

LA GRAN ENCUESTA PYME

INFORME DE RESULTADOS
PRIMER SEMESTRE · 2006



Firma Encuestadora



LA GRAN ENCUESTA
PYME

INFORME DE RESULTADOS
PRIMER SEMESTRE · 2006

PRESENTACIÓN

En Colombia, los diferentes estudios sobre las pequeñas y medianas empresas tienen como fuentes de información primaria entidades oficiales, cuya información es, sin lugar a dudas, de gran utilidad. Sin embargo, su periodicidad (anual) y el rezago en la divulgación de la misma limitan la utilidad para caracterizar este segmento tan dinámico. Las encuestas de opinión existentes que desagregan las empresas por tamaños, tienen una baja cobertura, no son representativas a nivel de sectores, o tienen rangos de corte superiores a los considerados tradicionalmente como Pymes. Por último, las dos encuestas existentes actualmente en el país indagan la opinión de los empresarios Pymes respecto a las principales variables de interés (producción, ventas, inventarios, empleo, expectativas, entre otras).

Dado lo anterior, la disponibilidad actual de información no cumple con las necesidades de los diferentes actores que interactúan con el segmento Pyme de la economía nacional. Para el Gobierno, la banca y el sector privado es de suma importancia contar con información completa, actualizada y confiable sobre el desempeño de la Pyme que sirva de soporte en sus procesos de toma de decisiones. Para una mejor asignación de los recursos de apoyo y de financiamientos tanto públicos como privados, se hace necesario contar con un mejor conocimiento de este segmento empresarial colombiano.

Conciente de esta necesidad, Anif le propuso a la CAF, Bancóldex y el Banco de la República realizar una encuesta semestral que permitiera analizar el desempeño coyuntural y las tendencias de mediano plazo de la Pyme, indagar sobre los principales obstáculos que enfrentan y entender las expectativas que tienen los empresarios sobre el futuro de sus negocios.

La Gran Encuesta Pyme que tenemos el gusto de presentarles, logra suplir las deficiencias de información que el país tiene sobre este segmento empresarial. Anif, Napoleón Franco, la CAF, Bancóldex y el Banco de la República, han logrado hacer de esta una encuesta estadísticamente significativa y que garantiza representatividad para los macrosectores y algunos subsectores.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

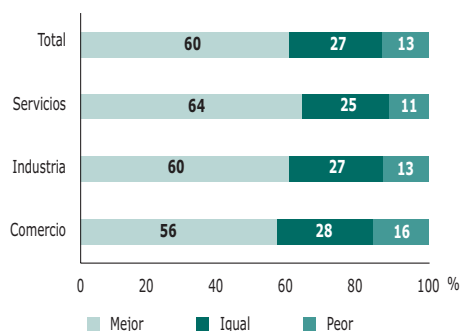
SEGUNDO SEMESTRE DE 2005 vs. PRIMER SEMESTRE DE 2005

Sector servicios:

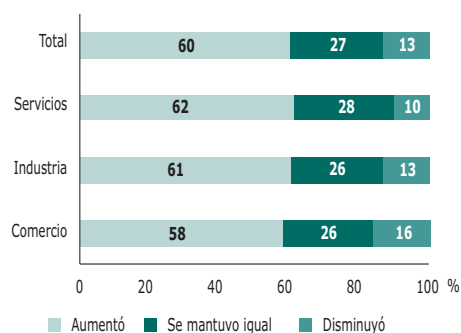
■ El 64% de las Pymes encuestadas considera que la situación económica general de su empresa mejoró en el segundo semestre de 2005. Además se observa mayor consenso (balances de respuestas superiores al 50%) sobre la mejoría a nivel de subsectores, a excepción del sector de restaurantes.

■ Un porcentaje similar opinó que sus ventas aumentaron y 55% de los empresarios

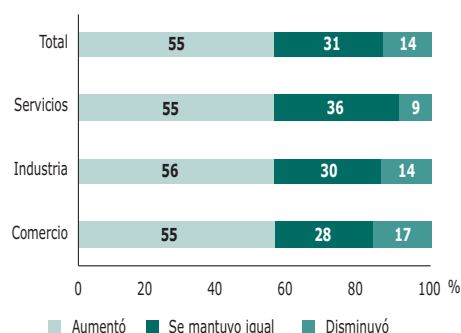
¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el segundo semestre de 2005 respecto al primer semestre de 2005?



