

LA GRAN ENCUESTA PYME

INFORME DE RESULTADOS
PRIMER SEMESTRE DE 2008



Banco Interamericano de Desarrollo



BANCOLDEX
BANCO DE COMERCIO EXTERIOR DE COLOMBIA S.A.

Firma Encuestadora



Napoleón Franco

LA GRAN ENCUESTA

PYME

INFORME DE RESULTADOS
PRIMER SEMESTRE • 2008

PRESENTACIÓN

La Asociación Nacional de Instituciones Financieras - Anif, el Banco Interamericano de Desarrollo - BID, el Banco de la República y Bancóldex tienen el gusto de presentar en este informe los resultados de “La Gran Encuesta Pyme” correspondientes al primer semestre de 2008.

Iniciada en el primer semestre de 2006, la Gran Encuesta Pyme, completa con ésta un total de cinco lecturas semestrales. Sus fortalezas metodológicas y continuidad la han convertido en una de las principales fuentes de información sobre el segmento de las pequeñas y medianas empresas en Colombia.

Las encuestas empresariales cumplen un papel muy importante en el análisis económico, porque suplen deficiencias y rezagos de la información oficial y permiten incorporar la opinión, expectativas e intenciones de los agentes. No obstante, la interpretación de sus resultados requiere del mayor cuidado, especialmente en casos como el de la Gran Encuesta Pyme, que aún se encuentra en sus primeras etapas y por lo tanto no ha capturado un ciclo económico completo de las Pymes.

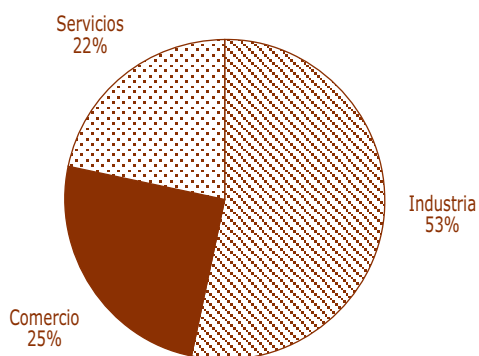
En el presente informe se muestran los resultados agregados a nivel de los denominados macrosectores (Industria, Comercio y Servicios) de las 1.551 encuestas realizadas en 18 departamentos por la firma Ipsos-Napoleón Franco (ver ficha técnica al final del informe). En esta medición, tomada en los meses de marzo y abril de 2008, se incluyeron los tradicionales módulos temáticos de Situación Actual, Financiamiento, Perspectivas y Acciones de Mejoramiento.

Anif reitera su agradecimiento a los patrocinadores locales de la Gran Encuesta Pyme (Bancóldex y Banco de la República) y le da la bienvenida al BID, que a partir de 2008 y hasta 2012 estará respaldando esta iniciativa, en el marco de su estrategia de apoyo a los esfuerzos nacionales para alcanzar un crecimiento económico más elevado e inclusivo.

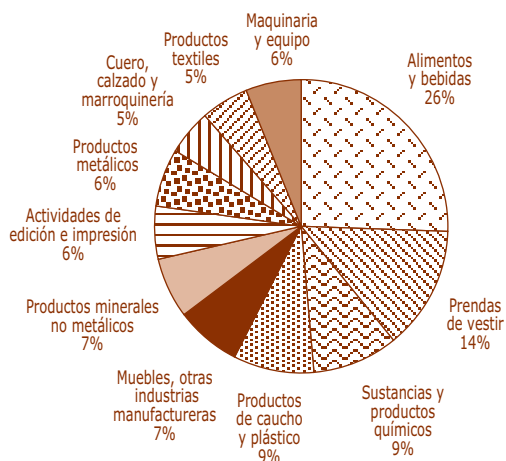
Nota metodológica aclaratoria: En este informe de resultados modificamos los ejes de las gráficas incluidas en los módulos de situación actual y financiamiento, con el objetivo de que la fecha que allí aparezca corresponda al semestre sobre el cual fueron interrogados los empresarios y no al semestre durante el cual se realizó la Encuesta, como se venía presentando en los informes anteriores.

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

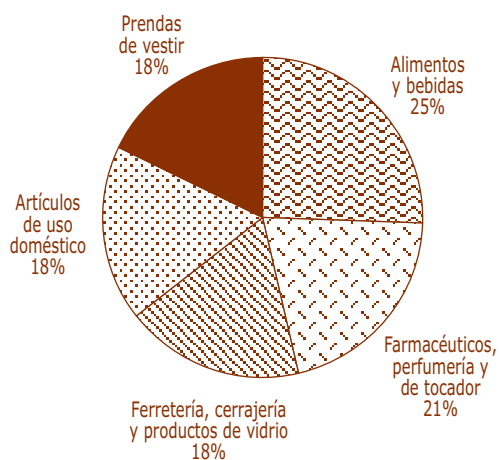
Distribución de la muestra



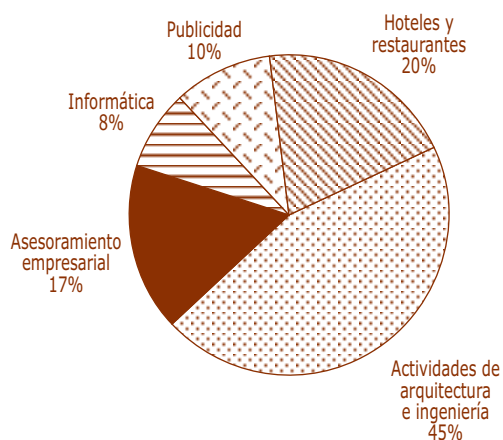
Distribución sectorial de la muestra de Industria



Distribución sectorial de la muestra de Comercio



Distribución sectorial de la muestra de Servicios

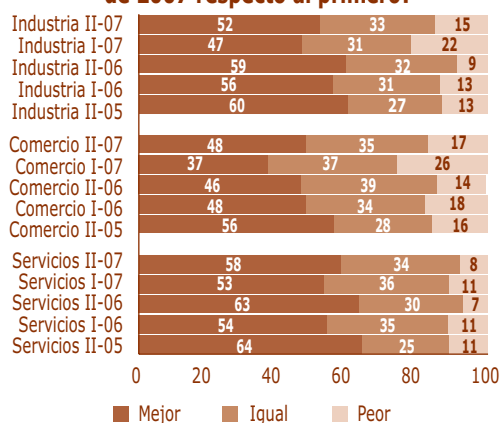


ANÁLISIS DE RESULTADOS

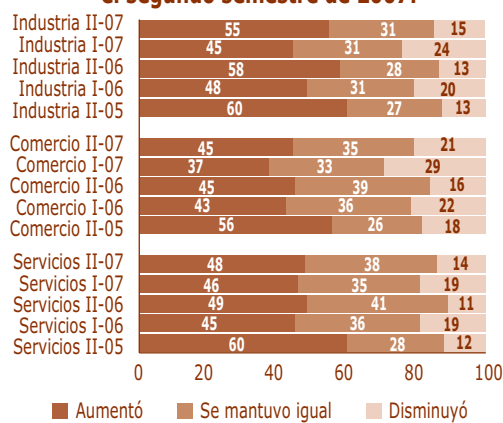
Segundo semestre de 2007 vs. Primer semestre de 2007

SITUACIÓN ACTUAL

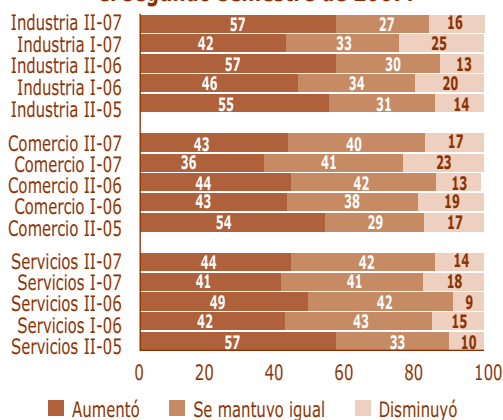
¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2007 respecto al primero?



