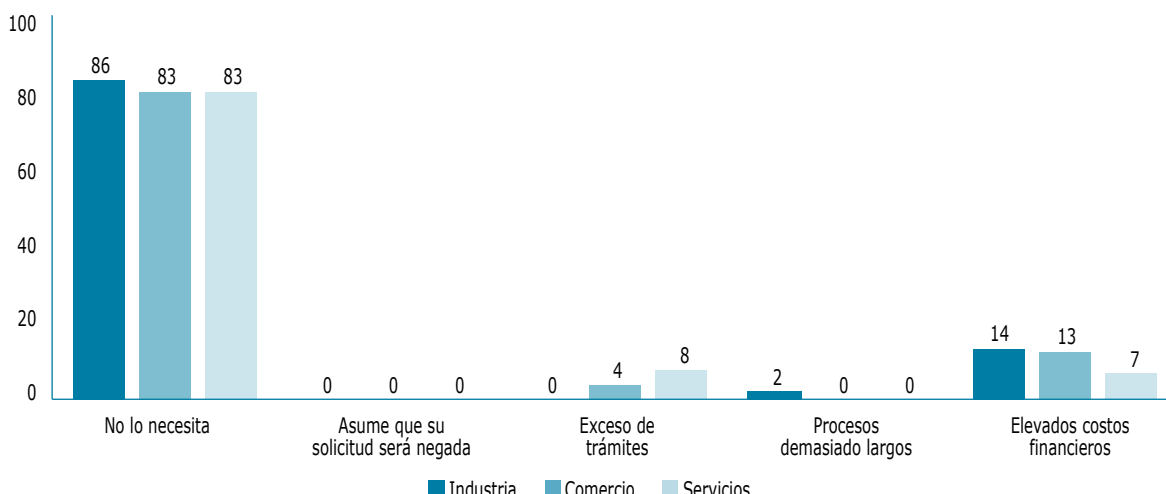
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año? (%)



Cabe destacar que en el caso del *factoring*, su uso en Manizales fue bajo, con registros menores al 5% para el total de las Pymes (ver gráfico 30). En los tres macrosectores se evidenció el bajo acceso a recursos de fondos de capital privado, con una proporción inferior al 3% (ver gráfico 31).

La principal razón por la cual las Pymes de Manizales de los tres macrosectores no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 86% en industria, y un 83% en comercio y servicios). Adicionalmente, los resultados de esta primera medición en la capital de Caldas indicaron que para el 14% de las Pymes industriales, el 13% de las comerciales y el 7% de las de servicios, la razón que explica la no solicitud de crédito bancario son los elevados costos financieros (ver gráfico 32).

Gráfico 32. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes industriales y de servicios de Manizales fue obtener un certificado de calidad (un 37% y un 33%, respectivamente) en el primer semestre de 2016. Para los empresarios comerciales la capacitación de su personal constituyó su principal inversión (16%). En segundo lugar, los empresarios industriales (22%) se enfocaron en lanzar un nuevo producto, mientras que los

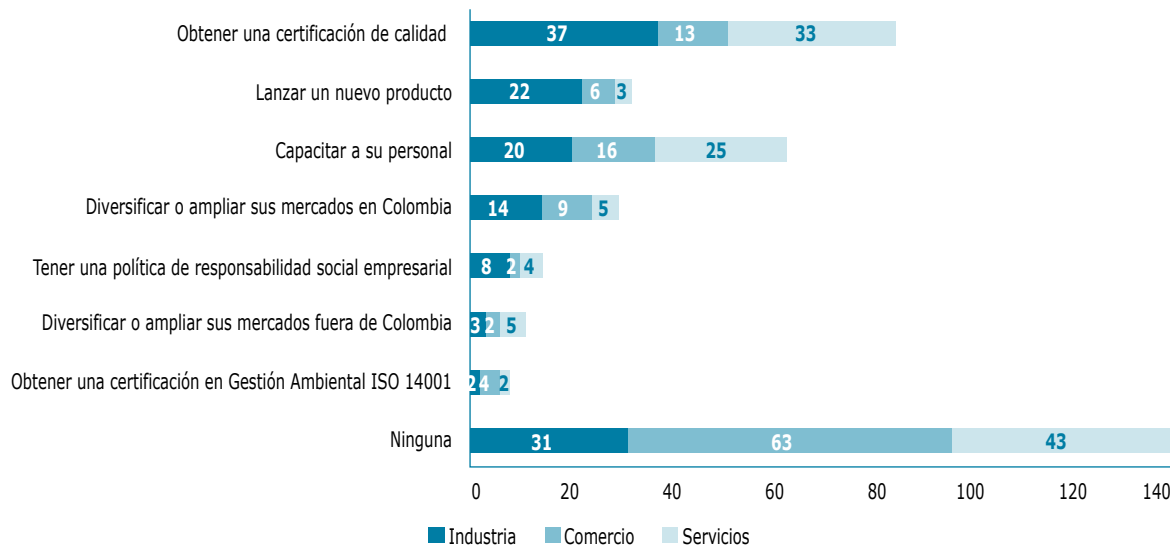
de servicios procuraron capacitar a su personal (25%). A su vez, las firmas comerciales buscaron obtener un certificado de calidad (13%) en 2016-I (ver gráfico 33).

Es importante mencionar que el porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2016 fue bastante alto, especialmente en el sec-

tor comercio donde más de la mitad de las Pymes no hizo ningún tipo de gestión (63%). Cabe destacar que en servicios el porcentaje también resultó

significativo (43%), e incluso en industria donde se encontró el porcentaje más bajo de empresas que no efectuaron ninguna acción de este tipo (31%).

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Mercado Laboral

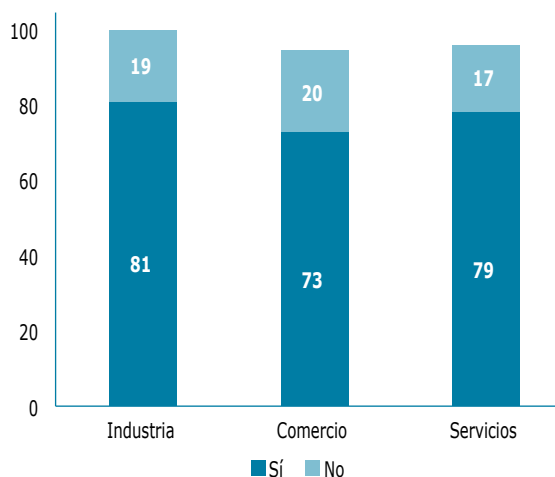
La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación, analizaremos los resultados de esta indagación en Manizales.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital caldense 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 sí cumplía con las necesidades que demandaban sus firmas (81% industria, 73% comercio y 79% 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 sector manufacturero Pyme de Manizales abogó principalmente por una formación que responda más a las necesidades de la industria (58%) y el desarrollo de programas duales que combinen la teoría con la práctica (18%). Por su parte, las firmas

comerciales sugirieron intensificar el pensum académico (34%) y el desarrollo de programas duales (16%). Finalmente, las empresas del sector servicios recomendaron principalmente la implementación de programas duales (61%).

Gráfico 34. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa(%)



Cuando se indagó por la distribución de la contraprestación salarial de sus empresas, se encontró que en industria, comercio y servicios más de la mitad de los empleados ganaba el salario mínimo (54%, 65% y 45% en cada caso), ver gráfico 36. La siguiente remuneración salarial con mayor frecuencia se evidenció en el rango entre los 2 y 4 salarios mínimos (42% en industria, 29% en comercio y 48% en servicios). Asimismo, se observó que menos del 5% de los empleados de los tres macrosectores devenga más de 4 salarios mínimos y menos de 10. De hecho, ningún empleado de las Pymes manizalitas encuestadas gana un sueldo que sobrepase los 10 salarios mínimos.

Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinseradas en su empresa. Se encontró que más del 17% de las empresas industriales, comerciales y de servicios Pyme de Manizales lo haría siempre y cuando tuvieran la formación y capacitación requerida y les dieran incentivos tributarios (30%, 17%, 18% en cada caso), ver gráfico 37. Adicionalmente, se destacó que el sector de industria (20%) y comercio (29%) manifestaron que lo harían siempre y cuando tuvieran la formación requerida. Por otro lado, el 19% de las firmas industriales y el 33% de los comerciales, junto con el 10% de las empresas de servicios, expresaron no querer hacerlo bajo ninguna circunstancia.

Gráfico 35. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)

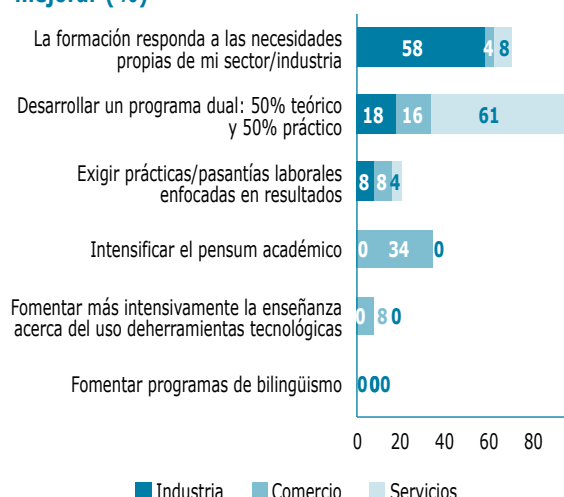


Gráfico 36. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%)

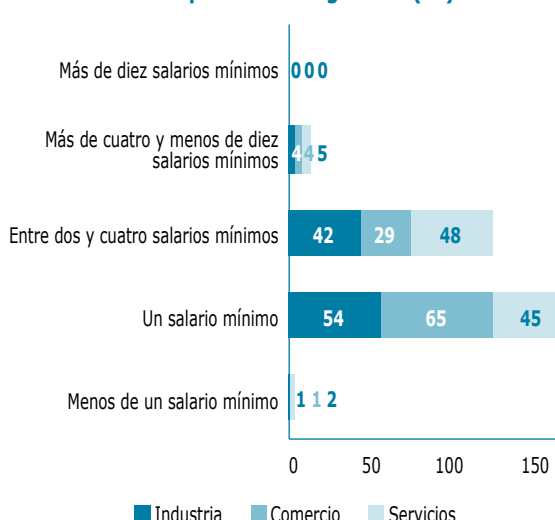
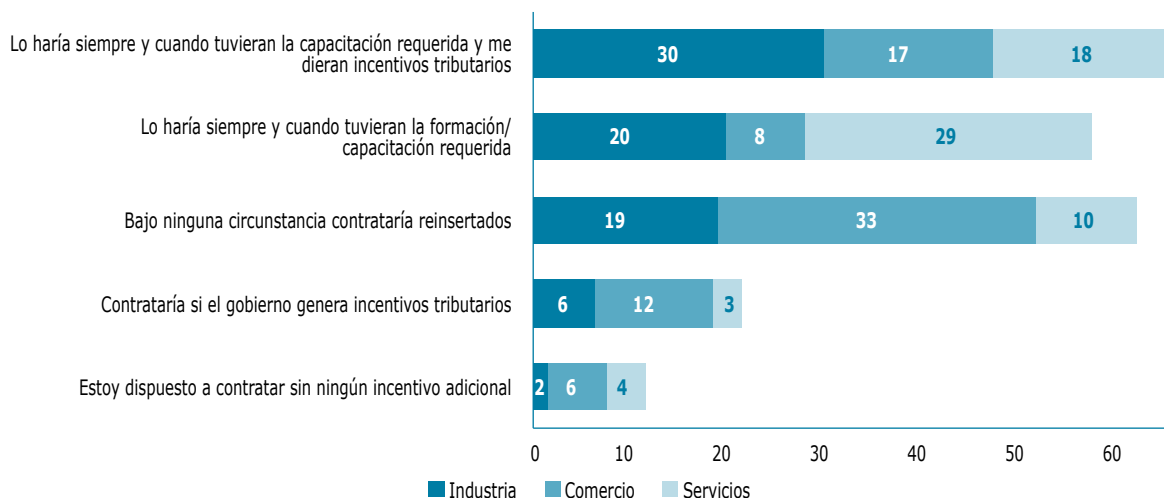


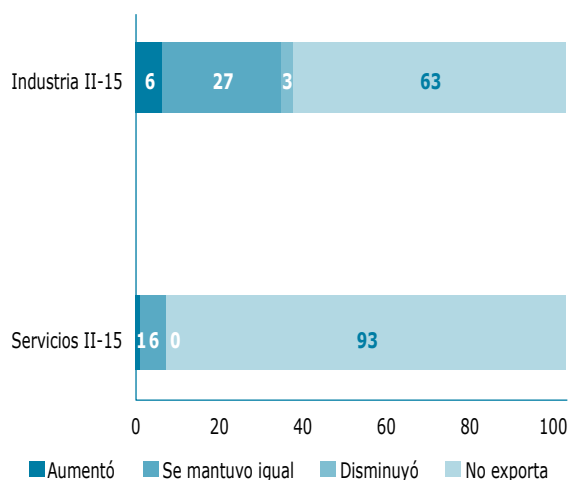
Gráfico 37. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinseradas en su empresa



Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta primera lectura de la Encuesta, en la ciudad de Manizales se encontró que el 63% de las Pymes industriales y el 93% de las de servicios no realizaron exportaciones durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 38). Entre tanto, solamente un 6% de los empresarios manufactureros aumentó sus ventas al exterior, cifra que para el sector servicios fue casi nula (1%).

Gráfico 38. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



La principal razón por la cual las Pymes industriales de Manizales no exportan se debe a que no están interesadas en hacerlo (39%), ver gráfico 39. Los empresarios de este sector también señalaron que no contaban con información sobre potenciales mercados para sus productos (22%), y tampoco sabían cómo hacerlo (10%). Por su parte, las Pymes de servicios consideraron que la principal causa para no exportar era la falta de algún servicio exportable (76%).

Adicionalmente, se indagó si habían pensado en algún plan de internacionalización para su negocio. Más de la mitad de las firmas manufactureras (68%) y de servicios (64%) manifestó no haberlo hecho. En contraste, tan solo el 26% de las empresas industriales y el 30% de servicios manifestó haberlo considerado.

En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 59% de los encuestados en el sector industria y el 89% del sector servicios no preveían exportar en 2016-I. En contraste, menos de un 7% de los pequeños y medianos empresarios de la capital del departamento de Caldas esperaba incrementar su oferta exportadora para ambos macrosectores (ver gráfico 41).

Adicionalmente, se interrogó a las Pymes manizalitas sobre el impacto que ha tenido en su activi-

Gráfico 39. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?

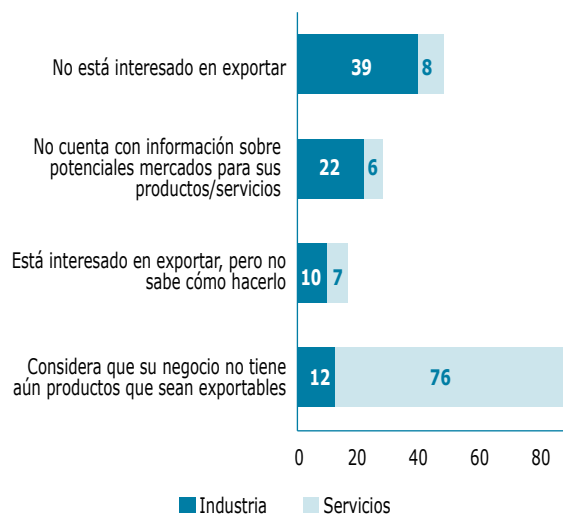
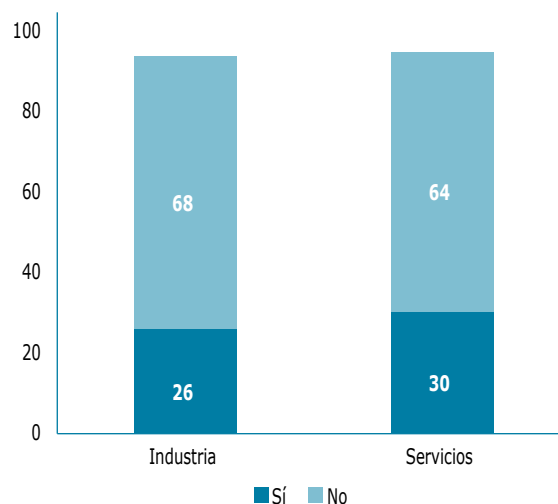


Gráfico 40. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?



dad económica la reciente devaluación que ha afrontado el país. Más de un 40% de los encuestados de los tres macrosectores reportó que este impacto ha sido desfavorable (ver gráfico 42). Esta condición es atribuible a la baja oferta exportadora de esta clase

Gráfico 41. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

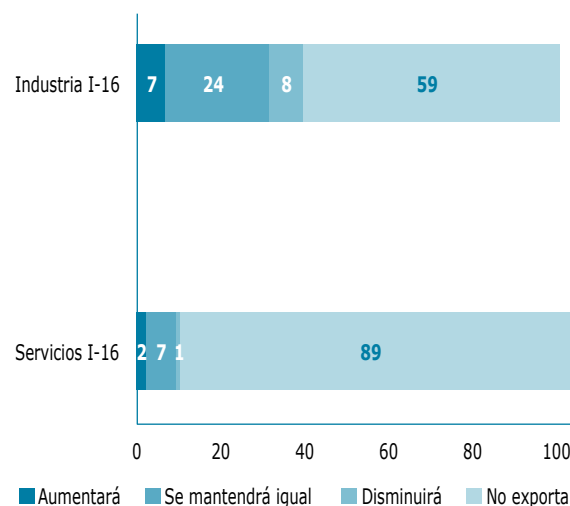
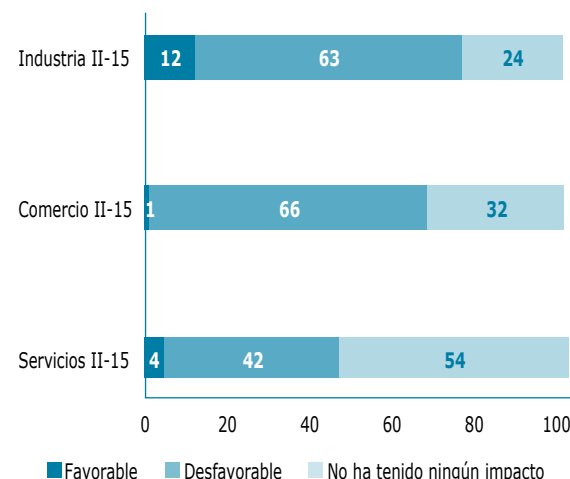


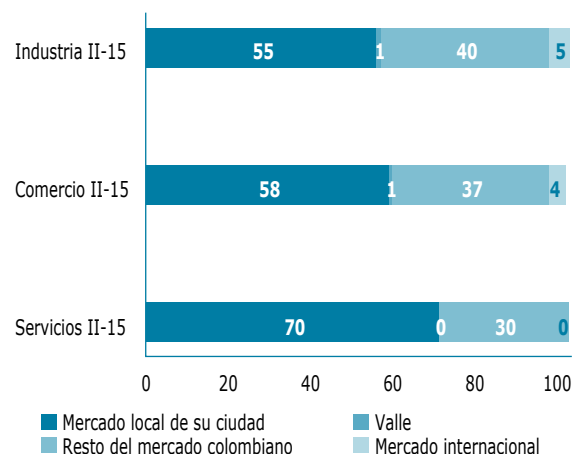
Gráfico 42. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)



de firmas (en el caso de los sectores de industria y servicios), y a los efectos en la inflación vía costos de importación que han podido encarecer los insumos de estas empresas directamente o por medio de sus proveedores. Igualmente, el sector servicios fue el que se mostró más indiferente a esta tendencia, pues un 54% de sus firmas reportó no haber percibido ningún impacto en su actividad económica por cuenta de la devaluación del peso contra el dólar.

Por último, se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de Manizales se enfocaron principalmente en el mercado local de su región (un 55% de los entrevistados industriales, un 58% de los comerciales y un 70% de los de servicios), ver gráfico 43. Entre tanto, los empresarios manufactureros (40% de los entrevistados) fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (ajeno a su región), seguidos por los comerciales (37%). Cabe destacar que nuevamente se encuentra evidencia de la baja apertura comercial de las Pymes, pues las ventas al mercado internacional muestran participaciones inferiores al 5%.

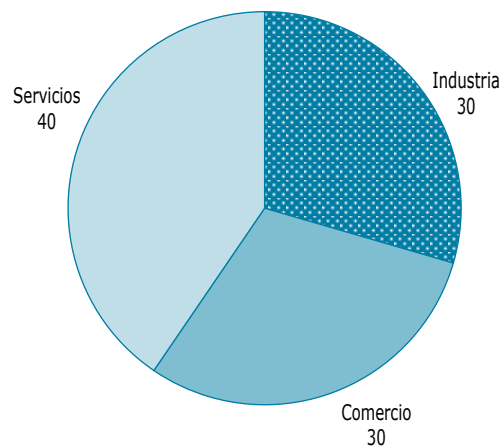
Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Medellín

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

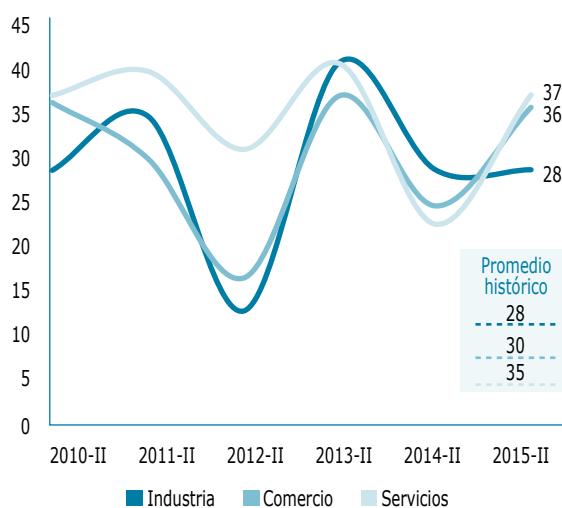
Segundo semestre de 2015

• Sector industria

El porcentaje de Pymes industriales en Medellín que reportaron una mejoría de su situación económica general fue del 41% durante el segundo semestre de 2015, similar a lo observado un año atrás. Por su parte, la proporción de empresarios industriales in-

satisfechos con su desempeño en el segundo semestre de 2015 también permaneció igual con relación al año anterior. En efecto, la proporción de encuestados que indicaron que su situación se deterioró se mantuvo en el 13% entre 2014-II y 2015-II. Todo esto llevó a que el balance de respuestas de esta variable permaneciera en 28 durante dicho período (ver gráfico 1, sección Medellín).

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)



Con respecto a la evolución de las ventas, las opiniones de los empresarios del sector industrial fueron más positivas frente a lo observado un año atrás. Se encontró un incremento entre aquellos que reportaron un aumento en el volumen de ventas del 45% en 2014-II al 49% en 2015-II. A su vez, un 12% de los industriales expresó un deterioro en el volumen de ventas en 2015-II, disminuyendo en 7 puntos porcentuales frente al dato del año anterior. Así, el balance de respuestas tuvo un aumento de 11 puntos, cerrando en 37 al corte del segundo semestre de 2015 (ver gráfico 2). En este caso, el crecimiento promedio anual de las ventas de más de la mitad de las Pymes industriales encuestadas estuvo en el rango del 0% al 10% (ver gráfico 3).

Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

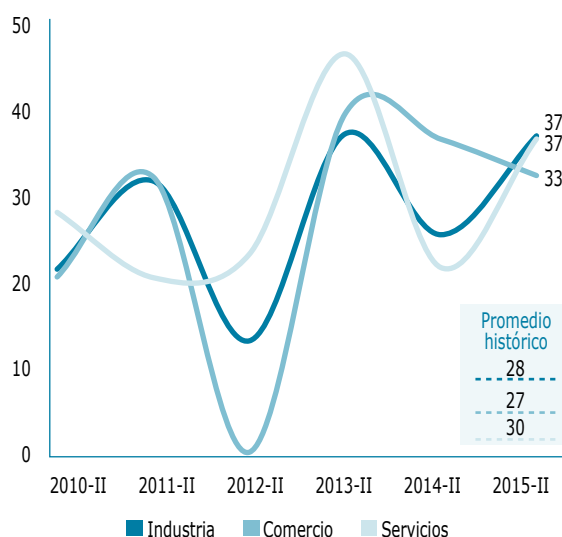
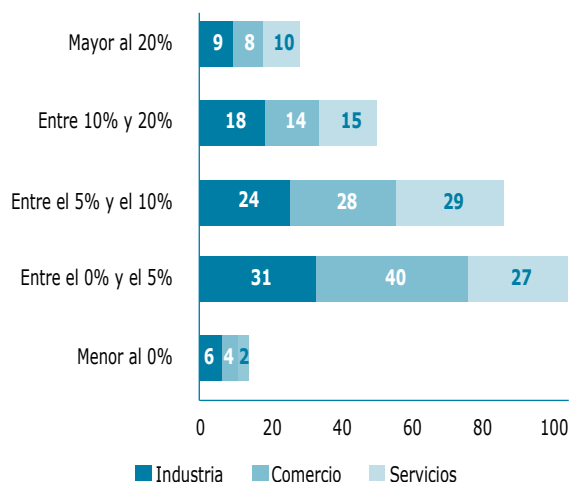
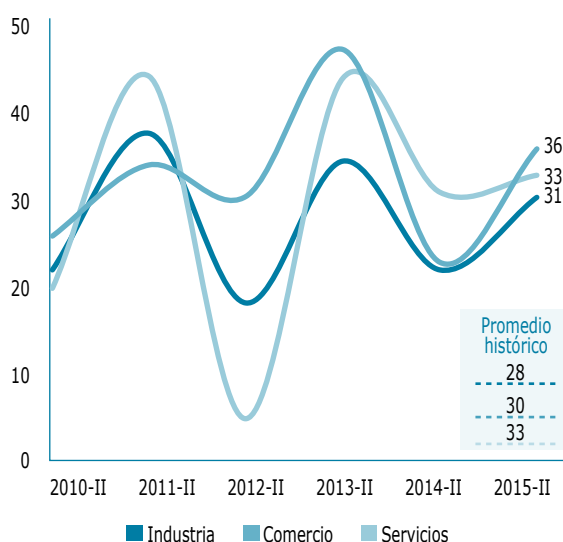


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:



Al hablar sobre el volumen de pedidos, también se pudo identificar una mejora en el balance de respuestas, el cual pasó de 23 a 31. Esta situación se explica en gran medida porque el porcentaje de Pymes que percibieron un aumento en el volumen de pedidos subió del 41% al 45% entre 2014-II y 2015-II. Adicionalmente, la proporción de empresarios que dijeron que sus pedidos habían disminuido entre los dos períodos disminuyó del 17% al 15% (ver gráfico 4). De esta manera, el mejor dinamismo de la demanda de las Pymes es congruente con un comportamiento más favorable del volumen de ventas.

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)



En cuanto al nivel de existencias, estas fueron adecuadas en el 83% de los casos en 2015-II, cifra menor en 7 puntos porcentuales a la de 2014-II. Esto sugiere que los empresarios no han logrado ajustar sus inventarios adecuadamente al incremento del nivel de ventas y pedidos (ver gráfico 5).

Esta aceleración de la demanda en las Pymes industriales de la ciudad de Medellín se ha visto respaldada por un mayor crecimiento en los niveles de producción. En efecto, el 49% de las empresas Pyme manufactureras aumentó su producción en 2015-II, creciendo 9 puntos porcentuales frente a la cifra de 2014-II. Igualmente, la producción se redujo para el 11% de los entrevistados, medida que fue ligeramente menor a la de un año atrás (15%), ver gráfico 6. Con ello el balance de respuestas se situó en 38 puntos, cifra mayor que su promedio histórico (28).

Sin embargo, se ha observado una reducción de la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), ver gráfico 7. Esto se traduce en que mientras que el 50% de las Pymes alcanzó una UCI del 75% en 2014-II, este valor bajó al 65.5% en 2015-II. Adicionalmente, en materia de inversión en maquinaria y equipo se observó un aumento en las respuestas afirmativas, ya que el 34% aumentó su inversión en 2015-II en comparación con un 23% en 2014-II. Entre tanto, el porcentaje de empresas que disminuyeron su inversión fue alto (13%), superior en 6 puntos porcentuales a la cifra del año anterior (7%). No obstante, el balance de res-

Gráfico 5. Existencias (%)

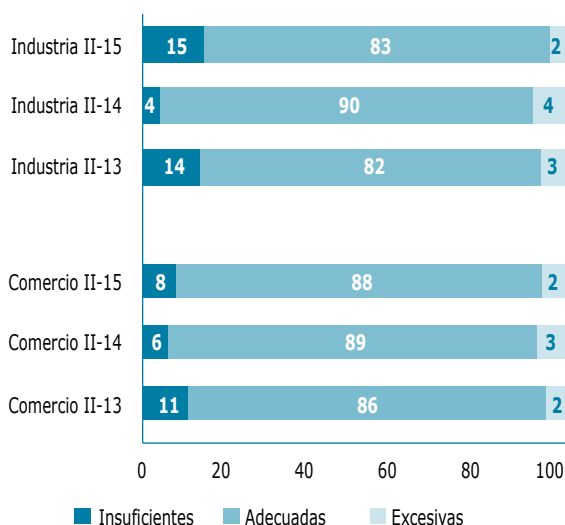
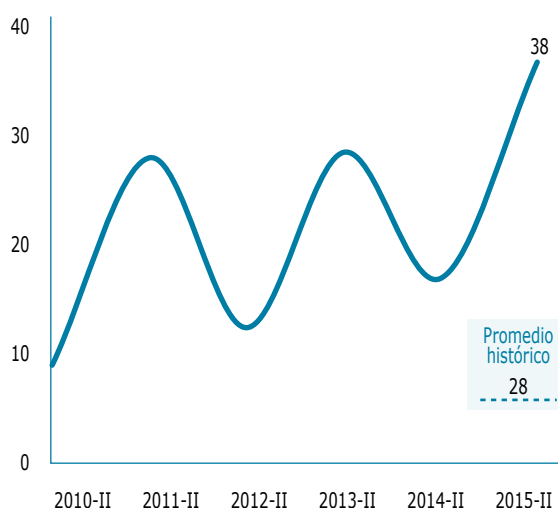


Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)



puestas de esta variable tuvo un valor de 21, por encima del promedio histórico registrado (18), ver gráfico 8.

El nivel de costos presentó un incremento. En efecto, por un lado, el 36% de los empresarios industriales antioqueños los mantuvo constantes en 2015-II, cifra inferior al 54% de 2014-II. Y, por otro lado, el porcentaje de encuestados que reportaron una reducción de esta variable disminuyó 4 puntos durante el último año, llegando al 10%. En contraste, la proporción de Pymes que enfrentaron un aumento de sus costos se

elevó del 30% al 53% durante dicho lapso, con lo cual el balance de respuestas llegó a 43, muy por encima del promedio histórico del sector (35), ver gráfico 9.

A pesar de este incremento de los costos, los márgenes de ganancia de las Pymes industriales antioqueñas tuvieron un comportamiento favorable en el último año, lo cual se refleja en el aumento del balance de respuestas de esta variable de 10 a 23, entre 2014-II y 2015-II. Particularmente, subió significativamente la proporción de empresarios que manifestaron una mejora de sus márgenes del 32% al

Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (50% de las Pymes industriales)

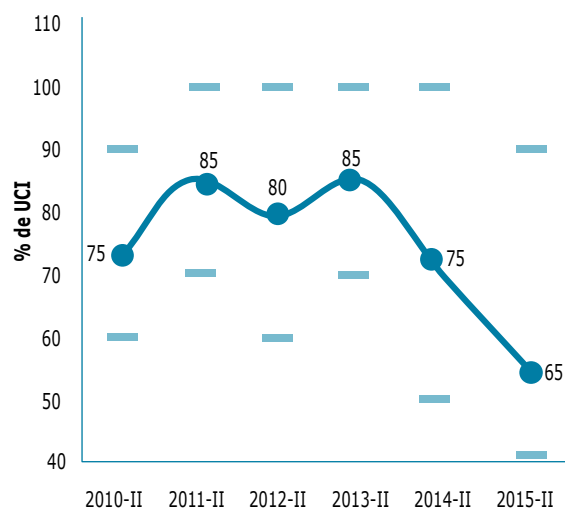


Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

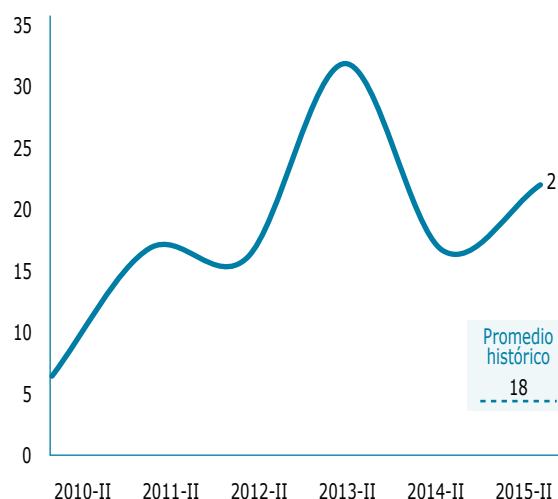


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)

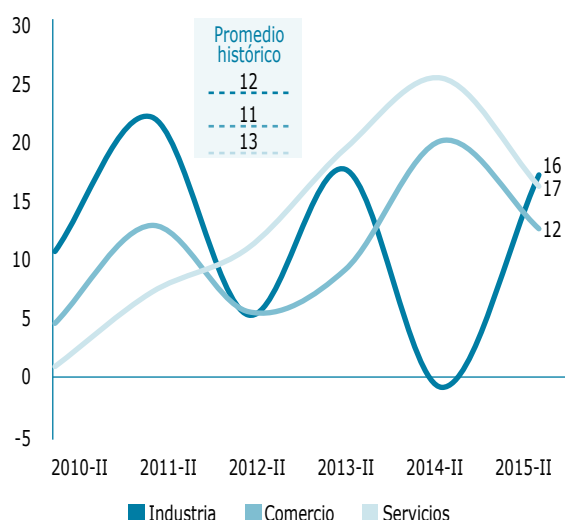
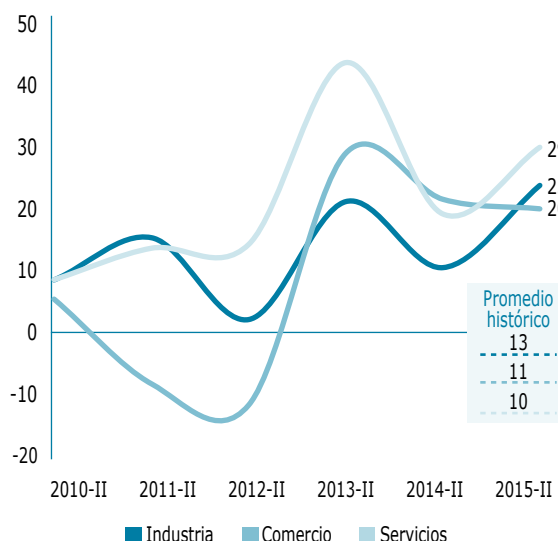


Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)



40% durante dicho lapso de tiempo (ver gráfico 10). Es decir, aunque la inflación de costos de producción que afrontaron las empresas del sector industrial en Medellín no favoreció la evolución de sus márgenes de ganancia, esto pudo ser compensado con el mejor desempeño de la demanda.

El empleo se vio afectado positivamente por las condiciones previamente descritas. En efecto, la proporción de Pymes del sector industrial en la capital de Antioquia que mantuvieron su planta de personal (62%) en el segundo semestre de 2015 fue mayor a

la mitad de los encuestados, y el porcentaje de estas empresas que aumentaron el número de trabajadores subió entre 2014-II y 2015-II (del 21% al 27%). Asimismo, el porcentaje de firmas que destruyeron empleo se redujo en 8 puntos porcentuales. Ello contribuyó a una mejora en el comportamiento del balance de respuestas a la pregunta referida al número de trabajadores contratados, el cual presentó un incremento de 16 puntos, alcanzando un registro de 17 en 2015-II (ver gráfico 11).

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales paisas, la mayoría (68%) expresó no haber pensado o realizado dicha relocalización en 2015-II (ver gráfico 12). En contraste, los empresarios que respondieron afirmativamente argumentaron querer hacerlo para reducir los costos de transporte (10%) o por otras razones diferentes a las asociadas con el transporte (16%).

El principal problema para el sector industrial antioqueño fueron los altos impuestos (24%) en 2015-II, desplazando en esta medición el tradicional problema de la falta de demanda (el 22% de los entrevistados en 2014-II y el 24% en 2013-II). El segundo puesto lo ocupó la tasa de cambio, la cual tomó una notoria preponderancia en el último año, al pasar del 8% al 23% (ver gráfico 13). Por otra parte, el costo de los insumos se ubicó en el tercer lugar, con una participación del 17% en 2015-II. Los problemas con menor importancia para las Pymes industriales de Medellín fueron el contrabando (un 3% en 2015-II frente a un 2% del mismo semestre de 2014) y los cuellos de botella para satisfacer la demanda (3%)

Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)

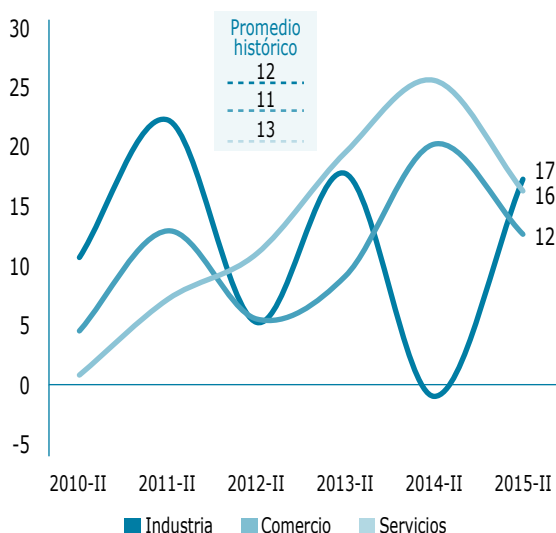


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

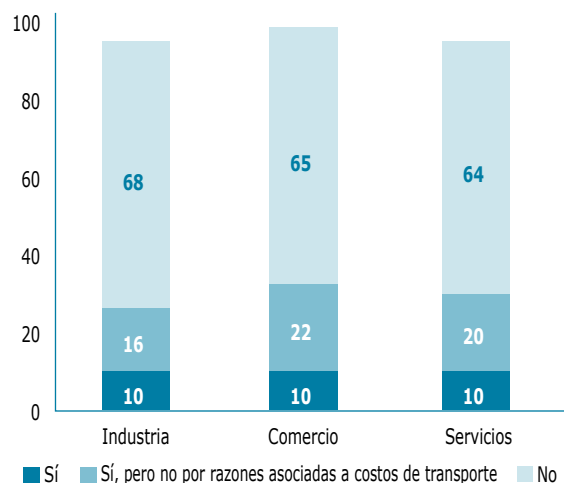
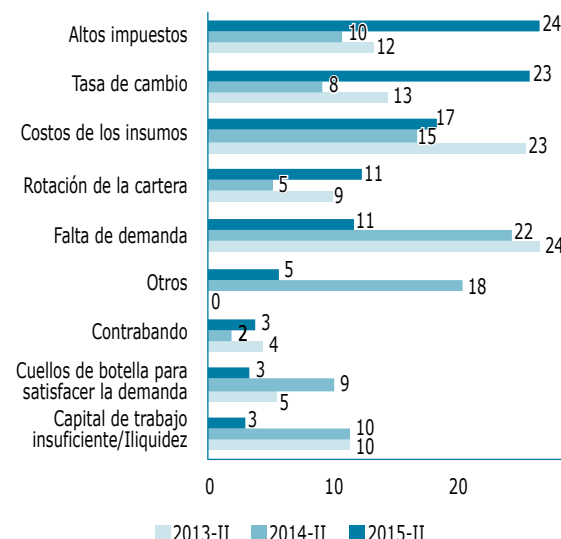


Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)



• Sector comercio

El 49% de los empresarios Pyme del sector comercio en Medellín reportó una mejoría de su situación económica durante el segundo semestre de 2015, registro superior al del año anterior. A su vez, el 13% de los comerciantes calificó esta variable como peor en 2015-II, mostrando un descenso en comparación con el 20% de 2014-II. Todo esto desembocó en que el balance de respuestas se incrementara de 24 a 36 en dicho lapso, ubicándose por encima del promedio histórico del sector (30) en 6 puntos, ver gráfico 1.

Contrario a lo sucedido en el sector industrial de esta ciudad, las Pymes del sector comercio reportaron un menor dinamismo en el balance de respuestas sobre su volumen de ventas. A pesar de que el 51% de los empresarios tuvo una percepción de aumento en sus ventas en el segundo semestre de 2015, el porcentaje de comerciantes antioqueños que afirmaron que su volumen de ventas cayó fue del 19% en 2015-II, incrementándose en 2 puntos porcentuales frente a la cifra observada en el segundo semestre de 2014. Gracias al aumento en las respuestas negativas y la disminución en las positivas, el balance de respuestas bajó de 37 a 33 durante este período (ver gráfico 2). En efecto, el 68% de las firmas comerciales creció entre un 0% y un 10%, ver gráfico 3.

Adicionalmente, el volumen de pedidos presentó una leve aceleración en el último año, reflejando un comportamiento más favorable de la demanda para las pequeñas y medianas empresas de este sector en Medellín. En primer lugar, la percepción de crecimiento en el volumen de pedidos se mantuvo en un 49% en 2014-II y 2015-II. En segundo lugar, la proporción de encuestados que reportaron una disminución bajó del 18% al 16% en el último año. De esta forma, el balance de respuestas alcanzó un valor de 33, superando la cifra referente al promedio histórico (30), ver gráfico 4.

Con respecto al comportamiento del nivel de existencias comerciales, se evidencia un crecimiento de 2 puntos porcentuales entre los encuestados que las consideraron insuficientes de 2014-II a 2015-II (ver gráfico 5). Sin embargo, la mayoría de empresarios pareció ajustar sus inventarios a las variaciones en los niveles de demanda (88%).

Ahora bien, el porcentaje de comerciantes que manifestaron haber sufrido un encarecimiento de

sus insumos se mantuvo en un 51% en el segundo semestre de 2015 comparado con el año anterior, mientras que el de aquellos que experimentaron una deflación de esta variable disminuyó del 11% al 8% durante el mismo lapso. Ello explicó el leve aumento en el balance de respuestas de esta variable de 40 a 43 durante este período (ver gráfico 8).

De acuerdo con lo anterior, las Pymes comerciales de Medellín mostraron un desempeño similar en lo correspondiente a sus márgenes. En efecto, la proporción de empresarios Pyme que vieron crecer sus márgenes de ganancia con respecto al dato de un año atrás bajó levemente del 40% al 36%, mientras que el de aquellos que los vieron reducir decreció del 19% al 16% entre 2014-II y 2015-II. Dicha tendencia hizo que el balance de respuestas pasara de 21 a 20 en el último año (ver gráfico 10).

A pesar de esta coyuntura económica menos favorable, la mayoría de las Pymes comerciales mantuvo su planta de personal estable (64%) en el segundo semestre de 2015, alcanzando una proporción más alta que el resultado de 2014-II (61%). Entre tanto, el balance de respuestas a esta pregunta tuvo una caída de 8 puntos, alcanzando un valor de 12 en 2015-II, gracias, en gran medida, a que el porcentaje de firmas que aumentaron sus niveles de contratación cayó en 5 puntos porcentuales (ver gráfico 11).

Con referencia a la superficie de ventas, se presentó una leve desaceleración en el dinamismo de esta variable, lo cual se reflejó en un decrecimiento del balance de respuestas de 31 en 2014-II a 30 en 2015-II. Allí, la proporción de comerciantes que informaron que la superficie de ventas se expandió en el segundo semestre de 2015 fue del 42%, 5 puntos porcentuales por debajo del registro de un año atrás. No obstante, el decrecimiento de las respuestas negativas fue mayor. En efecto, el 12% de los empresarios Pyme del sector redujo la superficie de ventas en 2015-II, cifra que ascendía al 17% en 2014-II, condición que explicó la leve subida del balance de respuestas de esta variable (ver gráfico 14).

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes comerciales antioqueñas, la mayoría (65%) expresó no haber pensado o realizado una relocalización en 2015-II (ver gráfico 12). Las empresas comerciales que deseaban hacerlo manifestaron que los motivaba la reducción de costos de transporte (10%) y otras razones (22%).

Las Pymes comerciales antioqueñas identificaron, al igual que las industriales, los altos impuestos como el principal problema para el desarrollo de sus actividades en el último año de análisis. El porcentaje alcanzó el 32% en 2015-II, 18 puntos porcentuales más que lo observado en 2014-II. Por otra parte, la competencia de las grandes superficies se ubicó en el segundo lugar del ranking, manteniéndose la proporción de encuestados en el 18%-19% en el último año. En tercer lugar, estuvo la tasa de cambio, que vio ampliada su participación del 6% al 12% en dicho período (ver gráfico 15).

Gráfico 14. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)

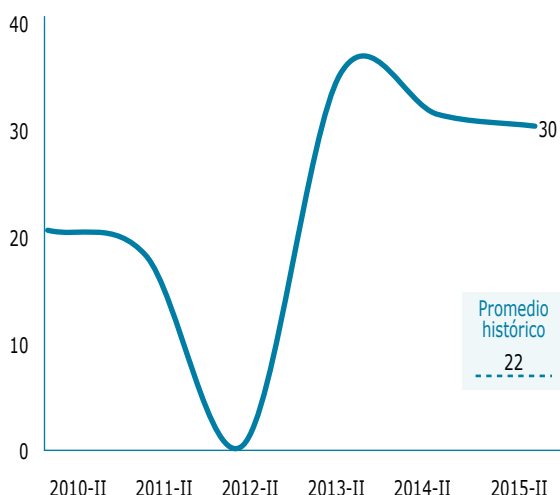
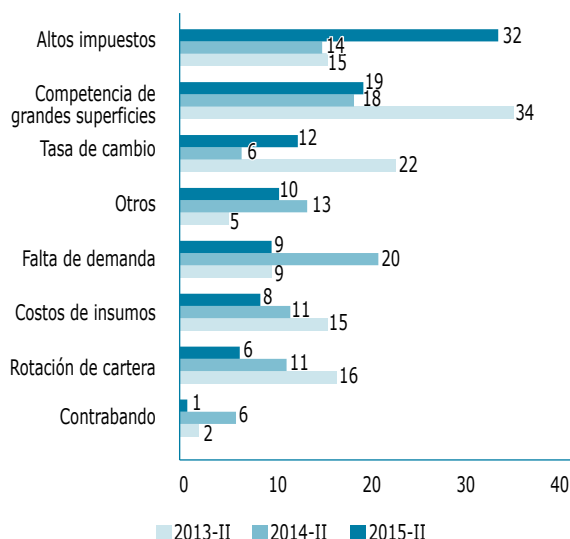


Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)



• Sector servicios

El 49% de los empresarios Pyme del sector servicios en Medellín percibió que la situación económica general que afrontaron sus empresas fue mejor en el segundo semestre de 2015, cifra superior a la del año anterior (42%). Asimismo, la proporción de respuestas negativas bajó del 20% al 13%. En este panorama, el balance de respuestas subió de 22 a 37, siendo superior al promedio histórico (35), ver gráfico 1.

A su vez, el 50% de las empresas Pyme de servicios aumentó sus ventas en el segundo semestre de 2015, cifra significativamente más alta a la encontrada un año atrás (42%). Complementando esto, la proporción de las que percibieron una disminución bajó del 20% en 2014-II al 13% en 2015-II. Todo esto sugiere un mayor dinamismo en el volumen de ventas, representado en un aumento del balance de respuestas de 22 a 37 durante el lapso mencionado (ver gráfico 2). El crecimiento promedio anual de las ventas de las empresas de servicios de la capital antioqueña se ubicó principalmente entre el 0% y el 10% (56% del total encuestado) (ver gráfico 3).

La percepción de aumento en el número de pedidos subió del 41% en 2014-II al 45% en 2015-II, y la visión sobre su disminución pasó del 17% al 36%. Estos comportamientos permitieron que el balance de respuestas, al igual que lo sucedido en la situación actual y en las ventas, ascendiera de 24 a 36 en el último año y superara su promedio histórico (33), ver gráfico 4.

Las Pymes de servicios de la ciudad de Medellín tuvieron una tendencia inflacionaria en los costos de operación. En particular, el 53% de estas indicó que sus costos aumentaron, lo cual muestra un ascenso de 2 puntos porcentuales con relación a las cifras de 2014-II. Por su parte, el 8% de las Pymes de servicios reportó haber reducido sus costos de operación en el segundo semestre de 2015, cifra inferior a la de un año atrás cuando este porcentaje fue del 12%. Así, el balance de respuestas alcanzó un registro de 45 puntos, superior al dato de un año atrás (39), ver gráfico 9.

Pese al crecimiento de los costos, los márgenes de ganancia tuvieron un desempeño más favorable, con un aumento del balance de respuestas de 19 a 29 (ver gráfico 10). En efecto, los márgenes aumentaron para el 42% de los encuestados en 2015-II, valor similar al 41% reportado en el segundo semestre de 2014. En contraste, para el 12% de las empresas del sector disminuyeron sus márgenes en 2015-II, cifra

inferior en 11 puntos porcentuales a la reportada en el mismo período de 2014.

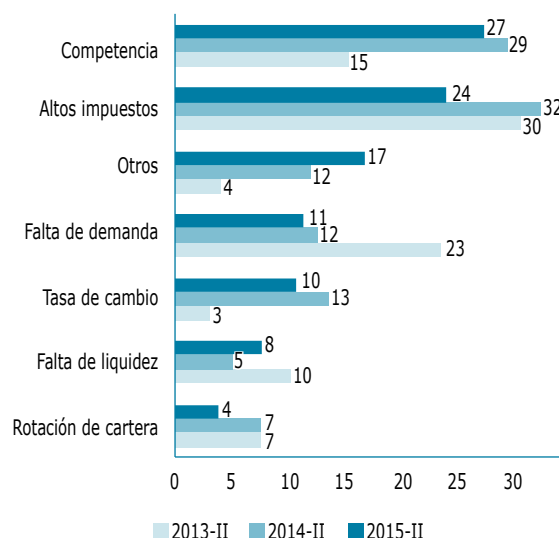
En materia de empleo en Medellín, el 65% de los empresarios Pyme de servicios mantuvo estable su planta de personal durante el segundo semestre de 2015, el 25% la aumentó y el 9% la redujo. Para el segundo semestre de 2014 estos porcentajes fueron respectivamente del 65%, el 30% y el 5%, mostrando un descenso en la dinámica del empleo, con lo cual el balance de respuestas descendió de 25 a 16 en este lapso (ver gráfico 11).

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes de servicios antioqueñas, la mayoría (64%) expresó no haber pensado realizarla o haberla realizado en 2015-II (ver gráfico 12). Las empresas de servicios que deseaban hacerlo manifestaron que las motivaba la reducción de costos de transporte (10%) y otras razones (20%).

El principal problema que señalaron las Pymes prestadoras de servicios antioqueñas para el desarrollo de su actividad en el segundo semestre de 2015 fue la competencia, con el 27% del total de res-

puestas, porcentaje ligeramente similar al obtenido un año atrás (29%). En segundo lugar, sobresalió la opción de altos impuestos, con un 24% de las respuestas, disminuyendo en 8 puntos porcentuales frente al dato del año anterior (ver gráfico 16).

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



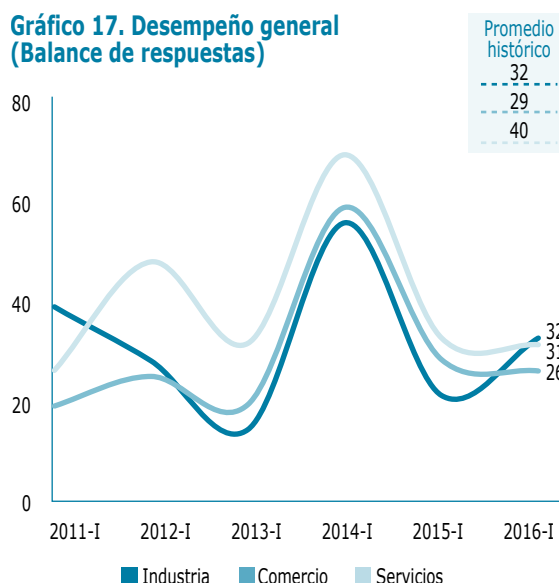
Perspectivas Primer semestre de 2016

• Sector industria

El 42% de los empresarios industriales antioqueños encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2016 sería favorable, mientras que un año atrás este porcentaje fue del 32%, lo que muestra una recuperación considerable en las expectativas de favorabilidad. Adicionalmente, el porcentaje de empresarios que sentían incertidumbre disminuyó, pasando del 28% en 2015-I al 14% en 2016-I, mientras que las perspectivas negativas cayeron al 10%. Esto representó una recuperación del balance de respuestas, el cual subió de 21 a 32 en el último año (ver gráfico 17).

En la sexta medición de la encuesta en Medellín, el optimismo de los empresarios antioqueños con respecto a las expectativas de producción mejoró respecto a lo encontrado en la medición de 2015-I. A pesar de que la expectativa favorable de producción

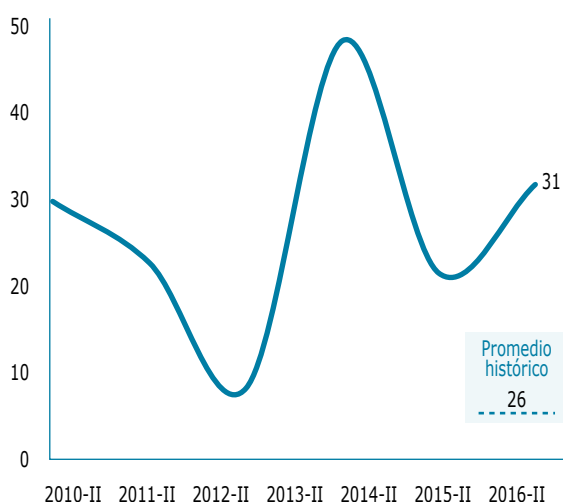
Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



disminuyó en un punto porcentual (pasando del 43% al 42%), aquellos empresarios que esperaban una reducción en la producción de sus empresas pasaron del 22% al 11% de los encuestados. Estas dos tendencias en las respuestas llevaron a que el balance de respuestas de esta variable creciera de 21 a 31 durante el último año (ver gráfico 18)

A nivel de pedidos se presentó la misma dinámica de recuperación, pues el balance de respuestas llegó a 27, superando el promedio histórico de 25, ver gráfico 19. El 42% de los empresarios del sector tenía una expectativa favorable en materia de pedidos en 2016-I,

Gráfico 18. Expectativas de producción industrial (Balance de respuestas)



cuando un año atrás este valor correspondía al 44%. Sin embargo, las expectativas desfavorables disminuyeron en 10 puntos porcentuales pasando del 24% al 14% en un año. Esto fue suficiente para reflejar una mejoría en el optimismo en las expectativas de demanda por parte de los empresarios de este sector en Medellín.

Sin embargo, a pesar de lo anterior, las Pymes manufactureras de Medellín aún no están dispuestas a aumentar sus inversiones en maquinaria y equipo, con un balance de respuestas que pasó de 19 a 18 en el último año, muy lejos de lo registrado en 2014-I cuando alcanzó a ser de 47 (gráfico 20). El 51% de los industriales esperaba mantener constantes los niveles de esta inversión en 2016-I, mientras que los que planeaban aumentar su inversión representaron el 34%. Por su parte, un 16% preveía una disminución en su inversión, cifra que subió 3 puntos porcentuales durante el último año.