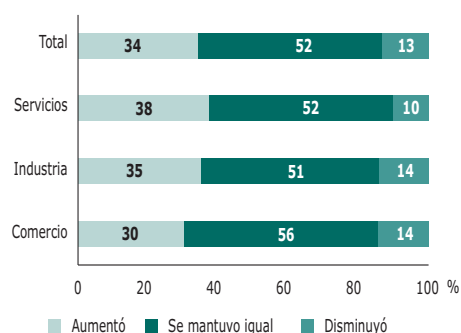
Con respecto al primer semestre de 2005, el volumen de ventas de su empresa durante el segundo semestre:



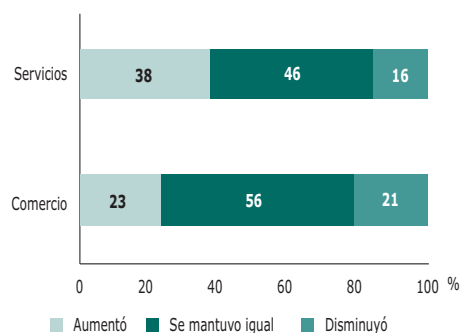
Con respecto al primer semestre de 2005, el volumen de pedidos recibidos durante el segundo semestre:



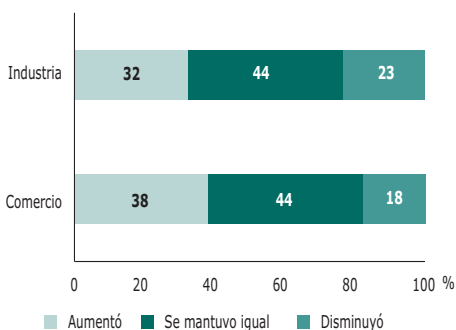
Con respecto al primer semestre de 2005, el número de trabajadores de su empresa durante el segundo semestre:



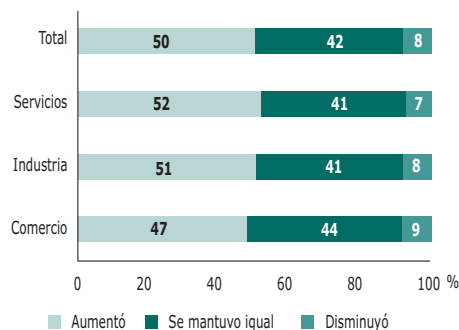
Con respecto al primer semestre de 2005, los márgenes de actividad de su empresa durante el segundo semestre:



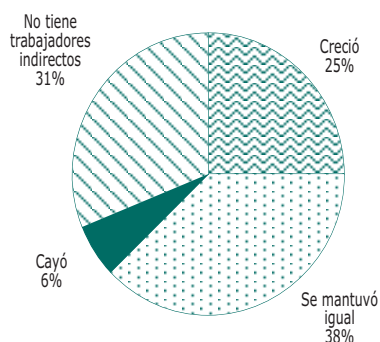
Con respecto al primer semestre de 2005,
las existencias de su empresa
durante el segundo semestre:



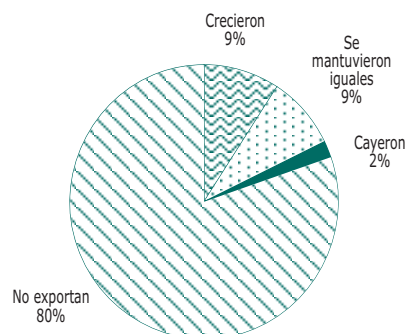
Con respecto al primer semestre de 2005,
los costos de su empresa
durante el segundo semestre:



Sector servicios. Número de trabajadores indirectos



Sector servicios. Exportaciones



registró un aumento en sus órdenes de servicio.

■ El 38% de los empresarios aumentaron sus márgenes, 46% los mantuvieron y 16% los vieron reducirse.

■ El número de trabajadores directos aumentó en 38% de las empresas encuestadas.

■ El 80% de las empresas de servicios encuestadas percibe que no exporta.

Sector comercio:

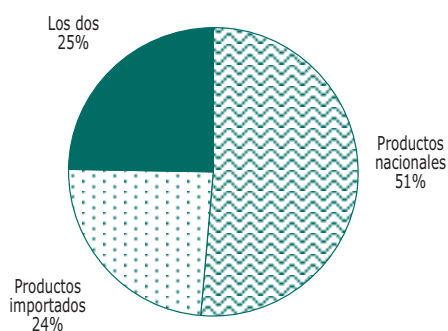
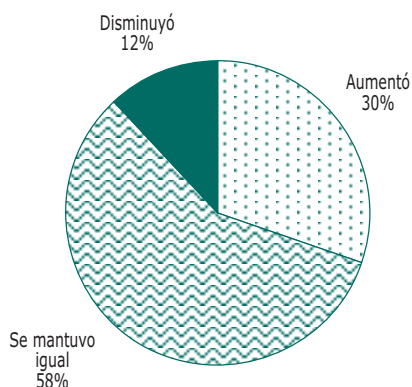
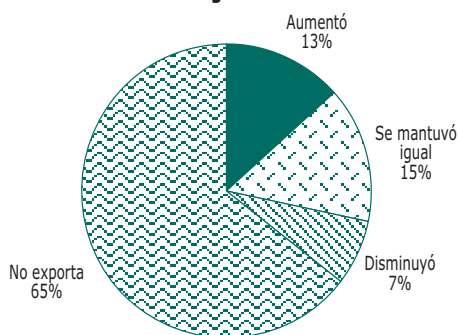
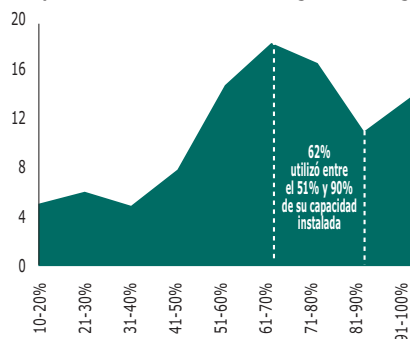
■ Los empresarios son menos optimistas en la mayoría de variables que los de los otros dos sectores. Aún así, el porcentaje de empresarios que contestaron que su situación económica general había mejorado supera el 50%.