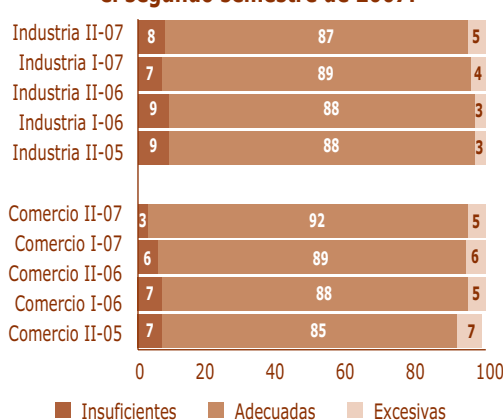
Con respecto al primer semestre de 2007, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre de 2007:



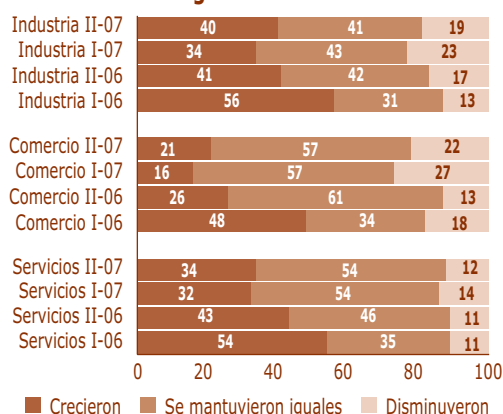
Con respecto al primer semestre de 2007, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre de 2007:



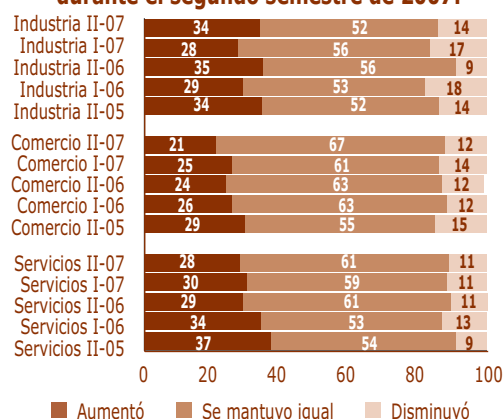
Con respecto al primer semestre de 2007, las existencias de su empresa durante el segundo semestre de 2007:



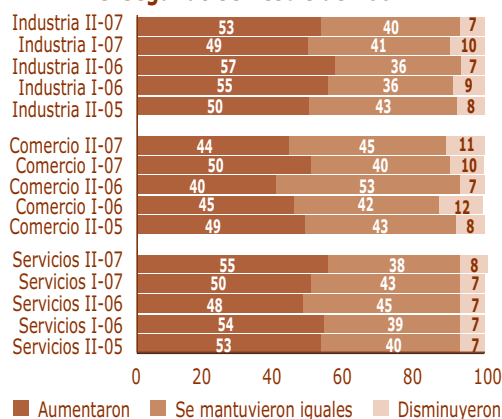
**Con respecto al primer semestre de 2007,
los márgenes de actividad de su empresa
durante el segundo semestre de 2007:**



**Con respecto al primer semestre de 2007,
el número de trabajadores de su empresa
durante el segundo semestre de 2007:**



**Con respecto al primer semestre de 2007,
los costos de su empresa durante
el segundo semestre de 2007:**



Sector Industria

El 52% de las pymes industriales encuestadas consideró que su situación económica general mejoró en el segundo semestre de 2007 con respecto al primer semestre. Si bien la proporción de empresarios que expresó mejoría es alta, al comparar este porcentaje con el del mismo semestre del año anterior se observa una caída de siete puntos porcentuales.

Se observa especial optimismo en los sectores de muebles y maquinaria y equipo, lo

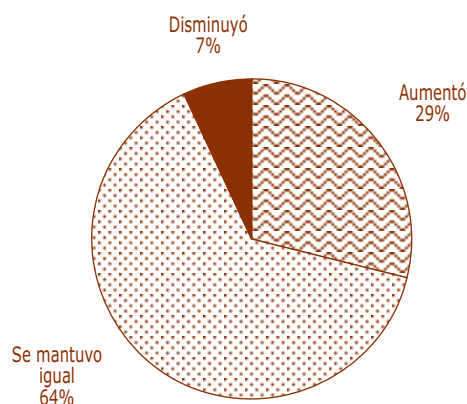
cual está en línea con las cifras del Dane sobre la evolución de la actividad económica industrial al cierre de 2007. Por el contrario, el subsector de cuero, calzado y marroquinería muestra las percepciones más negativas respecto de la evolución reciente de los negocios.

Con respecto a las ventas, el 55% de los empresarios opinó que éstas aumentaron en el segundo semestre de 2007 frente al pri-

mero. Se observa una diferencia significativa con relación a la medición anterior, puesto que el porcentaje de respuestas favorables aumentó diez puntos porcentuales al mismo tiempo que el de respuestas desfavorables disminuyó en nueve puntos porcentuales. Lo anterior, está relacionado con el comportamiento estacional que exhibe el volumen de ventas en el sector industrial. Como cabría esperar, también por el efecto de estacionalidad, los subsectores de muebles, actividades de edición e impresión y alimentos y bebidas reportaron las percepciones más positivas acerca del comportamiento de las ventas al final de 2007.

El 57% de los empresarios registró un incremento en el volumen de pedidos recibidos. Si bien este porcentaje es superior al de la medición anterior (42%), al compararlo con el observado en el segundo semestre de 2006 no se encuentra ninguna variación. Es decir durante el último año la demanda por los productos manufactureros no parece haber sufrido una desaceleración importante, lo cual se confirma con la estabilidad que muestran las respuestas a la pregunta sobre el nivel de existencias (desde el inicio de la Encuesta el porcentaje de pymes que califica su nivel de existencias como adecuado se ubica alrededor del 87%-89%).

Sector Industria. Con respecto al primer semestre de 2007, la inversión en maquinaria y equipo durante el segundo semestre de 2007:

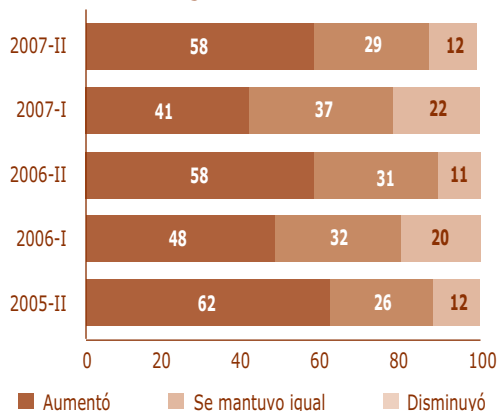


Si bien en materia de pedidos no ha habido mayores cambios, en términos de márgenes sí se observa una tendencia descendiente en el porcentaje de empresarios que desde el primer semestre de 2006 respondió que éstos aumentaron (de 56% en 2006-I a 40% en 2007-II). Aunque la situación de los márgenes de los sectores comercio y servicios luce más difícil, es importante continuar monitoreando esta variable en el sector industrial, especialmente en la coyuntura actual de elevada inflación y mayores costos de producción resultado del aumento en los precios del petróleo.

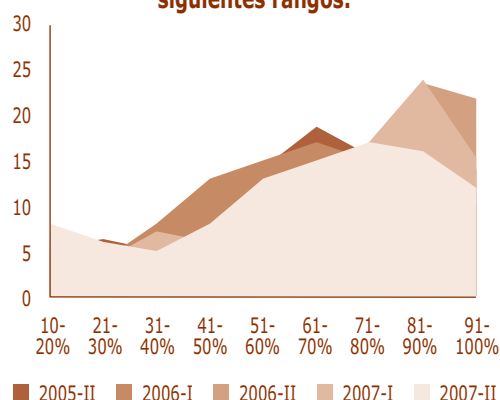
El 34% de las pymes industriales incrementó su planta de personal durante el segundo semestre de 2007. Al igual que las ventas y los pedidos, el empleo muestra un comportamiento estacional, con una mejoría estadísticamente significativa frente a los resultados de la medición anterior.

En el 45% de las empresas consultadas, la utilización de la capacidad instalada se ubicó entre 70% y 100%. Esto representa una disminución de once puntos porcentuales frente a la medición anterior. Existen varias hipótesis al respecto, por un lado, esto puede ser resultado de las mayores inversiones y ensanchamientos de planta que viene realizando aproximadamente un tercio de las pymes encuestadas, desde el segundo semestre de 2005. Por otro

Sector Industria. Con respecto al primer semestre de 2007, el volumen de producción durante el segundo semestre de 2007:



Sector Industria. La utilización de la capacidad instalada de su empresa durante el segundo semestre de 2007 se ubicó en cuál de los siguientes rangos:



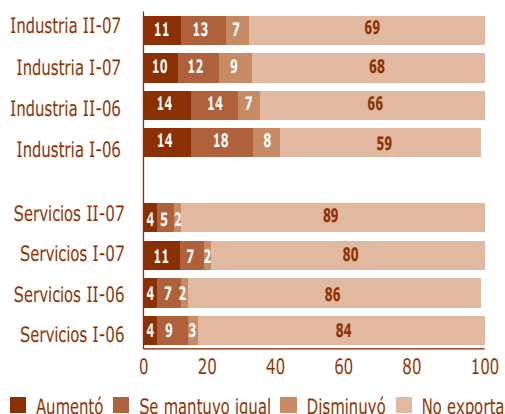
Sector Industria. ¿Cuál fue el principal problema que enfrentó su empresa para el desarrollo de su actividad durante el segundo semestre de 2007?



lado, la hipótesis de que la caída en la utilización de capacidad instalada se asocia a factores de demanda no encuentra un gran apoyo en las lecturas de la Gran Encuesta Pyme, ya que en los porcentajes de respuestas a las preguntas sobre pedidos y ventas no se observa una tendencia negativa marcada desde el inicio de la Encuesta. Mas aun, los resultados fluctúan alrededor de los mismos niveles (comparando semestres iguales de los años 2005-2007).

El porcentaje de pymes industriales que no exporta se ubicó en 69%, el más alto observado desde el inicio de la encuesta (59% en 2006-I). Las empresas que sí exportan, en su mayoría, han manifestado que no ha habido cambios importantes en el volumen vendido al exterior. Un tema que puede estar asociado a la baja vocación exportadora de las pymes encuestadas es el de su escala. En efecto, en la muestra priman las pequeñas empresas sobre las medianas (según la clasificación oficial - Ley 905/04), y como ha reconocido la literatura, las empresas de menor tamaño enfrentan mayores dificultades para llegar a los mercados externos.