• Sector comercio

Contrario a la aparente recuperación de las Pymes industriales, en las Pymes comerciales de Medellín el optimismo sigue cayendo y la incertidumbre aumentando. Para el 22% de las Pymes comerciales el desempeño general de sus empresas habría sido incierto en el primer semestre de 2016, en comparación con un 20% que tenía dicha percepción en 2015-I. En cambio, el porcentaje de empresarios comerciales que esperaban que la situación económica mejorara en el primer semestre de 2016 fue del 37%, cayendo por segundo año conse-

Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

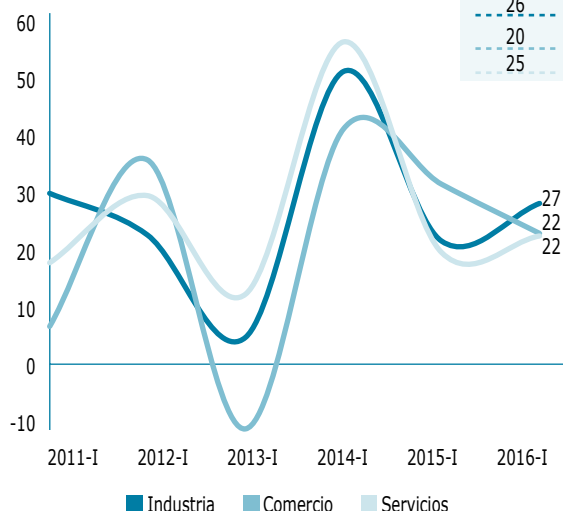
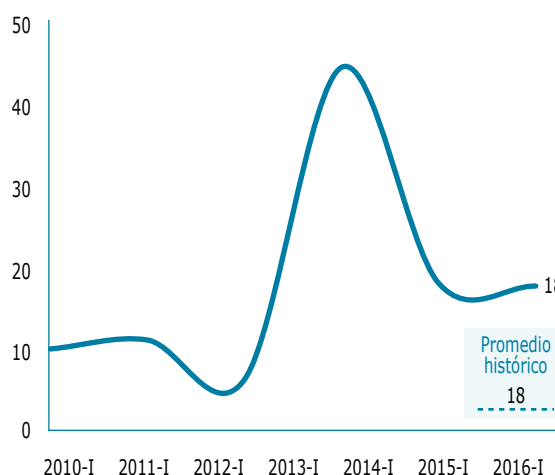


Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



cutivo. Ello contribuyó a que el balance de respuestas bajara de 28 a 26, situándose nuevamente por debajo de su promedio histórico (29), ver gráfico 17.

Asimismo, las expectativas de pedidos muestran un descenso en el porcentaje de respuestas favorables, el cual pasó del 47% en 2015-I al 33% en 2016-I. Sin embargo, un 11% de los empresarios esperaba que los pedidos cayeran, lo cual representa una leve mejora con respecto al año anterior, disminuyendo 5 puntos porcentuales. Aun así, el balance de respuestas de esta variable alcanzó un valor de 22 en 2016-I, menor en 9 puntos al registro de 2015-I (ver gráfico 19).

Las perspectivas sobre el comportamiento de las ventas confirman que las empresas comerciales en Medellín mantienen una actitud menos optimista, lo cual se reflejó en el decrecimiento del balance de respuestas de 32 a 26 entre 2015-I y 2016-I (ver gráfico 21). Dicha situación se explicó porque el porcentaje de comerciantes que esperaban que el volumen de ventas aumentara cayó del 48% en 2015-I al 37% en 2016-I.

• Sector servicios

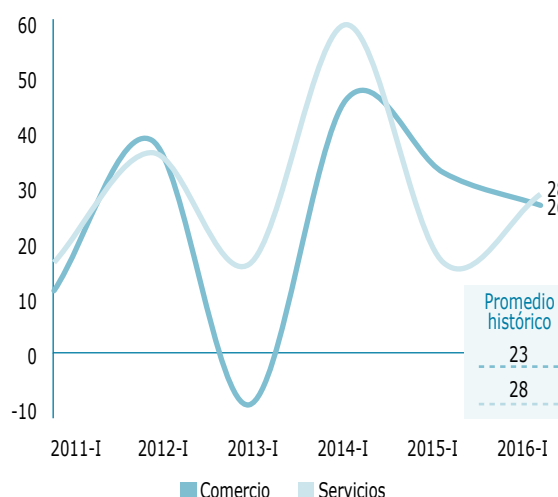
El sector Pyme de servicios en Medellín, de manera similar a lo observado en el comercio, presentaba un bajo nivel de optimismo en materia de las expectativas sobre su actividad económica y la demanda en el primer semestre de 2016. Un 40% de los empresarios del sector manifestó que el desempeño general de sus empresas en el primer semestre de 2016 sería favorable. Esta cifra es 4 puntos porcentuales inferior a la registrada un año atrás, y una de las más bajas a nivel histórico. Esta merma en la favorabilidad llevó a que el balance de respuestas alcanzara un valor de 31, bajando un punto con respecto al año anterior (ver gráfico 17).

Contrario a las percepciones sobre la actividad económica, la evolución futura del nivel de pedi-

dos mostró una leve recuperación. En las respuestas desfavorables se observa un decrecimiento, ya que el 18% de los empresarios del sector tenía una expectativa negativa en materia de pedidos en 2016-I cuando un año atrás este valor ascendió al 23%. Este efecto fue suficiente para que el balance de respuestas pasara de 19 en 2015-I a 22 en 2016-I (ver gráfico 19). Esto a pesar de que las respuestas favorables cayeron del 42% al 29% en el último año.

Finalmente, las perspectivas de la evolución de las ventas presentan la mayor recuperación de todas las variables anteriores. En efecto, se observa un alza en las expectativas positivas, ya que el 43% de los encuestados esperaba que el volumen de ventas aumentara en 2016-I, cuando un año atrás este porcentaje ascendía al 39%. En cambio, las respuestas negativas cayeron 9 puntos porcentuales durante dicho período, alcanzando una proporción del 15% para el primer semestre de 2016. Así, se alcanzó un balance de repuestas de 28, volviendo al promedio histórico en esta variable, ver gráfico 21.

Gráfico 21. Expectativas de ventas (Balance de respuestas)



Financiamiento

Para las Pymes antioqueñas industriales, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero aumentó notablemente en el segundo semestre de 2015 con respecto al mismo semestre de 2014. En efecto, estas pasaron de un 38% a un 50%. De igual forma, en comercio se presentó un

repunte de 9 puntos porcentuales, alcanzando un 48% de los entrevistados en 2015-II. Por su parte, la demanda de crédito de las Pymes de servicios de Medellín mostró una tendencia marginalmente decreciente, al caer del 38% al 37% en dicho período (ver gráfico 22).

Las tasas de aprobación evidenciaron una ligera caída para el sector industrial Pyme, al pasar del 98% en el segundo semestre de 2014 al 97% en el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 23). Para las Pymes comerciales se presentó de igual forma una leve caída en las tasas de aprobación, al pasar del 100% en 2014-II al 98% en 2015-II. Lo mismo ocurrió en el sector de servicios, aunque en una mayor magnitud, al pasar del 97% al 94% de solicitudes aprobadas.

Para las empresas Pyme industriales, el plazo preferido fue el crédito a mediano plazo que representó el 61% de los encuestados en 2015-II, 16 pun-

tos porcentuales por encima del registro de 2014-II. En segundo lugar estuvo la financiación a largo plazo, con un 26% de las respuestas. Para el sector comercio de Medellín se dio una preponderancia de los créditos a mediano plazo (42% en 2015-II, recuperando el primer lugar histórico perdido en 2014-II), seguidos por el largo plazo que perdió relevancia en el último año (40% en 2014-II frente a un 33% en 2015-II). En servicios, el largo plazo pasó a ser preferido al contar con el 44% de los encuestados, mientras que el mediano plazo cayó 6 puntos porcentuales con respecto a la última medición, ubicándose en el 42% (ver gráfico 25).

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

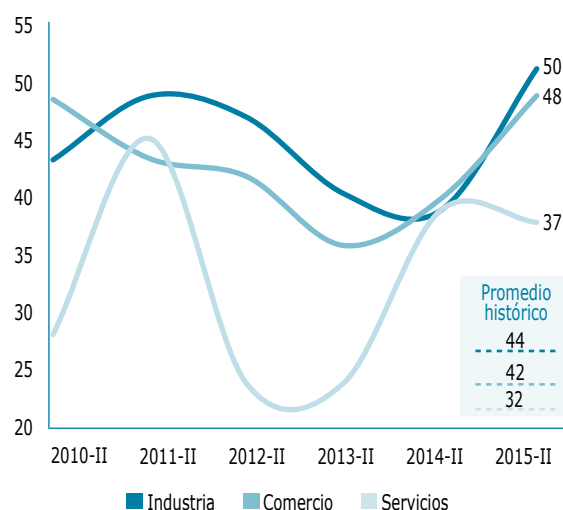


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

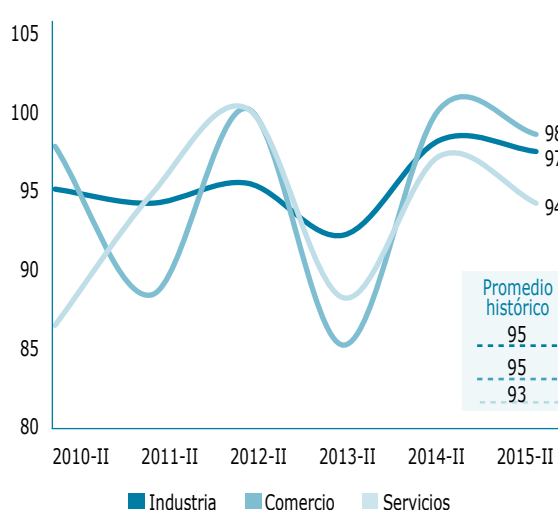


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

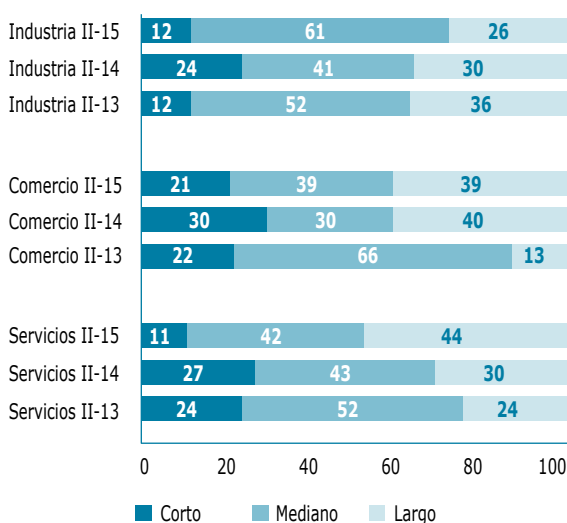
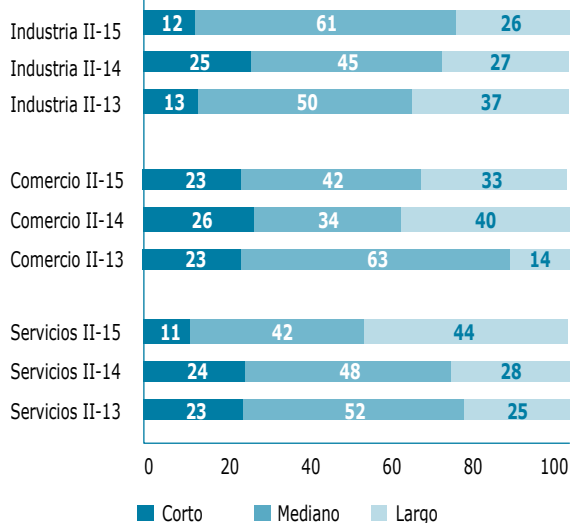


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



A nivel de aprobaciones se presentó una composición muy similar. En la industria Pyme antioqueña el mediano plazo fue el más utilizado creciendo respecto al año anterior (61% en 2015-II vs. 41% en 2014-II). Para el sector de comercio, el largo y el mediano plazo fueron los que presentaron mayor aprobación, ambos con el 39%. Por último, en servicios, el crédito mayormente aprobado fue el de largo plazo con un 44%, seguido de cerca por el mediano plazo con un 42% (ver gráfico 24).

Para 2015-II, entre el 88% (servicios) y el 98% (comercio) de las Pymes de Medellín se sintió satisfecho con el monto del crédito obtenido. Un año

atrás estos porcentajes variaron entre el 90% (industria) y el 95% (servicios), ver gráfico 26. Esto refleja una buena interacción entre las empresas del sector real y el sistema financiero en Antioquia.

El rango de tasa más común en los créditos otorgados a los tres macrosectores (un 48% en industria, un 55% en comercio y un 47% en servicios) fue hasta DTF+4 puntos durante el segundo semestre de 2015. Especialmente, el costo de la deuda ha sido menor para los sectores de industria y comercio, los cuales han mantenido la proporción de créditos aprobados más alta con la tasa de hasta DTF+4 puntos, e igualmente presentaron

Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

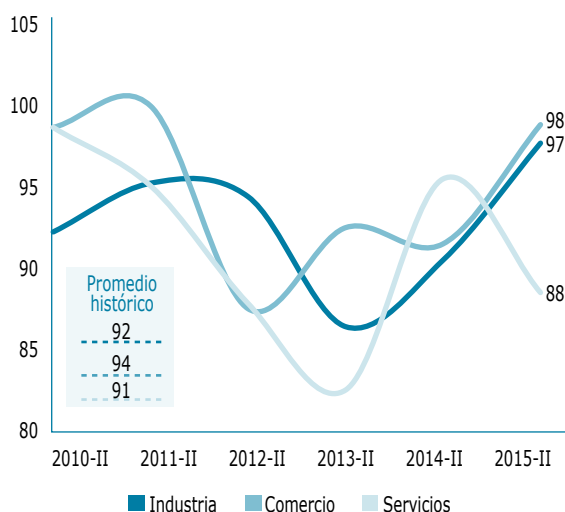


Gráfico 27. Sector industria: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

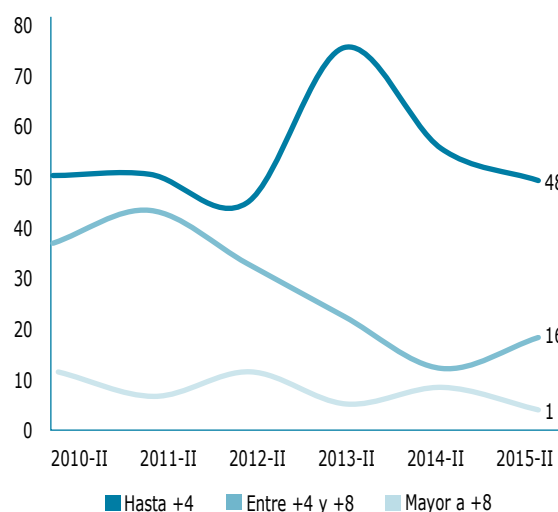


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

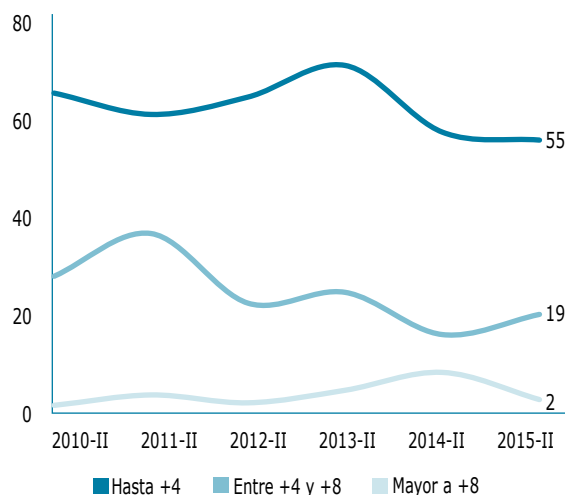
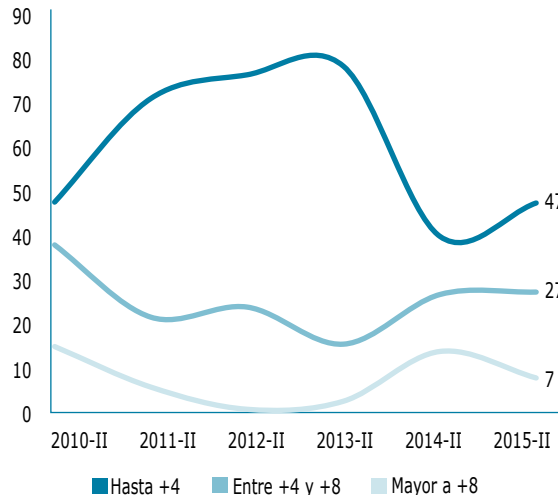


Gráfico 29. Sector servicios: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



los porcentajes en las tasas con precio mayor a DTF+4 en rangos inferiores al 20% (ver gráficos 27, 28 y 29).

Las empresas industriales presentaron un incremento en el nivel de satisfacción respecto a la tasa de aprobación, ya que pasaron del 60% de satisfacción al 63% en el transcurso del año. Las comerciales elevaron su nivel de satisfacción de forma más pronunciada, al pasar de 64% al 81% entre 2014-II y 2015-II. Por su parte, las empresas de servicios presentaron el menor índice de satisfacción con solo el 52%, cayendo 8 puntos porcentuales con respecto a 2014-II (ver gráfico 30). Estos resultados son acordes con la información presen-

tada, teniendo en cuenta que las empresas de servicios pagan los préstamos más costosos.

Las Pymes de la ciudad de Medellín dirigieron los recursos provenientes del sistema financiero principalmente a capital de trabajo. En particular, el 74% de los encuestados en industria, el 73% de los comerciales y el 44% de los de servicios llevaron estos recursos a capital de trabajo (ver gráfico 31). El segundo lugar lo ocupó la consolidación del pasivo (industria 25%, comercio 20%, servicios 20%). Cabe destacar que en 2015-II las Pymes del sector industrial y de servicios destinaron más recursos a la compra o arriendo de maquinaria (13% y 15% respectivamente) y a remodelaciones o adecuaciones (19% y 28%), opciones que en 2014-II no alcanzaban a representar ni siquiera el 10%.

El 41% de las Pymes industriales, el 56% de las de comercio y el 44% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 32). Por su parte, los recursos propios son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes del sector industrial (24%), de comercio (24%) y servicios (21%). Cabe destacar un aumento en la utilización del *leasing* como herramienta de financiación, especialmente en los sectores de industria y servicios en donde se presentaron incrementos de 9 puntos porcentuales en 2015-II con respecto a la medición del segundo semestre de 2014.

En esta edición de la Encuesta se les preguntó a los empresarios antioqueños si habían accedido

Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

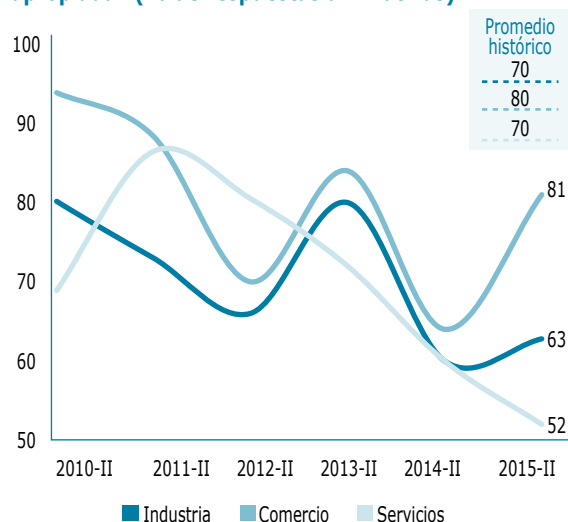


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

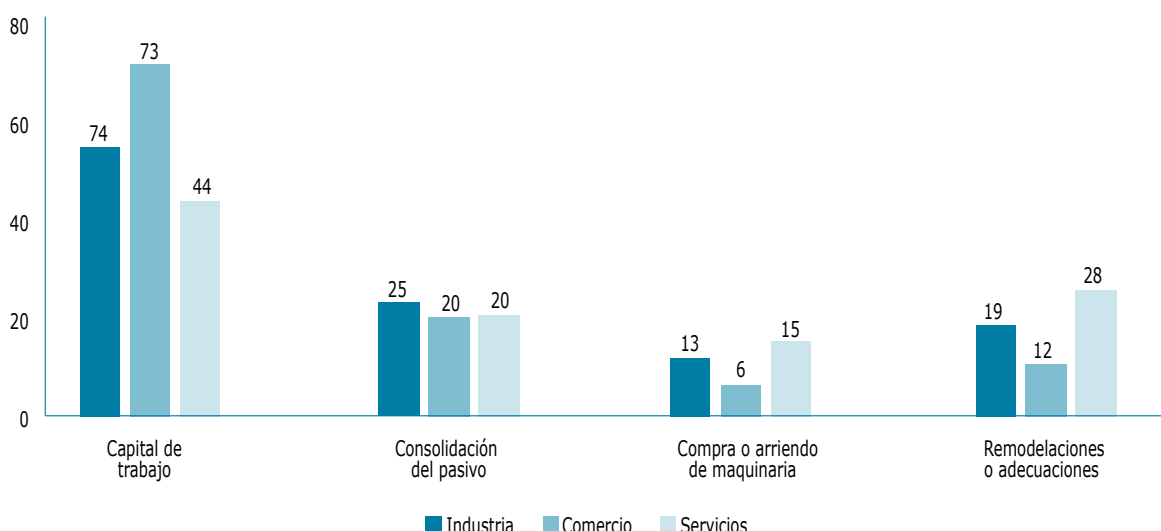
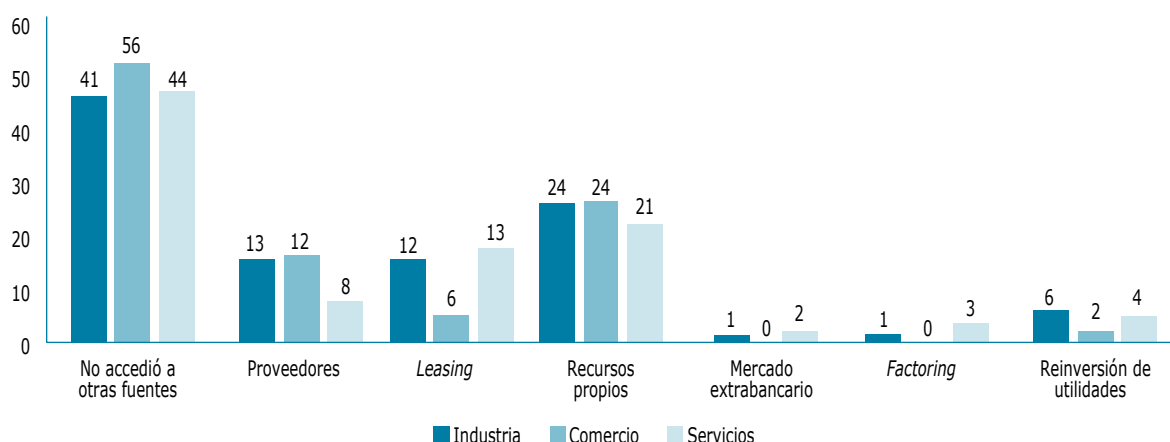


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



a fondos de capital privado (*private equity*) y apoyo emprendedor (*venture capital*) durante el último año. Los resultados muestran que en los tres macrosectores la inmensa mayoría no accedió a este tipo de recursos en el último año, donde la respuesta negativa superó para todos los sectores el 90% de los encuestados (96% industria, 97% comercio y 92% servicios) ver gráfico 33.

La principal razón por la cual las Pymes de los tres macrosectores en Medellín no solicitaron créditos al sistema financiero es que no lo necesitan (un 66% en industria, un 78% en comercio, y un 80% en servicios). La segunda razón está asociada con el exceso de trámites para industria y comercio (17 % y 6% en cada caso), mientras que para los empresarios de servicios el segundo motivo más relevante recayó en procesos demasiado largos (5%), ver gráfico 34.

Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año? (%)

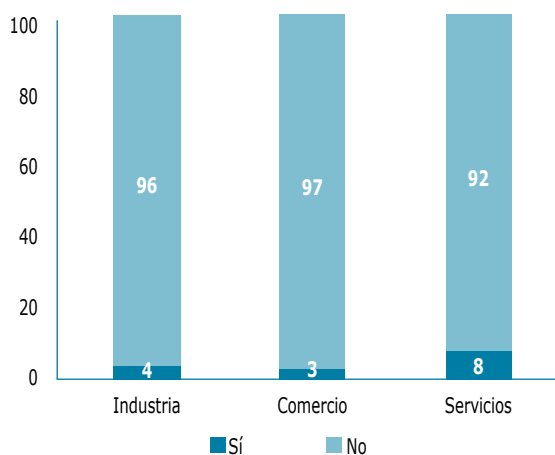
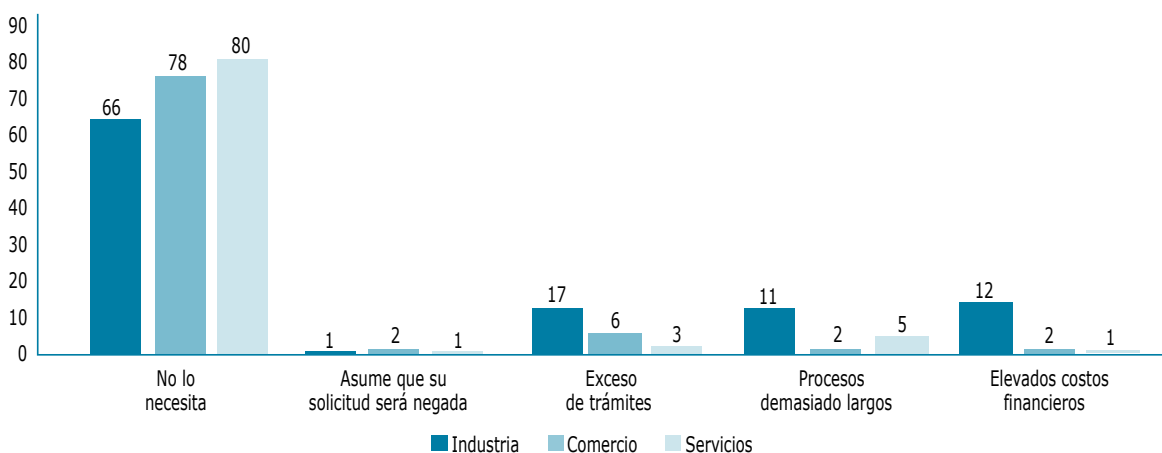


Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)

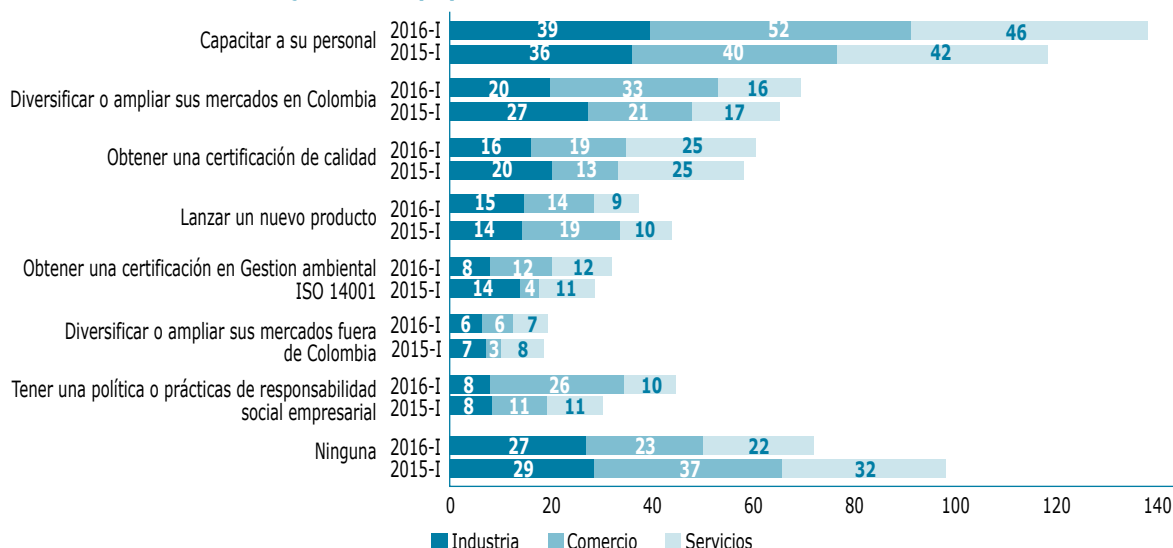


Acciones de mejoramiento

En el primer semestre de 2016, en Medellín, la principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes fue capacitar al personal (un 39% en industria, un 52% en comercio y un 46% en servicios, respectivamente). Adicionalmente, los empresarios industriales y comerciales mostraron un gran interés en diversificar sus mercados en Colombia (un 20% de los entrevistados manufactureros y un 33% de las firmas de comercio), ver gráfico 35. En cambio, las Pymes de servicios le dieron mayor relevancia a la obtención de una certificación de calidad (25%).

El porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2016 fue menor que lo observado un año atrás. En las Pymes industriales esta proporción bajó del 29% al 27% y en las de servicios pasó del 32% al 22%. Por su parte, entre los entrevistados de comercio se dio la disminución más grande (14 puntos porcentuales). En consecuencia, los tres macrosectores han implementado un mayor número de acciones de mejoramiento comparado a lo observado el año anterior.

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



Mercado laboral

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados de esta indagación en Medellín.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la capital antioqueña 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 re-

portó que la formación académica si cumplía con las necesidades que demandaba su firma (76% industria, 72% comercio y 76% 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 sector manufacturero Pyme antioqueño abogó principalmente por la intensificación del pensum académico (26%), una formación que responda más a las necesidades de la industria (24%) y el desarrollo de programas duales que combinen la teoría con la práctica (21%). Por su parte, las firmas comerciales sugirieron

exigir prácticas/pasantías laborales enfocadas en resultados (28%), una formación acorde con las necesidades de su sector (26%) y el fomento de la enseñanza del uso de herramientas tecnológicas (10%). Finalmente, las empresas del sector servicios recomendaron una formación conforme con los requerimientos de su negocio (32%) y la implementación de programas duales (19%).

Cuando se indagó por la distribución de la contraprestación salarial de sus empresas, se encontró que en industria, comercio y servicios más de la mitad de los empleados ganaba el salario mínimo (60%, 55% y

51% en cada caso), ver gráfico 38. La siguiente remuneración salarial con mayor frecuencia se evidenció en el rango entre 2 y 4 salarios mínimos (28% en industria, 37% en comercio y 31% 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 de Medellín gana un sueldo que sobrepasa los 10 salarios mínimos.

Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinseradas en su empresa. Se encontró que más de la quin-

Gráfico 36. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa(%)

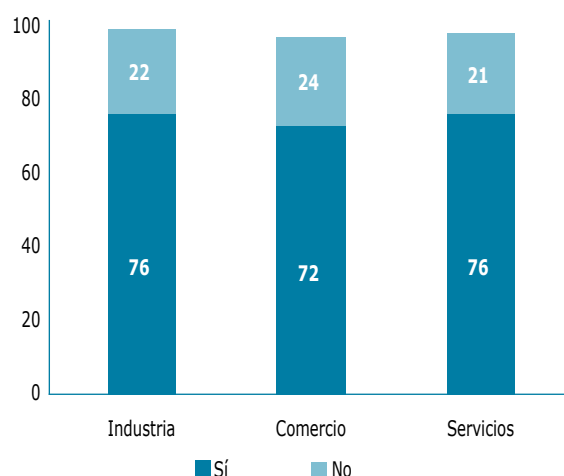


Gráfico 37. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)



Gráfico 38. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%)

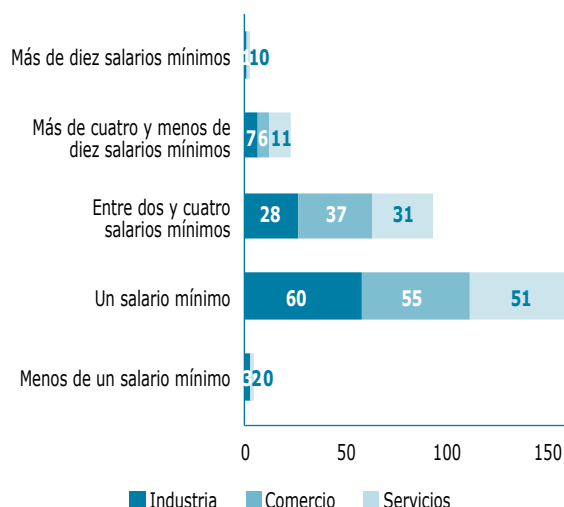
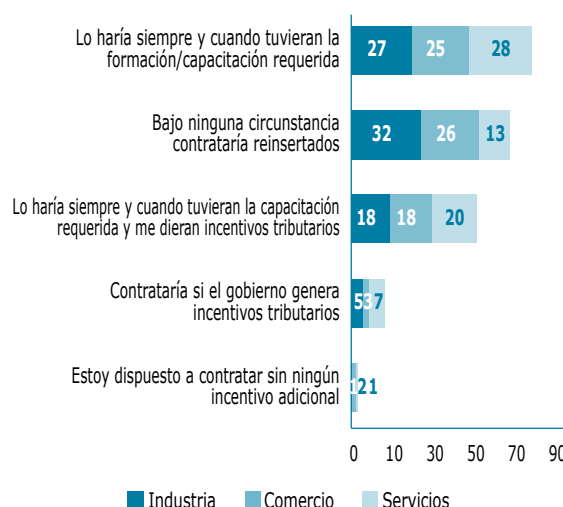


Gráfico 39. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinseradas en su empresa



ta parte de las empresas industriales, comerciales y de servicios Pyme de Medellín lo haría siempre y cuando tuvieran la formación y capacitación requerida (27%, 25%, 28% en cada caso), ver gráfico 39. Adicionalmente, se destacó que el sector de industria (32%) y el de comercio (26%) manifestaron no

querer contratar reinsertados bajo ninguna circunstancia. Por otro lado, el 18% de las firmas comerciales e industriales, junto con el 20% de empresas de servicios, expresó querer hacerlo siempre y cuando tuvieran la capacitación requerida y se les dieran incentivos tributarios.

Comercio exterior

A nivel de exportaciones, el mercado ha presentado una expansión de cierta relevancia. El 11% de las Pymes industriales de Medellín aumentó el volumen de exportaciones en 2015-II con respecto al año anterior. Además, el 69% de las Pymes de este sector en Medellín no exportó en el segundo semestre de 2015, cifra que presenta una mejoría con respecto al 89% que no exportaba el año anterior (ver gráfico 40). Por su parte, el 5% de las empresas de servicios Pyme en Medellín reportó un incremento de sus exportaciones en el segundo semestre de 2015 (mientras que en 2014 esta cifra era solo del 1%), y el 89% de ellas afirmó no haber exportado (cifra levemente menor al 92% de 2014-II). Todo esto muestra que, a pesar de algunos síntomas de mejoría, la oferta exportadora con que cuentan las Pymes en la ciudad de Medellín es baja, condición que se repite a nivel nacional y de otras ciudades.

En esta edición de la Encuesta se preguntó a los empresarios las razones por las cuales sus empresas no exportan. Para los industriales Pyme antioqueños

se encontró que la principal razón por la cual no exportan es porque no están interesados en hacerlo (44% de los entrevistados), seguido de que consideran que no tienen productos que sean exportables (16%). Por su parte, en el sector servicios el 50% de los encuestados no exporta ya que consideran que no tienen productos de exportación, mientras un 30% manifiesta no estar interesado en exportar (ver gráfico 41). Asimismo, se les preguntó si tenían algún plan de internacionalización para su negocio, y allí el 43% de los empresarios industriales respondió afirmativamente, mientras que para el sector de servicios el 71% tiene planes de internacionalización.

Frente a las expectativas sobre el comportamiento de las exportaciones, el 11% de los empresarios en el sector industrial y el 7% de los de servicios esperaban un aumento de sus exportaciones para 2016-I (ver gráfico 43). Estos porcentajes resultan muy bajos si los comparamos con las empresas que no aspiran a tener una oferta exportadora (60% industria y 77% servicios).

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

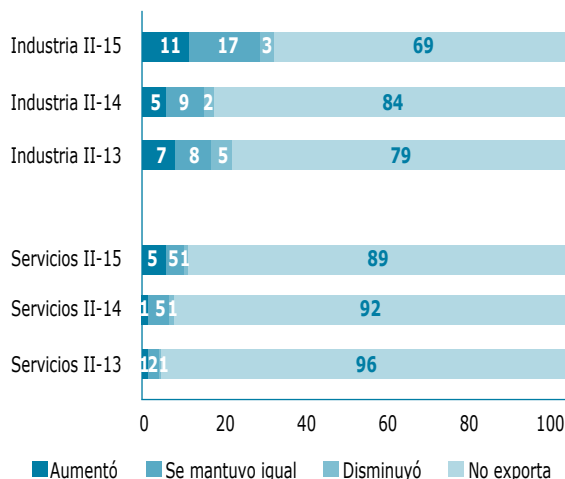


Gráfico 41. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



En el sector industrial antioqueño, el acceso a nuevos mercados de sus exportaciones aumentó considerablemente. En efecto, según la última lectura de la Encuesta, el 31% de los encuestados del sector industrial accedió a nuevos mercados como destino de exportación en 2015-II, cifra que fue mayor a la reportada un año atrás (6%). Igualmente, el sector servicios aumentó el acceso a nuevos mercados. Un año atrás el 22% de los encuestados accedió a nuevos mercados para sus exportaciones, mientras que en el último año este porcentaje subió a un 29% para el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 44).

Gráfico 42. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

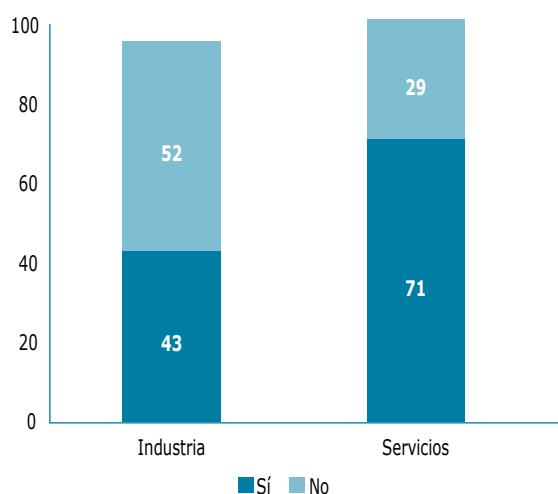
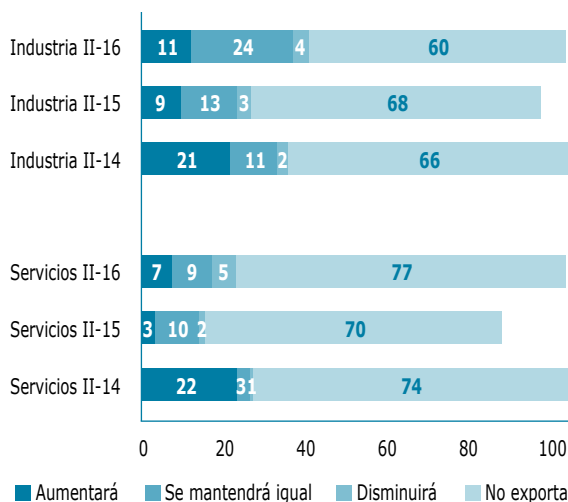


Gráfico 43. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

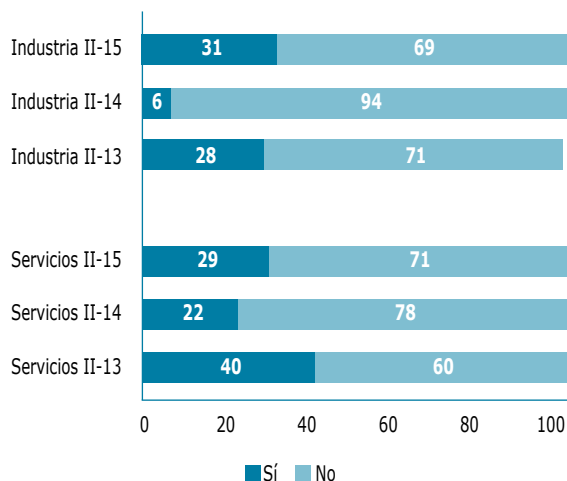


Sobre las pretensiones para abrir nuevos mercados durante 2016-I, los principales destinos en el caso industrial fueron Estados Unidos, Canadá y México, con un 60% del total de encuestados, seguido por América del Sur, con un 29%. Esto representó un sostenimiento de las preferencias observadas en el año anterior. De igual forma, en el sector servicios los principales destinos de exportación fueron Estados Unidos, Canadá y México con un 43%, mientras que América del Sur ocupó el segundo lugar con un 32% (ver gráfico 45).

En cuanto al impacto que ha tenido la reciente devaluación del país en la actividad económica de las empresas Pyme de Medellín, más de un 60% de los encuestados de los tres macrosectores reportó que este impacto ha sido desfavorable (ver gráfico 46). La noción de que la reciente devaluación ha sido perjudicial para las empresas Pyme antioqueñas parece haber tomado más fuerza durante el último año. De forma particular para el sector manufacturero, las respuestas desfavorables aumentaron 14 puntos porcentuales (52% en 2014-II vs. 66% en 2015-II), y en comercio pasaron del 69% de los encuestados en 2014-II al 76% en 2015-II. Asimismo, para el sector servicios se evidenció el mayor repunte de respuestas negativas, pasando del 43% al 61% de los encuestados.

Por último, se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes de Medellín se enfocaron

Gráfico 44. Durante 2015 ¿Accedieron a nuevos mercados? (nuevos países destino de las exportaciones %)



principalmente en el mercado local de su ciudad (un 60% de los entrevistados industriales, un 70% de los comerciales y un 56% de los de servicios), ver gráfico 46. Entre tanto, los empresarios de ser-

vicios (34% de los entrevistados) fueron los que más incursionaron en el resto del mercado nacional (ajeno a su ciudad), frente a sus pares de industria (32%) y comercio (20%).

Gráfico 45. De la siguiente lista de posibles destinos para exportar, ¿a cuál le gustaría y estaría en capacidad de explorar? (%)

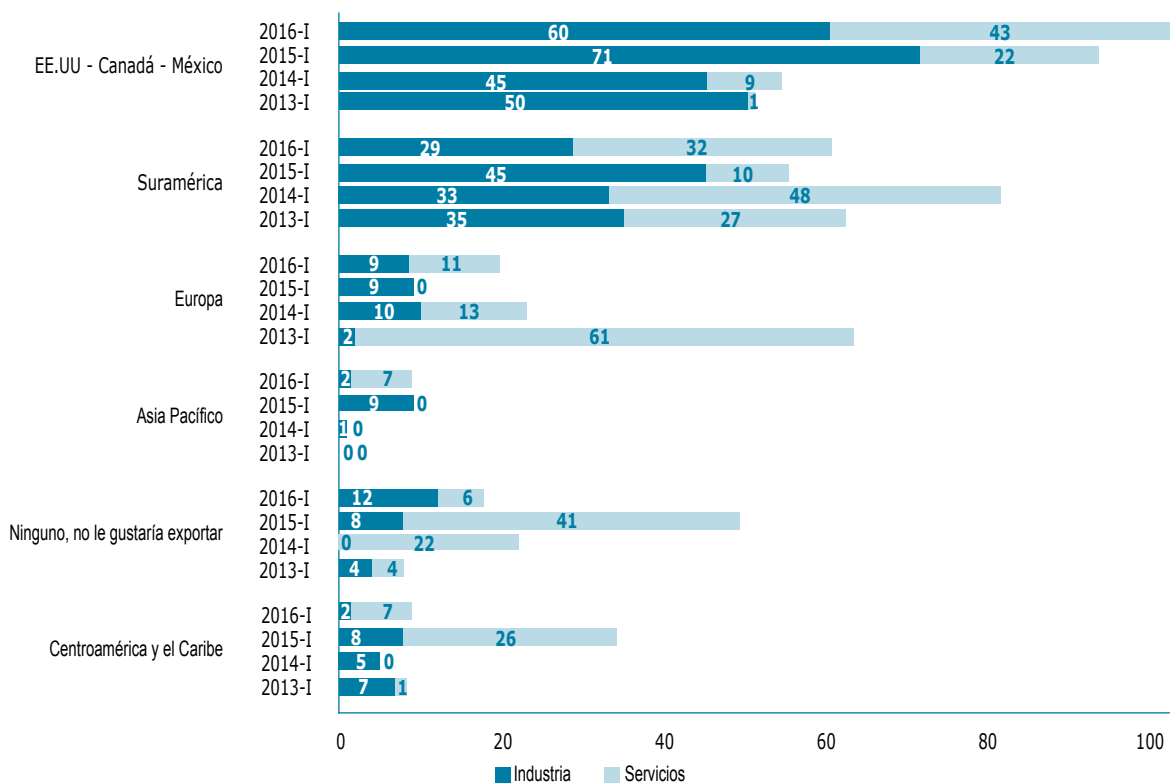


Gráfico 46. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

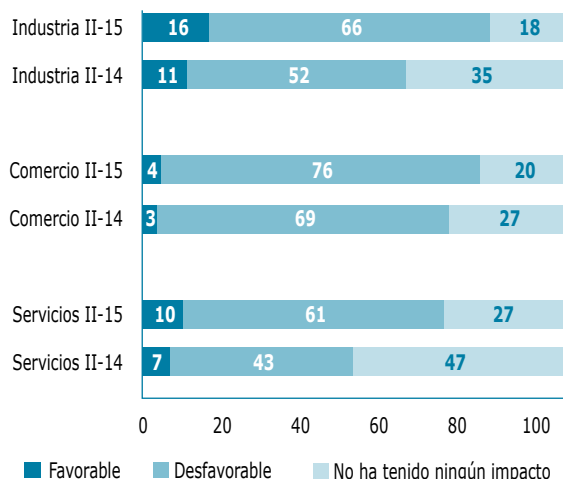
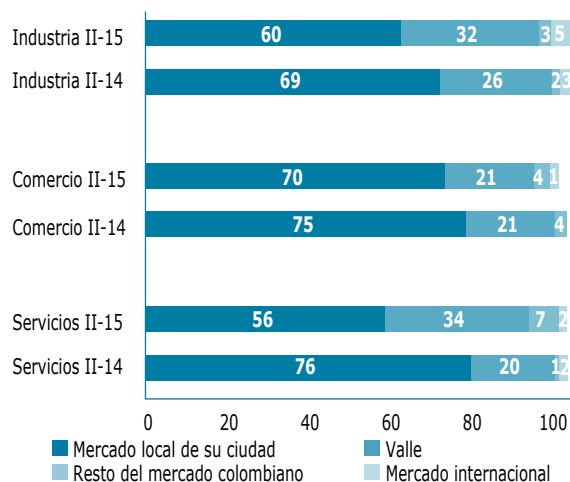


Gráfico 47. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)

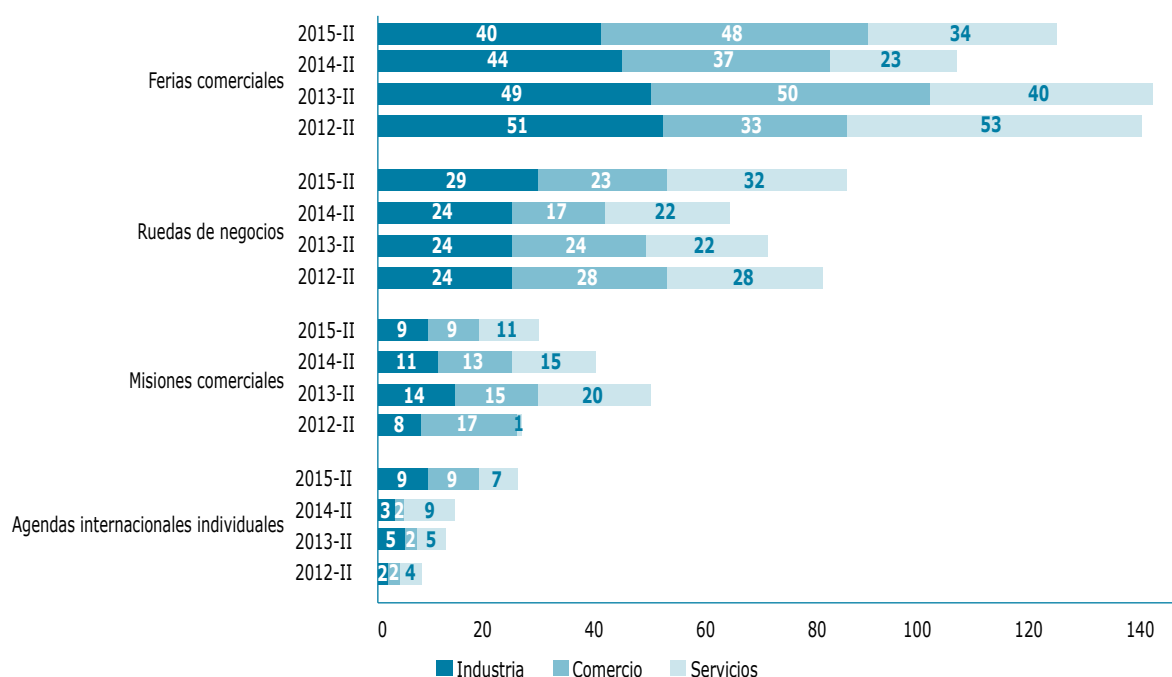


Comercialización

En cuanto a los eventos comerciales, según la última medición de la Encuesta, los empresarios Pyme de Medellín están más interesados en las ferias comerciales (el 40% de los entrevistados de industria, el 48% de comercio y el 34% de servicios), condición similar a la encontrada para el año anterior (el 44% de

los entrevistados de industria, el 37% de comercio y el 23% de servicios). En segundo lugar, el interés está enfocado en las ruedas de negocio que han alcanzado valores que se ubicaron en el 29% (industria), el 23% (comercio) y el 32% (servicios) de los encuestados en el último año (ver gráfico 48).

Gráfico 48. ¿En cuál evento comercial estaría más interesado en participar?

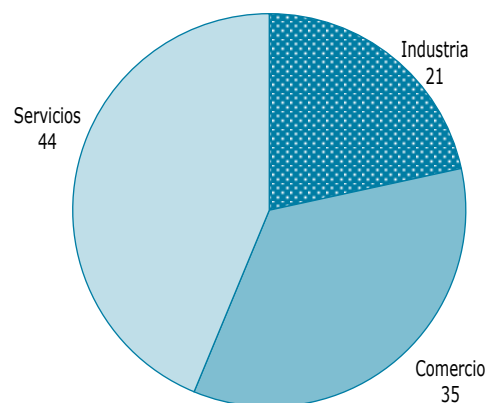


La Gran Encuesta Pyme

Oriente

Antioqueño

Distribución de la muestra (%)

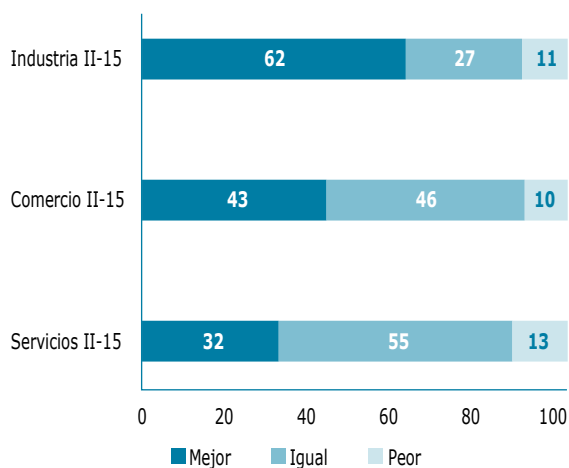


Situación actual

Segundo semestre de 2015

Los resultados de la primera medición de la Gran Encuesta Pyme para el Oriente Antioqueño mostraron que el empresariado Pyme de esta región tuvo percepciones heterogéneas entre sectores respecto al desempeño de la actividad económica de sus empresas para el segundo semestre de 2015. Como lo muestra el gráfico

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



1 (sección Oriente Antioqueño), los empresarios industriales tuvieron apreciaciones favorables sobre esta variable, mientras que los empresarios del sector servicios y comercio tuvieron percepciones menos optimistas. Así, la mayor proporción de los encuestados del sector industrial afirmó que su situación económica mejoró (62%), mientras que este porcentaje para comercio y servicios fue menor (43% y 32% respectivamente). A su vez, una mayor proporción de empresarios comerciales y de servicios afirmó que su situación económica se mantuvo igual (46% y 55%).

Con relación al comportamiento de las ventas, las percepciones estuvieron en línea con las apreciaciones sobre el desempeño económico general en 2015-II. El 77% de los empresarios del sector industrial sostuvo que su volumen de ventas aumentó, mientras que un 13% afirmó que esta variable disminuyó respecto al primer semestre de 2015. Por su parte, el 45% de los empresarios de comercio manifestó que su volumen de ventas aumentó en contraste con un 36% de empresarios que afirmaron que se mantuvo igual. De forma similar, el 37% de los empresarios de servicios vio un aumento en sus ventas, mientras que el 47% manifestó que las ventas se mantuvieron en el mismo nivel (ver gráfico 2).

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

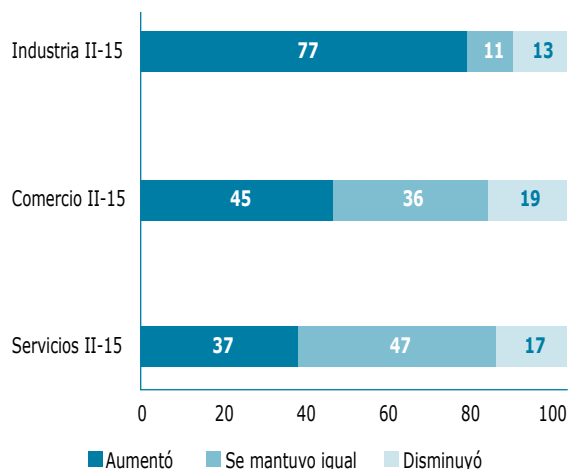
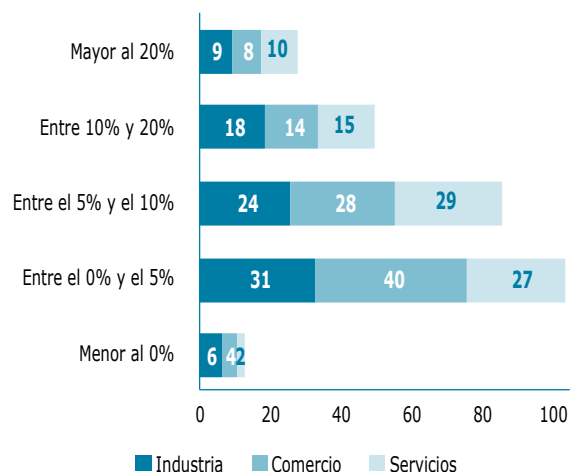


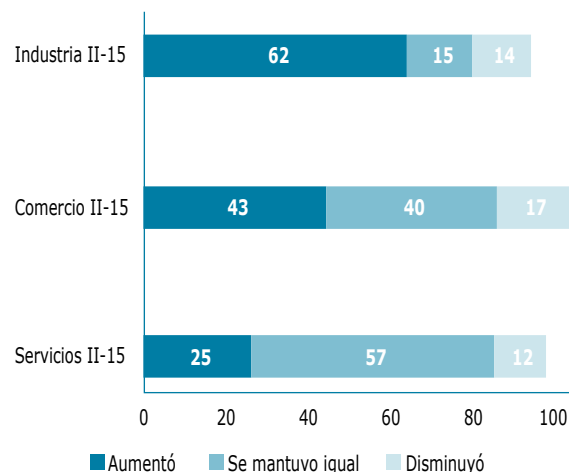
Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:



En cuanto al crecimiento promedio anual de las ventas, el grueso de las empresas consultadas afirmó tener un crecimiento entre el 1% y el 10%. Efectivamente, el 31% de las Pymes industriales, el 40% de comercio y el 27% de servicios evidenciaron crecimiento en ventas entre el 0% y el 5%. Crecimientos en el rango entre el 5% y el 10% fueron alcanzados por el 24% de industria, el 28% de comercio y el 29% de servicios. Por su parte, menos del 10% de las firmas consultadas logró un crecimiento superior al 20% en sus ventas (ver gráfico 3).

En línea con el comportamiento de las ventas, la mayoría de las Pymes de industria del Oriente

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2015 (%)



Antioqueño reportó que el volumen de pedidos aumentó. El gráfico 4 muestra que el 62% de los empresarios industriales dijo haber experimentado un incremento en esta variable, mientras que el 15% de los encuestados consideró que los pedidos se mantuvieron y el 14% que disminuyeron. De las Pymes comerciales, el 43% reportó aumentos en el volumen de pedidos recibidos, el 40% dijo que se mantuvieron estables y el 17% que se redujeron. Por su parte, las Pymes de servicios que afirmaron que los volúmenes de pedidos se mantuvieron iguales (57%) superaron a aquellas que consideraron que estos aumentaron (25%) o disminuyeron (12%).