■ El 30% de las pymes comerciales encuestadas aumentó su superficie de ventas.

■ Un 56% de las empresas mantuvo el número de trabajadores entre un semestre y otro.

■ Sólo el 23% de las empresas aumentó sus márgenes comerciales. Sectores como prendas de vestir, alimentos y bebidas y productos farmacéuticos, de perfumería y de tocador registraron balances de respuestas negativos, es decir, fue mayor el número de empresarios que consideró que sus márgenes habían caído respecto de los que opinaron que habían aumentado.

■ Las ventas de productos nacionales fueron las de mejor comportamiento según el 46% de los encuestados.

Sector comercio. Mejor dinamismo en ventas**Sector comercio. Superficie de ventas****Sector industrial**
Con respecto al primer semestre de 2005,
las exportaciones de su empresa
durante el segundo semestre:**Sector industrial. Durante el segundo semestre de 2005, la utilización de la capacidad instalada de su empresa se ubicó en cuál de los siguientes rangos:****Sector industria:**

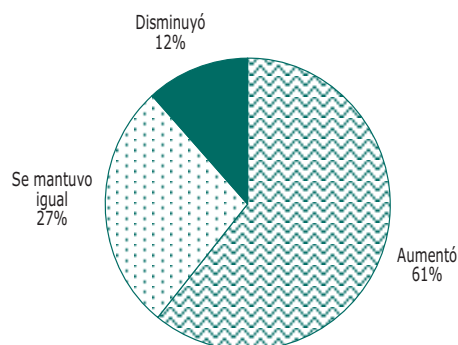
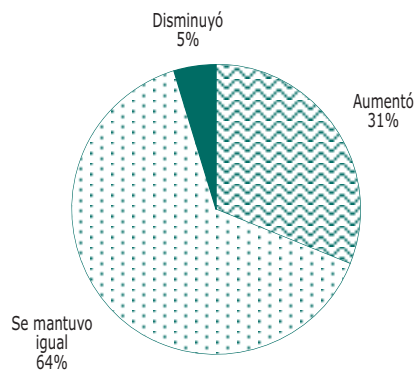
■ Optimismo en productos metálicos, textiles y muebles.

■ El 31% de los empresarios (principalmente en los sectores de muebles y productos metálicos) aumentó su inversión en maquinaria y equipo.

■ El número de trabajadores aumentó para 1/3 parte de las empresas industriales encuestadas. El sector de productos textiles fue en el que el mayor porcentaje de empresas aumentó el número de trabajadores (42%).

■ El 65% de las empresas industriales encuestadas percibe que no exporta, de las restantes 13% registró un incremento.

■ En un 62% de las empresas la utilización de la capacidad instalada se ubicó entre 61 y 90%.

Sector industria. Volumen de producción**Sector industria. Inversión en maquinaria y equipo**

ANÁLISIS SECTORIAL

SECTOR INDUSTRIA. SEGUNDO SEMESTRE DE 2005 vs. PRIMER SEMESTRE DE 2005

Balance de respuestas*

Situación económica general



Inversión en maquinaria y equipo



Volumen producido



Nivel de pedidos recibidos



Existencias



Costos de producción



* Respuestas positivas - respuestas negativas.