Con respecto al primer semestre de 2007, el volumen exportado durante el segundo semestre de 2007:



En cuanto al principal problema que enfrentaron las pymes manufactureras durante el segundo semestre de 2007, se encuentra que el 17% mencionó la rotación de cartera y el 15% el alto costo de los insumos. Se encuentra una diferencia estadísticamente significativa frente a la medición anterior en el porcentaje de empresarios que señaló la falta de demanda como su principal obstáculo, al caer de 20% en el primer semestre de 2007 a 14% en el segundo semestre del mismo año.

Resultados subsectores Industria

Balance de respuestas*

Situación económica general (balance de respuestas)



Volumen de ventas (balance de respuestas)



Volumen producido (balance de respuestas)



Nivel de pedidos recibidos (balance de respuestas)



Márgenes (balance de respuestas)



Número de trabajadores (balance de respuestas)



Costos de producción (balance de respuestas)



Inversión en maquinaria y equipo (balance de respuestas)

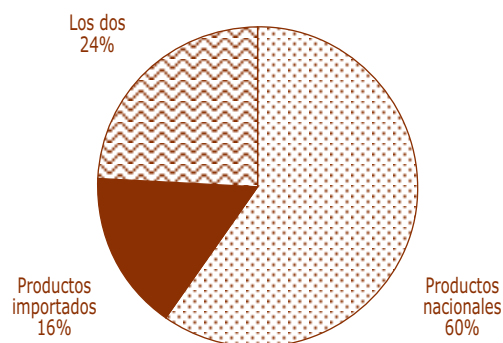


*Respuestas positivas – respuestas negativas

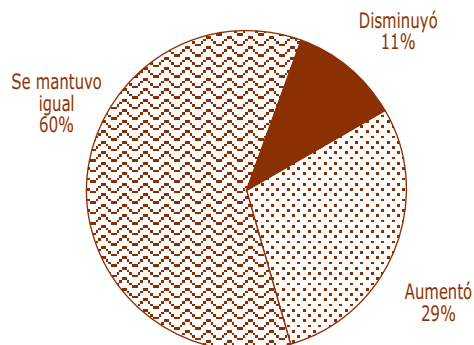
Sector Comercio

De los tres macrosectores incluidos en la Encuesta, el Comercio continúa mostrando el menor optimismo. Sin embargo, se registró un incremento estadísticamente significativo en el porcentaje de empresarios que expresó mejoría en su situación general frente a la medición anterior (48% versus 37%). Adicionalmente y a diferencia de los sectores Industria

Sector Comercio. La mejor dinámica de las ventas durante el segundo semestre de 2007 corrió por cuenta de:



Sector Comercio. Con respecto al primer semestre de 2007, durante el segundo semestre de 2007 la superficie de ventas de su empresa:



y Servicios, la proporción de empresarios del comercio que en el segundo semestre de 2007 vio mejorar su situación general aumentó ligeramente con respecto al mismo semestre de 2006 (de 46% en 2006-II a 48% en 2007-II).

A nivel de subsectores, se destacan los de alimentos y bebidas, y ferretería, cerrajería y productos de vidrio con los mayores balances

de respuestas en varias preguntas. Por el contrario, farmacéuticos y perfumería junto con artículos de uso doméstico muestran las percepciones más negativas.

El 45% de las pymes comerciales consultadas aumentó su nivel de ventas durante el segundo semestre de 2007, lo cual significó un incremento de ocho puntos porcentuales frente al resultado de la medición anterior. Como se mencionó anteriormente, la estacionalidad puede estar afectando estos resultados, dado que la temporada de fin de año normalmente implica mayores ventas. La dinámica de esta variable estuvo marcada principalmente por la evolución de los productos nacionales. Acerca de la superficie de ventas, el 60% de las pymes comerciales señaló que ésta se mantuvo estable durante el último año.

El 43% de las pymes de comercio vio aumentar su volumen de pedidos en el segundo semestre de 2007. Si bien este porcentaje es superior al correspondiente al primer semestre de 2007, es inferior en once puntos porcentuales al registrado en la primera medición que hacía referencia al segundo semestre de 2005.

La situación de los empresarios del comercio en términos de márgenes continuó desmejorando en el segundo semestre de 2007, pues únicamente el 21% señaló que éstos aumentaron. Aunque este porcentaje es superior al del semestre anterior, está cinco puntos porcentuales por debajo del reportado para el

Sector Comercio. ¿Cuál fue el principal problema que enfrentó su empresa para el desarrollo de su actividad durante el segundo semestre de 2007?



segundo semestre de 2006. El subsector más afectado por la evolución de los márgenes fue el de farmacéuticos, perfumería y artículos de tocador cuyo balance de respuestas de esta pregunta se ubicó en -13.

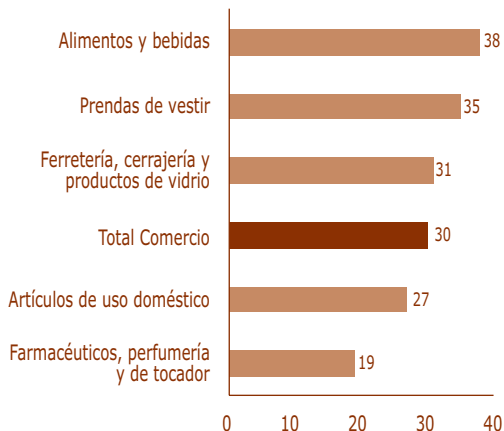
En el 67% de las pymes comerciales la planta de personal permaneció constante en el segundo semestre de 2007. No se observan cambios significativos en el porcentaje de empresarios que señala haber reducido el número de sus trabajadores.

A diferencia del sector industrial, en donde el principal problema señalado por los empresarios varía entre mediciones, en el sector comercio la competencia de las grandes superficies se mantiene en el primer lugar con el 35%, seguida por la rotación de cartera que tiene el 15%.

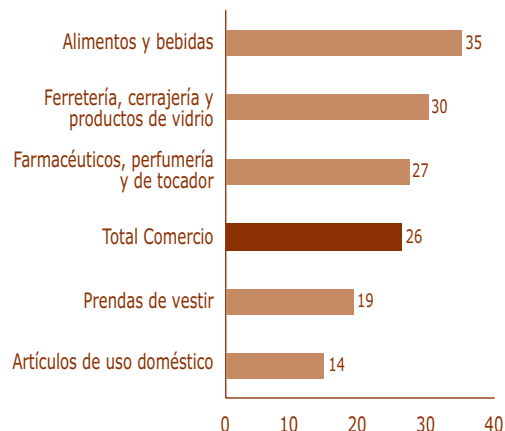
Resultados subsectores Comercio

Balance de respuestas*

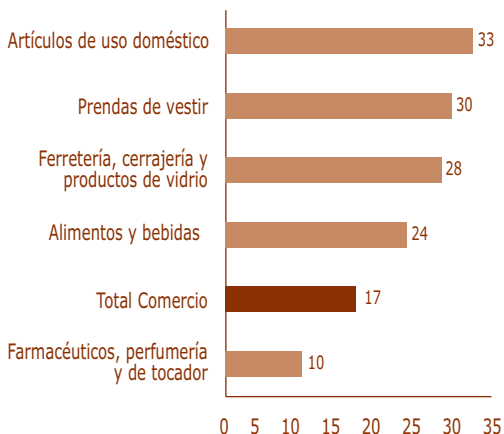
Situación económica general (balance de respuestas)



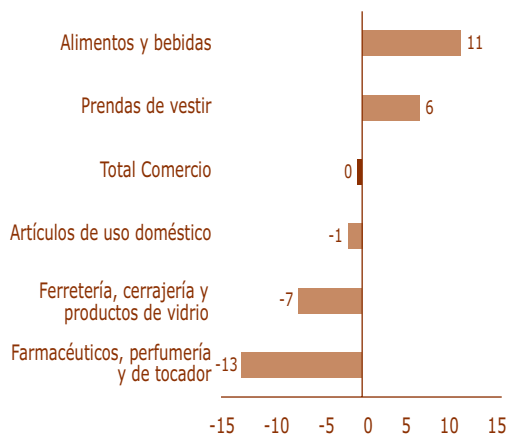
Nivel de pedidos recibidos (balance de respuestas)



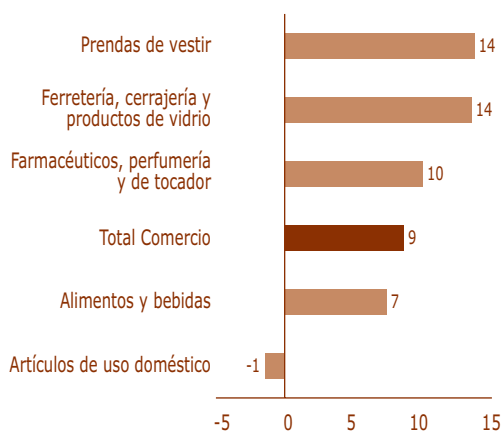
Volumen de ventas (balance de respuestas)



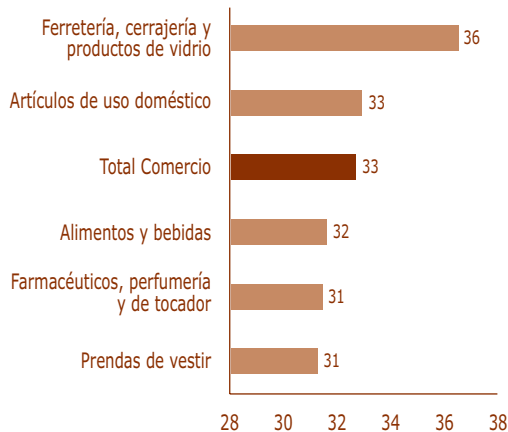
Márgenes comerciales (balance de respuestas)



Número de trabajadores (balance de respuestas)



Costo de ventas (balance de respuestas)



*Respuestas positivas – respuestas negativas

Sector Servicios

Los empresarios del sector servicios continuaron mostrando la percepción más positiva respecto a la evolución reciente de sus negocios en comparación con los de industria y comercio. El 58% consideró que su situación general mejoró en el segundo semestre de 2007, siendo este porcentaje el más alto registrado en los tres macrosectores. Se destacan los subsectores de hoteles y restaurantes, y publicidad como los de mayor optimismo.