En el gráfico 5 se observa que el 90% de las Pymes del sector de industria y el 85% de las de comercio reportaron que el nivel de existencias fue adecuado durante 2015-II. En el sector de industria, tan solo el 1% de los encuestados reportó un nivel de existencias insuficiente. Por su parte, un elevado 9% de los empresarios comerciales antioqueños consideró que sus existencias no fueron suficientes.

Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, el 72% dijo que este había aumentado. Entre tanto, el 14% de dichas empresas afirmó que este nivel se había mantenido igual y la misma proporción dijo haber observado una reducción en esta variable durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 6). Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 73% de las Pymes industriales del Oriente Antioqueño utilizó entre el 60% y el 90% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 7). En cuanto

Gráfico 5. Existencias (%)

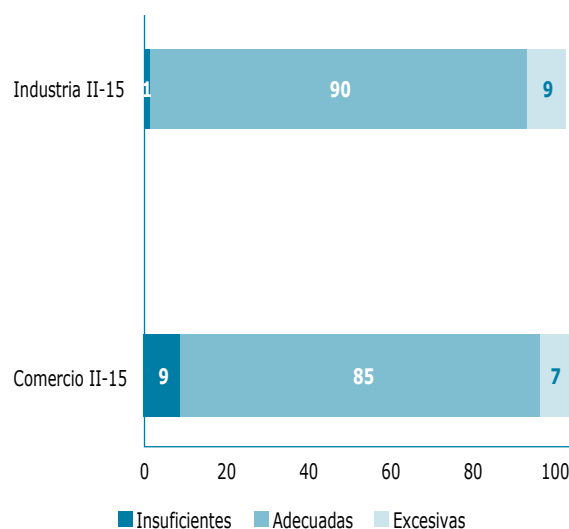
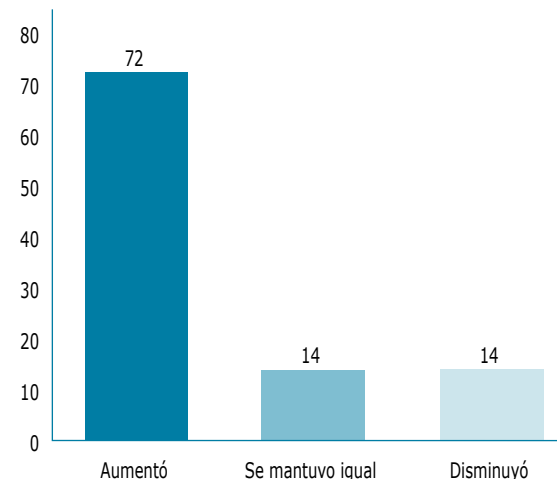


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2015, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2015 (%)



a la inversión en maquinaria y equipo que estas Pymes realizaron, el 50% afirmó que esta aumentó, el 37% que se mantuvo igual y el 12% que esta se redujo durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 8).

El gráfico 9 muestra que para la mayoría de las Pymes de los tres macrosectores los costos de sus insumos aumentaron en 2015-II. Así, el 72% de las Pymes industriales, el 62% de las comerciales y el 45% de las de servicios reportaron que sus costos crecieron

con respecto a los niveles de 2015-II. Por su parte, el 27% de los empresarios del sector de industria, el 31% de los de comercio y el 47% de los de servicios consideraron que los costos de sus insumos se mantuvieron estables, mientras que el 1% de los encuestados industriales, el 7% de los comerciales y el 6% de los de servicios reportaron caídas en sus costos.

Al preguntar a las empresas Pyme de la región antioqueña por los márgenes de sus empresas, su respuesta reflejó cierto deterioro económico para

Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes Industriales)

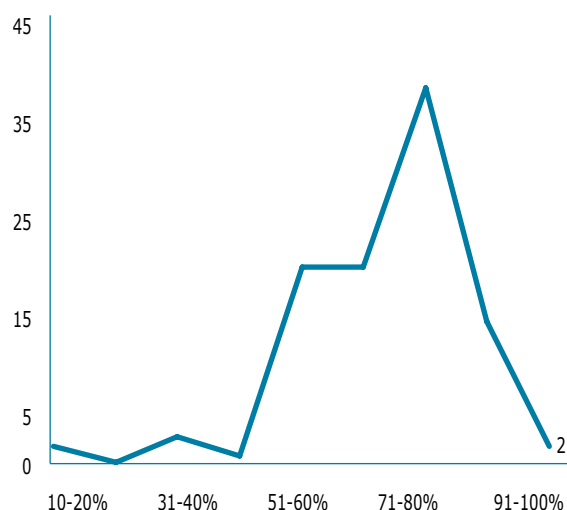


Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2015 (%)

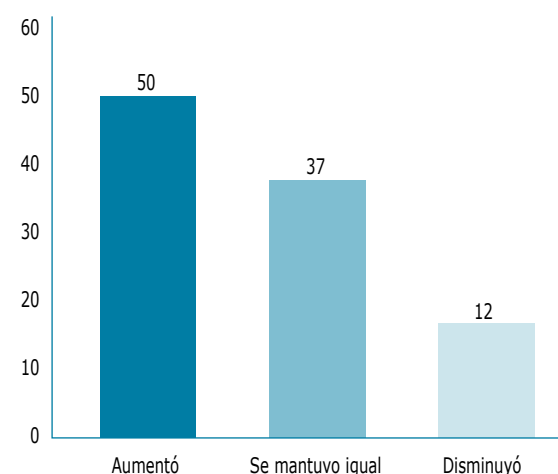


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2015, los costos durante el segundo semestre de 2015 (%)

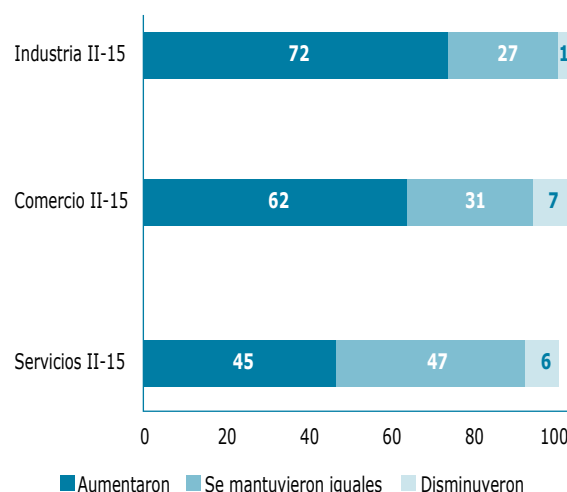
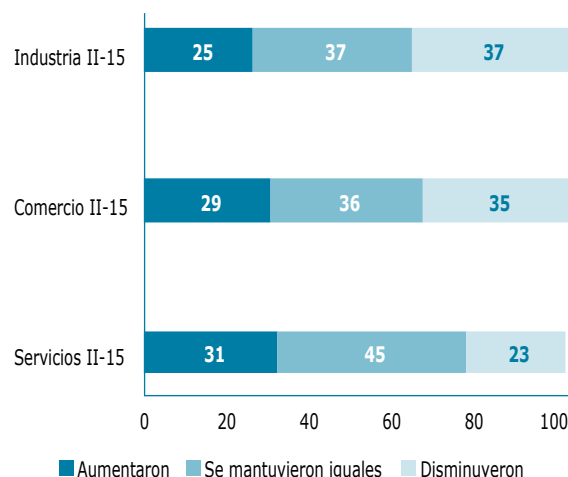
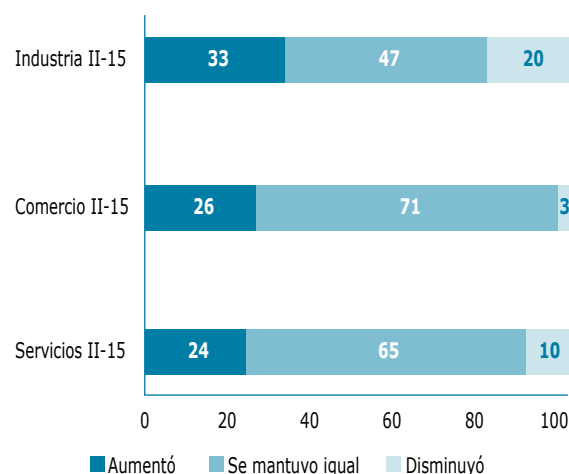


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2015, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



los tres macrosectores. Las Pymes de industria presentaron la mayor proporción de encuestados que afirmaron que sus márgenes habían disminuido (37%). De forma similar el 35% del sector comercio afirmó haber reducido sus márgenes. En cambio, en las Pymes de servicios se observó que en esta variable primó la estabilidad (45%). Entre tanto, el porcentaje de encuestados que reportaron aumentos en sus márgenes fue del 25% en las Pymes industriales, del 29% en las comerciales y del 31% en las de servicios (ver gráfico 10).

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2015, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



En el Oriente Antioqueño, cerca de dos terceras partes de los encuestados para todos los macrosectores afirmaron que el número de trabajadores de sus empresas se mantuvo estable. Lo anterior puede observarse en el gráfico 11, donde una proporción equivalente al 47% de los encuestados del sector de industria, un 71% de los de comercio y un 64% de los de servicios afirmaron que su planta de personal se mantuvo constante. Por su parte, en el sector de industria los empresarios que reportaron aumento en su planta de personal (33%) superaron a los que registraron disminución (20%). De igual forma, en los sectores de comercio y servicios los empresarios que dijeron haber aumentado el número de trabajadores contratados (26% y 24% respectivamente) fueron más que los que dijeron haberlo disminuido (3% y 10%).

El gráfico 12 muestra que el 87% de las empresas industriales, el 78% de las comerciales y el 84% de las de servicios no han realizado o planeado relocalizaciones geográficas con el fin de reducir costos de transporte. Solo una baja proporción de los encuestados realizó relocalizaciones en 2015 (12% industria, 14% comercio y 10% servicios).

El gráfico 13 muestra que las Pymes industriales encontraron como principal problema para el desarrollo de su actividad empresarial la tasa de cambio (31%) en el segundo semestre de 2015. A este problema le siguen el costo de los insumos (30%), la falta de demanda (13%) y los altos impuestos (9%).

Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

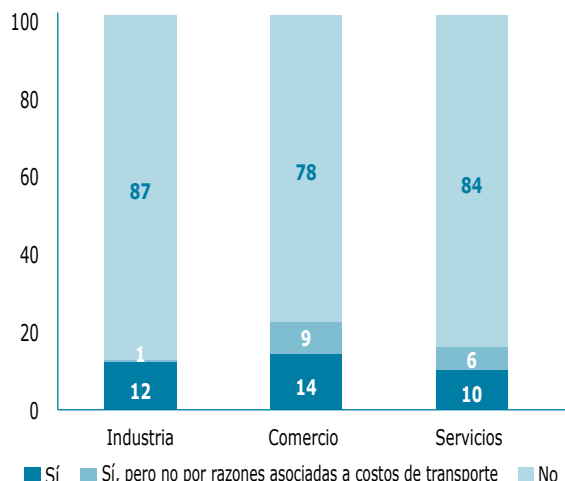


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

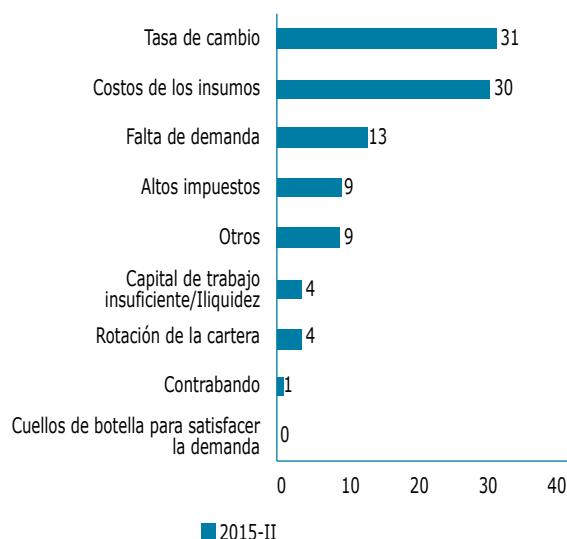
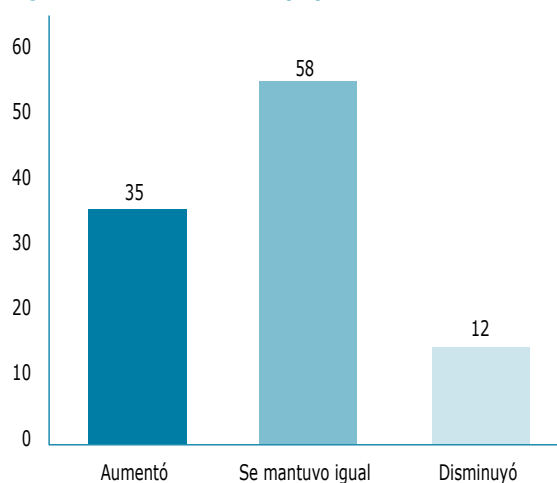


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2015, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2015 (%)



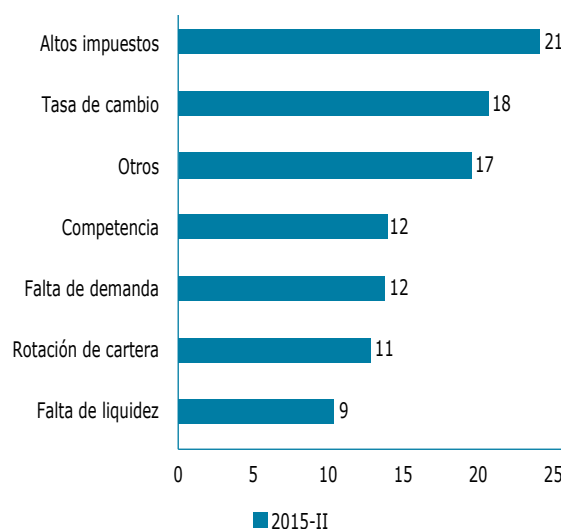
Durante el segundo semestre de 2015, la superficie de ventas de las Pymes comerciales se mantuvo más bien estable. El gráfico 14 muestra que el 58% de los empresarios Pyme del sector de comercio afirmó que su superficie de ventas se mantuvo igual, mientras que el 35% dijo que esta aumentó y para el 12% esta variable disminuyó.

En cuanto a los problemas que enfrentaron las Pymes comerciales, una gran proporción (28%) mencionó que el más importante fue la tasa de cambio durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 15). A este le siguieron la competencia con grandes superficies (17%) y los altos impuestos (15%). Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales dificultades los altos impuestos (21%) y la tasa de cambio (18%), ver gráfico 16.

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)



Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2016

Las perspectivas para el primer semestre de 2016 fueron, en su mayoría, optimistas en el segmento Pyme de esta región antioqueña. Al preguntar a los encuestados por el desempeño general que esperaban observar durante el primer semestre de 2016, el gráfico 17 muestra que el

38% de los empresarios industriales, el 45% de los empresarios de comercio y el 43% de los empresarios de servicios dijeron esperar un desempeño favorable durante 2016-I. En industria (47%) comercio (36%) y servicios (35%) una porción no despreciable de los encuestados pensaba que la

situación económica se mantendría igual. En cambio, los empresarios que consideraban que la situación sería desfavorable fue relativamente baja (industria 4%, comercio 3% y servicios 11%). En cuanto a las perspectivas inciertas, entre el 10% y el 16% de los empresarios no sabía qué esperar del primer semestre de 2016.

Sobre el nivel de producción industrial, la mayoría de las Pymes industriales esperaba que se mantuviera igual (48%), mientras que el 45% que

aumentara y el 7% que disminuyera (ver gráfico 18). Con relación a las expectativas de pedidos, los empresarios de los tres macrosectores se mostraron bastante cautos, alrededor del 40%-50% esperaba que estos aumentaran (ver gráfico 19), mientras que el 31% de los empresarios industriales, el 50% de los comerciales y el 44% de los de servicios esperaban que se mantuvieran iguales.

Respecto a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 32% de las Pymes industriales

Gráfico 17. Desempeño general (%)

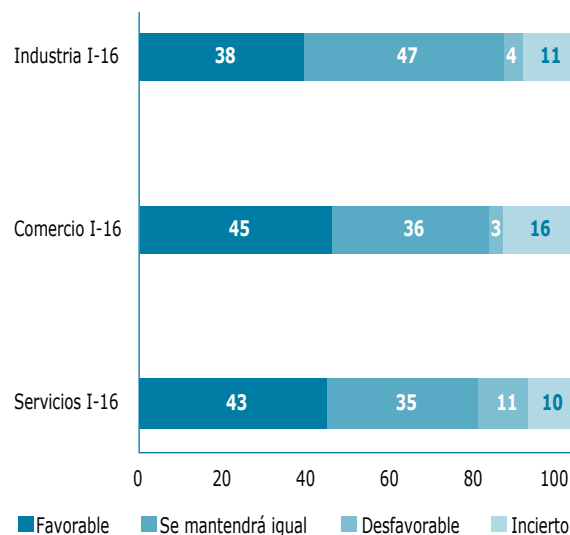


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2015, la producción industrial en el primer semestre de 2016 (%)

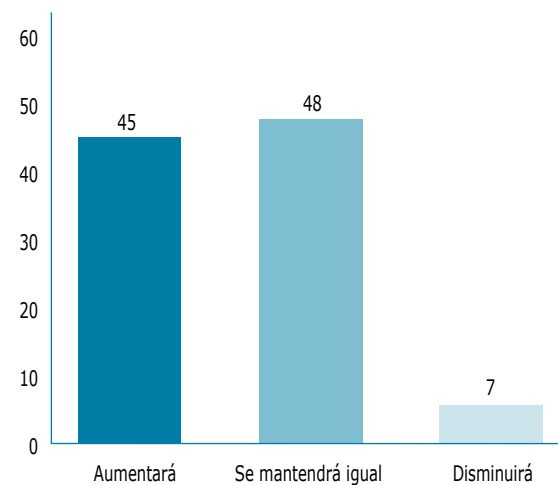


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

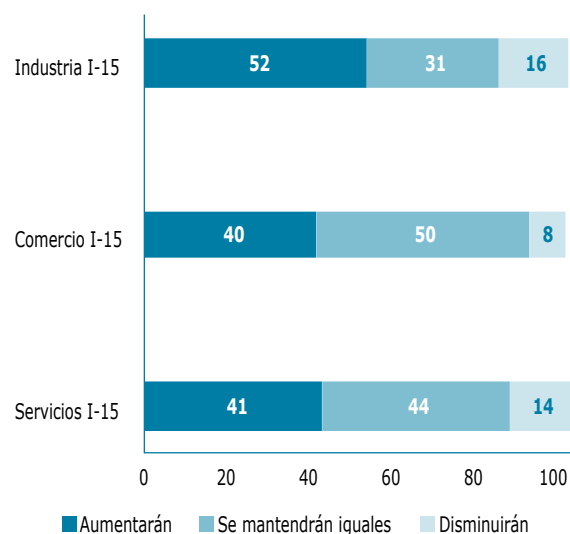
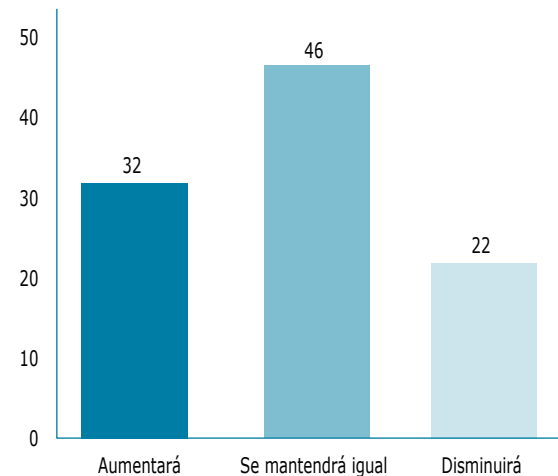


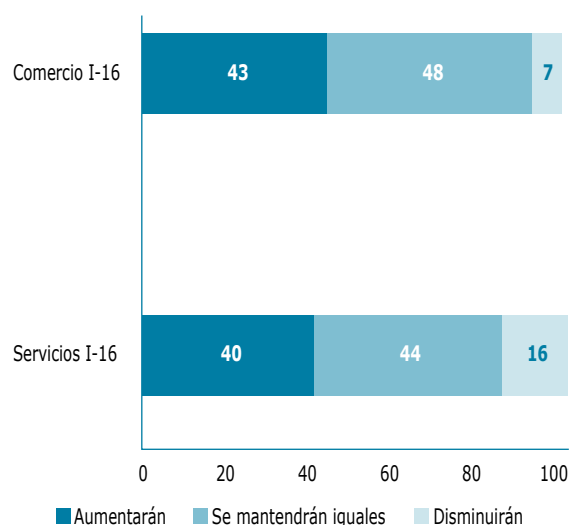
Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2016 (%)



esperaba un incremento en la inversión. Por su parte, el 46% de este segmento creía que la inversión se mantendría constante, mientras que solo el 22% esperaba una caída en esta variable durante 2016-I (ver gráfico 20).

Finalmente, en materia de ventas, las expectativas de los sectores de comercio y servicios eran igualmente cautelosas (ver gráfico 21). En efecto, el 43% de las Pymes comerciales y el 40% de las de servicios esperaban que sus ventas se incrementaran durante el primer semestre de 2016. Así, la mayoría de los empresarios consideraba que las ventas se mantendrían estables (48% en comercio y 44% en servicios). Tan solo el 7% y el 16% de los empresarios de las Pymes del sector de comercio y de servicios, respectivamente, anticipaban caídas en el volumen de ventas.

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

En el gráfico 22 se observa que el 43% de las Pymes industriales de esta región antioqueña, el 38% de las comerciales y el 38% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2015-II. De estas, al 98% de los empresarios del sector de industria al 86 % de los de comercio y el 97% servicios se les aprobó el crédito solicitado (ver gráfico 23).

En cuanto al término de los créditos, el 44% de los industriales solicitó crédito a corto o largo

plazo, mientras que solo el 13% lo solicitó a mediano plazo (1-3 años). Por su parte, para el sector de comercio el plazo más solicitado fue el de mediano plazo (47%) y para servicios el largo plazo (46%). En cuanto al plazo al que fue aprobado el crédito, este fue en gran medida acorde con los plazos solicitados (ver gráficos 24 y 25). En efecto, a la mayoría de los encuestados del sector de comercio se le aprobó a mediano plazo (41%) y a los de servicios a largo plazo (46%). Sin embargo, en

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

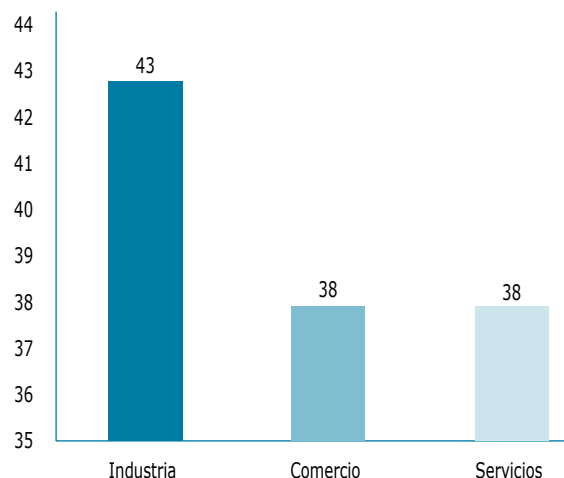
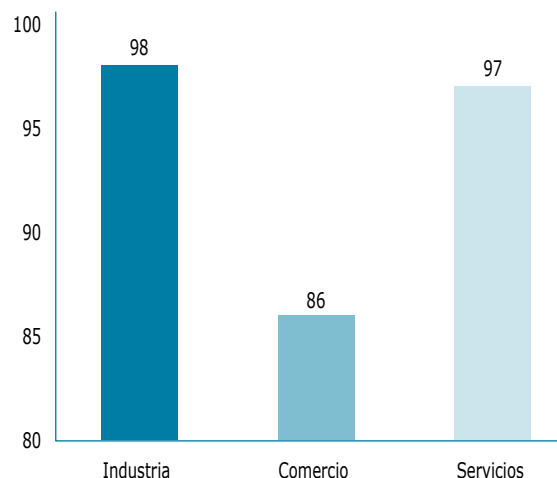


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



el caso industrial, la mayoría de los créditos (44%) se aprobó a largo plazo.

En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 100% de los empresarios de industria, el 90% de los de comercio y el 97% de los de servicios dijeron que el monto del crédito aprobado se ajustó al monto solicitado (ver gráfico 26).

Respecto a los rangos de tasa a los cuales estos créditos fueron aprobados, el gráfico 27 muestra que la mayoría de los encuestados de industria y servicios dijo recibir tasas entre DTF+4 y DTF+8 (68% en

industria y 46% en servicios), y para comercio (43%) la mayoría recibió una tasa hasta DTF+4. Por su parte, los empresarios que recibieron tasas superiores a DTF+8 no superaron el 5%. El gráfico 28 exhibe la satisfacción de los empresarios de cada sector con la tasa de interés que recibieron. Allí se observa que mientras que el 89% de los encuestados del sector industrial consideró que la tasa fue apropiada, en el caso del sector de comercio dicho porcentaje fue del 57%(paradójico, teniendo en cuenta que reciben los créditos menos costosos). En el sector de servicios, el porcentaje de empresarios satisfechos con la tasa recibida descendió hasta el 42%.

Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

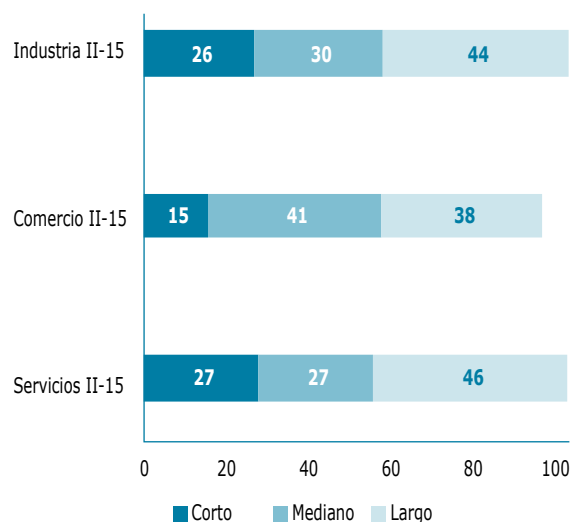


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

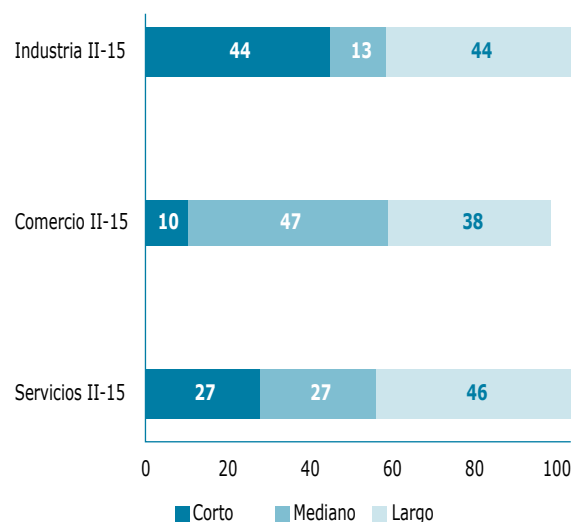


Gráfico 26. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

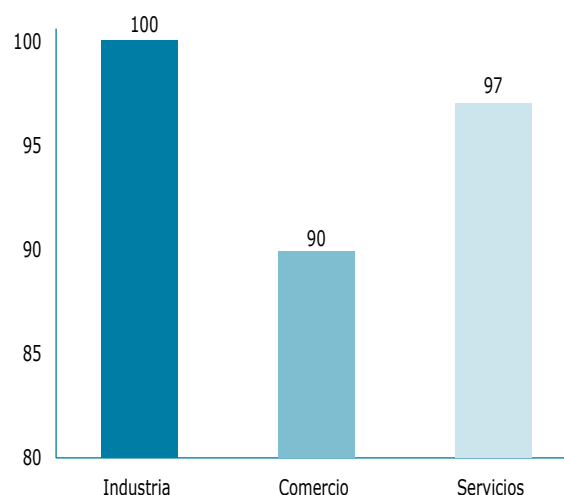


Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

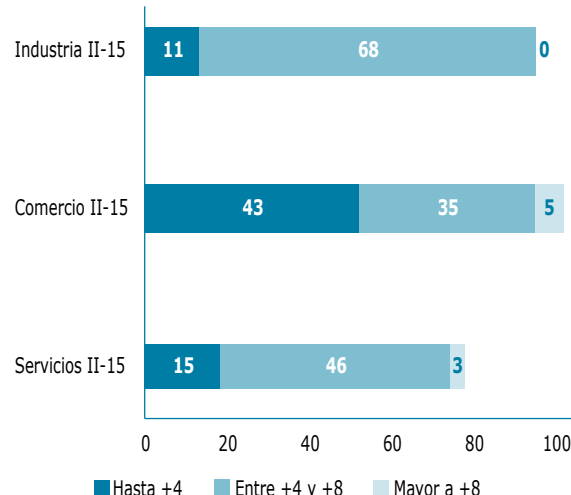
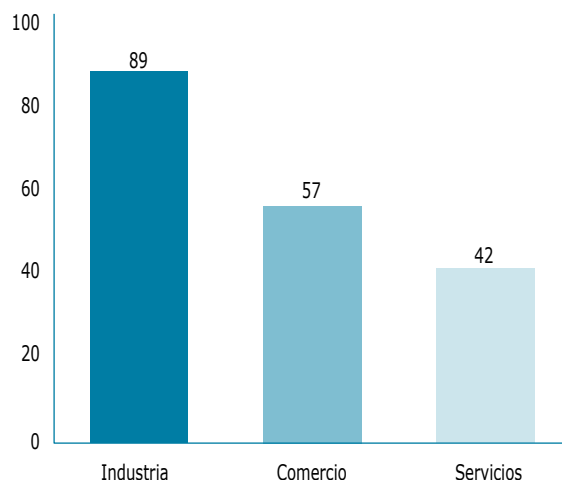


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)



El principal destino de los recursos que las empresas Pyme solicitaron al sistema financiero fue la inversión en capital de trabajo (70% en industria, 78% en comercio y 57% en servicios). Como lo muestra el gráfico 29, para las Pymes de industria y comercio, el segundo destino de estos recursos fue la consolidación del pasivo (24%), mientras que para las Pymes de servicios fueron las remodelaciones o adecuaciones (21%).

Al preguntar a los encuestados por su acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 29% de los empresarios de industria, el 53% de comercio y de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa en 2015-II (ver gráfico 30). De los encuestados que sí accedieron, la mayoría de industriales lo hizo a recursos propios (31%). Por su parte, los empresarios de comercio y ser-

Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

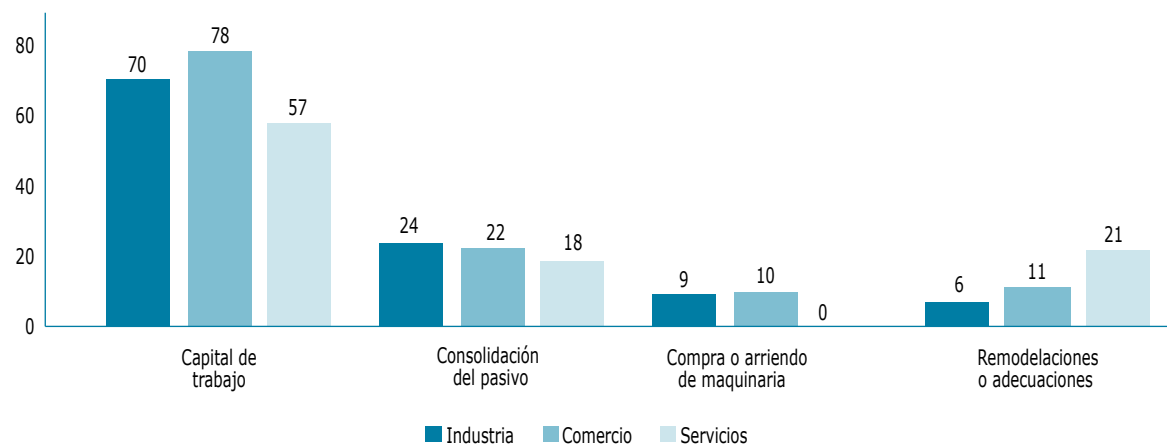


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

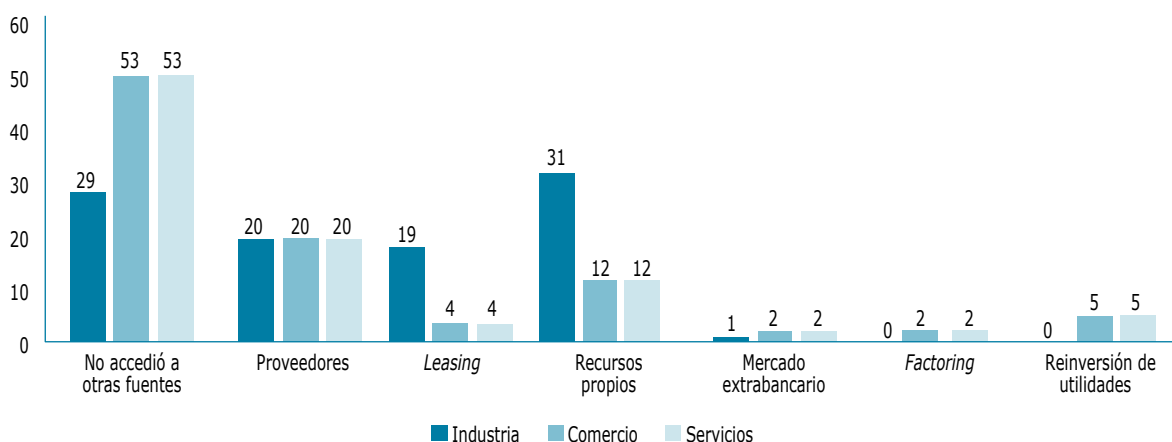
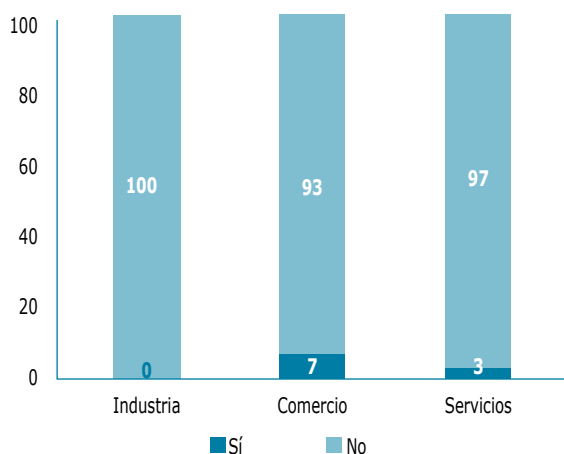


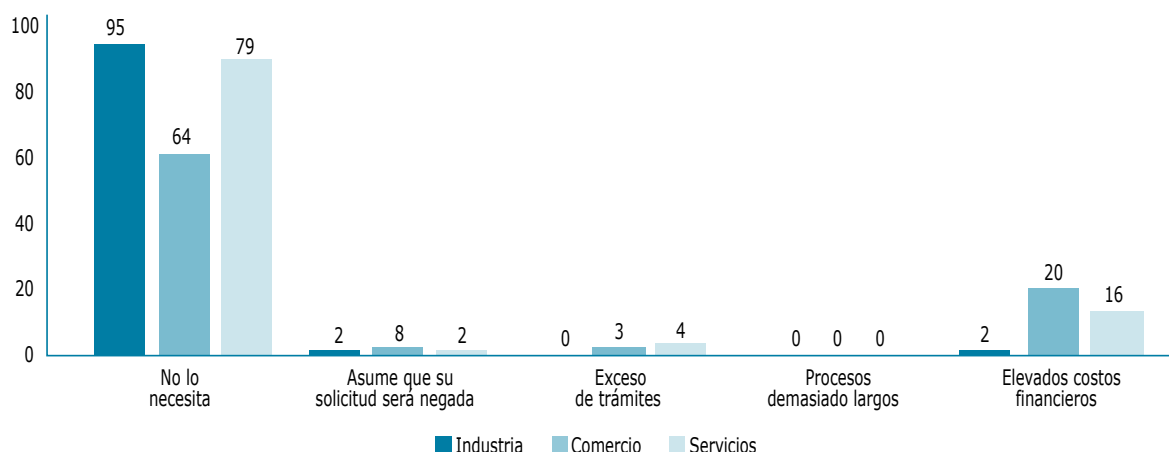
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año? (%)



vicios usaron sus proveedores (20% en ambos casos). Cabe destacar la baja penetración del factoring y de la reinversión de utilidades como fuentes alternativas al crédito en los tres macrosectores, fuentes que no superan siquiera el 5%.

Por último, con relación al financiamiento, la principal razón por la cual el empresariado Pyme del Oriente Antioqueño de los tres macrosectores no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2015 fue porque no lo necesitaron (95% en industria, 64% en comercio y 79% en servicios), ver gráfico 32. Adicionalmente, como lo muestra el gráfico 31, en su mayoría los empresarios de los tres macrosectores no utilizaron capital privado y apoyo emprendedor (0% industria, 7% comercio y 3% en servicios).

Gráfico 32. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



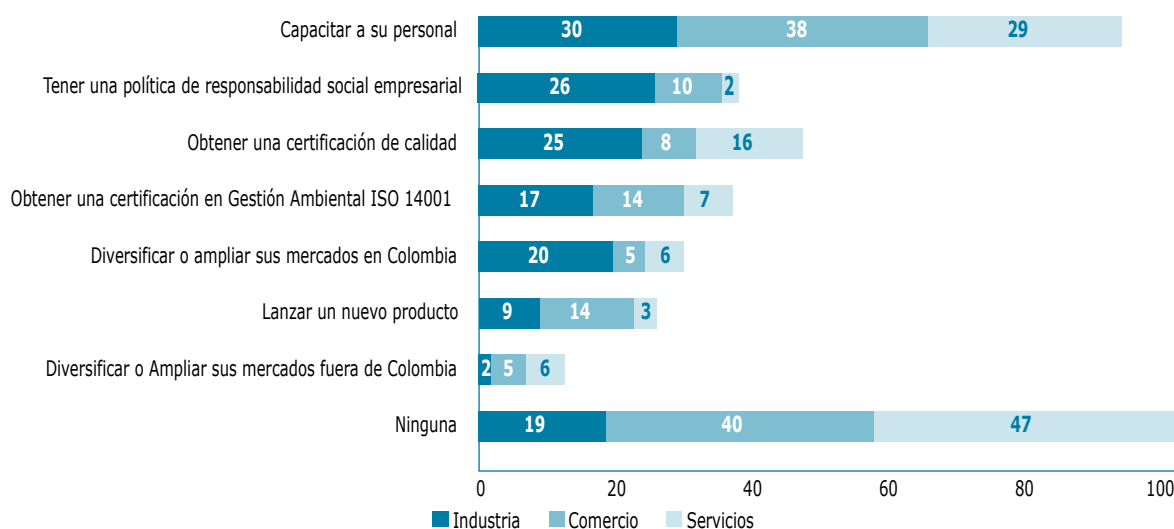
Acciones de mejoramiento

Para esta primera medición de la Gran Encuesta Pyme en el Oriente Antioqueño se indagó sobre las principales acciones que emplearon las Pymes de esta región para mejorar su desempeño futuro. A lo anterior, las Pymes de los tres macrosectores respondieron que su principal acción fue capacitar a su personal (30% en industria, 38% en comercio y 29% en servicios). En segundo lugar, el 26% de las manufactureras optó por tener una política de responsabilidad social empresarial, para comercio

el 14% dedicó esfuerzos en obtener una certificación en gestión ambiental, mientras que para servicios el 16% buscó obtener una certificación de calidad.

Ahora bien, cabe anotar que la proporción de Pymes que no emplearon ninguna acción para mejorar su desempeño en 2016-I fue elevada. Dicha proporción fue del 40% en las Pymes comerciales y del 47% en las Pymes de servicios.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Mercado laboral

En la presente medición de la Encuesta se realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme. A continuación analizaremos los resultados de esta indagación en la región del Oriente Antioqueño.

En primer lugar, se preguntó a los empresarios de esta región de Antioquia si la formación profesional

ofrecida por el Sena y otros centros educativos responde a las necesidades de sus empresas. Se encontró que en los tres macrosectores la mayoría de los encuestados consideraba que sí era adecuada, en donde industria presentaba un 77% de respuestas positivas frente al 64% de comercio y el 82% de servicios (ver gráfico 34). Al preguntarles sobre qué debería cambiar o mejorar en la oferta educativa, la mayoría de

Gráfico 34. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa (%)

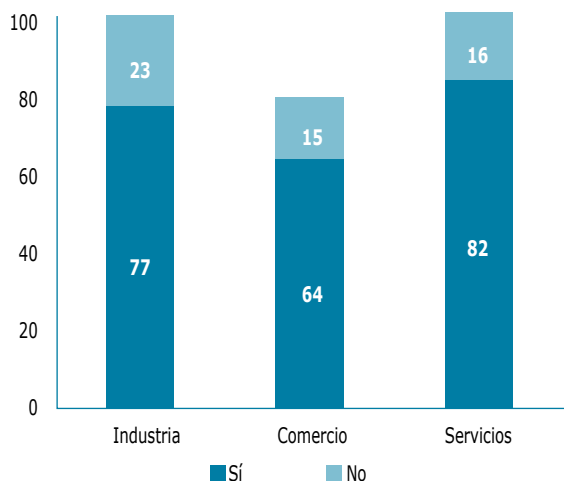
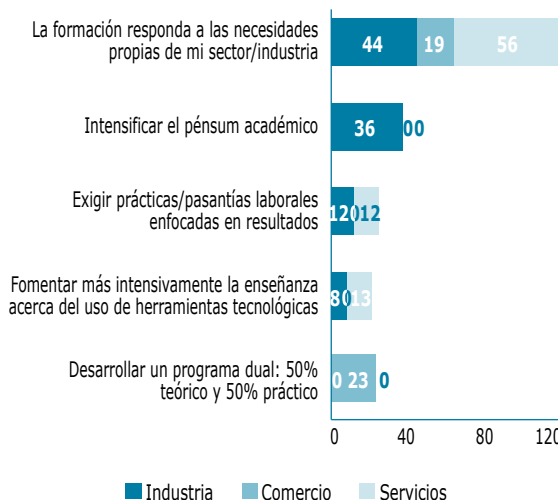


Gráfico 35. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)



los empresarios Pyme manufactureros y de servicios consideró que era necesario que la formación estuviera enfocada en las necesidades de cada sector (44% industria, 56% servicios). Mientras que el sector comercial consideró que desarrollar un programa dual: 50% teórico y 50% práctico era la mejor opción para mejorar la oferta educativa (ver gráfico 35).

Al indagar sobre la distribución de la contraprestación salarial se encontró una distribución bastante similar entre los tres macrosectores. Efectivamente, en los sectores de industria, comercio y servicios, un gran porcentaje de las empresas paga entre 1 y 4 salarios mínimos a la mayoría de sus empleados, donde el sector comercial presenta la mayor concentración de empleados con un salario mínimo (63% vs. 44% de industria y 50% de servicios). Mientras que la mayoría de las Pymes industriales se ubica entre 2 y 4

salarios mínimos, con el 45%(vs. 32% de comercio y 39% de servicios), ver gráfico 36.

Para finalizar, dentro del contexto actual colombiano del proceso de paz, se les preguntó a los empresarios Pyme bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar a personas reinseradas. A lo anterior la mayoría de los empresarios de industria (27%) contestó que lo harían siempre y cuando tuvieran la capacitación requerida y les dieran incentivos tributarios. A su vez, el 30% del sector comercio afirmó que lo haría siempre y cuando tuvieran la formación requerida sin necesidad de incentivos adicionales. Por el contrario, los empresarios de servicios respondieron en un 26% que no contratarían a reinserados bajo ninguna circunstancia, contrastando con el 13% del sector industrial y el 18% de los comerciantes. (ver gráfico 37).

Gráfico 36. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%)

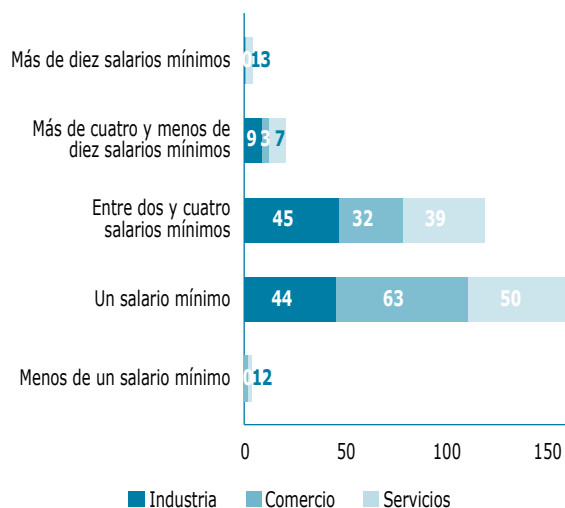
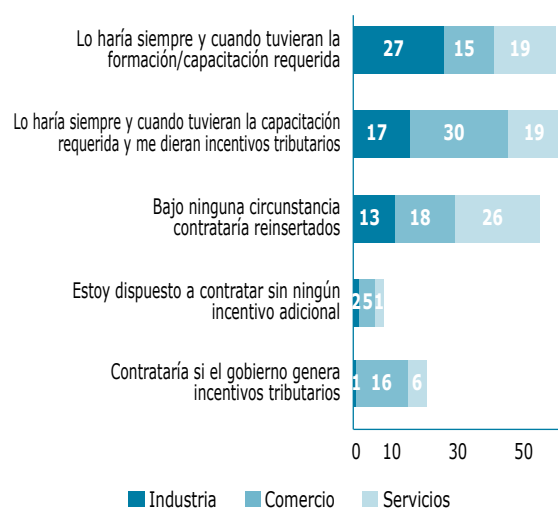


Gráfico 37. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinseradas en su empresa



Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Gran Encuesta Pyme Anif revelan que la mayoría de las Pymes del Oriente antioqueño no exporta. En efecto, el 53% de los encuestados en el sector de industria y el 92% en el de servicios dijeron que no exportan sus productos (ver gráfico 38). Aun así, cabe destacar que para esta región antioqueña la proporción de empresas industriales que exportan es bas-

tante superior a la registrada en el resto del país. Adicionalmente, el 16% de las empresas industriales registraron un aumento en el volumen exportado en el segundo semestre de 2015, mientras que para el sector de servicios esta cifra llegó únicamente al 3%.

Al preguntársele a las firmas Pyme las razones por las cuales no exporta, se encuentra que un 44%

de las industriales y un 40% de las de servicios no tienen interés alguno en exportar. Igualmente, el 42% de los industriales y el 34% de las empresas de servicios consideran que su negocio no tiene productos exportables (ver gráfico 39). En sintonía con el poco interés de exportar, el 59% de los industriales y el 72% de los empresarios de servicios no han considerado internacionalizarse (ver gráfico 40).

Las expectativas sobre el volumen de exportación no son muy optimistas para el sector servicios, pues la mayoría de empresarios esperaba no exportar en 2016-I (87%), ver gráfico 40. Sin embargo, el panorama es algo distinto para el sector industrial, donde el 19 % de los encuestados pensaba que las exportaciones aumentarían, mientras que un 28% pensaba que se mantendrían iguales.

Con respecto a la reciente devaluación en la relación peso/dólar que ha sufrido el país, los empresarios de los sectores de industria (57%), comercio (79%) y servicios (51%) mencionaron que esta ha tenido un efecto desfavorable sobre su actividad (ver gráfico 42). Ahora bien, la proporción de Pymes de dichos sectores que no han percibido ningún efecto por cuenta de la devaluación tam-

Gráfico 38. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

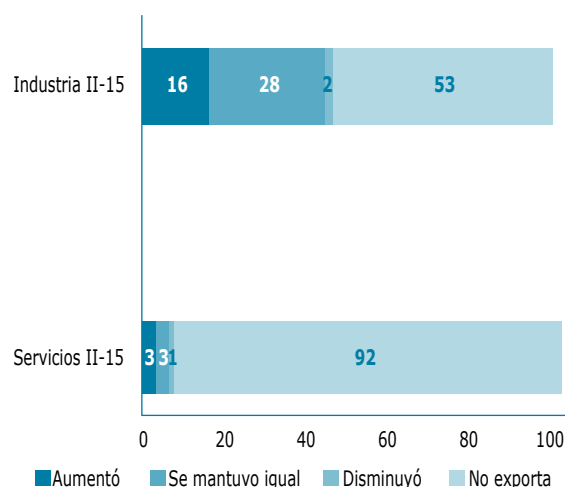


Gráfico 39. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?

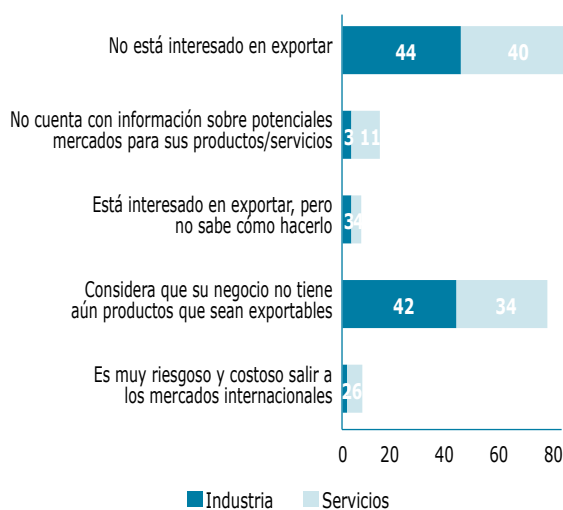


Gráfico 40. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

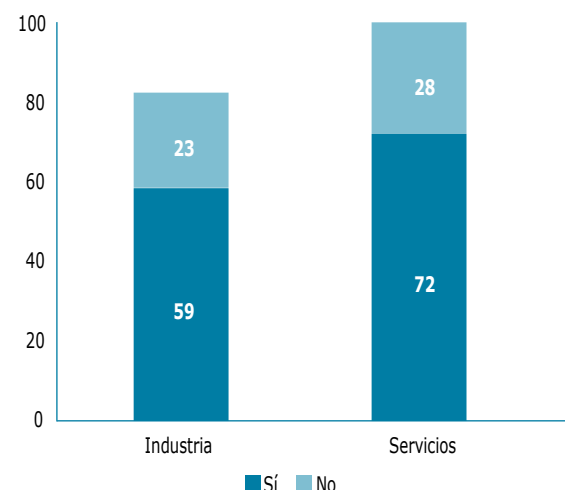
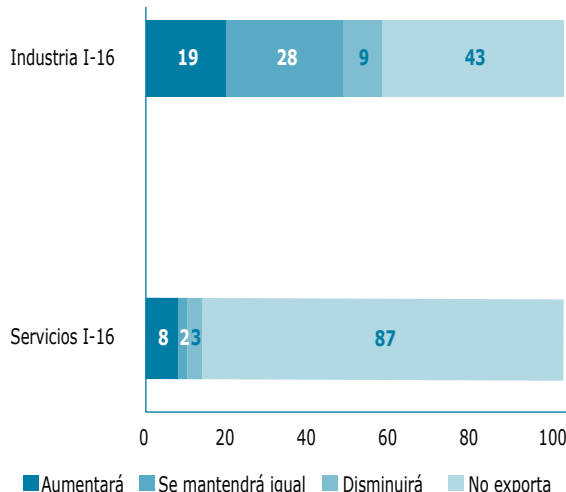


Gráfico 41. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



bién es considerable (23% en industria, 10% en comercio y 38% en servicios).

Finalmente, con relación al mercado que tuvo la mayor participación en el total de ventas de la empresa, el mercado local fue el más importante en los tres sectores Pyme del Oriente Antioqueño (55% en

industria, 74% en comercio y 84% en servicios), ver gráfico 43. El segundo mercado más importante fue el resto del país, con un 27% de participación de las industrias, un 16% de comercio y un 9% de servicios, mientras que el mercado internacional solo representa una participación levemente mayor al 10% en el caso de las Pymes industriales (16%).

Gráfico 42. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

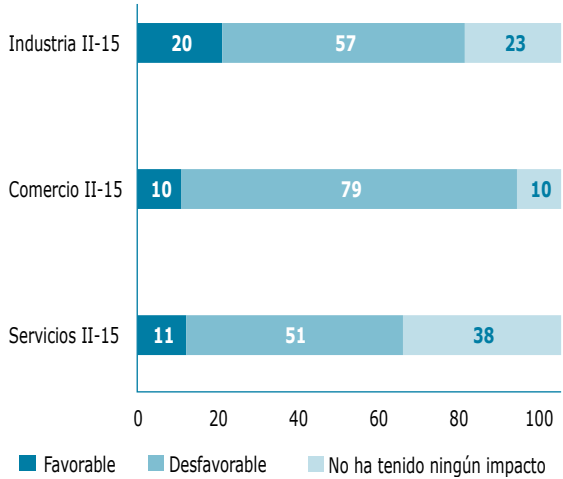
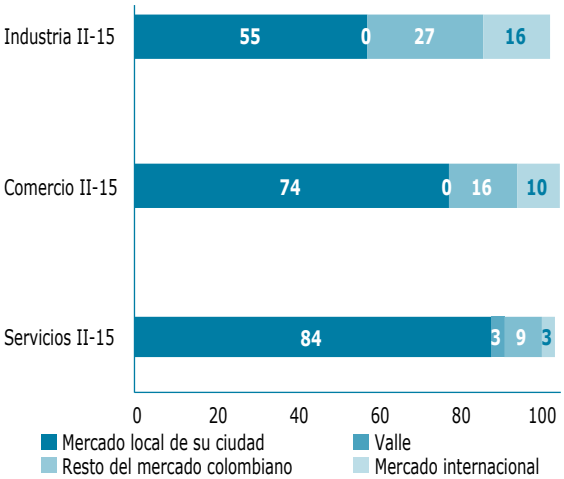


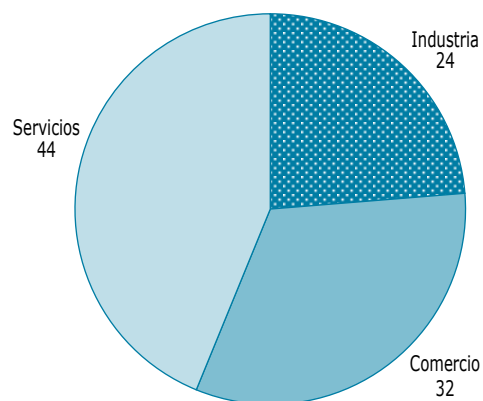
Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Pereira

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2015

• Sector industria

En la ciudad de Pereira, la situación económica de las Pymes industriales en el segundo semestre de 2015 presentó un comportamiento similar a lo observado durante el segundo semestre de 2014. Al igual que el año anterior, este sector se caracte-

rizó por ser aquel con las peores percepciones sobre su situación económica general frente al resto de los macrosectores.

El 35% de la Pymes industriales risaraldenses reportó que su situación económica general durante el segundo semestre de 2015 mejoró respecto al primer semestre del mismo año. Comparada con la anterior medición, la proporción de empresas que experimentaron una mejoría en su situación económica actual cayó en 5 puntos porcentuales, pasando del 40% al 35% entre 2014 y 2015. Sin embargo, se observó una disminución en el porcentaje de empresas que reportaron deterioro en su situación, pues este pasó del 25% en el segundo semestre de 2014 al 18% para la segunda mitad de 2015. Como consecuencia de lo anterior, el balance de respuestas (diferencia entre las respuestas positivas y negativas) se ubicó en 18 puntos, posicionándose 3 puntos por encima de lo observado un año atrás, pero 7 puntos por debajo de su promedio histórico (ver gráfico 1, sección Pereira).