Número de trabajadores



Volumen de ventas



SECTOR SERVICIOS. SEGUNDO SEMESTRE DE 2005 vs. PRIMER SEMESTRE DE 2005

Balance de respuestas*

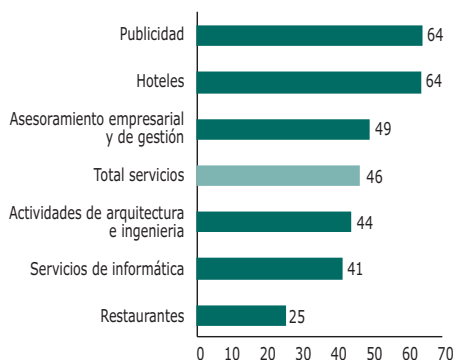
Situación económica general



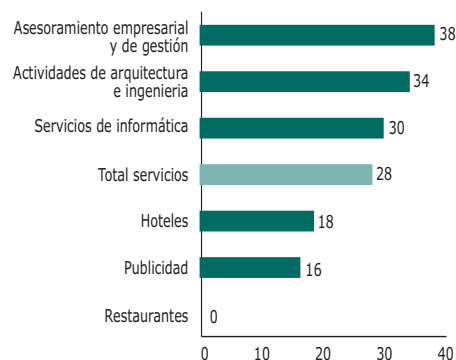
Volumen de ventas



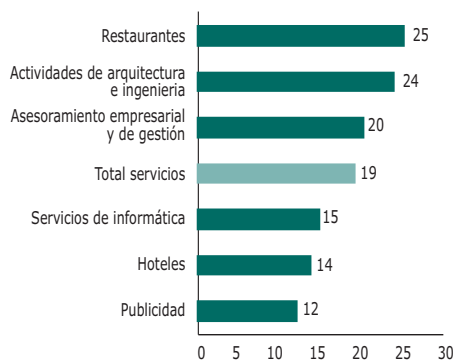
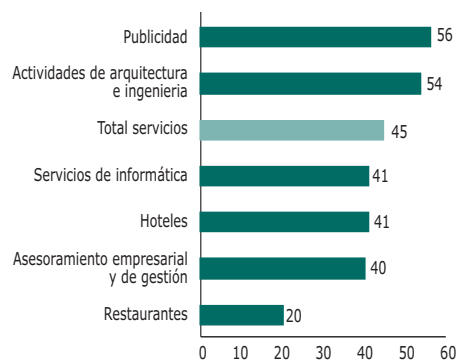
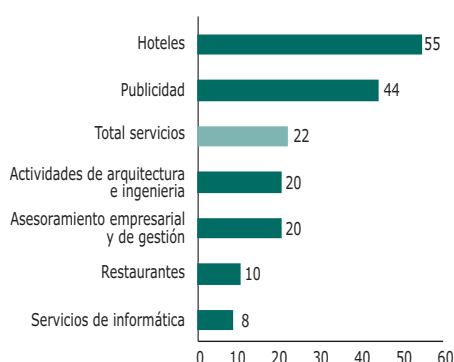
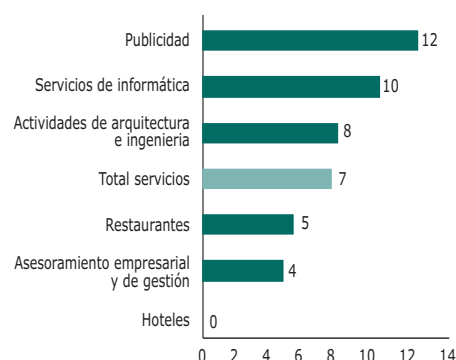
Volumen de ordenes de servicio



Número de trabajadores directos



* Respuestas positivas - respuestas negativas.

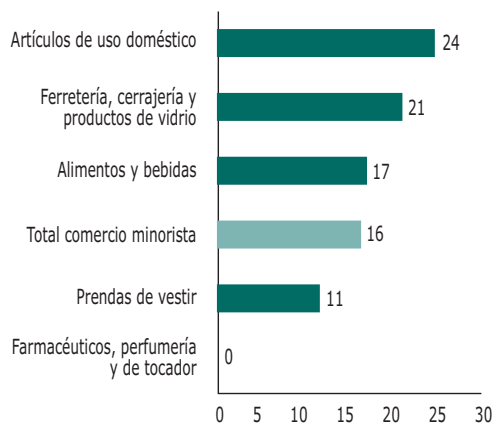
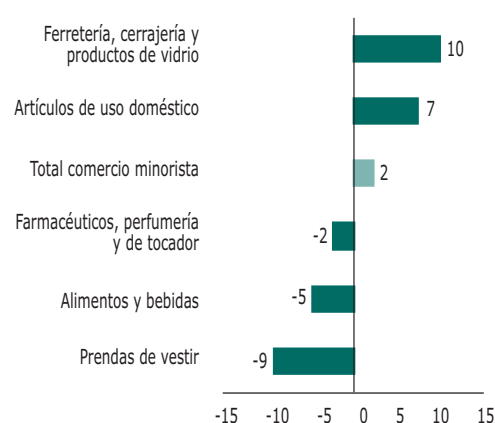
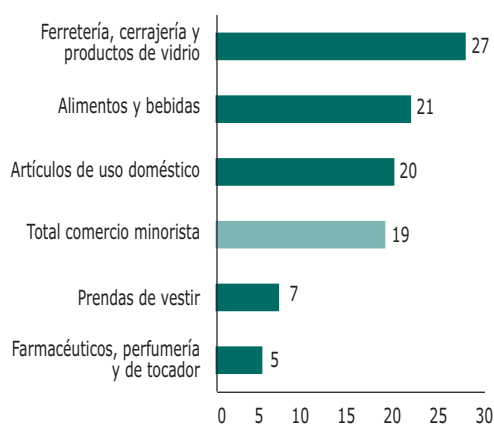
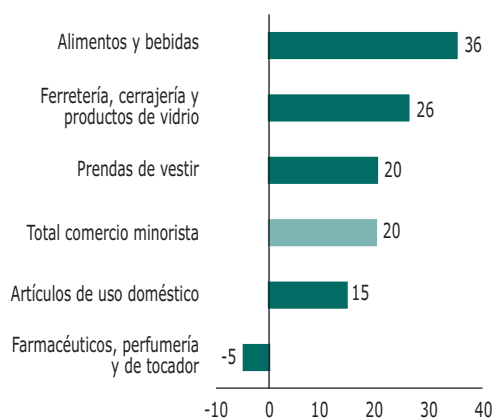
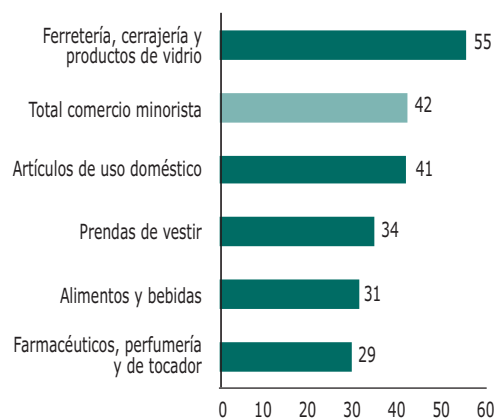
Número de trabajadores indirectos**Costos de operación****Márgenes****Volumen de exportación**