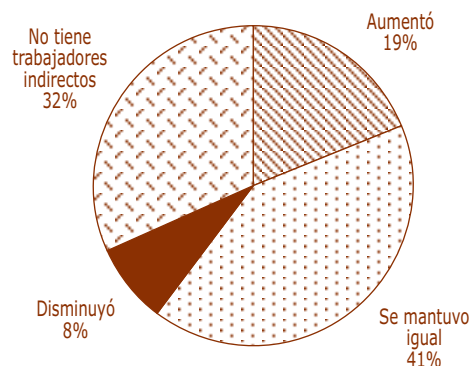
Las respuestas de los empresarios del sector servicios en materia de ventas y pedidos, parecen afectarse menos por la estacionalidad que las de los otros macrosectores. En ambas variables no se observan grandes variaciones entre semestres, aunque sí puede identificarse una tendencia decreciente en el número de pymes que señala incrementos en ellas desde la primera hasta la última medición. Así, mientras que en el segundo semestre de 2005 el 60% señaló aumentos en ventas, en el segundo semestre de 2007 este porcentaje fue de 48%. Entretanto, el porcentaje de empresarios que indicó crecimiento en su volumen de pedidos pasó de 57% en el segundo semestre de 2005 a 44% en el segundo semestre de 2007.

Los costos de operación de las pymes de servicios continúan en ascenso para el 55%

Sector Servicios. ¿Cuál fue el principal problema que enfrentó su empresa para el desarrollo de su actividad durante el segundo semestre de 2007?



Sector Servicios. Con respecto al primer semestre de 2007, durante el segundo semestre de 2007 el número de trabajadores indirectos de su empresa:



de los empresarios consultados. Acerca de los márgenes, se observa como el porcentaje de empresarios que los ha visto crecer es cada vez menor (34% en el segundo semestre de 2007 frente a 43% de un año atrás). Sin embargo, no se encuentra un incremento significativo en la proporción de empresarios que manifiesta caídas semestrales en los márgenes, lo cual indica que éstos se han mantenido estables en la gran mayoría de los casos.

El 61% de las pymes de servicios dejó inalterada su planta de personal durante el segundo semestre de 2007 y menos de la tercera parte vinculó nuevos trabajadores directos a su empresa. De otro lado, el porcentaje de pymes de servicios que tiene trabajadores indirectos viene ascendiendo, al pasar de 60% en el primer semestre de 2007 a 68% en el segundo.

Al igual que en el sector industrial, en el de servicios el porcentaje de pymes que no exporta ha venido creciendo desde el primer semestre de 2006, cuando fue de 84%, hasta el segundo semestre de 2007, cuando llegó a 89%. Los subsectores de asesoramiento empresarial y publicidad son los que muestran la mayor orientación a los mercados externos. En los demás subsectores, es probable que los empre-

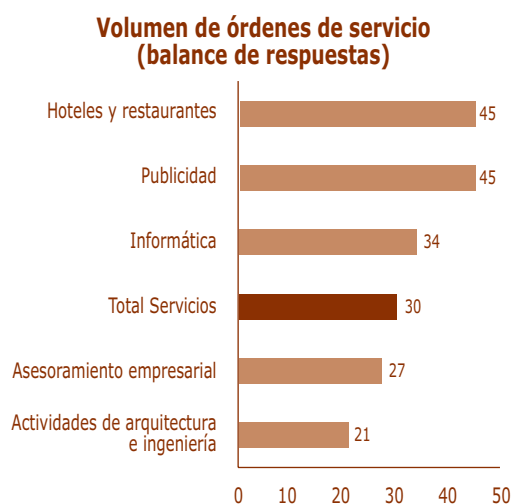
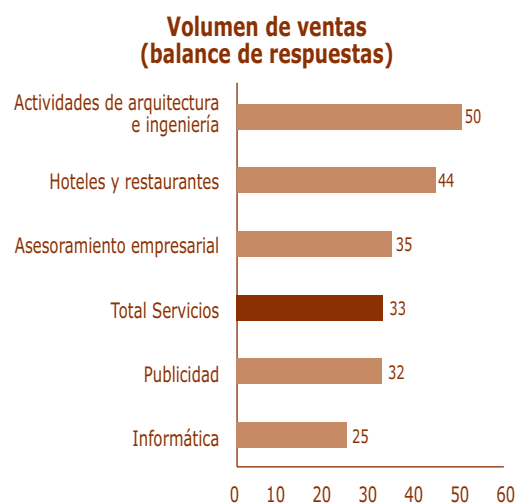
sarios no sean conscientes ni tengan registros de que indirectamente pueden estar realizando ventas al exterior.

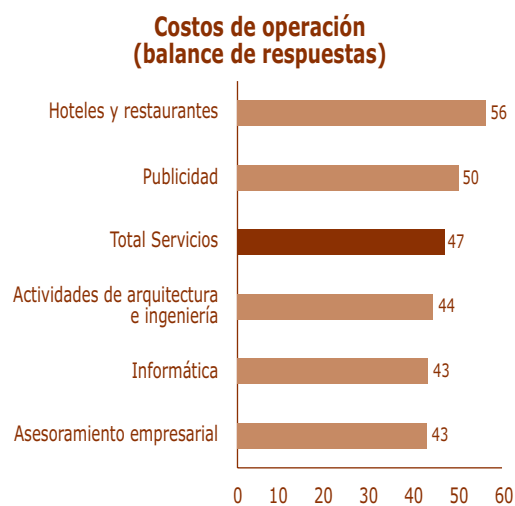
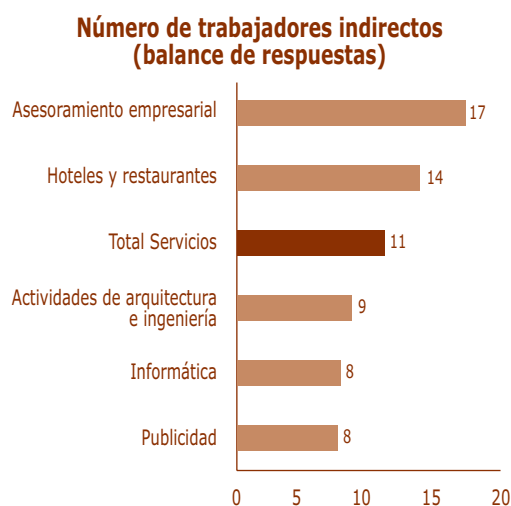
La fuerte competencia, especialmente de precios, sigue siendo el principal problema que manifiestan los empresarios del sector servicios (29%), seguido por la falta de liqui-

dez (15%). Se observa un cambio estadísticamente significativo frente a la medición anterior en lo relacionado con la falta de demanda, pues mientras que ésta había sido señalada por el 21% de los encuestados como el principal obstáculo para el desarrollo de sus negocios, en el primer semestre de 2007, este porcentaje llegó a 13% en el segundo.

Resultados subsectores Servicios

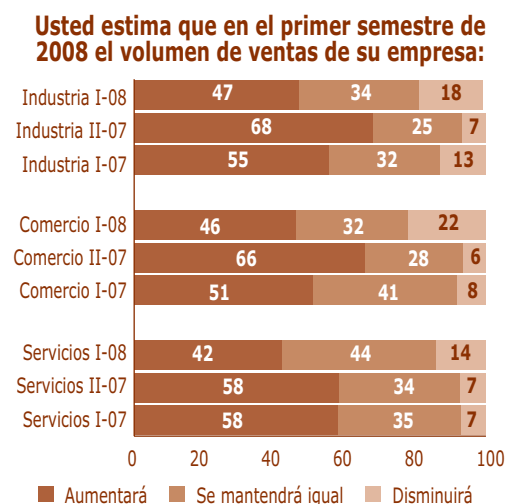
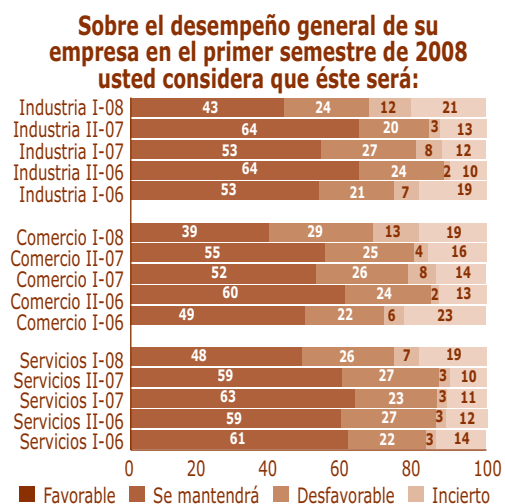
Balance de respuestas*