A diferencia de la percepción sobre la situación económica general, el comportamiento de las ventas del empresariado industrial pereirano mostró un re-

Gráfico 1. Situación económica general (Balance de respuestas)

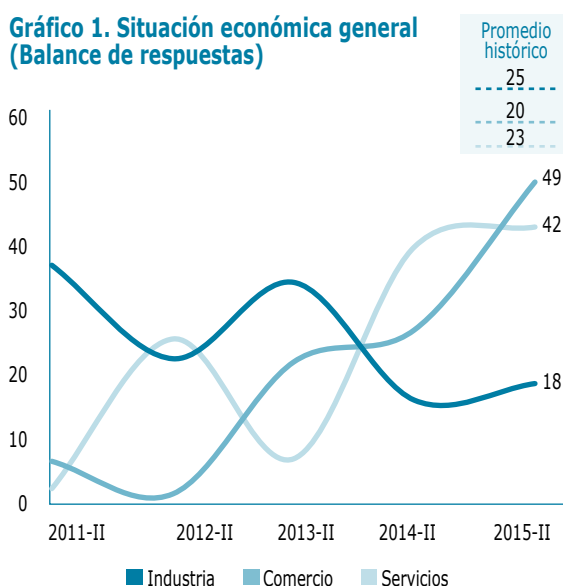


Gráfico 2. Ventas (Balance de respuestas)

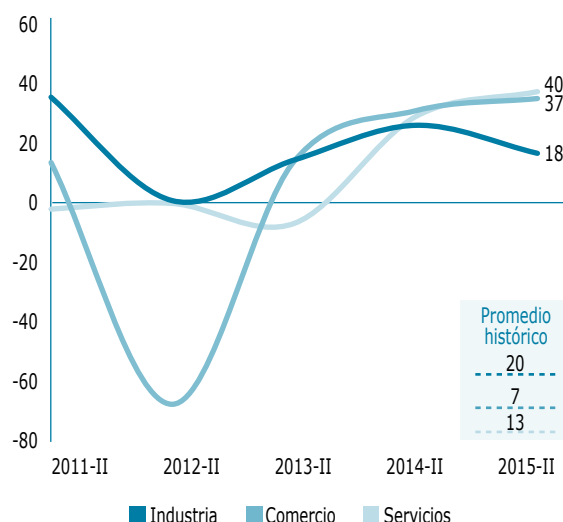
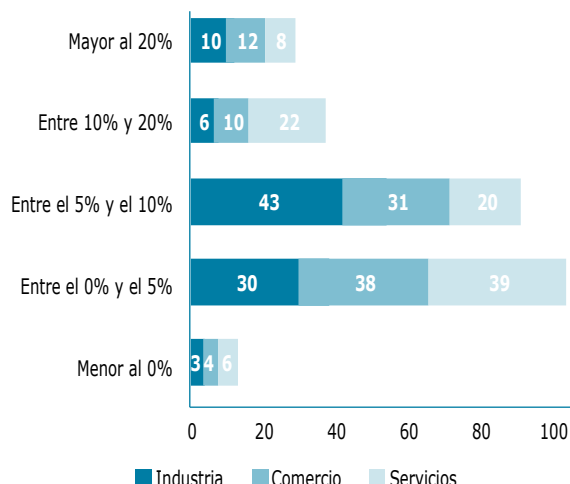
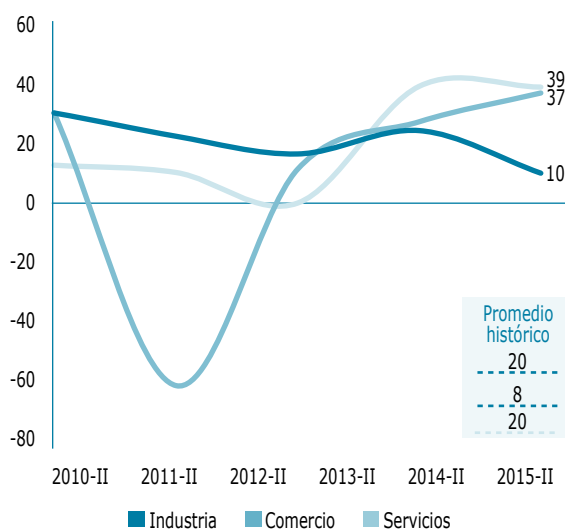


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:



troceso respecto a la medición anterior. La proporción de encuestados que reportaron una caída en las ventas pasó del 20% observado en 2014-II al 18% en 2015-II, mientras que la proporción de empresarios que afirmaron experimentar una mejora en el volumen de sus ventas disminuyó en 11 puntos porcentuales respecto al año anterior, alcanzando un 37% de las respuestas en 2015-II. En términos del balance de respuestas, este se ubicó en 18 puntos, mostrando un retroceso de 10 puntos respecto a la medición anterior y 2 puntos por debajo de su promedio histórico (ver gráfico 2). Adicionalmente, el 73% de las Pymes industriales de Pereira tuvo crecimiento de ventas entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

Gráfico 4. Pedidos (Balance de respuestas)



En línea con las depreciaciones del comportamiento de las ventas, las Pymes industriales reportaron que el comportamiento de los pedidos fue desfavorable comparado con la medición anterior. En efecto, el balance de respuestas decreció de 24 a 10 entre 2014-II y 2015-II (ver gráfico 4), con lo cual se ubicó 10 puntos por debajo del promedio histórico (20). La proporción de Pymes que reportaron aumentos en el volumen de pedidos que recibieron pasó del 43% al 31% durante el segundo semestre de 2015 (-12 puntos porcentuales), mientras que la proporción de empresarios industriales que reportaron una disminución en estos pasó del 19% al 22% (+3 puntos porcentuales) para el mismo periodo.

En cuanto al nivel de existencias, el 93% de las Pymes manufactureras pereiranas consideró que estas fueron adecuadas para el segundo semestre de 2015, porcentaje mayor al 88% alcanzado en 2014-II (ver gráfico 5). Por su parte, la proporción de empresas que consideraron insuficientes sus existencias aumentó del 1% al 2% en el último año, mientras que aquellas que las vieron como excesivas disminuyeron del 11% al 6% durante el mismo periodo. Lo anterior muestra que las Pymes industriales tuvieron una adecuada estimación en la demanda que se preveía para este año.

Siguiendo la misma dinámica de las ventas y los pedidos, el volumen de producción mostró un comportamiento desfavorable, como lo muestra el gráfico 6. La cantidad de Pymes que reportaron un aumento en su volumen de producción decreció del 41% al 33% entre 2014-II y 2015-II, mientras que la cantidad de

Gráfico 5. Existencias (%)

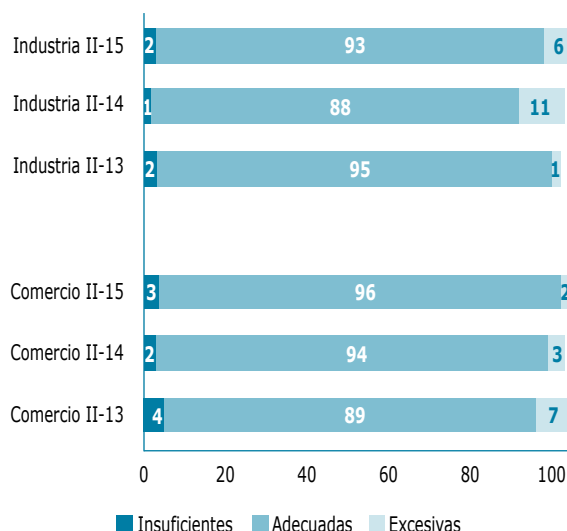
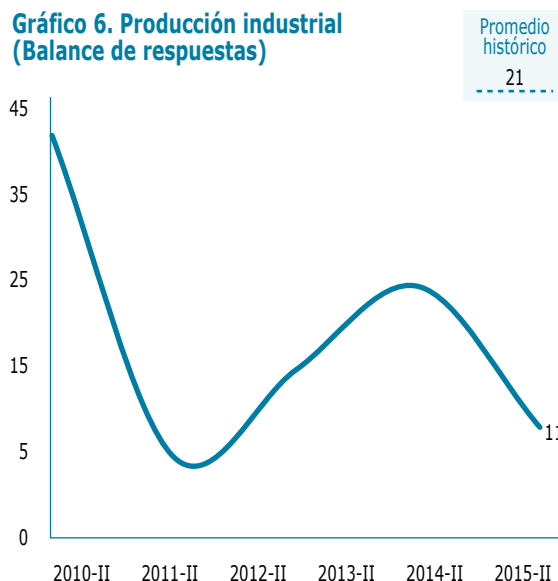


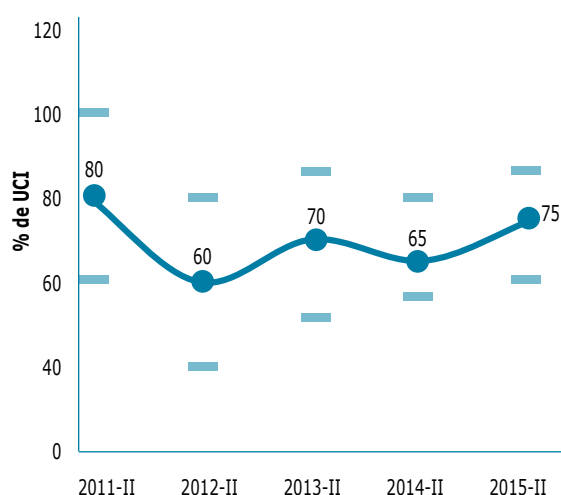
Gráfico 6. Producción industrial (Balance de respuestas)



Pymes que reportaron una caída en su producción aumentó en 7 puntos porcentuales, pasando del 15% al 22% para el mismo periodo. Lo anterior se refleja en una disminución en el balance de respuestas, el cual tomó un valor de 11 puntos, cifra inferior en 15 puntos al dato observado un año atrás y 10 puntos por debajo de su promedio histórico. Respecto al nivel de Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), se observó que, en promedio, el 50% de las Pymes alcanzó un nivel de UCI del 75% en 2015-II (ver gráfico 7).

Por su parte, la inversión en maquinaria y equipo evidenció una fuerte caída. Esto puede obser-

Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (50% de las Pymes industriales)



varse en el gráfico 8, donde se muestra que el balance de respuestas cae de 38 en 2014-II a 5 en 2015-II. Esto se debió a una disminución en la proporción de empresarios que reportaron incrementos en la inversión (-27 puntos porcentuales) y a un aumento en el porcentaje de empresarios que redujeron la inversión en maquinaria para el periodo (+6 puntos porcentuales).

El comportamiento de los costos de producción continuó siendo desfavorable para el empresariado industrial Pyme durante el segundo semestre de 2015. Al preguntar a los empresarios industriales por el comportamiento de los costos de producción, el 54% reportó que estos aumentaron, un 5% reportó que estos disminuyeron y un 41% afirmó que estos no cambiaron en 2015-II. En contraste con el comportamiento de esta variable durante el año anterior, las proporciones fueron del 64%, el 4% y el 30%, respectivamente. De esta forma se observa un decrecimiento de 10 puntos porcentuales en la proporción de empresarios industriales que reportaron un encarecimiento en sus costos de producción. Lo anterior hizo que el balance de respuestas a esta pregunta pasara de 60 en 2014-II a 54 en 2015-II, ver gráfico 9.

El gráfico 10 muestra una reducción en los márgenes de ganancia del empresariado industrial pereirano. Esto se debió a la disminución en la proporción de empresarios que reportaron que sus márgenes crecieron (40% para 2014-II vs. 22% para 2015-II). Aunque hubo una disminución de 9 pun-

Gráfico 8. Sector industria: inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)

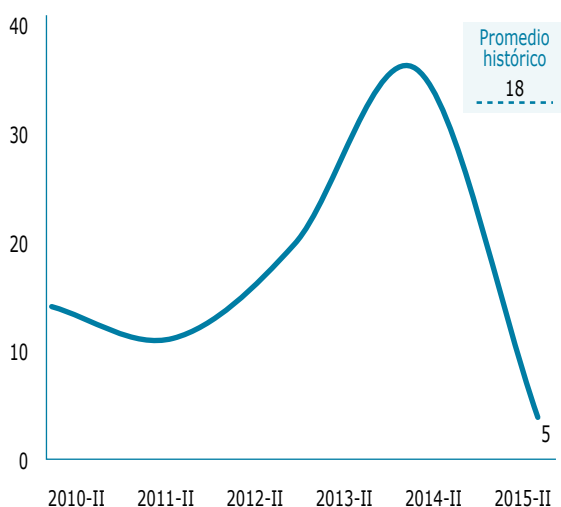
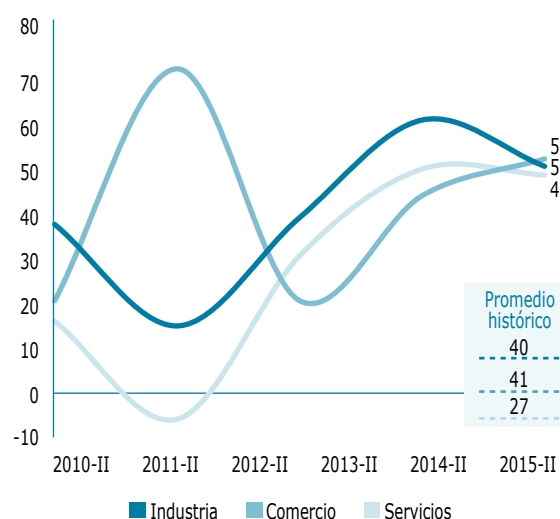


Gráfico 9. Costos (Balance de respuestas)



tos porcentuales en la proporción de empresarios que afirmaron que sus márgenes se redujeron entre 2014 y 2015 (32% en 2014-II vs. 23% en 2015-II). Todo esto hizo que el balance de respuestas cayera de 8 puntos a -1 punto durante el segundo semestre de 2015.

La evolución del empleo industrial en el departamento de Risaralda mostró ser la peor entre los tres macrosectores. De esta forma, el 20% de las Pymes pereiranas afirmó haber incrementado su planta de personal durante 2015-II, cifra inferior en 28 puntos porcentuales a lo observado un año atrás. Adicio-

nal a lo anterior, la proporción de Pymes industriales que redujeron su planta de personal subió del 8% en 2014-II al 22% en 2015-II. Así, el balance de respuestas pasó de tomar un valor de 40 puntos en 2014-II a alcanzar un valor de -2 puntos para 2015-II (ver gráfico 11).

Con relación a la relocalización geográfica de las Pymes industriales de Pereira, la mayoría (94%) expresó no haber planeado o realizado una durante el período de 2015-II (ver gráfico 12). Tan solo el 6% expresó querer hacerlo, motivado por los costos de transporte (3%) y otras razones (3%).

Gráfico 10. Márgenes (Balance de respuestas)

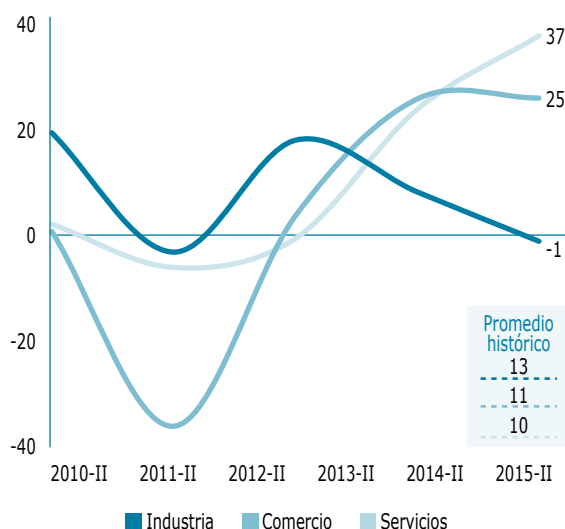


Gráfico 11. Empleo (Balance de respuestas)

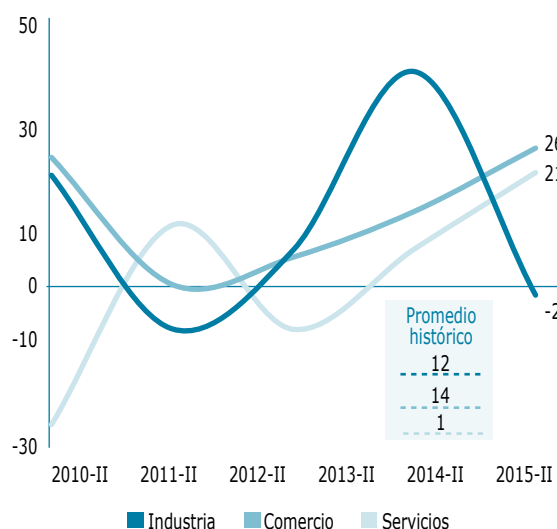


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

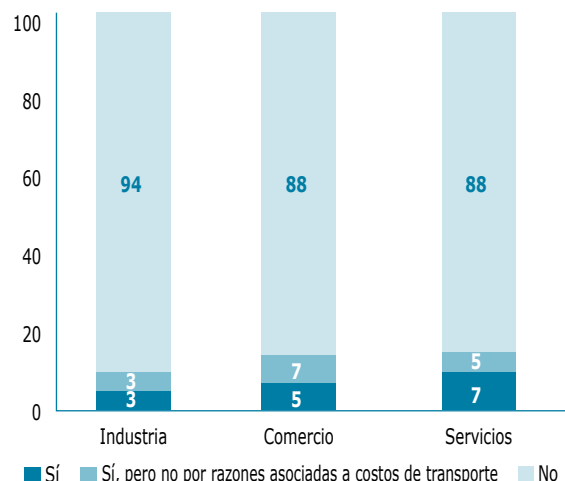
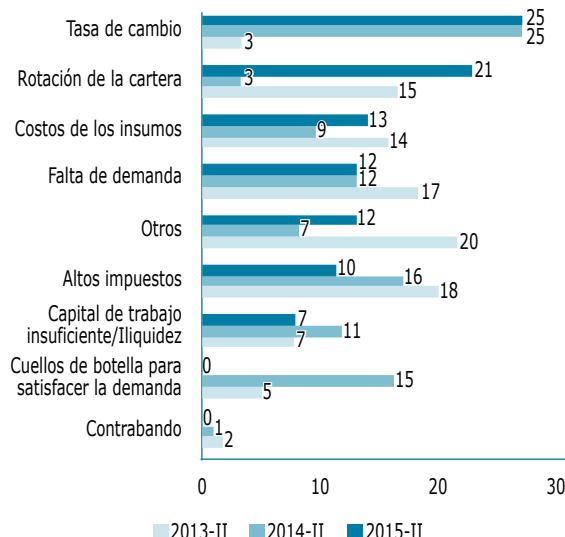


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)



El principal problema que afrontaron las Pymes manufactureras de la ciudad de Pereira para el desarrollo de sus actividades fue la tasa de cambio, concentrando un 25% de las respuestas durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 13). Le siguieron la rotación de cartera, con un 21% de las respuestas, y en tercer lugar los costos de los insumos, con una participación del 13%. El cuarto puesto lo ocupó la falta de demanda, con un 12% de respuestas. De lo anterior cabe anotar que la tasa de cambio mostró un crecimiento importante de 22 puntos porcentuales entre 2013 y 2014, y continúa siendo el principal problema de la industria.

• Sector comercio

Las percepciones sobre la situación económica general del empresariado Pyme del sector comercio en Pereira fueron más positivas que las de los empresarios industriales. El 56% de los empresarios del sector comercio en Pereira reportó mejoras en su situación económica general durante el segundo semestre de 2015, mostrando un incremento de 10 puntos porcentuales frente al dato de 2014-II. Asimismo, el porcentaje de aquellos que observaron un empeoramiento disminuyó del 20% al 7% en 2015-II, siendo este un cambio significativo (-13 puntos porcentuales) para el mismo período, lo que hizo que el balance de respuestas aumentara de 26 a 49 entre 2014-II y 2015-II (ver gráfico 1).

En el caso de las ventas de las Pymes comerciales risaraldenses, como lo muestra el gráfico 2, se puede ver que se sigue observando una recuperación de la tendencia desfavorable que venían enfrentando los empresarios desde el período 2012-II. El 49% de los encuestados reportó un aumento en sus ventas en 2015-II, dato inferior en 3 puntos porcentuales al del año anterior (52%). Por otro lado, se redujo la proporción de las Pymes comerciales que vieron una caída en sus ventas para 2015-II (12%), lo cual implica un aumento en el balance de respuestas de 4 puntos. Al igual que las firmas industriales, se evidencia que más de la mitad de las empresas comerciales (69%) mostró un crecimiento de las ventas que osciló entre el 0% y el 10% (ver gráfico 3).

En línea con el comportamiento favorable de las ventas, la proporción de Pymes comerciales que reportaron un aumento en el volumen de pedidos del sector comercial pasó del 45% en 2014-II al 47% en

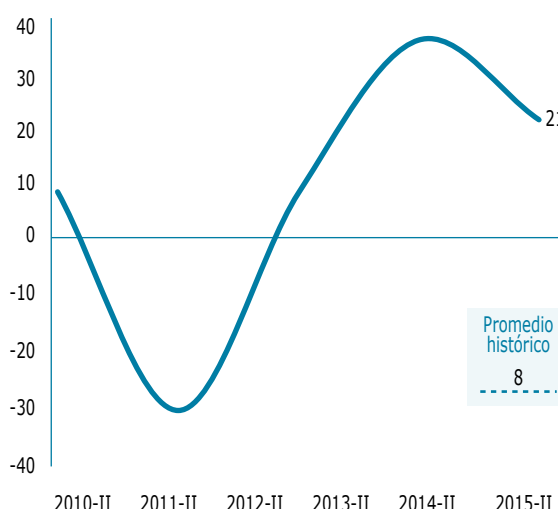
2015-II. Al mismo tiempo, las Pymes que reportaron una caída en el volumen de pedidos se redujo del 18% al 10% entre 2014-II y 2015-II. En consecuencia, el balance de respuestas aumentó en 10 puntos, pasando de 27 en 2014-II a 37 en 2015-II (ver gráfico 4).

En cuanto al nivel de existencias, un 96% de las Pymes consideraba que eran adecuadas, porcentaje ligeramente superior al 94% de 2014-II (ver gráfico 5). Sumado a esto, la proporción de empresas que reportaron que sus existencias fueron excesivas pasó del 3% en 2014-II al 2% en 2015-II. Por otro lado, el porcentaje de empresas que reportaron que sus existencias fueron insuficientes pasó del 2% en 2014-II al 3% en 2015-II. Esto sugiere que las empresas del sector han ajustado sus expectativas de demanda a la evolución de esta.

En términos de costos, un 54% de los encuestados enfrentó un aumento en los costos de ventas, mientras que un 3% percibió caídas en estos. Con relación a la medición anterior, el porcentaje de empresarios comerciales que enfrentaron alzas en sus costos permaneció sin ningún cambio. Adicionalmente, el porcentaje de empresarios que reportaron disminuciones en sus costos se redujo en 8 puntos porcentuales. Lo anterior hizo que el balance de respuestas aumentara de 43 en 2014-II a 51 en 2015-II, ubicándose 10 puntos por encima del promedio histórico (ver gráfico 9).

A pesar del comportamiento de los costos, los márgenes de ganancia de los empresarios del sector

Gráfico 14. Sector comercio: superficie de ventas (Balance de respuestas)



comercial no mostraron cambios para el segundo semestre de 2015. Esto se evidencia en que se encontró que un 39% de los encuestados vio incrementados sus márgenes en 2015-II, cifra similar al 40% de 2014-II. Igualmente, un 14% indicó que estos disminuyeron, mostrando un comportamiento semejante al observado en el segundo semestre de 2014 (15%), ver gráfico 10.

La dinámica del empleo del sector siguió estabilizándose durante el segundo semestre de 2015. De hecho, el 34% de las Pymes del sector en Pereira incrementó el número de trabajadores, un 8% reportó una caída en su planta de personal y un 59% dijo mantener constante el número de empleados. En 2014-II, se vio que el 28% de las firmas aumentó la cantidad de empleados y el 14% disminuyó su planta de personal (ver gráfico 11). Por tal motivo, se observó que el balance de respuestas aumentó en 12 puntos porcentuales.

A diferencia del comportamiento de los volúmenes de ventas y pedidos, la superficie de ventas disminuyó en la ciudad de Pereira. Lo anterior es consecuencia del decrecimiento de la proporción de firmas del sector que reportaron que su superficie de ventas aumentó respecto al año anterior (45% en 2014-II vs. 30% en 2015-II). Por ello, el balance de respuestas pasó de 36 puntos en 2014-II a 21 puntos en 2015-II (ver gráfico 14). Analizando la relocalización geográfica de las Pymes comerciales de Pereira, el 88% de las empresas comerciales expresó no haber pensado realizar o efectuar una durante el período de 2015-II (ver gráfico 12).

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes comerciales de Pereira en el desarrollo de sus actividades fue la competencia de las grandes superficies, con un 30% de los encuestados. En segundo lugar se ubicó la tasa de cambio, con un 27% de las respuestas. El tercer lugar lo ocuparon los altos impuestos, con un 20% de las respuestas (ver gráfico 15).

• Sector servicios

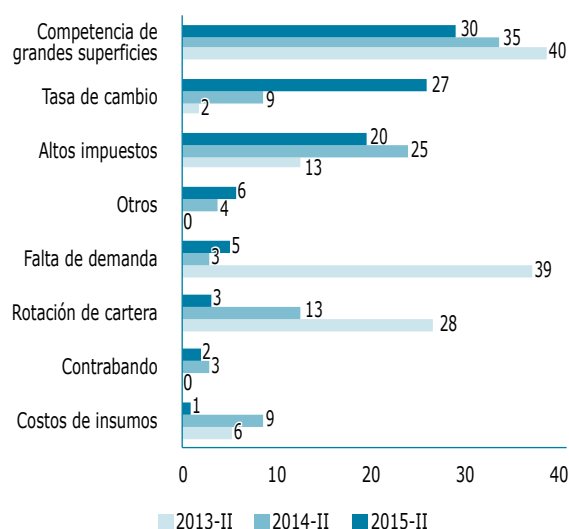
La evaluación que hicieron los empresarios Pyme del sector servicios en Pereira sobre su situación económica general en el segundo semestre de 2015 mostró una evolución favorable. El porcentaje de encuestados que vieron mejorar los negocios aumentó del 41% al 52% respecto al segundo semestre del año 2014. Por su parte, el porcentaje de quienes indicaron un deterioro aumentó, pasando del 2% al 10% durante el mismo período. Esto se ve en el gráfico 1, donde hay un leve rebote del balance de respuestas de 39 en 2014-II a 42 en 2015-II.

Por otra parte, los empresarios Pyme risaraldenses de este sector reportaron que el volumen de ventas de sus empresas tuvo una tendencia mucho más favorable que la observada en 2014-II. Así, un 50% manifestó que estas se habían incrementado (9 puntos por encima del dato del año anterior) en 2015-II y un 10% manifestó lo contrario (igual a 2014-II). En términos del balance de respuestas, este creció en 9 puntos, ubicándose en 40 para 2015-II (ver gráfico 2). En cuanto al crecimiento promedio anual de las ventas, el 39% de los encuestados logró elevar sus ventas entre el 0% y el 5%, el 20% entre el 5% y el 10% y el 22% entre el 10% y 20% (ver gráfico 3).

El volumen de pedidos continuó ubicándose en el plano positivo. El porcentaje de Pymes de servicios en Pereira que observaron un incremento de esta variable fue del 49% en 2015-II, superior al de aquellos que afirmaron haber tenido un comportamiento decreciente (10%) en el período. La proporción de respuestas afirmativas presentó un incremento de 10 puntos porcentuales con respecto al dato de 2014-II (39%), lo cual hizo que el balance de respuestas se ubicara en 39 (ver gráfico 4).

Los costos de operación de las Pymes prestadoras de servicios disminuyeron muy levemente para el segundo semestre de 2015. El 56% de las Pymes de servicios pereiranas reportó que sus costos de operación habían aumentado en el segundo semestre de 2015,

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

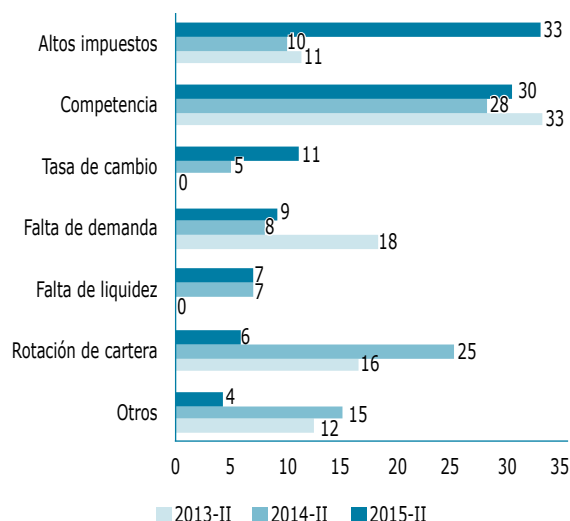


un 6% que habían disminuido y un 35% indicó que estos se mantuvieron iguales (ver gráfico 9). Esto significa que hubo una leve tendencia a la reducción de los costos. Este comportamiento en los costos se tradujo en un aumento en los márgenes de ganancia de las empresas. En efecto, el porcentaje de Pymes de servicios de esta ciudad que incrementaron sus márgenes pasó del 30% en 2014-II al 47% en 2015-II, mientras que el de aquellas cuyos márgenes se contrajeron aumentaron del 7% al 10% en el mismo período. Esto permitió el aumento del balance de respuestas, el cual pasó de 23 en 2014-II a 37 en 2015-II (ver gráfico 10).

Los resultados en materia de empleo muestran una dinámica favorable. El porcentaje de empresas que incrementaron su planta de personal fue del 30% en el segundo semestre de 2015, 9 puntos porcentuales por encima del dato de 2014-II. Asimismo, hubo una reducción en 6 puntos porcentuales (14% en 2014-II vs. 8% en 2015-II) en la proporción de empresas que reportaron contracciones en su planta de personal. Lo anterior generó un incremento en el balance de respuestas de 7 en 2014 a 21 en la presente medición (ver gráfico 11). De acuerdo con el gráfico 12, el 88% de las firmas del sector servicios no realizó una relocalización geográfica de su empresa con el objetivo de reducir sus costos de transporte.

Por último, el principal problema que enfrentaron las Pymes prestadoras de servicios de Pereira en el desarrollo de sus actividades fueron los altos impuestos, con un 33% de los encuestados. En segundo lugar se ubicó la competencia, con un 30% de las respuestas. El tercer lugar lo ocupó la tasa de cambio, con un 11% de las respuestas, y el cuarto lugar lo ocupó la falta de demanda, con el 9% de las respuestas (ver gráfico 16).

Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



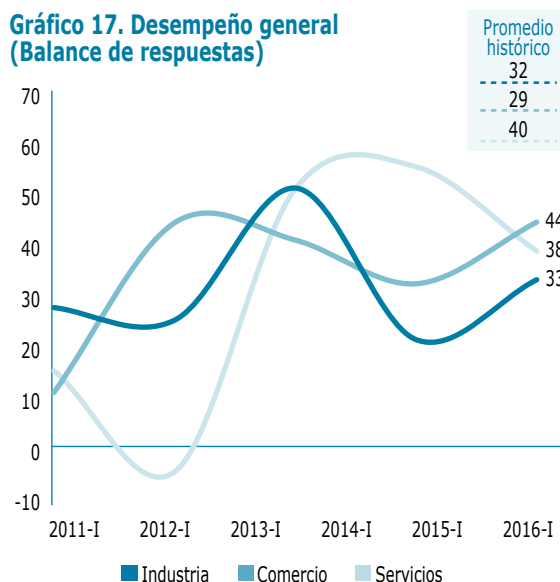
Perspectivas Primer semestre de 2016

• Sector industria

El 40% de los empresarios industriales de Pereira encuestados consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2016 sería favorable (cifra superior al 36% de 2015-I). A su vez, la proporción de Pymes que tenían expectativas negativas descendió del 15% en 2015-I al 7% en 2016-I. En términos del balance de respuestas, este se expandió en 12 puntos, ubicándose en 33, es decir 2 puntos por encima de su valor histórico (ver gráfico 17).

Sobre el nivel de producción industrial, la mayoría de empresarios de esta ciudad preveía una aceleración para 2016-I. De hecho, el 43% de los empresarios indicó que esta variable crecería, cuando este porcentaje fue del 38% un año atrás. Esto coincidió con una disminución en la proporción de respuestas

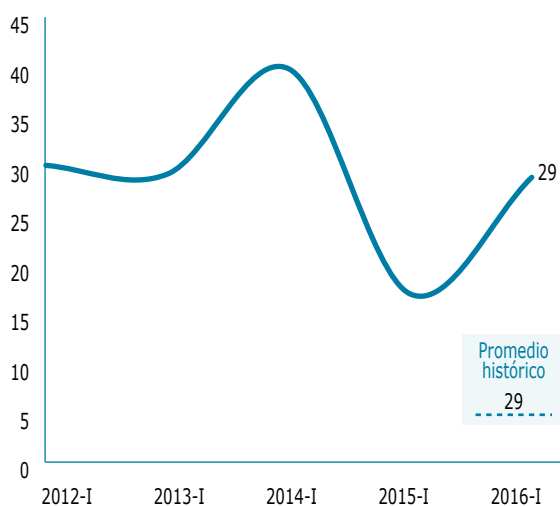
Gráfico 17. Desempeño general (Balance de respuestas)



negativas, la cual pasó del 21% al 14% para el mismo período, generando un aumento del balance de respuestas de 12 puntos, tomando un valor de 29 puntos para 2016-I (ver gráfico 18).

Con respecto a los pedidos, las Pymes manufactureras de Pereira tuvieron perspectivas optimistas. El 43% de los empresarios opinó que estos crecerían (vs. un 39% que lo hizo para 2015-I), mientras que un 14% indicó que esperaba lo contrario (cifra inferior al 21% observado para el primer semestre de 2015). El balance de respuestas subió a 29 para 2016-I (ver gráfico 19).

Gráfico 18. Expectativas de producción industrial (Balance de respuestas)



Por último, en lo referente a la inversión realizada en maquinaria y equipo, las Pymes manufactureras de Pereira consideraban que esta crecería en el 37% de los casos en 2016-I, cifra marginalmente superior al dato del año anterior (ver gráfico 20). Igualmente, el porcentaje de respuestas negativas decreció en 12 puntos porcentuales, pasando del 18% al 7% entre 2015-I y 2016-I.

• Sector comercio

El 52% de las Pymes comerciales risaraldenses esperaba que su desempeño general en el primer semestre de 2016 fuera positivo, mientras que el 13% lo consideraba incierto y un 8% preveía que este no sería favorable. Estos resultados muestran que ha habido una mejora en las perspectivas por parte de los empresarios comerciales debido a un incremento de 6 puntos porcentuales en la proporción de empresarios con perspectivas favorables y una contracción en 6 puntos porcentuales en la proporción de empresarios con perspectivas negativas entre 2015-I y 2016-I. Lo anterior puede verse en el gráfico 17, donde estas perspectivas se ven reflejadas en el aumento del balance de respuestas al pasar de 32 puntos en 2015-I a 44 puntos en 2016-I.

Las Pymes comerciales de Pereira reportaron expectativas menos optimistas para 2016-I a nivel de pedidos. En efecto, el 45% indicaba que estos aumentarían en 2016-I (10 puntos porcentuales por debajo del registro del año anterior) frente a

Gráfico 19. Expectativas de pedidos (Balance de respuestas)

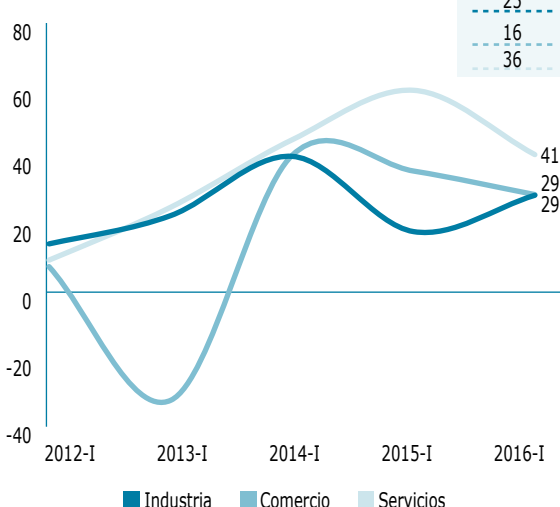
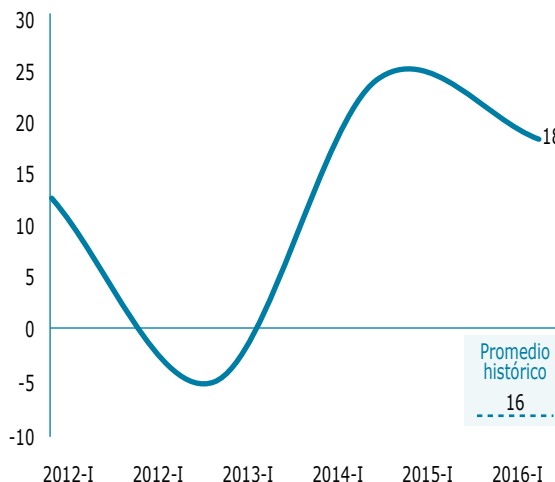


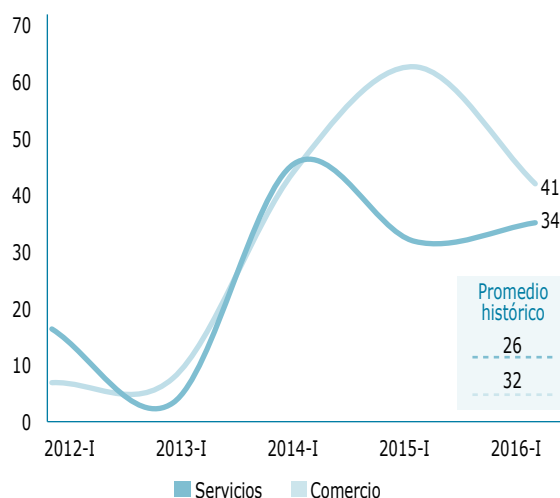
Gráfico 20. Sector industria: expectativas de inversión en maquinaria y equipo (Balance de respuestas)



un 16% que esperaba lo contrario (cifra inferior en 3 puntos porcentuales a la de 2015-I). Esta tendencia se refleja en la caída del balance de respuestas de 36 a 29 para 2016-I (ver gráfico 19).

En lo correspondiente a las ventas, se observó una tendencia diferente a la de las perspectivas del volumen de pedidos recibidos. Así, mientras que un 48% de los empresarios esperaba que las ventas en el primer semestre de 2016 se incrementaran (valor inferior en 9 puntos al registro del año anterior), el 14% preveía una caída de esta variable (cifra 12 puntos porcentuales inferior a lo observado para 2015-I). El gráfico 21 muestra cómo aumentó el balance de respuestas, el cual pasó de 31 en 2015 a 34 para 2016.

**Gráfico 21. Expectativas de ventas
(Balance de respuestas)**



• Sector servicios

A diferencia de los empresarios de los sectores de industria y comercio, la tendencia sobre las perspectivas del desempeño general de las empresas de servicios en Pereira es menos favorable. Un 47% de los empresarios del sector servicios consideraba que el desempeño general de sus empresas durante el primer semestre de 2016 sería favorable. Este valor es 12 puntos porcentuales más bajo que el registrado un año atrás. Adicionalmente, un 8% manifestó que la situación sería desfavorable, cifra mayor al 4% encontrado en 2015-I (ver gráfico 17).

En línea con lo anterior, las expectativas frente a la demanda fueron no optimistas. A nivel de pedidos, un 47% opinó que crecerían en 2016-I, cuando este porcentaje alcanzó el 65% para 2015-I. Del mismo modo, la proporción de encuestados que esperaban una contracción de los pedidos aumentó del 5% en el primer semestre de 2015 a un 6% para el mismo período de 2016 (ver gráfico 19).

De manera similar, para el nivel de ventas también se observan expectativas desfavorables respecto a las registradas un año atrás. El 47% de los empresarios de este sector manifestó que las ventas aumentarían (cifra inferior en 12 puntos porcentuales a la observada el año anterior), mientras que un 6% opinó que estas se reducirían (vs. un 8% que lo consideraba para 2015-I). El balance de respuestas disminuyó de 61 a 41, lo cual reafirma la actitud menos positiva del empresariado del sector servicios de la ciudad de Pereira (ver gráfico 21).

Financiamiento

Para los sectores Pyme industrial y comercial de la ciudad de Pereira, el porcentaje de solicitudes de crédito al sistema financiero presentó variaciones positivas significativas en el segundo semestre de 2015 con respecto al mismo semestre de 2014. En efecto, para las Pymes industriales, la proporción de solicitudes de crédito creció del 49% al 55% entre 2014-II y 2015-II, y en el caso del sector comercio se observó un aumento mayor al pasar del 50% al 62% durante dicho período (ver gráfico 22). Igualmente, en el sector servicios se observó una expansión de

las solicitudes de crédito con el sistema. Allí, el porcentaje de encuestados que solicitaron crédito con el sistema financiero subió del 30% al 34% durante el último año.

Por su parte, la tasa de aprobación se mantuvo alta en los tres macrosectores. En el sector industrial la tasa de aprobación presentó una disminución, pasando del 100% al 94% entre 2014-II y 2015-II (ver gráfico 23). A los empresarios de comercio encuestados les aprobaron el 100% de los créditos

solicitados, subiendo 3 puntos porcentuales respecto a la medición anterior. De la misma forma, a los empresarios del sector servicios se les aprobó el 98% de las solicitudes, aumentando esta tasa en un 3% frente a lo observado un año atrás.

En lo referente a las condiciones de plazo de los préstamos aprobados vs. los solicitados, se encontró un comportamiento homogéneo entre estas dos variables para los tres macrosectores en la ciudad de Pereira. En el caso de la industria, el crédito más solicitado y aprobado fue el de mediano plazo (49% de aprobaciones y 52% de solicitudes).

Al igual que las Pymes industriales, las Pymes de comercio solicitaron en mayor proporción préstamos de mediano plazo (49%), los cuales les fueron aprobados. Para el sector servicios, el comportamiento de estas variables fue similar al de los otros dos macrosectores, ya que la mayor proporción de préstamos solicitados y aprobados fue mediano plazo (41% de los créditos aprobados y 43% de los préstamos solicitados), ver gráficos 24 y 25.

A su vez, los niveles de satisfacción respecto al monto del crédito aprobado en las Pymes pereranas mostraron una mejora en industria y servi-

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

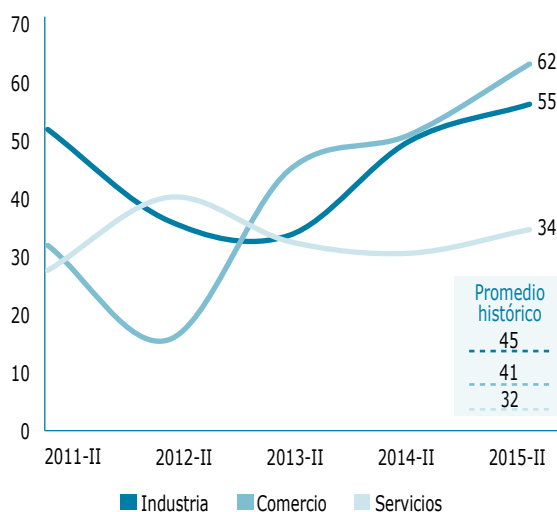


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

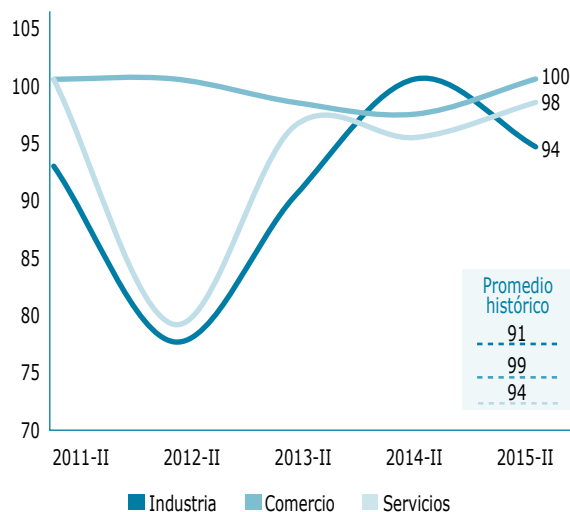


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

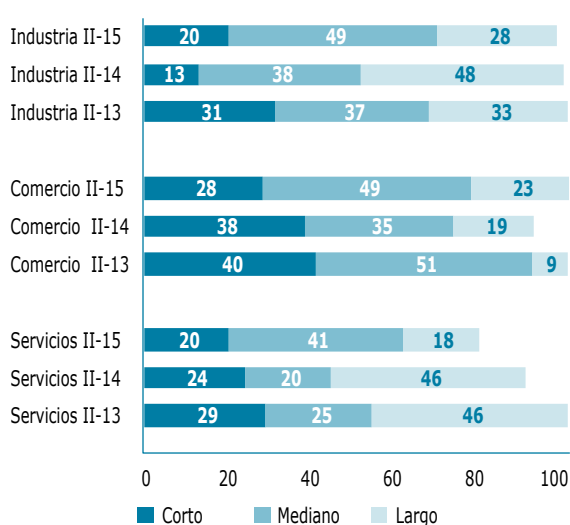
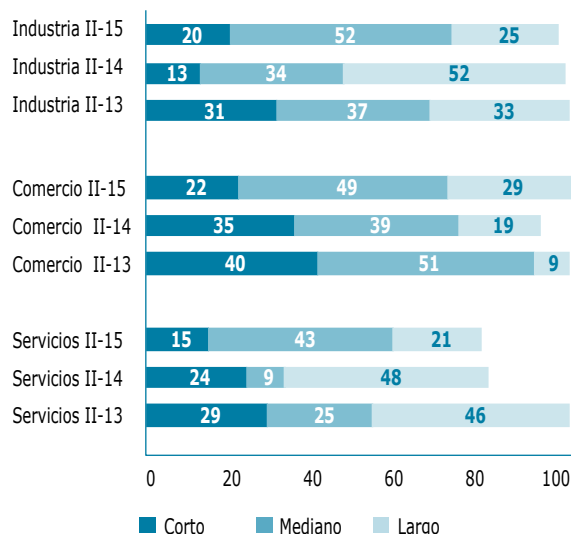


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



cios (ver gráfico 26). En esta variable, el sector de comercio presentó un leve descenso en la tasa de satisfacción, ya que esta cayó en 2 puntos porcentuales entre 2014-II y 2015-II.

De acuerdo con los resultados de la última medición de la Encuesta, el rango de tasa más común en los créditos otorgados para el segmento Pyme de comercio (32%) y servicios (64%) fue de hasta DTF+4 puntos, en el segundo semestre de 2015. No obstante, estos porcentajes fueron inferiores a los encontrados en 2014-II (ver gráficos 28 y 29).

Cabe resaltar que para el sector industrial el rango de tasa de interés más utilizado en los préstamos fue entre DTF+4 y DTF+ 8 puntos, con una participación del 34% y un crecimiento importante frente a lo observado un año atrás (+21 puntos).

Los niveles de satisfacción respecto a la tasa de interés en el segundo semestre de 2015 fueron mayores a los reportados en el mismo período de 2014 para el caso de industria y servicios, manteniéndose por encima de su promedio histórico. El sector comercial mostró una caída en esta variable

Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

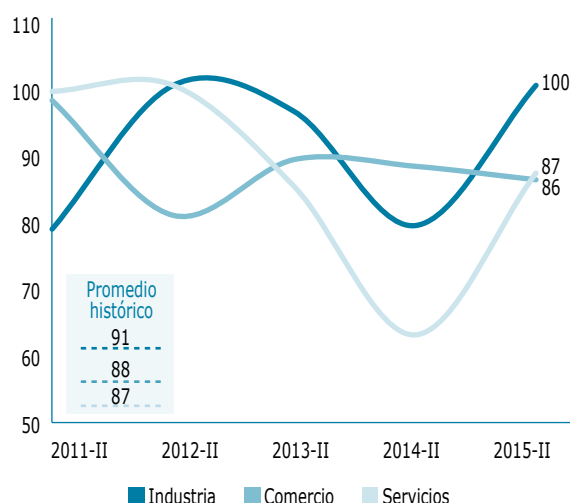


Gráfico 27. Sector industria: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

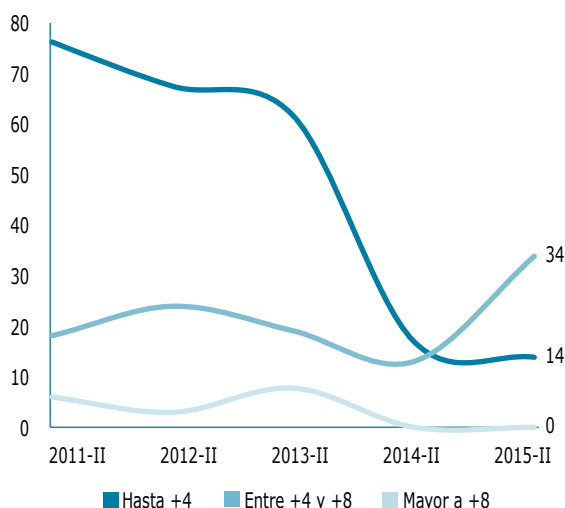


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

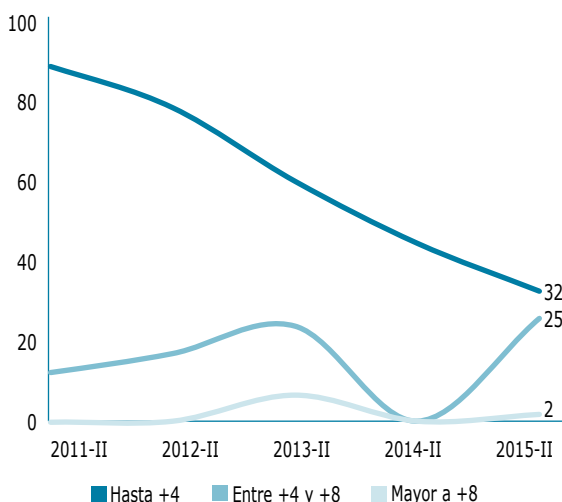
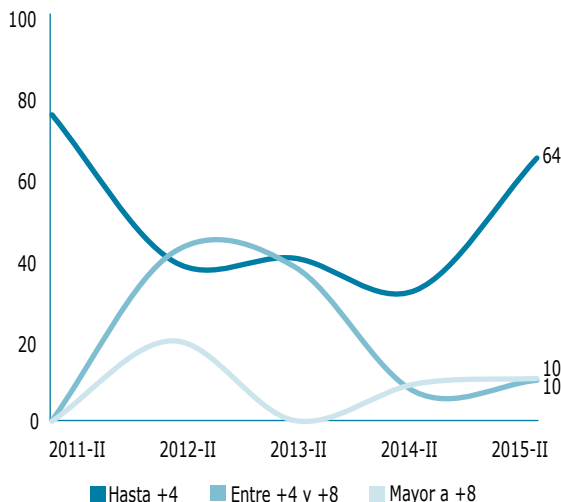


Gráfico 29. Sector servicios: rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



importante, donde la tasa de satisfacción cayó del 49 % al 42% en el período entre 2014-II y 2015-II.

Los recursos solicitados por las Pymes risalraldenses al sistema financiero se utilizaron en su mayoría para capital de trabajo: un 65% de Pymes industriales, un 46% de Pymes comerciales y un 62% de Pymes de servicios en el segundo semestre de 2015. En segundo lugar, las Pymes industriales y las de servicios destinaron estos recursos a remodelaciones o adecuaciones (20%) y las Pymes comerciales los emplearon en la consolidación del pasivo (43%). En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, entre el 44% y el 69% de las Pymes pereiranas consultadas no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario en el segundo semestre de 2015. Los proveedores siguen siendo la fuente

Gráfico 30. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

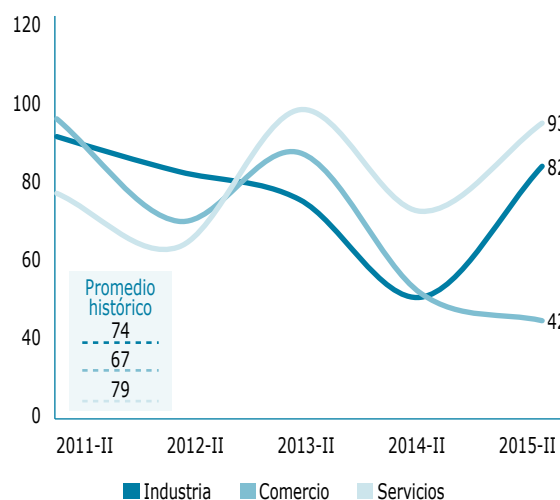


Gráfico 31. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

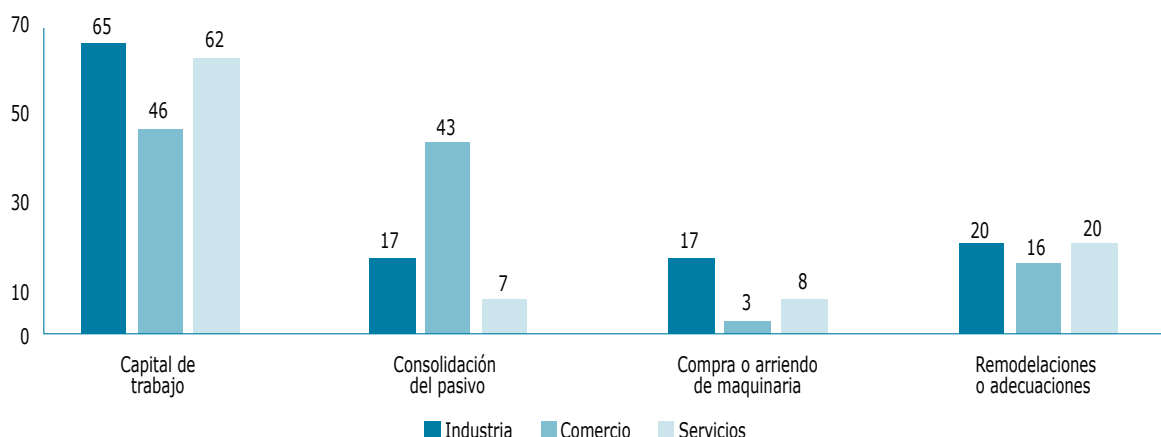
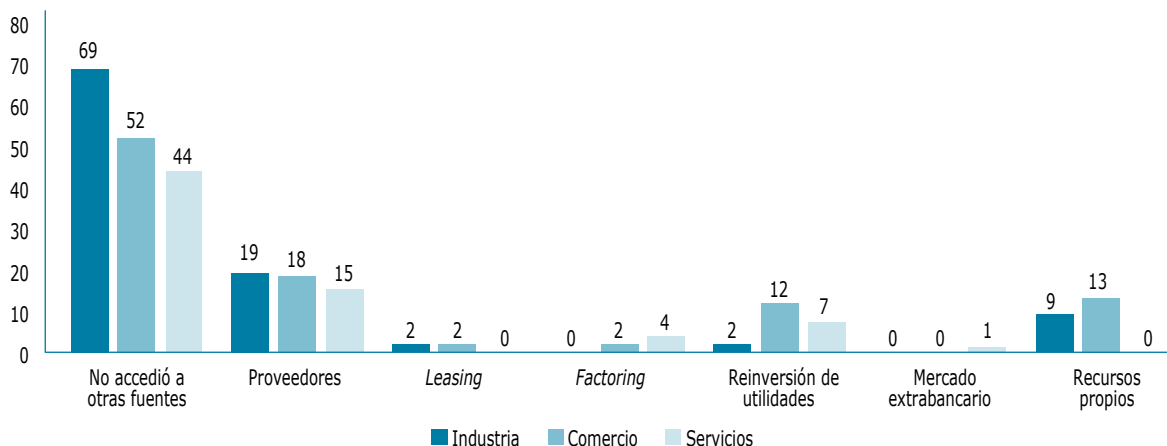


Gráfico 32. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)



de financiación alternativa más importante para las Pymes de los tres macrosectores de la capital de Risaralda (ver gráfico 32). Adicionalmente, se evidenció en el gráfico 33 que más del 94% de los empresarios de los tres macrosectores no ha accedido a recursos de fondos de capital privado y apoyo emprendedor.