SECTOR COMERCIO. SEGUNDO SEMESTRE DE 2005 vs. PRIMER SEMESTRE DE 2005

Balance de respuestas*

Situación económica general**Nivel de pedidos recibidos**

* Respuestas positivas - respuestas negativas.

Número de trabajadores**Márgenes comerciales****Superficie de ventas****Costo de ventas****Existencias****Volumen de ventas**

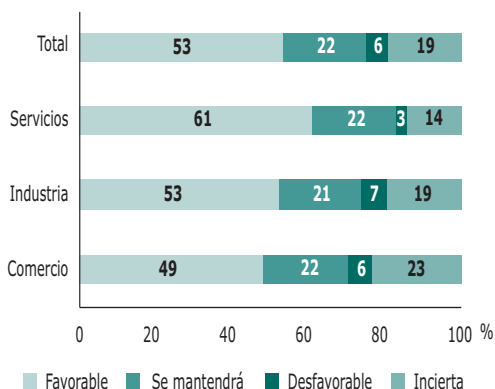
PERSPECTIVAS PRIMER SEMESTRE DE 2006

■ No se evidencian cambios significativos en la percepción de los empresarios excepto en el sector de restaurantes donde se observa una clara mejoría en la percepción de los empresarios.

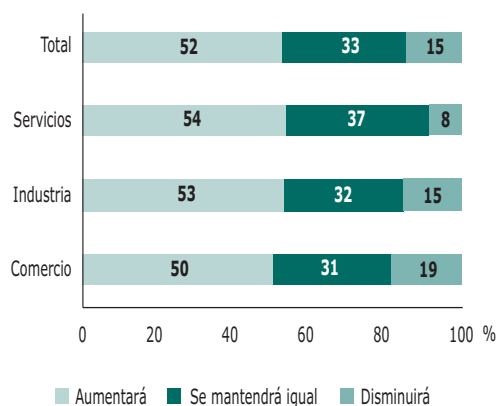
■ Sector servicios es especialmente optimista.

■ Sector comercio tiene el mayor nivel de incertidumbre.

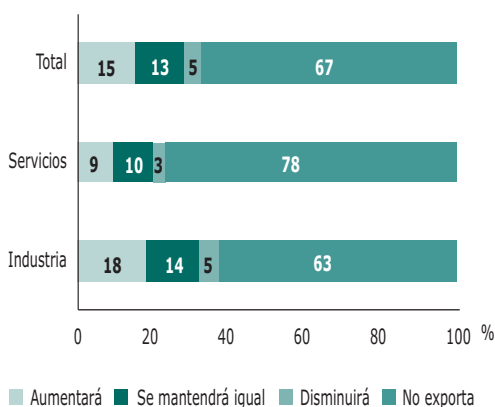
Sobre el desempeño general de su empresa en el primer semestre de 2006 usted considera que éste será:



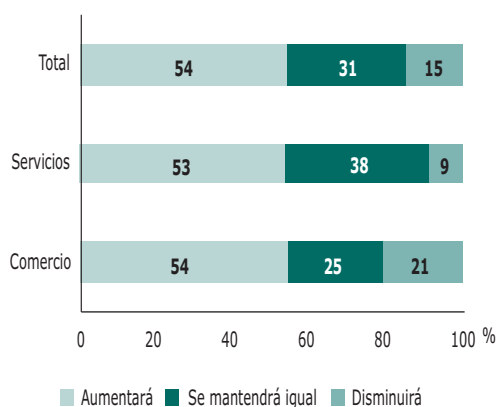
Usted estima que en el primer semestre de 2006 el volumen de pedidos que recibirá su empresa:



Usted estima que en el primer semestre de 2006 el volumen de exportación de su empresa :



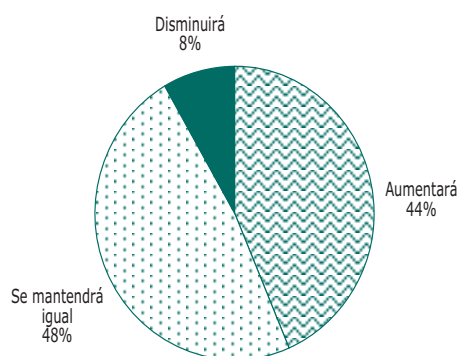
Usted estima que en el primer semestre de 2006 el volumen de ventas de su empresa :



Sector Industria. Perspectivas primer semestre de 2006

Balance de respuestas*

Sector industria. Inversión



Situación económica actual



Volumen de producción



Nivel de pedidos recibidos



Volumen de exportación



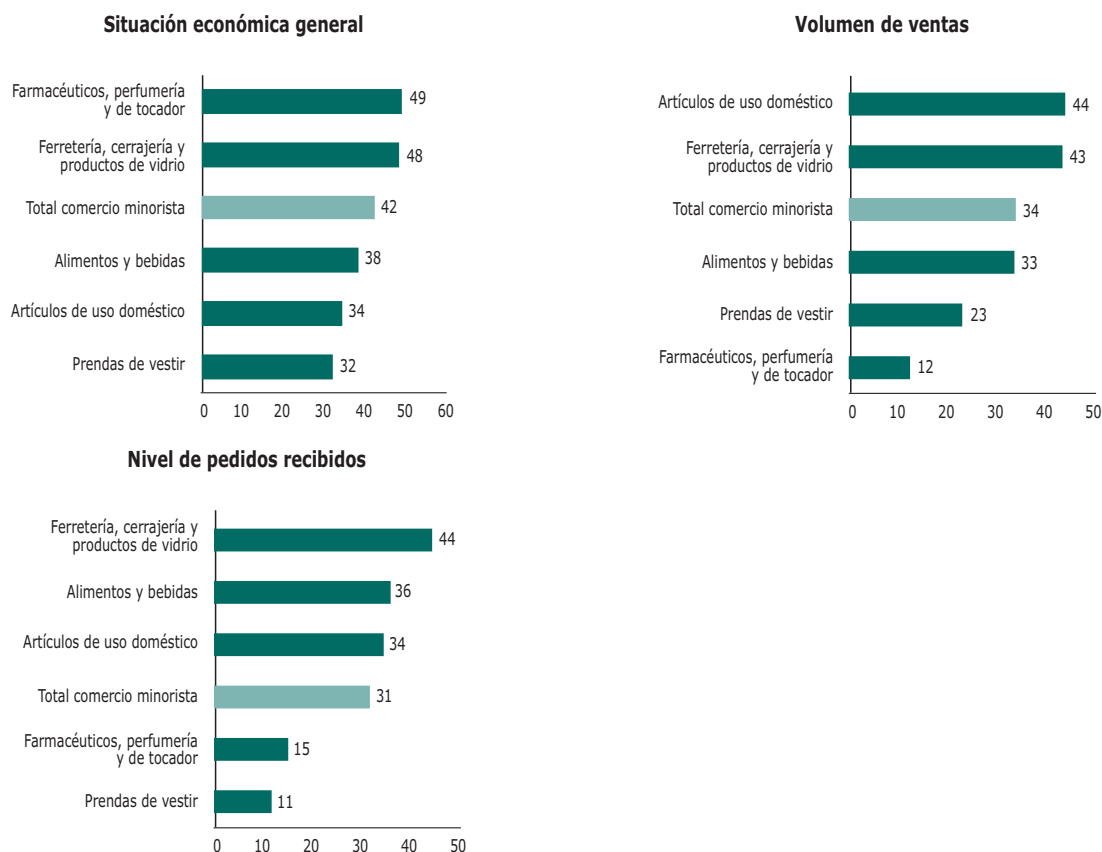
Inversión



* Respuestas positivas - respuestas negativas.