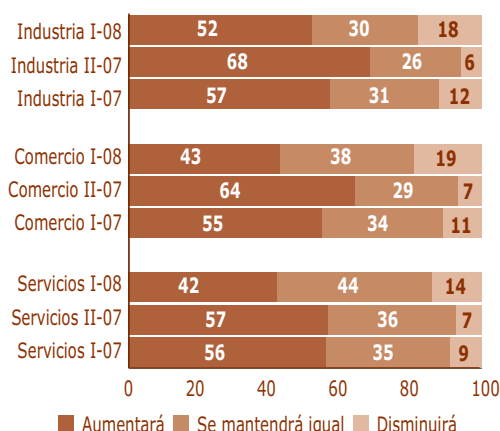


*Respuestas positivas – respuestas negativas

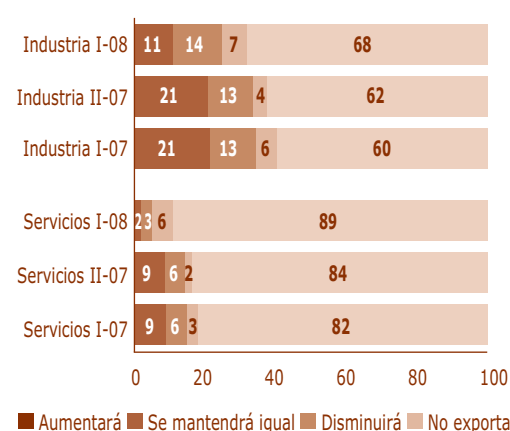
PERSPECTIVAS - PRIMER SEMESTRE DE 2008



Usted estima que en el primer semestre de 2008 el volumen de pedidos de su empresa:



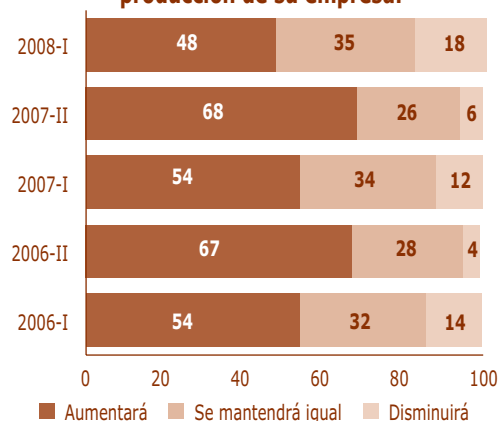
Usted estima que en el primer semestre de 2008 el volumen de exportaciones de su empresa:



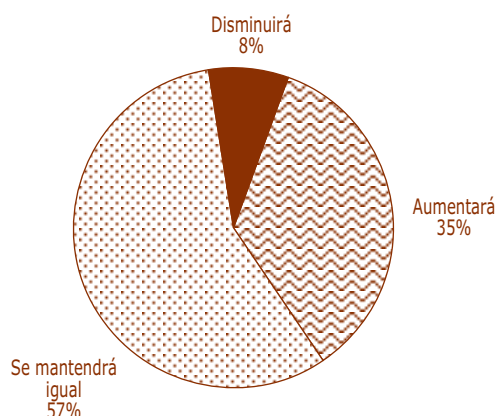
Sector Industria

El 43% de los empresarios encuestados considera que el desempeño general de su empresa durante el primer semestre de 2008 será favorable. A nivel de subsectores, se destacan los de alimentos y bebidas y productos químicos como los más optimistas. Si bien esto refleja un alto grado de optimismo en el sector industrial, este porcentaje es inferior al registrado en la medición anterior (64%) y en la del primer semestre de 2007 (53%). Cabe destacar que la proporción de empresarios que respondió que su situación sería incierta pasó de 12% en el primer semestre de 2007 a 21% en el primer semestre de 2008, lo cual constituye un cambio estadísticamente significativo.

Sector Industria. Usted estima que en el primer semestre de 2008 el volumen de producción de su empresa:



Sector Industria. Usted estima que en el primer semestre de 2008 la inversión de su empresa:



El 47% de las pymes industriales cree que su volumen de ventas se incrementará en el segundo semestre de 2008, lo que representa una caída de 21 puntos porcentuales frente al resultado de la medición anterior que hacía referencia al segundo semestre de 2007. Si bien esto puede estar asociado al fenómeno de estacionalidad, esta reducción fue muy significativa y al comparar las respuestas del primer semestre de los años 2007 y 2008, se encuentra que en este último el optimismo de los empresarios fue mucho menor.

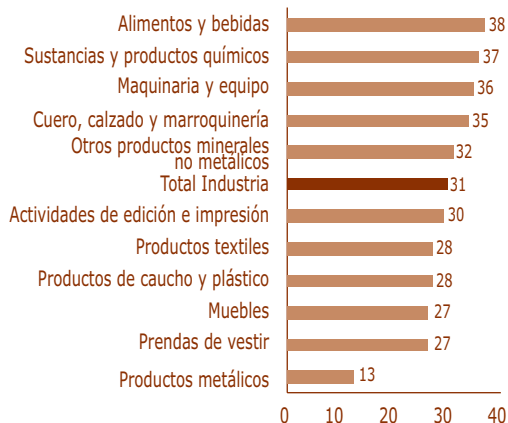
En cuanto a la producción, el 48% de los empresarios indicó que ésta aumentaría en el primer semestre de 2008, mientras que el 18% señaló que caería. Cabe destacar que este último porcentaje se constituye en el más alto históricamente.

Durante el primer semestre de 2008, las inversiones en maquinaria y equipo se mantendrán estables en el 57% de las pymes y aumentarán en el 35% de ellas. Los subsectores que se muestran más dinámicos en materia de inversiones en el corto plazo son: alimentos y bebidas, y sustancias y productos químicos.

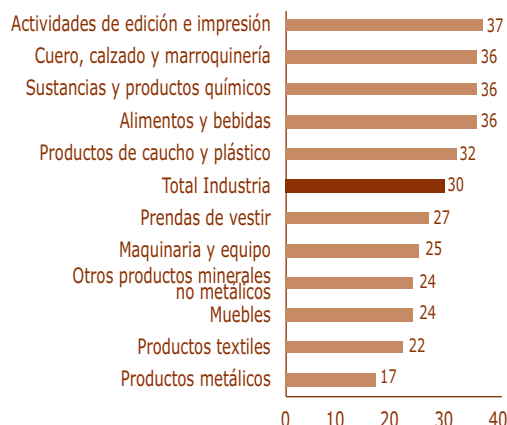
Resultados subsectores Industria

Balance de respuestas*

Situación económica general (balance de respuestas)



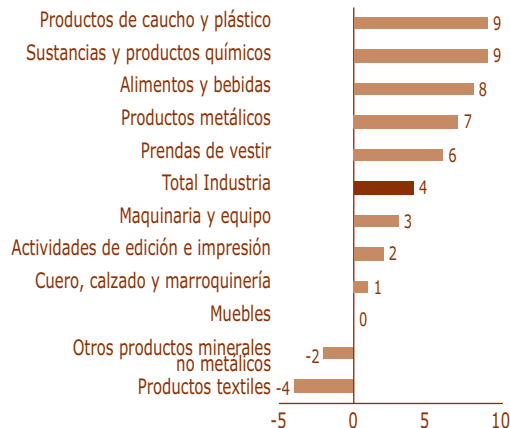
Volumen de producción (balance de respuestas)



Nivel de pedidos recibidos (balance de respuestas)



Volumen de exportación (balance de respuestas)



Inversión en maquinaria y equipo (balance de respuestas)



Ventas (balance de respuestas)



*Respuestas positivas – respuestas negativas

Sector Comercio

El 39% de las pymes comerciales espera que su desempeño general en el primer semestre de 2008 sea positivo. Este resultado es el más bajo registrado desde el inicio de la encuesta y es trece puntos porcentuales inferior al correspondiente al primer semestre de 2007. Esto reafirma que las pymes del sector comercio son las menos optimistas respecto de su evolución en el futuro cercano, en comparación con las industriales y las de servicios.