Por último, la principal razón por la cual las Pymes pereiranas de los tres macrosectores no solicitaron crédito al sistema financiero es porque no lo necesitan (un 82% en industria, un 92% en comercio y un 95% servicios). En segundo lugar se ubicó el hecho de que los empresarios perciben muy elevados los costos financieros, con un 18% de las respuestas en industria, un 5% en comercio y un 2% en servicios (ver gráfico 34).

Gráfico 33. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año? (%)

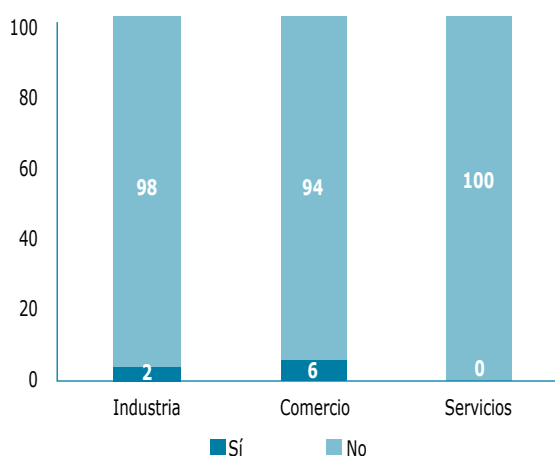
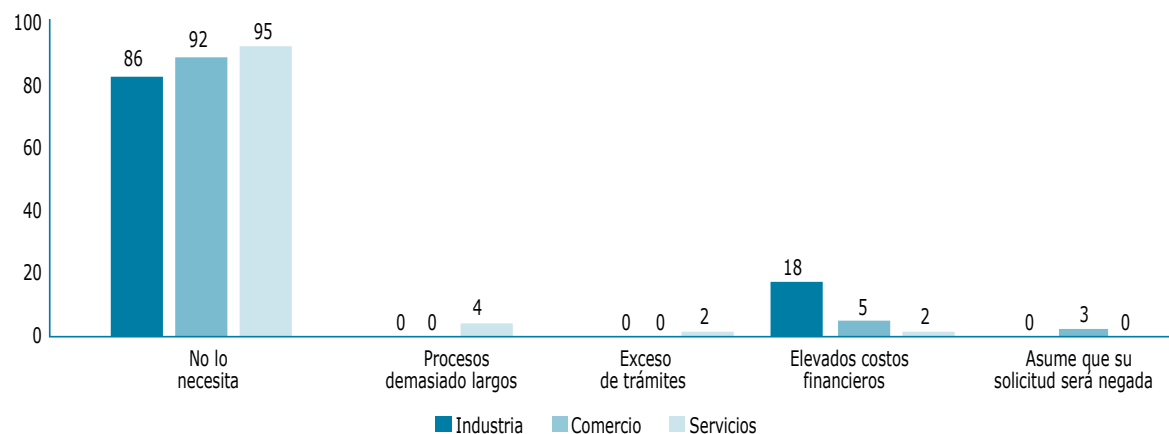


Gráfico 34. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



Acciones de mejoramiento

El módulo de acciones de mejoramiento indaga sobre las actividades que las empresas han implementado durante el último semestre para incrementar su competitividad. En el gráfico 35 se observa cómo el porcentaje de Pymes risaraldenses que desarrollaron recientemente alguna acción para incrementar su competitividad fue del 55% en industria, el 61% en comercio y el 52% en servicios. Para el sector industrial, el porcentaje de Pymes que realizaron algún tipo de acción de mejoramiento aumentó con respecto al año anterior, este incremento fue de 11

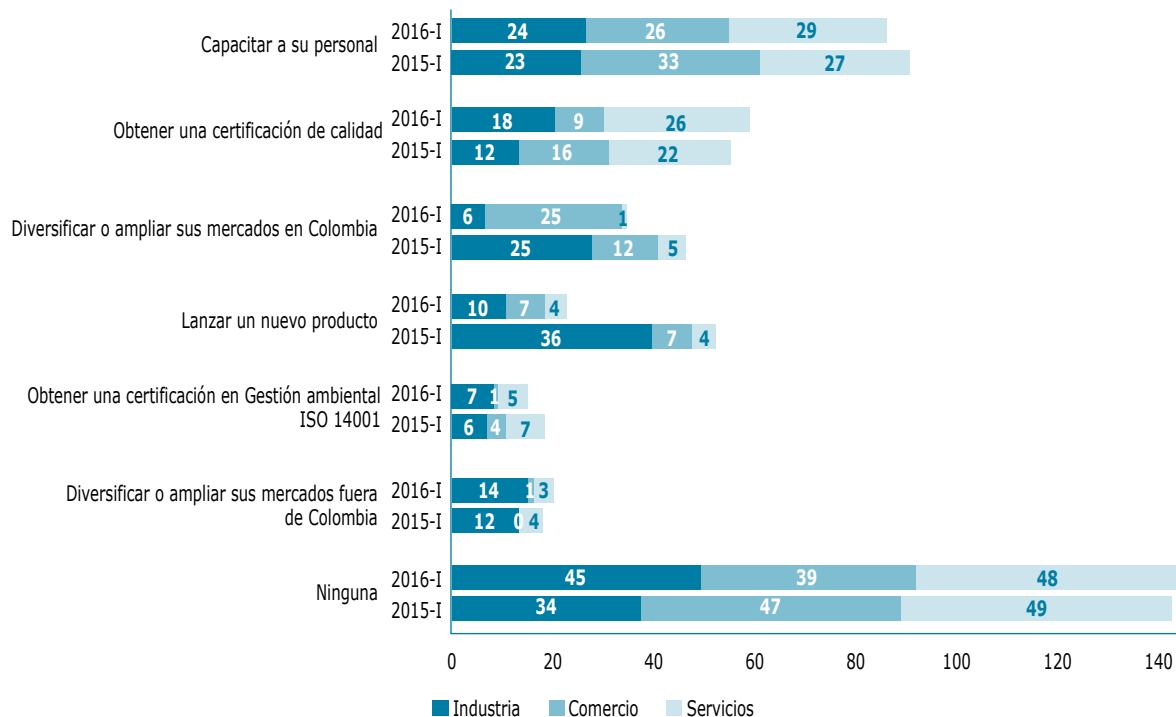
puntos porcentuales. En el sector comercio y en el de servicios se dio una caída en la proporción de Pymes que tomaron este tipo de acciones, esta proporción pasó respectivamente del 47% al 39% y del 49% al 48% en el período de 2015-I a 2016-I.

Capacitar a su personal fue la principal acción de mejoramiento de las Pymes industriales, comerciales y de servicios con un 24%, un 26% y un 29% de respuestas. Para las Pymes manufactureras y de servicios, la segunda acción de mejoramiento

implementada fue la obtención de un certificado de calidad, con un 18% y un 26% de las respuestas de los encuestados. La segunda acción más em-

pleada por las Pymes de comercio fue la diversificación o ampliación de sus mercados en Colombia, con una proporción del 25% de respuestas.

Gráfico 35. Acciones de mejoramiento (%)



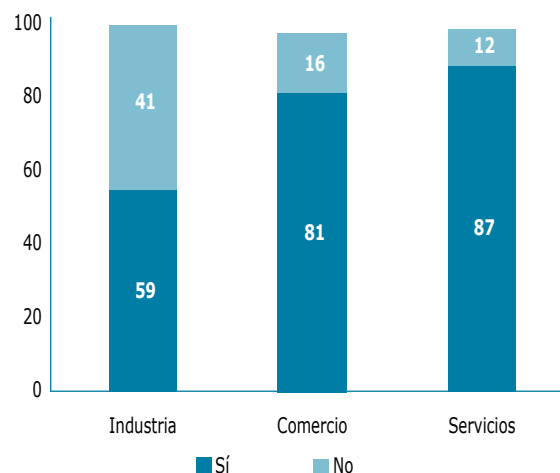
Mercado laboral

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados de esta indagación en la ciudad de Pereira.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de la ciudad si la formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados respondía a las necesidades de sus empresas. Se encontró que en los tres macrosectores, la mayoría de los encuestados reportó que la formación académica sí cumplía con las necesidades que demandaban sus firmas (59%, 81% y 87%, respectivamente).

Adicionalmente, se les indagó en que se debería cambiar o mejorar la oferta educativa a los que

Gráfico 36. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa (%)



consideraban que esta era insuficiente. Se encontró que el sector manufacturero abogó principalmente por una formación que responda más a las necesidades de su sector (59%) y a la exigencia de prácticas laborales enfocadas en resultados (16%). Por su parte, las empresas comerciales recomendaron una formación conforme a los requerimientos de su negocio (43%) y la intensificación del pensum académico (19%). Finalmente, las firmas de servicios sugirieron desarrollar un programa dual que combinara la teoría con la práctica (57%)

Gráfico 37. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)

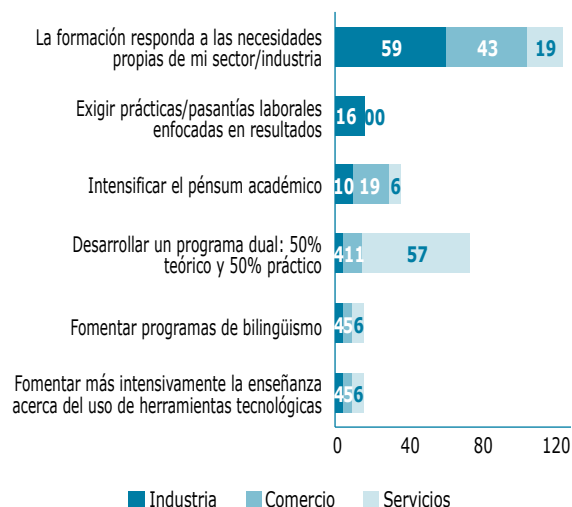
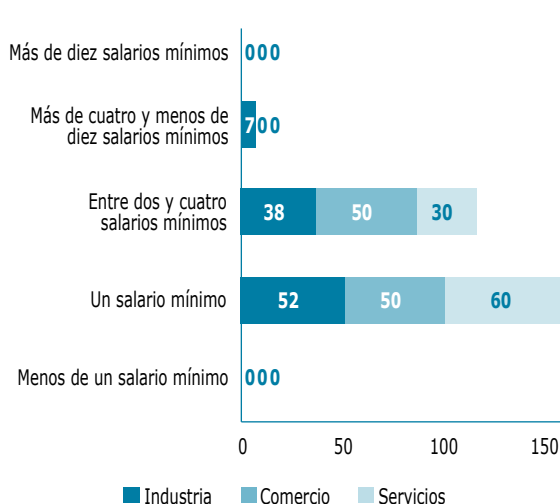


Gráfico 38. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%)

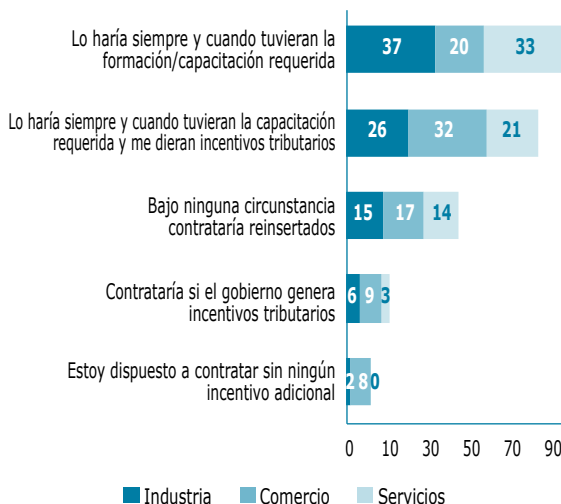


y una formación acorde con las necesidades de su sector (19%).

Cuando se indagó por la distribución de la contraprestación salarial de sus empresas, se encontró que en industria, comercio y servicios más de la mitad de los empleados ganaba el salario mínimo (52%, 50% y 60% en cada caso), ver gráfico 38. La siguiente remuneración salarial con mayor frecuencia se evidenció en el rango entre los 2 y los 4 salarios mínimos (38% en industria, 50% en comercio y 30% en servicios). Asimismo, se observó que solo el 7% de los empleados del sector industrial devengaba más de 4 salarios mínimos y menos de 10. En esta medición, ninguna de las empresas encuestadas expresó tener salarios que superaran los 10 salarios mínimos.

Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinsertadas en sus empresas. Se encontró que más de la quinta parte de las empresas industriales, comerciales y de servicios lo haría siempre y cuando tuvieran la formación y capacitación requerida (37%, 20%, 33% en cada caso), ver gráfico 39. Por otro lado, el 26% de las firmas industriales, el 32% de las compañías comerciales y el 21% de las empresas de servicios expresaron querer hacerlo siempre y cuando tuvieran la capacitación requerida y se les dieran incentivos tributarios. Finalmente, se destacó que 15% de las empresas del sector de industria, el 17% del de comercio y el 14% del de servicios manifestaron no querer contratar reinsertados bajo ninguna circunstancia.

Gráfico 39. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinsertadas en su empresa



Comercio exterior

En materia de comercio exterior, se encontró que un 78% de las Pymes industriales y un 99% de las Pymes de servicios no exportaron durante el segundo semestre de 2015. Adicional a esto, como lo muestra el gráfico 40, solo el 13% del empresariado industrial reportó aumentar su volumen de exportaciones, cifra que fue equivalente al 0% en el sector servicios. El 4% de los encuestados del sector industrial reportó una caída en su volumen de exportaciones, mientras

que en servicios la proporción de encuestados que afirmaron experimentar reducciones en su volumen de exportación fue del 0% para 2015-II. Al contrastar estas cifras con lo observado un año atrás, puede observarse que se dieron avances para el sector industrial. La proporción de Pymes industriales que no exportaron disminuyó en 9 puntos porcentuales entre 2014-II y 2015-II. Para las Pymes de servicios la proporción de las que no exportaron se incrementó en 4 puntos porcentuales para el mismo período.

Gráfico 40. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

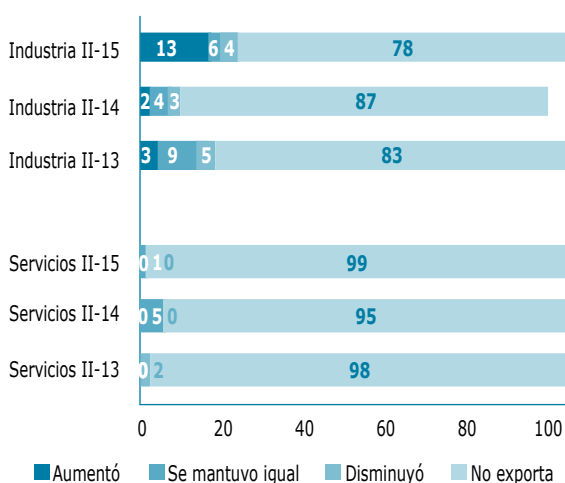
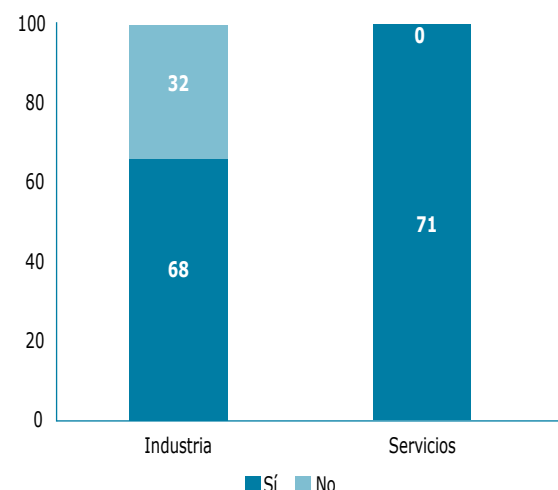


Gráfico 41. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



Gráfico 42. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?



dustriales exportadoras indicaron que lo habían hecho en el 68% de los casos, el otro 32% de los empresarios del sector no lo había considerado. En servicios se evidenció que la única firma que exportaba sí había planeado realizar un plan de internacionalización, arrojando en el gráfico que el 100% de las firmas de servicios estaba desarrollando esta práctica. Aunque cabe recordar que el 99% de los empresarios en el sector servicios en esta zona del país no exporta.

Con relación a las expectativas sobre las exportaciones, el 69% de las Pymes industriales y el 96% de las Pymes de servicios no previeron exportar durante

Gráfico 43. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

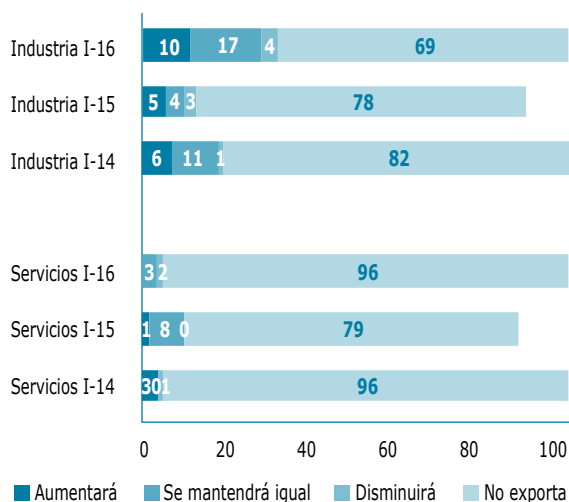
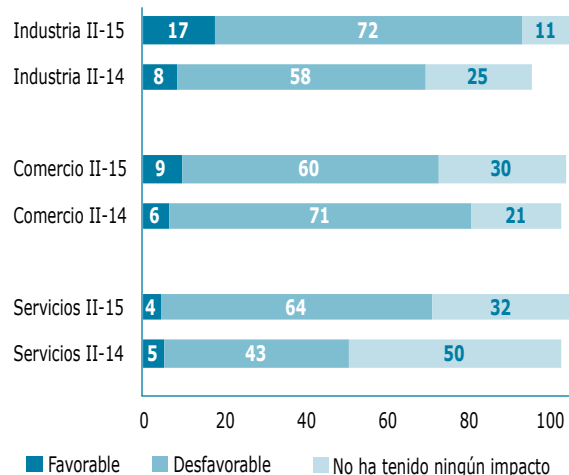


Gráfico 44. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

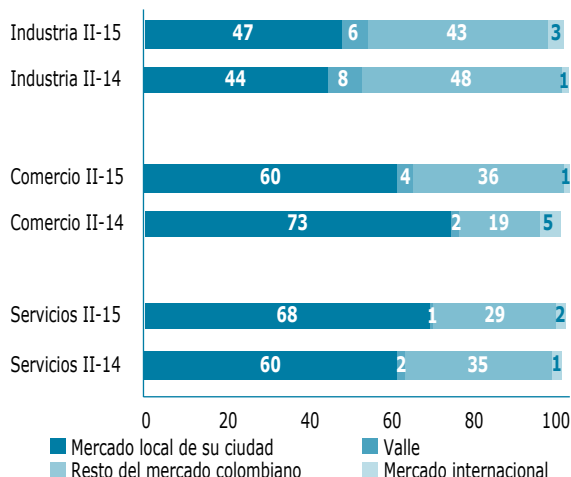


2016-I. El gráfico 43 muestra que el 10% de las Pymes industriales y el 0% de las Pymes de servicios esperaban aumentar sus volúmenes de exportaciones. Esta cifra para industria es superior a lo observado un año atrás en 5 puntos porcentuales.

Debido a la coyuntura económica donde el peso sufrió una fuerte devaluación frente al dólar, se les preguntó a los empresarios si este incremento en la tasa de cambio había tenido algún efecto sobre la situación económica de sus empresas. A esto, el 72% de los empresarios industriales, el 60% de los comerciales y el 64% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 44). Esto contrasta con el bajo porcentaje de empresarios que afirmaron observar efectos favorables sobre el desempeño de sus negocios (17% industria, 9% comercio y 4% servicios) y con un considerable porcentaje de empresarios que afirmaron no haber percibido ningún impacto sobre sus negocios (11% industria, 30% comercio y 32% servicios).

Para esta medición, debido a la vigencia de los tratados comerciales internacionales, se preguntó a las Pymes pereiranas 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 47% y el 68% de las ventas está definido para el mercado local; alrededor del 1%-8% pertenecía al mercado del Valle del Cauca; entre el 29% y el 43% se destina al resto del mercado colombiano, y entre el 1% y el 3% al mercado internacional, ver gráfico 45.

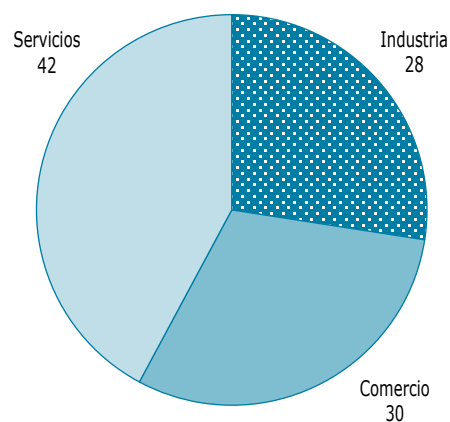
Gráfico 45. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Buga

Distribución de la muestra (%)



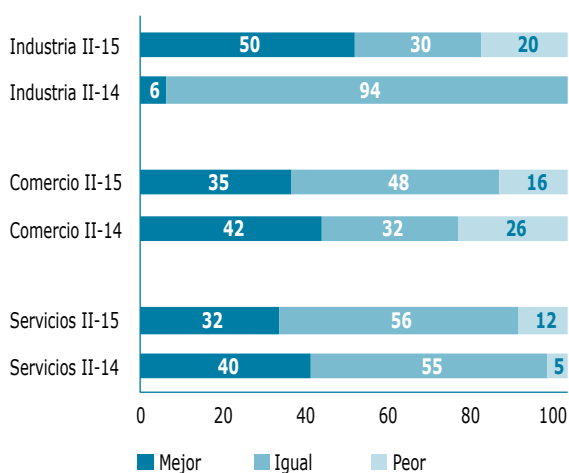
Situación actual

Segundo semestre de 2015

Los resultados de la segunda medición de la Gran Encuesta Pyme para el municipio de Buga mostraron que los empresarios del sector industrial tenían percepciones optimistas respecto al desempeño de la actividad económica de sus empresas para el segundo semestre de 2015. En cambio, las percepciones en el sector comercio y de servicios

fueron más negativas. Como lo muestra el gráfico 1 (sección Valle del Cauca-Buga), la mitad de los manufactureros encuestados reportó que su desempeño económico mejoró durante 2015-II (vs. 6% en 2014-II). En contraste, en los sectores de comercio y servicios hubo una disminución en la proporción de los empresarios con apreciaciones favorables sobre su desempeño económico frente a lo observado un año atrás (-7 puntos porcentuales en comercio y -8 puntos porcentuales en servicios).

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



Con respecto a las percepciones del volumen de ventas y pedidos, el gráfico 2 muestra que para el sector industrial hubo un incremento en la proporción de empresarios que experimentaron aumentos en sus volúmenes de ventas entre el segundo semestre de 2014 y el mismo período de 2015 (40% en 2015-II vs. 6% en 2014-II). En cambio, para el sector comercial y de servicios se evidenciaron reducciones en el número de empresarios que incrementaron sus ventas (-2 y -31 puntos porcentuales). No obstante, cabe resaltar que la proporción de empresarios que reportaron que sus ventas se mantuvieron estables aumentó en comercio (+26 puntos porcentuales) y en servicios (+17 puntos porcentuales). Asimismo, la proporción de empresarios que afirmaron experimentar reducciones en sus ventas cayó en el sector

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

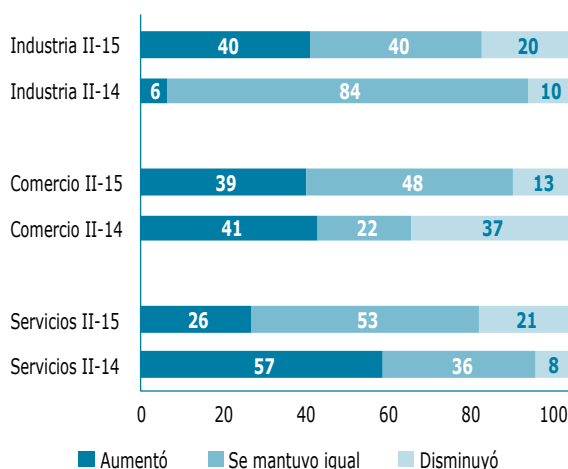
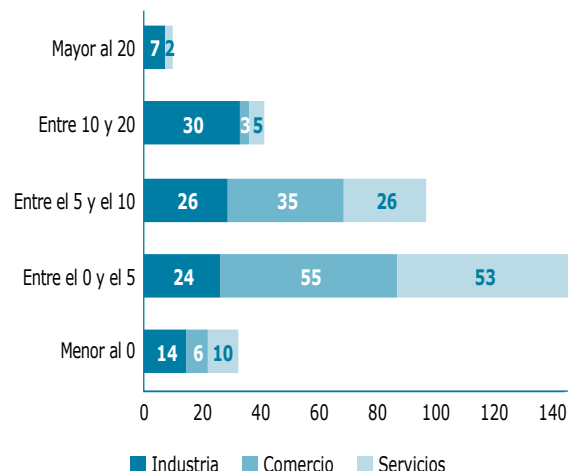


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido



comercial (13%) y aumentó en el de servicios (21%) frente al año anterior (37% y 8% en comercio y servicios, respectivamente en 2014-II). El crecimiento promedio anual de las ventas para más de la mitad de las firmas de los tres macrosectores estuvo en el rango del 0% al 10% (50% en industria, 90% en comercio y 79% en servicios), ver gráfico 3.

Con relación al volumen de pedidos de las Pymes bugueñas para el período 2014-2015, el gráfico 3 muestra que la proporción de Pymes industriales que reportaron aumentos (47%) y constancia en el volumen de pedidos que recibieron (30%) fue mayor a la

proporción de firmas que dijeron experimentar una caída en esta variable (24%) en 2015-II. Por su parte, las Pymes comerciales y de servicios reportaron de manera mayoritaria que mantuvieron constante el volumen de sus pedidos (45% y 61%).

El 93% de las Pymes industriales y el 90% de las Pymes de comercio afirmaron que el nivel de existencias durante el segundo semestre de 2015 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año. Tan solo el 7% de las Pymes industriales y el 6% de las Pymes comerciales no contaron con suficientes niveles de existencias durante 2015-II (ver gráfico 5).

Al preguntar a las Pymes industriales por su nivel de producción, el 50% dijo que este había aumentado en 2015-II frente al 6% observado un año atrás. Entre tanto, un 30% afirmó que este nivel se había mantenido igual, cifra inferior en 54 puntos porcentuales a la observada un año atrás (ver gráfico 6). Por otro lado, respecto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el 58% de las Pymes industriales bugueñas utilizó entre el 50% y el 90% de la capacidad de sus empresas (ver gráfico 7). En términos de inversión en maquinaria y equipo, el 28% de las Pymes industriales afirmó que esta aumentó, un 58% dijo que esta se mantuvo igual y un 14% aseguró que esta se redujo para el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 8). Frente al año anterior, la proporción de empresarios que incrementaron sus niveles de inversión cayó en 9 puntos porcentuales y la proporción de empresarios que afirmaron mantener estable su inversión disminuyó en 5 puntos porcentuales.

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2015 (%)

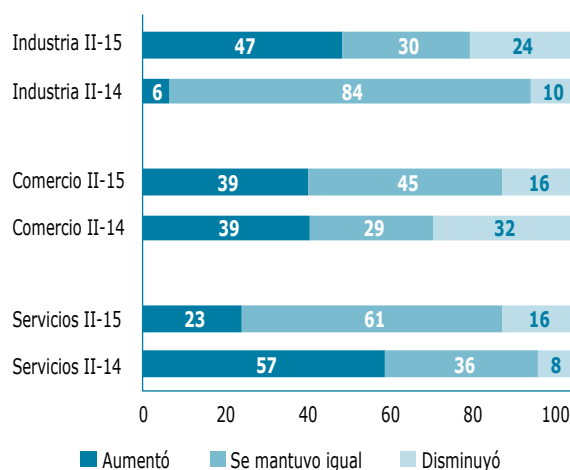


Gráfico 5. Existencias (%)

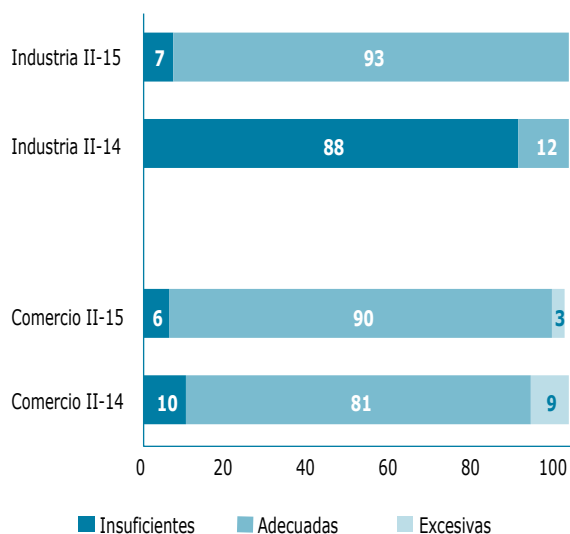
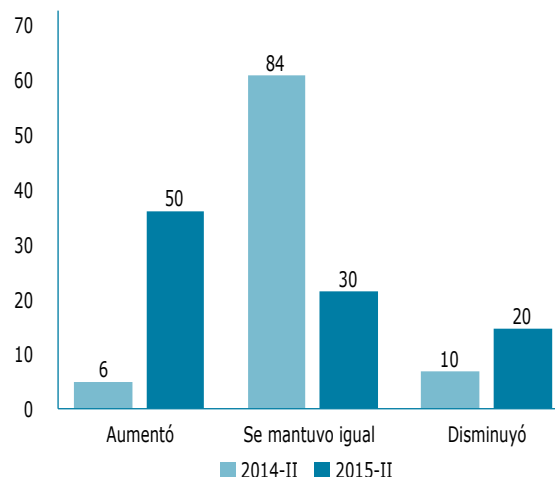
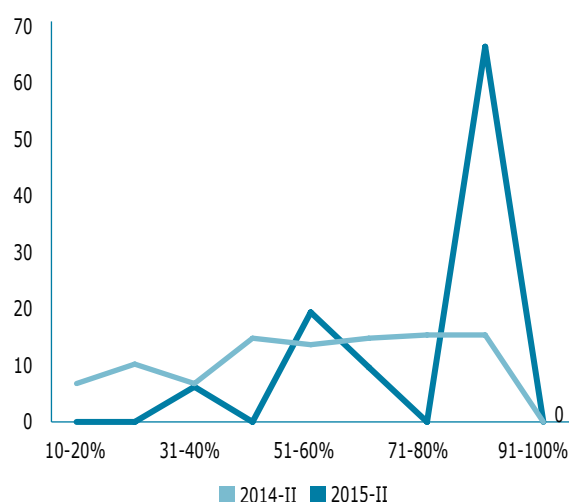


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2015, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2015 (%)



El gráfico 9 muestra que para el 46% de las Pymes industriales hubo un incremento en los costos de operación y funcionamiento en 2015-II, cifra superior en 40 puntos porcentuales a lo observado un año atrás. Por su parte, el 35% de los empresarios del sector comercio experimentó aumentos en sus costos de operación, pero a diferencia de los empresarios del sector industrial, esta cifra fue inferior en 9 puntos porcentuales a la observada en la anterior medición. Al igual que para el empresariado comercial, la proporción de empresarios del sector servicios que reportaron aumentos en sus costos (39%) decreció en 13 puntos porcentuales para el segundo semestre de 2015 respecto al año anterior.

Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes Industriales)



Al preguntarle a las Pymes bugueñas por los márgenes de sus empresas, sus respuestas dependieron del sector en el que operaban. Las Pymes de industria presentaron la mayor proporción de encuestados que afirmaron que sus márgenes habían aumentado (40%) frente a las Pymes de comercio y servicios (35% comercio y 21% servicios). Frente a la medición del año anterior, la industria aumentó los márgenes en 34 puntos porcentuales (pp), mientras que el comercio y los servicios los contrajeron en 4pp y 36pp, respectivamente (ver gráfico 10).

En el municipio de Buga, la generación de empleo del sector industrial aumentó para el 25% de

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2015 (%)

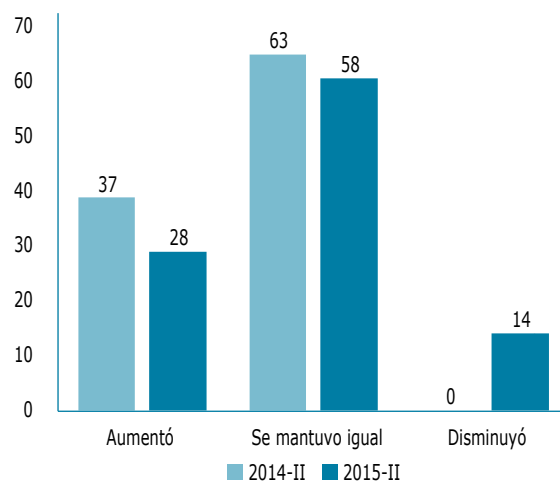


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2015, los costos durante el segundo semestre de 2015 (%)

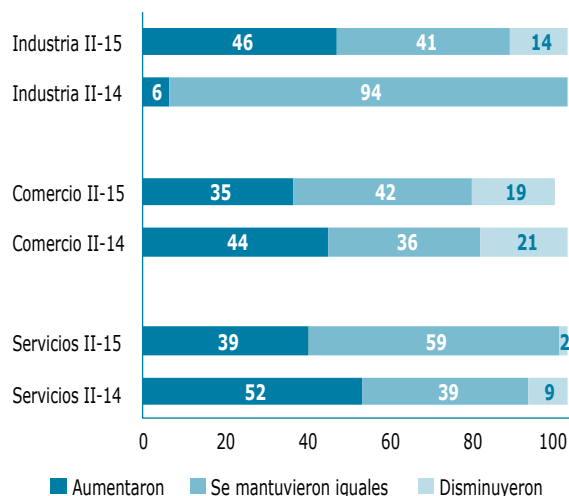
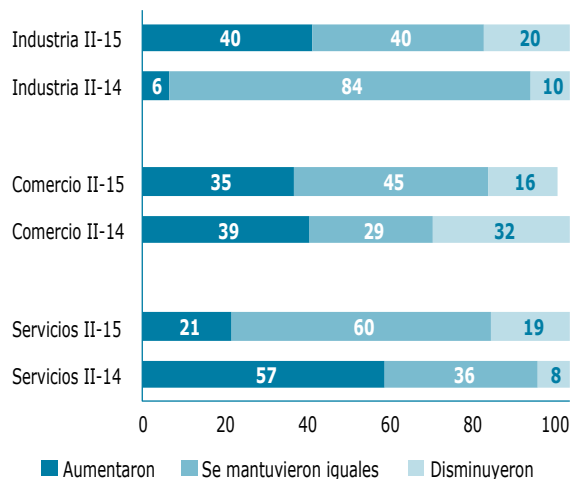


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2015, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



los empresarios entrevistados, en comercio la proporción equivalió al 13% y en servicios fue del 19% en el segundo semestre de 2015. La mayoría de firmas en este municipio del Valle del Cauca mantuvo constante su número de trabajadores (61% industria, 77% comercio y 74% servicios). Por otro lado, más del 81% de los empresarios de los tres macrosectores afirmó no haber pensado o realizado una relocalización geográfica de sus empresas con el propósito de reducir los costos de transporte (ver gráfico 12).

El gráfico 13 muestra que las Pymes industriales identificaron como principal problema para el desa-

rollo de su actividad empresarial la tasa de cambio (28% de las respuestas) para el segundo semestre de 2015. En el ranking de los problemas que identificaron los empresarios industriales se ubicó en segundo lugar la falta de demanda (25%), en tercer lugar los costos de los insumos (18%) y en cuarto lugar los altos impuestos (11%).

La superficie de ventas, por su parte, parece haber permanecido constante durante el segundo semestre de 2015. El gráfico 14 muestra un incremento en la proporción de encuestados que afirmaron que esta variable se mantuvo estable

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2015, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

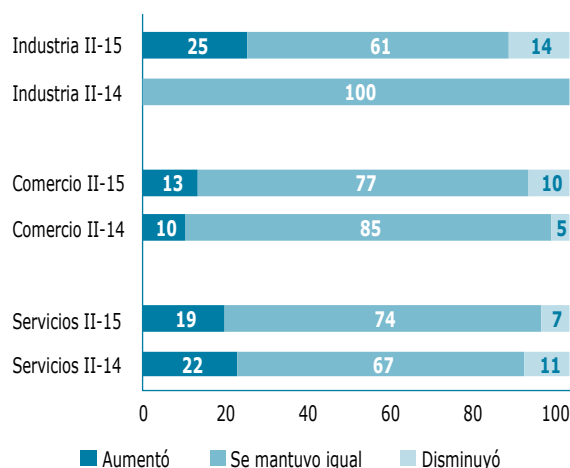


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

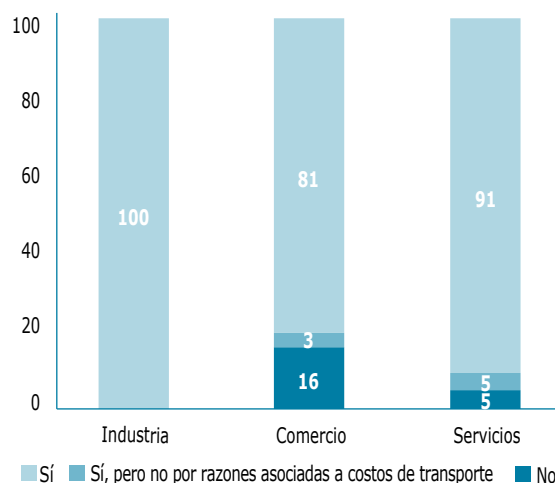


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

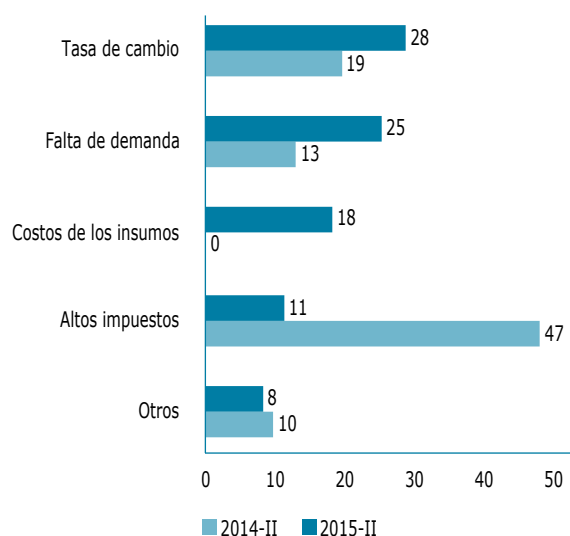
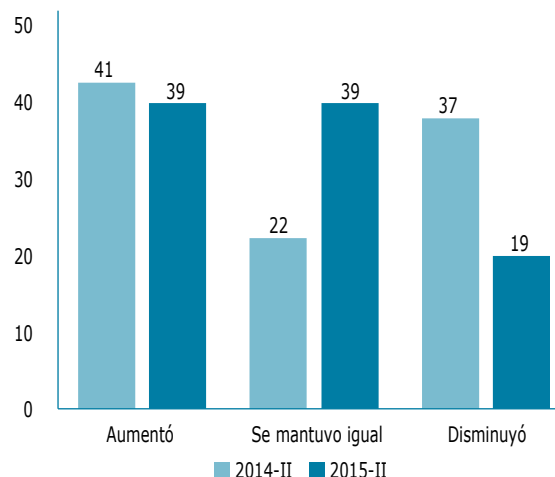


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2015, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2015 (%)



(22% en 2014-II vs. 39% en 2015-II), mientras que se dio un descenso en la proporción de empresarios que reportaron que su superficie de ventas disminuyó (37% en 2014-II vs. 19% en 2015-II). Los principales problemas que enfrentaron las Pymes comerciales bugueñas para el desarrollo de su actividad empresarial durante 2015-II fueron la

competencia con grandes superficies (39%), la falta de demanda (23%), los costos de los insumos (10%) y otros (10%), ver gráfico 15. Por su parte, las Pymes de servicios identificaron como sus principales problemas la falta de demanda (32%), los altos impuestos (17%) y la competencia (16%), ver gráfico 16.

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

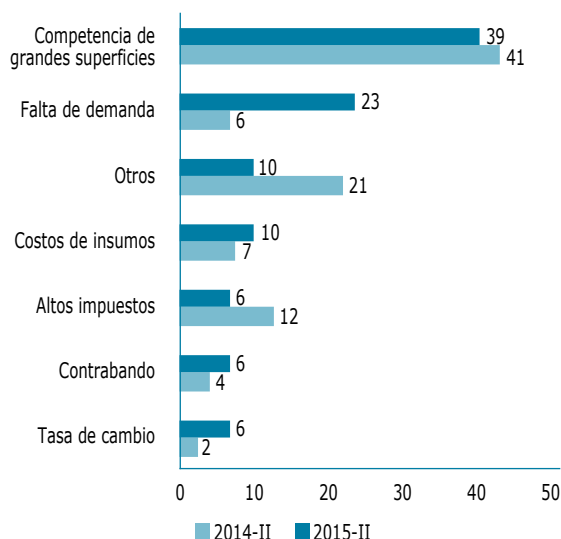
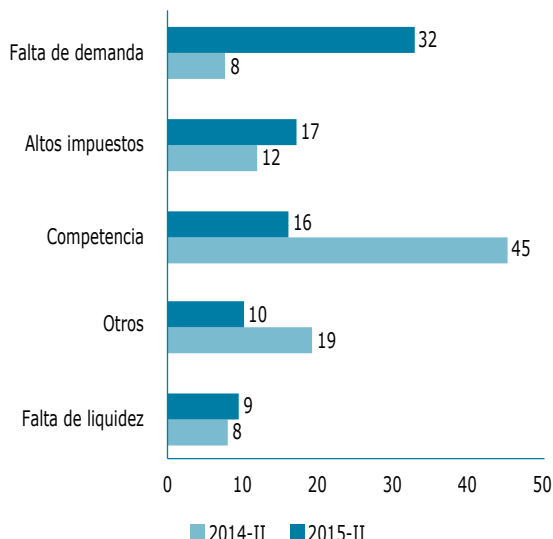


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas

Primer semestre de 2016

Al preguntar a los empresarios bugueños por sus perspectivas sobre el desempeño general, el 61% de los empresarios industriales, el 42% de los empresarios de comercio y el 40% de los empresarios de servicios dijeron esperar un desempeño favorable durante el primer semestre de 2016. Para el sector industrial, los resultados son muy positivos debido a un aumento de 45 puntos porcentuales en la proporción de empresarios que esperaban observar un desempeño económico favorable entre 2015-I y 2016-I. Por su parte, estos resultados en el sector comercio permanecieron constantes frente a lo observado durante el año anterior (42% en ambas mediciones). En contraste, el sector de servicios evidenció que una cuarta parte menos de los empresarios encuestados tenía

una percepción positiva sobre su desempeño económico para 2016-I.

El gráfico 18 muestra que las expectativas sobre la producción industrial eran favorables, en línea con las percepciones del desempeño económico de este sector. En efecto, el 72% de las Pymes industriales esperaba que su nivel de producción se incrementara, cifra superior a lo observado un año atrás (6%). Sumado a lo anterior, hubo una reducción en la proporción de empresarios que esperaban una disminución de la producción industrial para 2016-I (13% en 2015-I vs. 0% en 2016-I).

Las expectativas de pedidos en el sector industrial estuvieron alineadas con las expectativas

sobre el desempeño general de las firmas para el primer semestre de 2016. De esta forma, el 75% de los empresarios manufactureros expresó tener perspectivas favorables sobre esta variable, mientras que el otro 25% señaló que permanecerían inalteradas. Por su parte, el 42% de los empresarios comerciales manifestó tener perspectivas positivas, el 35% argumentó que serían constantes y el 19% que disminuirían. Por último, en el sector de servicios, el 31% de los empresarios declaró que esperaba que los pedidos se incrementaran, un 50% que permanecieran constantes y un 19% que

se redujeran en el primer semestre de 2016 (ver gráfico 19).

Con relación a las expectativas de inversión en maquinaria y equipo, el 75% de las Pymes industriales del municipio de Buga esperaba un incremento en la inversión (vs. 44% observado en 2015-I), el 25% de este segmento creyó que la inversión de mantendría constante (vs. 56% observado en 2015-I), mientras que ninguno esperaba una caída en esta variable durante 2016-I (ver gráfico 20).

Gráfico 17. Desempeño general (%)

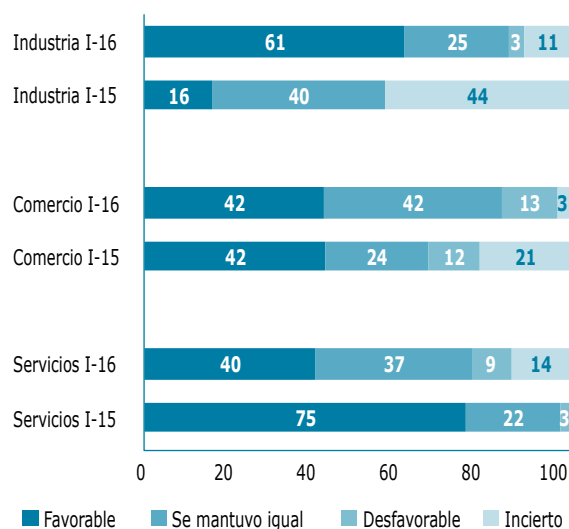


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2015, la producción industrial en el primer semestre de 2016 (%)

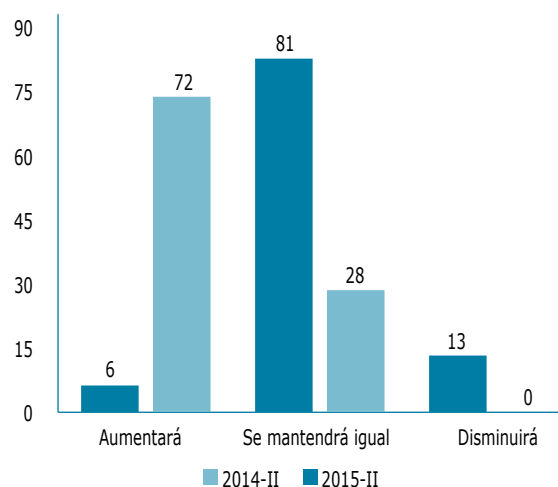


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

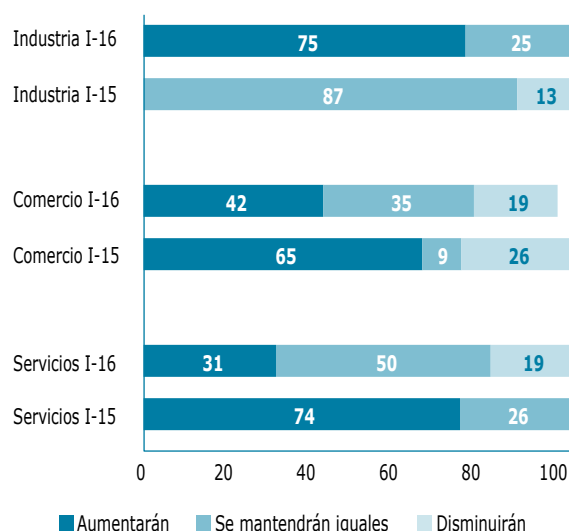
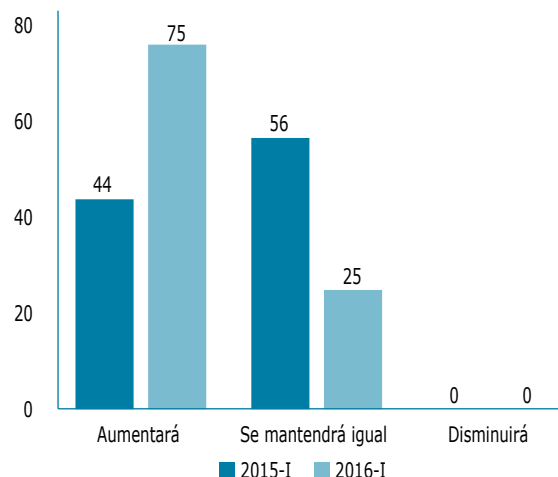
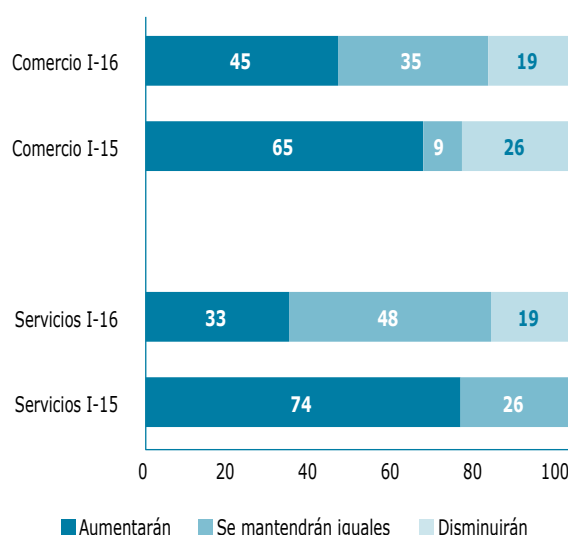


Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2016 (%)



Finalmente, en materia de ventas, las expectativas del sector comercio y del de servicios sobre el comportamiento de estas para 2016-I respecto a lo observado un año atrás fueron más moderadas (ver gráfico 21). El 45% de las Pymes comerciales esperaba aumentos en sus niveles de ventas en 2016-I, cifra inferior en 20 puntos porcentuales a la cifra observada para 2015-I. Por su parte, la proporción de empresarios del sector servicios que esperaban aumentos en sus ventas alcanzó el 33% para 2016-I, dato inferior en 41 puntos porcentuales a lo observado para 2015-I. Asimismo, hubo un descenso de 7 puntos porcentuales en la proporción de empresarios comerciales que esperaban disminuciones en su nivel de ventas durante el primer semestre de 2016, mientras que para el empresario del sector servicios esta proporción aumentó en 19 puntos porcentuales para el mismo período.

Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

El 28% de las Pymes industriales, el 23% de las comerciales y el 21% de las de servicios de Buga solicitaron crédito al sistema financiero en 2015-II (ver gráfico 22). Lo anterior reveló un aumento en las solicitudes de crédito formal de los empresarios del sector de industria (+12 puntos porcentuales). En el caso de las Pymes de comercio y servicios hubo una dismi-

nución en el porcentaje de solicitudes de crédito entre 2014-II y 2015-II (-25 y -19 puntos porcentuales, respectivamente). Cabe resaltar que el bajo acceso financiero de las firmas del municipio de Buga genera alta variabilidad en los resultados de esta sección, puesto que estos resultados se derivan de las Pymes que sí accedieron al sistema financiero.

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

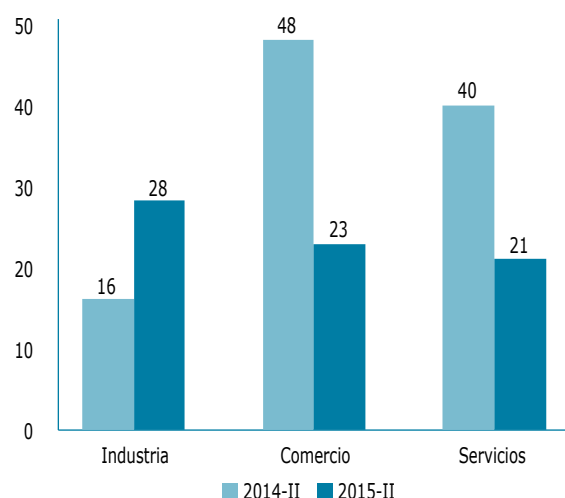
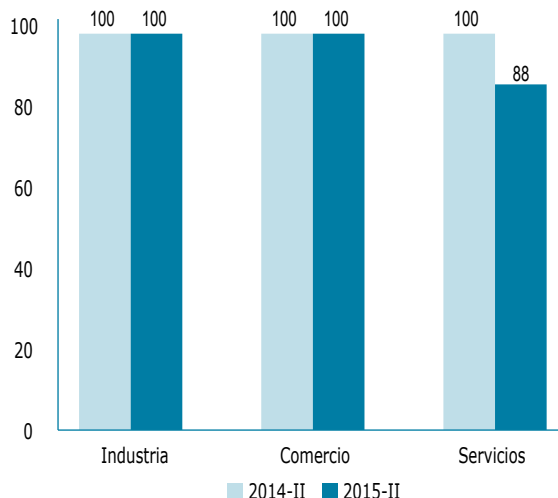


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)



El gráfico 23 muestra la tasa de aprobación de las solicitudes de crédito. Allí se observa que esta fue del 100% para los sectores de industria y comercio, mientras que cayó para el sector de servicios. En efecto, el sector de servicios presentó un descenso de 12 puntos porcentuales en la tasa de aprobación para el segundo semestre de 2015. El crédito de mediano plazo (entre 1 y 3 años) fue el mayormente solicitado por las Pymes manufactureras (64%). El crédito de largo plazo fue el más solicitado en comercio y servicios (43% y 38%, en cada caso), aunque en el caso del sector comercio

el crédito de corto plazo tuvo la misma participación (43%). En cuanto a los términos en los que fueron aprobados, resalta la similitud entre el plazo deseado y el aprobado en los tres macrosectores. En todos los casos coincidió el plazo solicitado con el aceptado, a excepción del crédito de mediano plazo en el sector servicios, donde hubo una solicitud del 36% y una aprobación del 24%.

La satisfacción de los empresarios bugueños en 2015-II frente al monto de los créditos recibidos fue superior al 88% para los tres macrosectores

Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

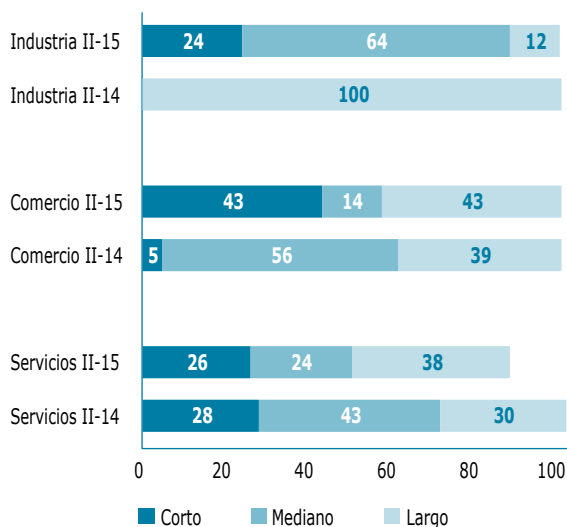


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

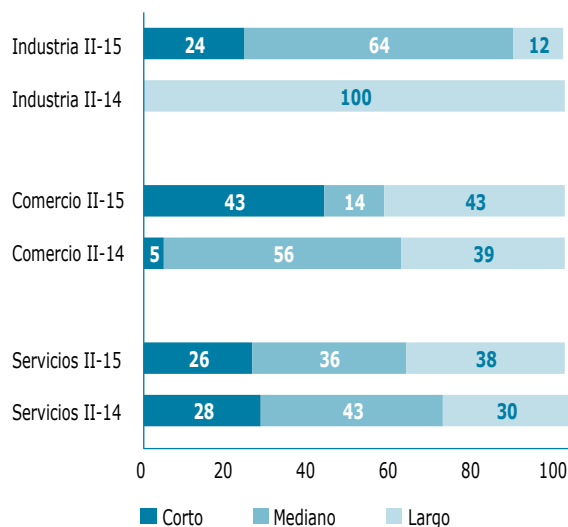


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

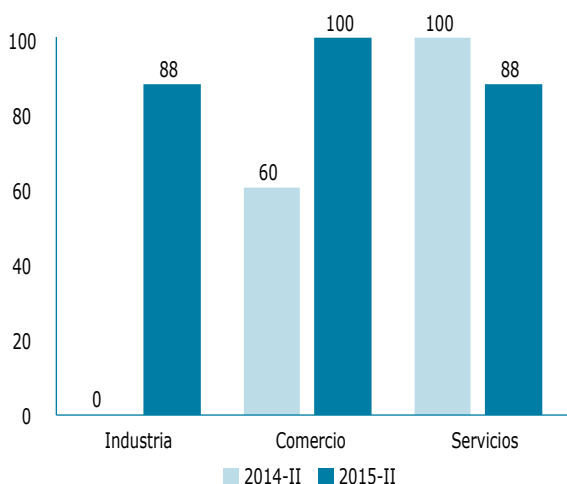
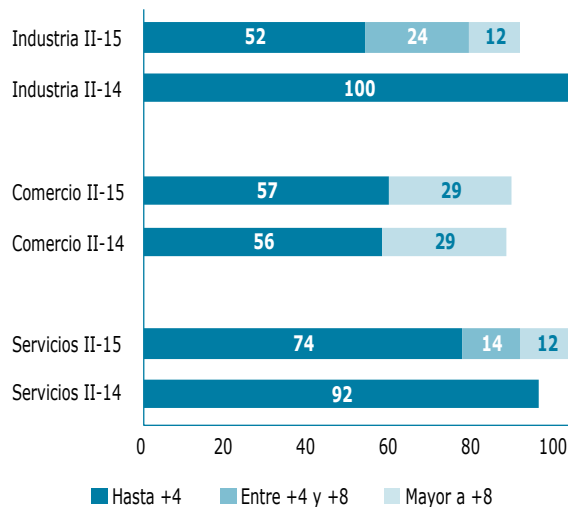


Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



analizados. En efecto, el 88% de las Pymes industriales, el 100% de las comerciales y el 88% de las de servicios se sintieron satisfechas con el monto del crédito obtenido (ver gráfico 26).