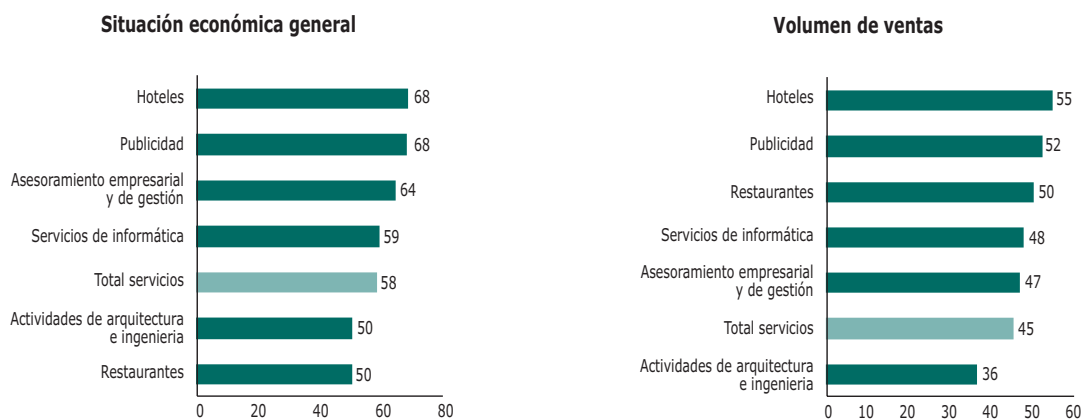
Sector Comercio. Perspectivas primer semestre de 2006

Balance de respuestas*



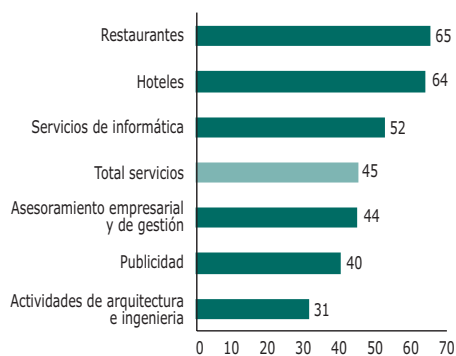
Sector Servicios. Perspectivas primer semestre de 2006

Balance de respuestas*

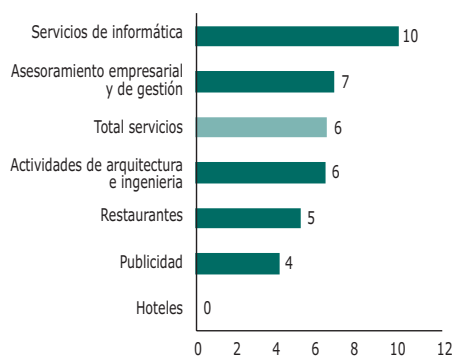


* Respuestas positivas - respuestas negativas.

Volumen de ordenes de servicio

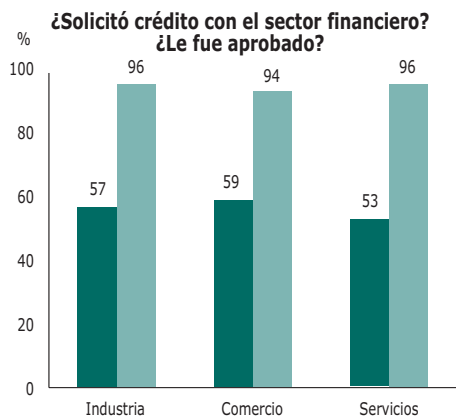


Volumen de exportación

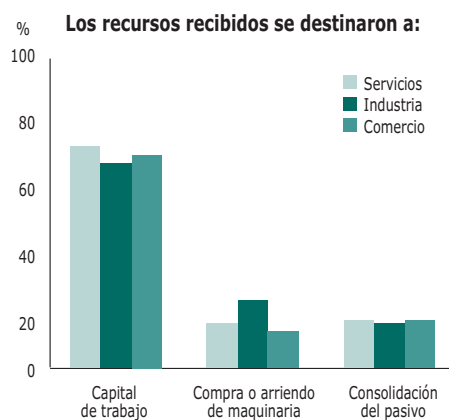
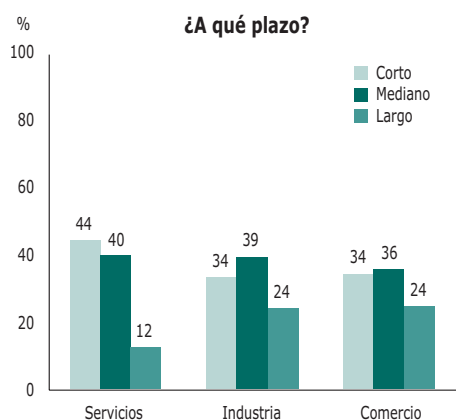
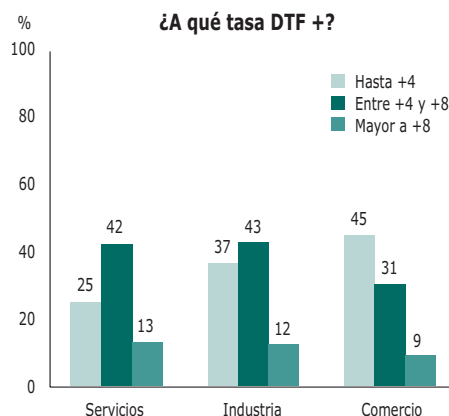


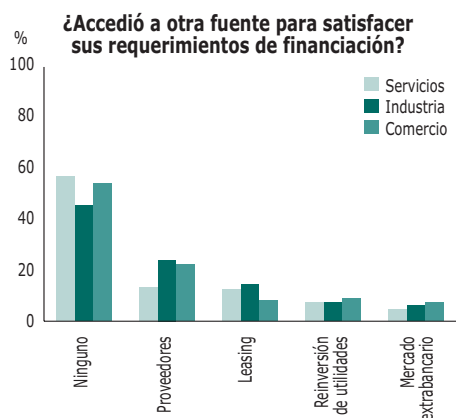
FINANCIAMIENTO

■ Entre un 50% y 60% de las Pymes solicitaron crédito con el sector financiero. Al respecto, resalta el hecho que el crédito le fue aprobado a cerca de un 95% de ellas.