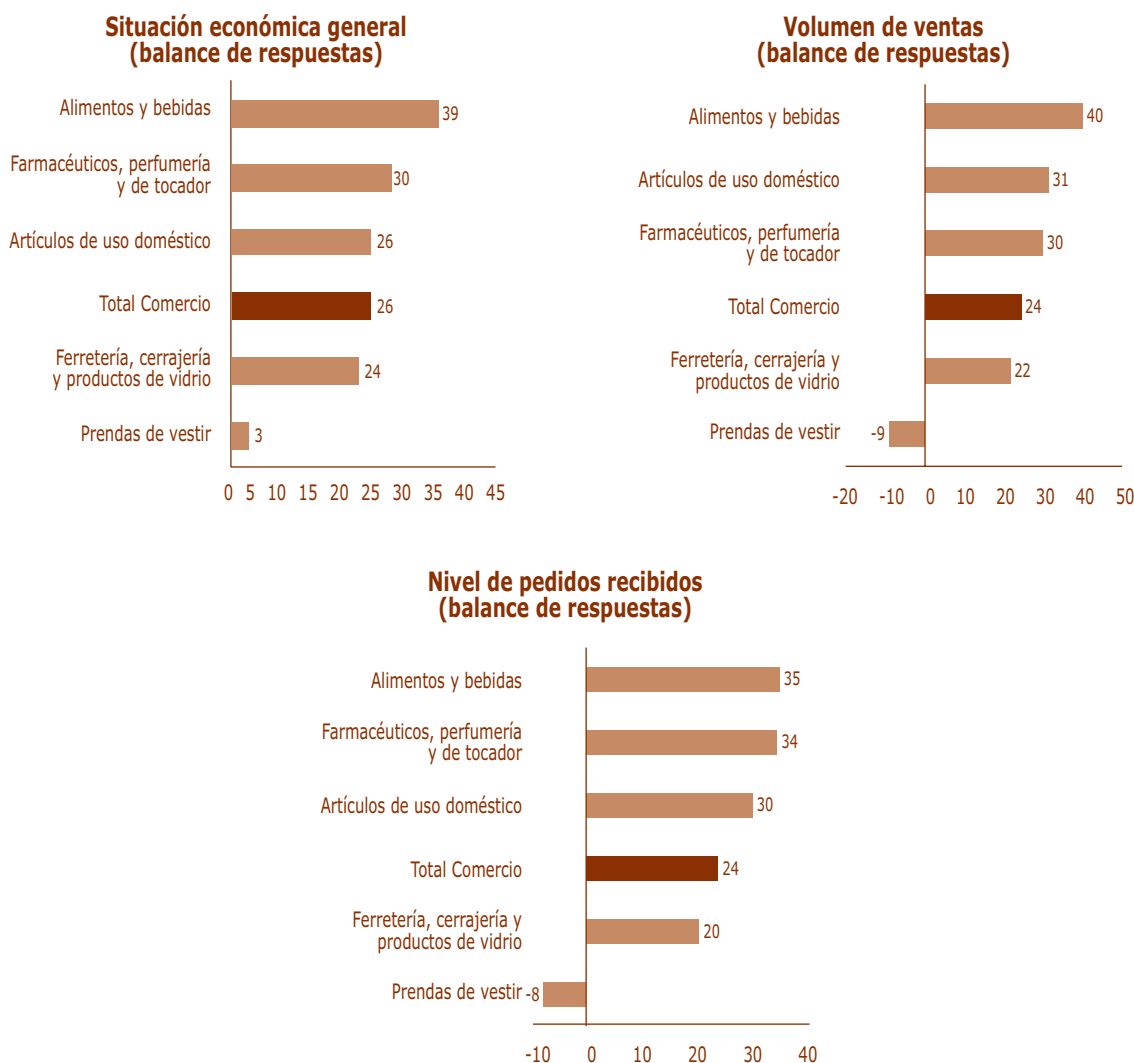
A nivel de subsectores se encuentra que los de alimentos y bebidas y farmacéuticos, perfumería y tocador registran los mayores

balances de respuestas a la pregunta sobre su situación general en el primer semestre de 2008.

El 46% de los empresarios cree que su volumen de ventas se incrementará, mientras que el 22% piensa que éste disminuirá en el primer semestre de 2008, siendo esta proporción mayor en catorce puntos porcentuales a la registrada en el primer semestre de 2007. Así mismo, en cuanto a la evolución de los pedidos, la última lectura de la Gran Encuesta Pyme evidencia una desaceleración de la demanda y un menor optimismo de las pymes de comercio.

Resultados subsectores Comercio

Balance de respuestas*



*Respuestas positivas – respuestas negativas

Sector Servicios

El 48% de los empresarios de servicios considera que el desempeño general de su empresa en el primer semestre de 2008 será favorable (especial optimismo en pymes de publicidad). Si bien el sector servicios es el más optimista de los tres macrosectores respecto de su situación futura, cabe desta-

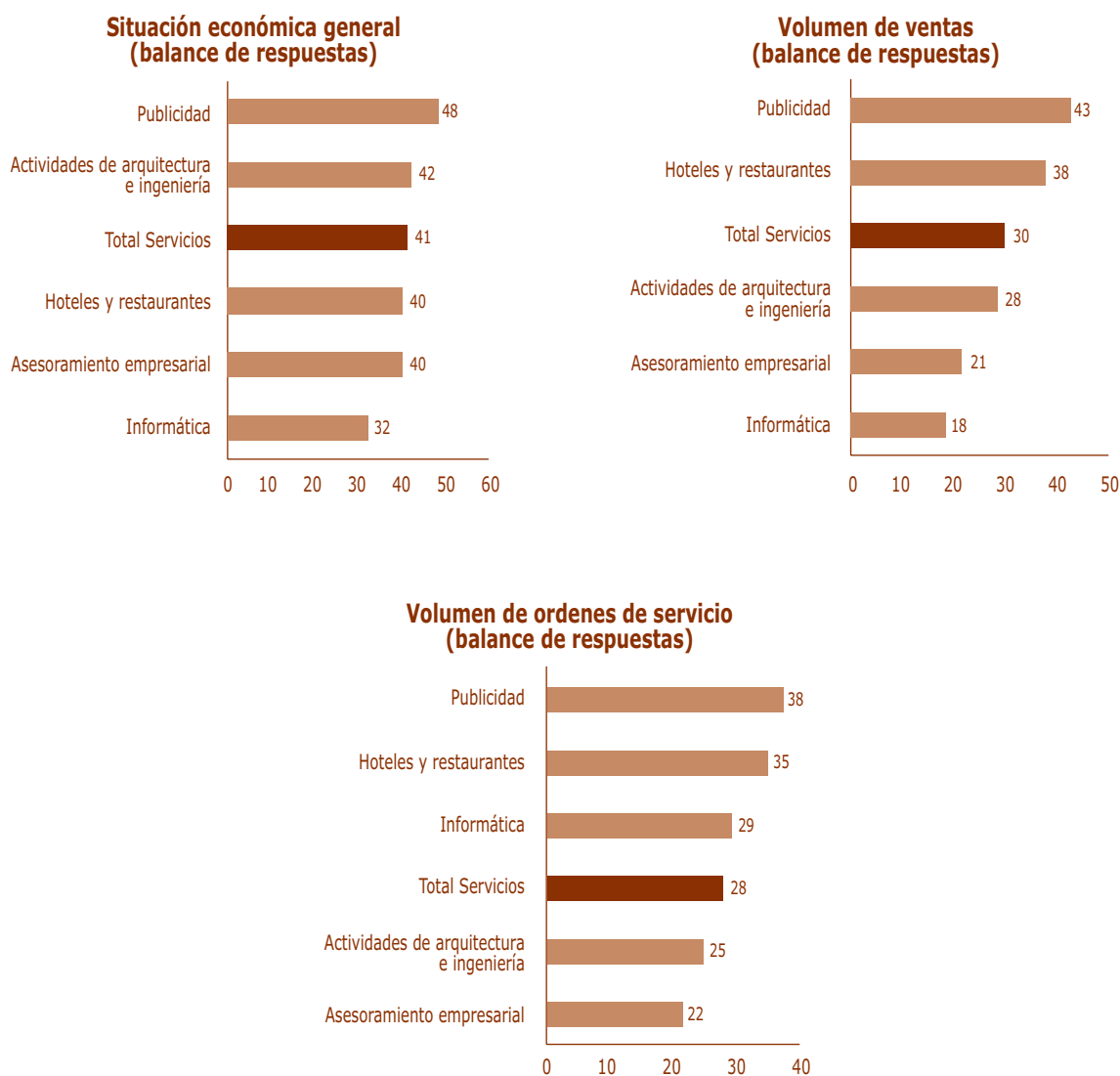
car que el porcentaje de incertidumbre entre estos empresarios viene en aumento. En efecto, mientras que en el primer semestre de 2007 el 11% de los empresarios calificó como incierto su desempeño, en el primer semestre de 2008 este porcentaje llegó a 19%.

Cerca del 42% de las pymes de servicios considera que las ventas y los pedidos se incrementarán en el primer semestre de 2008. Desde el inicio de la Encuesta, estos porcentajes son los más bajos.

De los empresarios que exportan, menos del 20% espera aumentos en el volumen vendido al exterior.