Respecto a los rangos de tasa de interés a los cuales estos créditos fueron aprobados en 2015-II, la mayor proporción de los empresarios de los tres macrosectores recibió tasas de hasta DTF+4 (52% industria, 57% comercio y 74% servicios), ver gráfico 27. Lo anterior es similar a lo observado durante el año anterior, en el que esta tasa de hasta DTF+4 fue la más utilizada. De acuerdo con el grá-

fico 28, el nivel de satisfacción respecto a la tasa de interés recibida se incrementó en esta medición para las Pymes de los tres macrosectores. Para los industriales, la satisfacción llegó al 76% en 2015-II. Asimismo, la satisfacción de los empresarios de servicios aumentó del 15% al 57% entre 2014-II y 2015-II. En el caso de servicios, el porcentaje de satisfacción pasó del 53% al 64% durante este último año.

Los recursos de las Pymes del municipio solicitados al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo: el 61% en industria, un 86% en comercio y un 74% en servicios. En segundo lugar se ubicó la compra o arriendo de maquinaria para las Pymes manufactureras (39%). En cambio, dentro del sector de comercio adquirió particular importancia la consolidación del pasivo (14%). Por su parte, para el sector servicios las remodelaciones y adecuaciones constituyeron el segundo principal destino de los recursos recibidos (ver gráfico 29).

En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el 41% de las Pymes industriales, el 52% de las comerciales y el 33% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento distinta al crédito bancario en el segundo semestre de 2015. Los proveedores fueron la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de comercio (29%), mientras que en industria y servicios fueron los recursos propios de las firmas (31% y 44%, respectivamente). Cabe destacar que el uso del mercado extrabancario y el

Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

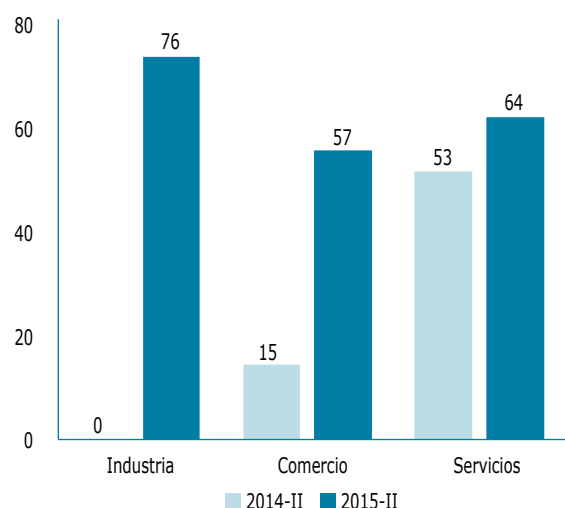


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

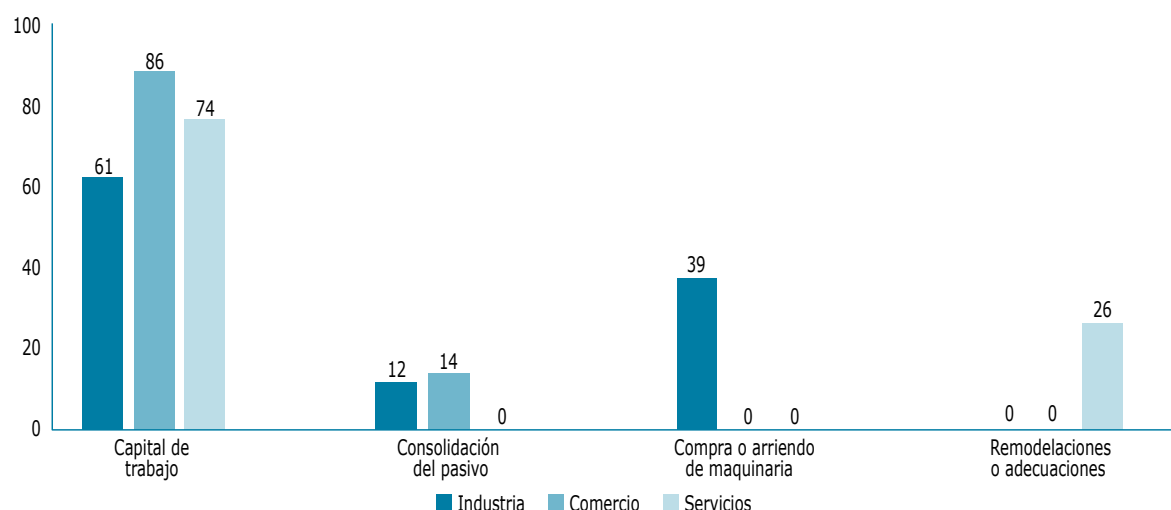


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

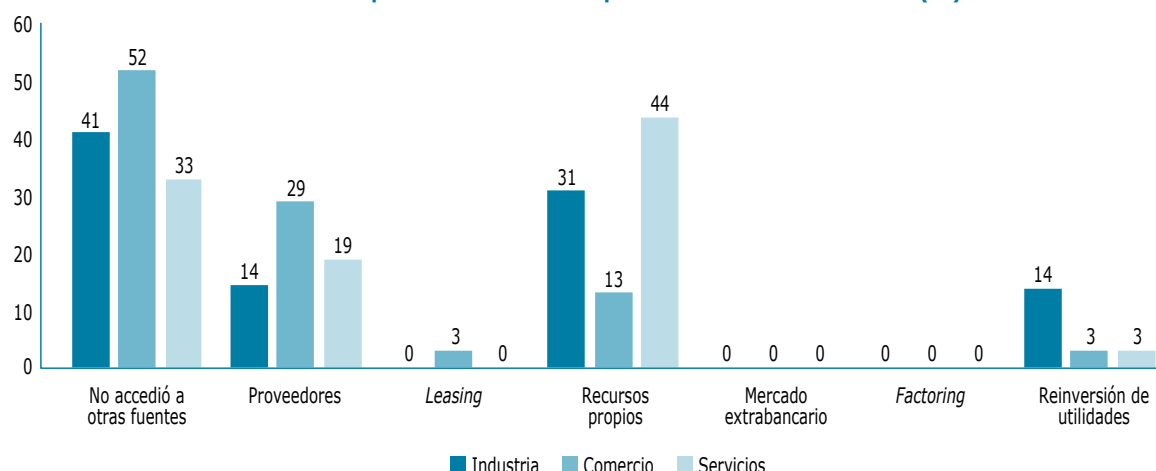
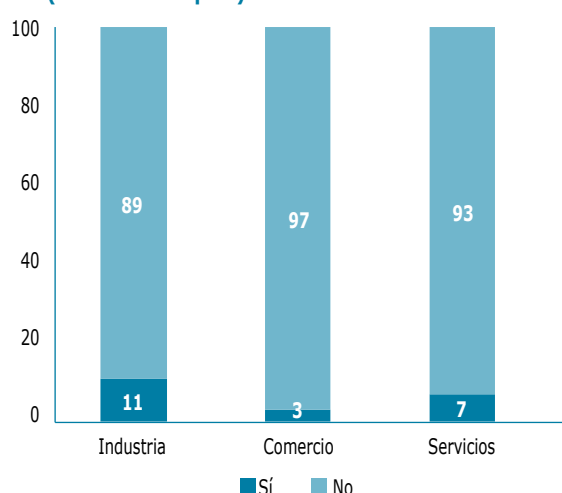


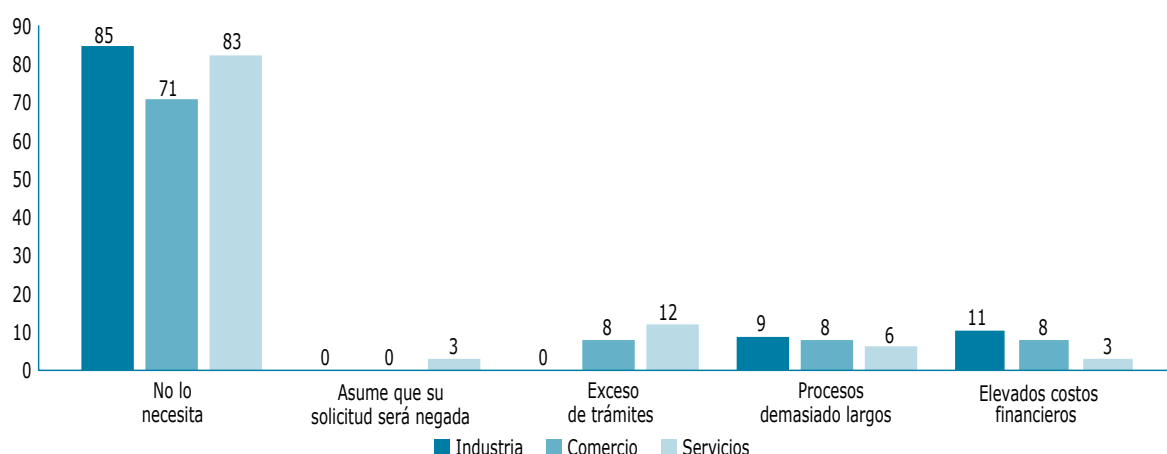
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año?



factoring en el municipio del Buga fue nulo, con registros del 0% para el total de las Pymes encuestadas (ver gráfico 30). Adicionalmente, el gráfico 31 indica que más del 89% de las Pymes de los tres macrosectores negó haber accedido a recursos de fondos de capital privado y apoyo emprendedor durante el último año.

La principal razón por la cual las Pymes de Buga de los tres macrosectores no solicitaron créditos al sistema financiero fue porque no lo necesitan (un 85% en industria, un 71% en comercio y un 83% en servicios). Otros de los argumentos para no acceder al sistema financiero formal fueron los largos procesos para acceder al crédito (un 9% en industria, un 8% en comercio y un 6% en servicios) y los elevados costos financieros (un 11% en industria, un 8% en comercio y un 3% en servicios), ver gráfico 32.

Gráfico 32. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)



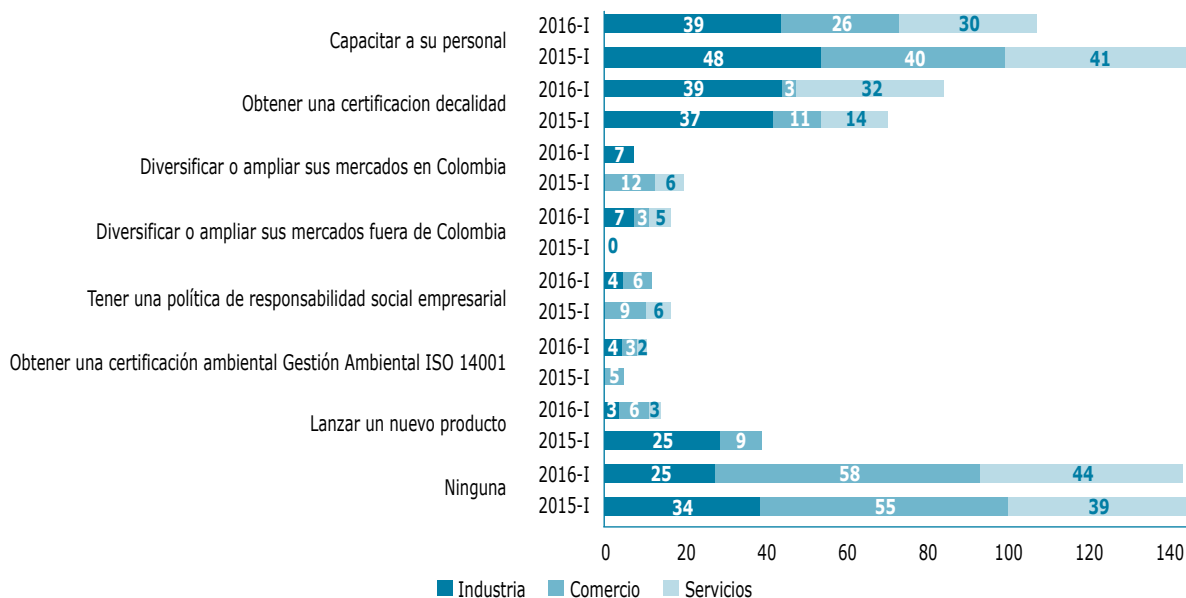
Acciones de mejoramiento

La Gran Encuesta Pyme ha venido incluyendo un módulo en el cual se indaga sobre las principales acciones de mejoramiento que emplean las Pymes para mejorar su desempeño. Para el municipio de Buga se encontró que el 25% de las Pymes industriales, el 58% de las Pymes comerciales y el 44% de las Pymes del sector servicios no tomaron ninguna acción para mejorar su desempeño durante el primer semestre de 2016. Para los sectores de comercio y servicios estas cifras aumentaron en 3 puntos porcentuales y en 5 puntos porcentuales, respectivamente, entre 2015-I y 2016-I. En el caso del sector

industria, esta cifra cayó en 9 puntos porcentuales para el mismo período.

El 39% de las Pymes industriales, el 26% de las Pymes comerciales y el 30% de las Pymes del sector servicios respondieron que su principal acción fue capacitar a su personal en 2016-I. En segundo lugar, las Pymes industriales (39%) y las de servicios (32%) dijeron obtener una certificación de calidad. Para las Pymes comerciales este lugar lo ocupó tener una política de responsabilidad social y lanzar un nuevo producto (6%), ver gráfico 33.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Mercado laboral

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación, analizaremos los resultados de esta indagación en el municipio de Buga.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios del municipio de Buga si la formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados respondía a las necesidades de sus empresas. Se encontró que en los tres macrosectores, la ma-

yoría de los encuestados reportó que la formación académica sí cumplía con las necesidades que demandaban sus firmas (86% en industria, 84% en comercio y 56% en servicios).

Adicionalmente, se les indagó en qué se debería cambiar o mejorar la oferta educativa a los que consideraban que esta era insuficiente. Se encontró que el sector manufacturero Pyme bugueño abogó principalmente por una formación que responda más a las necesidades de la industria (50%), junto con la exigencia de prácticas enfocadas en resultados (25%) y el fomento de enseñanza de

herramientas tecnológicas (25%). Por su parte, las firmas comerciales sugirieron desarrollar programas duales que combinaran la teoría con la práctica (40%), y una formación que responda a las necesidades de sus negocios (20%). Igualmente, las empresas del sector servicios recomendaron una formación conforme con los requerimientos de su sector (53%) y la intensificación del pensum académico (16%).

Cuando se investigó por la distribución de la contraprestación salarial de sus empresas, se encontró que en industria, comercio y servicios más

Gráfico 34. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa(%)

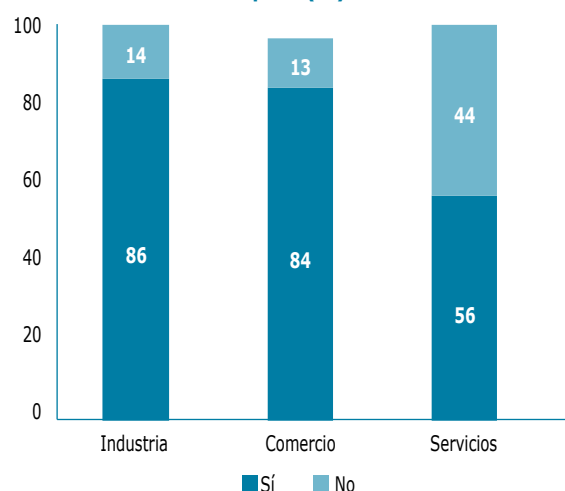


Gráfico 35. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)

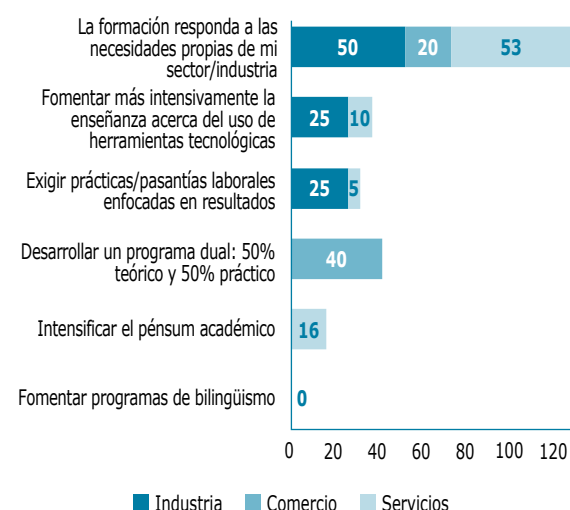


Gráfico 36. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%):

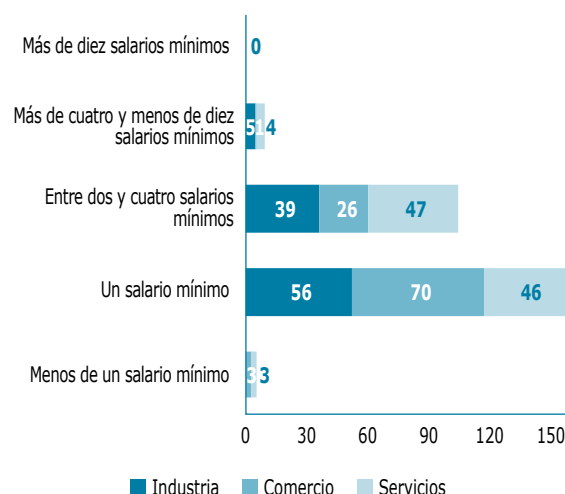
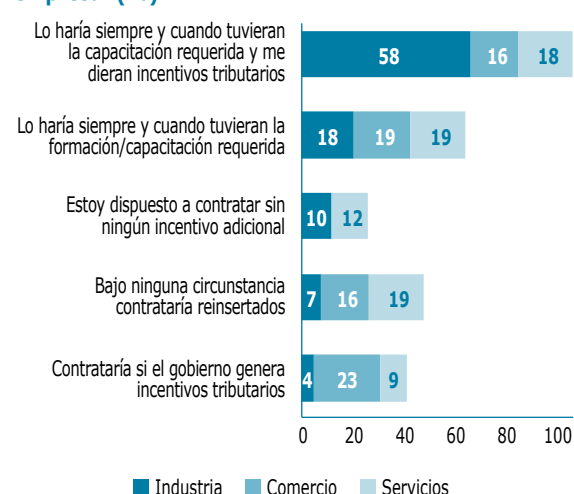


Gráfico 37. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinsertadas en su empresa: (%)



del 46% de los empleados ganaba el salario mínimo (56%, 70% y 46% en cada caso), ver gráfico 36. La siguiente remuneración salarial con mayor frecuencia se evidenció en el rango entre 2 y 4 salarios mínimos (39% en industria, 26% en comercio y 47% en servicios). Asimismo, se observó que menos del 5% de los empleados de los tres macrosectores devenga más de 4 salarios mínimos y menos de 10. De hecho, ninguna de las empresas encuestadas expresó pagar salarios mayores a los 10 salarios mínimos.

Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinser-

tadas en sus empresas. Se encontró que una proporción importante de las empresas industriales, comerciales y de servicios Pyme de Buga lo haría siempre y cuando tuvieran la formación y capacitación requerida, acompañado con incentivos tributarios (58%, 16%, 18% en cada caso), ver gráfico 37. Por otro lado, el 18% de las compañías industriales, y el 19% de las comerciales y de servicios expresaron querer hacerlo siempre y cuando tuvieran la capacitación requerida. Finalmente, se observó una proporción considerable del sector de servicios (19%) y de comercio (16%) que manifestaron no querer contratar reinserados bajo ninguna circunstancia.

Comercio exterior

A nivel de exportaciones, los resultados de la Encuesta indican que la oferta del municipio de Buga es reducida, ya que solo el 22% de las Pymes industriales y el 9% de las de servicios exportaron en 2015-II. Estos resultados son positivos, ya que respecto al año anterior se observa un incremento en la proporción de Pymes industriales que exportaron (+3 puntos porcentuales) y un aumento en la proporción de Pymes de servicios que exportaron (+3 puntos porcentuales) durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 38).

En línea con lo anterior, las expectativas del empresariado bugueño eran optimistas para el sector industrial y el de servicios en contraste con los resultados para 2015-I. El 14% de los empresarios industriales y el 7% de los de servicios esperaban aumentar sus volúmenes de exportación para 2016-I. Estos porcentajes son superiores a las cifras observadas un año atrás (0% en industria y servicios). Asimismo, el 75% de los empresarios del sector industria y el 81% del empresariado del sector servicios no es-

Gráfico 38. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

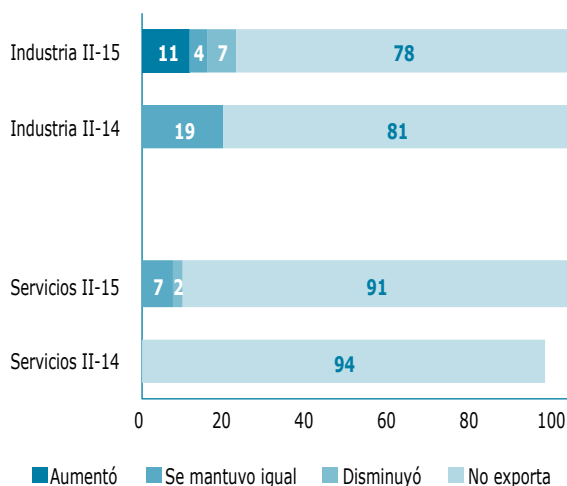
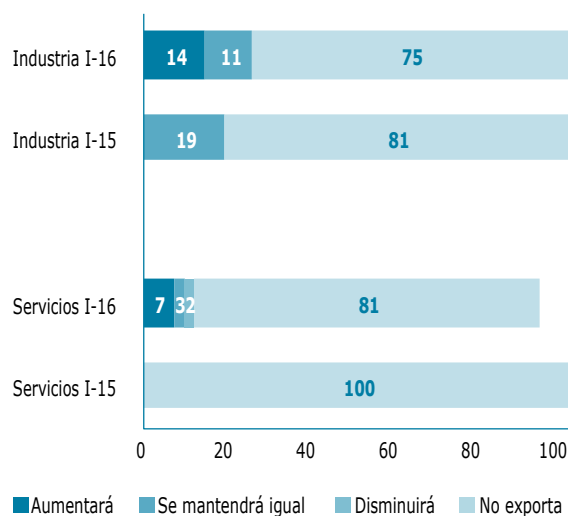


Gráfico 39. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



peraban exportar durante 2016-I. En el caso del sector industrial, se observa un aumento de las firmas exportadoras en 6 puntos porcentuales respecto a lo observado para 2015-I, y para el sector servicios se observó un incremento de 19 puntos porcentuales para el mismo período (ver gráfico 39).

En esta edición de la Encuesta se preguntó a las Pymes las razones por las cuales sus empresas no exportan. Para los empresarios industriales y de servicios bugueños se encontró que la principal ra-

zón por la cual no exportan es porque consideran que no tienen productos que sean exportables (54% y 67%). La segunda razón por la cual los empresarios de los sectores de industria y servicios no exportan es que no están interesados en hacerlo (18% y 23%), ver gráfico 40. Asimismo, se les preguntó si tenían algún plan de internacionalización para sus negocios, y allí el 65% de los empresarios industriales respondió afirmativamente, mientras que para el sector de servicios el 24% expresó tener planes de internacionalización.

Gráfico 40. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?

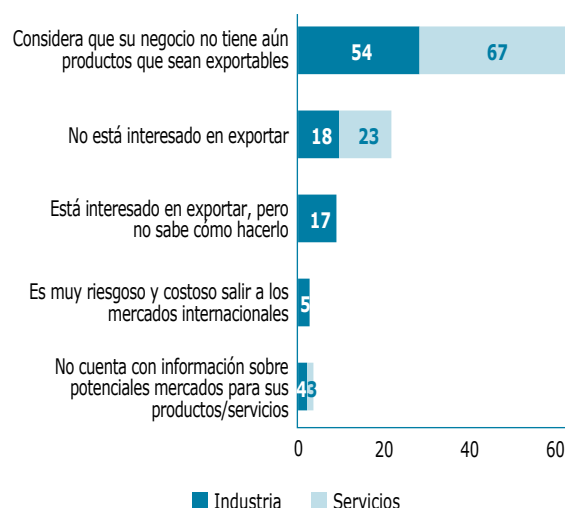


Gráfico 41. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

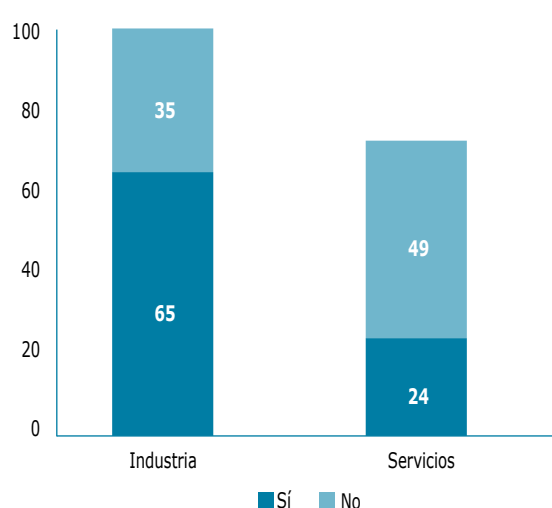


Gráfico 42. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

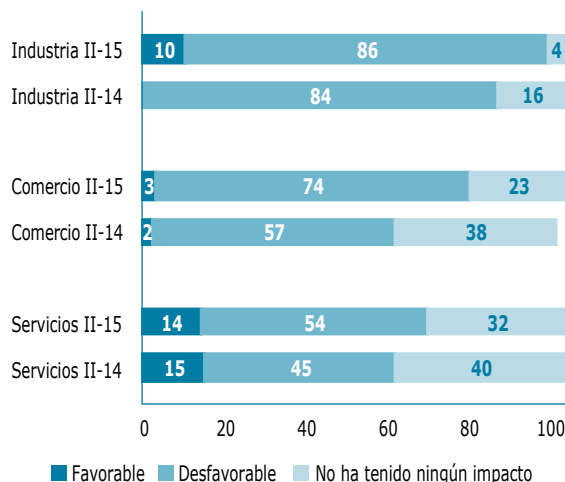
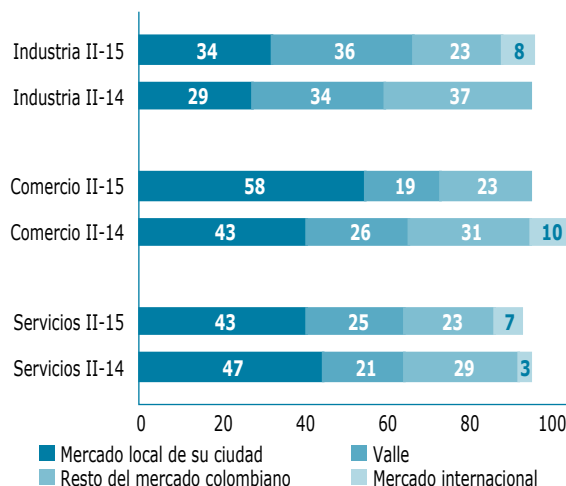


Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)



Debido a la coyuntura económica donde el peso ha sufrido una devaluación importante con respecto al dólar, se les preguntó a los empresarios si este incremento en la tasa de cambio había tenido algún efecto sobre la situación económica de sus empresas. A esto, el 86% de los empresarios industriales, el 74% de los comerciales y el 54% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 42). Esto contrasta con el bajo porcentaje de empresarios que afirmaron observar efectos favorables sobre el desempeño de sus negocios (10% industria, 3% comercio, y 14% servicios) y con un considerable

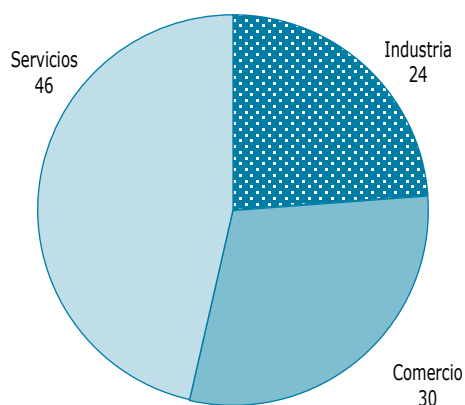
porcentaje de empresarios que afirmaron no haber percibido ningún impacto sobre sus negocios (4% industria, 23% comercio y 32% servicios).

Finalmente, debido a la vigencia de los tratados de libre comercio, se preguntó a las Pymes por la participación de los 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 de Buga respondieron que entre el 34% y el 58% de las ventas está definido para el mercado local, alrededor de un 23% de las ventas va para el resto del mercado colombiano, y entre el 0% y el 8% está destinado para el mercado internacional (ver gráfico 43).

La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Cartago

Distribución de la muestra (%)



Situación actual

Segundo semestre de 2015

Los resultados de la Gran Encuesta Pyme correspondientes al primer semestre de 2016 para el municipio de Cartago evidencian que los empresarios Pyme de los tres macrosectores en este municipio tuvieron en su mayoría una percepción de estabilidad. En efecto, el 45% de los empresarios de industria reportó que la situación actual de sus negocios se mantuvo igual en el segundo semestre de 2015 respecto

al primer semestre, mientras que esta cifra llegó al 48% en comercio y el 46% en servicios. Por otro lado, el 30% de las Pymes industriales, el 32% de comercio y el 34% de servicios mencionaron que la situación económica mejoró en 2015-II frente al semestre anterior (ver gráfico 1, sección Valle del Cauca-Cartago).

Asimismo, se presentó una tendencia estable en las respuestas a las preguntas referidas a las ventas para los sectores de comercio y servicios. Allí, el porcentaje de los pequeños y medianos empresarios comerciales que mantuvieron constantes estas variables durante el segundo semestre de 2015 con respecto al semestre inmediatamente anterior fue del 48% y del 51%, respectivamente (ver gráfico 2). En cambio, para el sector industrial un 36% de las firmas vio aumentadas sus ventas, mientras que el 30% afirmó que estas se mantuvieron iguales.

Al preguntar a los empresarios de Cartago sobre el crecimiento promedio anual de ventas, nos encontramos que entre el 69% y el 90% de las empresas de los tres macrosectores crece entre el 0%-10%. Efectivamente, para industria el 45% de las empresas Pyme crece en los rangos del 0%-5% y el mismo porcentaje entre un 5%-10%. Por su parte, el sector comercio reportó que el 74% de los encuestados crece a ritmos inferiores al 5% anual, mientras que en servicios un

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

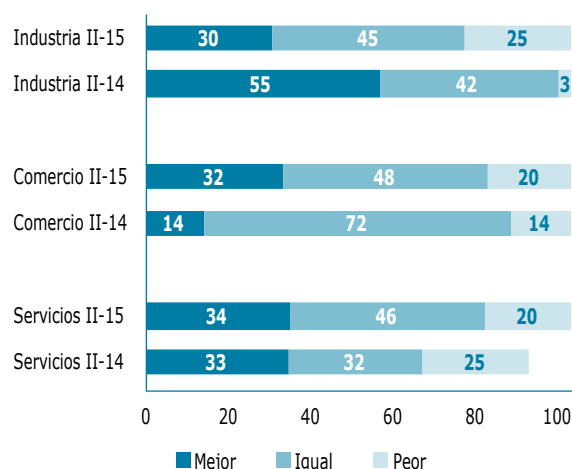


Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

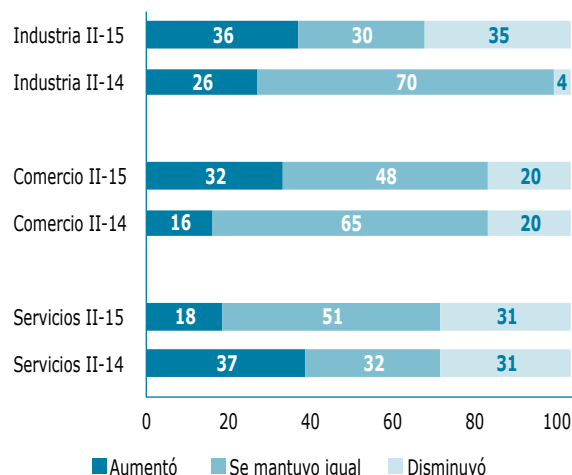
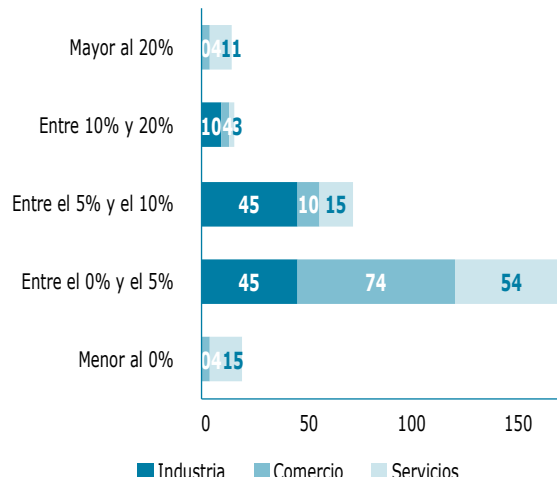


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:



54% crece un 0%-5% y un 15% de los encuestados crece entre un 5% y un 10% (ver gráfico 10).

En línea con lo anterior, el volumen de pedidos parece mantener la estabilidad para los tres macrosectores. Así, el 36% de industria afirmó que su volumen de pedidos se mantuvo igual respecto al primer semestre de 2015 (vs. 35% que reporta mejoría). Asimismo, en el sector comercio un 48% de los encuestados mostró estabilidad para esta variable, al igual que el 58% del sector servicios (ver gráfico 3).

El 90% de las Pymes industriales de Cartago afirmó que el nivel de existencias durante el segundo se-

mestre de 2015 fue adecuado con respecto al primer semestre del mismo año, mientras que este porcentaje llegó al 86% en el caso del sector comercial. Esto evidencia un ajuste muy bueno de los empresarios de este municipio a la evolución de la demanda (ver gráfico 5).

El gráfico 6 muestra cómo el nivel de producción industrial fue bastante volátil, ya que el 36% de los encuestados manifestó que había aumentado su producción, el 30% que la había mantenido igual y el 35% que esta había disminuido. En cuanto a la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), el gráfico 7 nos muestra que el 86% de las Pymes industriales utilizó entre el

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2015 (%)

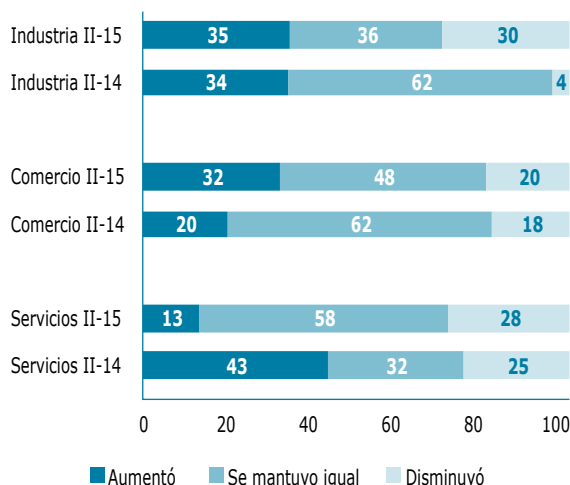


Gráfico 5. Existencias (%)

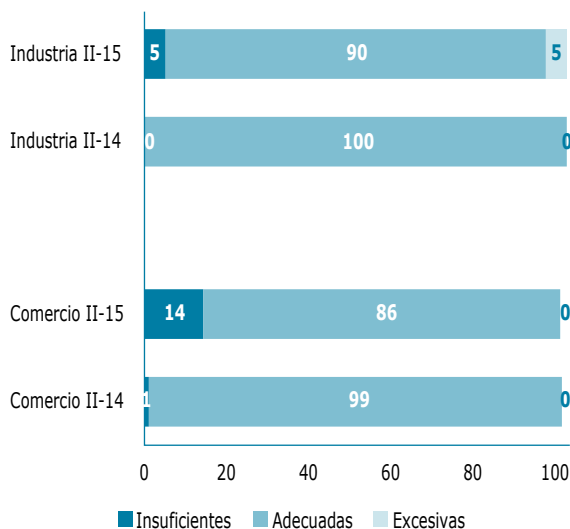


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2015, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2015 (%)

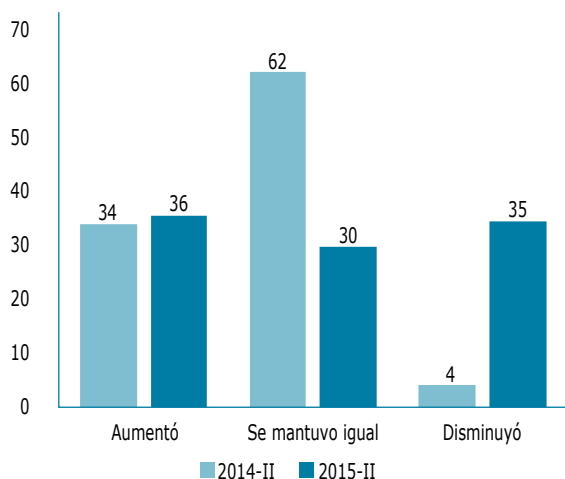
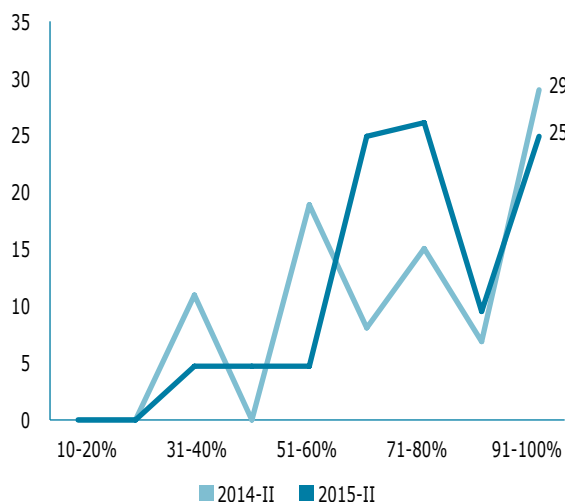


Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes Industriales)



61% y el 100% de la capacidad de sus empresas. Por su parte, el 85% de los empresarios industriales mantuvo la inversión en maquinaria en 2015-II con respecto al primer semestre de 2015 (ver gráfico 8).

En términos de costos, la mayoría de las Pymes de comercio manifestó haber enfrentado un aumento en los costos de sus insumos en el segundo semestre de 2015 (un 64% frente al 24% registrado en 2014). En cambio, a nivel de industria y servicios prevaleció la estabilidad, pues un 51% y un 43% de los entrevistados manifestaron que esta variable se había mantenido inalterada al corte de 2015-II. Cabe destacar que, en el sector de servicios, el por-

centaje de encuestados que percibieron un aumento en sus costos pasó del 63% al 41% entre 2014 y 2015, tal y como lo muestra el gráfico 9.

Entre tanto, los márgenes de ganancia mostraron ser heterogéneos entre sectores. En efecto, según el gráfico 10, en el sector industrial la percepción sobre los márgenes de ganancia estuvo bastante distribuida, el 40% afirmó que los márgenes se mantuvieron, mientras que el 30% aseguró que los márgenes habían aumentado y el mismo porcentaje aseguró que estos habían disminuido. Por su parte, un 43% de los empresarios de comercio observó que sus márgenes de ganancia se mantuvieron constantes en el segundo

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2015 (%)

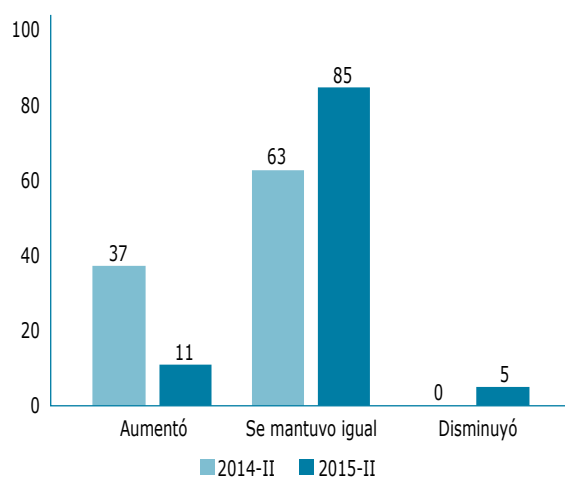


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2015, los costos durante el segundo semestre de 2015 (%)

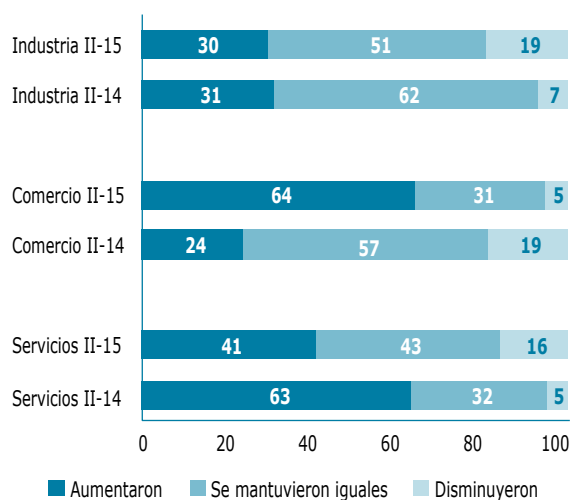


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2015, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

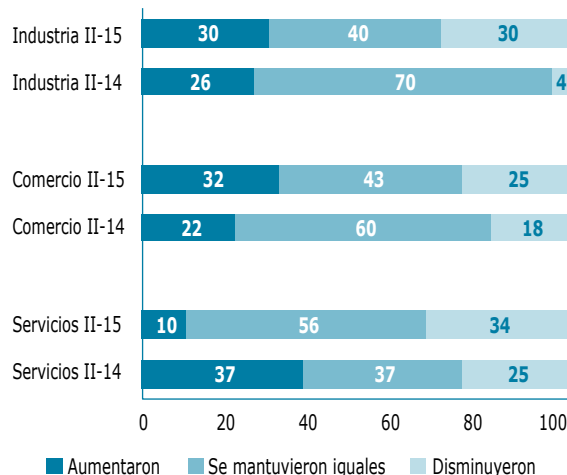
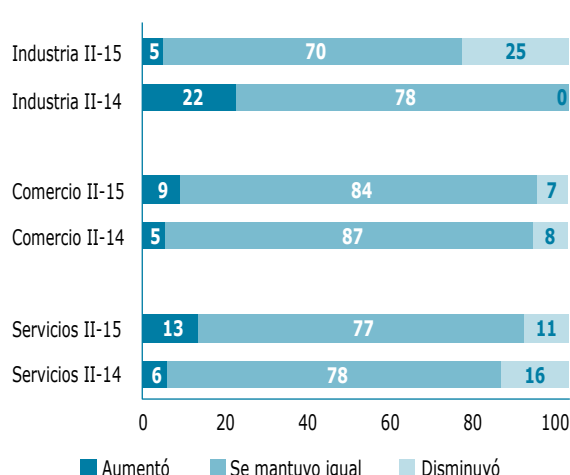


Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2015, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



semestre de 2015; sin embargo, este porcentaje fue inferior al 60% reportado hace un año. A su vez, el 32% de los comerciantes dijo haber aumentado sus márgenes de ganancia, mientras que un 25% los disminuyó. Igualmente, entre los empresarios de servicios prevalecieron las firmas que mantuvieron inalterados sus márgenes, con un registro del 56% de los encuestados (vs. el 37% de 2014-II), mientras que únicamente el 10% presentó un aumento en sus márgenes.

En cuanto al empleo, este no mostró mucho dinamismo en ningún macrosector de Cartago. La mayoría de los empresarios mantuvo igual su planta de personal durante el segundo semestre de 2015: un 70%

en el caso de industria, un 84% en comercio y un 77% en servicios (ver gráfico 11). Complementando esto, menos del 15% del total de las Pymes encuestadas incrementó sus niveles de contratación de trabajadores. Frente a la posibilidad de realizar una relocalización de sus negocios con el fin de reducir costos de transporte, como nos los muestra el gráfico 12, la gran mayoría de los empresarios Pyme no la ha considerado (95% industria, 96% comercio y 84% servicios).

Respecto a las problemáticas que tuvieron que enfrentar los empresarios manufactureros en 2015, se destaca que el 30% de los encuestados identificó el costo de los insumos como su mayor problema, seguido por los altos impuestos, con un 25%, y la rotación de cartera, con el 11%. Curiosamente, la tasa de cambio apenas representó un 10% de los encuestados, mientras que para el resto de las regiones colombianas fue uno de los mayores problemas a los que se tuvieron que enfrentar los pequeños y medianos empresarios (ver gráfico 13).

La superficie de ventas de las Pymes comerciales de este municipio del Valle del Cauca tuvo un comportamiento estable. De hecho, el 66% de los comerciantes reportó que esta variable no se alteró durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 14). Entre tanto, el 25% de los empresarios reportó un crecimiento de esta variable, mientras que solo un 9% dijo que se generó una caída.

Complementando esto, las Pymes comerciales de Cartago consideraron la competencia de grandes superficies como el principal problema para el desarrollo

Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?

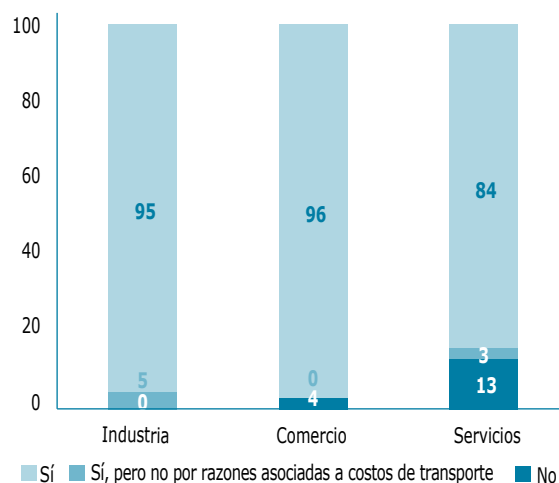


Gráfico 13. Sector industria: principal problema (%)

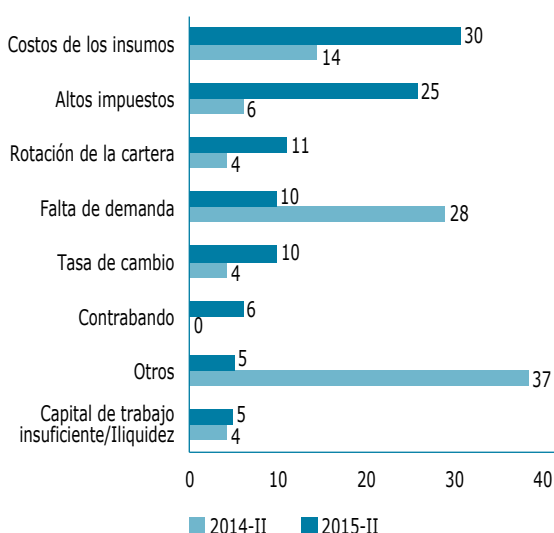
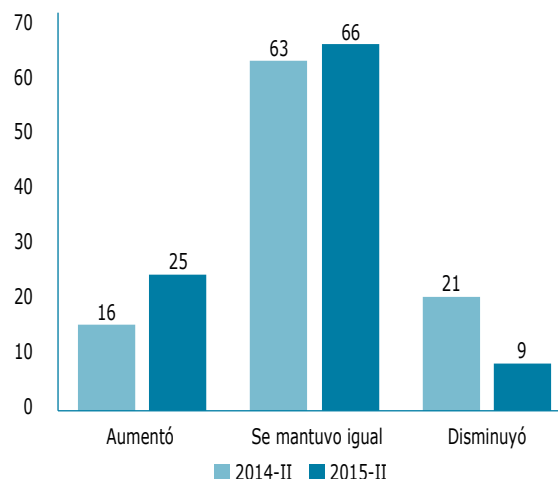


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2015, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2015 (%)



de sus actividades (un 25% de los entrevistados). Los costos de los insumos se ubicaron en segundo lugar, con una participación del 16%, y los altos impuestos en tercer lugar con un 15% (ver gráfico 15). Finalmente, para las pequeñas y medianas empresas de ser-

vicios, el principal problema fue la competencia, con una proporción del 28%, seguida por los altos impuestos, con un 26%. El tercer puesto lo alcanzó la falta de liquidez, escogida por un 18% de los encuestados (ver gráfico 16).

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

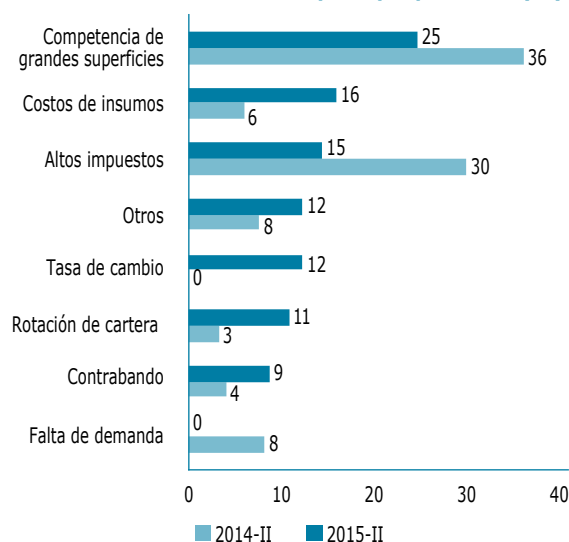
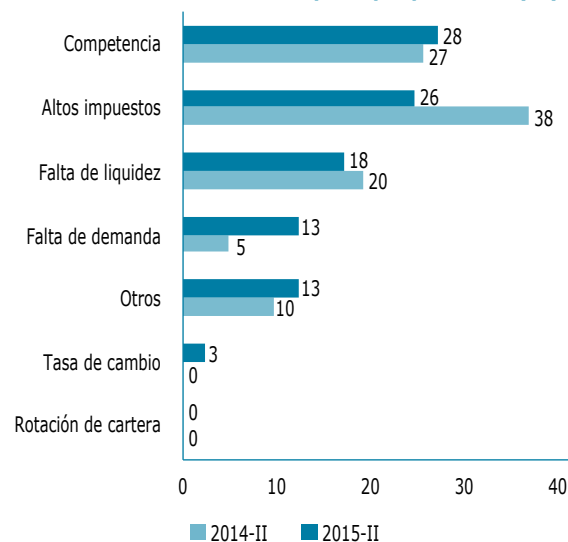


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



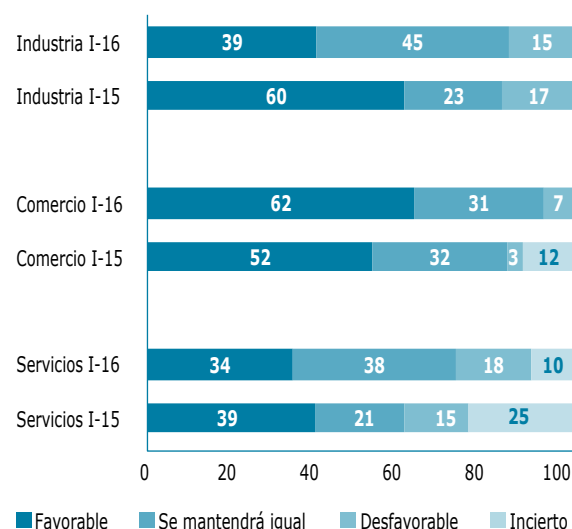
Perspectivas Primer semestre de 2016

Las perspectivas frente al primer semestre de 2016, a pesar de que se mantuvieron optimistas, fueron más moderadas que en los resultados de 2015 para los empresarios de Cartago. En efecto, el 39% de las Pymes industriales esperaba que la evolución de sus empresas para el cierre de ese período fuera favorable, frente al 60% de hace un año (ver gráfico 17). La misma opinión la compartieron el 62% de los comerciantes y el 34% de los empresarios de servicios (vs. 52% y 39% de 2015). Entre tanto, se resalta que la perspectiva de estabilidad en cuanto a la situación económica llegaba al 45% de la industria, al 31% del comercio y al 38% de los prestadores de servicios. La proporción de empresarios con perspectivas negativas sobre su desempeño general fue relativamente baja, con cifras que no superaban el 18% para los tres macrosectores.

El sector industrial manifestó estabilidad respecto a las expectativas de producción en el primer semestre de 2016. Efectivamente, el 40% de los encuestados reportó mantener el nivel de producción, mientras que el 35% habría manifestado tener intenciones de aumentarlo y el 25% de disminuirlo. Resulta-

dos que, como lo muestra el gráfico 18, son muy similares a lo encontrado hace un año. De forma similar, el 61% de los industriales encuestados afirmó

Gráfico 17. Desempeño general (%)



que mantendrían igual su inversión en maquinaria, mientras que solo el 14% pensó en disminuirla en el primer semestre de 2016 (ver gráfico 20).

Con respecto al nivel de pedidos, los resultados más recientes evidencian que los empresarios de los tres macrosectores mermaron sus expectativas positivas frente a la evolución de su demanda futura. En efecto, el porcentaje de respuestas favorables fue del 35% para las Pymes industriales en 2016-I (-10 puntos porcentuales frente a los resultados de 2015), del 32% para las de comercio (-13 puntos porcentuales) y del 26% en servicios (-21 puntos porcentuales). A

su vez, las expectativas de disminución de pedidos aumentaron en esta medición, el 25% de la industria y servicios, así como el 20% de comercio esperaban resultados negativos en esta variable para 2016-I (ver gráfico 19).

En materia de ventas, se alcanzaron registros similares, pues el 32% de las Pymes comerciales y el 23% de las de servicios preveían un incremento en ventas durante el primer semestre de 2016 (ver gráfico 21). Estas cifras resultan notoriamente más bajas que las reportadas hace un año (45% en comercio y 47% en servicios).

Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2015, la producción industrial en el primer semestre de 2016 (%)

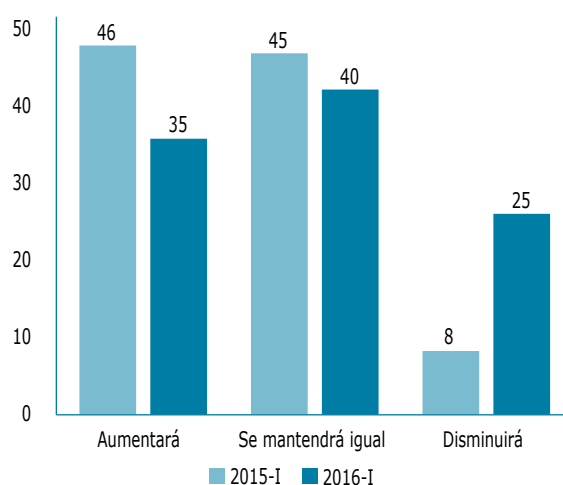


Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2016 (%)

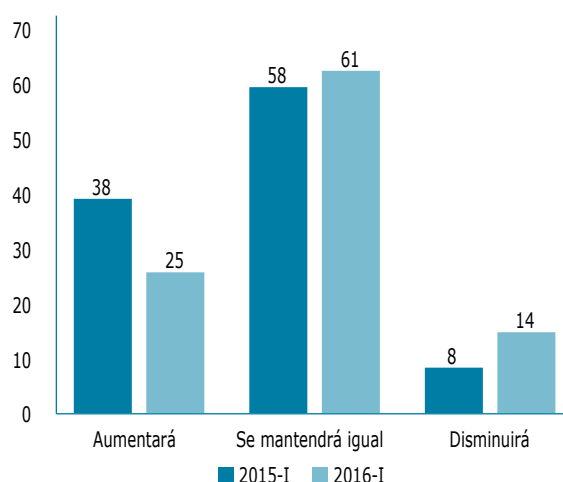


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)

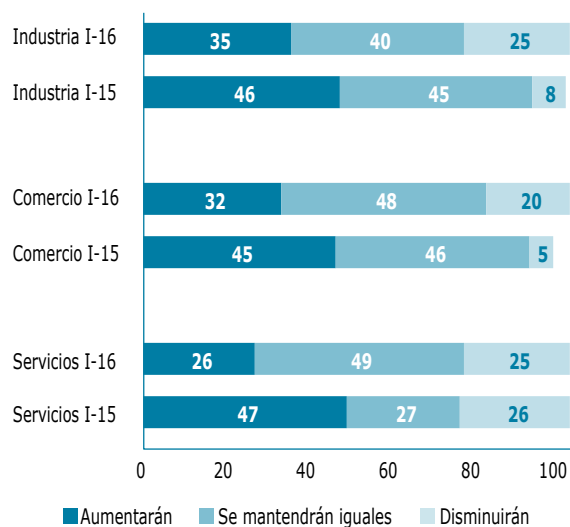
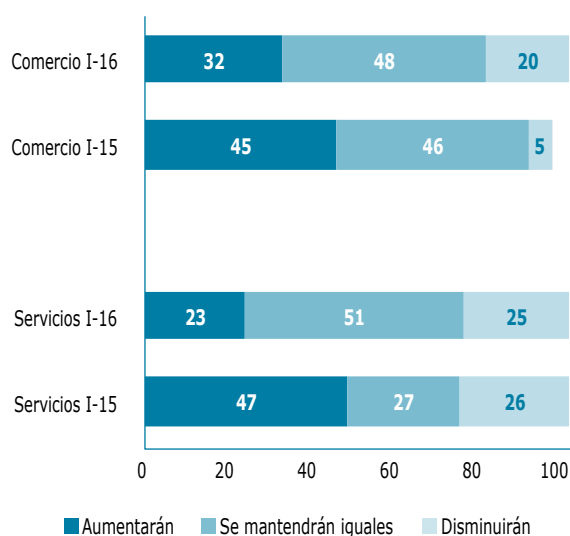


Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)



Financiamiento

El 40% de las empresas industriales de Cartago, el 28% de las comerciales y el 20% de las de servicios acudieron al crédito bancario para satisfacer sus necesidades financieras en el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 22). Allí cabe resaltar que los resultados de aprobación fueron del 100% para los tres macrosectores (ver gráfico 23).

El crédito a mediano plazo (entre 1 y 3 años) fue el más solicitado para los encuestados de comercio y servicios (38% comercio y 63% servicios). En cambio, para industria las solicitudes de préstamos estuvieron distribuidas entre el corto y largo plazo (38% cada una). Por su parte, las aprobaciones estuvieron en línea con lo solicitado: el 51% y el 75%

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)

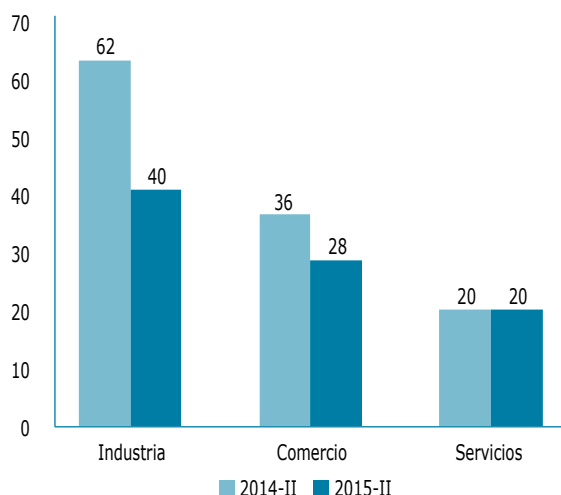


Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

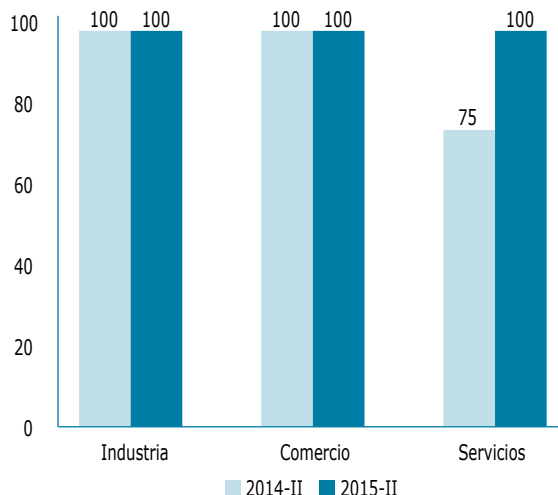


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

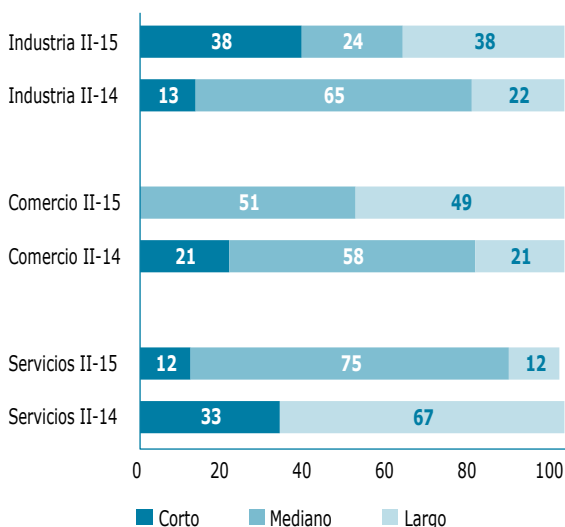
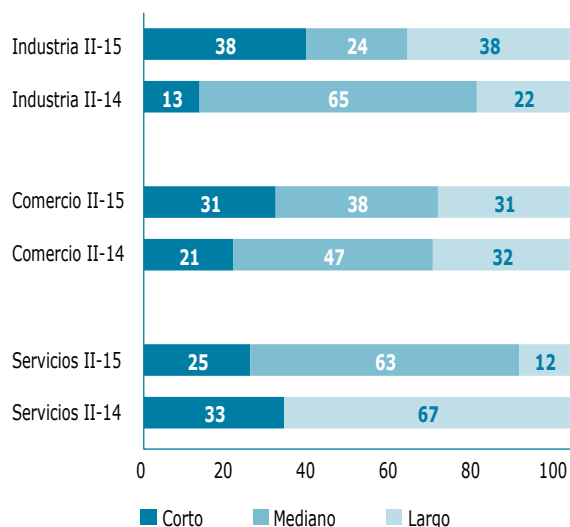


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)



de los créditos solicitados por comercio y servicios se aprobaron a mediano plazo, mientras que para industria el 38% de las solicitudes fue aprobado a corto o largo plazo (ver gráfico 24 y 25).

La satisfacción de los empresarios de Cartago frente al monto de los créditos recibidos fue del 100% para los sectores de industria y comercio. Por su parte, el 75% de las Pymes de servicios se sintió satisfecho con el monto del crédito obteni-

do (ver gráfico 26). Estos resultados se consideran positivos, y reflejan una armonía entre el sector financiero y el sector real de esta ciudad.

En cuanto a las tasas de interés que han recibido las pequeñas y mediana empresas de Cartago, podemos ver que existen similitudes entre el sector industrial y el de servicios, ya que en ambos casos la mayoría de sus empresarios accedió a tasas entre DTF+4 y DTF+8 (65% industria y 51% servicios). En contraste, en el sector comercial el 87% de los créditos fue aprobado a tasas hasta DTF+4, en donde ninguno de los encuestados recibió tasas entre DTF+4 y DTF+8 (ver gráfico 27). En línea con lo anterior, el nivel de satisfacción respecto a la tasa recibida fue del 76% en industria y del 75% en comercio, mientras que la tasa de satisfacción más baja la mostró el sector servicios con el 51% (ver gráfico 28).

Los recursos de las Pymes de este municipio del Valle del Cauca solicitados al sistema financiero se utilizaron principalmente para capital de trabajo en los tres macrosectores (74% industria, 69% comercio y 37% servicios). El segundo puesto fue ocupado por las remodelaciones y adecuaciones para industria y servicios (24% y 25% respectivamente), en donde cabe destacar que en servicios la consolidación del pasivo tuvo el mismo porcentaje que las remodelaciones. Por su parte, en comercio el 18% de los encuestados utilizó los recursos para comprar o arrendar maquinaria (ver gráfico 29).

Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)

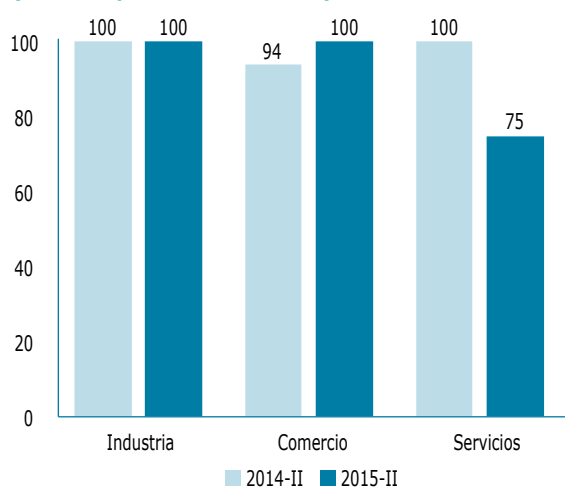


Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

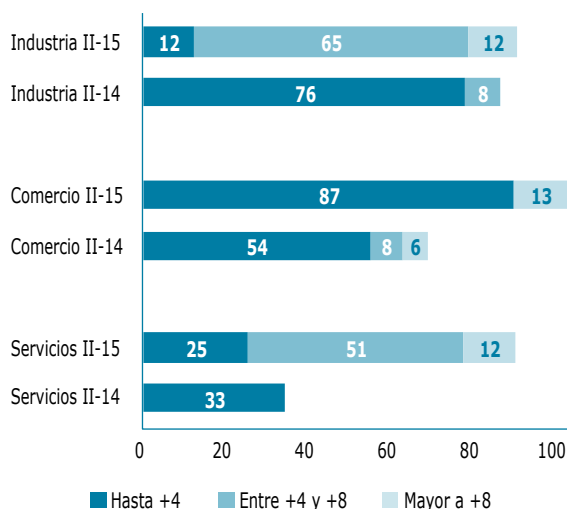


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

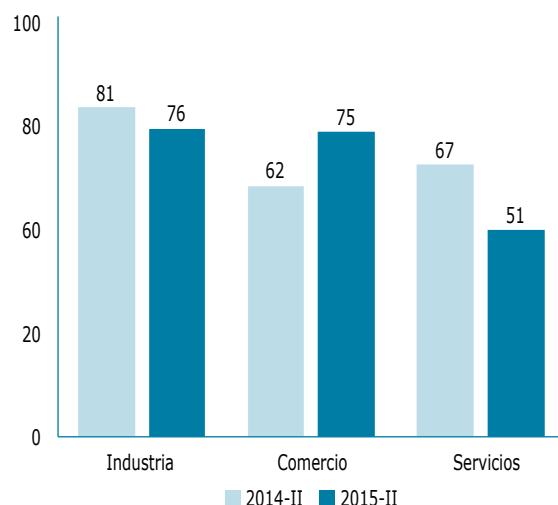


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

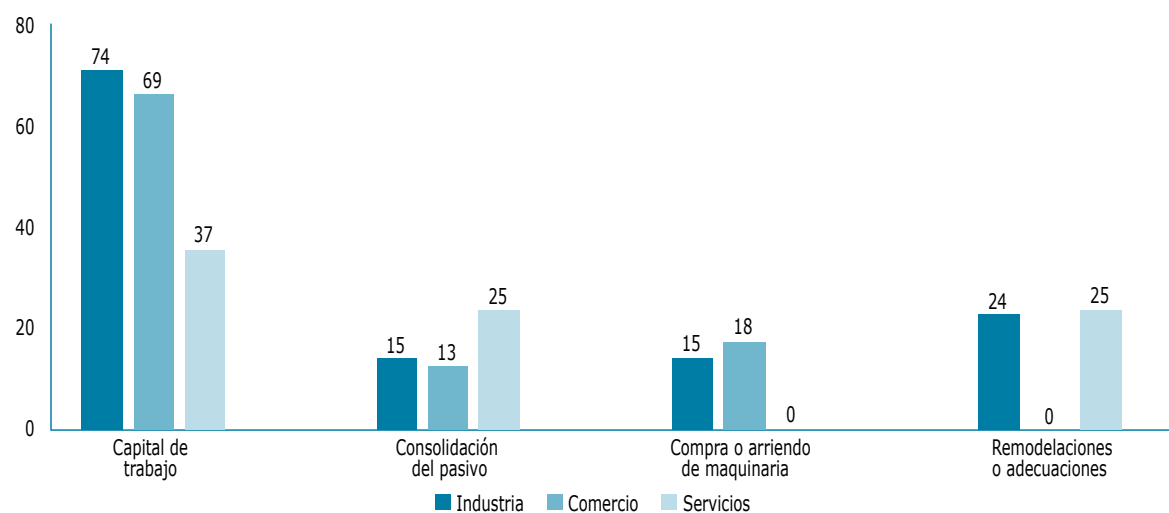


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

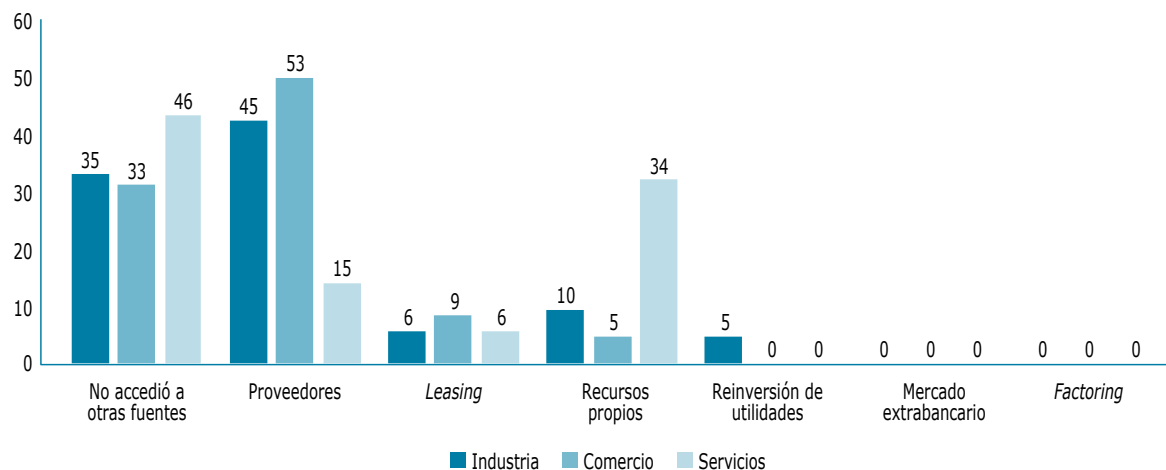
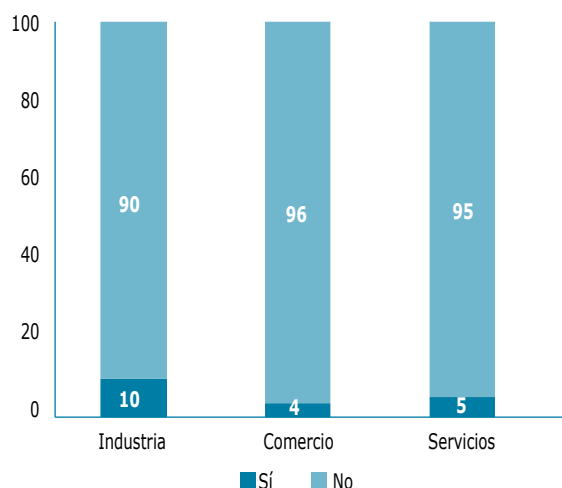


Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año?

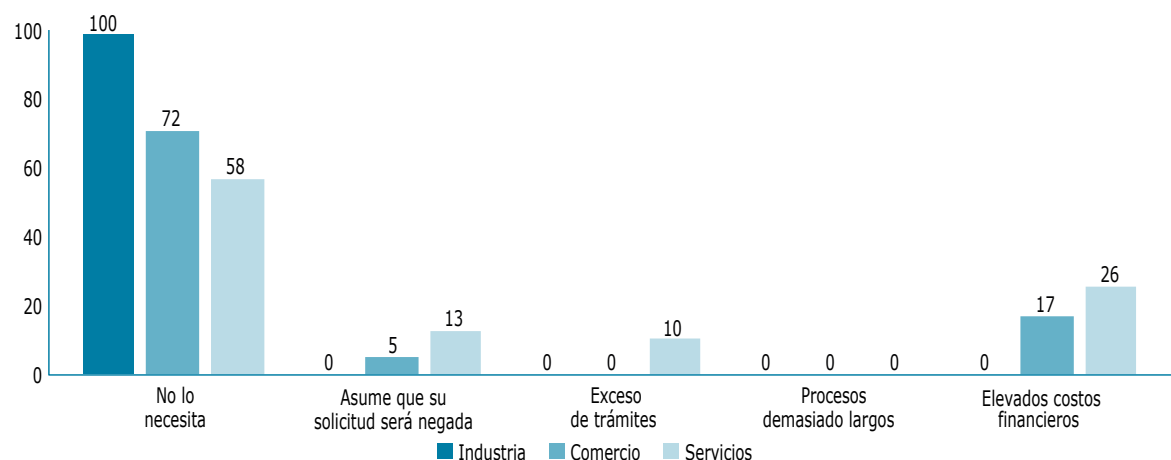


En cuanto a las fuentes alternativas de financiamiento, el gráfico 30 muestra que el 35% de las Pymes industriales, el 33% de las comerciales y el 46% de las de servicios no accedieron a ninguna fuente de financiamiento distinta al crédito bancario en el segundo semestre de 2015. Entre tanto, los proveedores son la fuente de financiación alternativa más importante para las Pymes de industria y comercio (45% de los industriales y 53% de los comerciantes). Mientras que los recursos propios son la principal fuente alternativa para el sector de servicios, con el 34% de la participación. Vale la pena destacar que el mercado extrabancario y el *factoring* no fueron utilizados por ninguna de las empresas consultadas en los tres macrosectores. En cuanto al acceso de fondos por medio de capital privado y apoyo emprendedor, más del 90% de los encuestados en los tres macrosectores afirmó que no han accedido a ese tipo de recursos (ver gráfico 31).

La principal razón por la cual las Pymes de Cartago de los tres macrosectores no solicitaron créditos al sistema financiero es porque no lo necesitan (100% en industria, 72% en comercio y un 58% en servicios). Adicionalmente, el 17% de comercio y

el 26% de servicios consideran que los costos financieros son muy elevados, mientras que un 5% de los comerciantes y un 13% de los prestadores de servicios asumen que su solicitud será negada (ver gráfico 32).

Gráfico 32. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)

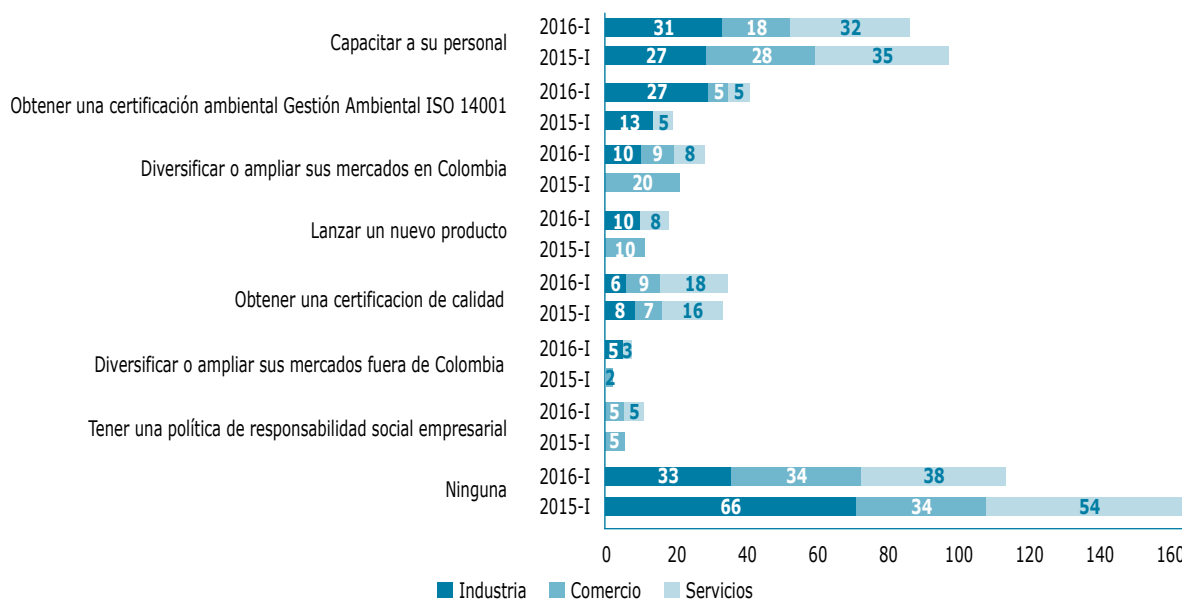


Acciones de mejoramiento

La principal acción de mejoramiento realizada por las Pymes de Cartago en el primer semestre de 2016 fue capacitar al personal (un 31% en industria, un 18% en comercio y un 32% en servicios). En segundo lugar, los empresarios industriales buscaron obtener

una certificación en gestión ambiental (27%), los comerciales buscaron diversificar sus mercados en Colombia (9%), mientras que los de servicios se enfocaron en obtener una certificación de calidad (18%) en 2016-I (ver gráfico 33).

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Es importante mencionar que el porcentaje de empresas que no llevaron a cabo ninguna acción de mejoramiento durante el primer semestre de 2016 fue bastante alto. Para el sector manufacturero, el 33% de las empresas no realizó ninguna acción de mejora. En

el sector comercio, el porcentaje también resultó significativo (34%), y para servicios esta cifra llegó al 38%, dando indicios de bajos niveles de innovación al interior de este segmento empresarial en este municipio del norte del Valle del Cauca durante el último año.

Mercado laboral

En la última edición de la Encuesta se buscó establecer una caracterización del mercado laboral del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. Para lo cual se realizaron distintas preguntas al empresariado de Cartago.

En primer lugar, se preguntó entre los pequeños y medianos empresarios de Cartago acerca de la formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados y si esta respondía a las necesidades de sus empresas. Se encontró que los tres macrosectores se encontraban conformes con la formación profesional ofrecida (63% de industria, 61% de comercio y 75% de servicios), ver gráfico 34.

A quienes no estaban conformes con la oferta presentada se les preguntó qué se podría mejorar en la formación profesional. Se encontró que el sector manufacturero solicitó en su mayoría intensificar el pensum académico (32%), mientras que los sectores de comercio y servicios abogaron principalmente por una formación que responda más a las necesidades de la industria (41% y 50% respectivamente), que precisamente es la segunda opción más solicitada por

el sector industrial (29%), mientras que el 18% de los comerciales y el 30 % de los empresarios de servicios proponen desarrollar programas 50% teóricos y 50% prácticos como segunda opción.

Cuando se indagó por la distribución de la contraprestación salarial de las empresas, se encontró que en los tres macrosectores la mayoría de los empleados recibe un salario mínimo vigente (74% industria, 81% comercio y 65% servicios). A su vez, donde los empleados reciben entre 2 y 4 salarios mínimos representan el 26% de la industria, el 19% de comercio y el 31% de las empresas Pyme de servicios.

Por último, se preguntó bajo qué circunstancias estarían dispuestos a contratar personas reinser-tadas en sus empresas. Se encontró que más de la quinta parte de las empresas industriales, comerciales y de servicios lo harían siempre y cuando tuvieran la formación y capacitación requerida y se les dieran incentivos tributarios (21%, 25% y 33% en cada caso), ver gráfico 37. Adicionalmente, se destaca que el 10% del sector industrial, el 28% del sector comercial y el 18% de servicios manifestaron no

Gráfico 34. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa(%)

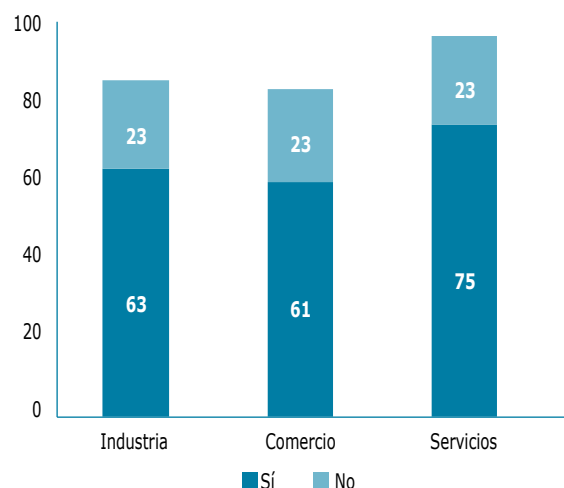
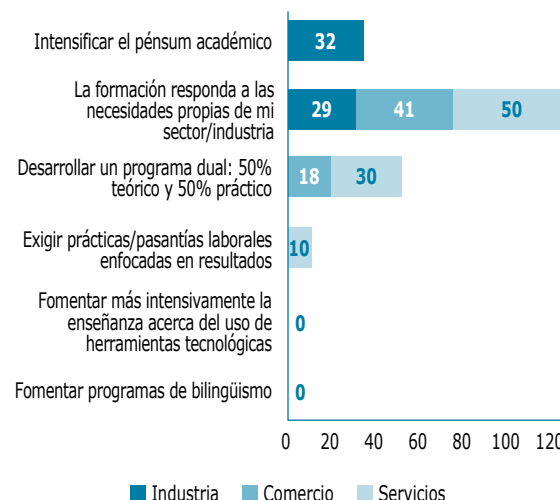


Gráfico 35. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)



querer contratar reinsertados bajo ninguna circunstancia. Por otro lado, el 19% de las firmas industriales, junto con el 12% de empresas comerciales y el

20% de servicios, expresó querer hacerlo siempre y cuando tuvieran la capacitación requerida sin incentivos tributarios.

Gráfico 36. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%):

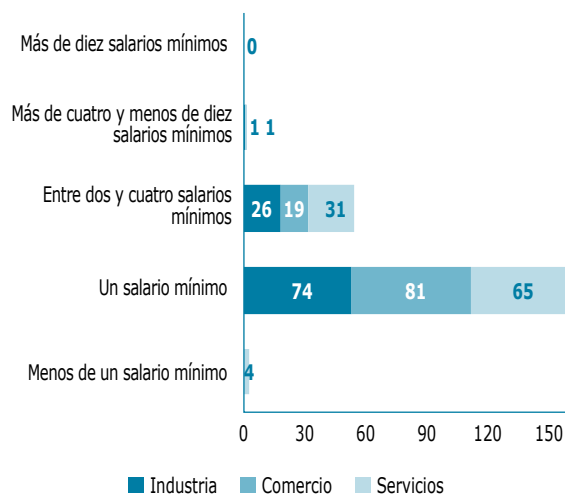
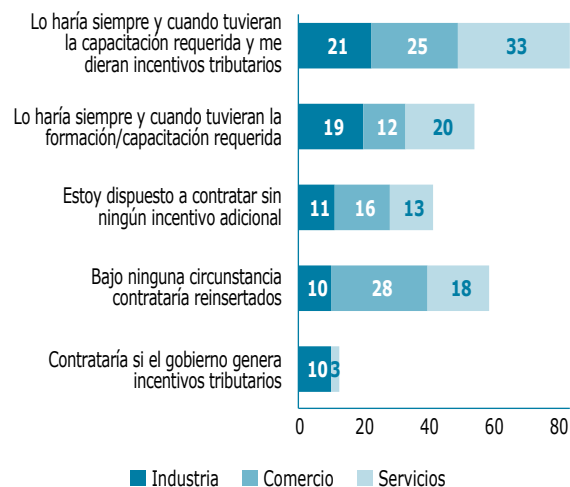


Gráfico 37. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinsertadas en su empresa: (%)



Comercio exterior

En materia de comercio exterior, para esta segunda lectura de la Encuesta, en Cartago se encontró que el 100% de las Pymes industriales no realizó exportaciones durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 38). En cuanto a las expectativas sobre las exportaciones, el 90% de los encuestados manufactureros no pre-

veía exportar en 2016-I (ver gráfico 39). De forma similar, para el sector de servicios se encontró que el 95% de las empresas Pyme no son exportadoras y que el 92% de las mismas no tenía planeado exportar para 2016. Esto da a entender que la oferta exportadora para este municipio del Valle del Cauca es prácticamente nula.

Gráfico 38. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

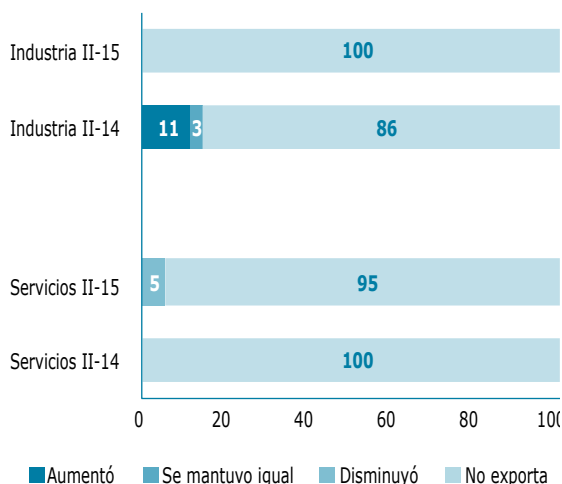
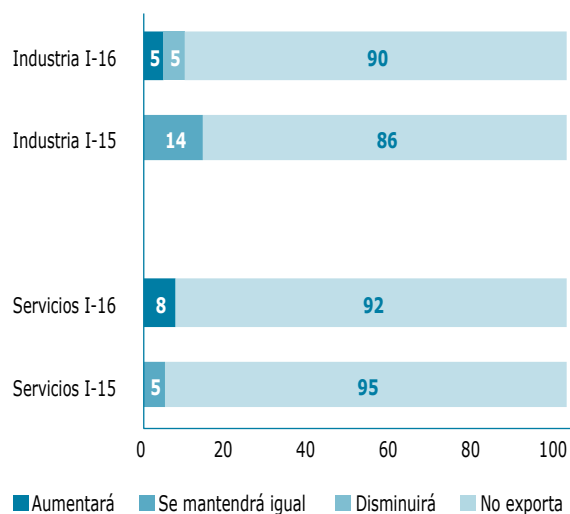


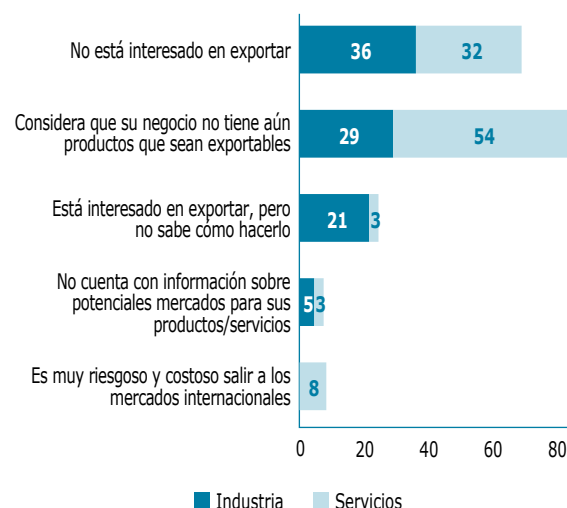
Gráfico 39. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)



Al referirse a las principales causas por las cuales las empresas Pyme de Cartago no exportan, encontramos que un 36% de las empresas industriales y un 32% de las prestadoras de servicios no están interesadas en hacerlo. Adicionalmente, un 29% de la industria y un 54% de las empresas de servicios consideran que no cuentan con productos de exportación (ver gráfico 40). Sin embargo, como lo muestra el gráfico 41, el 100% de los encuestados del sector servicios ha pensado en un plan de internacionalización para sus negocios.

En esta edición de la Encuesta se interrogó a las Pymes de Cartago sobre el impacto que ha tenido sobre su actividad económica la reciente devaluación en la relación peso/dólar que ha afrontado el país.

Gráfico 40. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



Un 75% de los encuestados de industria reportó que este impacto ha sido desfavorable (ver gráfico 42). De forma similar, en el sector comercio el 56% lo consideró desfavorable, y para el sector de servicios la desfavorabilidad alcanzó el 62% de los encuestados. Por último, se preguntó a los empresarios cuáles eran los principales destinos de sus ventas, incluyendo el mercado nacional y el extranjero. Se encontró que las Pymes comerciales y de servicios se enfocaron principalmente en el mercado local de su región (un 52% cada una), ver gráfico 43. Entre tanto, los empresarios industriales (36% de los entrevistados) incursionaron más en el mercado del Valle del Cauca, que efectivamente fue el segundo destino de los sectores de comercio y servicios (18% y 41% respectivamente).

Gráfico 41. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

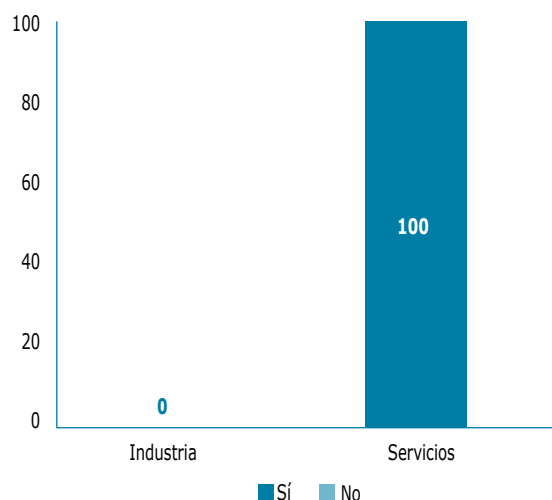


Gráfico 42. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)

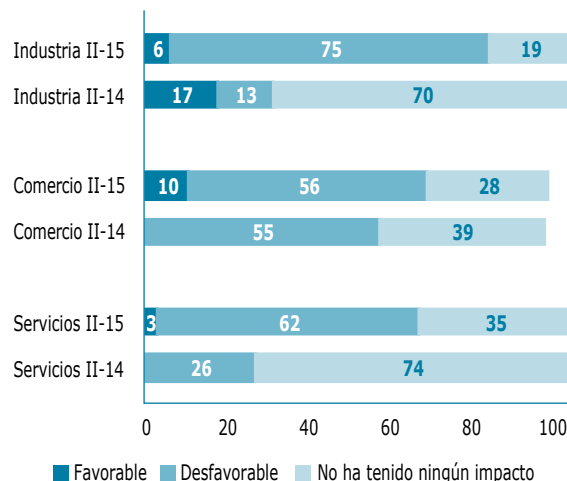
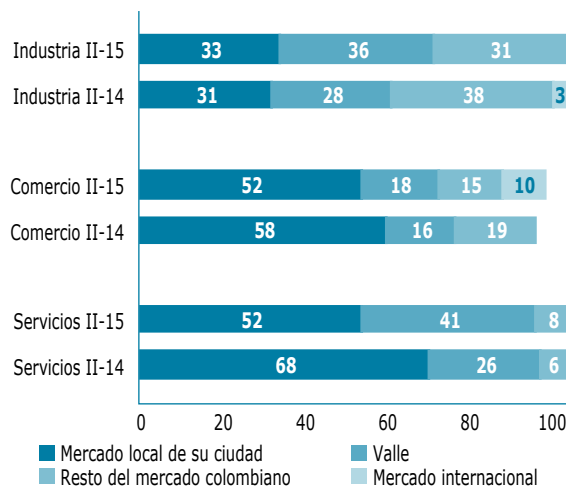


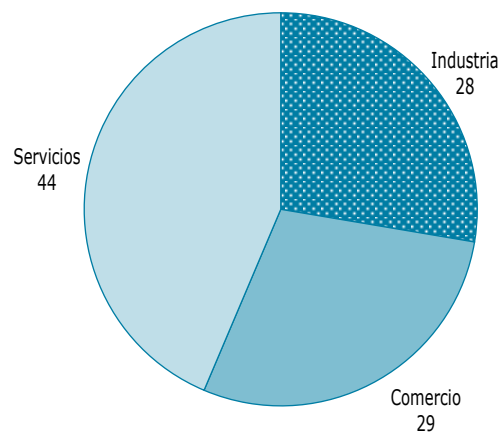
Gráfico 43. ¿Cuál de los siguientes mercados tuvo una mayor participación en el total de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015? (%)



La Gran Encuesta Pyme

Valle del Cauca: Tuluá

Distribución de la muestra (%)

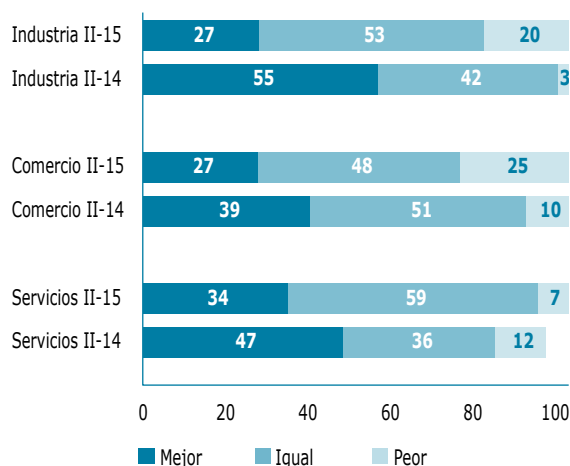


Situación actual

Segundo semestre de 2015

Los resultados de la segunda medición de la Gran Encuesta Pyme para la ciudad de Tuluá mostraron un deterioro en la percepción del desempeño económico del segundo semestre de 2015 por parte del empresariado Pyme con respecto 2014-II. Como lo muestra el gráfico 1 (sección Valle del Cauca-Tuluá), la proporción de encuestados que afirmaron que su

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



situación económica mejoró decreció en los tres macrosectores: en el sector industria pasó del 55% en 2014-II al 27% en 2015-II, en el sector comercio pasó del 39% al 27% y en el sector servicios se redujo del 47% al 34% durante el mismo periodo. Por su parte, la mayoría de los empresarios de Tuluá mostró una visión estable de su situación económica durante el segundo semestre de 2015 (53% para industria, 48% para comercio y 59% para servicios). Al mismo tiempo, para los sectores de industria y comercio se presentó un aumento en la proporción de encuestados con apreciaciones negativas sobre su desempeño general (+17 puntos porcentuales en industria y +15 puntos porcentuales en comercio).

Con relación al comportamiento de las ventas, las percepciones fueron moderadas en el caso del empresariado Pyme para los tres sectores. Así, la proporción de firmas que mantuvieron sus volúmenes de ventas alcanzó el 44% en industria, el 51% en comercio y el 54% en servicios para el segundo semestre de 2015. Entre tanto, la proporción de empresas que afirmaron que sus volúmenes de ventas aumentaron en 2015-II se redujo significativamente frente al mismo periodo del año anterior para los sectores de industria (32% en 2015-II vs. 74% en 2014-II) y comercio (27% en 2015-II vs. 43% en 2014-II). Por el

Gráfico 2. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

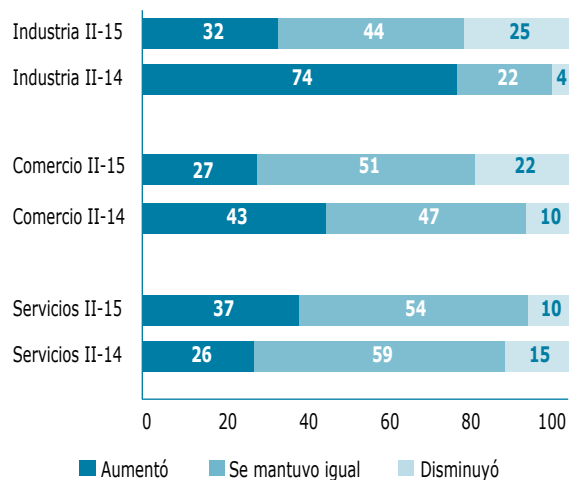
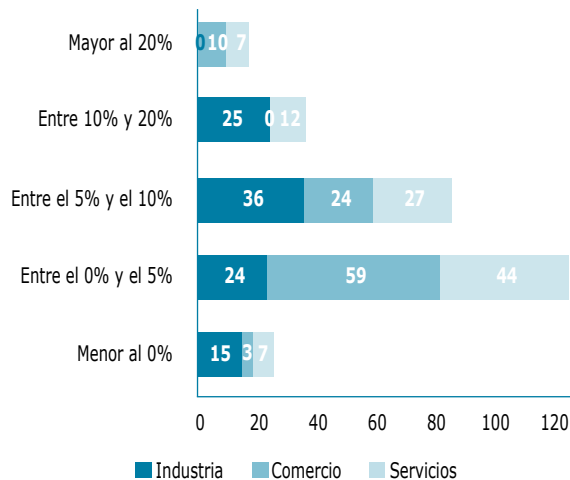


Gráfico 3. El crecimiento promedio anual de las ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2015 ha sido:



contrario, esta proporción se incrementó del 26% en 2014-II al 37% en 2015-II para el sector de servicios (ver gráfico 2). Por otro lado, en el gráfico 3 se puede observar cómo la mayoría de las Pymes de comercio y servicios (59% y 44% respectivamente) presentó un crecimiento promedio anual en sus ventas entre el 0% y el 5%, mientras que el 36% de las Pymes industriales presentó un mayor ritmo de crecimiento en las ventas (entre el 5% y el 10% promedio anual).

De forma similar al volumen de ventas, las percepciones sobre el comportamiento del volumen de pedidos fueron moderadas para los empresarios de la ciudad de Tuluá. De acuerdo con esto, la pro-

porción de firmas que observaron constancia en los volúmenes de pedidos alcanzó el 47% en industria, el 54% en comercio y el 47% en servicios para el segundo semestre de 2015 respecto al semestre inmediatamente anterior, mientras que la proporción de empresas que manifestaron que sus volúmenes de pedidos aumentaron fue del 35% en industria, el 24% en comercio y el 37% en servicios para el mismo período (ver gráfico 4). Entre tanto, los niveles de existencias de las Pymes fueron adecuados para el 95% de los industriales y para el 83% de las comerciales durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 5).

Al preguntar a las Pymes industriales por sus niveles de producción, solo el 32% contestó que este había aumentado en 2015-II frente al 59% observado un año atrás. Entre tanto, un 25% afirmó que este nivel había disminuido, cifra 21 puntos porcentuales superior a la observada en 2014 (ver gráfica 6). Lo anterior va en línea con la Utilización de la Capacidad Instalada (UCI), donde la proporción de empresas que utilizaron entre el 60% y el 100% de su capacidad pasó del 74% en 2014-II al 54% en 2015-II (ver gráfico 7).

Respecto a la inversión en maquinaria y equipo, el 26% de las Pymes industriales afirmó que la inversión aumentó, un 69% contestó que esta se mantuvo igual y un 5% aseguró haberla disminuido en el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 8). Frente al mismo periodo del año anterior, la proporción de empresarios que incrementaron sus niveles de inversión creció en +12 puntos porcentuales, mientras que la proporción que afirmó mantenerlos estables cayó en -13 puntos porcentuales.

Gráfico 4. Con respecto al primer semestre de 2015, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2015 (%)

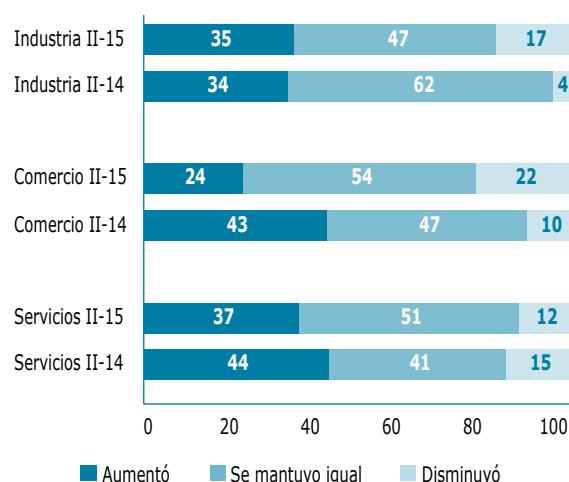


Gráfico 5. Existencias (%)

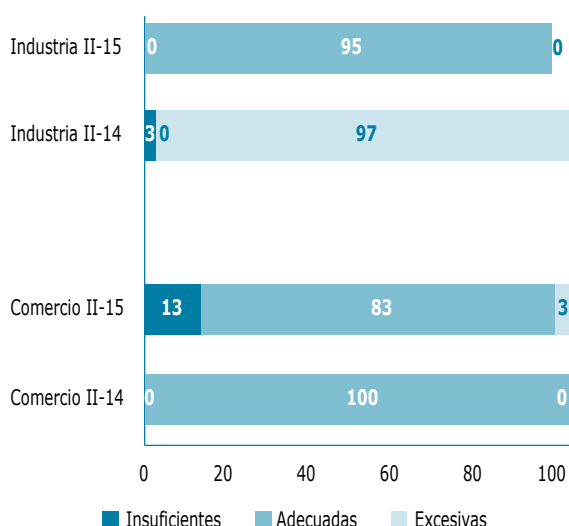
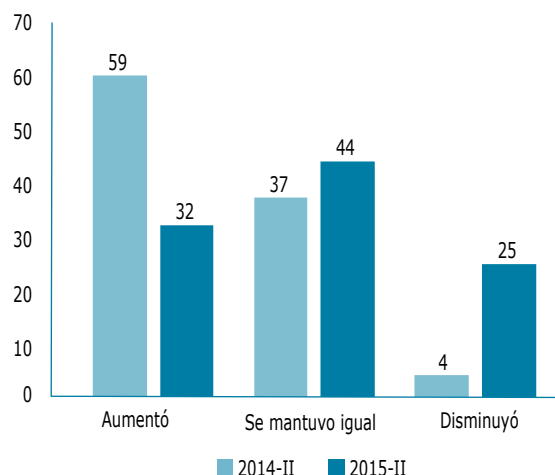
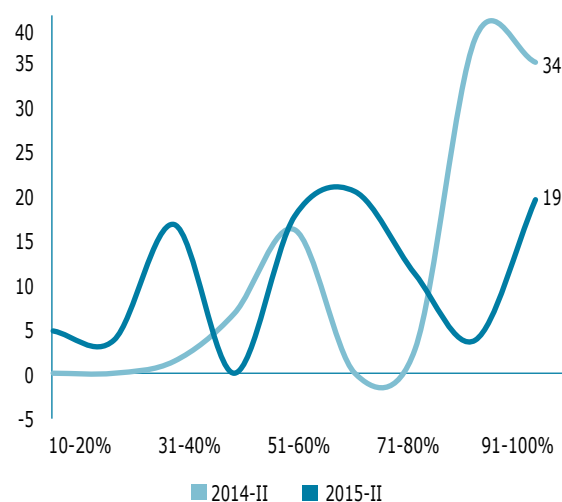


Gráfico 6. Con respecto al primer semestre de 2015, el nivel de producción industrial durante el segundo semestre de 2015 (%)



El gráfico 9 muestra que para cerca del 50% de las Pymes de los tres macrosectores los costos de funcionamiento se mantuvieron iguales en 2015-II. En el caso de Pymes industriales, el porcentaje de encuestados que reportaron estabilidad en sus costos fue del 50%, igual a la proporción que experimentó incrementos en sus costos de producción. Por otro lado, el 56% de las Pymes comerciales y el 49% de las de servicios respondieron que sus costos se mantuvieron iguales, mientras que un 32% de los comerciantes y un 37% de los empresarios de servicios observaron un aumento en esta variable. Las cifras anteriores son muy similares a las reportadas en 2014-II.

Gráfico 7. Utilización de la Capacidad Instalada (% de las Pymes Industriales)



Al preguntar a las Pymes de esta ciudad por el comportamiento de los márgenes de ganancia, su respuesta concordó con las percepciones moderadas sobre el desempeño económico de las empresas para 2015-II. La proporción de Pymes que afirmaron que sus márgenes aumentaron fue del 28% para industria, el 8% para comercio y el 34% para servicios para 2015-II. Asimismo, la proporción de Pymes que afirmaron que sus márgenes se mantuvieron constantes respecto al primer semestre de 2015 fue del 51% para industria, el 70% para comercio y el 49% para servicios (ver gráfico 10). Cabe destacar la caída en el porcentaje de

Gráfico 8. Con respecto al primer semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2015 (%)

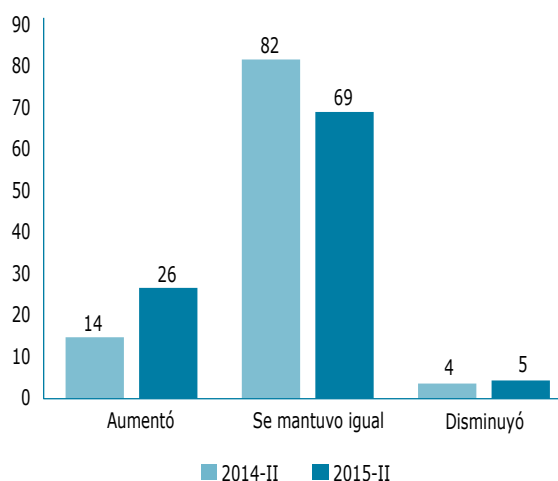


Gráfico 9. Con respecto al primer semestre de 2015, los costos durante el segundo semestre de 2015 (%)

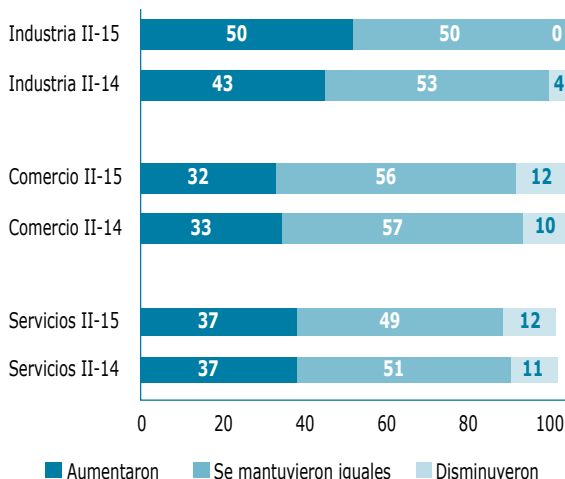
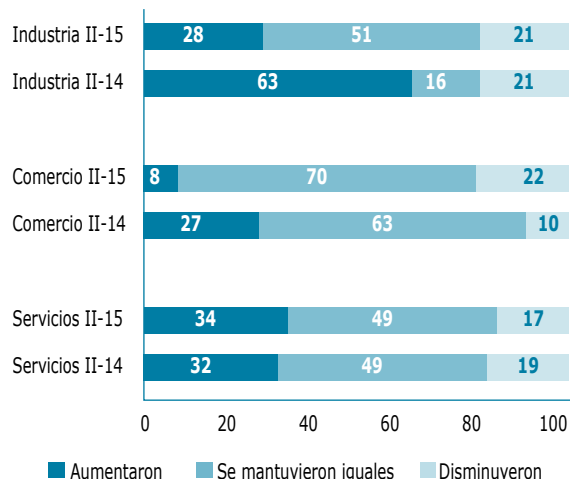


Gráfico 10. Con respecto al primer semestre de 2015, los márgenes de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



Pymes industriales y comerciales que aumentaron sus márgenes de ganancia frente al año anterior (-35 puntos porcentuales y -19 puntos porcentuales respectivamente).

En Tuluá, el comportamiento del empleo en el sector Pyme presentó poco dinamismo durante la segunda mitad de 2015. El gráfico 11 muestra que para los tres sectores la proporción de empresarios que afirmaron que su planta de personal se mantuvo constante (68% industria, 73% comercio y 59% servicios) superó la proporción de empresarios que incrementaron su planta de personal

Gráfico 11. Con respecto al primer semestre de 2015, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)

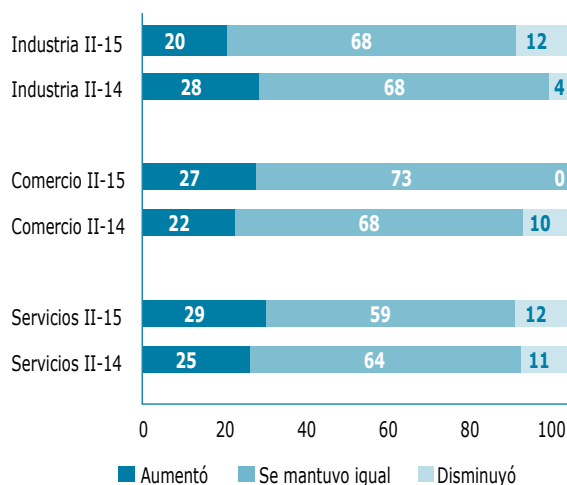
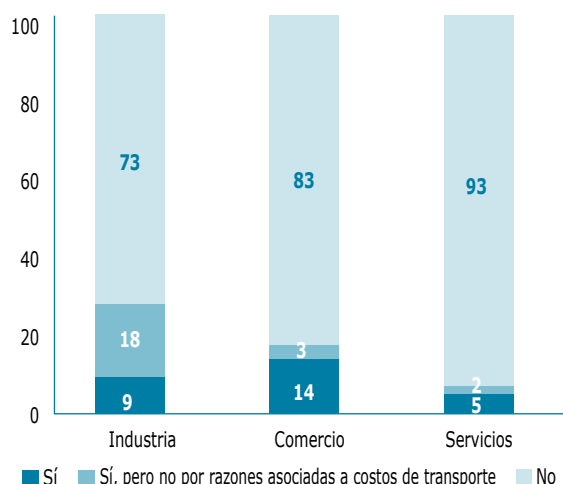


Gráfico 12. Durante el último año, ¿ha pensado o ha realizado una relocalización geográfica de su empresa con el fin de reducir sus costos de transporte?



(20% industria, 27% comercio y 29% servicios) o la proporción de quienes la redujeron (12% industria y servicios) en el segundo semestre de 2015. Se destaca cómo en el sector comercio ninguno de los encuestados redujo el número de trabajadores durante ese período.

La mayoría de las Pymes de la ciudad de Tuluá no pensó o realizó una relocalización geográfica de sus empresas durante 2015-II. Un 9% de los industriales, un 14% de los comerciantes y un 5% de los empresarios de servicios consideraron cambiar de locación con el fin de reducir sus costos de transporte. La relocalización por otras razones fue menos popular para los sectores de comercio y servicios (3% y 2% respectivamente), mientras que en la industria las razones diferentes a los costos de transporte para relocalizarse tuvieron mayor acogida (18%), ver gráfico 12.

Las Pymes industriales identificaron como su principal problema para el desarrollo de la actividad empresarial la tasa de cambio (26% de las respuestas) para el segundo semestre de 2015. En segundo lugar, en el ranking de problemas para la industria, se ubicaron los costos de los insumos (24%). Seguido de los altos impuestos (19%), que redujo su nivel de importancia al caer -30 puntos porcentuales frente al año anterior (ver gráfico 13).