■ Se destaca que, mientras en las Pymes industriales y comerciales el crédito se concentró en el mediano y largo plazo, en las de servicios éste fue de corto plazo. A sólo 12%





de las Pymes de servicios encuestadas les fue concedido un crédito de largo plazo contra 24% en el caso de las Pymes industriales y comerciales. En contraste, 44% de ellas accedieron a créditos de corto plazo.

■ Según los resultados de la encuesta, las Pymes comerciales son las que tienen acceso a

créditos más baratos pues 45% de los encuestados contestó que les prestaron a una tasa inferior a DTF+4.

■ Por el contrario, en los sectores de servicios e industria el grueso de las pymes encuestadas ubicó su tasa de interés en el rango de DTF+4 y DTF+8.

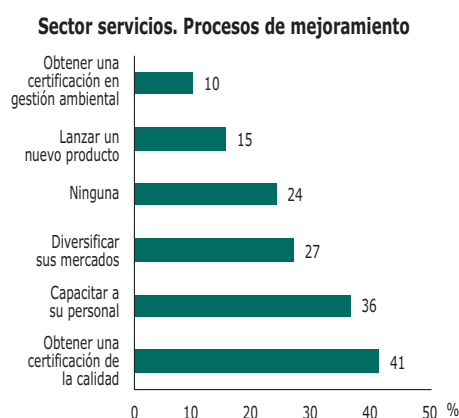
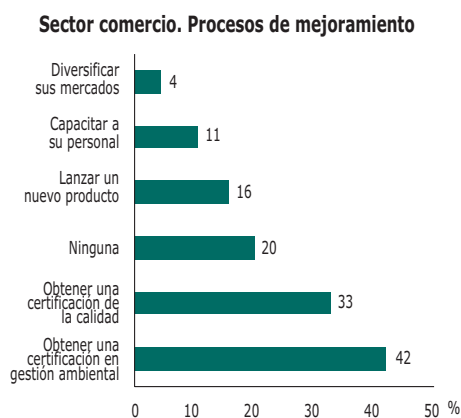
■ Alrededor de un 70% de las Pymes encuestadas utilizó los recursos obtenidos para capital de trabajo, 17% para compra o arriendo de maquinaria y 15% para la consolidación del pasivo. No se observan diferencias significativas a nivel de macrosectores en cuanto al uso de los recursos.

■ La mitad de los encuestados contestó que no utilizaba fuente de financiamiento diferente al bancario, 1/5 parte citó a los proveedores y 1/8 parte al leasing.

OTROS ASPECTOS INTERESANTES

■ 41% de las Pymes de servicios ha emprendido alguna acción para obtener una certificación de la calidad

■ 36% de las Pymes de servicios ha emprendido alguna acción para capacitar a su personal.





■ Una tercera parte de las Pymes industriales ha emprendido alguna acción para obtener una certificación de la calidad y una tercera parte ha tomado alguna iniciativa para capacitar a su personal.

■ 42% de las Pymes comerciales no habían emprendido ninguna de las acciones de mejoramiento y una tercera parte capacitó a su personal.

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 entre 179 y 17.399 millones de pesos en activos de 2004 o número de empleados entre 10 y 200 (Ley 905, 2004).

Cubrimiento: nacional (18 departamentos).

Tipo de muestra: probabilística, estratificada y de marco de lista.

Tamaño muestra: 1.068 empresas: 545 empresas industriales, 270 empresas comerciales y 253 empresas de servicios.

Margen de error: 3.1% del total y menores al 10% a nivel de los 3 macrosectores.

Frecuencia: semestral.

Medición: abril y mayo de 2006.

Realizado por: Ipsos - Napoleón Franco.

COMITÉ TÉCNICO

Corporación Andina de Fomento - CAF
Camilo Casas

Bancóldex
Ana María Cano
María José Naranjo

Banco de la República
Héctor Zárate

Anif
Natalia Salazar
Carlos Ignacio Rojas
Marisol Cuéllar
María Inés Vanegas

Napoleón Franco
Jorge Quintero
Andrea Ortigón
Catalina Hernández

DISEÑO Y PRODUCCIÓN ELECTRÓNICA

Luz Stella Sánchez y Sandra Venegas

INFORMES

crojas@anif.com.co
mcuellar@anif.com.co