Resultados subsectores Servicios

Balance de respuestas*

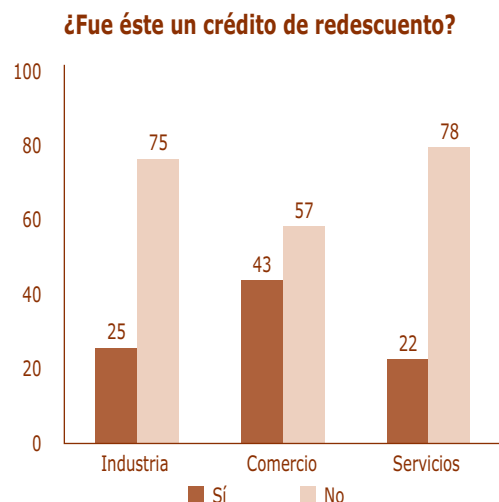
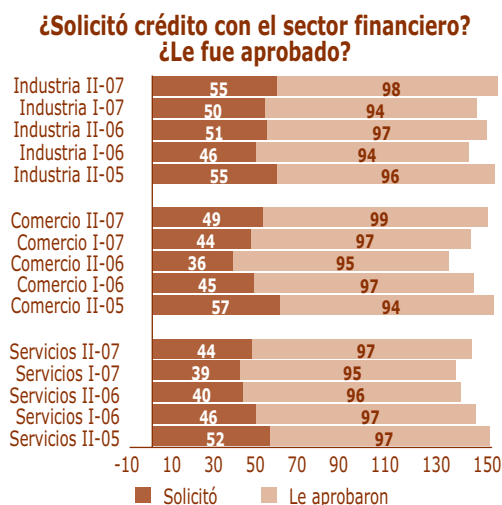


*Respuestas positivas – respuestas negativas

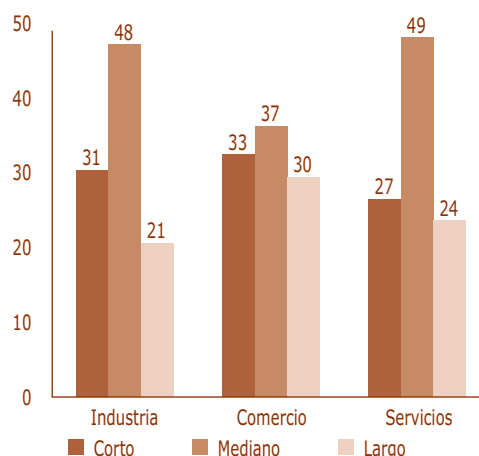
FINANCIAMIENTO

Luego de observarse una ligera tendencia descendiente en el porcentaje de empresarios que solicita crédito al sistema financiero en los tres macrosectores, en la medición realizada en marzo-abril de 2008 (que en el módulo de financiamiento se refiere al segundo semestre de 2007) se encontró un leve repunte.

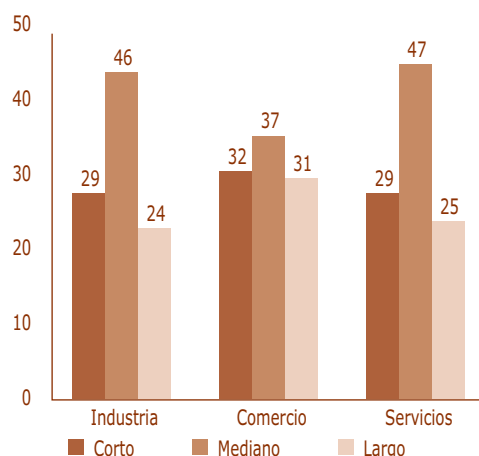
En los sectores de industria, comercio y servicios, los porcentajes de solicitud de créditos fueron de 55%, 49% y 44%, respectivamente, registrándose en los tres casos un aumento de 5 puntos porcentuales frente a los resultados de la medición anterior.



¿A qué plazo le fue aprobado?

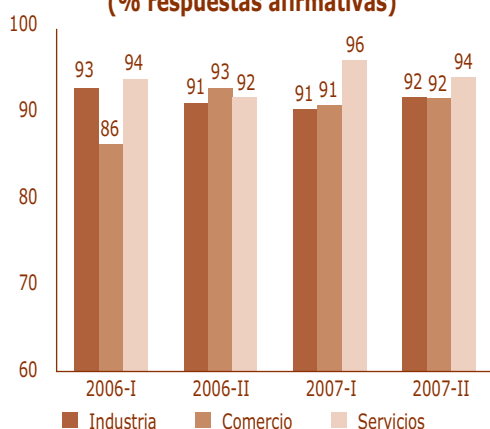


¿A qué plazo lo había solicitado?

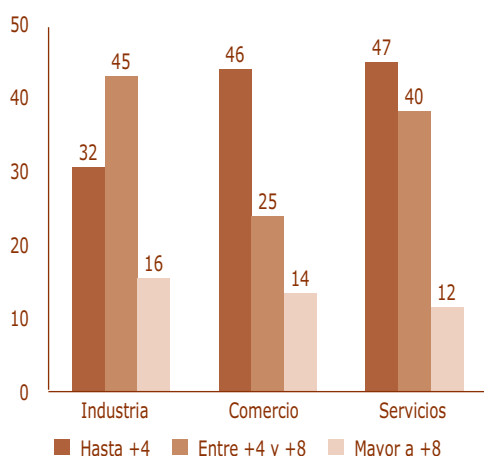


Así mismo, las tasas de aprobación de los préstamos también mostraron un ligero incremento, llegando a ubicarse entre 97% (servicios) y 99% (comercio). A nivel de subsectores, sólo se observa un caso que se diferencia de forma marcada frente a los demás. Se trata de la agrupación de cuero, calzado y marroquinería cuyo porcentaje de negación de créditos alcanzó el 7%. Por el contrario, en algunos subsectores del comercio (ferretería, cerrajería y productos de vidrio, farmacéuticos y artículos de uso doméstico) las aprobaciones llegaron al 100%.

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



¿A qué tasa DTF+ le fue otorgado?



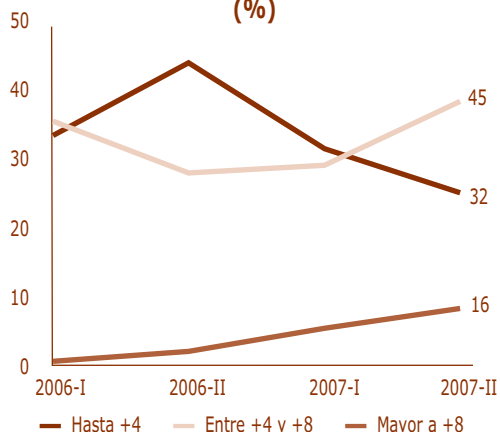
En el 22% y el 25% de las pymes industriales y de servicios, específicamente, los créditos obtenidos correspondieron a líneas de redescuento, mayoritariamente ofrecidas por Bancoldex. En el sector comercial este porcentaje fue superior (43%).

Con respecto a los plazos, el mediano (de 1 a 3 años) continúa siendo el más solicitado y también el más otorgado en los tres macrosectores (entre el 37% y el 49% de las pymes). Le sigue el corto plazo (menos de un año) con cerca de un tercio de las empresas y por último se encuentra el largo plazo (más de tres años). Se continúa evidenciando una correspondencia entre los plazos solicitados por los empresarios y los aprobados por la banca.

El 92% de las pymes de industria y comercio y el 94% de las de servicios se mostraron satisfechas con el monto del crédito que recibieron, pues aseguran que éste coincide con el que habían solicitado. Se observa que desde el primer semestre de 2006 estos porcentajes de satisfacción respecto al monto se han mantenido en niveles cercanos al 90%.

En materia de tasas de interés, las gráficas de los tres macrosectores muestran como las líneas más oscuras que representan el rango de tasa inferior (DTF+4 puntos) muestran una caída desde el segundo semestre de 2006. Esto significa que cada vez son menos los empresarios pyme que acceden a créditos con tasas que se ubican en ese rango. Por el contrario, los porcentajes correspondientes a los rangos

Sector Industria. Evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



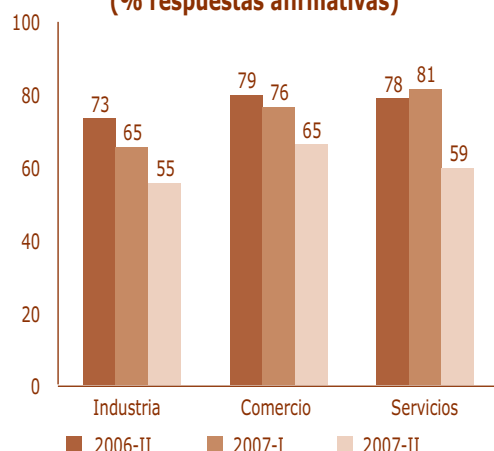
Sector Comercio. Evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



Sector Servicios. Evolución rangos de tasa de interés de los créditos aprobados (%)



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



más altos de tasas de interés (DTF+4 puntos en adelante) registran un incremento, lo que refleja el encarecimiento del crédito que tuvo lugar durante el último año.

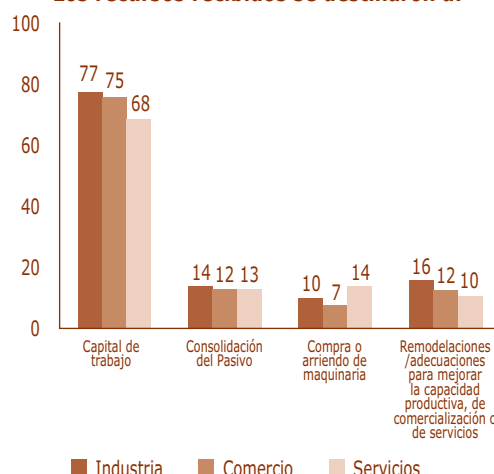
Según los resultados de la Encuesta, el 45% de las pymes industriales obtuvo sus créditos a una tasa entre DTF+4 puntos y DTF+8 puntos. Por su parte, cerca del 46% de las pymes de comercio y servicios lograron acceder a tasas inferiores a DTF+4 puntos.