En el sector comercio, la superficie de ventas se estabilizó durante la segunda mitad de 2015. En efecto, un 76% de los empresarios de este sector reportó que la superficie se mantuvo igual frente al 47% re-

Gráfico 13. Sector comercio: principal problema (%)

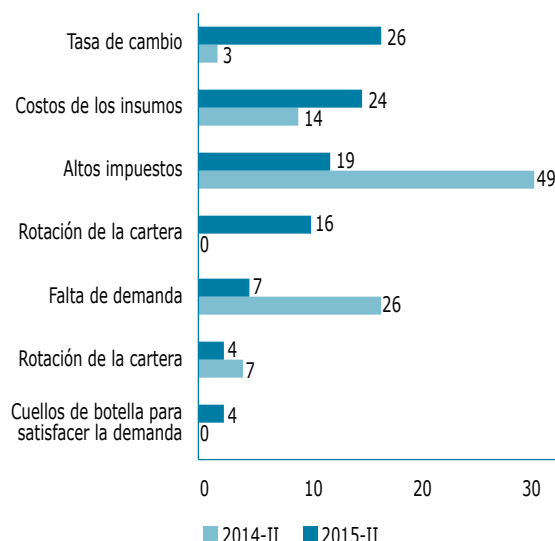
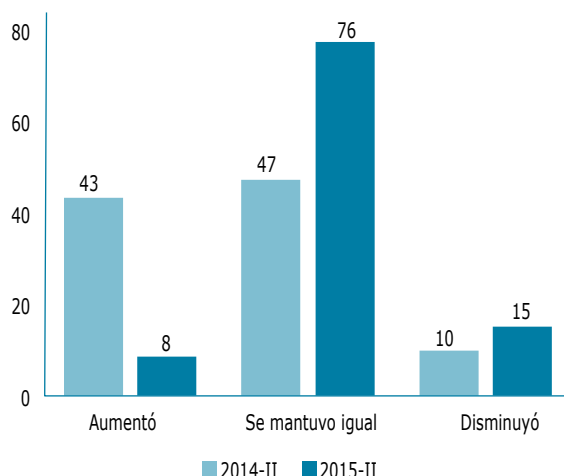


Gráfico 14. Sector comercio: con respecto al primer semestre de 2015, la superficie de ventas durante el segundo semestre de 2015 (%)



portado el año anterior. Por su parte, el porcentaje de encuestados que reportaron un aumento en la superficie de ventas se redujo considerablemente al pasar del 43% en 2014-II al 8% en 2015-II (ver gráfico 14). En el mismo sector se reportó que el principal problema al que se enfrentan las Pymes, al igual que en el año anterior, son los altos impuestos, con un 29% de las respuestas. Seguido por la competencia de grandes superficies (21%), el costo de los insumos (17%) y la tasa de cambio (15%), ver gráfico 15.

Finalmente, para las empresas de servicios se encontró que la competencia y la falta de demanda son los principales problemas a los que se enfrentan las Pymes de este sector (29%). Los altos impuestos, con un 20% de los encuestados, también resaltan como un problema significativo para el sector servicios de esta ciudad ver gráfico 16).

Gráfico 15. Sector comercio: principal problema (%)

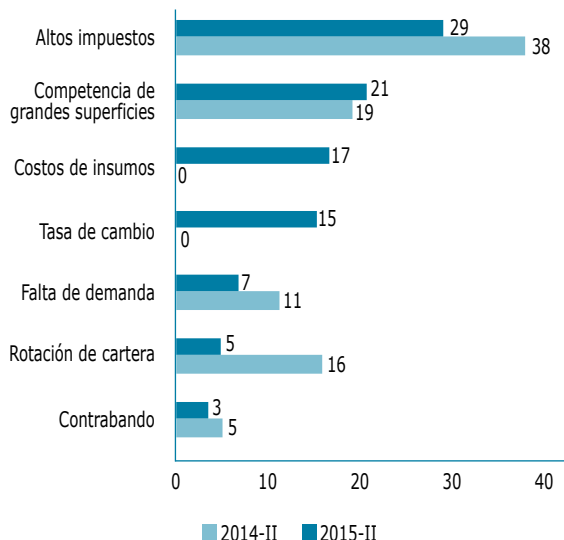
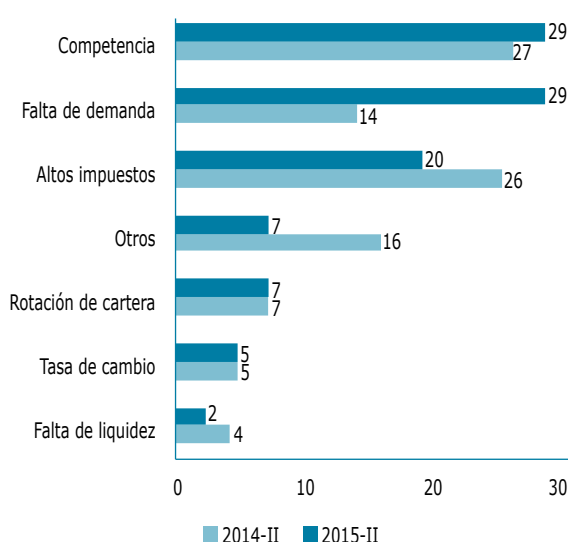


Gráfico 16. Sector servicios: principal problema (%)



Perspectivas Primer semestre de 2016

Las perspectivas para el primer semestre de 2016 fueron predominantemente optimistas en el segmento Pyme de la ciudad de Tuluá. Al preguntar a los empresarios por el desempeño general que esperaban observar durante 2016-I, el 53% de los en-

cuestados de industria, el 41% de comercio y el 51% de los de servicios dijeron esperar un desempeño favorable (ver gráfico 17). Aun así, se observa un aumento, para los sectores de industria y servicios, en la proporción de percepciones desfavorables del

desempeño económico general con respecto al año anterior (+12 puntos porcentuales en industria y +4 puntos porcentuales en servicios). Por el contrario, esta misma respuesta disminuyó para el sector comercio en -11 puntos porcentuales. Asimismo, el 25% de las Pymes industriales, el 31% de las Pymes comerciales y el 32% de las Pymes de servicios esperaban que el desempeño general de sus empresas se mantuviera igual. En cuanto a perspectivas inciertas sobre esta variable, los porcentajes para industria y comercio mostraron una reducción (4% en 2016-I vs. 13% en 2015-I y 5% en 2016-I vs. 15% en 2015-I respectivamente), mientras que en el sec-

tor comercio la incertidumbre aumentó en +14 puntos porcentuales.

En cuanto a las expectativas de los industriales sobre la producción, se encuentra que, aunque prevalecen las percepciones favorables, estas se moderaron entre 2015-I y 2016-I. En efecto, el 48% de las Pymes industriales esperaba que sus niveles de producción se incrementaran, cifra inferior a la observada un año atrás (55%). Sumado a lo anterior, hubo un incremento significativo en la proporción de empresarios que consideraban que su producción disminuiría, al pasar del 3% en el primer semestre de 2015 al 23% en el mismo semestre de 2016 (ver gráfico 18).

Las expectativas de pedidos resultaron principalmente positivas para los empresarios de industria y servicios, pues el 52% y el 56% de cada sector consideraban que aumentaría. Para el sector comercio las expectativas favorables se redujeron del 61% al 42% de un año a otro, mientras que el porcentaje de comerciantes que esperaban que los volúmenes de pedidos se mantuvieran estables creció en +36 puntos porcentuales, alcanzando el 53% de las respuestas (ver gráfico 19).

Para el primer semestre de 2016, las Pymes manufactureras de Tuluá anticipaban en un 45% un incremento en la inversión en maquinaria y equipo (vs. 54% observado en 2015-I), un 40% de este segmento esperaba que se mantuviera constante (vs. 46% observado en 2015-I), mientras que el 15% esperaba

Gráfico 17. Desempeño general (%)

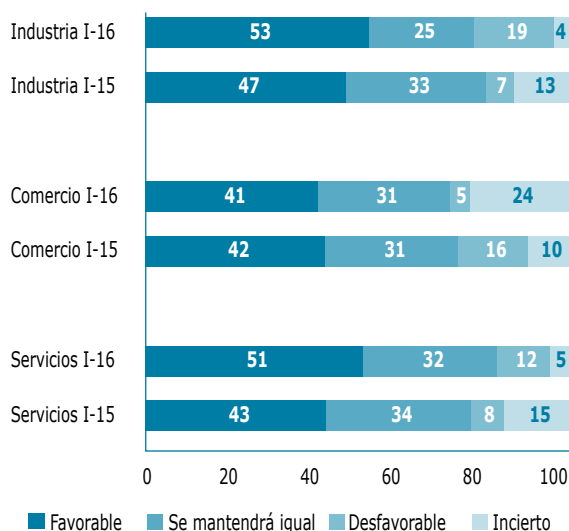


Gráfico 18. Con respecto al segundo semestre de 2015, la producción industrial en el primer semestre de 2016 (%)

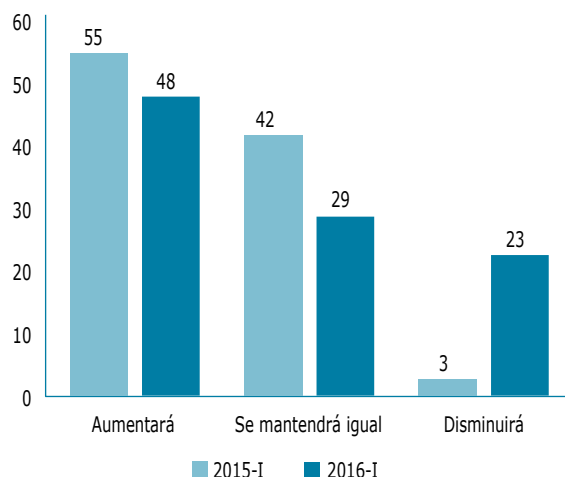
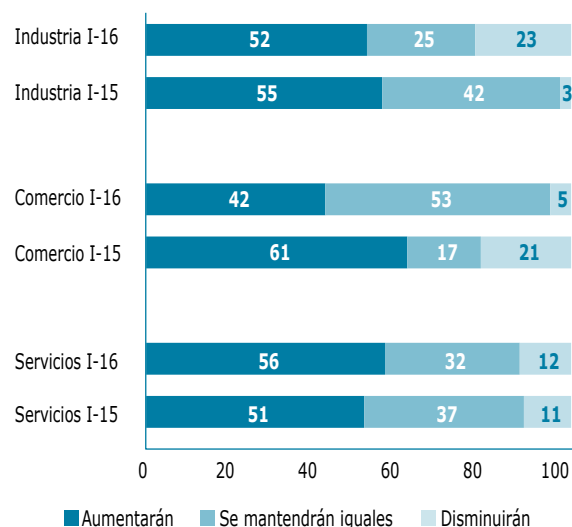


Gráfico 19. Expectativas de pedidos (%)



una caída en la inversión industrial (vs. 0% observado en 2015-I), ver gráfico 20.

En materia de ventas, las expectativas del sector comercio sobre el comportamiento de esta variable para 2016-I respecto a lo observado un año atrás fueron más moderadas que las expectativas del sector servicios (ver gráfico 21). El 49% de las Pymes comerciales esperaba aumentos en sus niveles de

ventas, cifra inferior en -12 puntos porcentuales a la cifra observada en 2015-I, mientras que los empresarios que esperaban estabilidad en sus ventas se incrementaron en +29 puntos porcentuales durante el mismo periodo. Por su parte, en el sector servicios el 56% de los empresarios tenía expectativas positivas de sus ventas para 2016-I, el 32% esperaba que se mantuvieran constantes y el 12% anticipaba que sus ventas disminuirán.

Gráfico 20. Sector industria: con respecto al segundo semestre de 2015, la inversión en maquinaria y equipo en el primer semestre de 2016 (%)

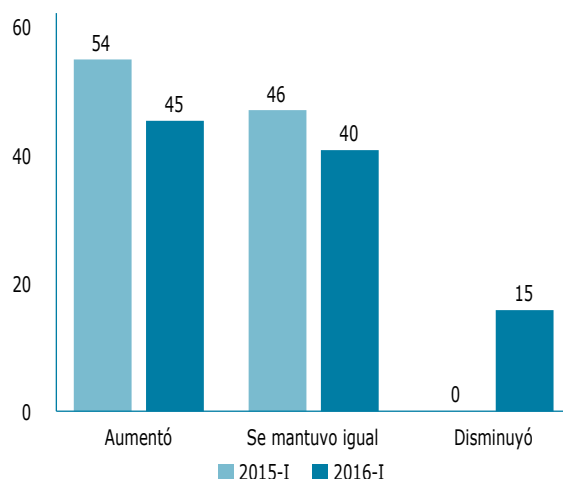
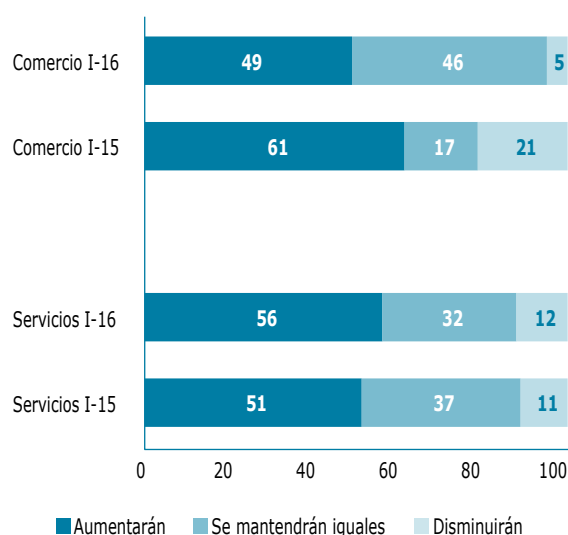


Gráfico 21. Expectativas de ventas (%)

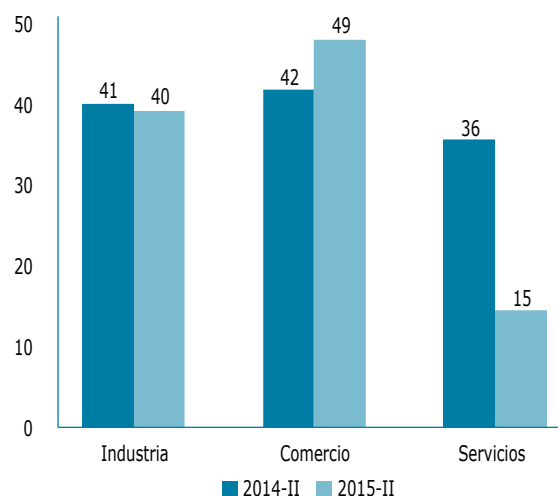


Financiamiento

El 40% de las Pymes industriales de Tuluá, el 49% de las Pymes comerciales y el 15% de las de servicios solicitaron crédito al sistema financiero en 2015-II (ver gráfico 22). Lo anterior reveló una caída sustancial en las solicitudes de crédito de los empresarios del sector servicios al reducirse en -21 puntos porcentuales frente al segundo semestre de 2014. Por otro lado, en el gráfico 23 se observa que los resultados de aprobación para los macrosectores de industria y comercio fueron del 100%, mientras que la aprobación en el sector servicios cayó hasta niveles del 67% (frente al 100% reportado en 2014-I).

En cuanto a los términos de crédito, el 100% de las Pymes de servicios solicitó y le fue aprobado su crédito de mediano plazo. Asimismo, el 41% de las Pymes comerciales solicitó y se le aprobó el crédito a mediano plazo, el 31% a largo plazo y el 28% consiguió que se lo

Gráfico 22. ¿Solicitó crédito con el sistema financiero? (% de respuestas afirmativas)



aprobaran a corto plazo (ver gráfico 24). Por el contrario, en los industriales existió un poco más de variación entre los plazos solicitados y aprobados. Del 18% de los empresarios que habían solicitado crédito a corto plazo solo se les aprobó en ese término a la mitad, mientras que el 61% de los créditos aprobados fue de mediano plazo frente al 52% solicitado. En los créditos de largo plazo a industriales, se observó el mismo porcentaje de solicitud y aprobación (30%).

En términos de la satisfacción de los encuestados respecto al monto aprobado, el 89% de los empresarios de industria y el 100% de los empresarios de comercio y servicios afirmaron estar satisfechos con el monto de

crédito aprobado en el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 26). Se identificó un aumento frente al año anterior en comercio y servicios (+37 puntos porcentuales y +10 puntos porcentuales respectivamente) y una reducción en el sector industrial (-8 puntos porcentuales).

Respecto a los rangos de tasa de interés a los cuales estos créditos fueron aprobados, más del 60% del segmento Pyme recibió tasas de hasta DTF+4. En efecto, el 68% de los encuestados del sector industria, el 76% del sector comercio y ninguno del sector servicios recibieron tasas de hasta DTF+4 (ver gráfico 27). La satisfacción del empresariado de la ciudad de Tuluá con la tasa de interés recibida fue relativa-

Gráfico 23. ¿Le fue aprobado el crédito solicitado? (% de respuestas afirmativas)

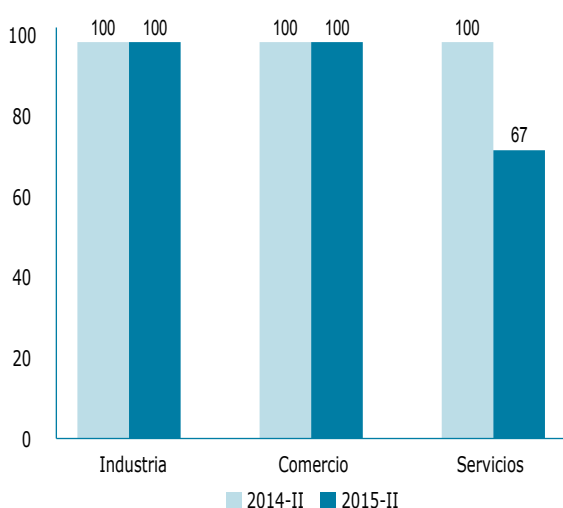


Gráfico 24. ¿A qué plazo le fue aprobado? (%)

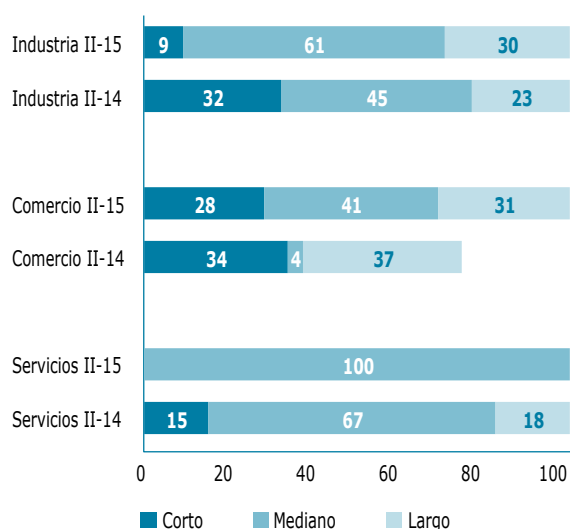


Gráfico 25. ¿A qué plazo lo había solicitado? (%)

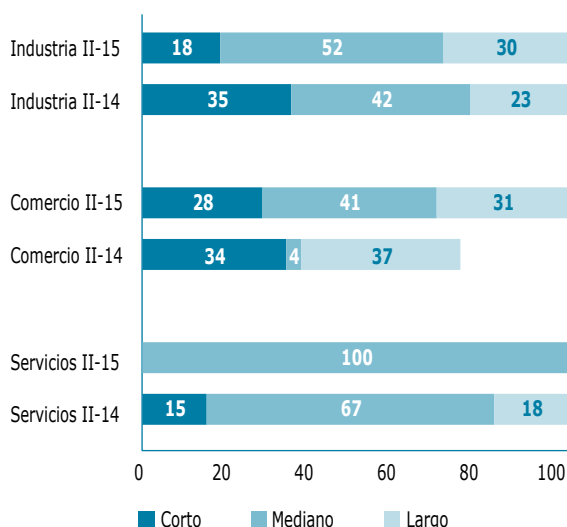
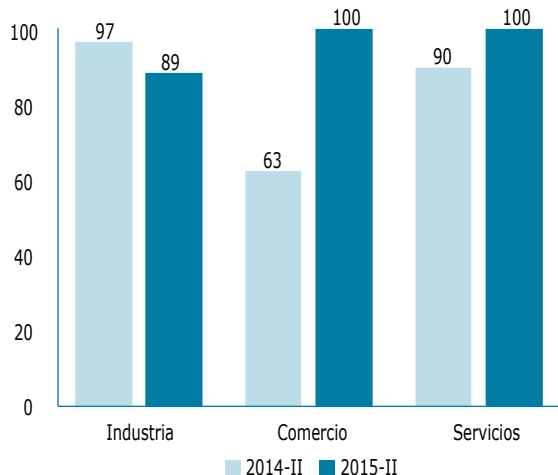


Gráfico 26. ¿Se ajustó el monto del crédito aprobado al que usted había solicitado? (% de respuestas afirmativas)



mente alta para los macrosectores de industria y comercio, ya que el 80% de los empresarios industriales y el 86% de los comerciales consideraron que esta fue apropiada, cifras superiores a las presentadas en 2014-II (77% y 67% respectivamente), ver gráfico 28. Contrario a esto, la proporción de empresarios de servicios que consideraron apropiada la tasa de interés presentó una caída de -21 puntos porcentuales frente al año anterior, llegando en 2015-II al 25%.

El principal destino de los recursos que el empresario Pyme solicitó al sistema financiero durante la segunda mitad de 2015 fue la inversión en capital de trabajo (48% industria, 59% comercio y 50% servicios). Como lo muestra el gráfico 29, para las Pymes

de industria y comercio, el segundo destino de estos recursos fue la consolidación del pasivo (32% y 41%), mientras que para servicios el segundo lugar estuvo compartido por la compra o arriendo de maquinaria y las remodelaciones del negocio (25%).

Al preguntar a los encuestados por el acceso a fuentes alternativas de financiamiento, el 48% de los empresarios industriales, el 41% de los empresarios comerciales y el 37% de servicios reportaron no haber accedido a ninguna fuente alternativa en 2015-II (ver gráfico 30). De los encuestados de industria y comercio que sí accedieron, la mayoría lo hizo vía sus proveedores (el 31% y el 34% respectivamente). Por su parte, los encuestados del sector servicios que acce-

Gráfico 27. Rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)

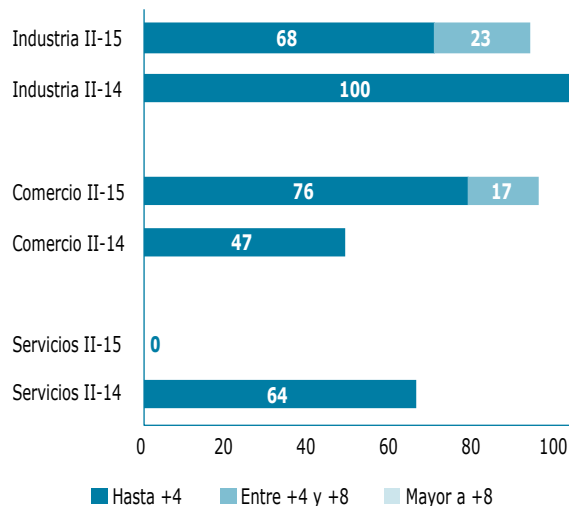


Gráfico 28. ¿Considera que esta tasa de interés fue apropiada? (% de respuestas afirmativas)

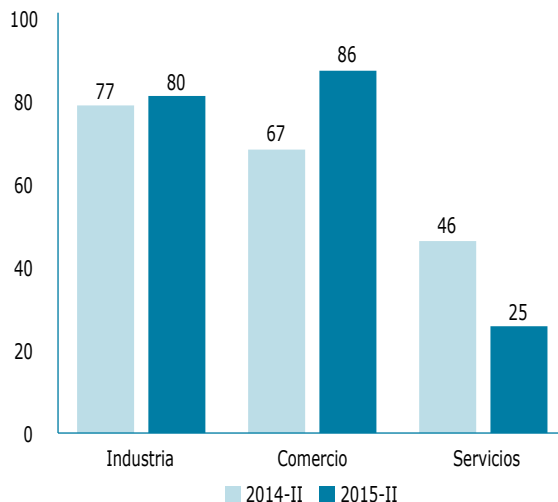


Gráfico 29. Los recursos recibidos se destinaron a (%)

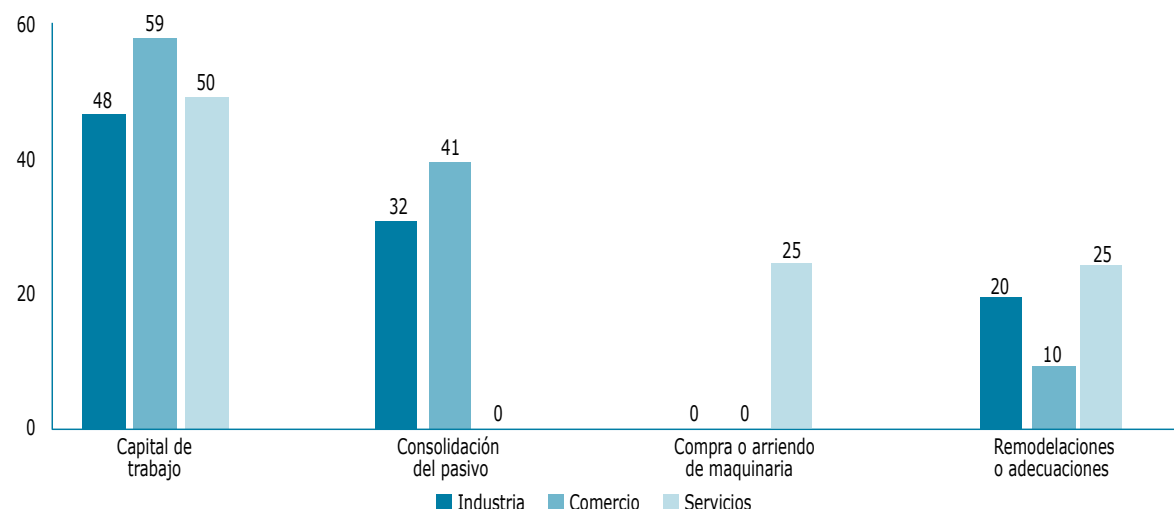


Gráfico 30. ¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación? (%)

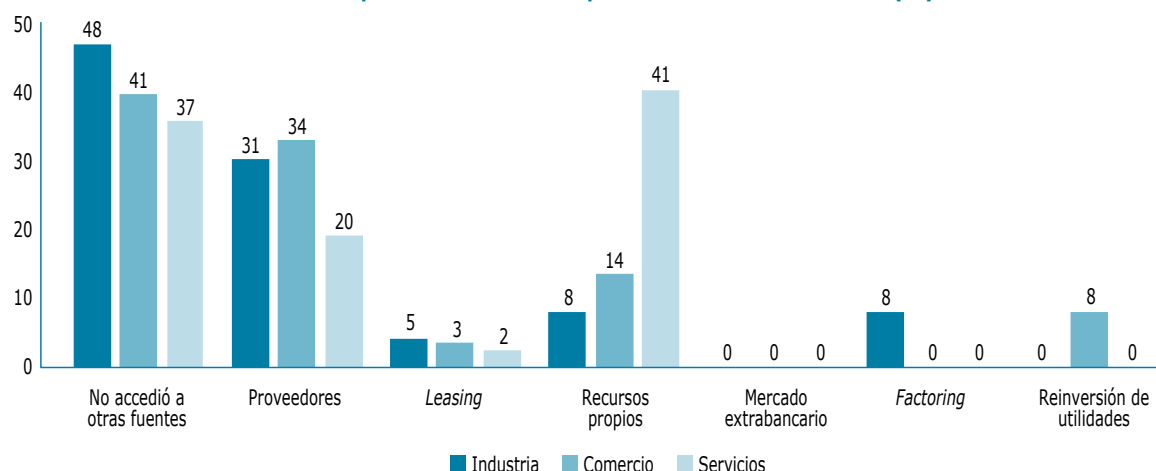
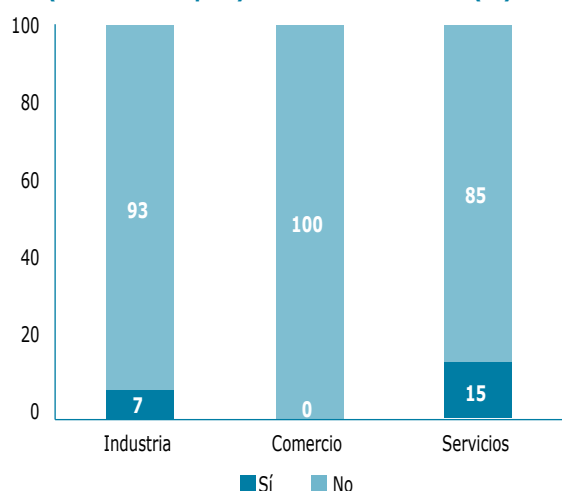


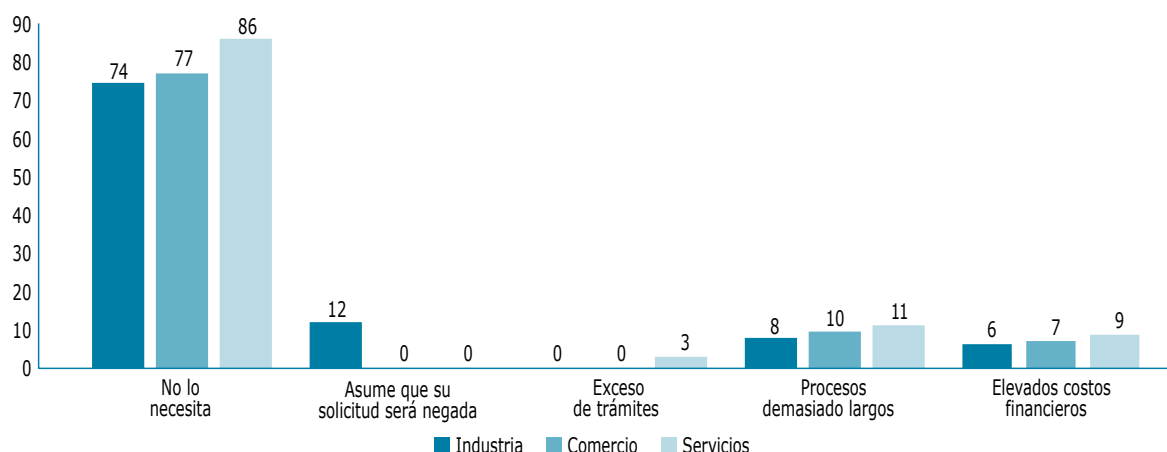
Gráfico 31. ¿Su empresa ha accedido a recursos de fondos de capital privado (PE: private equity) y apoyo emprendedor (VC: venture capital) durante el último año? (%)



dieron a estas fuentes lo hicieron mediante recursos propios (41%), proveedores (20%) y *leasing* (2%). En línea con lo anterior, más del 85% de los empresarios Pyme de Tuluá negó haber accedido a recursos de capital privado y apoyo emprendedor. Esta forma de financiación tuvo su mayor acogida en las firmas de servicios, donde el 15% accedió a estos recursos (ver gráfico 31).

Por último, en materia de acceso al financiamiento, la principal razón por la cual el empresariado Pyme de los tres macrosectores no solicitó crédito al sistema financiero en el segundo semestre de 2015 fue porque afirmaron no necesitarlo (74% industria, 77% comercio y 86% servicios), ver gráfico 32. Seguidos de esta razón se encuentran lo largo de los procesos (entre el 8% y el 11% de las respuestas) y los elevados costos financieros (entre el 6% y el 9%).

Gráfico 32. No solicitó crédito al sistema financiero porque (%)

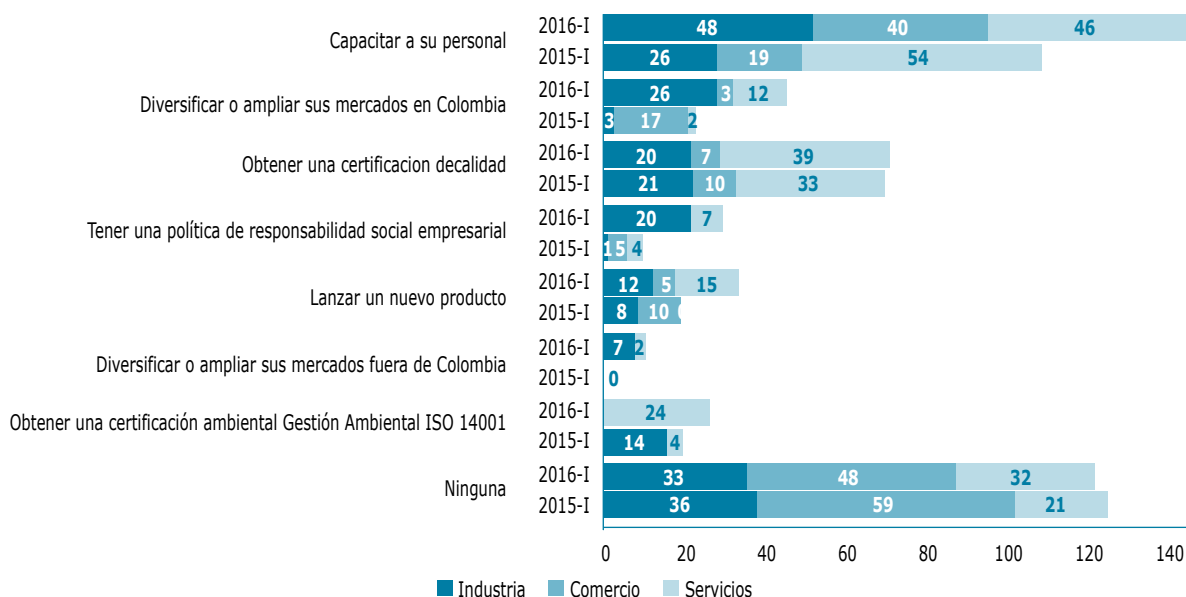


Acciones de mejoramiento

Para esta segunda medición de la Gran Encuesta Pyme en Tuluá se indagó sobre las principales acciones de mejoramiento que habían empleado las Pymes de esta ciudad para mejorar su desempeño. A lo anterior, el 48% de las Pymes industriales, el 40% de las Pymes comerciales y el 46% de las Pymes de servicios respondieron que su principal acción fue capacitar a su personal en 2016-I. En segundo lugar, los empresarios industriales (26%) se concentraron en ampliar sus mercados en Colombia, mientras que los comerciantes (7%) y los empresarios de servicios (39%) se enfocaron en obtener una certificación de calidad durante el primer semestre de 2016 (ver gráfico 33).

Hay que anotar que la proporción de Pymes que no llevaron a cabo ninguna acción para mejorar su desempeño durante 2016-I fue relevante, especialmente en el sector comercio donde la mayoría de las Pymes (48%) no realizó ningún tipo de gestión. En industria el porcentaje también resultó significativo (33%), al igual que en servicios donde el 32% no efectuó ningún tipo de acción. Cabe destacar cómo para los sectores de industria y comercio esta cifra se redujo en -3 puntos porcentuales y -11 puntos porcentuales respectivamente. Por el contrario, en servicios se observó un aumento de +11 puntos porcentuales en el porcentaje de empresas que no realizaron ninguna acción de mejoramiento durante 2016-I frente al mismo periodo del año anterior.

Gráfico 33. Acciones de mejoramiento (%)



Mercado laboral

La última medición de la Encuesta realizó una serie de preguntas que permitieran describir ciertos aspectos del mercado laboral del segmento Pyme en las distintas regiones del país y a nivel nacional. A continuación analizaremos los resultados para la ciudad de Tuluá.

En primer lugar, se preguntó ente los pequeños y medianos empresarios si la formación profesional

ofrecida por el Sena y otros centros educativos responde a las necesidades de sus empresas. Se encontró que en los tres macrosectores la mayoría de los encuestados (79% industria, 83% comercio y 59% servicios) considera que sí es adecuada (ver gráfico 34).

El gráfico 35 señala los cambios que, según los empresarios Pyme, deberían hacerse en la oferta educativa. En primer lugar, los tres sectores (35% in-

dustria, 60% comercio y 24% servicios) consideran necesario que la formación responda a las necesidades propias de cada sector/industria. Seguido de esto, para la industria es esencial el fomento intensivo de la enseñanza del uso de herramientas tecnológicas y el exigir prácticas laborales a los estudiantes (22% cada uno). Por el contrario, para los comerciantes (20%) es más importante el desarrollo de un programa dual: 50% teórico y 50% práctico, y para los empresarios de servicios el intensificar el pensum académico (12%), ver gráfico 35.

Respecto a la contraprestación salarial de las Pymes, se encontró que en las firmas de los tres ma-

crosectores la mayoría de sus empleados recibe un salario mínimo. En efecto el 66% de los industriales, el 77% de los comerciantes y el 74% de los de servicios pagan el mínimo a la mayor parte de sus empleados. Asimismo, entre el 20% y el 30% de las firmas Pyme tiene una fuerza laboral que en su mayoría recibe entre 2 y 4 salarios mínimos mensuales. Cabe resaltar cómo ninguna firma otorga a la mayor parte de sus empleados menos de 1 salario mínimo o más de 10 salarios mínimos (ver gráfico 36).

Finalmente, dentro del contexto actual colombiano del proceso de paz, se les preguntó a los empresarios Pyme bajo qué circunstancias estarían dispuestos

Gráfico 34. La formación profesional ofrecida por el Sena y otros centros educativos públicos o privados responde a las necesidades de su empresa(%)

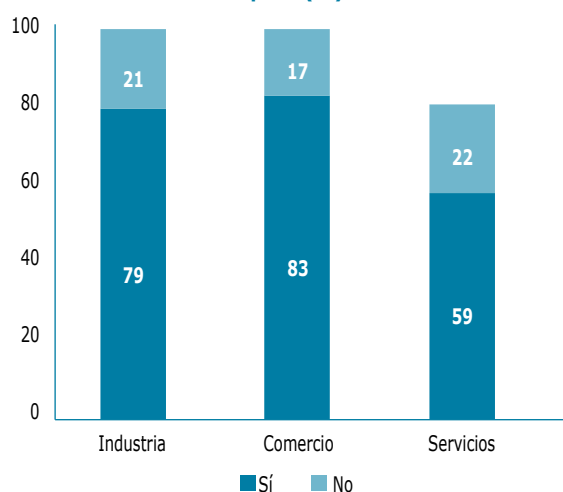


Gráfico 35. Si considera insuficiente la oferta educativa, en su concepto qué se debería cambiar/mejorar (%)

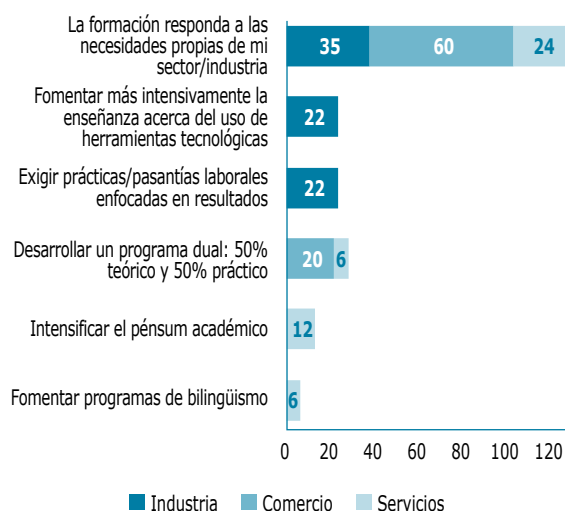


Gráfico 36. La distribución de la contraprestación salarial de su empresa es la siguiente (%):

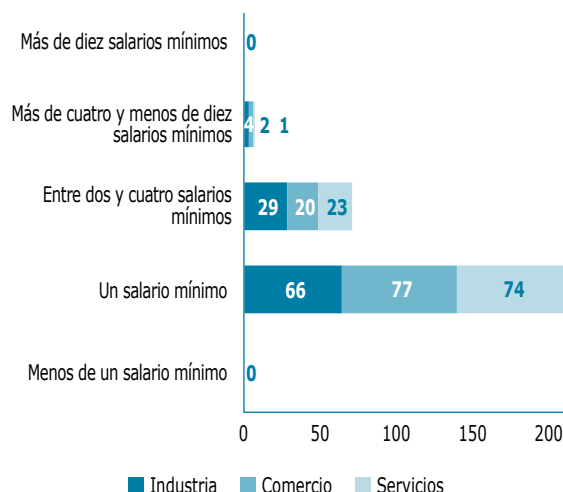
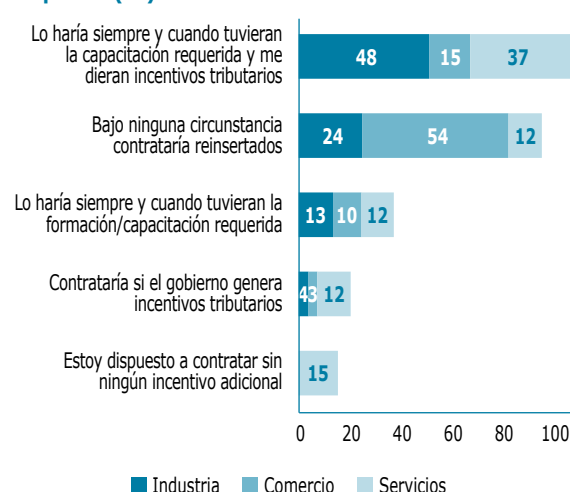


Gráfico 37. Bajo qué circunstancias estaría usted dispuesto a contratar personas reinseradas en su empresa: (%)



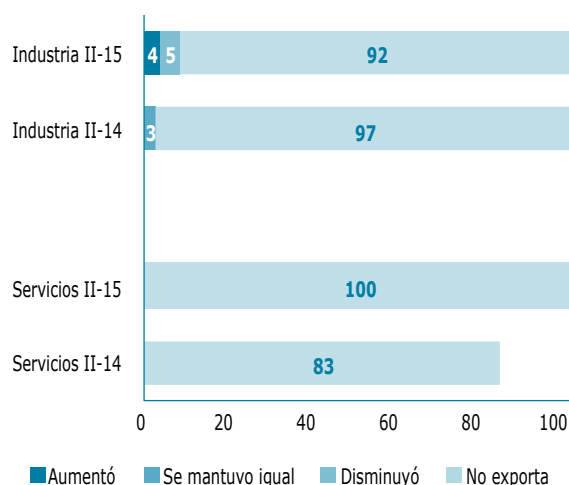
a contratar a personas reinseradas. A lo anterior, la mayor parte de los encuestados de industria (48%) y servicios (37%) contestó que lo harían siempre y cuando estas personas tengan la capacitación requerida y

el gobierno les otorgue incentivos tributarios por su contratación. Por el contrario, en el sector comercial, el 54% de las firmas no estaría dispuesto bajo ninguna circunstancia a contratar reinserados (gráfico 37).

Comercio exterior

En materia de comercio exterior, los resultados de esta segunda medición de la Encuesta para la ciudad de Tuluá indican que la oferta es casi inexistente,

Gráfico 38. Con respecto al primer semestre de 2015 el volumen exportado por su empresa durante el segundo semestre de 2015 (%)



ya que ninguna Pyme de servicios exportó durante el segundo semestre de 2015, al igual que el 92% de las Pymes de industria. Cabe señalar que el porcentaje de firmas industriales que no exportaron en 2015-II se redujo en -5 puntos porcentuales frente al mismo período del año anterior. Por su parte, el 4% de los industriales aumentó sus volúmenes de exportación y un 5% los disminuyó (ver gráfico 38).

Contrastando con lo anterior, las expectativas sobre las exportaciones son marginalmente más favorables. En el caso del sector servicios, el 7% anticipaba que sus volúmenes de ventas aumentarían, lo que significa que algunas empresas de este sector esperaban empezar a exportar durante el primer semestre de 2016-I. Entre tanto, el 5% de las empresas del sector industrial esperaba que sus exportaciones crecieran y un 8% consideraba que sus volúmenes se mantendrían estables (-17 puntos porcentuales menor al dato registrado en 2015-I), ver gráfico 39.

En esta ocasión, se preguntó a los empresarios Pyme las razones por las cuales no exportan, encon-

Gráfico 39. Expectativas sobre el volumen de exportaciones (%)

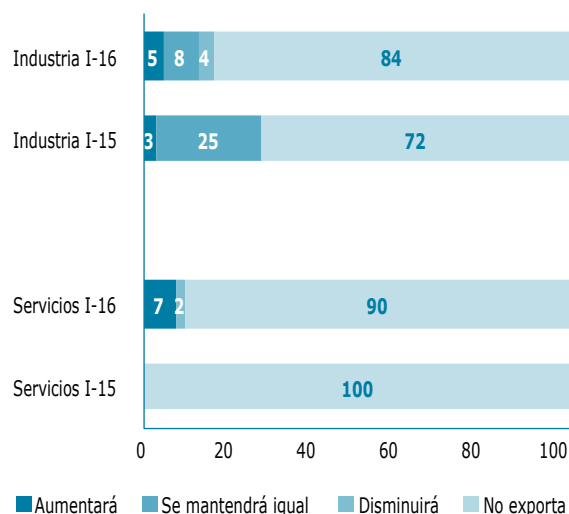


Gráfico 40. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa no exporta?



trando que un 40% de los industriales y un 37% de servicios no están interesados en exportar. Sumado a esto, el 46% de los empresarios del sector servicios considera que sus negocios no cuentan aún con productos que tengan carácter exportador (ver gráfico 40). En el gráfico 41 se muestra cómo todas las firmas exportadoras del sector industria han pensado en un plan de internacionalización para sus negocios.

Debido a la coyuntura económica donde el peso sufrió una devaluación contra el dólar, para esta medición se preguntó a los empresarios si este incremento en la tasa de cambio había tenido algún efecto

Gráfico 41. ¿Ha pensado en algún plan de internacionalización para su negocio?

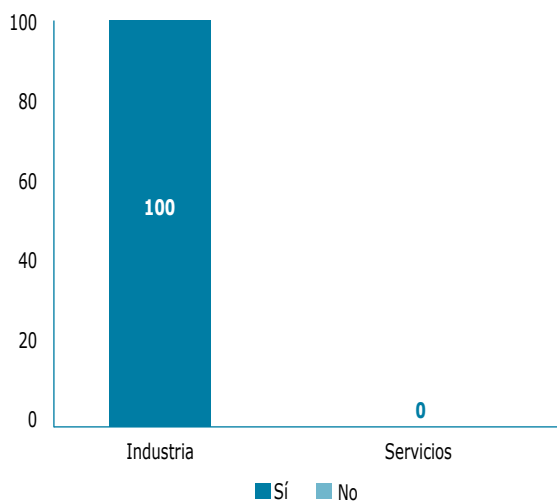
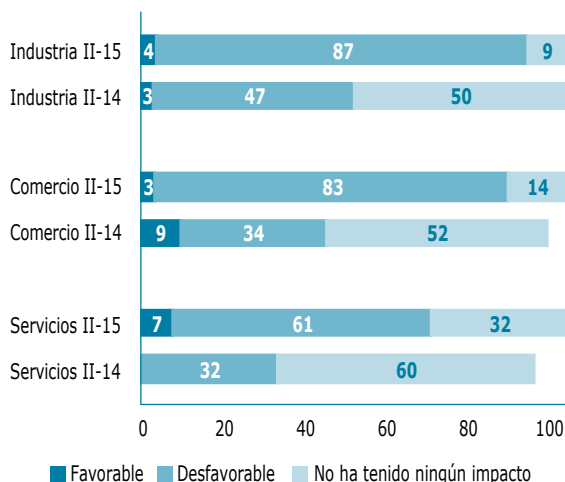


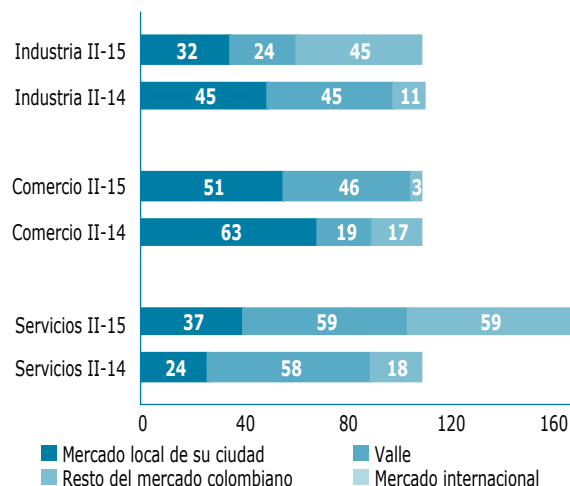
Gráfico 42. La reciente devaluación que ha sufrido el país ha tenido un impacto sobre la situación económica de su empresa (%)



to sobre la situación económica de sus empresas. A esto, el 87% de los industriales, el 83% de los empresarios comerciales y el 61% de los empresarios de servicios respondieron que esto habría tenido efectos desfavorables sobre la situación económica de sus empresas durante el segundo semestre de 2015 (ver gráfico 42). Estas cifras aumentaron significativamente para los tres macrosectores con respecto al segundo semestre de 2014, donde se habían reportado un 47% para industria, un 34% para comercio y un 32% para servicios. Por el contrario, el porcentaje de empresarios que afirmaron observar efectos favorables sobre el desempeño de sus negocios (4% industria, 3% comercio y 7% servicios) fue considerablemente bajo.

Para finalizar, se preguntó a las Pymes de la ciudad de Tuluá 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 empresas de dos macrosectores respondieron que la mayor participación (45% industria y 59% servicios) la tuvo el resto del mercado colombiano (fuera de su región), mientras que las ventas del sector comercio estuvieron principalmente localizadas en el mercado local (51%). El mercado dentro de la región del Valle del Cauca también fue significativo para los tres sectores. De esta forma, representó el 24% de las ventas para industria, el 46% para comercio y el 59% para servicios. Por otro lado, ninguna de las empresas Pymes señala el mercado internacional como el de mayor participación en sus ventas (ver gráfico 43).

Gráfico 43. ¿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 Regional

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 nacional alcanzó un valor de 62, ubicándose en el plano denominado como “bueno”. Así, este indicador presentó un descenso de 4 unidades con respecto al valor reportado en la anterior medición de la Encuesta, continuando con la tendencia negativa que se observa desde el período 2014-I, como consecuencia de la desaceleración económica que ha sufrido el país en los últimos años.

En la última versión de la Gran Encuesta Pyme se incluyó por cuarta vez el cálculo del IPA de nivel regional. Los resultados de este análisis muestran que para tres de las ciudades que contaban con antecedentes de información hubo reducciones en este in-

dicador (Barranquilla, Bogotá y Cali). Mientras que las ciudades de Barranquilla y Cali mantuvieron su IPA en el plano de “buen” desempeño económico en esta ocasión, Bogotá alcanzó un IPA en el límite del rango de desempeño económico “regular”. Así, Barranquilla pasó de alcanzar un IPA de 73 en 2015-I a un IPA de 66 en 2016-I, Cali pasó de 71 en 2015-I a 63 en 2016-I, mientras que Bogotá pasó de 64 a 55 en el mismo período.

En el caso de las ciudades de Bucaramanga, Medellín y Pereira, se observó un incremento en el IPA en donde todas las ciudades se ubicaron en el rango de desempeño económico “bueno”. En particular, Medellín pasó de un IPA de 60 en 2015-I a 65 en 2016-I, Pereira pasó de 63 en 2015-I a 68 en 2016-I y Bucaramanga fue la ciudad que presentó la mayor recuperación en el IPA al pasar del rango “regular” al “bueno” con un puntaje de 61 en 2016-I frente al 54 de 2015-I.

La tendencia de desaceleración en el IPA para las ciudades de Barranquilla, Bogotá, y Cali 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, y donde particularmente las perspectivas mostraron caídas en los niveles de optimismo en lo que respecta al desempeño general, producción y ventas. Dicha desaceleración a nivel de expectativas es consistente con una lectura macroeconómica menos favorable para el año el año 2015, el cual se ubicó en un 3.1% frente al 4.4% observado en al año de 2014. Sin embargo, los positivos resultados en el IPA mostrados en Medellín, Pereira y Bucaramanga dan luces esperanzadoras de una recupera-

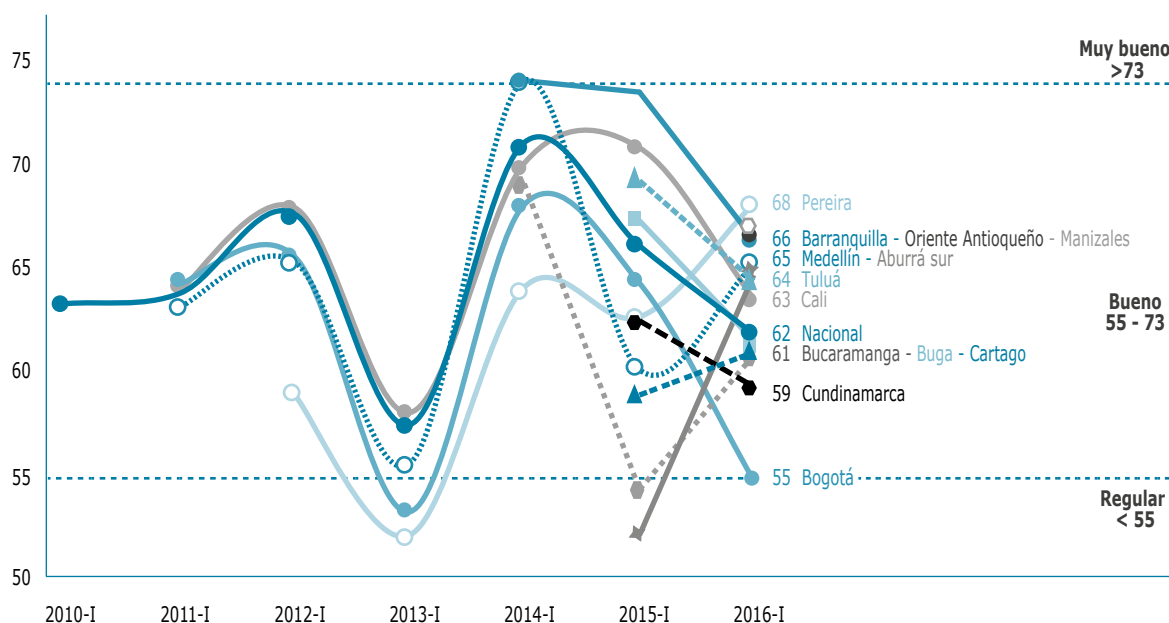
ción económica en algunas regiones, especialmente al observar que los empresarios Pyme de las tres ciudades mostraron un repunte en el optimismo frente a sus niveles de producción y ventas.

Al igual que en la edición anterior se han incluido los resultados para las regiones de Aburrá Sur, Cundinamarca y los municipios del Valle del Cauca (Buga, Cartago y Tuluá), donde los resultados son, bastantes similares a los encontrados en el resto de regiones en 2016-I. El IPA para Aburrá Sur fue de 65, lo que representa una recuperación de 13 puntos frente a su resultado de 2015-I. Cundinamarca alcanzó un IPA de 59, reflejando una menor dinámica

de las empresas Pyme al caer 3 puntos respecto al año anterior. Por su parte, los municipios del Valle del Cauca alcanzaron puntajes del IPA que los caracterizan por tener un clima económico “bueno”. En el caso de Buga y Cartago este fue de 61, mientras que para Tuluá fue de 64 para el primer semestre de 2016.

Finalmente, en esta edición de la Encuesta se incluyeron resultados para dos regiones nuevas: Oriente Antioqueño y Manizales. Los resultados encontrados fueron en general positivos, en donde las dos regiones obtuvieron un puntaje de 66 en el IPA ubicándose en un desempeño económico “bueno”.

Gráfico 1. Indicador Pyme Anif - IPA Regional
(Muy bueno >73; bueno 55 - 73; regular < 55)



Ficha Técnica Regional

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.

Tipo de muestreo

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

Tamaño de la muestra

3.653 empresas encuestadas.

Municipio/Región	Industria	Comercio	Servicios	Muestra total
Aburrá sur	70	164	131	365
Baranquilla	105	110	147	362
Bogotá	147	188	273	608
Bucaramanga	98	103	146	347
Cali	117	117	176	410
Cundinamarca	77	105	132	314
Manizales	51	72	91	214
Medellín	113	115	155	383
O. Antioqueño	38	61	77	176
Pereira	46	63	85	194
Valle del Cauca: Buga	28	31	43	102
Valle del Cauca: Cartago	20	25	39	84
Valle del Cauca: Túlua	26	27	41	94
Total	936	1.181	1.536	3.653

Método de ponderación

Los resultados fueron ponderados a los universos de cada sector.

Margen de error

Menor al 6% a nivel de los macrosectores.

Frecuencia

Anual.

Medición

Marzo – Mayo de 2016.

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 Luis Fernando Ruiz
Banco de la República	Eliana González María Alejandra Hernández
Anif	Alejandro Vera Daniela Londoño Julián Cortés María Paula Aguirre María Inés Vanegas · Publimarch Ltda.
Cifras & Conceptos S.A	César Caballero Daniel Castellanos Camilo Silva

Informes: avera@anif.com.co • dlondono@anif.com.co • jcortes@anif.com.co

Diseño de carátula: Nicolas Gaviria

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