Es interesante ver cómo en estos dos macrosectores (comercio y servicios) fue más alto el porcentaje de empresarios que se declaró satisfecho con la tasa de interés de su crédito (65% y 59%, respectivamente), en comparación con el sector industria, donde

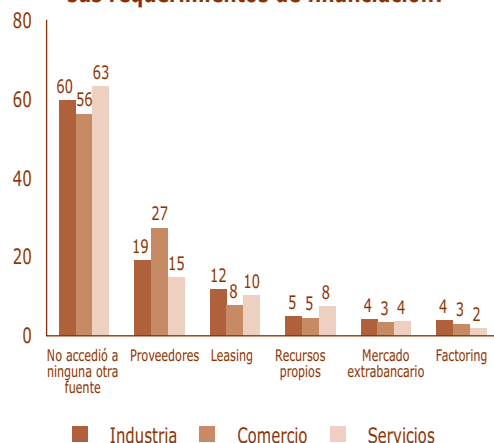
este porcentaje se ubicó en 55%. Desde el segundo semestre de 2006 se nota una tendencia descendiente en los porcentajes de satisfacción respecto a la tasa de interés de los créditos obtenidos en los tres macrosectores, pero aún así cabe resaltar que más de la mitad de los encuestados calificó como apropiado el costo de su deuda.

El principal destino de los recursos de crédito continuó siendo el capital de trabajo (en cerca del 70% de las pymes de los tres macrosectores). Las remodelaciones y adecuaciones fueron importantes para el 16% de las empresas industriales, en tanto que el 14% de las de servicios dedicó los recursos obtenidos a la compra de maquinaria y equipo.

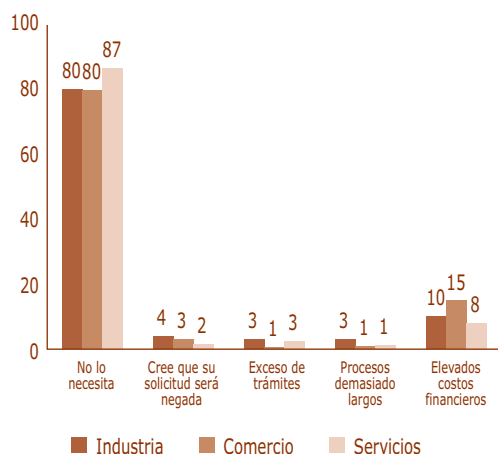
Los recursos recibidos se destinaron a:



¿Accedió a otra fuente para satisfacer sus requerimientos de financiación?



No solicitó crédito al sistema financiero porque:



Entre el 56% (comercio) y el 63% (servicios) de las pymes no accedió a ninguna fuente de financiamiento diferente al crédito bancario. El 27% de las pymes de comercio y el 19% de las industriales recurrió a la financiación con proveedores. El leasing fue utilizado principalmente por las pymes manufactureras (12%), mientras que los recursos propios fue-

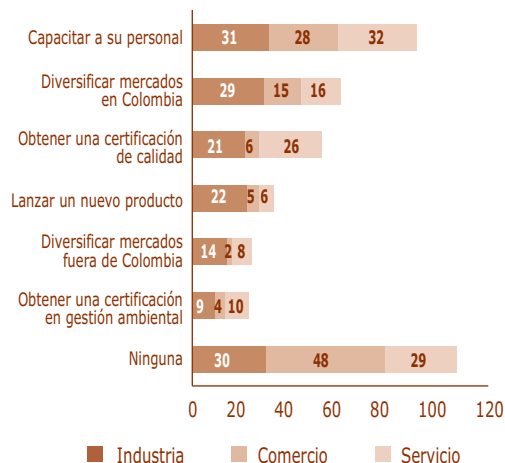
ron usados con mayor intensidad por las pymes de servicios (8%). La obtención de recursos en el mercado extrabancario sigue siendo poco común (menos del 5% en los tres macrosectores) entre las empresas encuestadas, que por su carácter formal están en capacidad de acceder a fuentes menos costosas.

Por último, entre el 80% (industria y comercio) y el 87% (servicios) de la pymes aseguró que no solicitó crédito bancario en el segundo semestre de 2007 porque no lo necesitaba. Aunque los porcentajes de empresarios que señalaron los elevados costos financieros como la principal razón por la cual no pidieron créditos al sistema financiero continúan siendo bajos (8% en servicios, 10% en industria y 15% en comercio), al compararlos con los de la medición anterior se evidencia una mayor percepción de encarecimiento del crédito, que es consistente con las tendencias de los rangos de tasas de interés mencionadas.

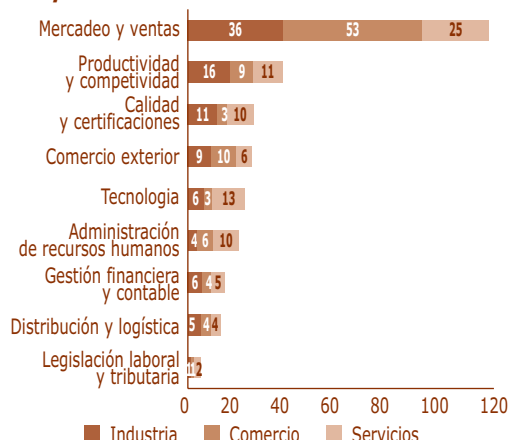
ACCIONES DE MEJORAMIENTO

La principal estrategia implementada por las pymes de los tres macrosectores para mejorar ha sido la de capacitar a su personal. Cerca de un tercio de las empresas consultadas desarrollaron programas de capacitación para sus empleados en el segundo semestre de 2007. Las mayores necesidades de formación empresarial se encuentran en el área de mercadeo y ventas (25% en servicios, 36% en industria y 56% en comercio). En segundo lugar, se ubican los temas de productividad y competitividad, que para las pymes manufactureras son especialmente relevantes (16%).

Procesos de mejoramiento



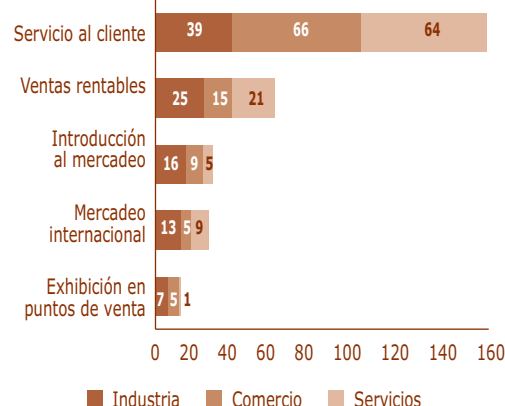
Los funcionarios de su empresa requieren mayor formación en temas relacionados con:



Otro de los procesos de mejoramiento adelantados por las pymes es la diversificación de mercados, tanto a escala nacional como internacional. Cerca del 29% de las empresas industriales consultadas y el 15%-16% de las comerciales y de servicios ha buscado nuevos mercados en Colombia. La compresión de los márgenes de utilidad mencionada en el módulo de situación actual y la alta concentración (tanto en clientes como en proveedores) característica de las pymes explican la importancia de la diversificación de mercados para estas empresas.

Cerca del 26% de las pymes de servicios y el 21% de las industriales aseguró haber desarrollado actividades recientemente para

Dentro de mercadeo y ventas, cuál es el tema en el que los funcionarios de su empresa requieren mayor formación:



la obtención de una certificación de calidad. No obstante, a lo largo de los últimos años se observa una ligera tendencia descendente en dicho esfuerzo.

Lanzar nuevos productos es un tema que ocupa los esfuerzos principalmente de las pymes industriales (22%), mientras que para las comerciales y las de servicios éste parece menos importante.

Desafortunadamente, hay todavía un gran número de pymes que no ha adelantado recientemente ningún proceso de transformación productiva (48% de comercio, 30% de industria y 29% de servicios).

FICHA TÉCNICA

Técnica: entrevista telefónica, con aplicación de un cuestionario estructurado vía CATI (Computer Assisted Telephone Interview).

Grupo objetivo: directivos o personas a cargo del área financiera de empresas con activos para el sector de Comercio e Industria entre \$231.211.500 y \$13.845.000.000, o número de empleados entre 11 y 200; y para el sector servicios con ventas entre \$566.000.001 y 11.311.000.000, o número de empleados entre 11 y 200.

Cubrimiento: nacional (18 departamentos).

Tipo de muestreo: estratificado (sector y subsector económico) con selección aleatoria del marco de lista.

Tamaño de la muestra: 1.551 empresas: 826 empresas industriales, 389 empresas comerciales y 336 empresas de servicios.

Margen de error: menor al 5% a nivel de los macrosectores y al 13% a nivel de los subsectores.

Frecuencia: semestral.

Medición: marzo-abril de 2008

Realizado por: Ipsos-Napoleón Franco.

COMITÉ TÉCNICO

Banco Interamericano de Desarrollo – BID
Christine Ternent
Sebastian González

Bancóldex
Doris Arévalo
María José Naranjo
Ana María Cano

Banco de la República
Héctor Zárate

Corporación Andina de Fomento – CAF
Camilo Casas

Anif
Carlos Ignacio Rojas
Carolina Gil
María Inés Vanegas · Publimarch Ltda.

Napoleón Franco
Javier Restrepo
María Isabel Ángel

DISEÑO Y PRODUCCIÓN ELECTRÓNICA

Sandra Venegas

INFORMES

crojas@anif.com.co
cgil@anif.com.co